



РЕШЕНИЕ

№ 157 на ЕК от 05.12.2013 (Жалба относно телевизионна реклама на Гастроцид – продукт на „Актавис“ ЕАД)

София, 05.12.2013 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на пети декември 2013 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Виолета Манолова
Даниела Узунова
Десислава Димова
Кристиана Чакърлова
Мария Гергова
Маша Гавраилова
Мехти Меликов
Петя Стоянова

и с участието на секретар Ели Михайлова изслуша преписка, образувана по Жалба № 12463 от 02.11.2013 г. относно телевизионна реклама на Гастроцид – продукт на „Актавис“ ЕАД.

Жалба

На 02.11.2013 г. в НСС постъпва жалба от Б.Н. относно телевизионна реклама на Гастроцид – продукт на „Актавис“ ЕАД.

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 Виолета Манолова.

В жалбата се твърди, че аудио-визуалната реклама на продукта Гастроцид е подвеждаща и заблуждаваща и нарушава чл. 1.1, чл. 3.1, чл. 5.1, чл. 5.5 , б. „а” и чл. 16 от Етичния кодекс. Рекламата е изградена на сравнението между сода бикарбонат- широко разпространено и популярно домашно средство за справяне със стомашните киселини и Гастроцид. На зрителя се внушава, че содата носи временно облекчение от болката, а лекарственият продукт е ефективно и трайно решение на проблема.

Според жалбоподателя това твърдение злоупотребява с доверието, познанието и опита на хората, тъй като никъде в рекламата не се изтъква медицинското предимство на Гастроцид за

здравето на хората, нито медицинските предимства пред содата. Независимо от това в рекламата се твърди, че предимството е доказано.

В описаната в жалбата реклама текстът завършва с репликата на журналиста: Не си играйте със здравето, вземете Гастроцид!

Според автора това създава безпокойство у аудиторията относно безвредността на сода бикарбонат.

Жалбата отправя към следните текстове на ЕК:

Чл.1.1. Всяка търговска комуникация трябва да бъде изготвена с чувство за отговорност към потребителя и обществото.

Чл.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 познание.

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

Чл.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 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 изпълването; ефективност и производителност, търговски или географски произход, въздействие върху околната среда и пр.

Жалбата съдържа и общо позоваване на чл. 16 от ЕК.

Процедура

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

На 04.11.2013 г. е открита процедура, регистрирана под № 186. На 04.11.2013 г. е поискано становище от ответната страна - „Актавис“ ЕАД, което постъпва в НСС на 08.11.2013 г.

На 29.11.2013 г. на основание чл. 14 от Правилника за приложение на Етичния кодекс от ответната страна бе поискана допълнителна информация относно механизма на въздействие на лекарствения продукт във връзка с изразеното в търговската комуникация твърдение, че има „трайно решение“ на проблема; начина, по който Гастроцид влияе върху нивото на стомашни киселини и причините за тяхното възникване; сравнение между резултатите и последиците, настъпващи при употребата на сода бикарбонат и тези при Гастроцид.

Допълнителната информация постъпва в НСС на 04.12.2013 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Илия Пашов, изпълнителен директор на „Актавис“ ЕАД. В него се твърди, че рекламата не нарушава правилата на Етичния кодекс и специално посочените в жалбата текстове. Посочва се, че рекламираният продукт е лекарствено средство по смисъла на Закона за лекарствените продукти в хуманната медицина, поради което и в изпълнение на изискванията на същия закон рекламното съобщение е подлежало на предварителен контрол и режим на одобрение от Изпълнителната агенция по лекарствата.

Приложени са две разрешения от ИАЛ :

№ А 235/ 10.06.2010 год. – разрешение за излъчване на рекламата в първоначалния ѝ вид и

№ А 148/ 12.09.2013 г. – разрешение за променена версия на рекламата, наложила се поради промяна на кратката характеристика на продукта.

Като приложение е описано и становище на проф. Константин Чернев, завеждащ Клиниката по гастроентерология в Александровска болница, изложено в интервю за в-к „Стандарт” и Копие на „Нови указания за диагностика и лечение на гастроезофагеална рефлуксна болест и нейните усложнения. В становището се твърди, че сода бикарбонат не лекува стомашните киселини, а ги подтиква. За лечение са препоръчани специално разработените лекарствени средства.

Не са изложени конкретни аргументи срещу твърдените нарушения.

В допълнителното становище относно механизма на въздействие на лекарствения продукт във връзка с изразеното в търговската комуникация твърдение, че има „трайно решение” на проблема и начина, по който Гастроцид влияе върху нивото на стомашни киселини и причините за тяхното възникване е представена Кратка характеристика на продукта, в която се дава информация според изискванията в чл. 34 от Закона за лекарствените продукти в хуманната медицина. В становището се обръща особено внимание на Омепразол, който е инхибитор на протонната помпа, инхибира секрецията на стомашната киселина и блокира последния етап от процеса на образуване на стомашна киселина.

Относно последиците, които настъпват при употребата на сода бикарбонат и тези при Гастроцид, в становището се казва, че содата първоначално води до облекчаване на киселините. Натриевият бикарбонат е алкален и бързо неутрализира солната киселина. В резултат на реакцията се образуват мехурчета с газ (СО₂). По повърхността на тези мехурчета има полепнал стомашен сок, който, попадайки в хранопровода, допълнително го уврежда. В стомаха пък се получава обратен ефект - стомашните рецептори започват да секретират два пъти повече солна киселина. Така че тези, които вземат сода, попадат в един дяволски кръг - всеки път получават още по-тежки киселини.

В резултат от приема на сода пациентът не се излекува, а продължава да има дори по-тежки киселини. При продължителен и редовен прием на сода може да се стигне до увреждане на хранопровода.

В заключение се казва, че рекламата изтъква свойствата на лекарствения продукт, който е с проверени доказани качества и ефикасност.

Решение

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

Етичната комисия обсъди искането на Красимир Папазов за самоотвод по съответната преписка. След проведена дискусия и с оглед заявеното желание на члена на комисията да не участва в обсъждането на преписката Комисията реши, че основанията за отвод са налице и прие същия.

Мотиви

В жалбата е описан първият, по-продължителен вариант на рекламата, в който действително се правят сравнения между резултатите от използване на сода бикарбонат срещу стомашни киселини и ползването на Гастроцид за същата цел.

Към материалите по жалбата е приложен съкратения вариант на рекламата, в който отсъстват сравнения и са изключени всички реплики, разменени между „журналиста” и човека от улицата. Единственото сравнително позоваване е свързано с визуално изображение на стомах, който се успокоява при приема на сода и Гастроцид, но известно време след приема на содата отново и по-интензивно се изпълва с киселина.

Гастроцид е лекарствен продукт, който се разпространява в аптекарската мрежа след контрол и одобрение от ИАЛ. В тази връзка не могат да се поставят под съмнение неговите активни свойства и може да се приеме за безспорно, че продуктът има качествата, описани в рекламното съобщение. Допълнителен аргумент в полза на това заключение е одобреното от ИАЛ рекламно съобщение и в двата варианта.

Доколкото в рекламата (категорично в първия, по-дълъг вариант и съвсем бегло във втория) се съдържа сравнение, то не е между две лекарствени средства, а между лекарство и хранителна добавка.

Изборът на средство за справяне със здравословния проблем е в ръцете на потребителя. Сравнението не е от характер да заблуди или подведе информирания потребител, който има възможността да се обърне както към своя лекар, така и към фармацевт, за да получи адекватна информация за продукта Гастроцид, за нежелани реакции, ако има такива и за последиците от самолечението със сода бикарбонат, също ако има такива.

Поради достъпността до информация за лекарствения продукт – във всяка аптека преди да бъде закупен, в интернет – публикувана е листовката към продукта, при личния лекар, както и позоваването на обикновения здрав разум, считам, че потребителят не може да бъде заблуден или подведен от рекламата. В този смисъл тя не нарушава принципите за отговорност към обществото, не съдържа неверни или изобпачени факти и не е в състояние да подведе или заблуди информирания потребител. Под информиран потребител в случая разбирам такъв, който няма да прибегне до самолечение с Гастроцид, само защото е видял телевизионната реклама.

Дори обаче да се отчете влиянието и върху тази група потребители, които не биха положили необходимите усилия да се консултират с медицински специалист и биха закупили Гастроцид без рецепта и по своя преценка, отново не е налице възможност за заблуда. Видно от данните за химичния състав на лекарството и неговото въздействие върху симптомите при гастро-езофагеална рефлуксна болест, Гастроцид действително има по-добро влияние върху страдащите от нея, отколкото содата за хляб. Въпреки че и двете средства предизвикват първоначално бързо облекчаване на болезненото състояние, натриевият бикарбонат влиза в реакция със солната киселина, която в последствие носи висок риск от увреждане на хранопровода като предизвиква и засилена стомашна секреция, която отново засилва образуването на киселини. За разлика от това Гастроцид не предизвиква влошаване на състоянието в дългосрочен план и снижава риска от вторично увреждане на други органи и системи в човешкия организъм. В този смисъл не е налице заблуда в информацията, поднесена в търговската комуникация.

Във връзка с гореизложеното Етичната комисия установява липса на 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/yIZ-b4nHwJU>