



## РЕШЕНИЕ

№ 52 на ЕК от 11.03.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на Мтел Дрийм)

*София, 11.03. 2011 година*

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 11 март две хиляди и единадесета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Василиса Младенова  
Емилия Клайн  
Виолета Манолова  
Жанет Захариева  
Мелания Рашева  
Маргарита Чутуркова  
Нина Владимирова  
Павел Иванов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по Жалба № 139 от 13.02.2011 г. относно телевизионна реклама на Мтел Дрийм.

### **Жалба**

На 13.2.2011 г. в НСС постъпва жалба от Д. К. от гр.София, регистрирана под № 139, относно телевизионна реклама на Мтел Дрийм, определена като подвеждаща и заблуждаваща. В жалбата се казва, че рекламата подканва абонатите на мобилния оператор да споделят своя мечта чрез безплатен SMS до номер 8888. Основният акцент в рекламата е, че М-тел ще изпълни мечтата на своите потребители. Рекламата е подвеждаща и заблуждаваща, защото не стават ясни условията на кампанията - от всички участвали М-тел ще избере само 88 човека, чиито желания ще изпълни. От видяното в рекламата това ограничение не става ясно и потребителите се заблуждават, че всяка една мечта може да бъде изпълнена.

В рекламата не става ясно, че всяка една мечта, изпратена от потребителя, трябва да се вмести в сумата до 8888 лв. Това също действа заблуждаващо върху потребителите, тъй като от рекламата те остават с впечатлението за неограниченост във финансовото изражение на своето желание. В рекламата излъчвана по телевизията, текстът под линия се движи прекалено бързо, за да бъде прочетен. Най-вероятно, Мтел би посочил като извинение, че в рекламата се изписва, че по-подробна информация за кампанията, може да бъде намерена на сайта на компанията - [www.mtel.bg](http://www.mtel.bg)

Дори потребителите да успеят да прочетат надписа и да желаят да се запознаят с правилата на инициативата - това надали би им било лесно. На интернет страница на Мтел, информацията и

правилата на кампанията, са качени точно там, където потребителите най-малко биха търсили информация - в секцията "За М-Тел > Новини".

Като доказателство жалбоподателят е предоставил линк към публикуваната информация и се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

Чл. 3.3. Текстът под линия, трябва да бъде достатъчно видим, четлив, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.

## **Процедура**

Жалбата от Д.К. относно телевизионна реклама на Мтел Дрийм е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 16.2.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 78. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Мобилтел” ЕАД, което постъпва в НСС на 21.2.2011 г.

## **Становище на ответната страна**

В становището се казва, че в изпратеното искане на становище се съдържа изложение на обстоятелствата в регистрираната жалба, според което жалбоподателят твърди, че по програмата на bTV се излъчва реклама на инициатива на Мобилтел – М-Tel Dream, която подканва абонатите на мобилния оператор да споделят своя мечта чрез безплатен sms до номер 8888. Според твърденията изложени в Искането с посочената телевизионна реклама се нарушава т.3.3 и т.5.1 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България („Етичен кодекс”). Съгласно т.5.1 от Етичния кодекс – „Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение”, а според т.3.3 от Етичния кодекс - „Когато се предава информация под линия, тя трябва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.”

Не са представени доказателства и не е предоставена информация, че цитираната жалба съдържа доказателства в нейна подкрепа, съгласно изискванията на т.9.1, буква „г” от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. В случай, че жалбата не отговаря на изискванията на посочената разпоредба от Етичния кодекс, същата не следва да бъде разглеждана и процедурата следва да бъде прекратена. Твърдението за нарушение на т.5.1 от Етичния кодекс е мотивирано единствено с мнението на жалбоподателя, че в рекламата не стават ясни условията на кампанията и че в рекламата не става ясно, че всяка една изпратена мечта трябва да се вмести в сумата от 8888 лв.

Съдържа се и твърдение, че „текстът под линия се движи прекалено бързо, за да бъде прочетен”. Това изявление само по себе си е в противоречие с останалата информация, съдържаща се в жалбата, от която е видно, че жалбоподателят е добре информиран за текста на съдържащия се в клипа скрол, където е посочено, че правилата на кампанията „М-Тел сбъдва мечти” са публикувани на интернет страницата [www.mtel.bg](http://www.mtel.bg).

1. Твърденията за нарушения, посочени в жалбата не отговарят на истината и не са подкрепени с доказателства.

2. Посочените нарушения по т.3.3 и т.5.1 следва да се разглеждат в съответствие с разпоредбите на Закона за защита на потребителите (ЗЗП) относно заблуждаваща търговска

практика и по специално с разпоредбата на чл.68д, който на практика е възпроизведен в дефиницията за „заблуждаваща реклама” на Етичния кодекс и в т.5.5 от Етичния кодекс.

За да е налице заблуждаваща търговска практика следва да са налице елементите на фактическия състав на това нарушение, а именно:

- търговската комуникация да съдържа невярна информация и следователно е подвеждаща; или по някакъв начин, включително чрез цялостното ѝ представяне, заблуждава или е в състояние да въведе в заблуждение средния потребител, дори и ако представената информация е фактически точна относно някои от обстоятелствата, посочени в ал. 2, и

- има за резултат или е възможно да има за резултат вземането на търговско решение, което средният потребител не би взел без използването на търговската практика.

В конкретния случай липсва изобщо вторият кумулативен елемент от фактическия състав на твърдяното нарушение, тъй като в рекламата става дума за кампания, която няма за цел вземане на търговско решение. С рекламата се популяризира инициатива, чиято единствена цел е да покаже внимание и ангажираност към клиентите на компанията. Тя не е насочена към продажба на каквито и да са стоки и услуги, поради което липсва какъвто и да е търговски елемент в комуникацията.

От друга страна видно и в самия телевизионен клип, в него не е налице какъвто и да е заблуждаващ елемент. Клипът съдържа ясен и точен анонс за събитието и е посочено къде са публикувани правилата за участие в кампанията, които са подробни и ясни. Самият формат на телевизионната реклама е такъв, че не могат в него да се вместят всички условия на едно такова мащабно събитие. Целта е да се популяризира самото събитие и да се даде информация как лицата, към които е насочено, могат да се запознаят с подробностите около него. Самият скрол е с възможно най-ниската скорост, така че да може да се чете.

С оглед на всичко гореизложено, твърденията, изложени в жалбата са напълно необосновани и като такива следва да бъдат отхвърлени.

На основание т. 2.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България (“Правилника”), да бъде направен отвод на следните членове на Етичната комисия, поради наличие на обстоятелствата по т. 2.2, буква „б” и буква „в” дружеството иска отвод на:

- Жанет Захаријева – поради наличие на обстоятелствата по т.2.2, буква „в”, а именно наличие на обстоятелства, поради които този член на комисията може да се счита за предубеден или заинтересуван пряко или косвено от изхода на преписката. Към момента г-жа Захаријева е Директор по правни въпроси, регулация и конкуренция в БТК АД – дружество, което е конкурент на Мобилтел;

- Румяна Карлова – поради наличие на обстоятелствата по т.2.2, буква „б” от Правилника. Като Управител на Консултантска компания ТРИВИА ЛИГЪЛ АДВАЙС ЕООД има сключен консултантски договор с Мобилтел ЕАД.

- Василиса Младенова - поради наличие на обстоятелствата по т.2.2, буква „в”, а именно наличие на обстоятелства, поради които този член на комисията може да се счита за предубеден или заинтересуван пряко или косвено от изхода на преписката. Към момента г-жа Младенова е Директор клиенти в New Moment New Ideas Group, обслужващата рекламна агенция на БТК АД – дружество, което е конкурент на Мобилтел.

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбата от Д.К. относно телевизионна реклама на Мтел Дрийм за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия счита, че търговската комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация не нарушава посочения от жалбоподателя текст от Етичния кодекс – Чл.5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

Процесната търговска комуникация не съдържа невярна информация и в този смисъл не е подвеждаща, не въвежда в заблуждение средния потребител и не води до взимане на неинформирано решение от негова страна. В рекламата става дума за кампания, която няма за цел вземане на търговско решение, с нея се популяризира инициатива, чиято единствена цел е да покаже внимание и ангажираност към клиентите на компанията и не е насочена към продажба на каквито и да са стоки и услуги. Клипът съдържа ясен и точен анонс за събитието и е посочено къде са публикувани правилата за участие в кампанията, които са подробни и ясни. Самият формат на телевизионната реклама е такъв, че не могат в него да се вместят всички условия на едно такова мащабно събитие. Целта е да се популяризира самото събитие и да се даде информация как лицата, към които е насочено, могат да се запознаят с подробностите около него.

Етичната комисия обсъди искането на ответната страна за отвод на членовете на комисията – Румяна Карлова, Жанет Захаријева и Василиса Младенова. След проведена дискусия и с оглед заявеното желание и на тримата члена на комисията да не участват в обсъждането на преписката, Комисията реши, че основания за отвод са налице само спрямо г-жа Румяна Карлова. По отношение на г-жа Захаријева и г-жа Младенова не може да се направи обосновано предположение, че те пряко и/или косвено са заинтересовани от постановяване на определено решение, поради което Етичната комисия отказа да уважи искането на ответната страна в тази му част.

Съгласно чл.17.4. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България решението с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

Срокът за изпълнение на решението на Етичната комисия е 5 работни дни от датата на получаване на решението, освен ако в самото решение не е постановено друго. В посочения срок в Националния съвет за саморегулация следва да се представят доказателства за изпълнение на решението на Етичната комисия.

Решението да се изпрати за сведение на Комисията за пост-мониторинг.

Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

**ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:**

(п) Гриша Камбуров

**ПРИЛОЖЕНИЕ:**

няма