



## РЕШЕНИЕ

**№ 233 на ЕК от 09.06.2016 (Жалба относно телевизионна реклама на „Иделин Белиема“ – продукт на „Валмарк България“ ЕООД)**

*София, 09.06.2016 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на девети юни 2016 г. в състав:

**Председател:** Румяна Карлова

**Членове:** Александър Гагов  
Анна Горанова  
Виолета Манолова  
Жени Павлова  
Калина Жулева  
Кристияна Чакърлова  
Маша Гавраилова  
Петя Терзиева  
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12612 от 03.05.2016 г. относно телевизионна реклама на „Иделин Белиема“ – продукт на „Валмарк България“ ЕООД.

### **Жалба**

На 03.05.2016 г. в НСС постъпва жалба от Сдружение „За децата ни“ относно телевизионна реклама на „Иделин Белиема“ – продукт на „Валмарк България“ ЕООД.

Жалбата се отнася до рекламната кампания на препарата Иделин Белиема - вагинални таблетки, предназначени за интимното здраве на жената.

Жалбоподателята изразява своето възмущение, че в рекламата се използват думи, които описват интимните части на женското тяло (вагина), както и от факта, че излъчването на реклами с подобно съдържание в най-гледаното време по електронните медии е не само отблъскващо, но и неморално спрямо подрастващото поколение и най-малките деца. Според жалбоподателя всяко семейство има правото само да определи кога да запознае своето дете с интимните части на човешкото тяло, а не това да става от рекламите.

Жалбоподателят счита, че с излъчването на рекламата се нарушават следните текстове от Етичния кодекс:

Чл. 2 „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“;

Чл.17.5. „Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.“

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 03.05.2016 г. е открита процедура, регистрирана под № 271. На 03.05.2016 г. е поискано становище от ответната страна – „Валмарк България“ ЕООД, което постъпва в НСС на 09.05.2016 г.

## **Становище на ответната страна**

Становището е подписано от Десислава Райчинова-Митева, управител на „Валмарк България“ ЕООД.

В становището се оспорват твърденията в жалбата, които дружеството счита за неоснователни и недоказани. Много подробно се пояснява, че думата „вагина“ е общоприет термин за назоваване на анатомичен орган на женското тяло и като такъв се използва в образователни материали, публикации за професионалисти и за широката публика. С използването на тази дума се цели правилното представяне на проблема и приложението на продукта, за да бъде избегната неправилната употреба - например изпиване на таблетката вместо вагинална апликация. Според становището думата „вагина“ е официално възприета и наложена в българския език и се използва в разговорния език, като обикновено в нея не се влага обиден или вулгарен смисъл.

Като приложение към становището е представен медийния план за излъчване на рекламата през месец февруари 2016 г., от който се вижда, че планираните излъчвания са извън часовите пояси, предназначени за детски предавания или привличащи само детска аудитория. В становището се посочва още, че рекламата е насочена към жени на възраст 18-49 години. По време на разработването на рекламата е направено проучване с жени с цел определяне на правилния изказ на назоваването на интимните женски части. Резултатите са показали, че жените са оценили положително прямотата и откритостта на рекламата.

Към становището е приложен превод на Решение на Арбитражната комисия към Съвета за реклама, Чешка Република, в което се констатира, че „рекламата не нанася вреда“, не противоречи на местното законодателство и на Чешкия Етичен кодекс за реклама. Рекламата е „изцяло етична, правдива, ненарушаваща приличието и честта“.

Рекламата на продукта Иделин Белиема е разработена от рекламна агенция McCann, Унгария, като се излъчва по един и същи начин освен в България и в Румъния, Чехия, Словакия и Унгария.

## 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 е в нарушение** на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Твърдените нарушения се отнасят към следните текстове на Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

Чл. 2 „Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални продукти, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура“;

Чл.17.5. „Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи“

При анализа на рекламната кампания, както и на база събраните доказателства по преписката, в това число и становището на ответника, Етичната комисия счита жалбата срещу рекламата за **неоснователна** и приема, че няма нарушение на Етичния кодекс. Аргументите за това са следните:

„Иделин Белиема“ са вагинални таблетки, чрез които се възстановява и поддържа естествената защита на влагалището чрез две активни съставки, които спират растежа на бактерии и гъбички. Те са подходящи при влагалищно течение с неприятна миризма в резултат на неспецифични вагинити, облекчават сърбежа и дразненето в интимната област. Рекламата показва, че жената не е необходимо да бъде експерт и да определя причинителя на течението или сърбежа – дали това са бактерии или гъбички. Препаратът действа и на двете.

В случая няма как да се избегне употребата на думите „вагина/вагинално“ защото това показва специфичното приложение на препарата, не се влага вулгарен смисъл, а по-скоро медицински или общообразователен. Героите в рекламата са подходящо облечени, жената съвсем отдалеко насочва ръцете си, за да покаже интимната област, не прави неприлични движения. Етичната комисия не приема, че в случая са нарушени добрите нрави.

В сайта на препарата е публикувана анкета с представители на двата пола, различни по възраст, която показва колко се затрудняват хората, когато трябва по някакъв начин да определят тези интимни части на човешкото тяло. Затова приемаме решението на рекламодателя да използва медицинския термин, като най-общ и разпознаваем от потребителя.

От анализа на медийния план се установява, че рекламата не се излъчва по време на детски предавания, по детски канали или предавания, които привличат предимно детска

аудитория. Но тъй като все пак се излъчва в сутрешните и обедни часове - време, когато може да бъде видяна и от деца, то това би могло да бъде повод родителите да обяснят на своите деца по разбираем за тях начин анатомията на човешкото тяло.

Етичната комисия не приема, че рекламата на „Иделин Белиема“ предизвика психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.

Етичната комисия отправя принципна препоръка към всички рекламодатели и рекламни агенции да се възползват активно от възможността за *Copy Advice*, доколкото основната цел на НСС не е санкционна, а превантивна и е насочена не само към своевременно и ефективно отстраняване от пазара на всякакви форми на нарушения, но и към недопускане на такива.

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:**

<https://youtu.be/6x1LtlWoknM>