



НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

ЕТИЧНА КОМИСИЯ

РЕШЕНИЕ

№ 178 на ЕК от 29.05.2014 (Жалба относно телевизионна реклама на Пародонтас - продукт на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД)

София, 29.05.2014 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на двадесет и девети май 2014 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Виолета Манолова
Десислава Димова
Елена Караколева
Жени Павлова
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристиана Чакърва
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12511 от 13.05.2014 г. относно телевизионна реклама на Пародонтас - продукт на „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД.

Жалба

На 13.05.2014 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от В.Х. от гр. София относно телевизионна реклама на Пародонтас - продукт на „ГлаксоСмитКлайн”.

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.

В жалбата се казва, че излъчваната реклама представя кадри на плюене на кръв в умивалник, което е отвратителна гледка, неподходяща както за деца, така и за възрастни. Отделно - кървенето на венците често е много сериозен проблем, който може да бъде замаскиран от ползването на паста за зъби, но не и излекуван.

Жалбоподателят не е представил доказателства и не се е позовал на текстове от Етичния кодекс.

Процедура

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

На 13.05.2014 г. е открита процедура, регистрирана под № 212. На 13.05.2014 г. е поискано становище от ответната страна – „ГлаксоСмитКлайн” ЕООД, което постъпва в НСС на 23.05.2014 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от маг.фарм. Борислав Цанков, дф, регулаторен мениджър.

В становището ответната страна възразява срещу допустимостта на жалбата, като се позовава на чл.11.4 от Правилника за приложение на Етичния кодекс, според който «Жалба, подадена повторно по въпрос, по който вече има решение, не се разглежда». На 29 март 2012 г. Етичната комисия се е произнесла с Решение № 105 относно телевизионна реклама на Пародонтакс.

Ответната страна счита за неоснователно твърдението в жалбата, че излъчваната реклама представя кадри на плюене на кръв в умивалник, което е отвратителна гледка, неподходяща както за деца, така и за възрастни. Съгласно Решение № 105 от 2012 г. тези кадри не представляват нарушение на Етичния кодекс. Рекламата е правдива и не въвежда в заблуждение потребителя, тъй като е изготвена в съответствие с текстовете на Кодекса.

Рекламата е част от цялостната кампания на дружеството за грижата при денталното здраве. Целта е да се изпрати послание на потребителите за активна грижа към денталното здраве. Дружеството има за свой приоритет информираността на потребителя и с рекламата показва сериозен проблем, с който се сблъсква огромна част от населението. В становището се посочва, че „едва 30% от българите купуват редовно и ползват четка и паста за зъби, 38% мият зъбите си само вечер, а 8% въобще не ги мият“.

Твърдението, че „кървенето на венците често е много сериозен проблем, който може да бъде замаскиран от ползването на паста за зъби, но не и излекуван” е неоснователно, тъй като то касае свойства на продукта и въздействието му върху здравето на потребителя, а не съдържанието на рекламното послание и не трябва да се разглежда от Етичната комисия, тъй като тя не е компетентна да се произнеса относно свойствата и въздействието на козметичен продукт, какъвто е пастата за зъби Пародонтакс.

В заключение ответната страна моли да се прекрати производството по жалбата като недопустимо, а в случай на разглеждане на жалбата по същество, същата да бъде отхвърлена като неоснователна

Решение

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

Мотиви

Жалбата може да бъде отнесена към следните текстове от Етичния кодекс:

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.

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

Във връзка с възражението на ответната страна, че жалбата е недопустима, тъй като вече има решение, Етичната комисия е на мнение, че независимо от посланията, които са почти идентични, то налице са разлики както във визуалните, така и в изразните средства, и приема търговската комуникация като различна от предишната.

За сравнение текстовете, съпровождащи двата рекламни клипа съдържат следните различия:

2012 г.:

„Ако плюете кръв, когато си миете зъбите, има нещо, което трябва да знаете. Разликата между ТОВА (визуализация: слюнка, примесена с паста за зъби и кръв) и ТОВА (визуализация: слюнка, примесена с паста за зъби) е ТОВА (визуализация: изглед на пастата за зъби Parodontax) – медицинска паста за зъби Пародонтас. Пародонтас съдържа 70% специализирани съставки и е създадена специално, за да помогне да спре кървенето на венците. Запомнете! Кървенето на венците може да е един от първите признаци за заболяване на венците, което може да е разликата между ТОВА (визуализация: усмивка) и ТОВА (визуализация: показва се липсващ зъб). Пародонтас! За хора, които плюят кръв при миене на зъбите!“

2014 г.:

„Плюете ли кръв, когато си миете зъбите?(Визуализира се с надпис със същото съдържание и слюнка, примесена с паста за зъби и кръв). Ако някоя друга част на вашето тяло кървеше, щяхте да вземете мерки! (Визуализира се с образ на млада жена, при която по време на гримиране от окоото и се стича кръв по бузата). Тогава защо пренебрегвате кървенето на венците? Пародонтас е паста за зъби за ежедневна употреба, специално създадена със 70% специализирани съставки и помага да спре кървенето на венците. Запомнете: Кървенето на венците може да е един от признаците на заболяване на венците, основна причина за загубата на зъб. (Показва се уста на млада жена с един липсващ зъб). Пародонтас - за хора, които плюят

кръв при миене на зъбите. (визуализация: изглед на опаковка на пастата за зъби Parodontax, придружен с текст „Пародонтас - за хора, които плюят кръв при миене на зъбите“)

За съжаление тревожният факт, който се посочва в становището, че „едва 30% от българите купуват редовно и ползват четка и паста за зъби, 38% мият зъбите си само вечер, а 8% въобще не ги мият“, не се е променил. Данни на неофициално получен текст от МЗ „Зъбните пасти с флуор представляват деветдесет и девет процента от пазара на пасти за зъби в България. Проучване направено от GsK сочи, че само 33% от българските домакинства редовно купуват четки за зъби, а 39% - редовно купуват зъбни пасти.“ сочат, че положението в България не се е променило съществено.

Явно доста голяма част от обществото още не е наясно колко е важно поддържането на устната хигиена, колко важен е симптомът „крвене на венци“, колко важна е профилактиката на заболяванията на зъбите и устната лигавица, които са свързани пряко със заболяванията на стомашно чревния тракт.

Благоприличието в рекламното внушение, освен че е субективна категория, може да се постави в пряка връзка с не по-малко стряскащата статистика за липсата на достатъчна култура на дентална хигиена.

Във връзка със становището на ответната страна – GlaxoSmithKline и становището на Български зъболекарски съюз (БЗС), въпреки наличието на търговски контекст при рекламата на паста за зъби Parodontax, може да се приеме, че комуникацията съдържа и социално послание, свързано с културата на денталната хигиена. Макар и неприятна, визията в рекламното послание отразява реалността, съпровождаща здравословния симптом, с който се бори рекламираният продукт. В този смисъл не би могло да се говори за липса на благоприличие, по смисъла вложен в това понятие. „Благоприличие“ означава в най-общ смисъл спазване на установените норми и правила, като в конкретния случай не би могло да се говори за показване на поведение в разрез с установените норми и правила.

В този смисъл Етичната комисия счита, че не е налице нарушение на чл.2 от Етичния кодекс.

Етичната комисия счита, че няма нарушение и на чл.5.1, тъй като рекламата не внушава, че пастата „лекува“ и не въвежда в заблуждение относно нейните качества. В дикторския текст се посочва: „Пародонтас - за хора, които плюят кръв при миене на зъбите“. Притеснението на жалбоподателя, че „крвене на венците често е много сериозен проблем, който може да бъде замаскиран от ползването на паста за зъби, но не и излекуван“, е по принцип основателно, но рекламният клип съдържа изричен надпис, показан на червен фон, който предупреждава зрителя, че „Кръвенето на венците може да е един от признаците на заболяване на венците, основна причина за загубата на зъб“. По този начин се подчертава обстоятелството, че кръвенето на венците е само признак на друго заболяване на венците, а не самостоятелно такова. В същото време някои леки форми на кървене на венците може да се дължи и на други причини, като повишена чувствителност, недобро почистване на зъбния налеп, механично нараняване, използване на протези и др. под., при които използването на паста за зъби, съдържаща специализирани съставки, повишава цялостната устна хигиена и може да преодолее кървенето на венците, което не се дължи на друго по-тежко заболяване. Поради тези съображения и отчитайки присъствието в рекламата на посочения по-горе предупредителен надпис, Етичната комисия намира, че не може да се говори за заблуждение по смисъла на чл. 5.1. от Етичния кодекс.

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.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия счита, че няма нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

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

ПРИЛОЖЕНИЕ:

<http://youtu.be/ORP4gixTCTM>