

РЕШЕНИЕ

№ 41 на ЕК от 17.02.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на Ефизол, продукт на „Актавис” ЕАД)

София, 17.02.2011 година

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 17 февруари 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
Христо Монов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по Жалба № 126 от 7.02.2011 г. относно телевизионна реклама на Ефизол, продукт на „Актавис” ЕАД .

Жалба

На 7.2.2011 г. в НСС постъпва жалба от А.П. от гр.София, регистрирана под № 126, относно телевизионна реклама на Ефизол, продукт на „Актавис” ЕАД. В жалбата се казва, че Ефизол е лекарствено средство за локално антисептично лечение на леки възпалителни процеси в устната кухина и гърлото, подходящо и за деца. Рекламата, която лансира лекарствения продукт по най-масовата медия - телевизията, не е най-подходящият и етичен начин да бъде рекламиран продуктът. В рекламния клип, продуктът е представен по-скоро като бонбонки за смучене, отколкото като лекарственото средство. Майката подтиква детето да вземе лекарството, като дори самата тя го изконсумира, без да има симптоми. Това е абсолютно недопустимо с оглед на това, че може да създаде впечатление на децата, че лекарството може да се консумира със или без конкретните симптоми, при които се прилага. Освен това, лекарството се продава без рецепта, което значи, че всяко по-голямо дете може да отиде и да си го закупи от

аптека. В Кодекса ясно е отбелязано, че когато в реклами става дума за деца, е изключително важно коректността и начина, по които се рекламира, с цел тяхната безопасност.

Не са представени доказателства, но жалбоподателят се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл.17 и в частност на чл.17.6.3. Лекарства, средства за дезинфекция, почистващи материали, киселини/прахове за пране и продукти опасни за здравето не трябва да се показват в рекламите в достъп на децата без родителска грижа и не трябва да бъдат показвани да употребяват такива продукти.

Процедура

Жалбата от А.П. от гр.София относно телевизионна реклама на Ефизол, продукт на „Актавис” ЕАД е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 7.2.2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 73. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Актавис” ЕАД, което постъпва в НСС на 10.2.2011 г.

Становище на ответната страна

В становището се казва, че телевизионната реклама на лекарствения продукт Ефизол е създадена съгласно изискванията на Закона за лекарствените продукти в хуманната медицина (ЗЛПХМ). Съдържанието на рекламата е одобрено по реда на ЗЛПХМ от Изпълнителната Агенция по Лекарствата (ИАЛ) с Разрешение №А35/ 22.01.2004 г. Впоследствие, поради допълване съдържанието на реклама същото е одобрено съответно с Разрешение № А279/19.11.2009 г. и Разрешение № А279/28.01.2010 г.

Лекарственият продукт Ефизол се предлага на българския пазар от десетилетия. През това време той не е показал никакви негативни странични ефекти. Ефизол се харесва както от възрастни, така и от деца. Твърдението, че продуктът е представен като бонбонки за смучене е напълно нерелевантно. Лекарственият продукт Ефизол се предлага на пазара под формата на т.нар. „пастили”. По своето естество пастилите са форма, която е създадена именно за това – за смучене. Това прави тази лекарствена форма подходяща за употреба от деца, които иначе биха се възпротивили на прием на лекарство под друга форма – обикновени таблетки например. Относно твърдението, че майката – герой в рекламата не показва видими признаци на заболяване: съгласно кратката характеристика на продукта (също одобрена от ИАЛ) Ефизол е лекарство, показано при леки форми на болка в гърлото. Леките болки в гърлото по същество нямат видими външни признаци. Нещо повече, показването на симптоми на настинка и грип например, би довело до противоречие с кратката характеристика на продукта, тъй като би могло да доведе до заблуда у зрителя и потенциален потребител, че Ефизол помага при заболявания, за които той реално не е предназначен. В края на 2010 г. от управленския екип на компанията бе взето решение въпросната телевизионна реклама да бъде спряна от излъчване поради естествено изтичане на жизнения ѝ цикъл и изчерпване на нейната рекламна полезност. Като следствие от това решение, рекламата не се излъчва от 01.02.2011 г.

Решение

Етичната комисия намира жалбата от А.П. от гр.София относно телевизионна реклама на Ефизол, продукт на „Актавис” ЕАД за неоснователна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Мотиви

Етичната комисия счита, че търговската комуникация не е в нарушение на чл.17 от текстовете от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, както и на други текстове на кодекса.

Рекламата на лекарствени продукти подлежи на строга регламентация в Република България - Глава единадесета „Реклама на лекарствени продукти” от Закона за лекарствените продукти в хуманната медицина и дял IX на Директива 2001/83/ЕО. Съгласно чл.249 от същия закон специална наредба определя изискванията към рекламата на лекарствени продукти. Процесната търговска комуникация е съобразена и е в съответствие със законовите изисквания. Тя не съдържа визуални и звукови елементи, които да са неразбираеми. За всеки среден потребител е ясно, че преди употребата на даден лекарствен продукт, той би следвало да се консултира с лекар или аптекар или да прочете листовката. Тази информация е налице. Целта на една реклама е да повлияе на поведението на потребителя и е насочена към хората на емоционално равнище. Ефизол е достатъчно добре познат антисептичен продукт и самият факт, че се изписва без рецепта означава, че е достатъчно безобидно лекарствено средство. Тъй като става дума за лекарствен продукт под формата на таблетки, то представянето му на дете като бонбонче е напълно обяснимо, естествено и нормално. Всички знаят, че децата не обичат да приемат лекарства и родителите се опитват принудително да ги накарат да погълнат съответния лекарствен продукт с обяснение, че това е бонбон. Задължение на родителя е да предпазва децата си като съхранява лекарствени продукти на места, недостъпни за тях. Фактът, че търговската комуникация е неприемлива за отделни лица не е основание тя да се счита, че е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

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 за пост-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/LW-xD2I1sp8>