



РЕШЕНИЕ

№127 на ЕК от 24.01.2013 (Жалба относно реклама на предплатена gift Visa или Master карта на Централна кооперативна банка АД)

София, 24.01.2013 година

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

Председател: Гриша Камбуров

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

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Мария Гергова преписка, образувана по Жалба № 7268 от 15.01.2013 г. относно реклама на предплатена gift Visa или Master карта на Централна кооперативна банка АД.

Жалба

На 15 януари 2013 г. в НСС постъпва жалба от С.И. от София относно реклама на предплатена **gift Visa** или **Master** карта на Централна кооперативна банка АД, която според жалбоподателя е дискриминираща и сексистка.

На 15.01.2013 г. 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 членът на ЕК Мария Гергова.

В своята жалба жалбоподателят е приложил линкове, на които са изобразени визиите, предмет на оплакването.

Според жалбоподателя всяка модерна, еманципирана жена трябва да се чувства натоварена и обидена от стереотипите и представянето на жената като глупава и всякога меркантилна в рекламната кампания на „ЦКБ“ и „Изипей“, като се позовава на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България на Национален съвет за саморегулация (НСС) (Препоръки относно използването на сексуални стереотипи в рекламата и търговската комуникация, т. 3 и т. 8).

Т. 3. Рекламите и търговските комуникации следва да избягват явно или скрито внушение за подчиненост на полова основа, сексуално насилие и сексизъм.

Т. 8. Рекламите и търговските комуникации следва да се въздържат от показване на хора от двата пола в неприсъщи за тях социални роли, създаващи деградивни и унижителни асоциации.

Процедура

Жалбата от С.И. относно рекламата на предплатена **gift Visa** или **Master** карта на Централна кооперативна банка АД е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 15.01.2013 г. е открита процедура, регистрирана под № 160. На 15.01.2013 г. е поискано становище от ответната страна – Централна кооперативна банка АД, което постъпва в НСС на 22.01.2013 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Диана Митева, Изпълнителен Директор на Централна кооперативна банка АД.

Ответната страна изразява несъгласие с твърдението, че рекламата противоречи на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България по-конкретно на «Препоръки относно използването на сексуални стереотипи в рекламата и търговската комуникация», т. 3 и т. 8.

Като допълнителни материали са предоставени - описание на концепцията от агенцията, разработила кампанията, и визии на трите реклами.

В становището са представени следните аргументи:

1. Визията е опит за една по-неконвенционална и съвременна рекламна кампания, в която няма идеализирано представяне на предлаганите продукти, какъвто е стандартът при повечето банкови реклами. Рекламната кампания не е художествена измислица, а е инспирирана от самия живот.

2. Продуктът, рекламиран в кампанията е карта, предназначена за подарък. Рекламата представя хора, на които се поднася подарък от наши клиенти. Представянето на клиентите като «глупави» би било непрофесионално от страна на банката, която цели да привлече, а не да отблъсне клиентите си.

3. Описаната в жалбата реклама е част от серия, включваща 3 реклами, всяка от които показва неподходящ за съответния индивид подарък. В една от рекламите е представено младо момче, което получава подарък малко коте; втората реклама включва възрастна жена, която получава стереослушалки, третата е описаната в жалбата реклама. Тази реклама не е оценка за възможността или желанието на човек да чете или за интелектуалните му способности. Съмняваме се, че много хора ще се зарадват на подарък «Война и мир», независимо от възрастта и пола. Това е книга, която всеки решава сам кога да намери и прочете. В този смисъл не виждаме основание за сексизъм и дискриминация.

4. Идейната концепция на рекламата се опира на факта, че не винаги познаваме детайлно предпочитанията и интересите на хората, на които правим подаръци. В този смисъл посланието на рекламата е, че с картата може да се избегнат неудобни ситуации, подарявайки нежелан подарък.

5. Според изследване /цитирано в писмото от жалбополучателя/ хората подаряват все по-малко книги, печатни издания. Това обаче не означава, че хората четат по-малко, а че просто предпочитат новите технологии като електронни четци и пр.

6. Не е релевантен изводът, че дамата в рекламата е представена като «сексуален обект на разположение». Нищо в позата и, нито във външния вид говори дори за намек в тази посока.

7. В рекламата е търсен тънък и деликатен хумор, в никакъв случай сексуалното, под каквато и да е форма.

8. Представянето на млада дама на празненство не може да се тълкува като показване на хора от женски пол в неприсъщи за тях социални роли, създаващи деградивни и унижителни асоциации.

9. Отегчението от неподходящия подарък не може да се приема като оценка интелектуалните способности на човек или да става основание за определяне на личността като меркантилна.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от С.И. относно рекламата на предплатена **gift Visa** или **Master** карта на Централна кооперативна банка АД 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 Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България=

По отношение на акцента в рекламата, който е обект на жалбата, беше направен онлайн мониторинг по ключови думи в Интернет.

Освен чисто рекламните публикации в сайта на ЦКБ, както позитивно-информативно отразяване в единични медии, няма конкретно отношение от други потребители нито към продукта, нито към начина, по който той се рекламира.

Начинът, по който се тълкува рекламната визия, както и посланието, са въпрос на лично възприятие. Жалбата е част от цялостна рекламна концепция, която използва един стил за три различни послания към три различни целеви групи - дете, възрастна жена, млада жена. Субект на комуникацията е всеки подарък, различен от предплатена **gift Visa** или **Master** карта на ЦКБ.

Етичната комисия е на мнение, че няма основание да се твърди, че в търговската комуникация има внушение за подчиненост на полова основа, сексуално насилие и сексизъм, още по-малко има показване на хора от двата пола в неприсъщи за тях социални роли, създаващи деградивни и унижителни асоциации.

Според чл. 4.10 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България: „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”.

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) Гриша Камбуров

ПРИЛОЖЕНИЕ:



