

ОТЧЕТ

ЗА ДЕЙНОСТТА И ФИНАНСОВ ОТЧЕТ НА НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ (НСС)

за периода 1 януари 2020 г. – 31 декември 2020 г.

ДЕЙНОСТ НА УПРАВИТЕЛНИЯ СЪВЕТ

Във връзка с епидемиологичната обстановка и въведените ограничения, през отчетния период Управителният съвет проведе само едно присъствено заседание, а всички останали решения бяха взимани онлайн.

Финализиране и съгласуване на новата редакция на Етичния кодекс

Последната редакция от 2020 г. на Етичния кодекс и Препоръките за инфлуенсър маркетинг бяха съгласувани през годината с ключови заинтересовани страни: СЕМ, КЗК, КЗП, ДАЗД, МЗ, МТИЦ, Асоциация „Активни потребители“ и водещи инфлуенсери. Получените бележки бяха отразени и финалната редакция беше приета от Общото събрание на НСС през м. юни и съответно публикувана на сайта на НСС.

Текстът на Кодекса и неговите приложения бяха преведени на английски език и съответно публикувани на сайта.

Промотиране на саморегулацията

С цел популяризиране на новата редакция на Етичния кодекс, в сътрудничество с PR Агенция United Partners през м.октомври и ноември в таргетираните медии бяха публикувани две прес съобщения: за промените в Етичния кодекс и за новите правила за инфлуенсър маркетинг.

НСС участва в организираната от Министерство на икономиката онлайн дискусия на тема "Концепция за прилагане на алтернативни подходи за регулиране на основни икономически сектори", където споделихме опита си в саморегулацията в областта на рекламата.

Взехме участие и в проведената през м.септември кръгла маса от „Коалиция живот без тютюнев дим“, където бяха обсъдени теми, свързани с търговската комуникация на цигарените продукти.

Планираните за 2020 г. тематични промоционални събития не бяха проведени поради епидемиологични ограничения. Предвид важността им за популяризиране на работата на НСС и промотиране на ползите от саморегулацията, УС препоръчва предвидените събития да бъдат актуализирани и организирани през следващ период при първа възможност.

Повече усилия трябва да се вложат за активизиране на секцията Новини на сайта на НСС.

Законова рамка на саморегулацията

Усилията на членовете на НСС за получаване на още по-голяма законова подкрепа за саморегулацията дадоха положителен резултат в процеса на транспониране на ДАВМУ в ЗРТ.

В последната редакция от 2020 г. ЗРТ (чл. 4 б) изрично насърчава саморегулирането и съвместното регулиране чрез прилагането на кодекси и стандарти, като конкретно посочва Националните етични правила за реклама и търговска комуникация на НСС като един от тях. Доставчиците на медийни услуги се задължават да спазват разпоредбите на актовете на НСС, като са предвидени и санкции за неспазване от 2000 до 5000лв.

Особено внимание ЗРТ обръща на саморегулирането в търговската комуникация на определени групи стоки, насочени към деца. Чл. 19 д. задължава доставчиците на платформи за споделяне на видео клипове да спазват нормите на Етичния кодекс на НСС, с цел намаляване на излагането на децата на реклами за храни и напитки съдържащи хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, по-специално съдържащи мазнини, трансмастни киселини, сол или натрий и захари, чийто прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен. Чл. 76 пък изисква от доставчиците на медийни услуги да изготвят етични правила за реклами на такива храни и напитки, включени или придружаващи детски предавания, както и за алкохолните продукти.

Редакцията на Закона за хазарта от 2020 г. също запази подкрепата за саморегулацията. Член чл.10(6) предвижда като част от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация да се разработват специални правила относно рекламата на хазартни игри. Юридическите лица и едноличните търговци, които публикуват, излъчват или разпространяват рекламата, са длъжни да публикуват на сайта си Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, включително за рекламата на хазартни игри. Юридическите лица и едноличните търговци, които публикуват, излъчват или разпространяват рекламата, са длъжни да спазват правилата по предходното изречение.

Децата и храните

Темата за децата и храните остава сред основните приоритети на НСС. През периода изпратихме становища в подкрепа на саморегулацията на:

- Националният център по обществено здраве и анализи - във връзка с тяхното участие в изработването на Европейски план за борба с рака Best-Remap, където се очаква включването на препоръки за ограничаване на маркетинговия натиск на храни върху децата. Планът ще се развива през следващите 2-3 години.
- Института по стандартизация, член на Международната организация за стандартизация (ISO) и участник в Комисията за политика на консуматорите (COPOLCO) - във връзка с обсъждането на предложеното от японската страна „Ръководство за реклама и маркетинг на деца“.

Членска маса

На национално ниво, нямаме нови членове, но успяхме да започнем диалог с част от дигиталната индустрия (IAB България) за намиране на механизъм за включването им в работата на НСС.

През м. юли 2020 г., основен играч в европейската дигиталната индустрия – Google се присъедини към членовете на Европейския алианс за стандарти в рекламата (EASA) с основен ангажимент да се придържат към националните етични кодекси и да подпомагат дейността на националните органи за саморегулация, в т.ч. НСС.

Продължават усилията за повторно привличане към саморегулацията на участниците в хазартната индустрия. Като прогрес можем да отчетем публикуването (по изискване на Закона за хазарта) на Правилата на реклама на хазартни игри на сайтовете на основните оператори. Започнахме диалог и с Асоциацията на производителите и организаторите на игри (БАПТОИ). Не успяваме обаче да върнем към членство FBet, а държавния хазартен оператор не отговаря на няколкократно те ни покани.

От финансовия сектор, Кредисимо преустановиха плащането на членския внос в НСС и все още не сме успели да възстановим тяхното членство и да привлечем други участници от този пазар.

Остават на фокус за привличане на членство:

- големите вериги магазини (Лидл, Кауфланд, Била, Джъмбо и пр.)
- фармацевтичната
- козметичната индустрия
- търговците на играчки

Диалог с регулаторите и НПО

Предвид наложените от МЗ ограничения, не успяхме да проведем предвидената работна закуска за представяне на годишните резултати от работата на НСС пред регулаторните органи, както и предвидената среща с КЗК.

Все още не сме конкретизирали постигнатото през предишни години принципно съгласие за сътрудничество с КЗП и БАБХ.

Международно сътрудничество

Продължаваме активното си членство в Европейския алианс за стандарти в рекламата (EASA). Редовно участваме в общото събрание на алианса, годишната статистика на жалбите в Европа и текущо обменяме информация по конкретно приложение на етичните норми в отделните страни в Европа и САЩ.

Участваме в платформата за трансгранични жалби, оперирана от EASA.

Част сме от екипа, наблюдаващ изпълнението на европейския механизъм за саморегулация на рекламите на храни към децата (EU Pledge) и наш представител участва в журито на EASA за разглеждане на постъпили жалби.

Също така продължаваме сътрудничеството си с Европейския алианс за интерактивна дигитална реклама (EDAA) във връзка с обработването на жалби за онлайн поведенческа реклама.

През периода, НСС установи контакт с Европейската асоциация на операторите на игрите и залаганията (EGBA) и участва в проучване за състоянието на рекламния пазар в онлайн хазартната индустрия в Европа.

Администриране на дейността на НСС

През периода бяха актуализирани Правилата за защита на личните данни и бяха предприети действия за привеждане на онлайн платформата на НСС в съответствие с изискванията на GDPR директивата.

Бяха актуализирани и Правилата за пране на пари с оглед постигане на съответствие с изискванията на ЗМСИП.

Секретариатът води систематична отчетност за постъпилите жалби и заседанията на Етичната комисия. Всички решения на Етичната и Апелативната комисия са изготвени в срок и публикувани на сайта на НСС. Необходими са допълнителни усилия от Секретариата за про- активно разпространение на взетите от Етичната комисия решения - до засегнатите браншови организации и държавни регулатори, както и до членовете на УС.

Всички протоколи от заседания на УС са изготвени в срок, подписани и качени в админ сайта на организацията.

Води се текущ контрол на финансите на организацията спрямо одобрения бюджет, отчетът се актуализира месечно и е на разположение на членовете в админ сайта.

Подаден в срок е годишния финансов отчет в НАП. Дължимият данък върху приходите от стопанска дейност също е внесен в срок. В края на отчетния период НСС няма неплатени задължения за данъци и други такси към данъчната администрация.

През годината беше закупен нов компютър с необходимия софтуер за нуждите на Секретариата.

ДЕЙНОСТ НА ЕТИЧНАТА И АПЕЛАТИВНАТА КОМИСИЯ

През периода Етичната комисия и Апелативната комисии са поддържани в пълен състав, като са спазени принципите на независимост, прозрачност и липса на конфликт а интереси. Етичната комисия е провела 6 заседания, всички онлайн.

Средният срок за произнасяне по жалбите през периода е около 30 дни, в съответствие с европейските стандарти. Времето за изготвяне и публикуване на решенията е средно 1-2 дни след заседанието на комисията.

Апелативната комисия разглежда само жалби за допуснати нарушения в процедурите на работа на Етичната комисия или случаи, в които има нови обстоятелства, които не са били

предоставени на Етичната комисия по време на процедурата. През 2020 г. няма постъпили апелативни жалби.

СТАТИСТИКА НА ЖАЛБИТЕ

За периода 1 януари 2020 г. - 31 декември 2020 г. в НСС са постъпили жалби, както следва:

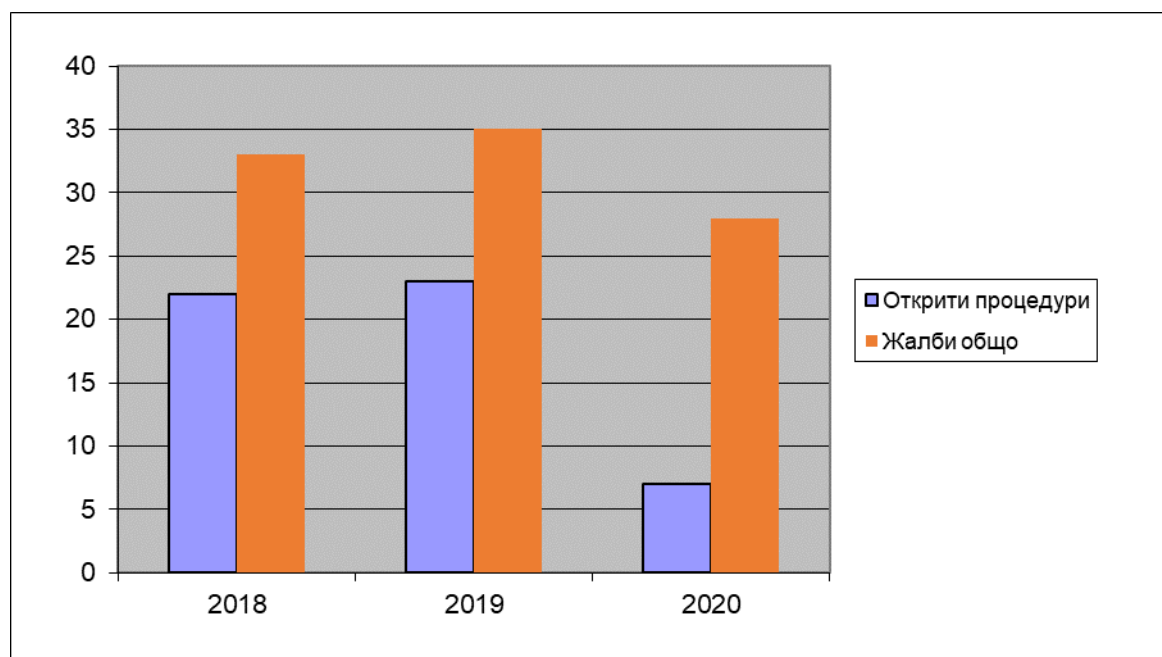
Общ брой сигнали и жалби

Получени жалби	24
Открити процедури	7

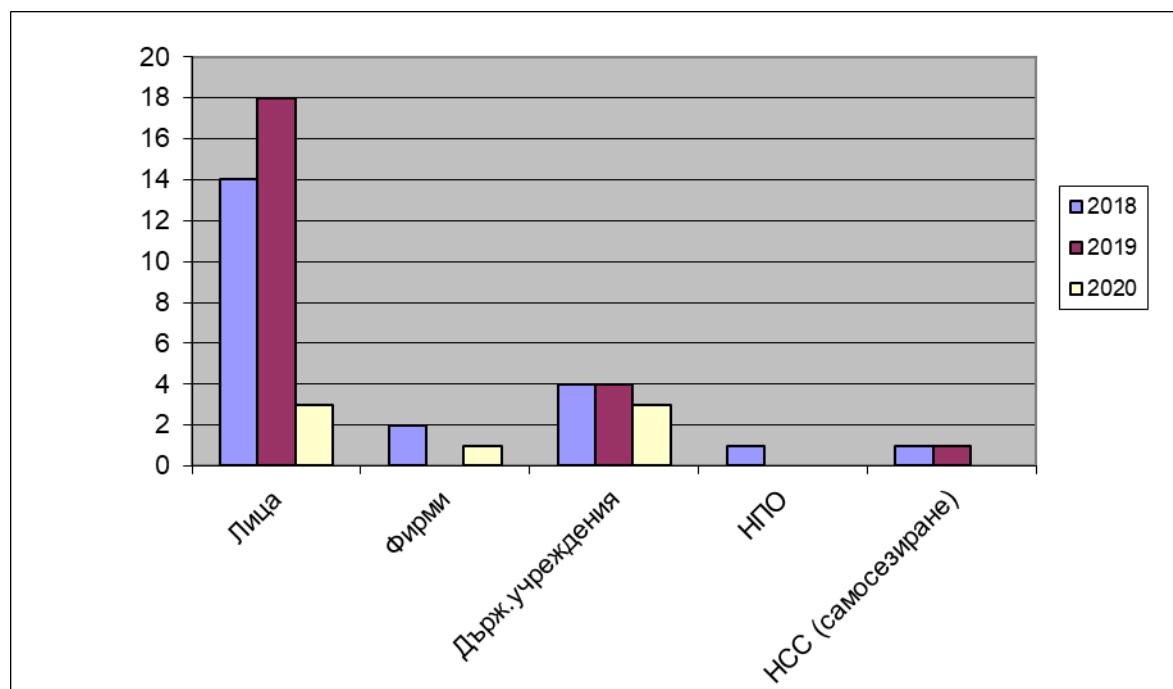
от които:

от физически лица	3
от юридически лица	1
от НПО	0
от държ. органи	3
самосезиране НСС	0

През последните години броят на жалбите, постъпили в НСС е между 30 и 40 бр. , като тенденцията от предходни преиоди е към намаляване на постъпилите жалби, съответно откритите от Етичната комисия процедури. През 2020 г. допълнителен фактор за тази тенденция е неблагоприятната епидемиологична обстановка.



Жалбите от физически лица традиционно са на първо място, но през 2020 г. 4 са били извън обхвата на Етичния кодекс, 13 не са съдържали необходимата информация, по 1 от тях вече е имало предходно решение на Етичната комисия и 2 жалби за една и съща реклама са обединени в една процедура. Така образуваните процедури по жалби на граждани са 3, равно на броя на сигналите от държавни органи (3). Само една жалба е постъпила от юридическо лице. Няма жалби от неправителствени организации, също така няма случаи на самосезиране от страна на НСС.



Бр. жалби, по които

не са открити процедури

18

от тях:

- оттеглени от жалбоподателя	0
- отхвърлени поради липса на необходимите данни	13
- извън обхвата на кодекса	4
- предишни решения по казуса	1

Продължава да е на дневен ред необходимостта от засилване на познаваемостта на НСС сред държавните и общински органи, както и сред потребителите с цел активизиране на потенциала на гражданското общество за предотвратяване на нарушенията на етичните правила в рекламата.

В откритите 7 процедури, само в две са открити нарушения. Няма последващи жалби към Апелативната комисия.

Бр.

открити процедури

7

от които:

- без нарушения

2

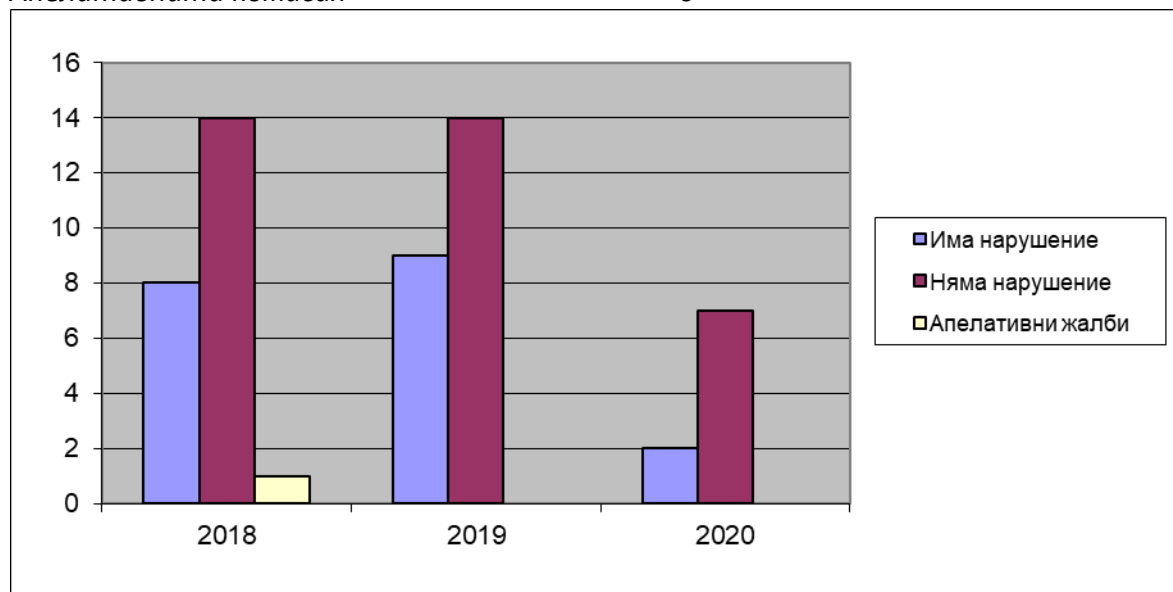
- установени нарушения

5

- отнесени към

Апелативната комисия

0



Трайна тенденция през годините е при около 1/3 от процедурите да се установява нарушение. През 2020 г. този процент 22%. НСС отчита трайно подобряване на етичните стандарти на българския рекламен пазар.

Процедури по канали на комуникация

телевизионни реклами

3

външните реклами

2

радио-реклами

1

дигитални реклами

1

директен маркетинг

0

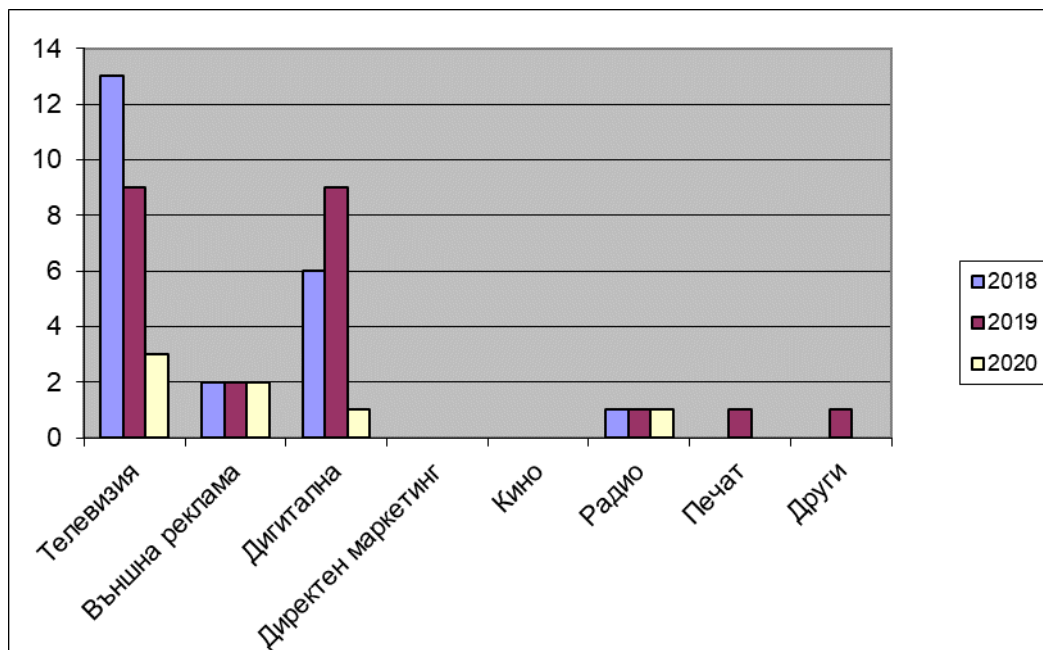
реклами в печата и др.

0

други

0

Телевизионните реклами продължават да държат първенство сред жалбите, но броят им през 2020 г. съществено намалява. Същото се отнася и за дигиталната реклама.



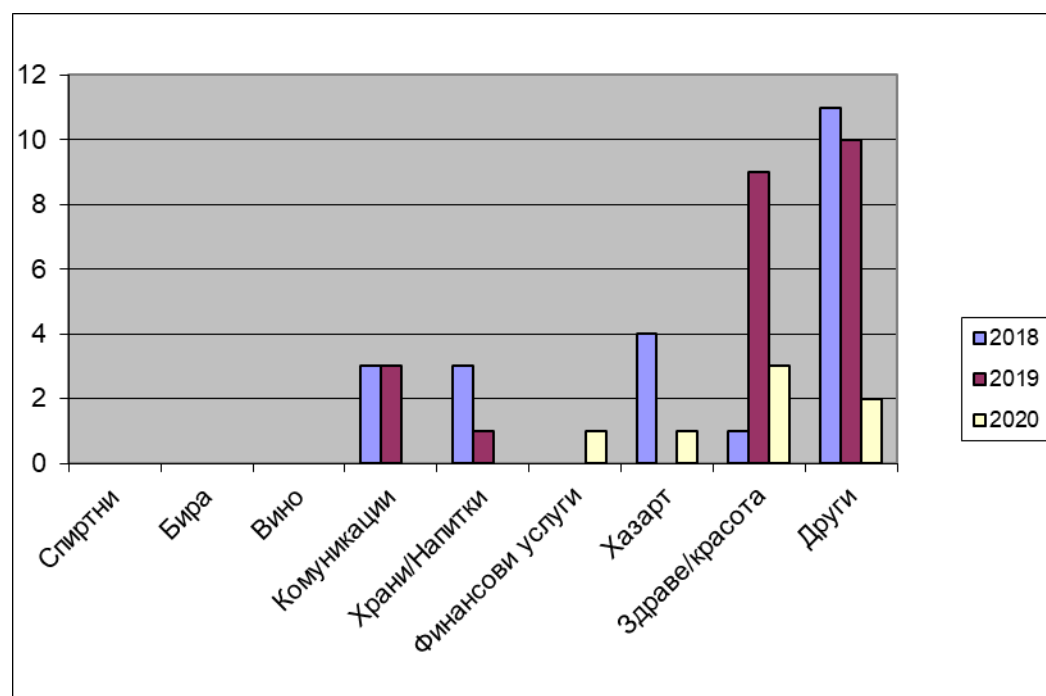
Процедури по видове стоки

Спиртни напитки	0
Бира	0
Вино	0
Комуникации	0
Храни/Напитки	0
Финансовите услуги	1
Хазарт	1
Здраве и красота	3
Други разни	2

Водещата позиция и през 2020 г. се заема от рекламите на продукти за здраве и красота, а при рекламите на алкохол и храни и напитки през последните няколко години се наблюдава траен спад, резултат от засиленото внимание на водещите в индустрията фирми и провеждане на дългосрочни европейски инициативи за саморегулация (напр. EU Pledge). Заслужава да се отбележи активната позиция на българската асоциация на производителите, вносителите и търговците на спиртни напитки SpiritsBulgaria за налагане на браншовите правила за отговорна комуникация на спиртни напитки.

През 2020 г. водещите хазартни оператори бяха сред основните потребители на услугата Предварителен преглед (Cory Advice) и в резултат през годината е постъпила само една жалба срещу реклама на хазарт. Положителна стъпка е факта на публикуване на Правилата за реклама на хазарт на НСС на сайтовете на всички хазартните оператори по изискване на Закона за хазарта. Особено активна позиция към етичните правила в индустрията заема Българска търговска асоциация на производителите и организаторите в игралната индустрия (БТОИИ). За съжаление, част от членовете на НСС през предходните години замразиха

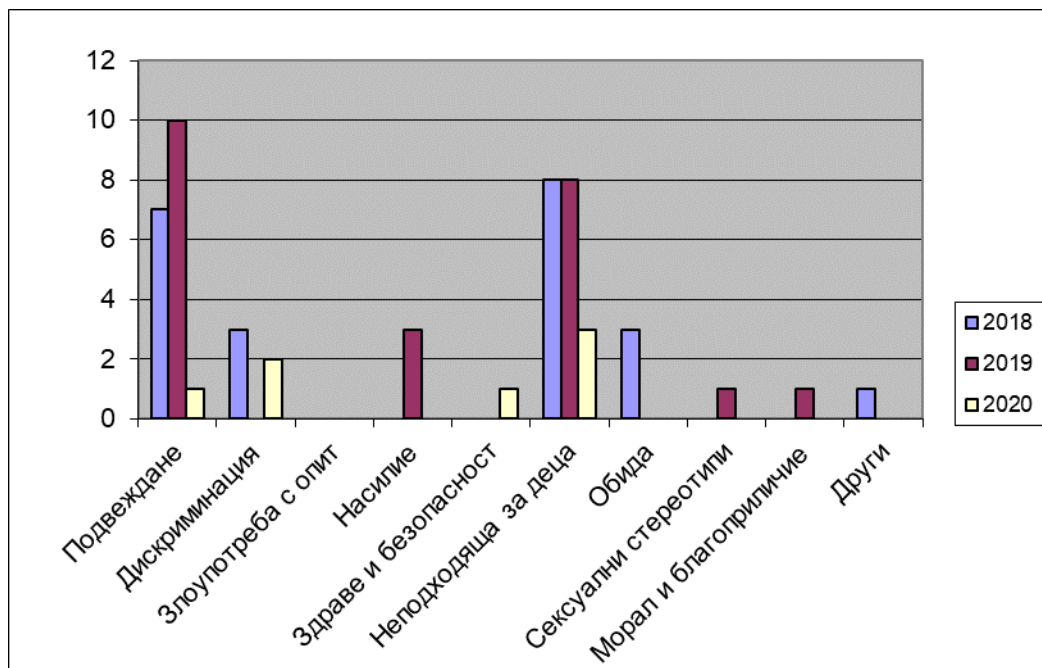
членството си в НСС и пред УС стои задачата да се активират усилията за привличане на всички лицензирани хазартни оператори. Не по-малко важна задача е подновяването на диалога с регулатора (Министерство на финансите) във връзка с приложението на предвидените в Закона за хазарта ограничения върху директната реклама на хазарт.



Процедури по вид нарушения

Подвеждаща комуникация	1
Дискриминация	2
Злоупотреба с опит	0
Насилие	0
Здраве и безопасност	1
Неподходящи за деца	3
Обида	0
Сексуални стереотипи	1
Морал и благоприличие	1
Други	0

Отчитаме значителен спад на процедурите срещу подвеждаща комуникация (15% спрямо 43% през предходната година). Неподходящите за деца реклами остават трайно на второ място и усилията за тяхната защита трябва да продължат.



Наблюдава се дълготрайно намаляване на жалбите срещу сексуалните стереотипи и морала и благоприличието, което е знак за нарастващо внимание от страна на рекламната индустрия в тази област.

ПРЕДВАРИТЕЛЕН ПРЕГЛЕД (Copy Advice)

През 2020 г. предварителен преглед е поискан 27 пъти.

Промотирането на услугата Преварителен преглед, особено за индустриите към които обществото е чувствително, остава особено важна задача и напред.

ФИНАНСОВ ОТЧЕТ 2020 г.

	2020	2020
САЛДО от предходна година	Бюджет 56 746	Актуално 56 746
ПРИХОДИ		
Чл. внос от редовни членове	21 000	19 250
Вноски за предишен период		
От асоциирани членове	3 000	4 500
От Copy Advice	350	750
От ОВА и мониторинг	4 500	7 913
ВСИЧКО ПРИХОДИ	28 850	32 413
РАЗХОДИ		
Заплата/осигуровки	9 000	8 511
Секретариат		
Уебсайт поддръжка + актуализация	3 500	3 374
Редакция кодекс/превод	2 500	1 147
Членски внос EASA	3 500	3 850
Командировки	4 500	0
Телефон, пощенски	1 000	620
Офис м-ли и услуги	4 500	4 095
Протоколни/среща ЕК	1 000	0
Работна закуска	1 000	0
Счетоводство	2 250	2 264
Одит	2 250	
Съдебни регистрации и преводи	1 000	0
Банкови такси	1 500	1 324
ПР събитие + ПР	40 000	1 740
Други	2 000	0
ВСИЧКО РАЗХОДИ	79 500	26 925
Остатък 31.12	6 056	56 185

Общо приходите за 2020 г. са с около 3 500 лв. повече спрямо плана, от участие на НСС в европейско проучване за EASA на хранителната индустрия и хазарта. В същото време разходите са около 52 500 хил. лв. по-малко от планираните, в резултат на ограниченията наложени от епидемиологичната обстановка. Най-големите пера тук са неизразходваните 40 хил. лв, предвидени за промоционални дейности, 2 хил. лв. от непроведени среща с ЕК и работна закуска с регулаторите, 2 500 лв. от отменен одит, 4 500 лв. от отложени

командировки за Общо събрание на EASA 3 500 лв. други. В резултат, салдото в края на 2020 г. е с около 50 хил. над планираното.

Управителният съвет препоръчва на Общото събрание този остатък, който е формиран през последните две години поради отмяна на планираните промоционални събития, да бъде отнесен в резерв за за провеждане при първа възможност на отложените дейности, които имат дългосрочно въздействие върху развитието на рекламната саморегулация в България.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА УС НА НСС:


(Ели Герганова)




Счетоводител: Венета Спасова