



РЕШЕНИЕ

№ 53 на ЕК от 14.04.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на Глобул за Нокия С5-00)

София, 14.04. 2011 година

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 14 април две хиляди и единадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Василиса Младенова
Емилия Клайн
Виолета Манолова
Румяна Карлова
Жанет Захариева
Мелания Рашева
Маргарита Чутуркова
Нина Владимирова
Павел Иванов
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по Жалба № 138 от 13.02.2011 г. относно телевизионна реклама на Глобул за Нокия С5-00.

Жалба

На 13.2.2011 г. в НСС постъпва жалба от В. П. от гр. София, регистрирана под № 138, относно телевизионна реклама на Глобул за Нокия С5-00, определена като подвеждаща и заблуждаваща. В жалбата се казва, че във въпросната реклама се подава информация под линия и скоростта на преминаването на екран на тази информация е много малка и е показана с малък размер на шрифта, което въвежда в заблуждение потребителя относно условията на офертата (в рекламата се казва, че въпросният телефон може да бъде получен в магазини Germanos срещу определена сума, за която става въпрос от преминаващия текст, че е вярна само при определени условия).

Не са представени доказателства, но жалбоподателят се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.3.3. 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.

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

Процедура

Жалбата от В.П. относно телевизионна реклама на Глобул за Нокия С5-00 е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 14.2.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 77. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Космо България Мобайл” ЕАД, което постъпва в НСС на 20.2.2011 г.

Становище на ответната страна

В становището се казва, че рекламната кампания на Nokia С5-00 е организирана от „Германос Телеком-България” ЕАД и е била с продължителност от 21 дни – от 15 октомври 2010 г. до 4 ноември 2010 г. Рекламната агенция, участвала в подготвянето на рекламата, е „Болд Огилви Енд Мадър”, клон на „Болд Огилви Енд Мадър” АД, Гърция. В чл.3.3 от ЕК се регламентира изискване за адекватен размер на шрифта и достатъчна продължителност на информацията под линия, но в посочената разпоредба няма конкретни зададени параметри относно шрифта и скоростта на информацията, както и липсват и други нормативни изисквания в тази насока. В тази връзка дружеството би искало НСС да уточни какви би следвало да са размерът на шрифта и скоростта на информацията, независимо от факта, че в конкретния случай възприемането на информацията по представения начин на презентиране на продукта е затруднено. Подобни обяснения от страна на НСС биха били особено полезни в бъдещата съвместна дейност.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от В.П. относно телевизионна реклама на Нокия С5-00 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 посочените от жалбоподателя текстове от Етичния кодекс:

Чл.3.3. 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.

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

Информацията под линия е достатъчно видима и четлива и 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.

Независимо от факта, че търговската комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Етичната комисия отправя следните препоръки по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация:

Препоръки на Националния съвет за саморегулация по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация

Препоръките се отнасят до:

- 1.1. Бележки под линия, съдържащи информация за потребителите;
- 1.2. Пояснителни текстове, изисквани от закон или друг нормативен акт, както и текстове, ограничаващи обхвата на търговското предложение и неговите твърдения.
2. Препоръките са съобразени с възможностите за възприемане на търговската комуникация от страна на средно интелигентния и информиран потребител, който не страда от физически, ментални или друг вид ограничения, затрудняващи обичайното възприятие.
3. Препоръките се отнасят и за бележки, изисквани от закона, освен в случаите в които законът налага специфични уточнения. В тези случаи рекламодателите са длъжни да съобразят търговската комуникация със специфичното секторно законодателство.
4. Общи препоръки:
 - 4.1. Когато се използват текстове под линия те не трябва да пречат на други визуални или текстови елементи, които са част от офертата;
 - 4.2. Текстът под линия не трябва да изопачава информация, дадена от аудио частта на рекламата, която има значение за потребителя и може да повлияе върху неговото поведение;
 - 4.3. Текстът под линия трябва да бъдат четим в обикновени условия на представяне;
 - 4.4. Ако текстът не се движи, той трябва да присъства на екран достатъчно време, за да може да бъде прочетен от потребителя по смисъла на т. 4.2;
 - 4.5. Ако текстът се движи, скоростта му трябва да е съобразена с възможността на потребителя да го прочете по смисъла на т. 4.2.
5. Текстове следва да бъдат съобразени едновременно със следните изисквания:
 - 5.1. Да са разположени хоризонтално с адекватен размер на буквите;
 - 5.2. В шрифт, който се чете лесно (шрифтът в цялата реклама не е нужно да е един и същ);
 - 5.3. В цвят, който контрастира с цвета на фона;
 - 5.4. С нормални отстояния между буквите.
6. Технически препоръки:
 - 6.1. Размерът на текста се определя от вертикалната му височина, измерена в съотношение с броя на телевизионни линии, които той заема;
 - 6.2. Текстът трябва да бъде с малки букви. Главни букви се използват когато граматическите правила го изискват;
 - 6.3. Текстът се препоръчва да бъде с височина 16 телевизионни линии или повече, но не по-малко от 14 линии. Ако се използва текст с височина 14 или 15 линии, той трябва да е поставен върху непрозрачен едноцветен фон;
 - 6.4. Текстът се препоръчва да тече със скорост не повече от 5 думи в секунда (0.2 секунди на дума);
 - 6.5. За да се изчисли скоростта на скрола, първо следва да се определи общия брой секунди, които биха били необходими за прочит на статичен текст. Движещият се текст следва да се задържи на видимата част на екрана също толкова време като се движи с постоянна и непроменлива скорост;
 - 6.6. Контрастът между текста и фона, що се отнася до цвят и яркост, трябва да позволява текста да се чете;

6.7. Движещият се текст под линия не трябва да започва едновременно със стартиране на самата реклама.

7. В случаите, в които горните правила са трудно приложими или спазването им налага рекламното съобщение да надхвърли обичайната продължителност и/или обем, рекламодателите следва по ясен, точен и недвусмислен начин да укажат за потенциалните потребители както необходимостта от подробно запознаване с условията на предложението, така и начинът, по който това може да стане.

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:

http://youtu.be/T5jL_kVaOrI