

РЕШЕНИЕ

№ 154 на ЕК от 31.10.2013 (Жалба относно телевизионна реклама на магазин за играчки “Джъмбо”)

София, 31.10.2013 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на тридесет и първи октомври 2013 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Василиса Младенова

Виолета Манолова

Даниела Узунова

Десислава Димова

Калина Петрова

Красимир Папазов

Мария Гергова

Маша Гавраилова

Мехти Меликов

Петя Стоянова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12449 от 20.09.2013 г. относно телевизионна реклама на магазин за играчки “Джъмбо”.

Жалба

На 20.09.2013г. в НСС постъпва жалба от М.Ц. Съвета за електронни медии относно телевизионна реклама на магазин за играчки “Джъмбо”.

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 Калина Петрова.

Жалбата е относно **използването на недоверчивост и неопитност** в телевизионната реклама на магазини за играчки “Джъмбо” и по-конкретно:

1. Аудио-визуалното съдържание експлоатира детското въображение и по този начин затруднява децата в разграничаването на реалност от фантазия.

2. Децата са силно податливи на внушение и търговското послание, построено около емоциите им, е недопустимо.

3. Рекламата използва груба асоциация между доброто настроение и покупката. Заклучителната ѝ фраза е директен апел към децата и създава усещане за неотложност.

4. Нарушенията на рекламата са по следните членове от Етичния кодекс на ЕК към НСС:

Чл.5.2 - Търговската комуникация не може да бъде скрита и да действа на подсъзнателно ниво;

Чл.17.8 - Търговската комуникация не трябва да омаловажава авторитета, отговорностите или преценката на родителите, съобразени с настоящите социални и културни ценности;

Чл.17.3.2 - Въпреки че използването на въображението е подходящо за малките, както и за по-големите деца, това не трябва да ги затруднява да направят разлика между реалност и илюзия;

Чл.17.9 - Търговската комуникация не трябва да съдържа директен подтик към децата и подрастващите да убеждават родителите си или други възрастни да им купуват продукти;

Жалбата съдържа линк към телевизионния спот на магазини за детски играчки “Джъмбо”.

Процедура

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

На 20.09.2013 г. е открита процедура, регистрирана под № 182. На 20.09.2013 г. и на 27.09.2013 г. е поискано становище от ответната страна, но такова не е представено

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 Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Песента **The Gummy Bear Song**, която телевизионната реклама използва, е световнопопулярен детски (и не само) аудиовизуален мотив. Нейната мелодия е озвучена на повече от 25 езика и е била излъчвана милиони пъти под формата не само на песен, но и на рингтон за мобилен телефон. Мотивът **The Gummy Bear Song** е особено успешен музикален продукт с огромна популярност в социалните мрежи и мултимедийните канали за аудиовизуално съдържание.

Етичната комисия намира жалбата за неоснователна по всеки от посочените членове и по-конкретно:

По Чл.5.2 - Телевизионната реклама на магазини “Джъмбо” не съдържа скрито послание. Разказът ѝ е построен около типичен детски сюжет - играчка, представена като забавен персонаж, иска да бъде приятел с децата и ги кани да се забавляват заедно. Кани ги в “Джъмбо”, защото това е мястото, където живее.

По Чл.17.8 - Телевизионната реклама на магазини “Джъмбо” не подценява авторитета на родителите и не съдържа нито директна, нито косвена подкана към неговото оспорване или неспазване от страна на децата.

По Чл.17.3.2. - Телевизионната реклама на магазини “Джъмбо” не затруднява децата да направят разлика между реалност и илюзия, защото е създадена в изцяло приказен жанр без времеви или пространствени колебания между двата свята - на реалността и фикцията.

По Чл.17.9 - Телевизионната реклама на магазини “Джъмбо” не съдържа директен подтик към покупка. Думата “цена” се споменава веднъж във връзка с това, че цените в магазини “Джъмбо” са ниски - твърдение, което само по себе си би могло да създаде, но не и да реализира импулс за директна покупка.

Относно притесненията на жалбоподателя, че телевизионната реклама създава целева връзка между доброто настроение и търговската покупка, подобна връзка реално не съществува. Телевизионната реклама използва факта, че играта с приятел разсейва лошото настроение и скуката, и акцентира - текстово и визуално - върху (твоите приятели) играчките като основен символ на магазини “Джъмбо”.

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 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) Румяна Карлова

ПРИЛОЖЕНИЯ:

<http://youtu.be/QxH2qOFgKRk>