



РЕШЕНИЕ

№ 211 на ЕК от 10.08.2015 (Жалба относно телевизионна реклама на „Lactacare stop“ – продукт на „Актавис“ ЕАД)

София, 10.08.2015 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на десети август 2015 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Виолета Манолова
Десислава Димова
Жени Павлова
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристияна Чакърлова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов
Милена Якимова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12573 от 24.07.2015 г. относно телевизионна реклама на „Lactacare stop“ – продукт на „Актавис“ ЕАД.

Жалба

На 24.07.2015 г. в НСС постъпва жалба от О.С. от гр. София относно телевизионна реклама на „Lactacare stop“ – продукт на „Актавис“ ЕАД.

В жалбата се посочва, че рекламната кампания на продукта „Lactacare stop“ е свързана с раждане! Това е неморално, неетично, грозно.... Раждането на нов живот е свято и не може да се използва по този вулгарен начин“, като в заключение добавя „Не всичко в живота е пари...“.

Жалбоподателят не е приложил доказателства и не се е позовал на нарушени текстове от „Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в република България“.

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.

Процедура

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 27.07.2015 г. е открита процедура, регистрирана под № 246. На 27.07.2015 г. е поискано становище от ответната страна – „Актавис” ЕАД, което постъпва в НСС на 31.07.2015 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Илия Пашов, представляващ „Актавис” ЕАД и в него се посочва, че жалбата е неоснователна, защото рекламната кампания не нарушава Етичния кодекс, като се посочват следните аргументи:

Сюжетът на рекламния клип на продукта „Lactacare stop“ с лозунг „Нямаш извинение да отсъстваш“ се явява продължение на предходен рекламен клип, като действията и сюжетът на двата клипа, част от една обща кампания, са подчинени на една творческа концепция, която е базирана на събития от живота, изискващи неотменно присъствие. Избрани са житейски ситуации, които са сред най-значимите в човешкия живот и присъствието на определени лица на тези събития е задължително (присъствие на булка при сключването на брак и акушер-гинеколог при раждане). В становището на фирмата се посочва, че „начинът, по който е пресъздадено събитието на раждането не е отблъскващ и е с конкретна цел – да илюстрира лозунга на рекламната кампания. Търговската комуникация на продукта, сюжетът и визуалните изображения са в рамките на общоприетите морални норми на нашата държава и култура.“

Решение

Етичната комисия намира жалбата 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 в нарушение** на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Жалбата се отнася до телевизионната реклама на продукта „Lactacare stop“. Клипът е заснет в болнична обстановка и пресъздава раждане, представено в обичайната за това ситуация – жена, която ражда, в присъствието на съпруга ѝ и медицински екип, който води раждането. В определен ключов момент, когато раждането наближава своя край и лекарят дава обичайните напътствия към родилката: „Можеш, още малко..., дишай, дишай дълбоко“, се чуват звуци от засилена перисталтика на червата на лекаря, съпроводена с промяна в изражението на лицето му. Променя се и изражението по лицата на родилката и съпруга ѝ, като се изписва дълбоко удивление от отсъствието на лекаря. В следващия момент се чува шум от промивателно казанче на тоалетна, от което зрителят си прави извода, че лекарят е напуснал раждането, защото е било необходимо да ползва тоалетната поради пристъп от диария. И тогава прозвучава гласът на диктора: „Нямаш извинение да отсъстваш! Вече има Lactacare stop! Lactacare stop бързо атакува причинителите на диария, създава защитна бариера и възстановява естествения чревен баланс! Lactacare stop - бърза помощ при диария още с първия прием! Може да се приема директно в устата или разтворен във вода.“ От показаната в едър план опаковка на препаратата става ясно, че продуктът е хранителна добавка (пробиотик),

а не лекарствено средство, поради което липсват задължителните атрибути за реклама на лекарствено средство.

Раждането е показано в съвсем естествен вид, по начин, който може да бъде видян в много филми, без жената да е поставена в унизително положение и без да се нарушават добрите нрави. Наистина раждането е нещо свято, но в никакъв случай не може да се приеме, че е показано по вулгарен начин. Всяко раждане, което протича по естествен начин, е свързано с „напъни“ и „дълбоко дишане“, като това е отразено напълно автентично. Спорно, от гледна точка на добрия вкус, е доколко удачно са подбрани ситуацията и сюжета като цяло, за да се придаде хумористичния оттенък, присъщ за цялата серия търговски комуникации на продукта, но при липсата на други елементи в противоречие с етичните правила, не би могло да се стигне до извод за наличие на нарушение. Изборът на раждането като сюжет на рекламата е използван като един от моментите, в които лекарят не може да отсъства. На този фон рекламното послание е насочено към идеята, че в случаите, когато има диарийна симптоматика, всеки е длъжен да предприеме съответните мерки за предотвратяване настъпването на пристъп във важните моменти от нашия живот.

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

ПРИЛОЖЕНИЯ:

<http://youtu.be/E2XNwpXJO0I>