



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 297 на ЕК от 12.03.2020 г. (Жалба относно интернет реклама на „ХИП България“)

София, 12 март 2020 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 12.03.2020 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Анна Танова
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 № 12732 от 02.03.2020 г. относно интернет реклама на ХИП България.

Жалба

На 02.03.2020 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от М.С. относно интернет реклама на ХИП България. <http://bit.ly/2FPP49Y>

Жалбоподателят твърди, че на посочения сайт е прочел, че преходното мляко HiPP combiotic съдържа ВСИЧКИ полезни вещества като кърмата. Според него тази информация е подвеждаща и води до заблуждение, както ползващите този сайт, така и тези, които използват самия продукт.

Жалбоподателят не е посочил конкретни текстове от Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България, които са нарушени от процесната реклама, но апелира към СЕМ да „оцени обидния тон на рекламата и да вземе необходимите мерки“.

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,
- т.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.

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 02.03.2020 г. е открита процедура, регистрирана под № 349. На 02.03.2020 г. е поискано становище от ответната страна – ХИП България.

Становище на ответната страна

Въпреки проведените телефонни разговори няма получен официален отговор.

Решение

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

Мотиви

Към жалбата е приложено копие от интернет страницата на HiPP България, от което се вижда на преден план снимка на опаковка на HiPP 2 ORGANIC COMBIOTIC и текст: „**Всичко**, от което бебето **естествено** се нуждае.“ Придружаващият снимката текст гласи: „Преходното мляко за кърмачета HiPP ORGANIC COMBIOTIC осигурява на бебето Ви всички ценни вещества, които естествено се съдържат в кърмата. Те спомагат за здравословното развитие на кърмачето и подпомагат имунната система. Вижте повече: <http://bit.ly/2FPF49Y>“.

Като се отвори този сайт първото, което се вижда е текстът: „**Кърменето е най-доброто за Вашето бебе**, тъй като майчиното мляко осигурява на бебето всички важни хранителни вещества. В допълнение, кърменето е най-евтиният начин бебето да бъде хранено, предпазва го от инфекции и алергии, както и поддържа връзката между майката и детето. HiPP е убеден в ползата от кърменето, както за майката, така и за детето и напълно подкрепя кърменето в съответствие с препоръките на СЗО. Темата [Кърма и кърмене](#) съдържа информация за ползите и допълнителни съвети за кърменето. Ранното и често кърмене насърчава производството на мляко. Балансираното хранене по време на бременност и в периода на лактация насърчава кърменето.“

След като се прочете горното, следва текстът, който насочва към млеката за кърмачета: „Ако решите да не кърмите или да съчетавате кърменето и храненето с шише, трябва да сте наясно, че това може да намали количеството на кърмата. След спиране на кърменето е трудно то да бъде възобновено отново. Ако обмисляте използването на млека за кърмачета, консултирайте се с вашия педиатър или акушерка. При използване на мляко за кърмачета, следвайте много внимателно инструкциите за приготвяне означени върху опаковката, тъй като неправилното използване може да доведе до неблагоприятни последици за здравето.“

Посочените по-горе два текста се отварят и могат да бъдат прочетени при всяко превключване от един продукт към друг.

Текстът, който придружава обяснението към млеката за кърмачета гласи: „HiPP разработи ново поколение млечни формули, базирани на най-новите научни открития и изследвания. Те са точно съобразени със специфичните хранителни нужди на Вашето бебе за съответната възраст. Формулите HiPP Combiotic® са разработени по модела на природата“, като са представени различни варианти:

- Био мляко за кърмачета, което може да се използва от раждането и което съдържа пробиотик, пребиотици, LCP-(Омега 3 & 6) мастни киселини;
- HiPP Combiotic® преходно мляко след шестия месец, което освен пробиотик, пребиотици съдържа и витамини А,С и D;
- млека за подрастващи деца HiPP Combiotic® за след първата и втората година;
- БИО Преходно мляко HiPP „Лека нощ“

При внимателно запознаване с всички предлагани продукти се установи, че към дата 7 март 2020 г. за нито едно от млеката не беше намерен текст, който да е идентичен с посочения в жалбата.

Може би текстовете са били променени след проведените разговори с представители на Националния съвет по саморегулация, но тъй като няма официално становище, това може само да се предполага.

Важен е постигнатият резултат – в упътванията и рекламните текстове **няма** такива, които да твърдят, че преходното мляко за кърмачета HiPP ORGANIC COMBIOTIC осигурява на бебето **ВСИЧКИ ценни вещества, които естествено се съдържат в кърмата.**

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия счита, че разглежданата търговска комуникация не е в нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария.

При вземане на решението Етичната комисия се е основала на чл.4.10. от Етичния кодекс, а именно „Фактът, че дадена търговска комуникация може да е неприемлива за отделни хора, по

принцип не е достатъчна причина за отказ въобще от търговска комуникация за дадения продукт“.

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:

