



РЕШЕНИЕ

№ 145 на ЕК от 19.09.2013 (Жалба относно рекламна кампания на сайт за запознанства АНА.BG, реализирана чрез новинарския сайт DNES.BG)

София, 19.09.2013 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на деветнадесети септември 2013 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Василиса Младенова
Виолета Манолова
Даниела Узунова
Десислава Димова
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристияна Чакърлова
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов
Петя Стоянова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12455 от 03.09.2013 г. относно рекламна кампания на сайт за запознанства АНА.BG, реализирана чрез новинарския сайт DNES.BG.

Жалба

На 3 септември 2013 г. в НСС постъпва жалба от Е.А. относно рекламна кампания на сайт за запознанства АНА.BG, реализирана чрез новинарския сайт DNES.BG.

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 Виолета Манолова.

В жалбата се казва, че на сайта dnes.bg е публикуван банер, представляващ серия от три движещи се изображения, които рекламира ВИП услуги, предлагани от сайта за запознанства ana.bg. На едно от изображенията е показана дебела жена, която се сравнява с автомобил от ранга на "Жигули" и мобифон от края на 80-те години (като са допълнително омаловажени чрез черно-бялото представяне), докато слабата е на нивото на лимузина и смартфон. Поставянето на жената редом до колата и смартфона е обида за женския пол. Жените (дебелата и слабата) в

рекламата съзнателно или подсъзнателно внушават наличието на предимства или извличането на ползи и преимущества, основаващи се на социална принадлежност и сексуални стереотипи.

Като доказателство жалбоподателят е приложил снимки на рекламната кампания.

Процедура

Жалбата от Е.А. относно рекламна кампания на сайт за запознанства АНА.BG, реализирана чрез новинарския сайт DNES.BG е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 03.09.2013г. е открита процедура, регистрирана под № 180. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Инвестор.бг” АД, което постъпва в НСС на 11.09.2013г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Антон Филипов и Деница Димитрова - изпълнителни директори на „Инвестор.бг” АД, собственик на сайта dnes.bg.

В становището се казва, че изказаното в жалбата твърдение, че поставянето на жената редом до колата и смартфона е обида за женския пол, е неоснователно поради обстоятелството, че идеята на рекламата не се свежда до „поставяне” едно до друго и сравнения на трите предмета на анимации - кола с телефон, жена с кола и т.н. Акцентът е върху представяне на привлекателното и модерното и антипода на това представяне. Сравненията, които се правят в сюжета на рекламния криейтив на банера, имат за цел да накарат потребителите да се замислят какво е за тях VIP статус в обществото и какво е VIP статус в сайта.

В конкретния случай е използвана анимация и поради този причина изгледът на елементите в банера, цялостната му композиция, включително и „черно-бялото представяне” има за цел да визуализира криейтив идеята на банера, без да иска да засилва каквито и да е дискриминационни внушения.

Ответната страна не споделя изразеното в жалбата становище, че *„Жените (дебелата и слабата) в рекламата съзнателно или подсъзнателно внушават наличието на предимства или извличането на ползи и преимущества, основаващи се на социална принадлежност и сексуални стереотипи”*.

Акцентът в анимацията не е поставен върху теглото на анимираните дами и противопоставянето на по-пищните форми с по-фини такива и изтъкване на превъзходството на едните над другите, цвета на косата и/или други белези. Акцентът е върху сравнението между непривлекателността на безформения и безвкусен тоалет на едната от дамите, като цяло неподдържана визия, навеждаща на мисълта за липса на полагане на достатъчно грижи за здравето и външния вид и на визията на другата жена. Двете жени от рекламата не са представителки на две различни социални прослойки поради обстоятелството, че липса на вкус, неполагане на грижи за външния вид не е критерий за принадлежност към социален кръг. Днес може с увереност да се каже, че да спортуваш, да водиш здравословен начин на живот, респективно да изглеждаш добре, което в същото време е достъпно за хора с различни доходи, е привлекателно, модерно и VIP. В това се изразява идеята на дизайнерите от рекламния банер.

Ответната страна настоява жалбата да се остави без уважение.

Решение

Етичната комисия намира жалбата на Е.А. относно рекламна кампания на сайт за запознанства АНА.BG, реализирана чрез новинарския сайт DNES.BG, за **основателна** 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 **е в нарушение** на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, в частност на чл. 4.2, според който: „Търговската комуникация не трябва да съдържа, подбужда или толерира някаква 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.”

От изброените хипотези на чл. 4.2. Етичната комисия приема като относима към жалбата хипотезата „обида на базата на пол и възраст”.

В разглежданата реклама се изтъкват предимствата на VIP услугите на сайта Aha.bg пред обикновените, безплатни услуги, като се прави визуална аналогия между предпочитани, високостатусни притежания и остарели, търпени поради липса на избор притежания; тази аналогия е обединяващият признак между трите изображения.

Посланието на рекламата е: „Изберете VIP услугите на сайта, ако се идентифицирате с висок статус; високият статус се установява с **притежанието** на мощни и показни коли, последен модел телефон и стройни и красиви жени. „

На другия полюс са не-VIP-овете, които се разпознават по старите коли и телефони и непривлекателни жени.

Безспорно е, че огромната част от обществото намира за престижно и за видим израз на социален успех притежаването на скъпи вещи, в това число автомобили и телефони. Това е факт. Ето защо Етичната комисия приема, че квалифицирането на някой като VIP на базата на притежавани от него луксозни вещи е част от днешните културни стереотипи, трайно установени в българското общество. Използването на този културен и социален стереотип в рекламната комуникация само по себе си не съставлява нарушение на Етичния кодекс.

Силно смущаващо обаче е изображението на първата картина в контекста на цялостното рекламно послание. Младата и сексапилна жена е представена като елемент от VIP статуса и част от луксозните **притежания**, непривлекателната жена е женският аналог на старата кола и овехтелия телефон. Както изображението, така и внушението, което носи, засягат и уронват достойнството на жените. Преди всичко, защото жената е принизена до **елемент** от социалния статус на мъжа, наравно с притежаването на други вещи – телефон, автомобил. На второ място – квалификацията „VIP“ и „без VIP“ е направена на основа на външния вид и възраст на двете жени.

В тази връзка Етичната комисия приема, че първото изображение в контекста на цялата реклама, както и цялостната рекламна комуникация, съдържа и толерира форма на обида на базата на пол и възраст, което съставлява нарушение на чл. 4.2 от Етичния кодекс. В този контекст търговската комуникация противоречи и на Препоръките относно използването на сексуални стереотипи в рекламата и търговската комуникация на Етичната комисия.

Банерът е публикуван в новинарския сайт dnes.bg, собственост на „Инвестор.бг” АД в периода от 05 до 18 август 2013 г.

Въз основа на изложените аргументи Етичната комисия постанови настоящото решение, с което установява нарушение на разпоредбата на чл. 4.2. от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

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.

Етичната комисия препоръчва на “Инвестор бг” АД търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с нормите на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България в определения срок, а при невъзможност за това, да преустанови разпространението ѝ.

Срокът за изпълнение на решението на Етичната комисия е 5 работни дни от датата на получаване на решението, освен ако в самото решение не е постановено друго. В посочения срок в Националния съвет за саморегулация следва да се представят доказателства за изпълнение на решението на Етичната комисия.

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:

