



РЕШЕНИЕ

№ 263 на ЕК от 22.03.2018 г. (Жалба относно мултимедийна комуникация на Делимано Смути Мейкър)

София, 22 март 2018 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 22.03.2018 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

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

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12664 от 26.02.2018 г. относно мултимедийна комуникация на Делимано Смути Мейкър.

Жалба

На 26.02.2018 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Ш.Л., регистрирана под № 12670 относно мултимедийна комуникация на Делимано Смути Мейкър. Жалбоподателят твърди, че в търговската комуникация на продукта има подвеждаща информация и заблуждаващи потребителя детайли, свързани с техническите характеристики на продукта: „Основният проблем, който беше публикуван и който ме заблуди е това, че на сайта където се продава този продукт в неговите характеристики е посочено, че продуктът има **Бутон** за стартиране на продукта“. („Само с едно докосване на Бутона смути мейкърът разбива, смесва и блендира всичко“ е текстът, поместен на сайта.). Текстът е подчертан в червено на скрийншота, изпратен от Жалбоподателя. Той твърди, че „на практика този продукт няма такъв Бутон за стартиране, а той стартира посредством включването му в електрическата мрежа(т.е. в контакта)“.

Към жалбата е приложен скрийншот на търговската комуникация на сайта delimano.bg.

Жалбоподателят не посочва конкретни текстове от Етичния кодекс, които счита, че са нарушени, но подчертава: „Считам, че това е подвеждаща информация която би заблудила и други потребители.“

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 Жени Павлова.

Процедура

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

На 26.02.2018 г. е открита процедура, регистрирана под № 303. На 26.02.2018 г. е поискано становище от ответната страна – „Студио Модерна - България“ ЕООД, което постъпва в НСС на 6.03.2018 г.

Становище на ответната страна

В становището, подписано от управителя на „Студио Модерна - България“ ЕООД – Стойчо Тилев, се изразява мнение, че търговската комуникация съответства изцяло на Етичния кодекс, поради което се отправя искане жалбата да бъде отхвърлена като неоснователна.

„Дейността на „Студио Модерна - България“ ЕООД е свързана с търговия, маркетинг, реклама и дистрибуция на оригинални продукти, директна продажба и онлайн търговия на следните адреси: www.topshop.bg; www.delimano.bg; www.dormeo.bg; www.walkmaxx.bg. „Студио Модерна - България“ ЕООД има ексклузивните права за продуктите с марка „Делимано“, подчертава в становището си Ответната страна. В писмото се казва, че мултимедийната комуникация е изготвена от рекламните специалисти на „Студио Модерна - България“ ЕООД и/или на свързаните му дружества от групата на STUDIO MODERNA GROUP, без участието на рекламни агенции.

Ответникът подчертава, че Жалбоподателят не е посочил адреса на сайта, където е процесната комуникация, като сам посочва сайтовете, където може да бъде намерен Делимано смути мейкърът (изброените по-горе сайтове) и приема, че „Делимано смути мейкърът стартира работата си единствено и само при включване в ел. мрежа“, като подчертава, че това не отговаря на истината. Като Приложение 3 на Ответната страна е изпратена инструкцията за ползване на продукта, а в Приложение 4 е изпратен видеоматериал, показващ работата му.

Ответникът е посочил член 5 от Етичния кодекс, който евентуално би могъл да се отнася до процесната комуникация, като опровергава прилагането му с аргументите:

-за да е налице заблуждаваща реклама, трябва една значителна част от потребителите-адресати на търговската комуникация, да бъдат заблудени.

-необходимо е заблудата да се отнася до съществени характеристики на продукта и да може да повлияе на пазарното поведение на потребителя в посока на закупуване на съответната стока/услуга, което не би се осъществило без въвеждането му в заблудение.

Като още веднъж подчертава, че „Студио Модерна - България“ ЕООД е отговорна компания и продуктите ѝ са в съответствие на Етичния кодекс на НСС, Ответната страна счита, че жалбата трябва да бъде отхвърлена.

Решение

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

Мотиви

Нарушението, посочено от Жалбоподателя, може да бъде отнесено към следните текстове от **Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България (Етичен кодекс)**:

3.2. Съответните **фактори, които е вероятно да повлияят върху решенията на потребителите**, трябва да бъдат комуникирани по такъв начин и в такъв момент, че потребителите да имат възможност да ги вземат предвид.

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

Описание на рекламната комуникация:

На сайтовете с адреси: www.topshop.bg; www.delimano.bg; www.dormeo.bg; www.walkmaxx.bg се рекламира и е представен продуктът Делимано смути мейкър чрез 4 снимки – сглобен и готов за употреба, както и с нимки на отделните части.

Текстът гласи:

Компактен смути мейкър в стилин черен цвят

Делимано Астория Смути Мейкър в стилин черен цвят е компактен блендер и бутилка за спорт в едно, проектиран да отговаря на твоя активен, забързан начин на живот.

Само с едно докосване на бутона Смути мейкърът разбива, смесва и блендира всичко. (подчертаването в червено е направено за нуждите на доклада.)

За секунди любимите ти шейкове са готови - после само откачи бутилката от уреда, сложи капачката и готово - вече можеш да тръгваш за работа, за тренировка или пък на разходка в парка - със свежо смути под ръка. Толкова е лесно - пренасяш бутилката буквално навсякъде със себе си, без да заема много място, без да тежи.

Бутилката е с вместимост ю 600 мл, направена е от пластмаса без бисфенол. Можеш спокойно да я сложиш в съдомиялна машина.

Технически данни:

220-240 50 / 60Hz 300W

Капацитет на бутилката: 600ml

Материал: на бутилката: пластмаса

Острие от неръждаема стомана

Анализ

От подчертания в червено текст на рекламната комуникация, който ясно и точно изтъква наличието на специален бутон, който се задейства с едно натискане, се предполага, че точно това ще е улеснението за потребителя. Ясно е, че търговецът показва предимствата на продукта, споменавайки лесната експлоатация на продукта. Така описаният в текста бутон не може да бъде видян на нито една от снимките, качени на сайтовете. Все пак изображенията не показват всички страни на уреда и потребителят може да предполага, че този бутон съществува - отзад или отстрани. Така той е въведен в заблуждение, защото ясно е подчертано, че чрез бутона ще бъде улеснен и това е предимство.

В инструкциите за безопасност има следните текстове:

1. „Изключете от контакта, когато не употребявате, преди да поставяте или отстранявате части и преди почистване.“ – Това изискване буди съмнение, защото много от домакинските уреди, които използваме често стоят постоянно включени.
2. В т.4 се посочва, че след поставяне на бутилката, в която са продуктите за блендиране, трябва „да се включи уреда, за да започне работа“.
3. „Когато се смесят течностите...завъртете в посока, обратна на часовниковата стрелка, за да го отстраните и уредът ще спре работа. После го изключете от контакта.“

Трябва да се подчертае, че самата ответна страна твърди, че инструкциите се получават при закупуване на уреда. Едва тогава потребителят вижда разминаването в текстовете за експлоатация на продукта.

В изпратения видеоматериал (приложение 4 на писмото на Ответната страна) за използването на уреда (самият видеоматериал няма рекламна цел, а по-скоро е за членовете на Комисията) ясно се вижда, че той не стартира работа с бутон. При сглобяването на бутилката към основното тяло чрез завъртането ѝ и притискането ѝ започва блендирането.

Това за някои потребители създава неудобство при контрола на продължителността и начина на работа на уреда. При уредите със специален бутон условията за експлоатация са други.

Потребителят има право на избор, дори за някой това да са малки разлики (Ответната страна), които не се отразяват на крайния резултат. Прикриването на съществен детайл при експлоатацията може да се разглежда като опит да се повлияе на решението при закупуването на продукта.

Ответната страна подчертава, че уредът се продава придружен с инструкция на български език, но при самата покупка онлайн, както и при вземането на решение за нея, потребителят няма как да се запознае с текстовете, които посочваме за подвеждащи.

На последно място, Ответната страна използва като аргумент, че Жалбоподателят не е посочил адрес на интернет сайт, но от приложения скрийн шот ясно се чете www.delimano.bg. Това не е от съществено значение по казуса. Спорният текст присъства на всички посочени от Ответната страна сайтове за продажба на продукта.

Във връзка с гореизложеното Етичната Комисия е на мнение, че са нарушени чл.3.2 и чл.5.1 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Етичната комисия препоръчва търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с Етичния кодекс или да бъде спряна от разпространение.

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 съвременно 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:

