

## РЕШЕНИЕ

**№ 240 на ЕК от 29 септември 2016 (Жалба относно телевизионна реклама на „Auto.bg“)**

*София, 29.09.2016 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на двадесет и девети септември 2016 г. в състав:

**Председател:** Румяна Карлова

**Членове:** Александър Гагов  
Анна Горанова  
Виолета Манолова  
Жени Павлова  
Калина Жулева  
Красимир Папазов  
Кристияна Чакърлова  
Маша Гавраилова  
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12627 от 26.08.2016 г. и Жалба № 12629 от 08.09.2016 г. относно телевизионна реклама на „Auto.bg“.

### **Жалба**

На 26.08.2016 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Г.В. относно телевизионна реклама на „Auto.bg“. Жалбоподателят намира търговската комуникация като неподходяща за деца по отношение на морал и благоприличие. Жалбоподателят е притеснен от факта, че “Децата по начало подражават на всякакви интересни звуци, които чуят. В предишната реклама се чуваше мъж, който "бръмчи" като двигател на кола и децата бръмчаха по цял ден в коридорите на училището. А сега някаква жена издава неприлични звуци... Това ли да имитират децата? Аморално е! Кой въобще го е одобрил, колкото и пари да е получил за подобна простация?”

На 08.09.2016 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва искане от Съвета за електронни медии с молба за становище относно същата търговска комуникация с аналогични мотиви във връзка с постъпил в съвета сигнал на гражданин. В сигнала се твърди, че е недопустимо рекламата да се излъчва преди 22 ч., когато и деца гледат телевизията. Неподходяща е за тях, тъй като се издават звуци наподобяващи сексуален акт.

Не са посочени конкретни текстове от Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България, които процесната реклама нарушава.

Жалбите могат да бъдат отнесени към следните текстове от Етичния кодекс:

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

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

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 Жулева.

### **Процедура**

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

На 27.08.2016 г. е открита процедура, регистрирана под № 278. На 27.08.2016 г. е поискано становище от ответната страна – „Auto.bg“.

### **Становище на ответната страна**

Няма постъпило становище.

### **Решение**

Етичната комисия намира жалбата за **основателна** 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 **е в нарушение** на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Фактическият анализ се основава на анализ на съдържанието на процесната реклама.

Процесната реклама представлява 10-секунден телевизионен клип, в който на фона на кадър с изписан уеб адрес на АутоБГ, се чува женски глас, който стени от удоволствие, като третото пъшкане преминава в изкустително изговаряне на името на рекламираният сайт, а именно "...АаауутоБеГе", след което мъжки глас казва: "Ауто БеГе аутомобилната страст". Ауто БГ е сайт за покупко - продажба на автомобили и споменатата страст е може би бленувана от рекламодателя, но не присъства в естеството на услугата.

Еротично-звуковият похват на рекламата, определено прави впечатление в общия рекламен блок и несъмнено привлича вниманието, както на възрастните така и на децата.

Както и преди в сходни казуси, Етичната комисия е обсъждала уместността на подобен еротичен похват и го е намирала за приемлив, ако рекламираният продукт или услуга е свързан под някаква форма със секс (например презерватив, парфюм и др.) и се излъчва в подходящо време. Използването на сексуална конотация като похват за привличане на внимание за продукт, който няма пряка връзка с темата, е самоцелно, а в случая и неприемливо с оглед излъчването на клипа в широк часови диапазон.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия е на мнение, че търговската комуникация е в нарушение на чл.1.1 и чл. 2 от Етичния кодекс и препоръчва същата да бъде преработена в съответствие с Кодекса, а при невъзможност дружеството да прекрати излъчването ѝ в ефира.

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 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:**

<https://youtu.be/kSUpkbaD3IA>