



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 195 на ЕК от 30.12.2014 (Жалба относно реклама на минерална вода „Девин“ с рисунки за деца)

София, 30.12.2014 г.

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на тридесети декември 2014 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Виолета Манолова
Десислава Димова
Елена Караколева
Жени Павлова
Красимир Папазов
Кристиана Чакърва
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12538 от 02.12.2014 г. относно реклама на минерална вода „Девин“ с рисунки за деца.

Жалба

На 02.12.2014 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от М.Н. от гр. Благоевград относно реклама на минерална вода „Девин“ с рисунки за деца.

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 Александър Гагов.

В жалбата се посочва, че става дума за рисунка за оцветяване, която е брандирана с марката „Девин“ и включва илюстрация на продукт, която деца са получили за оцветяване в детски клуб. Според жалбоподателя рекламният материал е директно насочен към деца по некоректен начин и е абсолютно нередно малки деца да бъдат "облъчвани" с бранд комуникация по начин, който използва съсредоточаването им върху игра или креативна

дейност. Жалбоподателката посочва, че не случайно на много места в Европа рекламата към деца е строго забранена. Като доказателство е приложена снимка, но не са посочени като нарушение конкретни текстове от Етичния кодекс.

Процедура

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

На 02.12.2014 г. е открита процедура, регистрирана под № 227. На 02.12.2014 г. е поискано становище от ответната страна – „Девин“ АД, което постъпва в НСС на 04.12.2014 г.

Становище на ответната страна

В становището се посочва, че през 2010 г. по повод пускането на пазара на изворна вода в бутилка от 330 мл. със специална капачка, предназначена за деца (такава каквато е изобразена на предоставената рисунка), от „Девин“ АД в ограничен тираж са разпечатани подобни на приложената рисунка рекламни материали с герои от приказките. Те са използвани от „Девин“ АД за много кратък период от време на детски мероприятия, организирани по повод промотирането на този нов детски продукт. След тази кампания на промотиране, приключила преди началото на 2011 година, въпросните рисунки или подобни на тях не са използвани и разпространявани от компанията. В този смисъл дружеството посочва, че ако някой без негово знание или разрешение ксерокопира или разпространява подобни материали, то не може да носи отговорност за неговите действия.

Дружеството счита, че рекламната кампания не съставлява нарушение на действащото в България законодателство и на Етичния кодекс. Мотивите за това са следните:

Съдържащите се в картинката изображения са образи на герои от детските приказки, а не образи на деца. Освен това рисунката по никакъв начин не подтиква към покупка на продукта. Тя само запознава децата с новия продукт. Единственото ограничение в законодателството по отношението на рекламата, насочена към децата като потребители, се съдържа в чл. 68, т.5 от ЗЗП, който гласи, че нелоялна търговска практика съставлява прякото насърчаване на децата да закупят или да убедят своите родители или други възрастни да им закупят стоката или услугата, предмет на рекламата. Случаят, предмет на жалбата, категорично не е такъв.

С оглед на гореизложеното дружеството счита жалбата за неоснователна и като такава следва да бъде оставена без уважение.

Решение

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

Мотиви

В жалбата се твърди, че на много места в Европа рекламата, насочена към деца, е строго забранена, което не отговаря на истината и могат да се посочат десетки примери за телевизионни и други реклами, насочени към деца, разбира се при строго регламентиранни закони и етични правила - например телевизионната реклама на бисквити Орео, продукт на „Монделиз България“ ЕООД, както и рекламите на играчки на Хиполенд АД или Джъмбо БГ.

Все повече рекламодатели насочват усилия за създаване на реклами, насочени към по-малки деца с цел добро отношение към бранда от най-ранна възраст.

В много страни рекламата се управлява и посредством етични кодекси за саморегулиране, които изискват спазването на етични стандарти и на стандарти за поведение. Освен саморегулирането в цялата индустрия, самите фирми и индустриалните сектори въведоха редица допълнителни разпоредби по отношение на маркетинговите съобщения, насочени към деца. Така например повечето мултинационални компании за производство на храни и напитки изградиха своя собствена политика за маркетинговите съобщения. Една от тези инициативи е компанията да рекламира за деца под 12-годишна възраст само продукти, които отговарят на специфични насоки за хранене, основаващи се на международни научни препоръки, както е и случаят с процесната търговска комуникация. Рекламира се продукт - минерална вода, който не може да бъде снет като вреден или опасен за здравето на детето.

Етичният кодекс, съдържа изрични разпоредби по отношение на рекламата, насочена към деца (чл. 17). В този текст е посочено, че търговската комуникация, насочена към или с участието на деца и подрастващи не трябва да създава опасност за физическа и морална вреда на децата, да ги убеждава пряко да закупят или да вземат под наем продукт или услуга, използвайки тяхната неопитност и доверчивост, да насърчава децата пряко да убедят родителите си или други лица да закупят рекламираните стоки или услуги, да злоупотребява със специалното доверие, което децата имат към своите родители, учители и др., да показва децата безпричинно в опасни ситуации. В процесната реклама нито един от тези фактори не е налице.

Обстоятелството, че върху процесния етикет е поставен надпис: „*Водичка специално за мен*“, не следва да се възприема като директен подтик към децата и подрастващите да убеждават родителите си или други възрастни да им купуват продукти (чл. 17.9.). Цитираният надпис, разгледан ведно с всички останали елементи използвани в търговската комуникация, съдържа информация, че рекламираният продукт (изворна вода) е подходящ за малки деца, за разлика от останалите минерални води, със специфичен химичен състав, които трябва да се използват с повишено внимание до определена възраст. ЕК отчита, че всяка търговска комуникация цели представяне на продукт с цел продажба на същия. В същото време обаче, в чл. 17.9. от ЕК не случайно се набляга на „*директния*“ подтик към покупка, който има много по-силно въздействие, предполага използване на думи и фрази призоваващи към закупуване на продукта и влияе пряко върху съзнанието на децата, които имат малък жизнен опит, спонтанни реакции, недостатъчно развито критично отношение към постъпващата от външния свят информация и поради това се нуждаят от по-висока степен на защита.

Въз основа на гореизложеното Етичната комисия счита, че няма нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България (Етичен кодекс).

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.

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:

