



**РЕШЕНИЕ**

**№ 77 на ЕК от 08.12.2011 (Жалба относно телевизионна реклама Samsung Galaxy, продукт на „Хенди Тел” ЕООД)**

*София, 08.12. 2011 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на осми декември две хиляди и единадесета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Василиса Младенова  
Виолета Манолова  
Деница Сачева  
Емилиян Арнаудов  
Емилия Клайн  
Жанет Захариева  
Мария Гергова  
Мелания Рашева  
Мехти Меликов  
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Гриша Камбуров преписка, образувана по Жалба № 193 от 22.11.2011 г., относно телевизионна реклама Samsung Galaxy, продукт на „Хенди Тел” ЕООД.

**Жалба**

На 22.11.2011 г. в НСС постъпва жалба от М. Д. от гр.София, регистрирана под № 193, относно телевизионна реклама на Samsung Galaxy, продукт на „Хенди Тел” ЕООД, определена като подвеждаща и заблуждаваща. В жалбата се казва, че информацията под линия е написана с бели букви на черен фон, а скоростта е прекалено бърза за да може да бъде прочетена, което довежда по заблуждение на потребителите. Информацията под линия съдържа условие при изпълнението на което потребителят може да се възползва от цената на телефона - 69 лв. на месец. Условието е, че се сключва 2-годишен договор с абонаментен план Mtel SURF&TALK XL и предплащане на 2 месечни такси. Тази информация се получава в магазин на Handy, а не от телевизионната реклама.

Като доказателство жалбоподателят е представил линк на рекламния клип и се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.3.2. Съответните фактори, които е вероятно да повлияят върху решенията на потребителите, трябва да бъдат комуникирани по такъв начин и в такъв момент, че потребителите да имат възможност да ги вземат предвид.

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.

чл.5.6. Търговската комуникация не трябва да използва заблуждаващи съобщения за цени, за намаляване на цени и за други търговски условия при предлагане на продуктите.

## **Процедура**

Жалбата от М. Д. Относно телевизионна реклама Samsung Galaxy, продукт на „Хенди Тел” ЕООД е допустим а по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 22.11.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 101. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Хенди Тел” ЕООД, което постъпва в НСС на 06.12.2011 г.

## **Становище на ответната страна**

В становището се казва, че дружеството изразява несъгласие с твърдените от жалбоподателя нарушения на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. Предадената в телевизионната реклама информация е правдива и не въвежда в заблуждение потребителя нито по отношение на характеристиките на рекламирания продукт, нито по отношение на промоционалната цена и при какви условия стоката може да бъде придобита от потребителя именно на тази цена. Доказателство за това е именно информацията под линия, която изрично указва, че потребителите могат да придобият рекламирания мобилен апарат за промоционалната цена от 69 лв. Само с тарифен план Mtel Surf & Talk XL при подписване на 2-годишен договор и предплащане на 2 абонаментни такси. В конкретния случай зрителят е изрично уведомен от рекламирация търговец за условията, при които може да стане собственик на апарата. Зрителят не е въведен в заблуждение както по отношение на условието за придобиването на продукта, така и по отношение на цената на тази стока – съществени и важни компоненти от рекламната кампания, които са спазени и предадени на зрителя по един интересен, ясен и лесно за разбиране начин.

Предвид тъмния фон на визията на самата реклама съвсем целенасочено и за улеснение при разчитането и от зрителя, информацията под линия е предадена в бял цвят. Изписването на информацията по този начин е направено в полза на зрителите, за да може тази информация да бъде в изпълнение на чл.3.3 от Етичния кодекс – достатъчно ясна, видими, четлива и разбираема. Размерът на шрифта е адекватен както за нормалното му разчитане, така и за цялата визия на рекламата. Продължителността на информацията позволява тя да бъде прочетена и взета предвид при евентуалното формиране на решение за закупуване на стоката.

Всички фактори, които биха могли да повлияят върху решението на потребителите дали да се възползват от предложението за закупуване на мобилен апарат при изпълнение на условията, посочени в информацията под линия са комуникирани в съвкупност и по начин, който е лесен за разбиране, дава достатъчно информация, не въвежда зрителите в заблуждение по отношение на цената или търговските условия или по отношение на търговеца, който я предлага, цялата предоставена информация е правдива и отговаря на всички законови разпоредби, вкл. И на разпоредбите на Етичния кодекс. Още повече, че в текста под линия е посочено, че по-подробна

информация може да се получи на официалния интернет сайт на Хенди, както и в търговската мрежа на Хенди и Моби. В случая става въпрос за по-подробна информация от посочената в рекламния клип, а не както е посочено в жалбата, че информацията за съществените условия за придобиване на стоката на цена от 69 лв. с ДДС (сключване на договор за 2 години по посочения по-горе тарифен план и предплащане на 2 абонамента) могат да бъдат узнати от потребителя едва когато посети електронния сайт или съответния магазин.

Предвид гореизложеното дружеството счита, че няма нарушение на нито една от разпоредбите на Етичния кодекс. Твърденията на жалбоподателя за извършени нарушения са несъстоятелни и не почиват на действителната визия на рекламата, нито съответстват на цитираните в жалбата разпоредби на Етичния кодекс. Телевизионният клип е изготвен от рекламна агенция „ДДБ София“ ООД, с която дружеството има сключен договор от 01.03.2011 г. Готовият клип е представен за одобрение преди излъчването му и пред компетентните лица в съответните телевизионни канали, по които тече рекламата, които са одобрили същия във вида, в който се излъчва и не са направили забележки по отношение на конкретни детайли по представената им реклама или на клипа като цяло.

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбата за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия счита, че рекламата не е в нарушение на чл. 3.21 чл.3.3, чл.5.1 и чл.5.6, както и на други текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Относно твърдяно нарушение на чл.3.2: „Съответните фактори, които е вероятно да повлияят върху решенията на потребителите, трябва да бъдат комуникирани по такъв начин и в такъв момент, че потребителите да имат възможност да ги вземат предвид“. В търговската комуникация е налице необходимата релевантна информация по отношение на предлагания продукт, въз основа на която лицето да направи информиран избор. Подробно се описват условията за получаване на продукта, като дори са описани абонаментните планове, съпътстващи предоставянето на мобилния телефон.

Относно твърдяно нарушение на 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“. Още при първоначален преглед е видно, че търговската комуникация не нарушава разпоредбата на чл.3.3 от ЕК, нито специалните правила, които се съдържат в препоръките, приети от Етичната комисия. Скоростта на движение на текста позволява неговото нормално прочитане и разбиране. Размерът и контрастът са добре подбрани и позволяват оптимални условия за приемане на текста и посланието от него.

Относно твърдяно нарушение на чл.5.1: „Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение“. Няма елементи – визуални, аудио или текстови, които могат да въведат в заблуждение зрителите. Цялостното послание е изчистено и ясно комуникирано.

Относно твърдяно нарушение на чл.5.6: „Търговската комуникация не трябва да използва заблуждаващи съобщения за цени, за намаляване на цени и за други търговски условия при предлагане на продуктите“. Няма нарушение, тъй като търговската комуникация ясно указва на потребителите, че те могат да придобият мобилния апарат на промоционална цена от 69 лв. само с тарифен план, при подписване на 2-годишен договор и предплащане на две абонаментни такси.

С оглед избягване на евентуално нарушение на чл.3.3 от Етичния кодекс Етичната комисия препоръчва на „Хенди Тел” ЕООД в бъдещите си търговски комуникации да прилагат Препоръките по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация.

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.

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/sFZjInswvNU>

**ТАГОВЕ:**

Хенди Тел” ЕООД, Samsung Galaxy, чл.3.2, 3.3, 5.1, 5.6