

**РЕШЕНИЕ 333
НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ КЪМ НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ЗА
САМОРЕГУЛАЦИЯ**

**ПО ЖАЛБА ЗАВЕДЕНА ПОД НОМЕР № 12894, КАСАЕЩА ДИГИТАЛНА
РЕКЛАМА НА ЕЛЕКТРИЧЕСКИ АВТОМОБИЛ PORSCHE CAYENNE EV,
РАЗПРОСТРАНЯВАНА ЧРЕЗ ОНЛАЙН КАНАЛИ.**

София, 22.04.2026 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 и Доклада по преписка, образувана по жалба, заведена под номер № 12894, касаеща дигитална реклама на електрически автомобил Porsche Cayenne EV, разпространявана чрез онлайн канали.

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.

Жалба

Предмет на жалбата е дигитална реклама на електрически автомобил, за която жалбоподателят твърди, че акцентира върху „екстремна скорост и мощност на автомобили“ в контекст на съществуващ обществен проблем с пътната безопасност в България и по този начин не съответства на изискванията за социална отговорност и безопасност в търговската комуникация. Според жалбоподателя подобно рекламно акцентирание нарушава етичните норми за отговорна комуникация към обществото.

По-долу е поместено изображение на дигиталната реклама, предмет на жалбата:



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 26.03.2026 г. е открита процедура по разглеждане на жалбата, регистрирана под № 12894.

Поискано е становище от рекламодателя „Витоша Спортс Карс“ ООД.

Становище на ответната страна

В срока за отговор е постъпило становище от ответника - търговско дружество, представляващо автомобилен дилър, според което жалбата е неоснователна, тъй като рекламата не насърчава опасно или безотговорно поведение и не оправдава превишаване на скоростта или нарушаване на правилата за движение по пътищата. Посочва се, че рекламната комуникация е на лек автомобил Porsche Cayenne EV и съдържа правдиво представяне на технически характеристики, което е обичайна индустриална практика и

само по себе си не представлява етично нарушение при липса на реалистични сцени от пътна среда, които да демонстрират или нормализират опасни практики. Ответникът подчертава, че жалбата съдържа субективни възприятия и общи твърдения без конкретни факти за съдържание на рекламата и че дружеството стриктно спазва приложимите нормативни и етични изисквания при разработване на маркетинговите си стратегии. В заключение се иска жалбата да бъде оставена без уважение и да се приеме, че не е налице нарушение на Етичния кодекс, тъй като липсват конкретни данни за показване или насърчаване на опасно или незаконно поведение в самата реклама.

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

Въз основа на предоставената информация, Етичната комисия счита, че оплакванията на жалбоподателя могат да бъде отнесени към следните текстове на Етичния кодекс:

Член 1, т. 1.1: *„Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство на отговорност към потребителя и обществото.“*

Член 4, т. 4.6: *„Търговската комуникация не трябва да съдържа, толерира или подбужда насилствено, незаконно или противообществено поведение.“*

Член 16, т. 16.1: *„Търговската комуникация не трябва, без основателна причина от образователен или обществен характер, да съдържа никакви визуални представяния или описания на потенциално опасни практики или ситуации, които показват пренебрежение към нормите за безопасността или здравето, определени в съответните национални стандарти.“*

Описание на рекламата

Процесното търговско съобщение представлява вградена банерна реклама (статично изображение) в мобилна версия на българския уебсайт clubz.bg. Тя се намира в новинарски поток и е ясно отделена като спонсорирано съдържание от марката Porsche. Форматът е вертикален, оптимизиран за смартфон екран. В горната част ясно се вижда логото и името Porsche. Основният фокус на рекламата е моделът Porsche Cayenne EV. Името на модела е изписано с голям, плътен шрифт, в тъмносин цвят. Под заглавието е разположен основният текст, който подчертава ключовите характеристики на автомобила: „Най-мощният сериен модел на Porsche досега. До 1156 к.с. и от 0-100 км/ч за 2,5 сек.“ Под текста е разположено голямо рекламно изображение - показан е Porsche Cayenne Electric - SUV автомобил. Автомобилът е заснет отзад и леко встрани. Сцената е на открит терен, наподобяващ планински или каменист пейзаж. Върху изображението присъства допълнителен текст: „Дързък. Като всяко Porsche.“ „Новият Cayenne Electric.“ В долната част на рекламата има ясно обозначен бутон: „Научете повече“. Бутонът е тъмен, контрастен и включва стрелка, насочваща надясно - стандартен визуален елемент за преминаване към допълнителна информация или официална страница на продукта.

Анализ

По допустимостта на жалбите - Етичната комисия намира жалбата за допустима и отговаряща на минималните изисквания, определени в Етичния кодекс и Правилника за неговото приложение. Жалбата е подадена по компетентност, индивидуализира

процесното търговско съобщение и съдържа оплаквания за нарушаване на етичните норми за социална отговорност и безопасност. Следователно жалбата следва да бъде разгледана по същество при съобразяване с предмета на спорните оплаквания и разпоредбите на Етичния кодекс.

По основателността на жалбата:

Въз основа на събраните по преписката материали се установява, че процесната реклама представлява статично банерно изображение на модел SUV Porsche Cayenne Electric (EV), при което автомобилът е заснет отзад и леко встрани на открит терен, наподобяващ планински или каменист пейзаж, извън пътна среда, без елементи на движение, скоростомер или друга индикация за реално шофиране в пътна обстановка. Вербалните послания включват заглавни надписи „Дързък. Като всяко Porsche.“ и „Новият Cayenne Electric.“, както и информационен ред „Най-мощният сериен модел на Porsche досега. До 1156 к.с. и от 0-100 км/ч за 2,5 сек.“, които представляват продуктово-информационно представяне на технически характеристики, типични за автомобилния сектор, без указания към начин на управление, поведенчески модели за имитация или контекст на участие в пътно движение. Като допълнителен елемент е наличен бутон „Научете повече“, който насочва към придобиване на информация, като по този начин се засилва характерът на комуникацията като продуктова анотация в редакционен контекст на новинарски поток.

Комисията отчита, че чл. 1.1 от Етичния кодекс въвежда общ стандарт за социална отговорност, приложим към всички търговски комуникации, включително към реклами за автомобили. Нарушението по тази норма предполага конкретно съдържание, което да демонстрира липса на отговорно отношение към обществото или потребителя в разглеждания контекст. Съгласно трайната си практика Комисията приема, че преценката следва да се извърши с оглед на вероятното въздействие върху разумния потребител и на контекста на разпространение на рекламата. Рекламата е ясно обозначена като спонсорирано съдържание в новинарски поток на обща информационна медия, което предполага доминиращо пълнолетна аудитория и информиран потребителски избор. Използването на извънпътна, естетизирана визуална среда, статичен формат без поведенчески сцени и продуктово-информационен текст относно технически параметри като мощности и ускорение не се явяват, разгледани съвкупно, като насърчаване или толериране на обществено опасно поведение или като пренебрежение към нормите на безопасност. Макар високите динамични характеристики да могат абстрактно да предизвикат дебат за обществена чувствителност към пътната безопасност, конкретната рекламна комуникация не съдържа елементи, които да прехвърлят границата към социална неотговорност по смисъла на Етичния кодекс. Следва да се има предвид, че посочените технически параметри сами по себе си не са забранени от приложимото законодателство в сферата на автомобилостроенето, а наличният технически капацитет не отменя изискванията за спазване на правилата за движение от страна на водачите на моторни превозни средства. В този смисъл Комисията не установява нарушение на чл. 1.1 при разглежданите фактически данни и медиен контекст.

По отношение на чл. 4.6 от Етичния кодекс Комисията отчита, че фактическият състав е приложим, когато комуникацията съдържа пряко или косвено оправдаване или подбуждане към поведение, което противоречи на законови норми, каквото би било превишаването на скоростта. В случая посланието „Най-мощният сериен модел... До 1156 к.с. и от 0–100 км/ч за 2,5 сек.“ материализира технически параметри и е характерна

за автомобилната индустрия форма на продуктова информация, насочваща към технологични характеристики, а не към поведение на пътя. Липсват вербални призови от типа „карай бързо“, „превъзможни правилата“ или внушения, че нарушаването на законови ограничения е социално приемливо или желано. Слоганът „Дързък. Като всяко Porsche.“ се възприема като рекламна хипербола, без сам по себе си да нормализира незаконно шофиране, особено при отсъствие на сцени на движение. Вследствие на това Комисията не установява толериране или подбуждане към незаконно поведение по смисъла на чл. 4.6 в конкретния формат и контекст на комуникацията.

Относно твърдяното нарушение на чл. 16.1 от Етичния кодекс Комисията приема, че релевантният тест изисква визуално представяне или описание на потенциално опасни практики или ситуации, които показват пренебрежение към нормите за безопасност, без оправдана образователна или обществена цел. В процесната реклама липсва сцена на движение, шофиране, маневра или друго поведение, което да може да бъде възприето като модел за имитация от аудиторията. Разположението на автомобила върху извънпътна, камениста/планинска локация, заснет отзад и леко встрани, представлява естетизирана продуктова визия без доказателства за скорост, динамична маневра или участие в пътно движение. Статичният формат на банера допълнително изключва демонстративно поведение, типично за аудио-визуални клипове, при които понякога се визуализира ускорение или риск. В този контекст твърдението за нарушение по чл. 16.1 не намира опора в конкретните визуални и словесни елементи на процесната комуникация, доколкото отсъстват индикации за опасна практика, неспазване на правила или подстрекаване към риск в реална пътна среда.

В допълнение, Комисията отчита, че съществуващата до момента практика по сходни казуси отдава значение на формата и контекста на комуникацията, на наличието или отсъствието на модели за имитация, на това дали е налице реалистична пътна среда, както и на характера на словесните послания. В разглежданото съобщение доминират статичен формат, извънпътна и художествено-естетизирана визия, продуктови твърдения за технологични параметри и липса на формулировки, подтикващи към риск или нарушаване на закона. При тази съвкупност от обстоятелства Комисията счита, че не са налице нарушения по чл. 1.1., чл. 4.6 и чл. 16.1, поради което жалбата следва да бъде оставане без уважение като неоснователна.

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.

Предложение за решение

Във връзка с гореизложеното, предлагам Етичната комисия да приеме решение, с което да установи, че процесната дигитална реклама на електрически автомобил Porsche Cayenne EV **не е в нарушение на чл. 1.1., чл. 4.6 и чл. 16.1 от Етичния кодекс.**

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