



РЕШЕНИЕ

**№ 27 на ЕК от 13.01.2011 (Жалба относно радио реклама на „Севекс Фарма“ ООД
ESBERITOX N)**

София, 13.01. 2011 година

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 13 януари две хиляди и единадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Василиса Младенова
Емилия Клайн
Виолета Манолова
Румяна Карлова
Жанет Захариева
Мелания Рашева
Маргарита Чутуркова
Нина Владимирова
Павел Иванов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по жалба № 79 от 25.12.2011 г.

Жалба

На 25 декември 2010 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от М. К. от гр. София, регистрирана под номер 79, относно радио реклама на Есберитокс, определена като липса на морал и благоприличие. В жалбата се казва, че рекламата започва с натрапчиво повтаряне на глагола "Гълтай" със сексуален контекст. След което започва да говори дете и се оказва, че това е реклама на лекарство. Рекламата завършва с "Гълтай!".

Не са представени доказателства и жалбоподателят не се е позовал на текст от Етичния кодекс.

Жалбата може да бъде отнесена към чл.2 от Етичния кодекс: Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.

Процедура

Жалбата, подадена от М.К. относно радио реклама на „Севекс Фарма“ ООД за лекарствения продукт **ESBERITOX N** е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 28 декември е открита процедура за разглеждане на жалбата, регистрирана под № 53. На същата дата е поискано становище от ответната страна - „Севекс Фарма“ ООД, което постъпва в НСС на 29 декември 2010 г.

Становище на ответната страна

В становището се казва, че рекламата се отнася за лекарствения продукт **ESBERITOX N**, предназначен за перорална употреба (Приложено е копие от Кратката характеристика на продукта, одобрена при издаване на разрешението за употреба на продукта през 1994г. и в последствие подновена през 1999г.).

Перорален продукт съгласно медицинския речник означава „приеман през устата”. Доколкото се отнася до лекарствен продукт под формата на разтвор и/или таблетки, приемането му през устата става чрез преглъщане. Съгласно разпоредбите на Закона за лекарствения продукт в хуманната медицина (ЗЛПХМ) всеки рекламен материал, предназначен за широката публика, преди да бъде публикуван (разпространяван, излъчван), следва да е одобрен от Изпълнителната агенция по лекарствата. На основание на чл. 246 от ЗЛПХМ, съдържанието на рекламата трябва да съответства на данните от одобрената при разрешаването за употреба кратка характеристика на лекарствения продукт и да представя само посочените при разрешаването за употреба показания. Рекламата на лекарствения продукт трябва да насочва само към правилната му употреба и т.н. Именно, поради изложените по-горе причини, публикуването (в случая излъчването по различни радиостанции) на реклама за лекарствен продукт, не е и не може да бъде самостоятелно решение на една или друга фармацевтична компания, а се подчинява на строги правила съгласно закона, одобрената при разрешаването му за употреба регистрационна документация и в крайна сметка, след като е редактиран от Експертния съвет за одобрение на рекламни материали към ИАЛ. Този съвет е създаден на основание на чл. 251, ал. 3 от ЗЛПХМ. В състава му са лекари и специалисти с практически опит в областта на рекламата, като задължително се включват по един представител на Комисията по професионална етика на Българския лекарски съюз, на Българския зъболекарски съюз и на Българския фармацевтичен съюз. В състава на съвета могат да бъдат включени и представители на пациентските организации. Именно този съвет изготвя експертиза по проекта на рекламата и подготвя становище до изпълнителния директор на ИАЛ за одобрение или неодобрение ѝ. След одобрението ѝ, рекламата се извършва само във вида, в който е утвърдена от ИАЛ (прилагаме Удостоверение № А 28/31.01.2006 г. на изпълнителния директор на ИАЛ, неразделна част от което представлява и самият одобрен текст на целия рекламен материал). Видно от представеното удостоверение и приложението към него (одобрения текст на рекламата) излъчваната по радиото реклама на продукта **ESBERITOX N** е изцяло в съответствие с нейното одобрение от компетентния орган. Целта на използвания в рекламния текст глагол „гълтай”, в никакъв случай не цели да прави други внушения, освен тези, които са типични за рекламирания продукт и начина на неговата употреба – през устата, чрез поглъщането му.

Рекламата е одобрена преди 5 години и е в този си непроменен вариант от началото на 2006 г. до днес. „Севекс Фарма“ ООД е фармацевтична маркетингова компания основана през 1997 г. с управител г-н Валери Андреев. Дружеството разполага с развита мрежа от

медицински представители в цялата страна и вече повече от 13 години работи за развитието на българския фармацевтичен пазар.

Решение

Етичната комисия намира жалбата на М.К. относно радиореклама на „Севекс Фарма“ ООД за лекарствения продукт ESBERITOX N за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Етичната комисия счита, че няма нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

В рекламния радиоклип се говори за перорален продукт, който съгласно медицинския речник означава „приеман през устата”. Тъй като става дума за лекарствен продукт под формата на разтвор и/или таблетки, то приемането му през устата става чрез преглъщане. В този смисъл повтарянето на глагола „Гълтай” има своето място, още повече че става дума за радиоклип и за звуковия ефект върху потребителя. Всички знаят, че децата не обичат да приемат лекарства и родителите се опитват принудително да ги накарат да погълнат съответния лекарствен продукт с призива „Гълтай”. Действително, ако гласът беше женски (на майката или бабата), той не би смутил никого. Но въпреки мъжкия глас, в рекламния клип не са нарушени моралът и благоприличието. Независимо от това Етичната комисия препоръчва да бъде сменен полът на модератора.

Съгласно чл.17.4. 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 да се изпрати за сведение на Комисията по мониторинг.

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) Гриша Камбуров

ПРИЛОЖЕНИЕ:

<http://youtu.be/x1e-ny23gtI>