



РЕШЕНИЕ

№ 37 на ЕК от 3.02.2011 (Жалба относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД за Coldrex MaxGrip)

София, 03.02. 2011 година

Етичната комисия към Националния съвет по саморегулация (НСС) на закрито заседание на 3 февруари две хиляди и единадесета година в състав:

Председател: Гриша Камбуров

Членове: Василиса Младенова
Емилия Клайн
Виолета Манолова
Румяна Карлова
Жанет Захаријева
Мелания Рашева
Маргарита Чутуркова
Христо Моноу

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Ели Михайлова преписка по жалба № 95 от 12.01.2011 г.

Жалба

На 12.1.2011 г. в НСС постъпва жалба от Р. Н. от гр.София, регистрирана под № 95, относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД за Coldrex MaxGrip. В жалбата се казва, че рекламата съдържа визуални и звукови елементи, които са недостатъчно разбираеми. Героят (опаковката) изброява симптомите на които помага лекарството, но това става много бързо. На първо гледане не се чете всичко. Във финалния кадър дикторът е много забързан и текстът под всички изображения е не достатъчно четим. За човек, който има проблеми със зрение или слух, ще бъде трудно да възприеме информацията. Въпреки че това е лекарствен продукт, който се употребява без лекарско предписание, е важно да бъде разбираемо за всички.

Жалбоподателят не е представил доказателства и не се е позовал на текстове от Етичния кодекс.

Жалбата може да бъде отнесена към Чл. 3.3. Когато се предава информация под линия, тя трябва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.

Процедура

Жалбата, подадена от Р.Н., относно телевизионна реклама на относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн“ ЕООД за Coldrex MaxGrip е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 16 януари 2011 г. е открита процедура, регистрирана под № 61. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „ГлаксоСмитКлайн“ ЕООД, което постъпва в НСС на 21 януари 2011 г..

Становище на ответната страна

В становището се казва, че се касае за одобрена от Изпълнителната агенция по лекарствата телевизионна реклама за продукта Колдрекс МаксГрип в два варианта – дълъг от 30 сек. и къс от 15 сек., в две визии. Рекламата е изцяло съобразена с последната Кратка характеристика на продукта и е преминала процедурата по разрешаване, предвидена в Закона за лекарствени продукти в хуманната медицина и Наредба №13/2000 г. на МЗ за одобрение на рекламата на лекарства. ГлаксоСмитКлайн като част от Асоциацията на научно-изследователските фармацевтични производители в България стриктно се придържа и спазва подписания Етичен кодекс. Относно твърдението, че „Героят /опаковката/ изброява симптомите, на които помага лекарството, но това става много бързо” и „На първо гледане не се чете всичко” това е по-скоро проблем на компанията за ефективността на рекламата, както и трябва да се има предвид фактът, че въпросният лекарствен продукт е много добре познат на аудиторията, пуснат е на пазара през 2003 г., ежегодно е широко рекламиран и годишните продажби надвишават половин милиона опаковки. Относно твърденията за нечетим текст е необходимо да се направи уточнението, че в нормативната регулация на рекламата както за лекарствени продукти, така и за други стоки в България и в страните-членки на ЕС няма посочени параметри за размер на буквите, скорост на четене на предупредителните текстове от диктор и други характеристики на телевизионните реклами. Параметрите „Четимост”, „Разбираемост”, „Възприемане” и „Зрителен капацитет” са лично обусловени, свързани с ползваната телевизионна апаратура и качеството на получавания сигнал. Лекарственият продукт се отпуска без лекарско предписание и всеки клиент/пациент в аптеката задължително трябва да получи консултация/съвет как да го използва.

Решение

Етичната комисия намира жалбата, подадена от Р.Н., относно телевизионна реклама на „ГлаксоСмитКлайн“ ЕООД за Coldrex MaxGrip 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 чл.3.3., както и на други текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Рекламата на лекарствени продукти подлежи на строга регламентация в Република България - Глава единадесета „Реклама на лекарствени продукти” от Закона за лекарствени 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 присъства в търговската комуникация и е разбираема за потребителите.

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/BkhPIY50kos>