



**РЕШЕНИЕ**

**№ 24 на ЕК от 15.12.2010 (Жалба относно външна реклама на Avans.bg)**

*София, 15.12.2010 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС), в закрито заседание на 15 декември две хиляди и десета 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 № 73 от 7.12.2010 срещу външна реклама на „АВАНС.БГ” ЕОД.

**Жалба**

На основание чл.7.1. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация се самосезира на 7 декември 2010 г. относно външна реклама на „АВАНС.БГ” ЕОД със следните мотиви: рекламата е определена като липса на социална отговорност. Асоциацията, която рекламата внушава, е корупция, подтикване към подкуп. Полицайте, хванали уж нарушителя, му извиват ръцете и сякаш му казват: - "Хайде, давай парите". Нарушителят няма в себе си, но наблизко е бюрото на Аванс, което скоростно ще му отпусне съответната сума.

Рекламата силно уронва авторитета на съответната институция, което е недопустимо.

Като доказателство е представена снимка на рекламата и като нарушение са посочени следните текстове от Етичния кодекс:

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

Чл.1.3. Рекламодателите носят отговорността за законосъобразността на търговската комуникация. Всяка търговска комуникация не трябва да пренебрегва която и да е законова норма, не трябва да съдържа елементи нарушаващи закона; не трябва да подтиква никого да нарушава или заобикаля закона.

Чл.4.6. Търговската комуникация не трябва да съдържа, толерира или подбужда насилствено, незаконно или противообществено поведение.

Чл.11. Търговската комуникация не трябва да злепоставя, дори когато не посочва изрично, никое лице или група лица, фирма, организация, производствена или търговска дейност, професия или продукт, нито да се опитва да предизвиква обществено презрение или подигравки спрямо тях.

## **Процедура**

Мотивите и представените материали относно външна реклама на „АВАНС.БГ” ЕОД са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 7.12.2010 г. е открита процедура, регистрирана под № 45. На същата дата е поискано становище от ответната страна - „АВАНС.БГ” ЕОД, което е представено в НСС на 13.12.2010 г.

## **Становище на ответната страна**

В становището се казва, че посочената визия на рекламата, срещу която е подадена жалбата, е спряна. Въпреки че жалбата е неоснователна и не нарушава който и да е закон или пък Етичния кодекс, диалогът с потребителите и тяхното уважение са от първостепенно значение. Поради тази причина биха искали връзка с жалбоподателя за изясняване на позициите.

Рекламната кампания, включително конкретната визия, се отнася до услуга за бързо кредитиране. Поради това всички визии на кампанията представляват нормални житейски ситуации, в които човек се нуждае спешно от средства, било за да заплати стойността на прозореца, счупен от детето му при игра, било за да закупи нов чифт обувки на най-изгодната цена, било за да плати глоба заради превишение на скоростта. Това са все непредвидени ситуации, които могат да изискват средства, които човек в момента няма. Въпросната реклама не насърчава хората да нарушават Закона за движение по пътищата. Напротив, внушава, че всяко нарушение, волно или неволно, се санкционира. Нарушителят е заловен и ще трябва да заплати глобата за деянието си.

Аванс.бг не смята, че рекламата внушава или намеква за корупция или подкуп по какъвто и да е начин. При най-различни нарушения на ЗДП, включително за превишаване на скоростта, нарушителят е длъжен да плати глоба в определен срок. Например фишовете се заплащат доброволно до 7 дни от датата на издаване. В зависимост от нарушението това са все суми, в диапазона предлаган от АВАНС БГ – до 200 лв. Идеята за подкуп противоречи и

на естеството на услугата на АВАНС БГ. За да получи желаната сума потребителят трябва да подаде документи на интернет страницата на компанията и след като бъде одобрен, парите се превеждат по сметката на кредитоискателя. Няма как, дори да иска, нарушителят да използва кредита, за да даде подкуп.

Рекламата не уронва престижа на никоя институция и не е имала такава цел. Буди тревога фактът, че подателят на жалбата еднозначно свързва необходимостта от пари при нарушение на правилника с подкуп, а не с предвидената в закона санкция – глоба.

Приложени са трите визии, които са част от рекламната кампания, но само две от тях са в момента в ефир, а от тази седмица ще има нова, която при желание може да бъде изпратена допълнително.

## **Решение**

Етичната комисия намира мотивите и представените материали относно външна реклама на „АВАНС.БГ” ЕОД за основателни по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия счита, че има нарушение на следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

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

Чл.1.3. Рекламодателите носят отговорността за законосъобразността на търговската комуникация. Всяка търговска комуникация не трябва да пренебрегва която и да е законова норма, не трябва да съдържа елементи нарушаващи закона; не трябва да подтиква никого да нарушава или заобикаля закона.

Чл.4.6. Търговската комуникация не трябва да съдържа, толерира или подбужда насилствено, незаконно или противообществено поведение.

Чл.11. Търговската комуникация не трябва да злепоставя, дори когато не посочва изрично, никое лице или група лица, фирма, организация, производствена или търговска дейност, професия или продукт, нито да се опитва да предизвиква обществено презрение или подигравки спрямо тях.

Модерната реклама действа на принципа на внушението, тя разчита на емоционалното въздействие, като визуалните изображения се възприемат първосигнално. Всяка една реклама трябва да бъде направена от гледна точка на нейното предполагаемо въздействие върху потребителя, тъй като обикновено последният се ръководи от получените впечатления.

Несъмнено въпросната реклама представлява творчески продукт, в който са използвани специфични похвати и техники, характерни за този вид дейност. Естествената крайна цел на

всяка реклама е да привлече повече потребители. Едновременно с това рекламата е и информация.

Посланието, което обаче носи рекламата, има груб и агресивен характер. То засяга обективната, подкрепена от опита и общественото мнение представа, която има всеки човек за ценности, обществен статус, закон и морал. И не агресивността прави рекламата неприемлива, а начинът на нейното експониране, защото въздействието на рекламата е подтикване към извършване на определено неправомерно деяние.

Етичният кодекс регламентира начина на нейното поднасяне, поясите на разполагане на този вид информация, съдържанието и други елементи на рекламата от гледна точка на публичния интерес. Етичният кодекс е посочил отделните елементи, които се съдържат в недопустимата реклама – порнография, подтикване към насилие, незачитане на човешкото достойнство, подтикване към поведение, което нарушава обществения ред и подтикване към поведение, което нарушава общоприетите морални норми или уронва престижа на държавните институции.

Уважението към клиента изисква рекламата да не допуска възможност за грешна интерпретация или неразбиране. Рекламата не бива да бъде грубо вмешателство в утвърдената ценностна система на хората. В случая обаче се налага изводът, че въпросната реклама подтиква към поведение, което нарушава както общоприетите морални норми, така и закона. Рекламата може да окаже отрицателно влияние и върху духовното и морално изграждане на определени групи в обществото — особено при подрастващите.

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 че в становището на „АВАНС.БГ” ЕОД се посочва, че рекламата е спряна от разпространение, Етичната комисия препоръчва търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с нормите на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България и в бъдеще, дружеството да се въздържа от подобен вид визия в рекламите си, която е в разрез с нравствени възгледи, ценности и морални и законови норми.

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:**

