



РЕШЕНИЕ

№ 45 на ЕК от 11.03.2011 (Жалба относно външна реклама на мастика Пещера)

София, 11.03.2011 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 11 март две хиляди и единадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Василиса Младенова
Виолета Манолова
Емилия Клайн
Жанет Захариева
Маргарита Чутуркова
Мелания Рашева
Нина Владимирова
Павел Иванов
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по Жалба № 133 от 10.02.2011 г. относно външна реклама на мастика „Пещера”.

Жалба

На 10.2.2011 г. в НСС постъпва жалба от В. Н. от гр.София, регистрирана под № 133, относно външна реклама на мастика „Пещера”.

В жалбата се казва, че рекламата нарушава европейското право за равно третиране на половете при предоставяне на услуги. В рекламата се вижда и тормоз на основание пол, тъй като нейното съдържание и послания накърняват достойнството и създават унижителна и обидна среда за преобладаващата част от жените. Рекламата представлява и незаконна намеса в личния им живот.

Като доказателство жалбоподателят е представил снимка на рекламата, но не се е позовал на текстове от Етичния кодекс. Жалбата може да бъде отнесена към следните текстове:

4.2. Търговската комуникация не трябва да съдържа, подбужда или толерира никаква форма на обида или дискриминация, включително такава на базата на раса, национална принадлежност, религия, социална или политическа принадлежност, пол, възраст, увреждания или сексуална ориентация, без изброяването да е изчерпателно.

4.3. Търговската комуникация трябва да съблюдава принципа на равенство между половете.

Процедура

Жалбата от В.Н. от гр. София относно външна реклама на мастика „Пещера” е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 10.2.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 75. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Винпром Пещера” АД, което постъпва в НСС на 17.2.2011 г.

Становище на ответната страна

В становището се казва, че от жалбата не става ясно коя разпоредба на Етичния кодекс според жалбоподателите нарушава цитираната външна реклама на „Мастика Пещера”. На следващо място, не става ясно коя разпоредба от европейското право нарушава цитираната външна реклама. Подчертава се, че по така описаните мотиви в жалбата към настоящия момент има постановено решение на компетентен държавен орган, а именно - Комисията за защита от дискриминация, която в решението си от 15.09.2010 г. е постановила, че посочената външна реклама не представлява дискриминация.

По отношение на посочените в жалбата мотиви се казва следното:

Чл. 37 от Закона за защита от дискриминация изисква да „не се допуска отказ от предоставяне на стоки или услуги, както и предоставянето на стоки или услуги от по-ниско качество или при по-неблагоприятни условия, на основата на признаците по чл. 4, ал. 1”.

Несъстоятелно и недопустимо е твърдението на жалбоподателите, че с цитираната външна реклама на „Мастика Пещера” по някакъв начин е нарушена разпоредбата на чл. 37 от ЗЗД, тъй като за да има нарушение на цитираната разпоредба трябва да бъде изпълнен фактическият състав на чл. 37, а именно „да има наличие на отказ от предоставяне на стоки или услуги...” и този отказ да е основан на основата на признаците по чл. 4 /1/, а именно „... на пол, раса, народност, етническа принадлежност, човешки геном, гражданство, произход, религия или вяра, образование, убеждения, политическа принадлежност, лично или обществено положение, увреждане, възраст, сексуална ориентация, семейно положение, имуществено състояние или на всякакви други признаци, установени в закон или в международен договор, по който Република България е страна....” Дружеството не смята, че в конкретната ситуация чрез използването на един рекламен кадър има отказ от предоставянето на стоки или услуги, още повече, основан на визираните в чл. 4/1/ основания.

Не се приемат твърденията на жалбоподателя, че „В рекламата се вижда и тормоз на основание пол, тъй като нейното съдържание и послания накърняват достойнството и създават унижителна и обидна среда за преобладаващата част от жените”.

Първо, рекламата изобразява красива, млада жена на плажа, която е облечена с бански костюм – обичайното облекло за плаж, а в ръцете си носи два резена диня. Динята символизира лятото, топлината и е напълно в синхрон с обичайната и заобикаляща обстановка. Крайно субективно е възприятието на жалбоподателя от въпросната реклама. В крайна сметка всеки един човек е отделен индивид и като такъв възприема света и заобикалящата го обстановка по свой субективен начин, но в никакъв случай няма право да налага собствените си субективни

възприятия на заобикалящия го свят и още повече да прави заключения на базата на субективния си вътрешен свят за преобладаващата част, в настоящия случай от жените.

Твърдението, че посочената реклама представлява и незаконна намеса в личния им живот, е неоснователно. Крайно необяснимо е по какъв начин се намесва реклама в личния живот и още повече крайно необяснимо е в чий личен живот се намесва. И следвайки логиката на жалбоподателите всяка една жена на плажа се намесва в личния живот и изпраща послания, които накърняват достойнството и създават унижителна и обидна среда на „преобладаващата част от жените”.

Следва да се има предвид, че цитираната външна реклама на „Мастика Пещера” е изработена от рекламна агенция TBWA и е използвана в периода юни 2007 – септември 2007. Към настоящия момент цитираната реклама не се използва и единственото място, на което може да бъде намерена, е корпоративната интернет страница на дружеството.

„Винпром Пещера” АД винаги е подхождало към рекламните кампании на продуктите социално отговорно и със зачитане на обществения интерес, действащите закони и морала. Настоящата външна реклама на „Мастика Пещера” в никакъв случай не е изключение от това правило.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от В.Н. от гр. София относно външна реклама на мастика „Пещера” за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Етичната комисия счита, че търговската комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Етичната комисия е на мнение, че няма нарушение на чл.4.2 и чл.4.3 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. Този извод на Етичната комисия се основава на факта, че в рекламния клип няма елементи или действия, които да съдържат, подбуждат или толерират форма на обида или дискриминация, включително такава на базата на раса, национална принадлежност, религия, социална или политическа принадлежност, пол, възраст, увреждания или сексуална ориентация. Няма елементи и действия, които да накърняват достойнството или да нарушават принципа на равенство между половете. Неосновано е и твърдението, че процесната търговска комуникация представлява незаконна намеса в личния живот. Фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, не е достатъчна причина за отказ от търговска комуникация за дадения продукт.

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.

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.

Независимо от факта, че рекламната кампания е изтекла и че няма нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Етичната комисия препоръчва на „Винпром Пещера” АД в бъдеще да се въздържа от подобен вид визия в рекламните си съобщения.

Решението да се изпрати за сведение на Комисията за пост-мониторинг.

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:

