

Skraćeni zapisnik 55. sjednice Suda časti HURA-e

Dostavljamo Skraćeni zapisnik s 55. sjednice Suda časti HURA-e održane 21. prosinca 2016. u prostorijama agencije Bruketa&Žinić OM na adresi Zavrtnica 17 s početkom u 15:30 sati.

U radu sjednice sudjelovali su Neven Jacmenović (Nivas), Kamilo Antolović (K&K Promotion) i Luka Duboković (BBDO Zagreb) kao stalni članovi Suda časti, te Nikola Žinić (Bruketa&Žinić OM), Ines Kozina (Unex), Igor Mesarić (ZOO agencija) i Sanja Buterin (Carat Zagreb) kao rotirajući članovi Suda časti .

DNEVNI RED:

1. Upit Pravobraniteljice za djecu vezan uz izlaganje djece neprikladnim sadržajima na teletekstu
2. Upit Agencije za elektroničke medije vezan uz oglašavanje Brufen effecta
3. Razno

Konstatira se kako postoji potreban broj članova Suda časti za valjani rad (kvorum) te da osim ispričanog Luke Dubokovića u slučaju «Brufen effect», nema konflikta interesa članova Suda časti. Nakon opširne diskusije te analize pripadajućih poruka i odredbi Kodeksa, Sud časti je zaključio:

Ad.1.

Sukladno upit za ocjenom prihvatljivosti oglasne kampanje Sud časti HURA-e jednoglasno konstatira i zaključuje kako predmetna poruka nije u skladu s odredbama Kodeksa oglašavanja i tržišnog komuniciranja HURA-e prema članku 2. – Pristojnost koji kaže kako «Tržišno komuniciranje ne smije sadržavati izjave ili obrade slike ili zvuka koje narušavaju standarde pristojnosti u određenoj državi i njezinoj kulturi.» te po članku 18. – Djeca i mladi koji navodi kako «Proizvode neprikladne za djecu i mlade ne smije se oglašavati u medijima namijenjenima mladeži» te kako «Uvijek treba primjetno istaknuti kako je određen materijal neprikladan za djecu i mladež.»

Sukladno tome, preporuka Suda časti HURA-e je uklanjanje sporne poruke s naslovnice teleteksta, i/ili plasiranje na mjesto ili u vrijeme koje nije lako dostupno djeci.

Ad 2.

Sukladno upitu Agencije za elektroničke medije za ocjenom prihvatljivosti TV spota «Brufen effect», a nakon detaljnog razmatranja oglasne poruke Sud časti HURA-e ne nalazi u predmetnoj poruci sporne sadržaje koji bi narušili odredbe Kodeksa.

Članak 4. – Društvena odgovornost kaže «Tržišno komuniciranje ne smije bez opravdana razloga izazivati strah ili iskorištavati tuđu nesreću ili patnju.», no SČ nije u spornoj komunikaciji našao uporište te smatra kako pretjerivanje kao takvo ili humor u cilju skretanja pozornosti, neće kod prosječnog potrošača djelovati kao isticanje svojstava i/ili karakteristika te utjecati na odabir kod kupnje proizvoda, čime bi se narušavale odredbe Kodeksa.

Ad 3. Razno

Suda časti HURA-e izražava žaljenje što agencija Real Media nije bila aktivna u traženju prethodnog mišljenja u predmetu Labud, kao kreator i pokazatelj dobre prakse drugim agencijama.

Sud časti HURA-e još jednom upućuje sve zainteresirane subjekte tržišnog komuniciranja na zadatak i mogućnost Suda časti HURA-e za davanje prethodnog mišljenja. Ujedno, u svrhu samo-regulacije molimo da nam se obrate i u slučaju da i sami uoče poruke tržišnog komuniciranja koje nisu u skladu s Kodeksom SČ.

Sjednica je završila u 16:45 sati.

Zagreb, 21. prosinca 2016.

za SČ HURA
Neven Jacmenović, predsjednik

Zaključke dostaviti:

- Uprava HURA-e
- Website HURA-e
- Uključene strane

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje
Croatian Association of Communications Agencies

HURA g.i.u. · Zavrtnica 17, 10000 Zagreb, Hrvatska · OIB: 82537441184 · www.hura.hr