

Dostavljamo bilješke/zapisnik 18. sjednice Suda časti HURE održane u agenciji K&K u srijedu 06.10.2010.

SKRAĆENI ZAPISNIK

Prisutni stalni članovi: K.Antolović, S.Presečki (izuzet iz odlučivanja točke 1.) i S.Kulaš, te imenovani rotirajući članovi: Branko Eder (SRT), Anamarija Juraković (Advans), Iva Hlavka (Grey) i Jasna Hrvić (DMS).

DNEVNI RED:

1. Prigovor Nestlea (Maggi juhe) protiv Podravka (Podravka juhe).

Ad.1

SČ kao samoregulatorno tijelo HURA-e u RH, sukladno misiji HURA, ima pravo i obvezu da među subjektima tržišnog komuniciranja, a na inicijativu članova SČ-a, članica HURA-e te pojedinih sudionika na tržištu RH pokreće, raspravlja i donosi mjere samoregulatorne naravi u cilju poboljšanja djelatnosti tržišnog komuniciranja u cjelini.

Analizom predmetnih poruka za Maggi juhe i Podravka nagradne igre za Podravka juhe (print oglas, tv spotovi i web oglašavanje) promatrajući čl. 16 Kodeksa HURA-e (Oponašanje) Sud časti HURA-e nalazi kako se dio poruke korišten u oglasnom sredstvu Podravke (naziv nagradne igre: "5 srećica vrećica") može povezati s promatranim dijelom poruke Maggi-ja (u body copyju: „vrećice srećice“) te, bez obzira što se ne nalazi oponašanje komunikacije drugog oglašivača, može kod dijela primatelja poruka stvoriti krivi zaključak ili zbuniti potrošača, osobito vodeći računa o istovrsnosti proizvoda te drugim parametrima.

OBRAZLOŽENJE I METODOLOGIJA NALAZA SČ HURA:

Oglašavanje, kao dio komunikacijskog spleta, ali i tržišno komuniciranje u cjelini u svim pojavnim oblicima, odnosno emitiranje poruka kroz medije prema javnosti i tržištu, a u svjetlu možebitnog narušavanja odredbi zakona i kodeksa te i možebitne povrede prava drugih sudionika na tržištu (kako potencijalnih potrošača tako i drugih ponuđača), može se promatrati s idućih stajališta:

- a) **istovrsnost proizvoda:** promatranjem predmetne poruke te koristeći podatke podnositelja upita, razvidno je da se radi o konkurentskom ponuđaču na tržištu. Isticanjem možebitnih prednosti proizvoda ili dijelova njemu pripadajuće komunikacije u predmetnoj poruci, a koje su predmet analize, potencijalno se može naštetiti konkurenciji,

- b) **ciljano tržište:** iz raspoloživih podataka te uvidom u distribucijske kanale razvidno je kako je više istovrsnih proizvoda i ponuđača u ponudi na hrvatskom tržištu te kao takvi (u dostupnosti kupcima) predstavljaju konkurenciju u promatranoj kategoriji proizvoda,
- c) **razdoblje oglašavanja:** iz sadržaja podnositelja upita razvidno je kako je društvo Nestle tijekom 2010. oglašavalo predmetni proizvod putem televizije te kroz druge kanale nekoliko mjeseci prije drugog društva-ponuđača istovrsnih proizvoda (Podravka), pa obzirom na prirodu oglašavanja, konstatiramo da ne postoji bitna razlika u razdobljima oglašavanja i komuniciranja konkurenata na tržištu,
- d) **sadržaj poruke:** kao jedan o ključnih nalaza za ocjenu da li je povrijeđeno pravo potrošača i konkurenata valjalo je analizom utvrditi da li navodi (vizualni i verbalni te kombinirani) dovode do narušavanja zakonom utvrđenih normi i samoregulatornih odredbi oglasne industrije u Republici Hrvatskoj,
- e) **dokazi tvrdnji:** u može bitno spornoj poruci tvrdnje moraju biti dokazive i valjane, obzirom na prirodu proizvoda te narav oglašavanja kako ne bi došlo do povrede pojedinih prava sudionika na tržištu,
- f) **priroda oglašavanja,** kao oblika komunikacije s tržištem i javnošću, nalaže uvažavanje svih specifičnosti; od kreacije poruke i ciljeva oglašavanja, do pokrivanja ciljnih skupina i izabranih kanala, a posebno realnih učinaka na ponašanje primatelja poruka.

Temeljem ovog nalaza, Sud časti HURA-e izdaje preporuku Podravci da pri oglašavanju kao dijelu komunikacijskog spleta, ali i pri tržišnom komuniciranju u cjelini u svim pojavnim oblicima, odnosno emitiranju poruka kroz medije prema javnosti i tržištu ubuduće ne emitira sporni dio poruke („srećica vrećica“) vodeći računa o može bitnom narušavanju odredbi zakona I kodeksa te može bitnoj povredi prava drugih sudionika na tržištu, odnosno da kreatora poruke obaveže na profesionalnu prethodnu provjeru sadržaja poruka – komuniciranja konkurencije.

Odluka SČ objavit će se u službenim glasilima HURA-e.

Zagreb, 11.10.2010.

Za SČ HURA
Suzana Kulaš, predsjednica