



## РЕШЕНИЕ

№ 7 на ЕК от 3.12.2009 (Жалба относно външна реклама на „Винпром Пещера” АД за водка „Флирт”)

*София, 3.12.2009 година*

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на трети декември две хиляди и девета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Александър Гагов  
Василиса Младенова  
Владимир Михайлов  
Диляна Илиева  
Даниела Осиковска  
Красимир Папазов  
Маргарита Чутуркова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по жалба № 32 от 14.11.2009 година.

### Жалба

На 14 ноември 2009 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Д. Т. от гр.София, регистрирана под № 32, относно външна реклама на „Еф Ел Ди България”, ЕООД за мебели „Селамор”, разпространявана по билбордове. Мотото на рекламата е „Фалшиви мебели за фалшиви хора”. И тя пита дали това означава, че ако не притежава такива мебели, то тя е фалшив човек? Означава ли също така, че всички останали мебели, произведени от други фирми, са фалшиви? Според жалбоподателя, рекламата освен че я обижда като потребител, обижда и останалите производители на мебели.

Жалбоподателят е квалифицирал съдържанието на рекламата като обида и се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс: Чл.1.4: „Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с надлежно чувство за професионална отговорност и трябва да отговаря на принципите за лоялна конкуренция”; чл.3.4: „Търговската комуникация не трябва да уврежда доброто име и доверието към конкурентите, както и на предлаганите от тях стоки или услуги чрез твърдение или разпространяване на неверни сведения, както и чрез представяне на факти в изопачен вид” и чл.11: „Търговската комуникация не трябва да злепоставя, дори когато не

посочва изрично, никое лице или група лица, фирма, организация, производствена или търговска дейност, професия или продукт, нито да се опитва да предизвиква обществено презрение или подигравки спрямо тях.”

Като доказателство е представена снимка на рекламата.

## **Процедура**

Жалбата, подадена от Е.Б., относно външна реклама на „Еф Ел Ди България”, ЕООД за мебели „Селамор” е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 14 ноември 2009 г. по жалбата е открита процедура, регистрирана под № 21. На същата дата е поискано и становище от ответната страна, „Еф Ел Ди България”, ЕООД. На 20 ноември е изпратено повторно напомнително писмо за искане на становище.

На 20 ноември 2009 г. постъпва становището на „Еф Ел Ди България”, ЕООД.

## **Становище на ответната страна**

В становището се казва, че Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България са кодекс на организация, на която те не са членове, не са подписали посочения кодекс, не са се присъединили към него и следователно не биха могли да го нарушат, понеже не са страна по него, а той няма нормативен характер. За дружеството са в сила единствено законите и подзаконовни нормативни актове на страната, и вътрешнообщностното право, административните актове на съответните държавни и общински органи, търговските договори и други подобни, към които те са се присъединили и подписали, и други подобни документи, които по силата на закон им предписват определени права, задължения или начин на поведение. Според тях рекламата е била разбрана погрешно и неправилно и извадена от контекста на цялата рекламна кампания. Желанието им е посланието да бъде разбрано по правилния начин, който не е да обиди нито потребителите, които нямат възможност и желание да пазаруват от техните магазини, нито останалите лоялни търговци на мебели.

Фирмата е приложила обяснение по аналогичен случай до Комисията за защита на потребителите, който е бил разгледан в тяхна полза. В него се казва, че рекламната кампания на магазини за италиански мебели „Селамор” под мотото „Фалшиви мебели за фалшиви хора” се е провела в периода м. май 2009 г., като е използвана външна реклама, печатни медии и интернет сайтове. Целта на рекламната кампания е да се обърне внимание на всеки потребител, че при покупката на мебели, смятани за италиански и продавани на изгодна цена, трябва да се изисква от доставчика сертификат за произход. Такъв сертификат притежават всички стоки, произведени в Европейския съюз. На пазара се появяват стоки, копия на оригиналните модели мебели, произведени в Далечния Изток, но произходът им съзнателно е скрит.

При изготвянето на рекламната визия е използван образа на Пинокио като събирателен образ и нарицателно за лъжец, седнал на известно, но с променени детайли кресло на италианския производител BAXTER. Под креслото е поставен надпис на английски език – Италиански стил/Произведен в Китай, като по този начин ясно е маркиран основният проблем, а именно че на пазара се продават копия на оригиналните мебели Селамор. Посланието,

отправено към потребителя, но за което е имало място в интернет сайтовете и печатните медии, е „Селамор съветва изисквайте сертификата за произход на мебелите, които купувате”.

В заключение в становището се казва, че кампанията не е насочена срещу хората, които не могат да си купят съответните мебели, а срещу некоректните и нелоялните търговци, които злоупотребяват с доверието и неинформираността на клиентите, и се извиняват за причинения дискомфорт на потребителя.

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбата на Д.Т. относно външна реклама на „Еф Ел Ди България”, ЕООД за мебели „Селамор” за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия счита, че няма нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Етичната комисия е на мнение, че няма нарушение на чл.1.4: „Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с надлежно чувство за професионална отговорност и трябва да отговаря на принципите за лоялна конкуренция”, както и на чл.3.4: „Търговската комуникация не трябва да уврежда доброто име и доверието към конкурентите, както и на предлаганите от тях стоки или услуги чрез твърдение или разпространяване на неверни сведения, както и чрез представяне на факти в изопачен вид”. Търговската комуникация е насочена към некоректните търговци, а не към конкурентни търговци. Видно от рекламата в нея, не се уронва доброто име на конкурентни фирми, няма и представяне на факти в изопачен вид.

Етичната комисия счита, че няма нарушение на чл.11: „Търговската комуникация не трябва да злепоставя, дори когато не посочва изрично, никое лице или група лица, фирма, организация, производствена или търговска дейност, професия или продукт, нито да се опитва да предизвика обществено презрение или подигравки спрямо тях.” Видно от рекламата в нея няма злепоставяне на фирми и предлаганите от тях стоки, няма и опит да се предизвика обществено презрение или подигравки към други фирми.

Целта на рекламната кампания с мото „Фалшиви мебели за фалшиви хора” е да привлече вниманието на потребителя, който при покупка на мебели, смятани за италиански и продавани на ниска цена, следва да изискват от доставчика сертификата за произход. В този смисъл посланието е ясно: „Търсете оригинала”.

Що се отнася до обяснението на „Еф Ел Ди България”, ЕООД за посланието „Селамор съветва изисквайте сертификата за произход на мебелите, които купувате”, за което е имало място само в интернет сайтовете и печатните медии, Етичната комисия препоръчва при изготвянето на подобен вид реклама, рекламодателят да намери по-подходящ начин за отправяне на същинското послание към потребителя и то да се изписва с по-едри букви за да бъде наистина разбрано.

Съгласно чл.17.4. 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:**

ФАЛШИВИ МЕБЕЛИ ЗА ФАЛШИВИ ХОРА



**БЪДЕТЕ СЕБЕ СИ. ТЪРСЕТЕ ОРИГИНАЛА.**

**SELAMORE**  
МЕБЕЛИ И ОСВЕТЛЕНИЕ

Рекламна кампания в защита на интелектуалната собственост в сферата на дизайна и производството на мебели. Selamore съветва – изисквайте сертификат за произход на мебелите, които купувате.