



РЕШЕНИЕ

№ 75 на ЕК от 08.12.2011 (Жалба относно рекламна кампания на „Шуменско тъмно” във Фейсбук, продукт на „Карлсберг България” АД)

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: Гриша Камбуров

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

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Виолета Манолова преписка, образувана по Жалба № 192 от 22.11.2011 г. относно рекламна кампания на „Шуменско тъмно”, продукт на „Карлсберг България” АД, във Фейсбук.

Жалба

На 22.11.2011 г. в НСС постъпва жалба от Е.Е. от гр.София, регистрирана под № 192, относно рекламна кампания на „Шуменско тъмно”, продукт на „Карлсберг България” АД, във Фейсбук, определена като неподходяща за деца. В жалбата се казва, че Facebook страницата на Шуменско е маркирана в категория \"Храни / напитки\" (Food / beverages) и позволява на лица/деца под 18 години да я ползват и да участват в конкурсите им. Това е недопустимо, при положение, че всички други производители на алкохол са регистрирали страниците си като \"Вина / алкохол\" (Wine/Spirits), които автоматично отрязват участници под законната възраст. Конкурсът на „Шуменско МИНИ НА ТЪМНО” нарушава общите условия на Facebook за промоции, защото позволява да се използват Facebook функционалности като условие за печалба на конкурс. Точка 5 на **Facebook promotions guidelines** изрично забранява Лайкването или каненето на приятели да са параметри в участието или печалбата на промоция.

Като доказателство жалбоподателят е приложил скрийншот на страницата на „Шуменско” във Фейсбук и линк към правилата за промоция във Фейсбук, но не се е позовал на текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Жалбата може да бъде отнесена към:

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

Чл. 1.3. „Рекламодателите носят отговорността за законосъобразността на търговската комуникация. Всяка търговска комуникация не трябва да пренебрегва която и да е законова норма, не трябва да съдържа елементи нарушаващи закона; не трябва да подтиква никого да нарушава или заобикаля закона”

Чл.17.1. „Специална грижа трябва да бъде положена при търговската комуникация, насочена към или с участието на деца и подрастващи. Такава комуникация не трябва да подкопава доброто обществено поведение, начин на живот и нагласи”.

Процедура

Жалбата от Е. Е. относно рекламна кампания на „Шуменско тъмно”, продукт на „Карлсберг България” АД, във Фейсбук, е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 22.11.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 102. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Карлсберг България” АД, което постъпва в НСС на 29.11.2011 г.

Становище на ответната страна

В становището се казва, че "Карлсберг България" АД не е член на Националния съвет за саморегулация, но е активен участник в системата по саморегулация към Съюза на пивоварите в България. Както е известно, СПБ е една от малкото браншови организации с функционираща система по саморегулация. Макар в България тази система да се развива едва от 2005 г., рекламодателите от пивоварната индустрия са оценени от Пивоварите на Европа, Европейския форум за алкохол и здраве и Европейската комисия като напълно покриващи седемте оперативни стандарта на Пивоварите на Европа. В рамките на системата по саморегулация, всички търговски комуникации на "Карлсберг България" АД преминават през последващ контрол – post monitoring, а някои от тях – и през предварителен (copy advice). Представител на "Карлсберг България" АД е постоянен член на Съвета по саморегулация към СПБ. Дружеството съблюдава стриктно процедурата по маркетингова комуникация на "Карлсберг Груп". Въз основа на гореизложеното, дружеството счита, че "Карлсберг България" АД е въвел надеждни механизми за вътрешен и външен контрол на всички търговски комуникации за съответствието им с действащото законодателство и Кодекса за отговорна търговска комуникация и етични стандарти на Съюза на пивоварите в България, в това число и относно ограничаване достъпа на непълнолетни лица до нашите търговски комуникации.

Съгласно действащото законодателство (Закона за храните, Закона за здравето, Закона за акцизите и данъчните складове и др.), бирата неотменно се класифицира отделно от високоалкохолните напитки.

На следващо място, маркирането на страницата в една или друга категория не определя достъпа до нея и не налага автоматично възрастови ограничения на страницата. Такива

ограничения могат да бъдат задавани за всяка конкретна страница от настройките ѝ. Страницата "Шуменско хората сбира" - <http://www.facebook.com/shumensko.bg> е създадена с възрастови ограничения "Алкохолна тематика" ("Alcohol Related"), които не позволяват на непълнолетни лица, съгласно съответното национално законодателство, да имат достъп до каквото и да било съдържание, публикувано на страницата, включително и визуално.

От приложената статистика става ясно, че страницата на Шуменско няма фенове във възрастова група 13-17 г. Първата възрастова група на фенове на страницата са 18-24 години (общо 25% от всички фенове), а най-голямата група фенове са между 25-34 г (общо 47%).

Като допълнителна мярка е сложено и предупреждение на стената, че за да имат достъп до страницата, потребителите трябва да са пълнолетни.

Дружеството разполага с тестови Facebook профили, един от които е на 16-годишно лице. Страницата "Шуменско хората сбира", както и страниците на други алкохолни брандове, не са достъпни за него.

В заключение по т.1 от жалбата се подчертава, че до страницата "Шуменско хората сбира" непълнолетни лица биха могли да получат достъп, само ако ползват Фейсбук профил на пълнолетно лице.

За всички, които работят в бирения бранш, и които стриктно спазват правилото за поставяне на т.нар. "age check" на сайтовете, е ясно, че ако едно лице въведе грешни данни за възрастта си в своя профил, няма начин да се ограничи достъпа му до съответните страници. Тук вече въпросът опира до личностните качества и съответно-недостатъци на конкретния тийнейджър, за които отговорни до известна степен са семейството, училището и обществото като цяло, но в никой случай- съответния производител на бира.

Въз основа на гореизложеното, дружеството счита, че търговската комуникация – Facebook страницата на Шуменско - "Шуменско хората сбира" не е насочена към деца и подрастващи и като компания са предприети всички възможни и допустими от закона действия за ограничаване на достъпа на такива лица до нея. В този смисъл комуникацията е в съответствие с действащото законодателство, чл.17 на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Р. България на НСС и Раздел II от Кодекса за отговорна търговска комуникация и етични стандарти на Съюза на пивоварите в България.

По т.2 от жалбата не става ясно за какво конкретно нарушение на законова норма, етично правило или морала става дума. Евентуално нарушение на общите условия на Фейсбук би могло да е относимо единствено към отношенията между "Карлсберг България" и Фейсбук, като по никой начин не би могло да засегне обществения интерес.

Промоцията "Мини на тъмно" е напълно съобразена с правилата на Фейсбук от 11 май 2011г. - http://www.facebook.com/promotions_guidelines.php, а именно:

Осъществява се чрез специално създадено Приложение, поместено на отделен таб;

В т.16. от Правилата на промоцията, публикувани в Приложението "Мини на тъмно", са включени нормативните текстове от т.2 на правилата на Фейсбук;

Не се използват инструментите на Фейсбук за регистрация в Промоцията. Регистрацията става чрез приемане на специално създаденото Приложение. "Лайкването" не регистрира феновете в Промоцията.

Условието за регистриране в Промоцията е потребителят да приеме Приложението "Мини на тъмно" и да убеди поне 10 свои приятели да приемат същото Приложение. Не се изисква използването на Фейсбук функционалностите като "лайкване", "коментиране" и т.н. Единственият Like, който изискваме, е на самата страница, което е позволено и е описано в точка 4 от правилата на Фейсбук.

По никакъв начин не се използват функционалности на Фейсбук за гласуване, в промоцията изобщо не присъства гласуване или избор на победител.

Каненето на приятели според правилата на Фейсбук не е непозволен метод за провеждане на промоция.

Победителите в промоцията се уведомяват лично с и-мейл и се публикуват в Приложението, не на стената или с фейсбук съобщения и чат.

В рекламите не се използват никакви лога на Фейсбук.

Към настоящото становище са приложени Официални правила на Шуменско за онлайн промоция "Мини на тъмно!", поместени на страницата "Шуменско хората сбира".

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 Василиса Младенова за отвод по съответната преписка. След проведена дискусия и с оглед заявеното желание на члена на комисията да не участва в обсъждането на преписката, Комисията реши, че основанията за отвод са налице.

Мотиви

Етичната комисия е на мнение, че търговската комуникация не нарушава Чл.1.1, Чл. 1.3 и чл. 17, както и който да е друг текст от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Търговската комуникация – Facebook страницата на Шуменско – „Шуменско хората сбира” не е насочена към деца и подрастващи. Компанията е предприела допустимите от закона действия за ограничаване на техния достъп до страницата. В този смисъл комуникацията е в съответствие с етичните правила, разписани в Етичния кодекс, както и с тези от Кодекса за отговорна търговска комуникация и етични стандарти на Съюза на пивоварите в България. Спазено е правилото за поставяне на т.нар. “age check”. Разбира се, ако едно лице въведе грешни данни за възрастта си в своя профил, няма начин да се ограничи достъпа му до съответните страници. В подобен случай отговорност би следвало да носят родителите и семейството, които са длъжни да упражняват контрол.

Що се отнася до втората част на жалбата относно Конкурсът на Шуменско Мини на тъмно, то тук също няма основание за нарушение както на правилата на Етичния кодекс, така и на закона. Евентуалното нарушение на общите условия на Фейсбук е относимо единствено към отношенията между „Карлсберг България” АД и Фейсбук, което не засяга обществения интерес.

Съгласно чл.17.4. 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) Гриша Камбуров

ПРИЛОЖЕНИЕ:

The screenshot shows a Facebook page for 'Шуменско Хората Сбира' (Shumen Beer Lovers). The page features a large advertisement for 'Шуменско Тъмно' (Shumen Dark) beer. The ad is set against a textured, parchment-like background and includes the following text: 'ВКЛЮЧИ СЕ' (Join), 'ВИЖ КОЙ Е ПРИЕЛ ПОКАНАТА ТИ' (See who has accepted your invitation), 'ПЕЧЕЛИВИШИ' (You've won), 'ВСЕ ОЩЕ НЕ СИ РЕГИСТРИРАН' (You are still not registered), and 'За да минеш на тъмно трябва да приемеш апликацията и да поканиш своите приятели "на тъмно".' (To go dark you need to accept the app and invite your friends "to go dark"). A red circle highlights the text 'ВИЖ КОЙ Е ПРИЕЛ ПОКАНАТА ТИ'. Below the main text is a small piece of paper with the handwritten text 'включи се' (join). At the bottom of the ad is a bottle of Shumen Dark beer. The Facebook interface includes a search bar, a navigation menu on the left, and a right-hand sidebar with recommendations and sponsored posts.

https://www.facebook.com/shumensko.bg?sk=app_23777639615979

facebook Search Elenko Elenkov Home

Шуменско Хората Сбира ▶ МИНИ НА ТЪМНО
Food/Beverages · Sofiya, Sofiya-Grad, Bulgaria

Create a Page

You and Шуменско Хората Сбира

61 friends like this.

Recommendations from Friends See All

Iasen Georgiev на тъмно ха

Write a recommendation...

Sponsored Create an Ad

Авто аксесоари на старо
face.prodavalnik.com

Искаш да продадеш частите и аксесоарите от старата кола? Пусни обява безплатно!

Морени

СПЕЧЕЛИ! Стани играч с вафла трепач! Вземи безплатен код и увеличи шанса си да спечелиш 30 вафли Морени и SONY PSP!

Like · Ivan Georgiev likes this.

Будапеща + директен полет
dalavera.bg

от София и Бургас с 2 нощувки и закуски във фамозния четиризвезден Continental Hotel Zara Superior, Будапеща с 40% отстъпка!

21,175 like this

1,403 talking about this

Likes See All

Шуменско пиво

PROMO TUBORG