



РЕШЕНИЕ

№ 139 на ЕК от 20.06.2013 (Жалба относно телевизионна реклама на лекарствен продукт срещу гъбички Nailner Repair)

София, 20.06.2013 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на двадесети юни 2013 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Василиса Младенова
Даниела Узунова
Десислава Димова
Виолета Манолова
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристияна Чакърлова
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов
Петя Стоянова

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Маша Гавраилова преписка, образувана по Жалба № 12428 от 27.05.2013 г. относно телевизионна реклама на препарат срещу гъбички Nailner Repair.

Жалба

На 27.05.2013 г. в НСС постъпва жалба от Съвета за електронни медии (СЕМ), който препраща с писмо № НД 05-94-00-191 от 05.04.2013 г. за становище към Националния съвет за регулация жалбата на К.К. относно телевизионна реклама на препарат срещу гъбички Nailner Repair.

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 (ЕК) е определил за докладчик по преписката Маша Гавраилова.

В своята жалба, жалбоподателят отправя молба до СЕМ за съдействие за промяна на рекламата на лекарствен продукт срещу гъбички по ноктите писалката Nailner Repair, която се

излъчва обикновено във времето след 19 часа, когато семейството вечеря. Според жалбоподателя рекламата е „отвращаваща“. Децата не желаят да се хранят и имат проблеми с повръщания“.

Процедура

Жалбата относно телевизионна реклама на препарат срещу гъбички Nailner Repair е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 27.05. 2013 г. е открита процедура, регистрирана под № 169. На 28.03. 2013 г. е поискано становище от ответната страна - „Омега фарма плюс“ ЕООД, което в регламентирания срок не е постъпило в НСС.

Решение

Етичната комисия намира жалбата относно телевизионна реклама на препарат срещу гъбички Nailner Repair за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Рекламата на препарата срещу гъбички Nailner Repair съдържа визуални и вербални ефекти, като основните послания са изписани и на екрана. Препаратът е предназначен за стимулиране на нокътното възстановяване при гъбични инфекции.

Гъбичните инфекции, особено на краката, са широко разпространени и фармацевтичната индустрия предлага различни възможности за третиране, които се отпускат без лекарско предписание и могат свободно да се закупят в аптеките. Но за да вземе навреме мерки, зрителят трябва да бъде информиран каква е същността на гъбичната инфекция. Това не може да стане, без да бъде показано мястото на най-честото проявление – ноктите на краката и без да бъдат съобщени най-често срещаните симптоми: бяло или кафеникаво оцветяване, деформиране на нокътя, отделяне от основата, задебеляване. Информираността и познанието изиграват решителна роля в култивиране на здравни знания и навици.

Показването на нокти на краката, макар и деформирани вследствие на гъбичната инфекция, не може да се приеме като нарушение на чл. 2 на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, тъй като не нарушава добрите нрави и не може да се определи като вулгарно или отблъскващо според общоприетите морални норми.

Следва да се подчертае, че освен чисто комерсиалния ефект, една търговска комуникация може да има и образователен ефект. Високата информираност и обогатяване на здравната култура на гражданите е най-надеждната стратегия за самосъхранение и профилактика на съответните болести. Благоприличието на рекламното внушение, освен че е субективна категория, може да се постави в пряка връзка с липсата на достатъчна здравна култура.

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. Времето на излъчване на търговската комуникация не може да бъде съобразявано с

евентуалните часове за хранене, защото те не са нормативно определени и са различни за всеки зрител.

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:

(п) Румяна Карлова

ПРИЛОЖЕНИЕ:

<http://youtu.be/0BDI43J32gU>