

**Национален съвет за саморегулация  
Етична комисия**

---

**РЕШЕНИЕ**

**№ 22 на ЕК от 3.12.2010**  
**(Жалба относно телевизионна реклама на Мобилтел)**  
**София, 3.12. 2010 година**

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 5 август 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 Иванова  
Румяна Карлова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по жалба Жалба № 68 от 25.11.2010 г. относно телевизионна реклама на Мобилтел ЕАД.

**Жалба**

На 25.11.2010 г. в НСС постъпва жалба от Е.И. от гр. София, регистрирана под № 68, относно телевизионна реклама на Мобилтел, ЕАД. Рекламата е определена като неподходяща за деца, тъй като е показано как Дядо Коледа лъже, че го няма вкъщи, изключил е телефона си и играе карти със Снежанка. Дрехите му са разхвърляни из къщата, сякаш ги е събличал докато отива към другата стая. На масата има две недоизпити чаши за вино. Още по-притеснително е, че когато загуби, той се съблича. Това е крайно неуместно, имайки предвид, че рекламите се гледат и от деца и се излъчват по време когато децата гледат телевизия. Децата вярват в Дядо Коледа и му имат доверие, затова не е добре да го виждат в такава светлина.

Като доказателство жалбоподателят е представил видеоклип и се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.3.1. Търговската комуникация трябва да бъде изработена по такъв начин, че да не злоупотребява с доверието на потребителите и тяхната липса на опит или познания.

Чл.17.1. 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.

### **Процедура**

Жалбата, подадена от Е.И., относно телевизионна реклама Мобилтел ЕАД е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 25.11.2010 г. е открита процедура за разглеждане на жалбата, регистрирана под № 45. На същата дата е поискано становище от ответната страна, Мобилтел ЕАД, което постъпва в НСС на 2.12.2010 г.

### **Становище на ответната страна**

В становището се казва, че с Коледния телевизионен клип дружеството не е имало за цел да внушава неетични послания. В търсене на оригинален и забавен за публиката начин, по който да се поднесе търговското послание, е направена нестандартна интерпретация на историята на два стандартни образа от Коледния фолклор - Дядо Коледа и Снежанка, които са поставени в необичайни за тях обстоятелства. Единствените цели на търсения нестандартен творчески подход са да се отличи търговската комуникация на фона на конкурентната в контекста на Коледата, като се постигне хумористичен ефект, с който да се забавлява аудиторията. Основното търговско съобщение в рекламата е: „Стани абонат на М-Тел за половин месечна такса - твоят Коледен подарък и остави Дядо Коледа да се забавлява. Това е твоят глас. М-Тел.”

Офертата – „стани абонат на М-Тел за половин месечна такса” е предназначена само за лица над 18 години, тъй като според правните изисквания – единствено пълнолетни лица могат да се абонират за тарифни планове за мобилни гласови услуги.

Медиа планирането е съобразено с целевата група – всички 25-54 години на национална база. При позиционирането на рекламните спотове в различните програми и предавания в избраните ТВ канали са взети предвид множество фактори, като: контекстуално съдържание, гарантиран рейтинг за посочената целева група, индекс на афинитет и пр., с които се гарантира достигане на целевата аудитория. Не са включвани предавания със съдържание, подходящо основно за деца.

### **Решение**

Етичната комисия намира жалбата на Е.И. относно телевизионна реклама на Мобилтел ЕАД за основателна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

### **Мотиви**

Етичната комисия счита, че има нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. На основание чл. 15, ал. 5 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговски комуникации в Р България Етичната комисия има право да установи и нарушения, различни от посочените от жалбоподателя, при което е длъжна да вземе становище от ответната страна. Такова становище бе изискано от представителите на Мобилтел ЕАД по време на проведеното изслушване и съответно бе дадено. Същите не се възполваха от възможността да поискат предоставяне на становище в 5-дневен срок и не поискаха отлагане на заседанието за друга дата, поради което и с оглед на процесуална икономия въпросът бе разгледан в рамките на същото заседание на Етичната комисия

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

Магията на коледните празници обхваща всички, но най-голяма тя е за децата. Независимо, че рекламният клип не е насочен към деца, недопустима е заигравката с Дядо Коледа, показан в непривична за него среда, която поставя много въпроси пред подрастващите. Рекламата привлича тяхното внимание с използваната музика от популярна коледна песен, още повече че клипът се излъчва във време, когато и децата гледат телевизия. В рекламата се спекулира с образа на дядо Коледа и се злоупотребява с доверието на най-малките телевизионни зрители, когато всички го чакат с нетърпение, за да им раздаде подаръците. Но Дядо Коледа не е само любим образ на децата, но и на възрастните. В забързания и динамичен живот, едва ли е тайна за някого, че празникът Рождество Христово или Коледа е един дълго очакван лъч топлина и светлина, който ни връща неизменните човешки ценности и ни прави по-добри, по-мъдри, по-близки и по-отговорни. Коледа е свят ден, празник на целия християнски свят. На този ден възрастните внушават на своите деца, че чудеса стават не само на Коледа, а винаги, когато човек силно мечтае, желае и прави всичко по силите си, за да постигне своята цел. Рекламният клип обаче ни внушава всичко друго, но не и ценностите, които човек следва да изповядва, особено на този ден. Непристойно и безотговорно е в една рекламна кампания да се посяга на герой, символ на добротата, носещ много емоции, надежди и мечти, и да се профанизира по този начин неговия образ.

Етичната комисия счита, че е нарушен и чл.3.3. от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България „Когато се предава информация под линия, тя трябва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.”

В рекламния клип текстът, който тече под линия, минава с голяма бързина, не може да се прочете, не е съобразен с възприятията на човешкото око и не е достъпен за потребителя, който проявява интерес към рекламата.

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.

Етичната комисия препоръчва на Мобилтел ЕАД търговската комуникация да бъде приведена в съответствие с нормите на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България в определения срок, чл.1.1. и чл.3.3., а при невъзможност за това, да спре излъчването ѝ. Ако препоръката не бъде изпълнена, Националният съвет за саморегулация ще се възползва от правомощията, които Законът за радио и телевизия му е определил.

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:**



**(Гриша Камбуров)**