



РЕШЕНИЕ

№ 90 на ЕК от 16.02.2012 (Жалба № 216 за телевизионна реклама на цифрова телевизия и домашен телефон BLIZOO FIBER POWER)

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 Арнаудов
Мехти Меликов
Румяна Карлова
Жанет Захариева
Мелания Рашева
Мария Гергова
Деница Сачева

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваните от Емилиян Арнаудов преписки, образувани по Жалба № 216 от 5.01.2012 г., Жалба № 221 от 13.01.2012 г. и Жалба № 223 от 15.01.2012 г. относно телевизионна реклама на цифрова телевизия и домашен телефон BLIZOO FIBER POWER.

Жалба

На 5.01.2012 г. в НСС постъпва жалба от А.А. от гр.София, регистрирана под № 216, относно телевизионна реклама на цифрова телевизия и домашен телефон BLIZOO FIBER POWER.

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 Емилиян Арнаудов.

В приложения към своята жалба файл, жалбоподателят като доказателство е посочил два линка към интернет сайт, на които могат да бъдат изгледани рекламните клипове на BLIZOO FIBER POWER, предмет на оплакването: за цифрова телевизия –

http://www.youtube.com/watch?v=MFmaa_t-IY0, и за домашен телефон –

http://www.youtube.com/watch?v=QQUb_OI6yD8.

В жалбата е изложено, че тези реклами не дават възможност на зрителя/ потребителя да се запознае с текста под линия заради бързата скорост на шрифта, като по този начин може да

се прикрие важна информация относно предлаганата услуга или да се създаде заблуда за предстоящите условия по договор, такси и цени. Конкретните оплаквания на жалбоподателката от рекламите се отнасят до подвеждане и заблуждение.

Жалбоподателят се позовава на следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, които счита за нарушени от посочените реклами:

„Чл. 1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.”

„Чл. 3.3. 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.”

На 13.01.2012 г. в НСС постъпва аналогична жалба от К.Й., регистрирана под № 221, относно телевизионна реклама на цифрова телевизия и домашен телефон BLIZOO FIBER POWER, определена като подвеждаща и заблуждаваща. В жалбата се казва, че рекламата на BLIZOO FIBER POWER не отговаря по член 3.3 от Кодекса. Надписът под линия е с неадекватен размер и скоростта, с която преминава текстът не позволява информацията да бъде прочетена и осмислена.

На 15.01.2012 г. в НСС постъпва трета жалба от В.М., регистрирана под № 223, относно телевизионна реклама на цифрова телевизия и домашен телефон BLIZOO FIBER POWER, определена като подвеждаща и заблуждаваща, тъй като надписите, които текат по време на рекламата са размазани и реално не може да се прочете какво пише.

Процедура

Жалбите от А.А., К.Й. и В.М. относно телевизионна реклама на цифрова телевизия и домашен телефон BLIZOO FIBER POWER са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 12.01.2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 117. На 12.01. 2012 г., 16.01.2012 г. и 30.01.2012 г. е поискано становище от ответната страна – „Близу Медиа енд Броудбенд” ЕАД, с ЕИК 201344312, което е постъпило в НСС на 31.01.2012 г.

Становище на ответната страна

Видно от интернет страницата blizoo.bg, услугите под марката BLIZOO се предоставят от "Близу Медиа енд Броудбенд" ЕАД (ЕИК 201344312). Постъпилото значително след дадения първоначален и допълнителен срок становище е подписано от Мартин Димитров. Видно от Търговския регистър, посоченото лице не е сред законните представители на дружеството и по преписката няма данни за упълномощаването му, макар, че в становището е отбелязано, че същият е пълномощник на дружеството. Поради горното следва да се приеме, че по преписката не е постъпило становище от ответната страна. Въпреки това, с оглед пълнотата на доклада, същото следва да бъде обсъдено в него и само за целите на доклада по-долу това становище ще бъде наричано „становище на ответната страна”.

В своето становище ответната страна – „Близу Медиа енд Броудбенд” ЕАД, с ЕИК 201344312, оспорва твърденията, посочени в процесната жалба. Ответната страна прави анализ на рекламата като форма на маркетингова комуникация и посочва, че процесните реклами трябва да бъдат разглеждани в своята съвкупност от елементи, сред които визуализация, звук и текст под линия. Счита, че телевизионните реклами в своята съвкупност от елементи съдържат

ясна информация относно предлаганите услуги, поради което твърденията за прекриване на важна информация или заблуда относно условията по договор, такси и цени са неоснователни. В становището си ответната страна отбелязва наличие на трайна практика на Комисия за защита на конкуренцията във връзка с обстоятелството, че грамотният, информиран и предпазлив потребител преди сключване на договор за стока и услуга се интересува относно условията на рекламираната стока или услуга, а не се осланя само на един елемент от дадена реклама. В тази връзка ответната страна посочва, че потребителят има възможност да посети офис на дружеството, да се обади на определен телефон или да разгледа уеб-сайта на дружеството. Според ответната страна текстовете на рекламните под линия са достатъчно видими, четливи, с адекватни размери на шрифта и с достатъчна продължителност, което в своята съвкупност позволява да бъдат прочетени в взети предвид. Ответната страна отбелязва, че въпреки липсата на обективно фиксирани параметри за изискваната скорост и големина на текста, при съставянето на рекламните се е старала текстът под линия да върви с нормална скорост, съдържанието на текста под линия да се представи и с други елементи на клипа – надписи, глас (телефон за връзка, уебсайт за допълнителна информация, срок на промоцията и други параметри, т.е. представената информация да се възприема с няколко сетива).

Ответната страна счита, че потребителят неправилно е разгледал само един от елементите на рекламната, поради което е достигнал до неправилни изводи, и заключава, че жалбата е неоснователна.

Решение

Етичната комисия намира жалбите за неоснователни по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация не е в нарушение на посочените от жалбоподателя текстове, както и на други текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

1. По отношение на рекламната на цифрова телевизия:

При преглед на посочения в жалбата линк се установява, че клипът действително касае реклама на цифрова телевизия BLIZOO FIBER POWER.

Оплакванията на жалбоподателите се отнасят до бързината на преминаващия по време на рекламния клип текст в долната част на екрана, а именно, че не се дава възможност на зрителя и потребителя да се запознае с текста под линия:

„150 програми, от които 17 HD. Безплатно ползване на услугата до 31.01.2012 г. Офертата е валидна при сключване на 18 м. договор за троен пакет Premium HD. За повече информация www.blizoo.bg или 0700 43 700.”

Посоченият текст преминава под линия между 0:18 секунда на клипа до 0:30 секунда на клипа, включително, от което следва, че за 12 секунди преминават 32 броя думи (ако считаме числата и датите за по една дума) и 52 (ако всяка цифра е отделна дума). От това следва, че в секунда под линия преминават средно 2.67 думи при първия метод и 4.33 – при втория.

Въпреки посоченото при гледане и слушане на рекламния клип става ясно, че рекламната не само е озвучена с част от посочения текст под линия: „150 канала. 17 от тях HD. Безплатно до 31-ви януари”, но и с надпис с голям шрифт на преден план се посочва: „150 КАНАЛА”, „17 HD”, „БЕЗПЛАТНО ДО 31.01.2012 г.”

Следва да се отбележи, че в края на рекламата на екрана се изписва следният текст: „0700 43 700 www.blizoo.bg”.

Като взе предвид горното, ЕК стига до извода, че оплакванията на жалбоподателите касаят пряко текста, който тече под линия по време на рекламата и който не се съдържа в озвучаването или надписите на преден план, а именно: „Офертата е валидна при сключване на 18 м. договор за троен пакет Premium HD”

2. По отношение на рекламата за домашен телефон:

При преглед на посочения в жалбата линк се установява, че клипът касае реклама на домашен телефон BLIZOO FIBER POWER. В тази връзка Комисията счита, че посоченото в раздел „Име на продукт” на жалбата, а именно: „цифрова телевизия и домашен интернет” следва да се чете „цифрова телевизия и домашен телефон”.

Оплакванията на жалбоподателите се отнасят до бързината на преминаващия по време на рекламния клип текст в долната част на екрана, а именно, че не се дава възможност на зрителя и потребителя да се запознае с текста под линия:

„Без месечна такса. 19 ст./мин. към мобилните оператори в България. Вкл. 5000 мин. за разговори в мрежата на blizoo. Офертата е валидна при сключване на 18 м. договор за троен пакет. За повече информация www.blizoo.bg или 0700 43 700.”

Посоченият от жалбоподателите текст преминава под линия между 0:18 секунда на клипа до 0:30 секунда на клипа, включително, от което следва, че за 12 секунди преминават 37 броя думи (ако считаме числата и датите за по една дума) и 49 (ако всяка цифра е отделна дума). От това следва, че в секунда под линия преминават средно 3.08 думи при първия метод и 4.08 – при втория.

Въпреки посоченото при гледане и слушане на рекламния клип става ясно, че рекламата не само е озвучена с част от посочения текст под линия: „Домашен телефон без месечна такса. 5000 минути в мрежата на Близу. Ниски цени към мобилни оператори. Безплатно до 31-ви януари в тройните ни пакети”, но и с надпис на преден план се посочва: „БЕЗ МЕСЕЧНА ТАКСА”, „5000 МИНУТИ”, „19 ст./ мин. към мобилни оператори”, „БЕЗПЛАТНО ДО 31.01.2012 г.”

Следва да се отбележи, че в края на рекламата на екрана се изписва следния текст: „0700 43 700 www.blizoo.bg”.

Като взе предвид горното, ЕК стига до извода, че оплакванията на жалбоподателите касаят пряко текста, който тече под линия по време на рекламата и който не се съдържа в озвучаването или надписите на преден план, а именно: „19 ст./мин. към мобилните оператори в България. Офертата е валидна при сключване на 18 м. договор за троен пакет”.

Фактически състав на твърдяните нарушения

1. По член 1.2 „Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.”:

Етичната комисия счита, че съдържанието на рекламните клипове, предмет на обжалването, изпълнява изискванията на чл. 1.2. от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. Няма основание рекламните клипове да бъдат определени като несъобразени със закона. Същите не съдържат неблагоприятни елементи, не създават основание да се считат за непочтени, нечестни или неправдиви.

2. По член 3.3. „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.”

При изследване фактическият състав на посочения от жалбоподателите нарушен член от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България и съобразно оплакването за бързината на текста под линия, Етичната комисия взе предвид и

Препоръките по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация и в частност чл. 6.4. „Текстът се препоръчва да тече със скорост не повече от 5 думи в секунда (0.2 секунди на дума)”.

В конкретния случай, оплакванията на жалбоподателите 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 жалбоподателите, които считат, че бързината на текста под линия пречатства запознаването с текста и важна информация за предлаганата услуга и създава заблуждение за предстоящите условия по договор, такси и цени.

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.

В тази връзка следва да се посочи, че текстът под линия в рекламните клипове на BLIZOO FIBER POWER за цифрова телевизия и домашен телефон е с бял цвят на черен фон, което създава достатъчно предпоставки да се заключи, че същият е видим и е в цвят, който контрастира с цвета на фона в съответствие с чл. 5.3. от Препоръките по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация. Шрифтът на текста под линия е четлив.

При преглед на рекламните клипове се установява, че текстът под линия тече със скорост не повече от 5 думи в секунда в съответствие с чл. 6.4. от Препоръките по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация:

- В рекламата на цифрова телевизия – текстът под линия тече със скорост 2.67 думи в секунда

- В рекламата на домашен телефон – текстът под линия тече със скорост 3.08 думи в секунда.

В обобщение Етичната комисия счита, че скоростта на текста под линия не създава пречки за прочита му от страна на зрителите/ потребителите.

Предвид убеждението на ответната страна, че не съществуват обективно фиксирани параметри за изискваната скорост и големина на текста, ЕК препоръчва същата внимателно да се запознае с Препоръките по отношение на текстове под линия, използвани в търговска комуникация, макар в конкретния случай изискването за скорост случайно да е било спазено.

Съгласно чл.17.5 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, решението заедно 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:

Няма