



РЕШЕНИЕ

№ 255 на ЕК от 18 април 2017 (Жалба относно външна реклама и радио-кампания на „Меблик България“ ЕООД - „Само през март купи без ДДС, Меблик – мебели за деца”)

София, 18.04.2017 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на осемнадесети април 2017 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Горанова
Виолета Манолова
Елена Караколева
Жени Павлова
Ивайло Бурков
Калина Жулева
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристияна Чакърлова
Маша Гавраилова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12650 от 28.03.2017 г. относно външна реклама и радио-кампания на „Меблик България“ ЕООД - „Само през март купи без ДДС, Меблик – мебели за деца”)

Жалба

На 28.03.2017 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от С.Б. относно външна реклама и радио-кампания на „Меблик България“ ЕООД - „Само през март купи без ДДС, Меблик – мебели за деца”).

Жалбоподателят твърди, че рекламната кампания е подлъгваща, спрямо потенциалните клиенти и нелоялна спрямо конкурентите на рекламодателя. Според жалбоподателя използваният в рекламата израз „Купи без ДДС“ е в състояние да заблуди потребителите, че могат легално да закупят каквато и да е стока, предлагана им от юридическо лице (търговец), без да заплащат дължимият данък при всяко извършено данъчно събитие.

Жалбоподателят не е посочил конкретно нарушени текстове от Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

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 Ивайло Бурков.

Процедура

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

На 28.03.2017 г. е открита процедура, регистрирана под № 295. На 28.03.2017 г. е поискано становище от ответната страна – „Меблик България“ ЕООД, което постъпва в НСС на 31.03.2017 г.

Становище на ответната страна

От името на ответната страна в НСС е постъпило становище, подписано от Константин Генчев – пълномощник. Становището навежда доводи за неоснователност на жалбата. Ответникът твърди, че подобни промоционални кампании от типа „Купи без ДДС“ са провеждани и преди от други търговци на територията на Република България.

Ответникът посочва, че върху билбордовете е поставен надпис, указващ срока на промоцията и уточнението – „Стойността на отстъпката е равна на Данък Добавена Стойност на продуктите“. Радио-клипът от своя страна завършва със същото послание. Според ответника изразът „Стойността на отстъпката е равна на Данък Добавена Стойност на продуктите“ представлява „насочващо рекламно послание“, имащо за цел информиране на потребителите за провежданата кампания и да ги насочи към интернет страницата на Меблик и към магазинната мрежа, където ясно и точно са показани пълните условия на промоцията.

Ответникът твърди, че на няколко места в магазина, както и на мястото за обслужване на клиенти са поставени информационни табели, включващи всички условия на провежданата промоция, в т.ч. и необходимостта да бъде извършена покупка на стойност равна или по голяма от 1000лв. за получаване на отстъпка.

Пълната информация за промоцията не е възможно да бъде поместена в краткия радио-клип, а изписването върху билбордовете на всички условия на промоцията е невъзможно.

Решение

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

Мотиви

С оглед съдържанието на жалбата, за относими могат да се считат следните разпоредби от Етичния кодекс:

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:

б) стойността на продукта и крайната цена, която потребителят трябва да заплати;

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.

Рекламната кампания е провеждана в радио и на билбордове (външна реклама).

В радио-клипа се казва: *„Разбий системата. Купувай детски мебели от Меблик и спестявай начисленото ДДС. Meblik.bg. Промоцията е валидна през м. март. Отстъпката е равна на начисленото ДДС.“*

Визията, използвана за билборд-рекламата, съдържа рисунка на момче-каратист и надпис с едър шрифт: *„Само през март. Купи без ДДС. Логото на Meblik. Мебели за деца.“* Най-долу на визията, със ситен шрифт е изписано: *„Промоцията е валидна от 01.03.2017 г. до 31.03.2017 г. Стойността на отстъпка е равна на Данък Добавена Стойност на продуктите.“*

След като анализира рекламната кампания на Меблик, подадената жалба и становището на ответната страна, Етичната комисия е на мнение, че рекламната кампания на Меблик е насочена към пълнолетните български граждани, които формират основната покупателна маса в страната. Етичната комисия счита, че за пълнолетните български граждани е ноторно известен фактът, че в РБългария ДДС е равен на 20 % върху стойността на закупената стока. Поради този факт, Етичната комисия приема, че рекламната кампания на Меблик не е в състояние да заблуди евентуалните потребители относно размера на предлаганата отстъпка, а именно 20 %. Според Етичната комисия потребителят е невъзможно да бъде заблуден, че купува стока, върху която не се начислява ДДС.

От друга страна, Етичната комисия намира, че **има извършено нарушение** на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България (накр. Етичен кодекс) и по-специално на чл. 5.1, чл. 5.5,б. Б) и чл. 5.6 от Етичния кодекс. Аргументите за това са следните:

Радио-клипът и билборд-рекламата създават у потребителя недвусмисленото впечатление, че за периода на промоцията (01.03.2017 г. – 31.03.2017 г.), отстъпката в размер на 20 % се полага при покупка на стоки с марката „Meblik“. Както е видно обаче от интернет страницата www.meblik.bg, отстъпката важи единствено при покупка на стойност над 1000 лв.

Етичната комисия не може да се съгласи с аргумента на ответната страна, че промоционалната кампания цели да *препрати* потребителите към интернет-страницата и магазина на Меблик, където подробно са описани условията на промоцията. Етичната комисия намира за несъстоятелно твърдението, че *„Краткият рекламен клип не позволява съдържание на дълъг текст, а изписването върху билбордовете на всички условия на промоцията е невъзможно.“* като поради тази причина в рекламната кампания не са посочени всички условия на промоцията.

Етичната комисия намира, че липсата на информация в търговската комуникация, че отстъпката важи само при покупка на стойност над 1000 лв., както и липсата на насочваща информация към сайта на Меблик, където са посочени пълните условия на промоцията, е в състояние да заблуди потребителите относно възможността да направят покупка с отбив от цената.

Така формулираното рекламно послание е в състояние да подведе потребителите и да ги накара да посетят магазините на Меблик с убеждението, че в обявения промоционален период всяка покупка ще се ползва от обявената отстъпка, което фактически не отговаря на истината.

Прагът от 1000 лева, над който отстъпката влиза в действие, е сравнително висок, т.е. не става въпрос за покупки, които спонтанно и на място могат да бъдат променени/допълнени от потенциалния клиент, за да се ползва от отстъпката. Още повече, че покупката на мебели не спада към категорията спонтанни покупки. В този смисъл Етичната комисия намира, че рекламното послание е в състояние да подведе значителна част потребители.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия е на мнение, че процесната реклама е в нарушение на Етичния кодекс - чл. 5.1, чл. 5.5,б. Б) и чл. 5.6.

Етичната комисия препоръчва на “Меблик България“ ЕООД търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с нормите на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България в определения срок, а при невъзможност за това, да спре разпространението ѝ.

Срокът за изпълнение на решението на Етичната комисия е 5 работни дни от датата на получаване на решението, освен ако в самото решение не е постановено друго. В посочения срок в Националния съвет за саморегулация следва да се представят доказателства за изпълнение на решението на Етичната комисия.

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

ПРИЛОЖЕНИЯ:

