



РЕШЕНИЕ

№ 68 на ЕК от 13.07.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на играта «Пари на мига»)

София, 13.07. 2011 година

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 13 юли 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 № 174 от 02.06.2011 г. относно телевизионна реклама на играта «Пари на мига».

Жалба

На 2.6.2011 г. в НСС постъпва жалба от И. М. от гр. София, регистрирана под № 174, относно телевизионна реклама на играта «Пари на мига», определена като подвеждаща и заблуждаваща. В жалбата се казва, че е необходимо изпращане на безплатен СМС на телефон 181. След което следва втори с поискване на ЕГН! След което "безплатното" изпращане става на цена от 2.40 лв без ДДС, за да се участва в "надпреварата". Рекламата е подвеждаща, защото не е безплатна! Също така след регистрация се започва усилено изпращане на СМС-и по 8 на ден с използване на информация от ЕГН-то (получаване на хороскоп или друго). Рекламната кампания има нечетим текст в долната част на клипа и не информира потребителите.

Жалбоподателят не е представил доказателства и не се е позовал на текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. Жалбата може да бъде отнесена към следните текстове:

1.1. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото.

3.1. Търговската комуникация трябва да бъде изработена по такъв начин, че да не злоупотребява с доверието на потребителите и тяхната липса на опит или познания.

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.

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

7.1. Понятието „безплатно”, напр. „безплатен подарък” или „безплатно предложение”, когато това е разрешено от закона, трябва да се използва единствено:

а) когато предложението не включва абсолютно никакво задължение;

б) когато единственото задължение е да се заплатят разходите за:

- участие (съобщени предварително пощенски, нормално телефонно обаждане с фиксирана в офертата продължителност, разхода за изпращане на електронна поща, телефонно съобщение и пр.)

- изпращане и транспорт, които не трябва да надвишават приблизителните разходи, направени от маркетинг специалиста ;

- евентуално пътуване на потребителя, ако се изисква той лично да получи предложението.

В тези случаи задължението на потребителя трябва да е ясно обозначено и не трябва да има никакви други допълнителни разходи за опаковка и обработка.

На 6 юли 2011 г. в НСС постъпва аналогична жалба от П.С. от гр. Добрич, регистрирана под № 179. В жалбата се казва, че гражданката няколко пъти получава обаждания от телефонен номер 181. Никъде в записа, който трябва да се изслуша и да се отговори на разни въпроси не е упоменато, че с всеки отговор клиентът заплаща 2.40лв. Жалбоподателят счита, че с всяко входящо обаждане от 181 потребителят е поставен в заблуждение.

Не са представени доказателства и жалбоподателят не се е позовал на текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Жалбата може да бъде отнесена към посочените по-горе текстове от Етичния кодекс.

Процедура

Жалбата от И.М. и жалбата от П.С. относно телевизионна реклама на играта «Пари на мига» са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 3.6.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 91. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Ню Геймс” ООД. Становище е поискано и на 9 и 12.6.2011 г., но такова не е представено.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от И.М. и П.С. относно телевизионна реклама на играта «Пари на мига» за основателни по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Етичната комисия счита, че рекламата е в нарушение на следните текстове на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

1.1. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото.

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.

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

5.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или аудио или визуално представяне, които пряко или косвено, вкл. чрез неверни сведения или чрез изопачаване на факти, съзнателно премълчаване, неточност, двусмисленост, преувеличение и пр. е вероятно да заблудят или подведат потребителя, и по-специално, но не само по отношение на:

б) стойността на продукта и крайната цена, която потребителят трябва да заплати;

и) възможност за реализиране на бързи печалби.

7.1. Понятието „безплатно”, напр. „безплатен подарък” или „безплатно предложение”, когато това е разрешено от закона, трябва да се използва единствено:

а) когато предложението не включва абсолютно никакво задължение;

б) когато единственото задължение е да се заплатят разходите за:

- участие (съобщени предварително пощенски, нормално телефонно обаждане с фиксирана в офертата продължителност, разхода за изпращане на електронна поща, телефонно съобщение и пр.)

В тези случаи задължението на потребителя трябва да е ясно обозначено и не трябва да има никакви други допълнителни разходи за опаковка и обработка.

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация не е изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото, тя е подвеждаща и заблуждаваща, тъй като на практика безплатна се оказва само регистрацията в играта. Във връзка със съдържанието на търговското послание в сайта на играта www.181.bg се съдържа информация за условията за участие в тегленето на дневната печалба, в което участва всеки, който е отговорил правилно на поне един въпрос в рамките на деня, с точките спечелени през деня и всички прехвърлени точки от предните дни. При съпоставяне на тези условия със съдържанието на текста под линия в рекламата става очевидно, че възможността за печалба е свързана не само с регистрация в играта, която очевидно е безплатна и се извършва на телефон 181 (за всички мобилни оператори), а с посочването на верен отговор на въпрос, който се изпраща на друг номер, а именно 1811. Доколкото изпращането на СМС на номер 1811 е свързано със заплащането на цена от 2,40 лева е очевидно, че единствената възможност да се спечели в играта е свързана с извършването на разход, изразяващ се най-малко в стойността на 1 бр. СМС на номер 1811 (2,40 лева). В аудио-частта на рекламното съобщение се казва следното: «Пари на мига! С безплатен СМС на кратък номер 181 в същия момент можеш да спечелиш 10.000,00 лева и още над 260 моментни печалби...»

Със съдържанието си търговското съобщение въвежда в заблуждение, като оставя у зрителя впечатлението, че участието му в играта „Пари на мига” не изисква никаква престация, а само изпращане на СМС на номер 181. Авторите на рекламата явно разчитат, че участникът не се е запознал с условията, поднесени по неясен и заблуждаващ начин, или на това, че при по-късното узнаване на условието за заплащане, у участника е възбуден хазартен импулс.

В търговската комуникация "текстът под линия" е доста бърз и не позволява да бъде прочетен и взет предвид от потребителя. В рамките на 14 сек. от появяването до скриването на текста под линия (между 00:09 сек. и 00:23 сек.) се изписва следния текст, съдържащ 75 думи: «Регистрирайте се с безплатен СМС на номер 181 за абонати на всички мобилни оператори. Във всеки жребий участват отговорилите вярно на поне 1 въпрос за съответния период на

номера на играта 1811 цена 2,40 с ДДС. Участие могат да вземат само дееспособни лица над 18 години. Правилата може да прочетете на www.181.bg В предаването Пари на мига се теглят печалбите от играта СМС за милиони, организирана от „Ню Геймс” ООД и с разрешението на ДКХ”.

Изчислението показва, че скоростта на текста е от около 5,4 думи в секунда. В Препоръките на НСС по отношение на текстовете под линия, използвани в търговска комуникация, е установен стандарт от не повече от 5 думи в секунда, от което следва, че сама по себе си скоростта не трябва да се възприема като ограничаваща нормалното възприемане на текста. В същото време е очевидно, че текстът не може да бъде прочетен, заради несъобразяване с изискването на т. 5.3 от цитираните препоръки, касаещо контрастирането на цвета на текста с този на фона.

Поради тази причина, въпреки че скоростта на текста може да се приеме за съобразена с правилата за движещ се текст под линия, възможността на потребителя да го прочете е осуетена.

Рекламното съобщение нарушава изискванията на Кодекса за честност и правдивост на търговската комуникация, с което нарушава общественото доверие в рекламата и маркетинга и рекламата злоупотребява с доверието на потребителите, което я квалифицира като непочтена.

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.

Етичната комисия препоръчва на „Ню Геймс” ООД търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с нормите на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България и Препоръките по отношение на текстове, използвани под линия.

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/PjfsG6A5wVg>