



## НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

### ЕТИЧНА КОМИСИЯ

#### РЕШЕНИЕ

**№ 296 на ЕК от 28.12.2019 г. (Жалба относно телевизионна реклама на „Джъмбо Ес. Б“ ЕООД)**

*София, 28 декември 2019 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 28.12.2019 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 № 12729 от 12.12.2019 г. относно телевизионна реклама на „Джъмбо Ес. Б“ ЕООД.

#### **Жалба**

На 12.12.2019 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Н.М. относно телевизионна реклама на „Джъмбо Ес. Б“ ЕООД. Жалбоподателят твърди, че рекламата насажда тъга в децата, чиито родител липсва у дома, защото работи в чужбина. Синът на жалбоподателя всеки път се натъжава, когато види рекламата, и знае, че баща му е на кораб точно по празниците. Друга интерпретация, която се прави, е че липсата на родител може да бъде заменена от играчка.

Жалбоподателят не е посочил конкретни текстове от Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България, които са нарушени от процесната реклама, но апелира към СЕМ да „оцени обидния тон на рекламата и да вземе необходимите мерки“.

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 Екатерина Димитрова.

## Процедура

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

На 19.12.2019 г. е открита процедура, регистрирана под № 348. На 12.12.2019 г. е поискано становище от ответната страна – „Джъмбо Ес. Б“ ЕООД, което постъпва в НСС на 20.12.2019 г.

## Становище на ответната страна

Становището е подписано от Александра Михова – Прокурист, и в него се казва, че жалбата е неоснователна и необоснована, защото:

Жалбоподателят не е посочил конкретни текстове от Етичния кодекс, които се счита за нарушени от спорната търговска комуникация. Той се е ограничил само до емоционално негативно описание на рекламата.

Следва да се има предвид, че Етичният кодекс изисква търговска комуникация да бъде честна и правдива. На въпросната реклама се вижда история на семейство, в което единият родител работи в чужбина, поради което не е със семейството си на Бъдни вечер, но това е част от житейската действителност. Подобна ситуация не е някаква абстракция, а често срещан случай в много български семейства... как ще бъде възприета от отделния потребител обаче, е само и единствено въпрос на неговата култура на мислене.

На следващо място, следва да се посочи, че въпросната търговска комуникация по никакъв начин не внушава, че липсата на родител може да бъде заместена с играчка

Рекламата не нарушава нито една законова разпоредба и не е налице противоречие с текстовете на Етичния кодекс.

## Решение

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

## Мотиви

Комуникацията, тема на преписката, е търговски ТВ клип на Джъмбо, показващ кораба СВЕТИ НИКОЛАЙ в не особено спокойно море. Показва се надпис БЪДНИ ВЕЧЕР. Вижда се каюта и мъж, който се върти неспокойно на тясното си легло. На вратата се почуква и друг мъж се обръща към главния герой и му казва, че семейството му го чака на телефона. Всичко това е на фона на минорна, тъжна музика. Кадрите са в близък план, за да покажат емоциите още по- наситено. Корабът изглежда беден, мизерен. Коледната му украса е по- скоро натъжаваща, отколкото създаваща празнично настроение. Христо тръгва веднага. Придвижва се в кораба, вижда свои колеги, които го поздравяват и му пожелават следващата Коледа да е със семейството си. Той стига до мостика и сядва пред комуникационния апарат. Чува гласа на

жена си, която му казва, че всички са се събрали да го поздравят, но най-нетърпелив е малкият им син. Детето започва радостно да разказва какво е получило от своите близки и го пита какво той ще му донесе когато се прибере у дома. Христо е изненадан, но негов колега му побутва плик на Джъмбо, който той използва, за да съчини една приказка за своя син. В приказката му разказва, че от всяко пристанище ще му донесе по нещо – от Сингапур влакче, от Хонг Конг-люлеещо конче, от Панама- плюшено мече... Отново смяна на кадрите, пак се вижда корабът в морето, самотна маса с останали напитки и храна. Христо е отново в своята каюта на леглото просълзен. Вратата на шкаф се отваря при всяко полюшване на кораба и вътре има празнично изглеждащи подаръци.

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

4.1. Търговската комуникация трябва да уважава всички аспекти на човешкото достойнство.

17.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.

В процесната реклама чувството на горест и душевно страдание са основният похват, чрез който е изнесена темата за тежкия живот на гастербайтерите и техните семейства. В същото време темата за самотата на хората по време на най-големите семейни празници не е нова и показва и другата страна на живота - неравната битка за препитание и че жертвите й са цели семейства. Един от основните аргументи на оплакването е, че дете, чийто баща по време на празниците е на работа на кораб силно се натъжава, гледайки рекламата, очевидно адресирайки я до собствената си ситуация. Това само подчертава достоверността и в този смисъл създава правдивост и основателност на Джъмбо да използва тази тема като реална, защото е често срещана, особено в Гърция /където е създадена/, но не е непозната и в България, където е показана.

Натъженото дете и горчилката от липсата на бащата по време на празниците са подчертани с всички аудио и визуални ефекти на клипа и създават изключително минорно настроение. Вероятно рисуват картина, която е стресираща за децата и ги натъжава. Децата са изключително податливи на емоционалните въздействия от различните аудио и видео комуникации. Но надали тази реклама предизвиква психическа или морална травма в подрастващите, по- скоро представя една друга действителност, която не е на обичаен показ по Коледа, но съществува и има хиляди семейства в такава или подобна ситуация. Това може да създаде емпатия и съпричастност в децата повече, отколкото да навреди на техния психически и морален баланс.

Последният аргумент на тъжителката, че комуникацията на Джъмбо внушава, „че липсата на родител може да бъде заменена от играчка“ не среща подкрепа в съдържанието на клипа, където не е показана реакцията на сина на Христо, за да внушава, че детето се радва на играчките повече, отколкото на баща си. От друга страна, въпросът на детето към баща му какво му е купил е съвсем естествен, особено в контекста на Коледа и е нормална детска реакция. Следва да не се забравя, че това е търговска комуникация, в която Джъмбо реферира към основния си асортимент, детските играчки.

Във връзка с гореизложеното 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/Ndf9-20y8PY>