



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 267 на ЕК от 28.06.2018 г. (Жалба относно телевизионна реклама на МЕТРО Кеш енд кери България ЕООД)

София, 28 юни 2018 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 28.06.2018 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Горанова
Василиса Иванова
Виолета Манолова
Ева Петрова
Екатерина Димитрова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Жулева
Красимир Папазов
Маша Гавраилова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12675 от 13.04.2018 г. относно телевизионна реклама на МЕТРО Кеш енд кери България ЕООД.

Жалба

На 13.04.2018 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Г.Т. относно телевизионна реклама на МЕТРО Кеш енд кери България ЕООД. Жалбоподателят заявява, че на 11 април е видял ТВ реклама за промоция на телефон Нокиа 105 в магазините на МЕТРО. Периодът на промоцията е обявен от 13 до 15 април 2018 г. Жалбоподателят твърди, че е Служител на МЕТРО (Христина Павлова) го е информирал, че външен доставчик не е доставил телефона и затова не е наличен. Според жалбоподателят, той е въведен в заблуда, за да посети магазина.

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 Александър Гагов.

Процедура

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

На 16.04.2018 г. е открита процедура, регистрирана под № 307. На 16.04.2018 г. е поискано становище от ответната страна – МЕТРО Кеш енд кери България ЕООД, което постъпва в НСС на 23.04.2018 г.

Етичната комисия обсъди предложението на член на комисията за отвод на Екатерина Димитрова по съответната преписка. След проведена дискусия Комисията реши, че основанията за отвод са налице.

Становище на ответната страна

В становището се посочва, че процесната ТВ реклама е част от рекламна кампания на МЕТРО, наречена Top10, комуникираща 10 продукта на промоционални цени. Медиите, използвани за популяризиране на кампанията, са аудио, ТВ и интернет. Всяка подобна кампания е валидна за всички обекти на рекламодателя, в рамките на 3 дни – петък, събота и неделя. В становището на МЕТРО се признава, че продажбите на рекламирания телефон Нокиа 105 в обекта МЕТРО 2 на бул. Сливница 182 в София, са започнали със закъснение, поради забавяне на доставката от страна на куриерската фирма ЕКОНТ. Промоционалните телефони са били налични в обекта едва в 11:00ч. На 13 април 2018г. Според МЕТРО в рамките на 13 април 2018 са продадени всички разпределени 45 броя промоционални Нокиа 105, поради което е направена нова доставка на 14 април с още 30 телефона, от които до края на промоционалния период са продадени 19 бр.

В становището на МЕТРО се посочва, че жалбоподателят е трябвало да се обърне към управителя на магазина, за да бъде осигурен телефонът веднага след пристигането му в обекта. Според МЕТРО с комуникацията на телефон Нокиа 105, те по никакъв начин не са въвели клиентите си в заблуждение.

Решение

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

Мотиви

Конкретните текстове от Етичния кодекс, към които могат да се отнесе искането на жалбоподателя са:

- Чл.1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.
- Чл.5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

Рекламният клип, обект на жалба номер 12675, комуникира Топ 10 на офертите в МЕТРО от петък до неделя. Наред с останалите 9 продукта от рекламата е и мобилен телефон Нокиа 105. На кадъра с телефона е посочен промоционален период “От 13 до 15 април”, технически характеристики на апарата – “2 SIM карти, до 15 часа време за разговори, FM радио”, цена “29.99 лв. с ДДС”. С дребен шрифт пише “Снимките са илюстративни. Важат изключения/ограничения. Входът в МЕТРО е разрешен само с валидна клиентска карта.”

В рекламата недвусмислено са посочени параметрите на промоцията на телефон Нокиа 105 – модел, период, цена. Според становището на МЕТРО, промоционалният артикул е бил наличен навреме във всички обекти на компанията, като единствено изключение прави МЕТРО 2, където е пристигнал със закъснение. Коректната търговска практика изисква наличието на промоционалните стоки в началото на обявения период, но не може да твърдим, че в този случай има въвеждане в заблуждение чрез рекламата. Рекламираният артикул е бил наличен в останалите магазини на МЕТРО, както и няколко часа по-късно в посещения от жалбоподателя обект, според посочените в рекламата условия.

Въпреки това Етичната комисия препоръчва МЕТРО Кеш енд кери България ЕООД да обърне сериозно внимание на осигуряването на навременни наличности от рекламираните стоки, за да се избегнат подобни случаи.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия счита, че търговската комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария.

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.

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:

<https://youtu.be/-2KcjFklhQs>