



РЕШЕНИЕ

№ 88 на ЕК от 19.01.2012 (Жалба относно телевизионна реклама на „Мобилтел,, АД за Смарт телефон М-Tel A100)

София, 19.01. 2012 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на деветнадесети януари две хиляди и дванадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Виолета Манолова
Емилия Клайн
Емилиян Арнаудов
Мехти Меликов
Деница Сачева
Румяна Карлова
Жанет Захариева
Мелания Рашева
Мария Гергова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Мария Гергова преписка, образувана по Жалба № 220 от 08.01.2012 г., относно телевизионна реклама на Смарт телефон М-Tel A100.

Жалба

На 08.01.2012 г. в НСС постъпва жалба от М.М. от гр.София, регистрирана под № 220, относно телевизионна реклама на „Мобилтел” АД за Смарт телефон М-Tel A100. В жалбата се казва, че рекламата на смарт фон Мтел А 100, чийто комуникационен спот се върти по телевизиите, е обиден. Използван е образът на Дядо Коледа, за когото обаче подигравателно се казва от елените, че "старецът съвсем е мръднал". Това е обида към авторитета на отдавна изграден позитивен детски образ.

Като доказателство жалбоподателят е посочил линк на търговската комуникация и се е позовал на следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

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

Чл.1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.

Процедура

Жалбата от М.М. от гр.София относно телевизионна реклама на „Мобилтел” АД за Смарт телефон M-Tel A100 е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 12.01.2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 118. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Мобилтел” АД, което постъпва в НСС на 16.01.2012 г.

Становище на ответната страна

В становището се казва, че като лидер на пазара телекомуникационни компании и един от най-големите рекламодатели на българския рекламен пазар „Мобилтел” АД приема изключително сериозно и държи на прецизното изпълнение на посоките, зададени в актуалния Правилник за прилагане на Националните Етични правила за реклама и търговски комуникации на Националния съвет за саморегулация.

Описаният рекламен клип представлява скеч (пародия), в който анимираните герои поднасят в хумористичен стил информация към зрителите във връзка с организирана от Мобилтел рекламна кампания за продукт смартфон M-Tel A100. Рекламата е направена в увлекателен и възбуждащ интереса на зрителите стил. Тонът и изразните средства на комуникацията са целенасочено преувеличени, забавни и комични. Информацията от рекламата е предадена в хумористичен и забавен вид, като единствената ѝ цел е аудиторията да разбере и запомни характеристиките на продукта и условия при които може да бъде закупен този продукт.

Описаното в жалба 220 мнение изразява лични възгледи и възприятия по отношение на митичния образ на Дядо Коледа, който в определено отношение е бил наложен именно в рекламни клипове, излъчвани от компанията Кока Кола. При разглеждането на жалбата следва да се има предвид свободата на художествено творчество. Която свобода е призната и се гарантира от Конституцията на Република България – чл. 54. Свободата се отнася както до творчеството, което намира благоприятен обществен прием, така и за провокативното творчество, което шокира и смущава, като провокира представите ни за добрия вкус и човешките възможности.

Според практиката на Европейския съд по правата на човека и Конституционния съд: „Свободата на словото представлява един от фундаменталните принципи, върху които се гради всяко демократично общество, и е едно от основните условия за неговия напредък и за развитието на всеки човек. Тя важи не само за "информация" или "идеи", които намират благоприятен прием или не се считат за обидни или са приемани с безразличие, но също така и за тези, които обиждат, шокират или смущават държавата или която и да е друга част от населението. Такива са изискванията на плурализма, толерантността и търпимостта, без които едно "демократично общество" не би могло да се нарече такова.” (Решение № 7 от 4.VI.1996 г. на КС на РБ по конст. д. № 1/96 г.).

Период на излъчване: 18-ти Декември 2010г. – 16-ти Януари 2011г.

Медия канали: Телевизия – Нова Телевизия, БТВ, Диема, Диема Фемили и Диема 2, Преса – Стандарт, Зов Враца, Новинар, Сега и Телеграф

Комуникацията е планирана и насочена към конкретен таргет: мъже и жени на възраст 18-34

Рекламна агенция: Демнер, Мерличек и Бергман София ЕООД

Решение

Етичната комисия намира жалбата за неоснователна 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 не е в нарушение на посочените от жалбоподателя текстове, както и на други текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Както бе посочено в становището на ответната страна търсеното в рекламата привличане на вниманието на потребителя по хумористичен начин и на езика, на който говори целевата група /18 – 34/, е постигнато. В този смисъл не може да бъде налице обидно послание.

Що се отнася до текста, в който рекламата «трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива», то рекламният клип на М-Тел е именно такъв.

При направеното проучване за акцента в рекламата, който е обект на жалбата („старецът съвсем е мръднал”), бе констатирано, че рекламният клип не е бил обект на обсъждане от лицата, които са коментирали клипа. Напротив, следва да се отбележи, че клипът е възприет много добре, именно като хумористичен и забавен. В проценти, разполагайки с броя хора, които са коментирали клипа и жалбоподателя, тези, които се отнасят позитивно към посланието, е 96 %.

Рекламата не съдържа елементи, които нарушават закона или подтикват към нарушение. В този смисъл рекламата е изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото. Тя е благоприлична и правдива, тъй като отразява света на младите с използването на техния език. Няма злоупотреба с доверието на потребителите. В търговската комуникация не се съдържа обида или подигравка към фигурата на Дядо Коледа и няма злепоставяне на неговия образ и не влиза в противоречие с правилата за почтеност и правдивост.

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.

Съгласно чл.17.5 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, решението заедно 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) Гриша Камбуров

ПРИЛОЖЕНИЕ:

<http://youtu.be/bvpgnWOieg8>