



## РЕШЕНИЕ

№ 93 на ЕК от 16.02.2012 (Жалба относно телевизионна реклама Ceresit – продукт на „Хенкел България“ АД)

*София, 16.02. 2012 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на шестнадесети февруари две хиляди и дванадесета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Виолета Манолова  
Емилия Клайн  
Емилиян Арnaudов  
Мехти Меликов  
Румяна Карлова  
Жанет Захариева  
Мелания Рашева  
Мария Гергова  
Деница Сачева

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Емилия Клайн преписка, образувана по Жалба № 222 от 16.01.2012 г., относно телевизионна реклама Ceresit – продукт на „Хенкел България“ АД.

### **Жалба**

На 16 януари 2012 г. в НСС постъпва жалба от Я.К. от гр. София, регистрирана под № 222, относно телевизионна реклама Ceresit – продукт на „Хенкел България“ АД. 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 члена на ЕК Емилия Клайн.

Според жалбоподателя рекламата е в нарушение на чл. 3.3 от Етичния кодекс: "Когато се предава информация под линия, тя трябва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид". Жалбоподателят твърди, че информацията под линия тече със скорост, която не позволява да бъде прочетена от евентуалния потребител, и е с шрифт, който е прекалено замъглен, неясен и дребен, което води до неговото заблуждение. В този смисъл рекламата

нарушава и чл.5.1 от Етичния кодекс "Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение".

## **Процедура**

Жалбата от Я.К. относно телевизионна реклама Ceresit – продукт на „Хенкел България“ АД е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 16 януари 2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 118. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Хенкел България“ АД, което постъпва в НСС на 19.01.2012 г. Становището е подписано от г-жа Дарина Стоянова, управител на дружеството.

## **Становище на ответната страна**

Ответната страна смята жалбата за неоснователна и твърди, че първоначалната версия на рекламата не нарушава Етичните правила. Въпреки това и съобразно корпоративните си принципи за правилно, законосъобразно и етично поведение, както и на ориентираност към клиентите и потребителите на продуктите на Хенкел, текстът под линия в рекламата е променен с цел избягване на всякакво съмнение за неправилно възприятие на рекламата.

Телевизионната реклама на продукта CERESIT STOP Влага е в ефир от 11 януари до 22 февруари. Текстът, който тече при представяне на продукта, е задължителен според изискванията на Закона за защита от вредното въздействие на химични вещества и препарати (ЗЗВВХВП). При одобряване на текста и визията на рекламите на продукти на "Хенкел България" АД, включително въпросната реклама, се обръща специално внимание на правилното и незаблуждаващо възприятие от средния потребител (включително бързина на скрола и големина на шрифта), както и всички приложими специални законодателни норми относно рекламата на определени категории продукти (в случая продуктът е дразнещ и попада под действието на цитирания ЗЗВВХВП).

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбата от Я.К. от гр. София относно телевизионна реклама Ceresit – продукт на „Хенкел България“ АД за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

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

Оплакванията на жалбоподателя касаят информация под линия по смисъла на чл. 3.3. от Етичния кодекс. Позоваването на този член е придружено с твърдение за подвеждане и заблуждение от страна на жалбоподателя, който счита, че бързината на текста под линия пречатства запознаването с текста и важна информация за предлаганата продукт и създава заблуждение за неговите характеристики.

Съгласно чл. 3.3. от Етичния кодекс информацията под линия следва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.

При преглед на рекламния клип се установява, че шрифтът на текста под линия е четлив и с добър контраст с фона, на който преминава. Етичната комисия счита, че скоростта на текста под линия не създава пречки за прочита му от страна на зрителите/потребителите.

Текстът под линия отговаря на изискванията в Препоръките на НСС по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация.

Видно от становището на ответната страна и от прегледа на рекламния клип става ясно, че дружеството е реагирало бързо, адекватно и с отговорност, променяйки текста в рекламния клип.

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) Гриша Камбуров

**ПРИЛОЖЕНИЕ:**

[http://youtu.be/BC6\\_2wDTe2I](http://youtu.be/BC6_2wDTe2I)