



РЕШЕНИЕ

№ 277 на ЕК от 21.12.2018 г. (Жалба относно телевизионна реклама от Коледната кампания на „Теленор България“ ЕАД)

София, 21 декември 2018 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 21.12.2018 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Василиса Иванова
Ева Петрова
Екатерина Димитрова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Жулева
Красимир Папазов
Надежда Ангелова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12691 от 12.12.2018 г. относно телевизионна реклама от Коледната кампания на „Теленор България“ ЕАД .

Жалба

На 12.12.2018 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Ловчанско читалище относно телевизионна реклама от Коледната кампания на „Теленор България“ ЕАД. Жалбоподателят счита, че “рекламата е обидна за българските читалища, за тяхната кауза да съхранят българската идентичност и да изминават с децата най-трудните първи крачки по пътя на професионалното изкуство във всичките му форми. Обиден е тонът, както и внушението, че залите ни празни и единственото нещо, което можеш да правиш в тях по време на концерт е да се забавляваш с продуктите на мобилния оператор. Никой няма право да обезценява труда ни и бихме посъветвали този оператор да харчи парите от нашите импулси за по-смислени реклами. С тази жалба изразяваме обидата не само на нашето читалище..“

Жалбоподателят не е посочил конкретни текстове от Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България, които са нарушени от процесната реклама.

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 Стоян Михайлов.

Процедура

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 12.12.2018 г. е открита процедура, регистрирана под № 321. На 12.12.2018 г. е поискано становище от ответната страна – „Теленор България“ ЕАД, което постъпва в НСС на 14.12.2018 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Румяна Рангелова, Пълномощник на „Теленор България“ ЕАД. В становището се посочва, че „Целта на коледната кампания е да покаже, че всички послушни и непослушни деца, добри и лоши хора, заслужават празници и подаръци. Лайтмотивът е, че понякога различни ситуации се възприемат като лоши, но зад тях стои добра идея и намерение. Този лайтмотив се повтаря и в конкретната реклама, за която е подадена жалбата. Рекламата разказва за заинтересоваността и уважението на един внук към творчеството на своя дядо и как в бързината неговите действия водят до неволни грешки.“

По нататък становището набляга на целите и посланието на кампанията, а именно „Фокусът на рекламата не е да покаже къде се е случило събитието, а да покаже как едно добро намерение на човек може да се възприеме по лош начин, както и че доброто и лошото са въпрос на гледна точка. Концертът, за който лошият добър човек бърза, е на тематика стари градски песни и донякъде обяснява, защо не е популярен и в залата няма много хора.“

Ответникът твърди, че „В рекламата, по време на концерта, единствено главният герой снима дядо си и използва смартфон, но това е толкова обичайно, че няма как да се класифицира, че публиката единственото, което прави, е „да се забавлява с продуктите на оператора. Рекламата завършва с посланието „Няма послушни и непослушни. На Коледа всеки, ама всеки заслужава изненада. Влез в My Telenor, където те очакват над милион награди.“ Видно от текста на посланието, същото не е насочено към публиката на въпросния концерт, а към всеки един човек – послушен или непослушен, добър или лош, като именно за него са продуктите на оператора.“

В становището изрично се адресира основният мотив на жалбата – обидата към българските читалища: „В рекламата се използва думата читалище, не за да се урони името на тази институция, а поради историческата обусловеност и използването на думата като нарицателно, като синоним на самодейност. Сградите на читалищата са центрове, в които българските граждани свободно се сдружават, обединени от свои културни или музикални потребности. Сградите на читалищата са може би сред малкото сгради, в които има достъпни репетиционни и концертни зали.“

Накрая становището завършва с подчертаване на социалната отговорност на Теленор и отхвърляне на претенциите към оператора: „...реklamата не злепоставя българското читалище, няма снизходителен тон, а напротив мил и добронамерен. Излъчването на рекламата не нарушава нито една законова разпоредба, не е налице и противоречие с текстовете на Етичния кодекс на Националния съвет за саморегулация.“

Решение

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

Мотиви

При анализа на процесната реклама Етичната комисия счита, че твърдените нарушения могат да бъдат отнесени към следните текстове Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

Член 1 Общи условия

1.1. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото.

Член 4 Социална отговорност

4.2. Търговската комуникация не трябва да съдържа, подбужда или толерира никаква форма на обида или дискриминация, включително такава на базата на раса, национална принадлежност, религия, социална или политическа принадлежност, пол, възраст, увреждания или сексуална ориентация, без изброяването да е изчерпателно.

4.11. Използването на природни, исторически, научни или културни ценности в търговската комуникация ще става по начин, който няма да уврежда уважението към тях.

Член 11 Злепоставяне

Търговската комуникация не трябва да zlepоставя, дори когато не посочва изрично, никое лице или група лица, фирма, организация, производствена или търговска дейност, професия или продукт, нито да се опитва да предизвиква обществено презрение или подигравки спрямо тях.

Фактическият анализ се основава на съдържанието на клипа, адресиран в процесната реклама. В него е показана ежедневна ситуация, при която ненаименованият герой от рекламата е опръскан на улицата от автомобила на млад човек, забързан за „концерта на дядо си със стари градски песни в читалището.“ Риторичният въпрос зад кадър “Сега той непослушно дете ли е!?” служи за разгръщане на посланието на кампанията и предложението към потребителите: „Няма послушни и непослушни, на Коледа, всеки, ама всеки заслужава изненада. Влез в Му Telenor, където те очакват над милион награди“.

Има поне два ключови аргумента, поради които Етичната комисия не постановява нарушение на процесната реклама:

- Въпреки твърдението на жалбоподателя, в рекламата липсва директна обида към читалищата. Единствено леко пренебрежителният тон на гласа зад кадър може да бъде заподозрян като обиден, но това би било субективно тълкуване. Всъщност в рекламата по-скоро се демонстрира важноста на читалището като културна институция, в която всеки може да намери място за изява, дори и да не предлага забавления за масовата публика. Нещо повече, младежът бърза към читалището за да гледа изпълнението и да заснеме дядо си, в никакъв случай не за да сучае и да си играе със смартфона си, както твърди жалбоподателят.
- В унисон с коледния дух, рекламата всъщност отправя едно достойно за уважение послание – всички „лоши“ хора са всъщност добри когато се вникне в мотивите им, „лошото“ е въпрос на гледна точка. „Няма послушни и непослушни“ е послание, което събира и обединява а не разделя В този смисъл жалбата изцяло negliжира този дух и парадоксално търси прегрешение там, където то липсва.

При преценката си за липса на нарушение на Етичния кодекс Етичната комисия се е основавала на чл.4.10 „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”.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия счита, че търговската комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария.

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.

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/pIIdiwG7FfM>