



РЕШЕНИЕ

№ 91 на ЕК от 16.02.2012 (Жалба относно рекламни листовки на «Нет 1» ЕООД за високоскоростен интернет)

София, 16.02.2012 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на шестнадесети февруари две хиляди и дванадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

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

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Мехти Меликов преписка, образувана по Жалба № 230 от 17.01.2012 г. относно рекламни листовки на „Нет 1” ЕООД за високоскоростен интернет.

Жалба

На 17 януари 2012 г. в НСС постъпва жалба от И.Т. от гр. София, регистрирана под № 230, относно рекламни листовки на „Нет 1” ЕООД за високоскоростен интернет.

На основание чл.12.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Председателят на Етичната комисия (ЕК) е определил за докладчик по преписката члена на ЕК Мехти Меликов.

Жалбата се отнася до рекламна кампания на телекомуникационния доставчик „Нет 1” ЕООД (www.net1.bg), валидна към 13.01.2012 г. със срок до 31.01.2012 г., в рамките на която се предлага услугата „оптичен интернет”.

Предоставеното от жалбоподателя доказателство е рекламна листовка, която представя услугата като „оптичният интернет с най-висока скорост на най-ниска цена”. Офертата касае интернет достъп със скорост от 35 Mbps международен и национален трафик за 10 лева на месец.

С дребен шрифт в листовката се предоставя допълнителна информация, според която цената от 10,00 лева се заплаща през първата година при подписване на двугодишен договор, като за втората година месечната цена е 20,00 лева.

Жалбоподателят прави съпоставка на скоростта и цената на предлаганата от „Нет 1” ЕООД услуга „достъп до интернет” с услугата, предоставяна от MTel съвместно с Megalan Network и Spectrum Net, а именно достъп до интернет със скорост 100 Mbps за 14,90 лева на месец.

При сключен договор преди 31.01.2012 г. от МТел предлагат неограничен достъп до интернет чрез оптично влакно със скорост 1Gbps, като след изтичане на промоционалния период, скоростта става 100 Mbps.

Жалбоподателят установява средна месечна цена за услугата на „Нет 1” ЕООД от 15,00 лева^[1], като я съпоставя с тази, която предлага доставчикът МТел – 14,90 лева. Сравнение се прави и по отношение на скоростта на предоставяния достъп - 35 Mbps при „Нет 1” ЕООД и 100 Mbps – при МТел.

Предвид наличните за същия период оферти, жалбоподателят достига до извода, че предлаганият от „Нет 1” ЕООД интернет достъп не е нито „най-евтин”, нито „най-бърз”. Това е и основанието НСС да бъде сезиран за нарушение на Етичния кодекс, като жалбоподателят посочва следните текстове:

1.4. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с надлежно чувство за професионална отговорност и трябва да отговаря на принципите за лоялна конкуренция.

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:

а) характеристики на продукта, които са от съществено значение, т.е. вероятно е да повлияят върху избора на потребителя, като например: състав, потребителски свойства, количеството, качеството, производителя, продавача; начина, мястото и датата на производство; източника и начина на придобиването или на използването; ефективност и производителност, търговски или географски произход, въздействие върху околната среда и пр.;

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.

6.1. Когато търговската комуникация употребява технически и научни данни, напр. резултати от изследвания или цитати от технически и научни публикации, те трябва да могат да бъдат потвърдени и подкрепени с доказателствен материал.

8.1. Данни и описания, използвани в търговската комуникация, са подлежащи на проверка и трябва да могат да бъдат доказани.

8.2. Такива доказателства трябва да бъдат на разположение, така че да могат да бъдат предоставяни в разумен срок и при поискване на органите за саморегулация, отговорни за приложението на Кодекса.

10.3. Критериите за подбор на елементите за сравнение трябва да са ясни и елементите на сравнението трябва да се основават на честно подбрани, релевантни и подлежащи на доказване факти.

Процедура

Жалбата от И.Т. от гр. София относно рекламни листовки на „Нет 1” ЕООД за високоскоростен интернет е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 17 януари 2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 123. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Нет 1” ЕООД. Искане за предоставяне на становище е отправено отново на 23.01.2012 г., както и на 30.01.2012 г. Към момента на постановяване на настоящото решение становище на ответната страна не е постъпило.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от И.Т. от гр. София относно рекламни листовки на „Нет 1” ЕООД за високоскоростен интернет за основателна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

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

Извън информацията, публикувана в предоставеното от жалбоподателя копие на разпространявана от „Нет 1” ЕООД рекламна листовка, представяне на услугата „достъп до интернет” се съдържа и на интернет-страницата на доставчика – www.net1.bg.

На интернет-страницата си, дружеството рекламира предоставяните услуги за достъп до интернет като „изключително конкурентни абонаментни планове, съобразени с възможностите на всички потребители“. Доставчикът предлага на домашните потребители четири абонаментни плана с различни параметри, с разлика в скоростта и цената на осигурявания достъп.

За постигане на предлаганата в рекламната листовка скорост от 35 Mbps клиентите следва да се абонират за план ОПТИК 30, чиято цена е 30,00 лева на месец. Цената от 15,00 лева (средномесечна цена за периода на договора), предлагана в листовката, не е постижима дори при най-евтиния план – ОПТИК 10, чиято цена е 20,00 лева.

Във всички планове на доставчика, предназначени за домакинства^[2], скоростта на download и upload се различава, като съотношението е 3/1 както за национален, така и за международен трафик.

По отношение на офертите на конкуренти

Проучването потвърди предлаганата от МТел услуга „достъп до интернет”, рекламирана като „високоскоростен интернет за дома”, със следните параметри:

- 100 Mbps за 14,90 лева на месец и
- 50 Mbps за 6,00 лева на месец

Услугите се предоставят съвместно с Megalan Network и Spectrum Net по технология оптика до сградата или оптика до дома (FTTB, FTTH).

Предвид нормите от Етичния кодекс, на които се е позовал жалбоподателят, свързани с „правдивост“ на търговската комуникация и съответно забраната за въвеждане в заблуждение, идентифицирането на оферта като тази на MTel, която изпреварва по характеристиките „скорост“ и „цена“ предлаганата от „Нет 1“ ЕООД услуга, следва да се приеме за достатъчно от гледна точка на доказването на достоверността на твърденията на рекламодателя и следователно възможността съобщението да въведе в заблуждение.

Горното е очевидно и във връзка с факта, че MTel е популярен телекомуникационен доставчик, чиито интернет услуги носят качеството на придобитите Megalan и Spectrum Net. От това следва, че предлаганите от MTel услуги получават достатъчно широка известност, като не може да се предположи, че „Нет 1“ ЕООД нямат обективната възможност да се информират и съобразят рекламните си послания с пазарната реалност.

Предвид наличието на популярен доставчик, чиято оферта изпреварва тази на „Нет 1“ ЕООД както по отношение на скоростта на услугата „достъп до интернет“, така и по отношение на цената, може да се направи обоснован извод, че съдържанието на търговското съобщение на „Нет 1“ ЕООД, което промотира „оптичния интернет с най-висока скорост на най-ниска цена“, не отговаря на пазарната реалност като въвежда потребителите в заблуждение.

В тази връзка може да се приеме, че разпространяваната от „Нет 1“ ЕООД рекламна комуникация под формата на рекламна листовка представлява нарушение на следните текстове на Етичния кодекс:

1.4. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с надлежно чувство за професионална отговорност и трябва да отговаря на принципите за лоялна конкуренция.

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:

а) характеристики на продукта, които са от съществено значение, т.е. вероятно е да повлияят върху избора на потребителя, като например: състав, потребителски свойства, количеството, качеството, производителя, продавача; начина, мястото и датата на производство; източника и начина на придобиването или на използването; ефективност и производителност, търговски или географски произход, въздействие върху околната среда и пр.;

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.

Като несъотнесими към разглеждания случай могат да се отнесат следните разпоредби на Етичния кодекс:

6.1. Когато търговската комуникация употребява технически и научни данни, напр. резултати от изследвания или цитати от технически и научни публикации, те трябва да могат да бъдат потвърдени и подкрепени с доказателствен материал.

8.1. Данни и описания, използвани в търговската комуникация, са подлежащи на проверка и трябва да могат да бъдат доказани.

8.2. Такива доказателства трябва да бъдат на разположение, така че да могат да бъдат предоставяни в разумен срок и при поискване на органите за саморегулация, отговорни за приложението на Кодекса.

10.3. Критериите за подбор на елементите за сравнение трябва да са ясни и елементите на сравнението трябва да се основават на честно подбрани, релевантни и подлежащи на доказване факти.

Гореизброените норми на Етичния кодекс следва да се считат за неприложими, доколкото няма основание елементите „скорост на връзката” и „цена на услугата” да се определят като неясни, нерелевантни или неподлежащи на доказване.

В резултат на извършената проверка и анализ на материалите по преписката, Етичната комисия на основание чл.17.2 „а” във връзка с чл.6.1 „а” прие, че разпространяваната от «Нет 1» ЕООД рекламна листовка със съдържание „оптичният интернет с най-висока скорост на най-ниска цена”, посочваща скорост от 35 Mbps и средномесечна цена от 15,00 лева за срок от две години, нарушава следните норми на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

1.4. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с надлежно чувство за професионална отговорност и трябва да отговаря на принципите за лоялна конкуренция.

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:

а) характеристики на продукта, които са от съществено значение, т.е. вероятно е да повлияят върху избора на потребителя, като например: състав, потребителски свойства, количество, качество, производител, продавач; начин, място и дата на производство; източник и начин на придобиването или на използването; ефективност и производителност, търговски или географски произход, въздействие върху околната среда и пр.;

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.

Предвид изтичането на срока на рекламната комуникация (31.01.2012 г.), по отношение на която Етичната комисия към НСС установява извършено нарушение и липсата на доказателства, че практиката продължава в рамките на сходна рекламна комуникация на доставчика „Нет 1” ЕООД, не е налице основание да се търси прекратяване на нарушението, като същото се счита за прекратено.

Съгласно чл.17.5. 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 да се изпрати на Комисията за защита на конкуренцията.

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:

