



## РЕШЕНИЕ

№ 126 на ЕК от 10.01.2013 (Жалба относно телевизионна реклама на „Банка ДСК“ ЕАД)

*София, 10.01. 2013 година*

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

**Председател:** Гриша Камбуров

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

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Василиса Младенова преписка, образувана по Жалба № 7257 от 12.12.2012 г. относно телевизионна реклама на „Банка ДСК“ ЕАД.

### **Жалба**

На 12 декември 2012 г. на основание чл. 7.1. от Правилника за прилагане на Националните Етични правила за реклама и търговски комуникации в Република България (Етичен кодекс) Националният съвет за саморегулация се самосезира относно телевизионна реклама на „Банка ДСК“ ЕАД.

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 е определил за докладчик по преписката членът на ЕК – Василиса Младенова.

В жалбата е посочено, че търговската комуникация на ДСК-Старт дебитна карта за деца е в нарушение на чл. 17.7 от Етичния кодекс: Търговската комуникация не трябва да внушава, че притежанието или използването на популяризирания продукт ще донесе на децата или подрастващите физически, психологически или социални преимущества пред техните връстници, или че непритежаването на този продукт би имало обратния ефект.

## **Процедура**

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

На 12.12.2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 154. На 12.12.2012 г. е поискано становище от ответната страна – „Банка ДСК“ ЕАД, което постъпва в НСС на 18.12.2012 г.

### **Становище на ответната страна**

Становището е подписано от Виолина Маринова, Главен Изпълнителен Директор на „Банка ДСК“ и Диана Митева, Изпълнителен Директор на „Банка ДСК“ ЕАД. В становището си ответната страна спаделя, че на 19.09-19.10 на 2012г., „Банка ДСК“ ЕАД е провела кампания за популяризирането на ДСК-Старт дебитна карта за деца на възраст между 7 и 14 години, както и за популяризирането на удобствата, които носи картата. Рекламата е реализирана и използвана за първи път през 2005г., като през този период не са постъпвали никакви сигнали или оплаквания относно съдържанието на комуникацията.

Според ответната страна, „Банка ДСК“ ЕАД спазва стриктно съществуващите нормативни уредби при изготвянето и комуникацията на своите рекламни предложения и се съобразява с предписанията на Етичния кодекс на НСС.

Ответната страна счита, че като рекламодалел „Банка ДСК“ се стреми винаги към позитивна и отговорна маркетингова комуникация. „Банка ДСК“ няма интерес от това нейните реклами да се възприемат като използващи „неопитност“ и „доверчивост“ и не приема, че е нарушила предписанията на Етичния кодекс. Ответната страна не счита, че начинът на популяризиране на продукта ДСК Старт нарушава разпоредбата на чл 17.7 от Етичния кодекс, като посочва, че в търговската комуникация няма твърдения, които да предизвикват психическа, морална и физическа вреда у деца или подрастващи, нито е налице внушение, че използването на рекламния продукт, би им донесло предимство или преимущество пред техните връстници. Рекламата, според ответната страна, не влиза в противоречие с правилата за почтеност и правдивост и не злоупотребява с доверието на потребителя. Ответната страна смята, че в структурата на продукта, така и в неговата комуникация няма параметри, които да предполагат селективност или ограничаване на достъпа до него или необходимостта от специфичен профил на бъдещите картодържатели, които ги противопоставят на връстниците им.

В заключение, ответната страна споделя, че като коректен рекламодалел, „Банка ДСК“ ЕАД спазва добрите обществени практики и позитивния тон на комуникация и се стреми да формира финансови познания и умения у бъдещите потребители на банкови услуги. Ответникът уточнява, че ако е налице съмнение от страна на съвета, че „Банка ДСК“ ЕАД е в нарушение на чл. 17.7 от етичния кодекс, Банката ще преустанови комуникирането на своя продукт ДСК Старт, чрез досега използваната творческа концепция.

### **Решение**

Етичната комисия намира жалбата относно телевизионна реклама на „Банка ДСК“ ЕАД за основателна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Етичната комисия обсъди искането на Емилиян Арnaudов 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 процесната търговска комуникация е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

В телевизионния клип на дебитна карта за деца ДСК Старт, главното действащо лице – момче във видима ранна тийнейджърска възраст е представено с типичните одежди на американска гангстер-хип-хоп звезда, което пристига в огромна бяла стреч лимузина пред хиляди развълнувани от възторг фенове. Бодигардове му помагат да премине през тълпата. Фенки пищят. Момчето се качва на сцена като преди началото на концерт – бурните овации продължават. На сцената се появява огромен АТМ терминал, други деца изнасят огромна дебитна карта – и двете с логото на ДСК. В следващия момент се разбира, че момчето сънува и майка му го буди с думите – „време е да ставаш“. В следващата сцена се пренасяме в училищния двор, където други момчета му пляскат ръцете в „дай пет!“ Следва слоганът на продукта: „Бъди звезда!“

Сюжетът на рекламата, макар вероятно да е бил приемлив през 2005 г., е смущаващ от днешна гледна точка. В съня на детето нееднозначно се представя образ и стереотип на поведение, което се предполага, че е желан модел на подражание на целевата група. Този образ не е просто на поп-звезда, а на гангстерски хип-хоп изпълнител. Независимо от популярността на гангстерския рап, представителите на този тип музика, често са считани за обществено противоречиви личности, със съмнителна ценностна система и лайфстайл, и прякото му асоцииране като модел за подражание за деца е притеснителен. Допълнена със слогана „Бъди звезда“, може да се твърди, че тази реклама цели да създаде доста пряка алюзия, че притежаването на дебитна карта ДСК Старт те кара да се чувстваш като хип-хоп звезда. Известен факт е, че децата до определена възраст не правят разлика между реалност и фикция и приемат съдържанието на рекламите за чиста монета.

Дори децата да са вече в състояние да осмислят посланието и да не го приемат буквално, това не променя факта, че процесната реклама прави недвусмислен паралел между притежаването на продукта и популярността на детето сред връстниците му. Затова подобна комуникация не може да се тълкува като възпитателна и отговорна, особено предвид класовото разслоение в обществото ни през последните години. Това разделение се проявява особено болезнено в училищата, където децата се делят на „богати“ и „бедни“, и съответно на „готини“ и „задръстени“. Децата в училищна възраст още не са в състояние да проявяват дискретност относно благосъстоянието на родителите си, още повече, когато е налице комуникация, която внушава, че притежаването на материални блага те правят желан и търсен. Това би могло да даде повод на децата да използват притежаването на дебитна карта, която със сигурност се охранва от родителите, като още един начин да покажат превъзходство над останалите си връстници, чийто родители не могат да си позволят средствата да поддържат дебитна карта на децата си.

Етичната комисия счита, че в рекламата се демонстрира висок материален статус, като не рекламираният продукт създава етичен проблем, а начинът на неговото представяне. Търговската комуникация е в нарушение на чл.17.7 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

Чл.17.7. Търговската комуникация не трябва да внушава, че притежанието или използването на популяризирания продукт ще донесе на децата или подрастващите физически, психологически или социални преимущества пред техните връстници, или че непритежаването на този продукт би имало обратния ефект.

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:**

<http://youtu.be/q96f-LLXZdo>