

РЕШЕНИЕ 337

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

**ПО ЖАЛБА, ПРЕПРАТЕНА ОТ ДЪРЖАВНА АГЕНЦИЯ ЗА ЗАКРИЛА НА
ДЕТЕТО (ДАЗД), ЗАВЕДЕНА ПОД № 12 905, КАСАЕЩА ПРОМОЦИОНАЛНА
КАМПАНИЯ НА TWINS CREDIT GIRL, РАЗПРОСТРАНЯВАНА ЧРЕЗ
СОЦИАЛНИ МРЕЖИ.**

София, 25.09.2026 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, препратена от
Държавна агенция за закрила на детето (ДАЗД), заведена под № 12 905, касаеща**

промоционална кампания на Twins Credit Girl, разпространявана чрез социални мрежи.

В НСС е постъпила по компетентност жалба, препратена от Държавна агенция за закрила на детето (ДАЗД), заведена под № 12 905, касаеща промоционална кампания на Twins Credit Girl, разпространявана чрез социални мрежи.

На основание чл. 12.4 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, Етичната комисия е изготвила доклад по преписката.

Жалба

Предмет на жалбата е промоционална кампания на дружеството за бързи кредити „Twins Credit“, проведена в Южния парк, гр. София. Жалбата е подадена от анонимен гражданин и препратена от Държавната агенция за закрила на детето (ДАЗД) по компетентност.

Жалбоподателят твърди, че в рамките на рекламната кампания промоутъри раздават парични награди и ваучери за безлихвени кредити в парк, където присъстват множество семейства и деца. В кадрите от публикуваните от самата фирма видеа се вижда как деца участват в промоционалната активност и получават парични награди.

ДАЗД е препратила по компетентност жалбата до НСС за преценка относно съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

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.

Жалбата е регистрирана под № 12 905.

Поискано е становище от рекламодателя Twins Credit (фирма за бързи кредити, финансов консултант, оказващ съдействие при отпускане на бързи кредити).

Становище на ответната страна

В срока за отговор не е постъпило становище от рекламодателя.

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

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

Член 17, т. 17.1: *„Специална грижа следва да бъде полагана при търговската комуникация, насочена към или с участието на деца и подрастващи. Такава комуникация не трябва да подкопава общоприетите правила за благоприличие и обществено поведение.“*

Член 17, т. 17.5: „Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които създават опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата и подрастващите.“

Описание на рекламата

Търговското съобщение, предмет на жалбата, представлява промоционална кампания на Twins Credit Girl, проведена в Южния парк в гр. София и разпространена чрез социалните мрежи. Подробното описание е изготвено на базата на публикации на рекламоателя:

- Две млади жени в брандирани сини спортни екипи на Twins Credit действат като промоутърки. Едната води събитието с микрофон, другата раздава пари или ваучери.
- В центъра на събитието е поставено „колело на късмета“ с цветни сегменти, обозначаващи награди от €10 и €20, както и текст „Първа вноска кредит“.
- Надписът „ЗАВЪРТИ И СПЕЧЕЛИ!“ и „ПЕЧЕЛИТЕ 20 ЕВРО“ се виждат в различните публикации.
- На банерите и знамената е изписано „TWINS CREDIT“.
- На множество от публикациите ясно се виждат деца с техните родители, които въртят колелото на късмета, получават парични награди и са интервюирани от промоутърките с въпроси за какво ще използват спечелените пари.

Анализ

По допустимостта на жалбата:

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. Следователно жалбата следва да бъде разгледана по същество при съобразяване с предмета на спорните оплаквания и разпоредбите на Етичния кодекс.

По основателността на жалбата:

Съгласно установената практика на Етичната комисия и принципите, залегнали в Етичния кодекс, търговската комуникация следва да се оценява като единен комуникационен акт, включващ всички негови елементи - визуални, словесни и емоционални. Комуникацията трябва да бъде оценявана според нейното вероятно въздействие върху разумния потребител, като се вземат предвид характеристиките на целевата група и на използвания канал, познанията, опитът и селективната способност на типичния потребител, към когото тя е насочена, както и социални, културни и лингвистични фактори.

Анализът на рекламният видеоматериал показва, че процесната кампания е свързана с раздаване на парични награди и ваучери за „безлихвен кредит“, не е

предназначена за деца, а промотира финансова услуга за пълнолетни потребители. Същевременно търговската комуникация включва участие на деца по смисъла на чл. 17.1 от Етичния кодекс. Съгласно дефинициите към Етичния кодекс „деца“ се отнася за всяко лице на възраст под 18 години. Видеоматериалите, публикувани от самия рекламодалел в социалните мрежи, документирант присъствието и активното участие на поне три различни деца в промоционалното събитие. Децата са пряко включени в промоционалната активност: те участват при завъртане на колелото на късмета, взаимодействат с промоутърите, задават им се въпроси за това какво искат да си купят със спечелените пари.

Етичната комисия последователно прилага изключително стриктно правилата, отнасящи се до търговски комуникации с участието на деца, като не допуска компромис и по отношение на междинни ситуации, които без да са в грубо нарушение на изрична забрана, все пак прекращават границата на етичните норми. Процесната рекламната кампания промотира финансов продукт (бързи кредити, безлихвени кредити), който е неподходящ за деца и не може да бъде ползван от непълнолетни. Промоционалното събитие е проведено в парк, което е обществено пространство, естествена среда за семейства с деца, без никакви мерки за ограничаване на достъпа на непълнолетни. Промоционалният формат (колело на късмета, раздаване на парични награди, интервюта с деца) е обективно привлекателен за децата и на практика ги въвлеча в комуникацията. В този смисъл Комисията приема, че Рекламодалелът не е положил специалната грижа, изисквана от чл. 17.1 от Кодекса при търговска комуникация с участието на деца. Напротив, участието на децата е документирано и публикувано от самия рекламодалел, което свидетелства за съзнателно използване на детското присъствие в промоционалните материали.

В своята константна практика Етичната комисия приема, че решенията, свързани с финансови продукти като кредити, са „строго рационални, свързани са със сериозен финансов анализ и широк контекст на информиран избор“. Включването на деца в промоция на кредитен продукт създава опасност от увреждане на нравственото и социалното им развитие по смисъла на чл. 17.5 от Кодекса. Нормализирането на достъпа на деца до парични награди, обвързани с кредитен продукт, в обществена среда създава у тях погрешна представа за естеството на финансовите задължения и създава у тях погрешната представа, че получаването на пари може да бъде „игра“ или „забавление“. Независимо от това рекламодалелът не е предприел никакви особени мерки за ограничаване на участието на деца в промоционалната активност.

Обстоятелството, че рекламодалелът сам е документиран и публикувал участието на децата, свидетелства за съзнателно използване на детското присъствие като част от промоционалната стратегия. Това представлява недобросъвестно поведение от страна на рекламодалеля, доколкото детското присъствие се експлоатира с цел увеличаване на ангажираността и привлекателността на търговското съобщение. В тази връзка Етичната комисия в съответствие с трайната си практика препоръчва на рекламодалелите да ограничат търговските комуникации с участие на деца, особено в случаите, в които рекламираните продукти или услуги не са предназначени за деца и не могат да бъдат ползвани от тях.

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодалели 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.

Решение

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия счита жалбата за основателна и установи, че промоционалната кампания на Twins Credit Girl нарушава чл. 17.1 и чл. 17.5 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България. Етичната комисия да препоръчва на рекламодателя незабавно да преустанови разпространението на промоционалните видеоматериали, съдържащи участие на деца и да предприеме мерки за ограничаване на достъпа на непълнолетни до бъдещи промоционални събития за финансови продукти.

Съгласно 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.

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.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ