

РЕШЕНИЕ 314

**НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ КЪМ НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ЗА
САМОРЕГУЛАЦИЯ**

**ПО ЖАЛБА 12843 ОБРАЗУВАНА ВЪВ ВРЪЗКА С ВЪНШНА РЕКЛАМА
(БИЛБОРД) НА ОНЛАЙН ХАЗАРТНА ИГРА, ОРГАНИЗИРАНА ОТ ТОП БЕТ
ООД.**

София, 26.04.2024 г

Етичната комисия към НСС в състав:

1. Надя Чукова - Председател
2. Теодор Георгиев
3. Екатерина Димитрова
4. Катерина Кирова-Миланова
5. Златка Петкова
6. Николай Блажев
7. Десислава Димова
8. Катя Димитрова
9. Красимир Папазов
10. Ева Петрова
11. Жаклин Цочева
12. Петя Димова
13. Мария Славова

разгледа материалите по Жалба 12 843 образувана във връзка външна реклама (билборд) на онлайн хазартна игра, организирана от Топ Бет ООД.

В НСС е постъпила жалба, заведена под номер № 12843. 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 е изготвил доклад по преписката.

Предмет на жалбата е външна реклама (билборд) на онлайн хазартна игра, организирана от Топ Бет ООД. В жалбата се навежда на мнението, че рекламата не съответства на етичните норми, доколкото визуален достъп до нея имат и децата, като по-конкретно жалбоподателят е направил следното запитване към Етичната комисия: „Влиза ли в етичните граници на рекламата, която се вижда от нашите деца и има ли ред по който може да съдействате да бъдат отстранени и не допускани такива реклами?“

Процедура

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

На 02.04.2024 г. е открита процедура по разглеждане на жалбата, регистрирана под № 12843. Поискано е становище от рекламодателя : „Топ Бет“ ООД, с ЕИК 206153154. На 02.04.2024 г. е получено становище от „Топ Бет“ ООД, подадено чрез прокуриста Петър Стоянов.

Становище на ответника

Според ответника жалбата не съдържа каквито и да е твърдения за нарушения на закона и на Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България (Етичен кодекс), в т.ч. от поставения в жалбата въпрос не могат да се изведат какви са конкретните оплаквания от страна на жалбоподателя.

Във връзка с основателността на жалбата ответникът счита, че търговското съобщение отговаря на всички изисквания на Закона за хазарта и Етичния кодекс. По-конкретно посочва, че в него няма нищо, което да е в противоречие с благоприличието, почтеността, честността и правдивостта. В становището си ответникът твърди, че изображенията на съответната казино игра са проява на свободата на творчество, гарантирана от Конституцията и не противоречи на морала. Посочва, че визуализацията на играта е идентична с тази на интернет страницата на организатора, на която се провеждат игрите съгласно издадения лиценз. Ответникът оспорва внушението, което се извежда от формулирания въпрос в жалбата, че рекламата оказва негативно влияние върху децата.

Текстове на етичния кодекс, които се твърди, че са нарушени

Жалбоподателят не е посочил конкретни текстове от Етичния кодекс, които са нарушени от процесната реклама. Въз основа на формулирания въпрос, Етичната комисия счита, че оплакването може да бъде отнесено към следните текстове на Етичния кодекс:

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

Член 2

Благоприличие

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.

17.5. 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.

Описание на рекламата

Процесната реклама представлява външна реклама – рекламен билборд с видимо значителни размери.



В дясната страна на билборда има изображение на дявола, седнал на трон, с единия крак стъпил върху човешки череп, а на замята краката му има жълтици/златни кюлчета. Над изображението на дявола има надпис „Devil’s deal; Soul for sale” (в превод „Сделка с дявола; Душа за продан“). В десния долен ъгъл има знак 18+ и текст „Отговорна игра“. В лявата част на билборда има голям надпис „Нова игра с дяволски добри оферти само на 8888.bg“. Под него има друг надпис със ситен шрифт „Важат правилата и условията на www.8888.bg. Организатор ТОП БЕТ ООД“. Според данни, предоставени от жалбоподателя, такъв билборд е разположен на пл. Ручей до бул. България, близо до храм „Успение Богородично“, и на бул. Г.М. Димитров посока кръговото към метро станция „Г.М. Димитров“.

Анализ

На първо място следва да се разгледат твърденията на ответната страна за недопустимост на жалбата. Етичният кодекс и Правилника за неговото приложение не съдържат изискване жалбоподателят да посочи конкретни норми, които счита, че са нарушени, при подаване на жалбата. Поради това няма основание за обявяване на жалбата за недопустима.

По основателността на жалбата на първо място следва да се отбележи, че съдържанието на рекламата и по-конкретно - изображение на дявола и надписа над него „Devil’s deal; Soul for sale” (в превод „Сделка с дявола; Душа за продан“), несъмнено посланието, което се отправя с този надпис не е в съответствие с основните християнски ценности и морал, които се изповядват в България. Същевременно, в Конституцията на Република България

се прокламират свобода на изразяването и правото на артистично изразяване, което не изключва възможността да се експонира темата за дявола, доколкото са спазени конституционно определените ограничения на тази свобода на изразяване. В конкретния случай, Етичната комисия е на мнение, че изображение на дявола на билборда, както и надписа „Devil’s deal; Soul for sale” (в превод „Сделка с дявола; Душа за продан“) не противоречат на морала и добрите нрави до степен, която да доведе до ограничаване на свободата на изразяване. Следва да се отбележи, че съгласно чл. 4.10. от Етичния кодекс, „Фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по принцип не е достатъчна причина за отказ въобще от търговска комуникация за дадения продукт“. С оглед на посоченото, Комисията е на мнение, че не процесната търговска комуникация не е в нарушение на чл. 1.2. и чл. 2 от Етичния кодекс.

По отношение на потенциалното въздействие, което рекламата би могла да има върху децата, съгласно Етичния кодекс „комуникацията трябва да бъде оценявана според нейното вероятно въздействие върху разумния потребител, като се вземат предвид характеристиките на целевата група и на използвания канал. Търговската комуникация трябва да се оценява, като се вземат предвид познанията, опита и селективната способност на типичния потребител, към когото тя е насочена, както и социални, културни и лингвистични фактори.“ С оглед на посоченото, от съществено значение за определяне на въздействието на рекламата е фактът, че това е външна реклама, ситуирана на общодостъпни публични места, чрез билборд, достъпна за по-широк кръг от потребители, което прави изображението и посланието над него видимо не само за тергетираната група пълнолетни лица – потенциални участници в хазартната игра, но и за всички, които преминават край съответните билбордове, включително и деца. Въпреки това, следва да се отбележи, че в приложно поле на чл. 17 от Етичния кодекс попада единствено търговска комуникация, „насочена към или с участието на деца и подрастващи“. Въпреки че билбордът е ситуиран на оживено публично място и е достъпен за деца, това не е достатъчно да се счита, че самата реклама е насочена към деца. На следващо място, предвид по-горе изложените аргументи относно характеристиките на рекламата, Етичната комисия е на мнение, че изображението на рекламата и посланието над него не са в пряко противоречие с чл. 17.5. Доколкото текстът е на английски език, малко вероятно е най-малките деца да имат възможност да го прочетат и преведат, за да се счита, че тяхната наивност може да бъде фактор при възприемане на посланието и съответно да доведе до негативно отражение върху тях. Същевременно, самото изображение на дявола не може да бъде достатъчно основание да се счита, че то би довело до увреждане на психиката и морала на децата, особено имайки предвид, че в не-малък брой детски литературни произведения дяволът присъства като герой, в т.ч. има негови изображения. С оглед на изложеното, Етичната комисия счита, че процесната реклама няма негативното влияние върху децата, към което поставеният от жалбоподателя въпрос навежда, съответно не е в нарушение на чл. 17.5 от Етичния кодекс.

Решение

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия реши, че жалбата е неоснователна и рекламата, срещу която е насочена, не нарушава правилата на Етичния кодекс.

Гласували – 13 ЗА

Десислава Димова подкрепя решението с особено мнение.

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