



РЕШЕНИЕ

№ 262 на ЕК от 22.03.2018 г. (Жалба относно телевизионна реклама на шоколад „Киндер“, продукт на Фереро)

София, 22 март 2018 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 22.03.2018 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Горанова
Виолета Манолова
Ева Петрова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Жулева
Красимир Папазов
Маша Гавраилова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12669 от 26.02.2018 г. и Жалба 12670 от 26.02.2018 г. относно телевизионна реклама на шоколад „Киндер“, продукт на Фереро.

Жалба

На 26.02.2018 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва искане от Държавната агенция за закрила на детето с молба за становище, регистрирано под № 12669, относно телевизионна реклама на шоколад „Киндер“, продукт на Фереро във връзка с постъпил сигнал на гражданин в агенцията. Цитирано е участието на деца в телевизионна реклама на шоколади „Киндер“, произвеждани от Фереро и е направено уточнение за скрит сексуален подтекст в думите на детето, което казва „защо мама и татко стават толкова късно и защо не си взимат играчките..“. Направено е искане рекламата да се свали от ефир.

На 26.02.2018 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва втора жалба от М.И., регистрирана под № 12670 относно телевизионна реклама на шоколад „Киндер“, продукт на Фереро. Жалбоподателят не е удовлетворен от становището на ДАЗД, според което в

рекламния спот няма сексуален подтекст на вербално ниво и не се съдържат сцени или кадри, които биха могли да са неблагоприятни за детската аудитория. Жалбоподателят намира за уместно участието на деца в реклама на детски шоколад, но намира за неприемлив сюжета на рекламата, в който се показват кадри от спалнята на родителите и въпросът „Защо мама и тате статват сутрин толкова късно и защо не си взимат играчките?“

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 Красимир Папазов.

Процедура

Жалбите са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 26.02.2018 г. е открита процедура, регистрирана под № 302. На 26.02.2018 г. е поискано становище от ответната страна – „Фереро“.

Становище на ответната страна

Становище не е постъпило.

Решение

Етичната комисия намира жалбите за **неоснователни** по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Твърдените нарушения биха могли да бъдат отнесени към следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария:

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

Чл. 1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.

Чл. 2 Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.

4.8. Търговската комуникация не трябва да съдържа порнографски сцени или да съдържа, толерира или подбужда сексуално насилие.

4.9. Търговската комуникация не трябва да показва прекалена еротика и да промотира прекалена податливост на сексуалността чрез изобразяване на насърчаване и готовност за секс, разголване на човешкото тяло по неподходящ начин и не трябва да представя продукта като средство за отстраняване на сексуални бариери. Човешкото тяло може да се показва само при зачитане на правата на личността и човешкото достойнство.

Чл.17.1. от ЕК : 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.

Чл.17.5. от ЕК: Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.

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

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.

Критерии за съдържание неподходящо за деца

Чл. 11. Не допускат участието на дете в аудио-визуални предавания, различни форми на търговски съобщения и други елементи от програмното съдържание, които съдържат 3 порнография, или разголване на човешкото тяло на самото дете или на други участващи лица.

В сюжета, на процесната реклама се показва ежедневна ситуация от живота на семейство с 2 деца на възраст между 4 и 7 години. Главният герой, момченце, връхлита в спалнята на спящите си родители заедно със своята сестричка, след което е показан как взема играчка и след това във вана с пяна където си играе с корабчето и накрая седи на кухненската маса, а майката му подава едно барче от кутия шоколади Киндер на Фереро. Рекламата завършва с информация за промоционална игра в опаковките с карти с герои от анимационен филм.

Войсовърът на рекламата, течащ по време на действието, е от името на главния герой момченце „Защо мама и тате стават толкова късно и защо не си взимат играчките със себе си. Като порасна ще правя всичко по друг начин . Е може би не всичко“.

Рекламата продължава с пакшот и слоган „Най хубавото време в живота ни. Киндер шоколад.“ И завършва с анонса на промоционалните карти в опаковките.

Процесната реклама може да се интерпретира като опит за представяне на гледната точка на детето към света на възрастните и желанието да запази най-добрата част от детството, а именно Киндер шоколад. В рекламата не се представят конкретни характеристики на рекламирания продукт, нито се показва или призовава към прекомерна употреба на продукта, нито се подкопава доброто обществено поведение, начин на живот и нагласи. Показана е нормална за българския бит и култура ситуация, в която сутрин децата будят своите родители.

Рекламата не съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи, нито пък показва деца в опасни ситуации или занимаващи се с дейности, вредни за тях самите или за други хора. Рекламата не съдържа елементи, за които може да бъде прието, че деца и непълнолетни са насърчавани да се занимават с потенциално опасни дейности или поведение.

По отношение на възможностите за нарушение на текстове от Етичния кодекс след направения анализ, Етичната комисия счита, че не може да се приеме, че има нарушение на изискванията за деца и подрастващи, залегнали в чл. 17 на кодекса.

Етичната комисия също така не намира, че процесната реклама противоречи на общоприетите норми за благоприличие, както и не намира че търговската комуникация съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в страната. Процесната реклама не съдържа порнографски сцени, нито пък показва прекалена еротика и не промотира прекалена податливост на сексуалността чрез изобразяване

на насърчаване и готовност за секс, и/или разголване на човешкото тяло по неподходящ начин. В показаната ежедневна семейна ситуация няма и намек за сексуални отношения, а въпросът „защо трябва да стават толкова късно“ е в контекста на неразбирането на детето на света на възрастните и по никакъв начин не може да бъде свързан с намек за сексуални взаимоотношения между родителите от средния, непредубеден потребител.

Във връзка с гореизложеното Етичната Комисия е на мнение, че няма нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България от страна на Ферерро .

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодатели и рекламни агенции да се възползват активно от възможността за *Copy Advice*, доколкото основната цел на НСС не е санкционна, а превантивна и е насочена не само към своевременно и ефективно отстраняване от пазара на всякакви форми на нарушения, но и към недопускане на такива.

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.

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.

ПРИЛОЖЕНИЯ:

<https://youtu.be/zvpiPINgijo>

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:



(п) Румяна Карлова