



## РЕШЕНИЕ

**№ 3 на ЕК от 2.11.2009 (Жалба относно реклама на Хенди Тел ЕООД за тестване на Nokia 3720 Classic)**

*София, 02.11.2009 година*

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС), в закрито заседание на двадесет и втори октомври две хиляди и девета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Александър Гагов  
Богомил Николов  
Василиса Младенова  
Владимир Михайлов  
Даниела Осиковска  
Красимир Папазов  
Маргарита Чутуркова  
Нина Владимирова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по жалба № 20 от 8.10.2009 година.

### **Жалба**

На 8 октомври 2009 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Г. П. от гр.София, регистрирана под № 20, относно реклама на Хенди Тел ЕООД за тестване на Nokia 3720 Classic. Жалбоподателят твърди, че на 7 септември в домашни условия 4-годишната ѝ дъщеря е разиграла тюда от рекламата на Хенди за тестване на Nokia 3720 Classic, като е потопила и двата телефона /BlackBerry 9500 Storm и Privileg X7/ в чаша с вода. В момента и двата телефона не работят и жалбоподателят търси отговорност от фирмата за нанесените ѝ щети.

Жалбоподателят не е представил доказателства и не се е позовал на конкретен текст от Етичния кодекс.

### **Процедура**

Жалбата, подадена от Г. П., относно реклама на Хенди Тел ЕООД за тестване на Nokia 3720 Classic, е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 8 октомври е открита процедура, регистрирана под № 6.

На същата дата е поискано и становище от ответната страна, „Хенди Тел ЕООД”, което е предоставено още същия ден.

### **Становище на ответната страна**

„Хенди Тел ЕООД” счита, че жалбата е неоснователна. Рекламата е реализирана във форма на маркетингова комуникация, чрез излъчването на видео клип за представяне на модел от продуктовата гама на Хенди-Тел ЕООД – мобилен апарат Nokia 3720 Classic. В клипа се съдържат кадри за тестване на телефона за неговата ударо, влаго и прахо устойчивост. Тестът се отнася само за цитирания марка и модел мобилен телефон. С излъчването на кадрите зрителите са информирани чрез текст това, че: “Излъчените кадри се отнасят само за рекламирания продукт в този клип и изключват отговорността на Хенди-Тел ЕООД пред потребителя за дефекти в апарата, проявили се в следствие на неправилна експлоатация, несъобразена с указанията за употреба на производителя”. Рекламната кампания е с продължителност 2 седмици до 09.10.2009г. Излъчването на рекламната е преустановено с крайната дата за провеждане на рекламната кампания. Рекламата е излъчвана по телевизионните канали: BTV, Nova, DIEMA Sport, DIEMA Family.

В съответствие с нормите и правилата на Етичния кодекс, приет от НСС, в жалбата си Молителят е трябвало да посочи доказателство в подкрепа на твърдението си за извършено от страна на Хенди-Тел ЕООД нарушение. Доказателства в тази насока не са приложени. Действително Молителят може да е собственик на цитираните телефони, обект на етюда, но за състоянието им е следвало да приложи доказателства, от които да се възприеме по безспорен начин, че именно тези два телефона са били обект на етюда, разигран от детето, че вследствие на действията на детето са повредени и същите са причина телефоните да не работят. С оглед на липсата на доказателства в тази насока твърдението за извършено нарушение е неоснователно.

От друга страна, двата телефона относно които Молителят твърди, че са повредени вследствие въздействието на рекламната, се уточнява, че мобилните телефони са неподходящи за ползване от деца, именно поради тази причина на инструкциите за употреба, придружаващи мобилните апарати производителят предупреждава с изричен текст, че мобилният телефон трябва да се пази от деца. Предполага се, че Молителят преди да започне експлоатацията на телефоните, се е запознал с инструкциите относно съхранението им.

Следва да се обърне внимание и на обстоятелството, че Молителят датира извършване на нарушение от страна на Хенди-Тел ЕООД на 07.09.2009г., а рекламната кампания е с начална дата 25.09.2009г. и крайна 09.10.2009г., когато е излъчен и първият клип. С оглед на коректността на подадените от Молителя данни, следва да се потърси отговорност на Молителя.

В становището си ответната страна желае да ѝ се предоста-ви допълнителна информация за личността на Молителя, за да потърси от своя страна отговорността му.

### **Решение**

Етичната комисия намира жалбата на Г. П. срещу реклама на Хенди Тел ЕООД за тестване на Nokia 3720 Classic за неоснователна.

## Мотиви

Етичната комисията счита, че няма нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България и по-специално на чл.5.1 („Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение”), както и на чл.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 ...”).

Етичната комисия счита, че основанията за това са, че жалбоподателят не може да предостави касова бележка или друг документ, който да доказва реалната покупка на апаратите от нея/или член на семейството ѝ и съответната експертиза от сервиза за неизправността на апаратите вследствие на намокрянето им. Няма обяснение и за разминаването между датата на извършеното от детето повторение на рекламната ситуация (07.09.2009 г.) и реалното стартиране на рекламната кампания на Handy за тестване на Nokia 3720 Classic - 25.09.2009 г.

Етичната комисия счита, че що се отнася до поисканата допълнителна информация за личността на Молителя от страна на ХЕНДИ-ТЕЛ ЕООД, за да може последният да потърси от своя страна отговорност от него, Кодексът е категоричен в чл. 18.1. Когато се събира лична информация от лица, трябва да се положат грижи за зачитане и защита на неприкосновеността на личната им информация чрез спазване на съответните правила и разпоредби и чл.18.3, че личните данни, събирани в съответствие с Кодекса, трябва да бъдат събирани за конкретни и законосъобразни цели, и да не се използват по никакъв начин, несъвместим с тези цели.

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:

<http://youtu.be/HjG3VYF-vo4>