

РЕШЕНИЕ № 238

30.10.2012 г.

СЪВЕТЪТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ на свое заседание, проведено на 30.10.2012 г., обсъди **МЕТОДИЧЕСКИ УКАЗАНИЯ** във връзка със забранените скрити търговски съобщения и позиционирането на продукти като форма на търговско съобщение.

От фактическа страна:

В изпълнение на изискванията на чл. 66 от Административнопроцесуалния кодекс, Съветът за електронни медии оповести публично откриването на производството по издаване на решение за приемане на Методическите указания.

Проектът бе публикуван на Интернет страницата на Съвета на 23.05.2012 г. Във връзка с него в Съвета за електронни медии постъпиха становища от Асоциацията на българските радио- и телевизионни оператори (АБРО), Български дарителски форум (БДФ) и “ТВ Седем” ЕАД.

От правна страна:

За да постанови своето решение, Съветът за електронни медии взе предвид съществуващата правна регламентация:

1. Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 година за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите-членки, отнасящи се до предоставянето на аудиовизуални медийни услуги (Директива за аудиовизуалните медийни услуги) относно електронните търговски съобщения.

2. Закона за радиото и телевизията във връзка с правната регламентация на търговските съобщения, по-конкретно разпоредбите чл. 73, ал. 1 и 2, чл. 74, ал. 1 и 4, чл. 75, чл. 83 и чл. 84;

3. Практиката на европейските регулаторни органи по отношение на скритите търговски съобщения и позиционирането на продукти в прилагане на Директива 2010/13/ЕС;

4. Практиката на Европейския съд във връзка с проблема на скритата реклама (Решение от 09.06.2011 г. по дело С-52/10).

Мотивите, които Съветът за електронни медии взе предвид, за да постанови своето решение, са:

- понятието „редакционна отговорност“ е основополагащо за определяне на ролята на доставчика на медийни услуги и, следователно, за дефинирането на аудиовизуалните медийни услуги;
- скритите аудиовизуални търговски съобщения са практика, забранена от Директива 2007/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и от Закона за радиото и телевизията, поради отрицателното ѝ въздействие върху потребителите;
- забраната на скритите аудиовизуални търговски съобщения не следва в никакъв случай да обхваща законното позициониране на продукти, когато зрителят разполага с достатъчно информация за съществуването на практика за позициониране на продукти;
- позиционирането на продукти съществува в кинематографични произведения и аудиовизуални произведения, създадени за телевизии, и следва да се гарантират равни условия и по този начин да се стимулира конкурентоспособността на медийната индустрия, като затова е необходимо да се приемат единни правила за позиционирането на продукти;
- позиционирането на продукти следва да подлежи на същите качествени правила и ограничения, които са приложими към аудиовизуалното търговско съобщение;
- зачестилите практики на смесване на скрити търговски съобщения и позициониране на продукти, стоки, услуги, марки, поради което е необходима прозрачност и детайлизация при медийното регулиране на тези практики;
- необходимостта да бъдат защитени интересите на потребителите.

Предвид изложеното и на основание чл. 33, т. 9 и чл. 36, т. 5 във връзка с чл. 32, ал. 1, т. 1 и чл. 35, ал. 3, изречение първо от Закона за радиото и телевизията, Съветът за електронни медии

Р Е Ш И:

ПРИЕМА МЕТОДИЧЕСКИ УКАЗАНИЯ във връзка със забранените скрити търговски съобщения и позиционирането на продукти като форма на търговско съобщение.

Решението подлежи на обжалване пред Върховния административен съд чрез Съвета за електронни медии в едномесечен срок от съобщението за издаването му или в 14-дневен срок от съобщението до лицата, участвали в производството пред административния орган.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА С Е М
ГЕОРГИ ЛОЗАНОВ