



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 292 на ЕК от 02.08.2019 г. (Жалба относно телевизионна реклама на фирма за куриерски услуги „Спиди“ АД)

София, 2 август 2019 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 02.08.2019 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Танова
Ева Петрова
Екатерина Димитрова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Жулева
Красимир Папазов
Маша Гавраилова
Надежда Ангелова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12715 от 03.07.2019 г. относно телевизионна реклама на фирма за куриерски услуги „Спиди“ АД .

Жалба

На 03.07.2019 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от В.И. телевизионна реклама на фирма за куриерски услуги „Спиди“ АД. Жалбата се отнася до телевизионна реклама на фирма за куриерски услуги Speedy, в която се промотира нова услуга за доставка на пратки в точен час /продукта Ppredict чрез приложението „Смарт контрол“. Жалбоподателят посочва, че рекламата подвежда потребителите, че с приложението на Speedy може да разбереш времето на доставката си в рамките на 60 минути. „Това е много подвеждащо, твърди Жалбоподателят, тъй като никога не го доставят в този диапазон от 1 час (само излиза в приложението, кой час ще бъде доставена пратката което не отговаря на реалността).“ Човек като гледа рекламата би би искал да използва само Speedy и тяхните услуги, което води до намаляване на конкуренцията базирано на фалшива реклама“. Самият жалбоподател лично е имал няколко доставки от Speedy и никога не са били в срока, показан в

приложението им и желае да се покаже статистика за последните 3 месеца за това колко пратки са доставени в посочения час, за да се види дали приложението им работи или подвеждат потребителите.

Не са посочени текстове от Етичния кодекс като нарушени.

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 03.07.2019 г. е открита процедура, регистрирана под № 341. На 03.07.2019 г. е поискано становище от ответната страна – „Спиди“ АД, което постъпва в НСС на 10.07.2019 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Иван Тотев, Директор Маркетинг и развитие и в него се казва, че рекламната кампания е за популяризиране на продукт „Предикт“, ползван чрез мобилното приложение „Смарт контрол“. Целта е оптимизация на комуникацията с подателите и получателите на куриерски пратки и осигуряване на възможност за активно участие на потребителите в управлението на доставката. Приложението да ва възможност за промяна на определени параметри по желание на получателя. Продуктът уведомява получателя за очакваната пратка в определен диапазон от един час в деня за разнос и предоставя информация, която не е невярна или заблуждаваща. Статистиката за доставките от въвеждане на продукта до момента показва следното:

	Бр.тов.до адрес	Бр.тов. с Предикт	Бр.тов. с изпълнен Предикт	% пратки до адрес с Предикт	% пратки с изпълнен Предикт
Април	987 369.00	980 750.00	910 555.53	99.33 %	92.84%
Май	1 086 694.00	1 068 289.00	974 106.00	98.31 %	91.18 %
Юни	981 926.00	971 793.00	890 786.00	890 786.00	91.66 %
Общо	3 055 989.00	3 020 832.00	2 775 447.53	98.85 %	91.88 %

Данните категорично показват, че приложението и продукта не представляват „фалшива“ реклама, реално функционират за подобрене на планирането и комуникацията с клиентите и като цяло постигат резултат.

С оглед на горното дружеството счита, че жалбата е неоснователна.

Решение

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

Мотиви

Процесната телевизионна реклама представлява 10 минутна анимация, озвучена с модулиран глас. На фона на слънце, палми и море е показана красиво опакована, в кутия и с панделка, пратка, която се „излежава“ на шезлонг под чадър. На масичката до нея е чаша с коктейл. В средата на клипчето слънцето се превръща в часовник и отмерва 1 час. Изписва се името на услугата „Предист“. В края на рекламата се появява логото на Speedy и надпис „Щастливи и изгодни пратки със Speedy.bg“.

Текстът, който озвучава анимацията, е:

„Speedy представя: .Чакате кутийка- пълен релакс. Вече има точен час за доставка.С услугата „Предикт“на Speedy не чакате цял ден.“

В самата реклама, която е чисто информативна, няма нищо подвеждащо за потребителя. Жалбоподателят твърди, че тя е подвеждаща, защото фирмата не спазва обещаната услуга, и по този начин се явява нелоялен конкурент на другите куриерски фирми, а и подвежда потребителя.

Текстовете от Етичния кодекс, към които може да се отнесе процесната реклама са:

1.4. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с надлежно чувство за професионална отговорност и трябва да отговаря на принципите за лоялна конкуренция.

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

8.1. Данни и описания, използвани в търговската комуникация, са подлежащи на проверка и трябва да могат да бъдат доказани.

Етичната комисия може да вземе решение по отношение на рекламата само на базата на предоставените данни от Директора на Маркетинг отдела на фирма Speedy. От таблицата за последните три месеца, период който почти съвпада с времето на предлагане на тази услуга (реklamата е излъчвана две седмици през март и две седмици през април по Нова телевизия и може да се предполага, че услугата е стартирала в началото на м. март 2019. Клипът е качен на корпоративния сайт и продължава да информира за услугата.)/ става ясно, че близо 92% от пратките на клиенти, ползващи услугата „Предикт“, са пристигнали навреме. Това отхвърля съмненията за нелоялна практика спрямо конкурентите, както и твърдението за заблуждаваща комуникация.

С оглед на изложените по-горе съображения, Етичната комисия счита, че разглежданата търговска комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария.

При вземане на решението Етичната комисия се е основала на чл.4.10. от Етичния кодекс, а именно „Фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по принцип не е достатъчна причина за отказ въобще от търговска комуникация за дадения продукт“.

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, Комисията за защита на конкуренцията и на Държавната агенция по безопасност на храните..

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:

<https://youtu.be/72FJzWPohR>