



РЕШЕНИЕ

№ 282 на ЕК от 23.05.2019 г. (Жалба относно публикация на страницата на Български здравен портал - Край на ерата на наднорменото тегло!; Край на ерата на слуховите апарати!)

София, 23 май 2019 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на 23.05.2019 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Василиса Иванова
Ева Петрова
Жени Павлова
Калина Жулева
Красимир Папазов
Маша Гавраилова
Надежда Ангелова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12701 от 24.04.2019 г. относно публикация на страницата на Български здравен портал - Край на ерата на наднорменото тегло! Край на ерата на слуховите апарати

Жалба

На 24.04.2019 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Н.Г, регистрирана под № 12701 относно публикация на страницата на Български здравен портал – „Край на ерата на наднорменото тегло! Край на ерата на слуховите апарати! Предмет на жалбата са две интернет публикации, достъпни на следните адреси: <https://worldtriviacenter.com/359/biostenixse-med2/gps/> и http://p8.bg.idealica.net/Q41nHn/?sub1=65e10dvmyus0c59&sub2={etarget}&utm_campaign=idealica.bg.6&.

В жалбата е посочено, че публикациите са заблуждаващи и съдържат умишлено подвеждаща информация. В подкрепа на жалбата се сочи, че в двете публикации е използвано едно и също изображение само със сменена тема на презентирание. Обърнато е внимание също

така, че „изразилите мнение след публикацията са с еднакви имена и порядък, но с пост по съответната тема“.

Жалбоподателят моли да бъдат предприети необходимите мерки за защита на потребителите. Не са посочени текстове от Етичния кодекс като нарушени.

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 Ева Петрова.

Процедура

Жалбите са допустими по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 24.04.2019 г. е открита процедура, регистрирана под № 328. На 24.04.2019 г. е поискано становище от ответната страна – „Здраве Нет“ Български здравен портал, което постъпва в НСС на 24.04.2019 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от г-жа Владимир Попов, управител на „Здраве Нет“ Български здравен портал, в което се посочва, че посочените сайтове нямат никаква връзка с информационен портал за здравна политика – Zdrave.net. Слоганът е „Българският здравен портал“ - <https://www.zdrave.net/index.php> . Въпросните сайтове явно са присвоили слогана и се рекламират чрез него. Направен е безуспешен опит да се открие кой стои зад тези сайтове, тъй като нямат нито контактна форма, нито адрес или имейл за връзка.

Решение

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

Мотиви

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):

3.1. Търговската комуникация трябва да бъде изработена по такъв начин, че да не злоупотребява с доверието на потребителите и тяхната липса на опит или познания.

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:

...

ж) официално признаване или одобрение, награди като медали, трофеи и дипломи;

6.1. Когато търговската комуникация употребява технически и научни данни, напр. резултати от изследвания или цитати от технически и научни публикации, те трябва да могат да бъдат потвърдени и подкрепени с доказателствен материал.

6.2. Търговската комуникация трябва да представя статистически данни по такъв начин, че да не преувеличава реалната стойност на твърденията за даден продукт.

Описание на публикациите

Biostenix Sensi Oil New – терапия за възстановяване на увреден слух

Публикацията относно продукта Biostenix Sensi Oil New – терапия за възстановяване на увреден слух, е озаглавена „Край на ерата на слуховите апарати! Революционната терапия на български професор по натурален начин възстановява слуха в рамките на 28 дни“, под която е поместена снимка от зала, в която се прави презентация, като на табло пред аудиторията има смъртно изображение на слуховия орган. Статията започва с информация за откриване на натурална макро-молекулна формула от страна на българин – проф. Румен Викторов, който искал да помогне на майка си. Посочени са данни за над 14 000 човека, които в рамките на 28 дни са възстановили слуховите си клетки в рамките на 28 дни. Статията продължава с история на откритието на българския професор. След това се привеждат твърдения за положителни оценки, дадени от „професионалните медицински издания“, както и за получена от професора номинация за Нобелова награда за откритието. В следващите параграфи се излагат редица недостатъци на слуховите апарати като средство за подобряване на слуха, в светлината на които отново се препоръчва макро-молекулната формула на проф. Викторов. След това в статията за първи път се споменава наименованието на продукта, дават се насоки за употребата му и се привеждат данни в текстови и графичен формат за позитивните резултати от лечението. Следва мнение на лекувал се с продукта човек (Янко Милчев, 72 години), придружена със снимка на възрастен човек. Потребителят за пореден път изтъква множеството качества на продукта и недостатъци на слуховите апарати. Статията завършва с призив за закупуване на продукта и предлагане на специални отстъпки за всички, родени след 1938 г. Под този текст е поместен линк, препращащ към друга статия относно проф. Румен Викторов и неговият продукт, на която е поместена форма за онлайн поръчка на продукта. Под статията са поместени текстове, които имат вид на потребителски коментари, въпреки че възможност за писане на коментар под статията не е предоставена.

Idealica – формула за отслабване

Публикацията относно продукта Idealica – формула за отслабване, е озаглавена „Край на ерата на наднорменото тегло! Българин създаде терапия, която силно намалява теглото – 14 кг за 1 месец без гладуване, без тренировки, без ефект йо-йо“. Под заглавието е поместена отново снимка на зала, в която се прави презентация, като на таблото пред аудиторията в случая има смъртно изображение на женско тяло в явно големи дрехи. Залата, аудиторията и дори позициите на хората и презентацията са абсолютно същите като тези в статията на Biostenix Sensi Oil New, т.е. използвана е същата снимка, единствено изображението на таблото е променено. Статията започва с информация, че диетолозите треперели за работата си, тъй като ново откритие можело да ги остави без такава, като „изтъкнати специалисти по хранене“ не се

съмнявали в това. Отново се привеждат данни за 14 хил. потребители, които отново в рамките на 28 дни отслабнали средно с 14 килограма, в резултат от което се сочат данни за огромно намаляване на риска от инфаркт, намаляване на вредния холестерол и атеросклероза – все известни рискове, свързани с наднорменото тегло. И в тази статия е поместена подобна история за създаването на продукта – в случая Проф. Боян Михайлов (експерт по молекулярна биология) решил да избави жена си от прогресиращо затлъстяване и комплекси. И тук се привеждат твърдения за професионални медицински списания, нарекли терапията „пионерско постижение в диетологията“, както и за получени от професора няколко престижни награди за своето научно откритие. В статията се разглеждат негативите на диетите и предимствата на новия продукт пред тях, след което за първи път се споменава наименованието на продукта. Привеждат се текстови и графични данни за „доказаната ефикасност на продукта“. След това е поместена лична история за отслабването с продукта на потребител – Иванка Тодорова (37 години) от Бургас, придружена от снимка на жена. Статията завършва с поредно изтъкване на качествата на продукта, призив за закупуването им и предлагането на промоционална цена – този път за всички, поръчали продукта до 10.05.2019 г. Под този текст отново е поместен линк, препращащ към друга статия относно проф. Боян Михайлов и неговия продукт, на която има форма за онлайн поръчка на продукта. Под статията са поместени текстове, които имат вид на потребителски коментари (някои съвсем идентични, а други много подобни на тези под статията за Biostenix Sensi Oil New), въпреки че възможност за писане на коментар и под тази статия не е предоставена.

Тъй като двете статии са идентични, същите ще бъдат разгледани заедно. И в двете статии се използват некоректни термини като „изтъкнати специалисти“, „професионални медицински издания“ и др.под., без да се сочат каквито и да било конкретни имена. По подобен начин се твърди, че за продукта Biostenix Sensi Oil New проф. Викторов е получил номинация за Нобелова награда, без никаква конкретна информация за номинацията. Съответно във връзка с продукта Idealica се сочи, че са получени от професора няколко престижни награди за научното му откритие, без да е предоставен каквато и да било конкретна информация за тези награди. Този начин на представяне на информацията е от естество да заблуди потребителите, поради което нарушава чл. 5.5, буква ж) от Етичния кодекс.

На следващо място следва да се посочи, че приведените в статиите научни и статистически данни за резултатите от прилагането на всеки от продуктите не са подкрепени с доказателствен материал, поради което статиите нарушават чл. 6.1. от Етични кодекс. Поражда се съмнение и относно верността на изложените статистически данни и възможното преувеличаване или дори цялостна недостоверност на посочените статистически данни, но поради липса на конкретни данни в тази връзка, нарушение на чл. 6.2 не може да бъде безспорно установено от страна на Етичната комисия. Изложените съмнения могат да представляват нарушение на разпоредбите по раздел III от Закона за защита на потребителите „Нелоялни търговски практики“, поради което жалбата, както и настоящото решение следва да се изпратят на Комисията за защита на потребителите по компетентност.

Накрая, цялостният начин, по който са създадени и двете статии – сходни и идентични снимки и коментари, недоказани гръмки твърдения, подобни лични истории, еднакъв брой лица, лекували се с продуктите, и др., създават общо усещане за подвеждане на потребителите, поради което публикациите злоупотребяват с доверието на потребителите.

Във връзка с изложените по-горе съображения, Етичната комисия счита, че разглежданата търговска комуникация е в нарушение на чл. 5.5, буква „ж“ и чл. 6.1 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в РБългария.

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, както и на Комисията за защита на потребителите и Съвета за електронни медии.

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: