



РЕШЕНИЕ

№ 74 на ЕК от 08.12.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на McDonalds с участието на Поли Генова)

София, 08.12. 2011 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на осми декември две хиляди и единадесета година в състав:

Председател: Жанет Захариева

Членове: Василиса Младенова
Виолета Манолова
Деница Сачева
Емилия Клайн
Мария Гергова
Мелания Рашева
Мехти Меликов
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Румяна Карлова преписка, образувана по Жалба № 191 от 15.11.2011 г., относно телевизионна реклама на McDonalds с участието на Поли Генова.

Жалба

На 15.11.2011 г. в НСС постъпва жалба от Х.Х. от гр.София, регистрирана под № 191, относно телевизионна реклама на McDonalds с участието на Поли Генова, определена като липса на социална отговорност.

Като основание за жалбата жалбоподателят се е позовал на нарушение на чл.4.6 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България: „Търговската комуникация не трябва да съдържа, толерира или подбужда насилствено, незаконно или противообществено поведение”, без да посочва допълнителни мотиви.

Като доказателство към жалбата е приложен телевизионният клип.

Процедура

Жалбата от Х. Х. относно телевизионна реклама на McDonalds с участието на Поли Генова е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 15.11.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 100. На същата дата е поискано становище от ответната страна – “Сънфудс България” ЕООД (Development Licensee of McDonald’s in Bulgaria), което постъпва в НСС на 21.11.2011 г. Становището е от ДДБ София ООД, рекламната агенция изготвила търговската комуникация. “Сънфудс България” ЕООД (Development Licensee of McDonald’s in Bulgaria) не е изразило самостоятелно становище по случая.

Становище на ответната страна

Кампанията на Макдоналдс «Цена за всеки» е свързана с предлагането на 10 различни продукта в ресторанта с цена на всеки един от тях на стойност 0.99 лв. Слоганът на кампанията «Цена за всеки» комуникира от една страна – цената на всеки продукт, която е 0.99 лв. и от друга страна, че цената на продуктите от офертата е толкова достъпна, че всеки може да си позволи да го закупи.

Механизмът и концепцията на промоцията насочва дружеството към използването на известна личност в лицето на младата, но изключително талантива изпълнителка Поли Генова, представила България на престижния конкурс „Евровизия“ през 2011 г.

Телевизионният рекламен клип включва следните елементи:

Поли Генова влиза в ресторант на McDonalds (този на пл. Славейков). Отива до касата и вижда атрактивната промоция с 10 продукта за 0,99 лв. всеки. Започва да си опипва джобовете и осъзнава, че си е забравила портфейла. Но понеже е изключително съобразителна и талантива, в този момент ѝ хрумва как да излезе от ситуацията.

Поли излиза на площада до фонтана, слага шапката си на земята и започва да пее. Минувачите в началото се чудят какво става, но веднага я разпознават и видимо се забавляват на нейното артистично изпълнение и ведро и жизнерадостно излъчване. Някои хора слагат дребни монети в шапката, други танцуват, трети ръкопляскат. Поли завършва изпълнението си и с шапката влиза в ресторанта. В края на клипа се показва Поли Генова, седнала в McDonalds, споделяйки закупените продукти с няколко от своите фенове, забавлявали се с нея при артистичното ѝ изпълнение на площада.

В телевизионния клип Поли Генова всъщност започва да пее част от своята нова песен. Рекламният клип на McDonalds е първото място, където тя получава възможност за изява.

Основните линии на внушение са:

- Предлагане на качествен продукт на достъпна цена за всеки;
- Стимулиране на изобретателността и творческото мислене;
- Споделяне на нематериални и материални блага.

Промоционалната кампания “Покажи своя талант и може да участваш в новия клип на Поли Генова” е насочена към всички хора, които са талантиви и имат интересни умения. За целта е създаден сайт <http://mcdonalds.bg/poli-genova>, в който се дава поле за изява на всички хора с талант - танцьори, бийтбоксьри, жонгльори и се предоставя възможността да качат авторски видеоклип със запис на своето артистично изпълнение. Всяко видео може да бъде подкрепено с гласуване, като на този принцип се определят 30-те най-харесвани от посетителите на сайта артистични изпълнения. След едномесечно провеждане на конкурса, Поли Генова избира 10 изпълнения от 30-те най-харесвани, които ще влязат в клипа на новата ѝ песен.

Основните цели на кампанията са:

- Стимулиране на изобретателността и творческото мислене;
- Даване на възможност за изява на всеки и начин да покаже таланта си.

Телевизионната реклама McDonalds с участието на Поли Генова е изцяло съобразена с правилата, критериите и изискванията на Националните етични правила за реклама и комуникация /Етичен Кодекс/, както и на Рамката за отговорна комуникация на храни и напитки.

По отношение на тази телевизионна реклама не е налице нарушение на чл.4.6 от Етичния кодекс, а именно въпросната търговска комуникация не съдържа, не толерира и не подбужда насилствено, незаконно или противообществено поведение.

Противообществените прояви са деяния, които са общественоопасни и противоправни или противоречащи на морала и добрите нрави. В конкретния случай слагането на шапката на земята от артиста-изпълнител не представлява зов за помощ, нито просия, нито противообществена проява, нито е насочено към настъпване на общественоопасни последици, нито е незаконосъобразна. Напротив, от тази търговска комуникация струи ведро и жизнерадостно настроение, а публичното изпълнение на фрагменти от новата песен на певицата Поли Генова създава у случайните минувачи радост и настроение, като същевременно ги провокира и насърчава да показват таланта и артистичните си умения. Певицата Поли Генова е възнаградена от минувачите, които са и нейни фенове, именно защото те харесват и възприемат положително нейното артистично изпълнение. Не са налице и нарушения на критериите за почтеност и социална отговорност. Рекламата не съдържа никакви елементи, които да нарушават закона и добрите нрави, не толерира и не подбужда към противообществено поведение, в това число и просия, съответно не съдържа трите хипотези, предвидени в чл.4.6 от Етичния кодекс. Не става въпрос за системно събиране на суми от случайни минувачи, а за споделяне с тях на приятна емоция. Напротив, търговската комуникация предразполага и създава усещането за удовлетворение и приятна емоция от една изключителна артистична изява. В рекламата е налице споделяне на нематериални и материални ценности, а именно творческа изява в широк социален кръг и споделяне на полученото случайно възнаграждение от артиста-изпълнител с почитателите. В този смисъл Телевизионната реклама McDonalds с участието на Поли Генова е в съответствие с идеологията на всяка една реклама, насочена към потребителите, а именно да предизвика вълна от емоции, които предизвикват позитивни чувства.

Решение

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

Етичната комисия обсъди искането на Емилиян Арnaudов и Гриша Камбуров за отвод по съответната преписка. След проведена дискусия и с оглед заявеното желание на двамата члена на комисията да не участват в обсъждането на преписката, Комисията реши, че основанията за отвод са налице. В тази връзка за председател на заседанието на Етичната комисия по тази преписка е определена Жанет Захариева.

Мотиви

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация не нарушава посочения от жалбоподателя чл.4.6 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България: „Търговската комуникация не трябва да съдържа, толерира или подбужда насилствено, незаконно или противообществено поведение”.

Една реклама има за цел да прикове вниманието, да предизвика интерес, а след това и желание да се притежава съответния рекламиран продукт. Тя трябва да се изработи така, че да

накара потенциалния клиент да възприеме лесно поднесените му информация и послание. За да предизвика интерес рекламата трябва да е привлекателна и атрактивна.

Именно такъв подход е използван в процесната търговска комуникация. Тя е поднесена по привлекателен начин, не съдържа аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или могат да се определят като отблъскващи според общоприетите морални норми, или като такива, които толерират или подбуждат насилствено, незаконно или противообществено поведение. Героинята в рекламния клип, с присъщата на младите хора находчивост, използва таланта си, за да се възползва от атрактивната промоция с 10 продукта за 0,99 лв. и да набави за целта нужните средства. Тя излиза на улицата и започва да пее, и тъй като ролята на героинята е поверена на Поли Генова, а тя е любимка на младите хора, те се спират, за да се порадват на изкуството ѝ, като пускат монети в поставената на земята шапка. Изкуството на уличните музиканти не може да бъде квалифицирано като противоправно деяние и не представлява просия. Публичното представяне на определен артистичен талант е форма на полагане на личен труд, с което се печелят средства. За уличните музиканти и артисти улицата е своеобразна сцена - място, където те случайните минувачи са публиката. Тяхното изкуство е специфичен елемент от градската среда, което ѝ придава своеобразна свежест и атрактивност. От рекламата лъха бодрост и весело настроение, младежка неподправена закачливост, като са спазени изискванията за благоприличие, а използваните топли цветове предават на клипа ведър и жизнерадостен облик. Рекламата има предразполагащо въздействие, зрителите придобиват усещането за удовлетворение, а цялостният сценарий и реализация предизвикват усмивки. Рекламният клип не съдържа никакво образно или текстово послание, което да е в противоречие с нормативната уредба и добрите нрави, поради което не може да се квалифицира като нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Съгласно чл.17.4. 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/fRBn5G8IE_Y