



## НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

### ЕТИЧНА КОМИСИЯ

#### РЕШЕНИЕ

№ 196 на ЕК от 22.01.2015 (Жалба относно рекламен каталог на Мобилтел АД)

*София, 22.01.2015*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на двадесет и втори януари 2015 г. в състав:

**Председател:** Румяна Карлова

**Членове:** Виолета Манолова  
Десислава Димова  
Елена Караколева  
Жени Павлова  
Калина Петрова  
Красимир Папазов  
Кристиана Чакърлова  
Мария Гергова  
Маша Гавраилова  
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12539 от 07.01.2015 г. относно рекламен каталог на Мобилтел АД – М-тел.

#### **Жалба**

На 07.01.2015 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Н.К.от гр.София относно рекламен каталог на Мобилтел АД – М-тел.

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 Елена Караколева

Жалбата се отнася до рекламен каталог на „Мобилтел“ АД – М-тел, който е част от коледната промоционална кампания с рекламно послание «до -300лв. от тарифните ни планове и до -300лв. от смарт устройства», която се провежда в периода 17.11.2014г.-31.01.2015г.

Жалбоподателят изразява становище, че търговската комуникация въвежда в заблуждение потребителите поради различия в офертите, предлагани от „Мобилтел“ АД в рекламния каталог и тези, предлагани на сайта на компанията.

## Процедура

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 07.01.2015 г. е открита процедура, регистрирана под № 228. На 07.01.2015 г. е поискано становище от ответната страна – „Девин“ АД, което постъпва в НСС на 14.01.2015 г.

### Становище на ответната страна

Становището е подписано от г-жа Петя Стоянова – Директор „Маркетинг комуникации“. В него се посочва, че в рамките на периода на промоцията процесният каталог е отпечатан три пъти и разпространен както следва:

15% от общия тираж – разпространен на 17.11.2014г.;

75% от общия тираж – разпространен на 24.11.2014г.;

10% от общия тираж – разпространен на 18.12.2014г.

Ответната страна потвърждава, че в последното издание е допусната техническа грешка от агенцията, на която е възложено изработването на каталога. В резултат на това в каталога са посочени оферти, които не съответстват на действителните цени, оповестени от „Мобилтел“ АД в ценоразписа в интернет, в онлайн каталога и магазинната мрежа на ответната страна.

Ответната страна обръща внимание, че на потребителите изрично е указано, че са възможни пропуски като в допълнителните условия, които придружават информацията за съответната оферта в каталога, е посочено следното: *„Мтел не носи отговорност за допуснати печатни грешки“* и като насочва потребители да получат допълнителна информация от сайта и от магазините.

Ответната страна потвърждава, че след установяване на несъответствието са предприети незабавно мерки за изтегляне на съответния тираж.

В заключение ответната страна заявява, че при осъществяване на дейността си винаги се стреми да прилага стриктно разпоредбите на действащото законодателство и влага усилия и ресурси за осигуряване на съответствие.

С оглед на гореизложеното дружеството счита жалбата за неоснователна и като такава следва да бъде оставена без уважение.

### Решение

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

Етичната комисия обсъди искането на Александър Гагов за самоотвод по съответната преписка. След проведена дискусия и с оглед заявеното желание на члена на комисията да не участва в обсъждането на преписката, Комисията реши, че основанията за отвод са налице и прие същия.

## Мотиви

Предвид съдържанието на жалбата и признаване наличието на несъответствия от ответната страна, за нарушен следва да се счита чл. 5.1. от Кодекса на НСС, по повод изискването търговската комуникация да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

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

Всяка търговска комуникация следва да отговаря на определени критерии с оглед бизнес етиката в комуникацията, като едно от най-важните правила е тази комуникация да е вярна и да не води до заблуда на крайния потребител. Когато даден неинформиран потребител посети търговски обект на „Мобилтел“ АД, там той няма достъп до интернет, а само до брошурата. Брошурата няма друга функция освен да информира потребителя така, че той да може да вземе информирано решение, без да бъде подвеждан от липсата на предишен опит или от липсата на съществена информация. При това положение всеки потребител, който разчита на информацията в брошурата, ще бъде подведен относно цените на предлаганите стоки и услуги. Това че потребителят ще бъде уведомен от оператора за допуснатата грешка в каталога не освобождава рекламодателя от задължението да доведе тази съществена информация до всички потребители, включително тези, които нямат достъп до и не ползват интернет. Като пропуска да направи това операторът злоупотребява с липсата на опит на потребителите и ги въвежда в заблуждение.

Въпросната търговска комуникация от една страна - се осъществява в „сезона на промоциите“ – в навечерието на коледните и новогодишните празници, когато у потребителите се създава очакването за големи намаления и много подаръци, а от друга страна - се акцентира и върху един от най-новите и желани продукти в сферата на мобилните устройства. ЕК не изключва възможността от допускане на технически (печатни) грешки, но в случая става въпрос за няколко грешки свързани със съществени условия на отправените оферти, като тяхната съвкупност буди съмнение относно това, че същите са по вина на агенцията, която е изработвала каталога. Но дори тази информация да е вярна, това не освобождава рекламодателя от отговорност, доколкото грижата на добрия търговец предполага проверка на подготовения за печат екземпляр. Следва също така да се отбележи, че ответната страна твърди, че след установяване на несъответствието са предприети незабавно мерки за изтегляне на съответния тираж, но е факт, че „сгрешени“ рекламни материали все още се разпространяват в офисите на „Мобилтел“ АД и продължават да водят до заблуда на потребителите, което очевидно сочи, че дружеството, не е положило достатъчни усилия и средства да предотврати този риск. Една компания от ранга на „Мобилтел“ АД и притежаващ ресурса ѝ би следвало да подходи с по – голяма отговорност не само по отношение допускане на пропуски, но също така и с оглед ограничаване разпространението им.

В допълнение ЕК подчертава, че указанието, съдържащо се в каталозите относно „възможни пропуски“ и отпадане на отговорността при допуснати печатни грешки, не оневинява рекламодателя. Съществува разлика между „пропуски“ и наличието на грешки относно съществени условия на предлаганите оферти (като например тяхната цена), а както бе посочено и по-горе, съвкупността от няколко сходни грешки в един и същ каталог следва да се носи и от страна на рекламодателя.

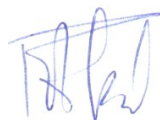
Поради изложените по-горе съображения Етичната комисия приема, че в случая е налице търговска комуникация, която съдържа невярна и непълна информация, която е в състояние да подведе и заблуди средния потребител. В случая е без значение дали реално се е стигнало до извършване на покупка вследствие на такава заблуда, доколкото ЕК обявява за нарушение поведение, което е вероятността да доведе до настъпване на заблуда.

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодатели и рекламни агенции да се възползват активно от възможността за *Copy Advice*, доколкото основната цел на НСС не е санкционна, а превантивна и е насочена не само към своевременно и ефективно отстраняване от пазара на всякакви форми на нарушения, но и към недопускане на такива.

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.

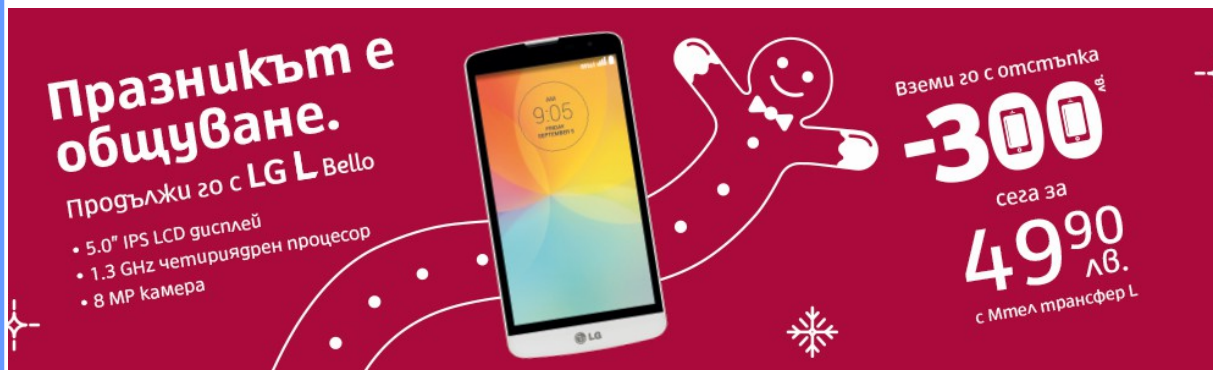
Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:



(п) Румяна Карлова

#### ПРИЛОЖЕНИЕ:



**Празникът е  
общуване.**  
Продължи го с **LG L Bello**

- 5.0" IPS LCD дисплей
- 1.3 GHz четирияврен процесор
- 8 MP камера

Взemi 20 с отстъпка  
**-300** лв.  
сега за  
**49<sup>90</sup>** лв.  
с Мтел трансфер L