



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 293 на ЕК от 02.08.2019 г. (Жалба относно Фейсбук комуникация на бранда Mintis/Минтис)

София, 2 август 2019 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 02.08.2019 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Танова
Ева Петрова
Екатерина Димитрова
Елена Караколева
Калина Жулева
Красимир Папазов
Маша Гавраилова
Надежда Ангелова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12717 от 11.07.2019 г. относно Фейсбук комуникацията на бранда (Минтис).

Жалба

На 11.07.2019 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Е.М. относно Фейсбук комуникацията на бранда (Минтис).

Жалбоподателят твърди, че Фейсбук комуникацията на бранда (Минтис) е отвъд нормата за сексуална провокативност, която концептуално е далеч от ментови лентички и посочва, че има нарушение на чл. 4.9 от *Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България, който гласи: Търговската комуникация не трябва да показва прекалена еротика и да промотира прекалена податливост на сексуалността, чрез изобразяване на насърчаване и готовност за секс, разголване на човешкото тяло по неподходящ начин и не трябва да представя продукта като средство за отстраняване на*

сексуални бариери. Човешкото тяло може да се показва само при зачитане на правата на личността и човешкото достойнство.

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.

Процедура

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

На 11.07.2019 г. е открита процедура, регистрирана под № 343. На 03.07.2019 г. е поискано становище от ответната страна, което постъпва в НСС на 18.07.2019 г.

Становище на ответната страна

В постъпилото писмено становище на рекламодателя се посочва, че рекламната стратегия на Минтис във Фейсбук цели да предизвика “интерес, хумор и да даде полезна информация относно приложението на продукта”. Марката използва няколко типа послания, като в част от тях има “загатнат” еротичен елемент. Представителят на марката Ивайло Андреев разяснява, че този тип реклами са вдъхновени от принципа “Секс, секс, секс – сега след като ни обърнахте внимание, предлагаме наистина хубава и студена бира!”. Водени от тези принцип, в рекламите на Минтис се “закрива най-интересната и провокативна част от историята с продукта”.

В становището се твърди, че комуникацията на Минтис “не прекрачва границата на доброто възпитание“. Освен това е “често срещан елемент в рекламната екосфера на нашия пазар”. По отношение на таргетирането на рекламите се посочва, че то е към хора над 19 години, като същевременно се твърди, че продуктът е насочен изцяло към младежка аудитория.

Решение

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

Мотиви

Процесната кампания на Минтис във Фейсбук страницата марката се състои от поредица от поне 3 провокативни реклами, с подчертано еротично съдържание.

Реклама 1: Показва млада жена по бельо, застанала на колене пред изправен, гол до кръста мъж. Жената разкопчава панталоните на мъжа, като държи опаковка Минтис.

Реклама 2: Показва млада жена по бельо, обхванала с крака и ръце изправен, гол до кръста мъж. Мъжът е хванал с ръце голите и задни части. Пред тази сцена е поставена ръка, държаща опаковка Минтис, която закрива централната зона на задните части на жената. Има надпис “Виж, имаме Минтис”.

Реклама 3: Показва гола жена в гръб, която е с престилка за готвене, като задните и части са разгопени. Пред тази сцена е поставена ръка, държаща опаковка Минтис, която закрива централната зона на задните части на жената. Има надпис “Виж, имаме Минтис”.

Реклами 1 и 2 са с подчертано сексуален подтекст и визия, която е с висока доза еротика. В Реклама 3 визията е определено еротична. Поставянето на опаковките на Минтис, така че да прикрият част от сексуалните/еротични сцени, не намалява общото впечатление. Визиите показват прекалена еротика и готовност за секс, което е в нарушение на чл. 4.9. Както и самият рекламодалател посочва, принципа на създаване на рекламите е “Секс, секс, секс...”

Рекламите съдържат прекалена и излишна еротика, която е без връзка с продукта или с много далечна такава.

Показателни за възприятието на рекламните публикации на марката Минтис във Фейсбук са и коментарите на потребителите:

Владислав Радев Минтис ли се казва продукта?

Vyara Tonkova Аман от плоскоумни реклами от хора, дето просто нямат талант и фантазия за нещо повече

Mihail Toshev уоуоооо пасти да яде

Минчо Петров Report

Pami Petrova Ех да Ви имам и рекламите, брат. Не всички се вълнуват от тия неща та да сложите голо момиче отзад. Брат, тва няма да ви помогне да си продавате скапаните листчета.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия счита, че разглежданата търговска комуникация е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария – чл.4.9 и препоръчва търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с Етичния кодекс и да бъде премахната от Фейсбук страницата..

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодалатели 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:

