



## РЕШЕНИЕ

**№ 217 на ЕК от 28.10.2015 (Жалба относно интернет реклама на „Garcinia Cambogia G Complex“ – продукт на неизвестен производител или търговец)**

*София, 28.10.2015 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на двадесет и осми октомври 2015 г. в състав:

**Председател:** Румяна Карлова

**Членове:** Александър Гагов  
Анна Горанова  
Виолета Манолова  
Десислава Димова  
Жени Павлова  
Калина Жулева  
Калина Петрова  
Красимир Папазов  
Кристияна Чакърва  
Маша Гавраилова  
Милена Якимова  
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12580 от 12.10.2015 г. относно интернет реклама на „Garcinia Cambogia G Complex“ – продукт на неизвестен производител или търговец.

### **Жалба**

На 12.10.2015 г. Националният съвет за саморегулация се е самосезирал относно интернет реклама на „Garcinia Cambogia G Complex“ – продукт на неизвестен производител или търговец.

В жалбата е посочена реклама на продукта „Garcinia Cambogia G Complex” на интернет адрес като средство за отслабване. Жалбоподателят намира рекламното съобщение за заблуждаващо потребителя, както и съдържащо невярна информация. В подкрепа на своите твърдения, жалбоподателя посочва липсата на съдържание на продукта, производителя, очевидното манипулиране на снимките, показващи ефекта от продукта и липсата на тестове, потвърждаващи резултатността на продукта.

Като доказателство жалбоподателят е приложил линкове към рекламната и се е позовал на следните текстове от „Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в република България”, които са нарушени: чл. 5.5, 8.1 и 8.2

При анализа на процесната реклама Етичната комисия счита, че твърдените нарушения могат да бъдат отнесени към следните текстове от Националните Етични Правила за реклама и търговска комуникация в Република България:

### ***Член 3 Почтеност***

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.

### ***Член 5 Правдивост***

5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

5.2. Търговската комуникация не може да бъде скрита и да действа на подсъзнателно ниво.

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.;

### ***Член 8 Доказване***

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.

### ***Член 6 Използване на технически/научни данни и терминология***

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.

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 Александър Гагов.

## Процедура

Жалбата е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 12.10.2015 г. е открита процедура, регистрирана под № 253.

## Становище на ответната страна

От страна на Етичната комисия е направен опит да се поиска становище от ответната страна, но собственикът на интернет страницата, рекламираща продукта и даваща възможност за онлайн поръчка, е скрит зад името на фирма, специализирана в подобен вид услуги. Този вид фирми се ползват много често от нелоялни търговци, които искат да останат скрити за потребителите и властите.

Domain Name: PAZARENIZBOR.COM  
Registrant Organization: Domain Privacy, LLC  
Registrant Phone: +1.3024507070  
Registrant Email: privacy @dropped.pl  
Admin Phone: +1.3024507070  
Admin Email: privacy@dropped.pl

## Решение

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

Фактическият анализ се основава на анализ на съдържанието на статията в сайта на Health Journal чрез който се извършва и продажбата на продукта:

<http://centarzapromocii.com/zdrave/gc-dmts-228/>

Заглавието на материала се променя във времето, както се вижда от скрийншота, изпратен

от Жалбоподателя и при служебно извършена проверка на 20.10.2015. Използваните варианти са: „ГАРАНТИРАНО Отслабваш с 10 кг за месец или връщаме парите!“, „СЕНЗАЦИЯ: Моделка XXL отслабнала със 76 кг благодарение на революционната капсула за отслабване и... загубила работата си”.

Първата статия е написана от името на “диетолога” Георги Василев, който твърди че има 15-годишен опит и се е занимавал с над 2000 души с наднормено тегло. Не се посочва място, на което е провеждана тази практика. Има и снимка на мъж на средна възраст, облечен като доктор, макар и статията да не твърди, че “диетологът” има медицинска титла.

Посочва се, че благодарение на продукта може да се отслабне с по 5 кг. на всеки две седмици ... с по 20, 30, 50 кг. и повече ... 15см. от талията, 12см. от корема...

Всички тези чудотворни резултати са благодарение на ефектите на „Garcinia Cambogia G Complex” и съдържащото се в него екстракт от Камбоджанска Гарциния: намаляване на глада, повишаване на енергията и автоматично намаляване на теглото.

Съвсем бегло се споменава за “изследвания”, които са потвърдили резултатите при отслабванията, но без да се дават никакви подробности – брой изследвани хора, място, период и отчетени резултати от тези изследвания.

Като допълнителен довод за употребата на продукта се посочва, че приемът му не трябва да се комбинира с диета или спортуване, както и че е здравословен и има “противодиабетно” действие.

Освен очевидно подвеждащата информация, в статията има снимки на 7 жени и един мъж, показващи състоянието им преди и след употребата на продукта.

Цялостното съдържание на търговската комуникация е структурирано така, че по изключително подвеждащ и манипулативен начин да направи опит да „продаде“ растителен продукт на висока цена. Както става ясно от съдържанието на публикацията хранителният режим на желаещите да отслабнат не се променя, а към него просто се добавя „Garcinia Cambogia G Complex”.

Публикуваните под статията коментари всъщност възпроизвеждат подхода, приложен в самата статия – чрез подвеждащо отричане на прекомерното отслабване, да се подчертава именно този ефект на продукта.

Освен ефекта на отслабването, на този сайт се съдържат твърдения за противодиабетно действие на продукта, за което не са предоставени никакви доказателства.

Най –долу на сайта е показана цената и поле за попълване на телефон и име. При натискане на бутон „Поръчай“ клиентът се пренасочва към следваща страница, където след като напише имейла си, е уведомен, че скоро ще му се обадят по телефона за поръчката. Липсват каквито и да са данни за вносителя и търговеца на продукта.

Относно цената на продукта търговската комуникация съдържа твърдение за намаляване на цената формулирано като специална и ограничена във времето отстъпка: „*Поръчай **днес и спести 63 лв.**, като получиш **безплатна доставка и гаранция за удовлетвореност. Утре вече няма да има промоция.***“ Служебната проверка, извършена чрез ежедневни посещения в сайта в продължение на две седмици показва, че този текст не се променя. В сайта непрекъснато се посочва броят на посетителите, както и имената на тези, които вече са закупили продукта, възползвайки се от отстъпката.

Схемата на търговската комуникация, разгледана в цялостния ѝ контекст, е подчертано манипулативна, умишлено използва несъществуващи източници, силно преувеличени или напълно неверни данни и резултати, подтиква към бърза покупка на продукт на цена, с отстъпка, която очевидно е нереална. Всички опити да бъдат установени предложения за продажба на продукта на „основната“ му цена, т.е. на цената преди ексклузивното намаление, се оказаха неуспешни, което навежда на извода, че цената, обявена с отстъпка, всъщност е обичайната цена на продукта. Подвеждащо е и твърдението, че промоцията е само за „днес“, което оказва допълнителен натиск върху потенциалните потребители и ги подтиква към бърза покупка при изгодни условия. По този начин потребителят бива заблуден, че получава продукт с отстъпка в цената.

Въз основа на изложените по-горе аргументи ЕК намира, че са налице нарушения по чл. 3 от Етичния кодекс под формата на злоупотреба с доверието на потребителя чрез използване на цитати на специалисти-диетолози и хора без да е ясна самоличността им; по чл. 5 – търговската комуникация въвежда в заблуждение, както и да действа на подсъзнателно ниво на потенциалните потребители.

Налице е нарушение и на чл. 6 и чл. 12 от Етичния кодекс, доколкото цитираните изводи на вещи лица (в случая диетолог) трябва да бъдат подкрепени с доказателствен материал, който липсва в случая.

Етичната комисия препоръчва на фирмата производител или търговец на продукта да коригира търговската комуникация в съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България относно интернет реклама на “**Garcinia Cambogia G Complex**” а при невъзможност за това, да спре нейното разпространение във всичките ѝ форми и взаимовръзки, описани по-горе.

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 конкуренцията.

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:

**Health Journal** | +1 18 | Share 1747 | Tweet 665

Здраве | Чар | Фитнес | Любов и Секс | Психология | Йога | Форум

### ГАРАНТИРАНО

#### Отслабваш с 10 кг за месец или връщаме парите!

Здравей,

Казвам се Георги Василев и съм диетолог с 15-годишен опит. Специализирам се в намаляване на теглото.

В своята практика съм се занимавал с над 2000 души с наднормено тегло. От тези случаи научих едно: наднорменото тегло не трябва да се подценява.

А отслабването дори само с 10 кг е изключително трудно. Много по-трудно, отколкото се предполага. Тогава какво трябва да се направи? Как да се отслабва?

Последно направени покупки: преди малко господин Евгени от Балчик

**Health Journal** | +1 18 | Share 1747 | Tweet 665

Здраве | Чар | Фитнес | Любов и Секс | Психология | Йога | Форум

### СЕНЗАЦИЯ: Моделка XXL отслабнала със 76 кг благодарение на революционната капсулка за отслабване и... загубила работата си!

**Внимание:** Ако вече ти е писало от неефективни диети и искаш да отслабне не само портфейла ти, трябва да прочетеш тази статия...

Г-ца Камелия, като една от 100 хил. жени изпробвала върху себе си новите капсули за отслабване, които с невероятна сила рушат мастните клетки, предизвиквайки ефекта на експресното отслабване.

**ТАГОВЕТЕ:**

- индивидуална диета
- намаляване на калориите
- здравословно намаляване на теглото
- диетологически
- диетологически
- диетологически
- диетологически
- диетологически
- диетологически
- диетологически