



## РЕШЕНИЕ

**№ 254 на ЕК от 16 март 2017 (Жалба относно телевизионна реклама на продукт Wellneo Salt Pipe, лула със солни кристали )**

*София, 16.03.2017 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (HCC) в закрито заседание на шестнадесети март 2017 г. в състав:

**Председател:** Румяна Карлова

**Членове:** Александър Гагов  
Анна Горанова  
Виолета Манолова  
Жени Павлова  
Ивайло Бурков  
Калина Жулева  
Калина Петрова  
Красимир Папазов  
Кристияна Чакърва  
Маша Гавраилова  
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12645 от 21.02.2017 г. относно телевизионна реклама на продукт Wellneo Salt Pipe, лула със солни кристали .

### **Жалба**

На 21.02.2017 г. в Националния съвет за саморегулация постъпва жалба от Съвета за електронни медии относно телевизионна реклама на продукт Wellneo Salt Pipe, лула със солни кристали .

Основният акцент в жалбата е поставен върху факта, че рекламата на Wellneo, лула със солни кристали е с участието на дете, като в кадрите се вижда как детето „пуши“ лулата, а до него излиза надпис, че тя помага при синусит, хрема, астма, алергии. В жалбата са посочени и конкретни текстове от Етичния кодекс, които могат да се отнесат към процесната реклама -

неподходяща за деца (чл. 17), липсват научни доказателства за ползата от лулата (чл. 8), което предполага, че рекламата е заблуждаваща (чл. 5).

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 21.02.2017 г. е открита процедура, регистрирана под № 291. На 21.02.2017 г. е поискано становище от ответната страна – „Студио Модерна-България“ ЕООД, което постъпва в НСС на 28.02.2017 г.

## **Становище на ответната страна**

Становището е подписано от Стойчо Христов Тилев – управител на „Студио Модерна-България“ ЕООД и в него се посочва, че дружеството е официален разпространител за Република България на лула със солни кристали с търговска марка Wellneo Salt Pipe. Продуктът е категоризиран като медицинско изделия клас Па, съгласно Директива 93/42/ЕИО. Той е създаден и презентиран като помощно медицинско изделие за облекчаване на дихателни и други здравословни проблеми, не представлява заплаха за здравето на лицата, които го използват и не претендира за заместващо средство при профилактика и лечение на заболявания. Въздействието на неговата употреба се дължи на съдържащите се в него солни кристали, чието благотворно въздействие върху организма при вдишване е известно, доказано и използвано в медицината. Халотерапията се основава на познатите, доказани и все по-широко използвани в практиката ползи от вдишването на полезни микрочастици, съдържащи се в солните изпарения, които оказват благоприятно въздействие вкл. и при някои заболявания на дихателната система.

За да гарантира в максимална степен интересите на потребителите, „Студио Модерна - България“ ЕООД възлага на сертифицирани лаборатории и водещи специалисти извършването на анализи и разработки, свързани със свойствата и качеството на продукта, със съдържащите се в него вещества и евентуалните вредни последици от тях, както и с източника на влаганите солни кристали. В тази връзка са приложени 8 документа, като: Сертификат за качество на солна мина „PRAID“; Декларация на производителя за срока на годност на солните кристали; Преглед на публикации, свързани с халотерапията като алтернативна/спомагателна терапевтична мярка при пациенти с астма или ХОББ; Доклад за анализ на инструмент лула със солни кристали Солт Пайп на Дебреценския университет; Протокол от изпитване на въздействието на лула със солни кристали и др. Отделно от това, в изпълнение на задълженията си, свързани с пускането на пазара в Република България на медицински изделия от клас Па, съдържащи се в 93/42/ЕИО и в приложимото българско законодателство (Закон за медицинските изделия и наредбите към него), „Студио Модерна – България“ ЕООД се е снабдило и разполага с декларация за съответствие на продукта с изискванията на Директива 93/42/ЕИО, както и се е уверило, че продуктът е обозначен с нанесена „СЕ“ маркировка, съгласно чл. 15 от Закона за медицинските изделия. В тази връзка са приложени Декларация за съответствие на Продукта с Директива 93/42/ЕИО, Сертификат за система за управление на

качеството на производителя на продукта и Визуализация на опаковка на продукта с нанесена СЕ маркировка.

## Решение

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

## Мотиви

С оглед съдържанието на жалбата, за относими могат да се считат следните разпоредби от Етичния кодекс:

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

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

Чл. 17. Деца и подрастващи

Процесният рекламен клип е изграден на следния сюжет:

Момче, показано с името, възрастта и населеното място - Теодор Коев, 12 години, село Войсил, обл. Пловдив, в присъствието на майка си обяснява за своите проблеми, свързани с алергична хрема и винаги запушен нос. След едномесечна употреба на лулата със солни кристали, всичко му е минало. Следва анимация, която показва как от дихателните пътища се извличат вредните бактерии и секрети от организма.

Редуват се сцени как момчето учи, кара колело, играе с топка и разказва как е видяло рекламата, преговаряло с родителите да му купят лулата, защото много я искало и майка му я купила. Дикторски глас обяснява, че лулата облекчава симптомите при алергии, хронична хрема, астма и синусит. Помага и при дихателни проблеми и кашлица. Следва изявление, че лулата е клинично тествана, като се появяват и изображения на издадените сертификати. „Солните кристали са 100% натурални, напълно безопасни и нямат странични ефекти. С лулата дишаш лесно и свободно. Помага ти да пребориш кашлица, настинки и грип. Лулата със солни кристали е твоето решение при астма, алергии, пречиства дихателните пътища и улеснява дишането. Пестиш пари от лекарства и дишаш по-лесно“. В кадър се появява и бабата на момчето. Майката заявява, че синът ѝ е здраво дете, благодарение на подобно лечение. Следва информация за съдържанието на продукта - керамична лула и торбичка със солни кристали, които могат да се използват в продължение на една година и цената.

Анализът на излъчения клип и допълнително предоставената информация показват, че няма нарушение на чл. 5, 8 и 17 от Етичния кодекс. Приложеният протокол от изпитване на въздействието на лула със солни кристали не съдържа каквито и да било противопоказания за използването на продукта от деца, като самото изследване е проведено с участието включително и на деца над 4 г. възраст. Заключение на специалистите е категорично, че употребата на продукта е препоръчителна за всички лица, които: обитават замърсена среда; страдат от алергичен ринит и астматична кашлица; страдат от постоянно кашляне; са с треска и кашлица в следствие на заболяване и са пушачи. Като се има предвид, че описаните в заключението препоръки засягат заболявания и състояния, по-голямата част от които могат да засегнат и деца и като се отчете фактът, че специалистите категорично не са извадили от обхвата на потенциалните ползватели на продукта определена възрастова група, видно е, че

продуктът е безопасен и подходящ за употреба, включително и от деца и подрастващи. Подобни възрастови ограничения в използването на продукта не се съдържат и в резюмето на Антал Ниесте „Халотерапията като алтернативна/спомагателна терапевтична мярка при пациенти с астма или ХОВВ" - критичен преглед на публикации - Облекчено дишане с лула със солни кристали. В изследването е посочено, че с помощта на халотерапията в съчетание с грижливо медицинско лечение са постигнати значителни резултати при детски остри и хронични възпаления на sinus frontalis в сравнение с традиционно лечение с антибиотици. В тази връзка се цитира и изследване, проведено в средата на 80-те години на 166 деца, подложени на халотерапия, чиито резултати са показали по-голяма степен на подобрение в сравнение с пациенти, лекувани с антибиотици за същия период.

В рекламния клип се съдържа информация за клиничното тестване на продукта, което се подкрепя от приложените протоколи за проведени изследвания.

Твърдението в жалбата, че рекламният клип е с участието на дете, като в кадрите се вижда как детето „пуши“ лулата, е неоснователно. Това, че продуктът е направен във формата на лула, за да се гарантира, че въздухът ще премине през солните кристали и ще бъде вдишан, не го прави идентичен с лулата, в която се поставя тютюн. Формата в конкретния случай е необходима за оптималното действие на продукта. След като изследванията показват положителен резултат при използването на продукта и от деца, би следвало в рекламата да могат да участват и деца.

Търговска комуникация за продукта Wellneo Salt Pipe, лула със солни кристали се излъчва и във вариант с лица от различни възрасти и пол, не само с участието на дете.

Видно от гореизложеното, следва да се направи заключение, че рекламният клип не е насочен към децата и няма за цел привличане на тяхното внимание към продукт, който не могат да ползват по закон. Дори обаче да бъде наблюдаван от деца, съдържанието на клипа не е в състояние да окаже вредно въздействие върху развитието им. От самия клип става ясно също така, че окончателното решение за закупуване на продукта се взема от възрастен (родител), за който може да се очаква, че ще прояви очакваното внимание и бдителност, ще проведе консултация с медицински специалист и едва тогава ще пристъпи към покупка. С оглед на това, Етичната комисия намира, че клипът няма елементи, които да са неподходящи за физическото, психическото, нравственото или социалното състояние и израстване на малолетните и непълнолетните. Спазено е и изискването детето да е в присъствие на възрастен.

Етичната комисия, на основание чл. 4.10 от Етичния кодекс счита, че субективните възприятия на отделен индивид, не са достатъчно основание за отказ от търговска комуникация за дадения продукт.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия е на мнение, че процесната реклама не е в нарушение на Етичния кодекс.

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.

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

**ПРИЛОЖЕНИЯ:**

<https://youtu.be/97MQzUHWW1I>