



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 288 на ЕК от 25.06.2019 г. (Жалба относно телевизионна реклама на Helix original, предлаган от „Скайшоп България“ ЕООД)

София, 25 юни 2019 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 25.06.2019 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Ева Петрова
Екатерина Димитрова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Жулева
Красимир Папазов
Маша Гавраилова
Надежда Ангелова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12705 от 08.05.2019 г. относно телевизионна реклама на Helix original. предлаган от „Скайшоп България“ ЕООД

Жалба

На 08.05.2019 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от И.Г. регистрирана под № 12705, относно телевизионна реклама на Helix original. Жалбоподателят твърди, че в рекламния клип се представят „здравословни ползи от продукта, в частност подобряване състоянието на ставите. Човек от рекламата твърди, че не е предприел медицински операции само заради продукта и състоянието му е изключително добро.“ Според жалбоподателя „това е изключително подвеждащо, тъй като в рекламният клип никъде не се споменават или показват данни, доказателства и изследвания, подкрепящи ползата и резултата от продукта Helix“, още повече, че е очевидна насочеността на рекламата към възрастните хора“.

Не са посочени текстове от Етичния кодекс като нарушени.

Твърдените в жалбата нарушения биха могли да бъдат отнесени към следните текстове от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България (Етичен кодекс):

т. 5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение,
5.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или аудио или визуално представяне, които пряко или косвено, вкл. чрез неверни сведения или чрез изопачаване на факти, съзнателно премълчаване, неточност, двусмисленост, преувеличение и пр. е вероятно да заблудят или подведат потребителя, и по-специално, но не само по отношение на:

а) характеристики на продукта, които са от съществено значение, т.е. вероятно е да повлияят върху избора на потребителя, като например: състав, потребителски свойства, количеството, качеството, производителя, продавача, начина, мястото и датата на производство, източника и начина на придобиването или на използването, ефективност и производителност, търговски или географски произход, въздействие върху околната среда и пр.

8.1. Данни и описания, използвани в търговската комуникация, са подлежащи на проверка и трябва да могат да бъдат доказани.

8.2. Такива доказателства трябва да бъдат на разположение, така че да могат да бъдат предоставяни в разумен срок и при поискване на органите за саморегулация, отговорни за приложението на Кодекса.

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 08.05.2019 г. е открита процедура, регистрирана под № 332. На 08.05.2019 г. е поискано становище от ответната страна – „Скайшоп България“ ЕООД, което не е получено.

Становище на ответната страна

Няма представено становище от „Скайшоп България“ ЕООД.

На 03.06.2019 г. е поискано становище и от Българската агенция по безопасност на храните, което постъпва в НСС на 11.06.2019 г. и в него се посочва, че във връзка с подадения сигнал, инспектори от отдел „Контрол на храните“ на 07.06.2019 г. са извършили проверка, при която е установено следното:

Хранителната добавка „Хеликс Оригинал“ се разпространява от фирма „Скайшоп България“ ЕООД, намиращ се в град София, бул. „Христо Ботев“ 21. Обектът, стопанисван от същата фирма, е регистриран по реда на чл. 12 от Закона за храните с Удостоверение за регистрация № 42487/ 02.0.5.2017 г. като щанд за хранителни добавки.

В хода на проверката се установява, че за хранителната добавка „Хеликс Оригинал” е подадено уведомление за пускане на пазара с вх. № 461/13.02.2017 г. и фигурира в базата данни за служебно ползване, поддържана в ОДБХ София- град. Проектоетикетът подаден към уведомлението е в съответствие с Наредба № 47/ 2004 за изискванията за хранителните добавки. Текстовете на търговската опаковка на продукта са идентични с текстовете на проектоетикета. Представени са здравни и анализни сертификати от фирмата производител Win Direct S.l, Испания , доказващи безопасността на продукта.

По данни на управителя на фирма „Скайшоп България” ЕООД в момента по националните и кабелни телевизии се излъчва рекламен клип, в който след обстоен преглед са открити текстове с изразени здравни претенции: „дискомфорт в ставите”, „ставни проблеми”, „подуване на ставите”

В рекламния сайт на фирмата <https://telestar.bg/helix-heliks-s-ekstrakt-ot-ohlyuvi/>, също са открити текстове със здравни претенции: „за облекчаване на ставните проблеми”, „подхранва увредените стави”.

Връчено е предписание № 2005170 от 07.06.2019 г. на фирма „Скайшоп България” ЕООД за привеждане на текстовете в телевизионната рекламата и текстовете в рекламния сайт към изискванията на нормативната уредба.

Решение

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

Мотиви

В процесната реклама е представен мъж на 68 години, пенсионер от град Перник, който застава с името си – Ивайло Данаилов. Влизайки в магазин TV Boutique и заставайки пред различни препаратите Хеликс оригинал, обяснява, че срещата му с препаратите датира от 2017 г., когато по повод болки в двете тазобедрени и двете коленни стави в няколко специализирани болници са му предложили смяна на ставите. Движенията му са били трудни, не е можел да се навежда и да се обува. След като приемал препаратите месец, месец и половина болките в колената и дясната тазобедрена става са изчезнали, започнал да се обува сам, започнал да кара и колело.

Продължава да приема препаратите и до ден днешен, като според него ефектът е поразителен и сравнява препаратите с „Бог, който се е превъплътил в тази добавка и ми върна вярата за живот“. Пенсионерът от Перник призовава: „Пийте Хеликс, ползвайте го и болките ще отидат в историята.“

Дикторски глас приканва: „Кажете стоп на проблемите в ставите по природен начин с натуралната линия продукти Хеликс оригинал с протеин от охлюви – единствените животни в света, които могат да изградят наново черупката си, благодарение на алантоина – протеин, който регенерира и възстановява клетките. Хеликс оригинал създаде концентрирана формула, във формата на капсула, която бързо подава алантоин на ставите и има подхранващ ставите ефект. Хеликс оригинал съдържа естествен екстракт от босвелия, който спомага за поддържане на ставния комфорт и екстракт от корен на куркума, помагач за облекчаване на възпалителната болка и болката в мускулите и ставите. Позвънете сега на 02/4373893 и поръчайте Хеликс оригинал. Ще получите дозата за едномесечен прием на достъпната цена от 39.90 лв. Спрете да живеете с дискомфорт в ставите с Хеликс оригинал.“

Представеният рекламен клип е една от версиите, които рекламират Helix original. Друга версия е с гражданин, на когото след прием на препарата ставите му спрели да „скърцат“ и вече не се чували от стоящите до него. Третата е с гражданин, който вече може да прави упражнения на фитнес уреди в парка, четвърта представя група жени, които пеят, танцуват и се радват на живота, приемайки препарата.

В процесната реклама много умело са използвани думи, като: „**подхранващ** ставите ефект“, „**поддържане** на ставния комфорт“, „**помагащ** за облекчаване на възпалителната болка и болката в мускулите и ставите“, с което се цели да се намали до минимум възможността чрез рекламирането на препарата да му се приписват свойства да предпазва, лекува или излекува определени болести.

Това, което въвежда в заблуждение гледащия този рекламен клип (а също така и според жалбоподателя) е твърдението на участника в клипа, че благодарение на приемането на препарата в продължение на месец и половина е предотвратил операции на четирите стави. Внушението, което идва от лице, което пряко е изпитало въздействието на препарата, е много по-силно и кара зрителя да изпитва доверие към предлагания продукт. Твърдението, че може да се избегне подмяната на ставите с едномесечно приемане на препарата е подвеждащо дори и за средно информирания потребител.

Твърденията в клипа не са подкрепени с изследвания, които да са цитирани. Поради липса на отговор от страна на рекламодателя, такива изследвания не са представени и на Етичната комисия, с цел да се защитят качествата на продукта.

В клипа е споменато, че освен алантоин, Хеликс оригинал съдържа още и „естествен екстракт от босвелия, който спомага за поддържане на ставния комфорт и екстракт от корен на куркума, помагащ за облекчаване на възпалителната болка и болката в мускулите и ставите“, но и за тях няма представени доказателства.

Етичната комисия сезира Българската агенция по безопасност на храните, която в отговора си уведомява, че след „обстоен преглед на клипа са открити текстове с изразени здравни претенции „дискомфорт в ставите“, „ставни проблеми“, „подуване на ставите“. В рекламния сайт на фирмата <https://telestar.bg/helix-heliks-s-ekstrakt-ot-ohlyuvi/>, също присъстват текстове със здравни претенции: „за облекчаване на ставните проблеми“, „подхранва увредените стави“. Връчено е предписание № 2005170 от 07.06.2019 г. на фирма „Скайшоп България“ ЕООД за привеждане на текстовете в телевизионната рекламата и текстовете в рекламния сайт към изискванията на нормативната уредба, което допълнително потвърждава извода, че към момента на излъчването рекламната противоречи на нормативните изисквания.

Във връзка с изложените по-горе съображения, Етичната комисия счита, че разглежданата търговска комуникация е в нарушение на чл.5.1; чл. 5.5, б.“а“, чл.8.1. и чл.8.2. от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария.

Етичната комисия препоръчва на „Скайшоп България“ ЕООД да приведе търговската комуникация в съответствие с правилата на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

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, Комисията за защита на конкуренцията и на Държавната агенция по безопасност на храните..

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

ПРИЛОЖЕНИЕ:

<https://youtu.be/gpcFSyL4wcI>