

РЕШЕНИЕ

№ 92 на ЕК от 16.02.2012 (Жалба относно рекламни банери, с които се рекламира финансов продукт “Credissimo” на „Глобекс Финанс” АД)

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 Арнаудов
Емилия Клайн
Жанет Захариева
Мария Гергова
Мелания Рашева
Мехти Меликов
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Румяна Карлова преписка, образувана по Жалба № 237 от 19.01.2012 г., относно рекламни банери, с които се рекламира финансов продукт “Credissimo” на „Глобекс Финанс” АД.

Жалба

На 19 януари 2012 г. в НСС постъпва жалба от СТ. от гр. София, регистрирана под № 237, относно рекламни банери, с които се рекламира финансов продукт “Credissimo” на „Глобекс Финанс” АД.

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 Румяна Карлова. Към жалбата като доказателство е приложен един файл със снимка на рекламния банер. Според жалбоподателя са нарушени следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

т. 4.1. Търговската комуникация трябва да уважава всички аспекти на човешкото достойнство и

т. 4.4. Търговската комуникация не трябва да се възползва от чувството на страх, или от нещастие или страдание, без основателна причина.

Съображенията в тази посока са, че рекламният банер е обиден и се опитва да наложи в потребителите чувство на вина, че не могат да си позволят подарък за най-близките.

Процедура

Жалбата от С.Т. от гр. София относно рекламни банери, с които се рекламира финансов продукт "Credissimo" на „Глобекс Финанс“ АД е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 21 януари 2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 129. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Глобекс Финанс“ АД, което постъпва в НСС на 31.01.2012 г. Становището е подписано от изпълнителния директор на дружеството – г-н Константин Кръстев.

Становище на ответната страна

В становището се посочва, че дружеството „Глобекс Финанс“ АД след направено допитване до водещи адвокатски кантори, клиенти на компанията, както и потребители, е стигнало до заключението че проведената реклама не нарушава етичните правила. Споменава се, че до момента компанията не е получавала оплаквания от потребители и/или клиенти във връзка с проведената реклама. Няма данни потребител да се е почувствал засегнат от даден аспект от нея. Предметът на дейност на дружеството е оказване на помощ в непредвидени ситуации. Рекламата отразява именно това, без да обижда.

В отговора се посочва, че дружеството не ползва услугите на рекламна агенция, а работи с консултанти и дизайнери на свободна практика. Въпреки всичко, изпълнителният директор изразява извинение от името на Дружеството на засегнатия потребител – жалбоподател и подчертава, че няма да допусне реклама на дружеството да обижда дори и един български потребител, доколкото спазването на етичните норми, правила и уважаването на човешкото достойнство е висша ценност, която трябва да бъде съхранявана и опазвана.

В писмото се посочва също така, че всички реклами свързани пряко или косвено с предмета на жалбата са премахнати и дружеството няма да използва елементи от нея никога повече.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от С.Т. от гр. София относно рекламни банери, с които се рекламира финансов продукт "Credissimo" на „Глобекс Финанс“ АД, 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.

„Глобекс Финанс“ АД е основано през 2007 г. с предмет на дейност в областта на небанковото потребителско кредитиране и е регистрирано от Българска Народна Банка като финансова институция. Credissimo е запазена търговска марка на Дружеството и под това наименование се предлагат различни продукти: credissimo плюс; credissimo до заплата; credissimo пенсионер. Дружеството предлага също така безплатни съвети и консултации, свързани с кредитирането. Процесът от разглеждането на заявлението за заем до получаването на желаната сума отнема по твърдения на сайта на дружеството - до 20 минути. За улеснение на потребителите на сайта се предлага т. нар. „бърза форма“.

На сайта на дружеството ясно е посочено, че то представлява небанкова финансова институция, лицензирана в ЕС, посочени са размерите на възможния за отпускане заем при трите продукта, срокът и начинът за връщане на заетата сума, както и оскъпяването, което зависи от различни фактори.

От фактическа страна бе установено, че изображението на процесната реклама включва млади мъж и жена, като над главата на жената е изобразено балонче в типичния за комиксите стил, предназначено да покаже за какво мисли или какво казва героя. В балончето е изобразена украсена Коледна елха с опаковани под нея подаръци и две малки деца, облечени в коледни костюми, които отварят подаръците. В горната лява част на изображението стои следният надпис: „Те ще им купят подарък. Утре! Жалко, че Коледа е днес“. Мъжът на снимката държи в ръцете си отворен портфейл, а жената е вдигнала рамене, като израженията и на двамата изразяват загриженост.

Очевидно рекламата цели да внуши усещането, че в случай на недостиг на пари, рекламиращото дружество предлага бърз и лесен кредит, който може да помогне в критичен момент. Внушението се подсилва от изобразената мисъл за децата, които очакват подаръци за Коледа, както и от надписа, от който става ясно, че в някои случаи разходите са неотложни, тъй като празникът е в точно определен момент и не може да бъде променен.

Етичната комисия счита, че разпоредбите на чл. 4.1. и чл. 4.4. не са нарушени в случая, поради следните аргументи:

Съгласно чл. 4.1. търговската комуникация трябва да уважава всички аспекти на човешкото достойнство. В условията на глобална икономическа и финансова криза, а и не само в такъв период, всяко лице може да изпадне в ситуация, в която да не разполага с достатъчно финансови средства за задоволяване на належащите си нужди. Извън това, често срещана ситуация е, при желание за покупка на вещи или имоти, на висока стойност, лицата да прибягват до заеми. Сама по себе си подобна ситуация не е по никакъв начин обидна или унижителна. Причината да се прибегне до заем не означава непременно неспособност на съответното лице да осигури нужните му финансови средства. Напротив, кредитирането често е спомагателен инструмент, който дава възможност за по-добро бъдещо планиране на бюджета на дадено лице или домакинство за набавяне на придобивки на голяма стойност, която не е налична в момента, но може да бъде регулярно погасявана в бъдеще и т.н. Да се твърди или изхожда от презумпцията, че всяко лице прибягнало до заем по някакъв начин поставя себе си

в обидна ситуация, която унижава личното му достойнство, означава се да приеме, че всички банкови и небанкови финансови институции извършват по занятие дейност, унижаваща човешкото достойнство. Подобно твърдение само по себе си е абсурдно и невярно. Още повече, че в конкретния случай става въпрос за малки заемни суми (максимум до 1000 лв.), към каквито може да се прибегне по най-различен повод и не само когато лицето не разполага с парични средства. Един от хипотетичните примери в тази насока е когато дадено лице е направило срочен депозит, който не желае да нарушават предсрочно, но в същото време разполага с достатъчно доходи, които ще му позволят безпрепятствено да погасява взетата на заем сума.

Съгласно чл. 4.4. „Търговската комуникация не трябва да се възползва от чувството на страх, или от нещастие или страдание, без основателна причина.“

От изложените по-горе съображения се налага извод, че конкретната изобразена на рекламната ситуация не предизвиква подобни усещания. Конкретното твърдение в жалбата е, че рекламната налага на потребителите чувство на вина, че не могат да си позволят подарък за най-близките. Както стана ясно нуждата или желанието да се прибегне към кредит в конкретен момент, може да е свързано с различни ситуации, които могат да нямат нищо общо с изпитване на вина.

Нещо повече – конкретно обсъжданата разпоредба съдържа в хипотезиса си настъпване на чувство на страх или възползване от нечие нещастие или страдание. Нито един елемент от рекламното изображение не дава основание да се направи подобен извод. Мъжът и жената на рекламната не изразяват по никакъв начин страх, нито чувство за вина. Още по-малко снимката на Коледната елха, подаръците под нея, празничното облекло на децата или това на родителите им дават повод да се мисли за нещастие или страдание. Напротив, изображението като цяло показва едно нормално, средностатистическо семейство с млади и симпатични родители и малките им деца, които се забавляват в празнична обстановка.

Надписът от своя страна „Те ще им купят подарък. Утре! Жалко, че Коледа е днес“, започва с изявлението, че те (родителите) ще купят подаръци на своите деца, което не внушава съмнение, че това така или иначе ще стане, т.е. те могат да си го позволят. Връзката между изображението и услугите, които предлага и рекламира „Глобекс Финанс“ АД се открива във втората част на надписа, която набляга на неотложността на нуждата от пари в дадена ситуация, каквата е конкретно Коледа. По този начин се набляга на бързината, с която „Глобекс Финанс“ АД може да реагира и което се постига от споменаването на Утре (когато настъпва събитието) и Днес (когато това е осъзнато и се появява нуждата от средства).

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 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:

