



РЕШЕНИЕ

№ 212 на ЕК от 15.09.2015 (Жалба относно интернет реклама на „Годжи бери“ – продукт на „Експрес колет“ ЕООД)

София, 15.09.2015 година

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на петнадесети септември 2015 г. в състав:

Председател: Румяна Карлова

Членове: Александър Гагов
Виолета Манолова
Десислава Димова
Жени Павлова
Калина Петрова
Красимир Папазов
Кристияна Чакърлова
Маша Гавраилова
Милена Якимова
Стоян Михайлов

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша преписка, образувана по Жалба № 12575 от 04.09.2015 г. относно интернет реклама на „Годжи бери“ – продукт на „Експрес колет“ ЕООД.

Жалба

На 04.09.2015 г. в НСС постъпва жалба от Ц.Б. от гр. София относно интернет реклама на „Годжи бери“ – продукт на „Експрес колет“ ЕООД.

В жалбата е посочена интернет реклама на продукта Годжи бери като средство за бързо отслабване. Жалбоподателят намира рекламното съобщение за заблуждаващо потребителя, както и съдържащо невярна информация, цитирайки БАН, МЗ и „Института по криобиология и хранителни технологии“. В рекламното съобщение има и неетично използване на снимки на анорексички.

Като доказателство жалбоподателят е приложил линкове към рекламата, но не се е позовал на нарушени текстове от „Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в република България”.

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 1 Отговорност

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

1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.

Член 2 Благоприличие

Търговската комуникация не трябва да съдържа твърдения или аудио или визуални елементи, които да нарушават добрите нрави или да могат да се определят като вулгарни или отблъскващи, според общоприетите морални норми в съответната държава и култура.

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.

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.

Член 12 Препоръки

12.1. Търговската комуникация не трябва да съдържа или се позовава на никаква препоръка, одобрение или друга подкрепяща документация, освен ако тя не е действителна, уместна и подлежаща на проверка.

12.2. Всяка използвана в търговската комуникация препоръка трябва да се съхранява подписана и датирана, вкл. лице за контакт и адрес.

Член 17 Деца и подрастващи

Член 17.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.

Член. 17.3.1. При демонстриране на действието и използването на даден продукт, търговската комуникация не трябва да преувеличава истинския размер, стойност, същност, трайност и действие на продукта

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 Жени Павлова.

Процедура

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

На 04.09.2015 г. е открита процедура, регистрирана под № 247. На 04.09.2015 г. е поискано становище от ответната страна – „Експрес колет” ЕООД, което постъпва в НСС на 08.09.2015 г.

Становище на ответната страна

Становището е подписано от Е. Катансус, управител на „Експрес колет” ЕООД и в него се посочва, че при опит да отвори посочения в жалбата сайт, се отваря статия от сайта Журнал за здравето със заглавие „Министерството на здравеопазването предупреждава за сериозна опасност“. Дружеството отрича да има нещо общо със статията и да е изисквала каквито и да било референции от МЗ и други институции, посочени в жалбата.

От Експрес колет заявяват, че те работят с друг сайт- [http:// beauty-fashion-bg.com/goji/](http://beauty-fashion-bg.com/goji/), а не със сайта, който се отваря при кликуване на четирите реклами на страницата на Журнала за здравето.

В становището се посочва още, че през април, май и юни тази година фирмата е била викана в КЗК за случаи, в които името ѝ е било свързвано с информация за интернет търговия, в която, според управителя на Експрес колет Е. Катансус, името на фирмата е неправомерно замесено.

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.

При проучване на сайта бе направен опит да се поръча Годжи бери, след което последва обаждане от телефон – 0988 97 86 83 с предложение 150 гр. за 50 лв. с доставка или две опаковки за 75 лв. Любезен женски глас обяснява, че продуктът е внос от Молдова и фирмата – вносител е „Експрес колет“ ЕООД. По адреси ги дистрибутира куриерска фирма „Спиди“.

При направената служебна проверка в Търговския регистър се установява че Фирмата е регистрирана като еднолично дружество с ограничена отговорност, Булстат/ЕИК 202742205 и

адрес - ул. "Люлин планина" 21А, ет.1, ап 3. Това е причината като ответна страна да бъде търсена тази фирма.

Направена беше проверка в сайта WHOIS.COM, който съдържа информация за фирмите и лицата, на чието име се регистрират сайтовете по цял свят. Посоченият в становището на „Експрес колет“ ЕООД адрес beauty-fashion-bg.com не фигурира в регистъра.

Справката за сайта, който се отваря при рекламата на продукта http://bg.slimg0ji-berry.com/rndr/Goji_yellow_BG/?esub=PBZIDyIyWwtuHkkJbGpkCxxJBXcbUEpZVzx1Xj4HCVFrFk4JJR9tBigGQghraHgcRxRCNU1NQWJRIU5SeB8RIwAWRg сочи:

Registrant--Name:WhoisProtectService.net
Registrant--Organization:PROTECTSERVICE,LTD.
Registrant--Street:27Old-Gloucester-Street
Registrant--City:London
Registrant-State/Province:
Registrant-PostalCode:WC1N3AX
RegistrantCountry:UnitedKingdom
Registrant Phone: [+44.02074195061](tel:+44.02074195061)

Информацията за сайта на доставчика/ <http://bgoji.com> /, посочен текста на статията е:

RegistrantName:WhoisProtectService.net
RegistrantOrganization:PROTECTSERVICE,LTD.
RegistrantStreet:27OldGloucesterStreet
RegistrantCity:London
RegistrantState/Province:
RegistrantPostalCode:WC1N3AX
RegistrantCountry:UnitedKingdom
RegistrantPhone:+44.02074195061
RegistrantPhoneExt:
RegistrantFax:
RegistrantFaxExt:
Registrant Email: bgoji.com@whoisprotectservice.net

Регистраторът Protect Service Ltd. на двата сайта е една от фирмите, които предоставят услугата "скриване на истинския собственик на сайта" - Виж <http://whoisprotectservice.net/>.

И-още:/<http://www.londonprotectionservices.co.uk/privacy-policy.php/>

Този сайт предоставя възможност за докладване на Spam, Copyright, Trademark, Morally Objection Content and Defamation Complains.

Фактическият анализ се основава на анализ на съдържанието на статията в „Здраве инфо“ и „Журнал за здравето“ –

http://impressionv.info/rndr/Anorexia_Goji_vs_Eggs_BG/?esub=PBZIDyIyWwtuHkkIYWbkCx1OBXcbTVdJUzpFRQVMV0N9BBdYNR5XHRNNHB5ibGcOWQ/,

както и сайта, чрез който се извършва продажбата на продукта. Заглавието на материала се променя във времето при служебно извършена проверка на 10.09.2015. Използваните варианти са: „Министерството на здравеопазването предупреждава за опасност!“, „Здраве инфо предупреждава за опасност!“.

Очевидно е, че използването на заглавие като „Журнал за здравето“, „Здраве инфо“, както и измамното цитиране на Министерството на здравеопазването, на препоръки на доктори-диетолози и изследвания на независими лаборатории цели осигуряване на доверие у потребителя относно последващата недостоверна комуникация. Цитираното предупреждение не се открива на сайта на МЗ. Цитираният по-надолу в текста Институт по храненето към БАН въобще не съществува. Цитираните доктори или не съществуват или никога не са давали препоръка за този сайт. В случая става въпрос за преднамерено подвеждаща и измамна комуникация.

В статията се посочва, че ако се избере диета с яйца, ще сваляте по 1-2 килограма дневно. Но вече има и нови рецепти за сваляне на килограми – **„Годжи бери - това е най-силният изгорител на мазнини, с чиято помощ може да се отслабне с повече от 20 килограма на месец“**. Лекарите алармират, че при хората опитващи се да отслабнат, се наблюдава рязко намаляване на теглото с до 10 килограма на седмица!“

По-нататък следва уверение: „Институтът по Криобиология и Хранителни Технологии предупреждава, че прекалено бързата загуба на тегло води до сериозни здравословни проблеми!“, а в следващо изречение съдържа покана потребителят да се замисли за ползата от годжи бери:

„Независима лаборатория е направила изследване и това е нейното заключение:

„Плодовете годжи бери не съдържат токсини или отрови и не представляват опасност за здравето. В 30 грама от напитката, приготвена от годжи бери, се съдържа дневната доза липоева киселина, която отговаря за баланса на мазнините в организма. Ако приемате изгорителя на мазнини в това количество, ще сваляте по около 3-5 кг на седмица, без опасност за здравето. Обаче превишаването на препоръчителната доза може сериозно да увреди здравето.“

Разговорите с хората свалили много килограми за кратък период от време потвърждават, че всички са нарушавали препоръчаната доза и са пиели по 3-5 пъти по-големи количества! По този начин са отслабвали значително по-бързо с до 7-12 килограма на седмица. След като забелязват това вече е много трудно да спрат и в резултат - рязко губят много килограми.“

Не са посочени данни за лабораторията, нито самото изследване.

В другия вариант на търговската комуникация вече е включен Институтът по хранене към БАН, който както беше отбелязано, не съществува: „Институтът по храненето към БАН преупреждава: прекалено бързото отслабване води до сериозни здравословни проблеми! Бъдете внимателни - с изгорителя на мазнини се отслабва лесно, но не забравяйте максималната дневна доза от 5 грама, която в никакъв случай не трябва да се превишава.“

Освен подвеждащата информация, в статията има снимки на болни от анорексия момичета, чието използване може да се определи като неетично и подвеждащо.

Цялостното съдържание на търговската комуникация е структурирано по начин, който по изключително подвеждащ и манипулативен начин прави 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 пиене на чай от годжи бери (*„Пийте на гладно преди хранене.“*) и влагане на този продукт в обичайните храни (*„Печете любимите си десерти и кексове като добавяте в тях годжи бери. Единственото, което ще промените в тях е, че ще станат диетични“*, *„... просто яжте по 30 плодчета на ден, в продължение на три месеца и тогава завинаги ще забравите за това, какво е излишно тегло“*; *„Отслабвайки с Годжи, не Ви е нужно да променяте своите навици на хранене. Вие можете на свалите до 20 кг за месец, без да се отказвате от любимите си храни“*).

Извън границите на разумното е да се приеме безрезервно, че добавката на минимално количество (5 гр. на ден) от който и да е растителен продукт към храната без същата да бъде ограничена като количество, без намаляването на мазнини или въглехидрати или без избягването на определени хранителни комбинации, е възможно да доведе до намаляване на теглото с 20 – 25 килограма на месец. Подобен резултат е възможно да се постигне при изключително строга диета (лечебно гладуване), комбинирана с двигателни упражнения и цялостна промяна на начина на живот. Отделен въпрос е доколко толкова рязкото сваляне на тегло е полезно за здравето, поради което подобни диети е препоръчително да се предприемат под лекарски контрол.

Процесната публикация е насочена само от части към полезните вещества съдържащите с в плода годжи бери, като основният акцент е върху многобройните предупреждения свързани с количествата, които трябва да се приемат поради риска, че надхвърлянето им може да доведе до толкова фатална загуба на тегло, че да предизвика анорексия и невъзможност за възстановяване на килограмите (*„не забравяйте максималната дневна доза от 5 грама, която в никакъв случай не трябва да се превишава“*, както и *„Отслабващите губят контрол върху хранителните си навици - специално се хранят с висококалорични храни, но така и не успяват да качат и грам.*). В действителност целта на всички „предупреждения“ в публикацията целят не да предпазят потенциалните потребители, а напротив – да подсилват ефекта от продукта, като създадат впечатлението, че той е толкова безотказно ефективен, че единственото, за което трябва да внимават приемащите го е да не станат толкова слаби, че да заболели от анорексия.

Авторите на публикацията грубо злоупотребяват с доверието на читателите намесвайки едно тежко заболяване като подсъзнателно внушение за ползата от рекламирания продукт. Всеки човек с наднормено тегло иска да е слаб и в неговото съзнание да си „кльощав“ е непостижима мечта, а не заболяване. В този смисъл изключително неетично е използването на едно хранително и психично разстройство като позитивен стимул в реклама, каквото всъщност представлява поставянето на снимки на болезнено слаби хора в сайт за отслабване.

Измамните внушения за лесно, бързо и безвъзвратно се подсилват и от твърденията, че отслабването е трайно и „завинаги“, независимо от това как човек ще се храни в бъдеще (*„закрепване на резултата завинаги“*; *„Дори и като се върнат към обичайния си хранителен*

режим жените пак продължават да отслабват вместо да натрупат килограми“; „Забравете за излишното тегло ЗАВИНАГИ“)

Не по-малко подвеждащо е и твърдението, че употребата на 5 грама годжи бери (или 30 плодчета) на ден ще доведе до „пълно избавяне от целулита“. Натрупването на целулит зависи от множество фактори – генетично предразположение, пол, възраст, начин на хранене, обездвижване, пушене, употреба на някои медикаменти, прилагането на строги диети, а борбата с него изисква комплекс от мерки, което изключва възможността от пълното му изчезване единствено чрез употреба на 5 гр. годжи бери на ден.

Преувеличаването на ефекта от употребата на рекламирания продукт и подтикването на подсъзнателно ниво към постигане на рязко отслабване, но “без признаци като чувство на тежест, гадене или слабост“ създава опасност за физическото и психическо здраве на подрастващите” и е в нарушение на чл.17.5. „Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или визуално представяне, които биха могли да предизвикат психическа, морална или физическа вреда у деца или подрастващи.“, както и на чл.17.3.1. „При демонстриране на действието и използването на даден продукт, търговската комуникация не трябва да преувеличава истинския размер, стойност, същност, трайност и действие на продукта”.

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.

Сайтът рекламира самия продукт, като „Плодове годжи за отслабване“. Освен, че е представена схемата на прием на годжи бери, подробно са описани и полезните свойства на плода. Представени са и три варианта в зависимост от желаните килограми за намаляване.

За по-голяма достоверност е цитиран лекар - диетолог Олга Верницкая, възхваляваща полезните качества на продукта. При проверка в интернет, информация за нея не бе открита, а снимката ѝ повече прилича на фотошоп. Като автор на статията се сочи д-р Илиев, за който също не бяха открити данни, на когото са прикачени множество качества и титли (диетолог, научен сътрудник, автор на книги, помогнал на хиляди), отново целящи да придадат достоверност и да предизвикат доверие у читателите

Освен ефекта на отслабването, на този сайт се съдържат твърдения за изпъване кожата на лицето, укрепване на имунитета, бодрост и енергия, за които ефекти не са предоставени никакви доказателства.

Най –долу на сайта е показана цената и поле за попълване на телефон и име. Допълнителен натиск за моментна покупка се оказва и чрез специално поле, в което с големи букви е посочен броят на оставащите опаковки с намаление – 12 броя. По този начин към потенциалния клиент се отправя внушение, че ако не побърза с покупката може да пропусне намаление от 50% от цената, което цели да съкрати времето за размисъл и по-внимателно обмисляне на прочетеното. Освен това сочената бройка оставащи опаковки е очевидно невярна, доколкото през цялото време на проучването сайтът бе многократно проверяван, а бройката оставаше непроменена.

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.

Сайт с подобно съдържание и оферта близка до тази е и сайтът:

http://impressionv.info/rndr/Krylova_BG_Goji/?esub=PBZIDyIyWwtuHkkJbm1IDBZKAHcbTVdJUzpFRQVMV0N9BBdYNR5XHRNNHB5ibGcOWQ,

който пренасочва към сайт за продажба на годжи бери по същия начин, който е описан по-горе. На този сайт е публикувана „личната история“ на Елена Христова за това как е отслабнала с 26 кг. за един месец благодарение на годжи бери. Под т.нар. „лична история“ са публикувани множество коментари и на други жени. Мненията са очевидно манипулирани, което личи както от използваната лексика и стилистика, нетипични за подобни блогове и на места очевидно противоречащи на обичайния начин на „говорене“ в България, така и от факта, че посетителите на форума/блога (Дневници на отслабващите) нямат възможност да напишат коментар.

Този сайт препраща към друг:

http://bg.gj-berry.com/rndr/Goji_berry_BG/?esub=PBZIDyIyWwtuHkkLbWtnDBNMBncbUEpZVzx1Xj4HCVFrFk4JJR9tBigGQghvdHZdSw5ZL0tGZ15dKk8VYAdxJmVJ

Сайтът съдържа същата информация, но визията му е по-различна. Разликата тук е и, че препоръката е от д-р Мария Русинова. Такъв лекар съществува, но не беше открита на последната си месторабота - “Медицински център Vip Clinic” гр.София, жк. “Белите брези”. От информация не дадоха никакви подробности за това напуснала ли е и къде е настоящата й месторабота. Прави впечатление, обаче, че снимките на сайта на клиниката и тази, публикувана в рекламните сайтове са на различни жени.

На сайта: <http://bradva.bg/bg/article/article-57750#.VehRdhHtmko>, могат да се видят рекламни банери, които изобразяват различни части на тялото по отблъскващ и обиден за човешкото достойнство начин.

Прави впечатление, че цената е една и съща и се различава значително от цената, на която се продава обикновено този плод. В интернет може да бъде купен 1 килограм за 30лв. В тези сайтове сушеният плод, рекламиран като средство за бързо изгаряне на мазнините, се продава 150гр. за 45лв. Или 10 пъти по-скъпо, въпреки обявените промоционални цени на сайта.

Интересен начин на програмиране при сайтовете, на които попада клиентът първоначално е, че дори да не иска да кликне на линка, при опит да се затвори сайта, се попада автоматично на сайта с рекламата на годжи бери.

Сложните връзки и неясните източници на информация и собственици на сайтове навеждат на мисълта за опит за скрита и некоректна реклама.

Най-обобщено схемата е следната:

- В таргетирани сайтове се публикуват банери, водещи към една и съща или различни „информационни страници“, с идентично съдържание, но често с различно заглавие и визия;

- Като правило банерите изобразяват графично (статично и динамично) части от човешкото тяло по обиден и унижаващ човешкото достойнство начин;
- „Информационните страници“ носят подвеждащи заглавия и съдържат невярна, недоказана и подвеждаща информация, като целта е да се създаде измамно доверие към продукта и ефекта от неговата употреба. Използват се:
 - несъществуващи предупреждения от публично известни институции или пък данни от несъществуващи лаборатории, научни институти и пр.;
 - препоръки от несъществуващи лекари или пък цитиране на съществуващи лекари, които никога не са давали такива препоръки;
 - твърдения, които не са подкрепени с никакви доказателства;
 - преувеличение на характеристиките и резултатите от употреба на продукта, чрез текст и визуални елементи, които подвеждат потребителите и крият риск от нанасяне на психически вреди у подрастващите;
 - цитират се коментари/препоръки от „потребители“, които не могат да бъдат идентифицирани и за които съществуват сериозни съмнения, че са измислени.
 - показва се снимков материал за ефекта „преди и сега“ (в нарушение на европейското законодателство), за който няма никакви доказателства, че е настъпил именно в резултат от употребата на рекламирания продукт.
- Различните „информационни страници“ от своя страна съдържат линк към една и съща търговска страница, като по този начин изкуствено е изградена виртуална връзка с манипулативна и подвеждащата цел. Стилът и подходът при изграждане на отделните сайтове е един и същ като е променени единствено архитектурата на съответния сайт. Разчита се на внушението, че когато потенциален потребител научи за рекламирания продукт той ще пожелае да прочете поне няколко други мнения за него, при което връзката е улеснена чрез последващо препращане от един към друг форум, в който се открива винаги една и съща по същество информация – изцяло позитивна, подкрепяща ползите от продукта и наситена с благодарствени коментари.
- Търговската страница съдържа още подвеждаща информация и препоръки и включва бутон за поръчка.
- Не се посочва името на производителя, вносителя и търговеца.
- Цената по правило е в пъти по-висока от обичайните за продукта цена на дадения пазар, като в същото време е обявен голям процент отстъпка и подвеждаща информация за бързо изчерпване на продукта.
- Поръчката се прави с обратно обаждане по телефона и се доставя с куриер.
- Всички интернет страници в схемата са с хостинг в чужбина и използват услугите на фирми, специализирани в прикриването на действителните собственици на сайтовете, което прави невъзможно установяването на директен контакт с рекламодателя.

Схемата на търговската комуникация, разгледана в цялостния ѝ контекст, е подчертано манипулативна, умишлено използва несъществуващи източници, силно преувеличени или неверни данни и резултати, и подтиква към бърза покупка на продукт на цена, значително надвишаваща пазарната.

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 лекари 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 лекари трябва да бъдат подкрепени с доказателствен материал, който липсва в случая, а отправените в търговската комуникация препоръки, доколкото по-горе стана въпрос, че са от несъществуващи лица и институции, очевидно няма как да бъдат съхранени с подпис и дата, вкл. лице за контакт и адрес.

Въпреки, че обсъжданата търговска комуникация не е насочено специално към деца, тя е общодостъпна, следователно до нея имат свободен достъп деца и подрастващи, като за последните проблемът с килограмите е особено чувствителен. Не случайно анорексията и булимията засягат най-често момичета в юношеска възраст, които се стремят да подражават на топ-моделите, които по правило са изключително слаби. Поради това ЕК приема, че банерите, помествани на общодостъпни сайтове са в състояние реално да привлекат вниманието на подрастващите и в този смисъл косвено са насочени и към тази група потенциални потребители. В този контекст ЕК отбелязва, че тийнейджърите нямат необходимия опит, за да преценят несъстоятелността на голяма част от твърденията в публикацията. За тях е важен единствено бързия и лесен резултат, което лесно може да ги изкуши да извършат необмислена покупка. Поради оскъдната информация, съдържаща се на сайта относно начина за приемане на продукта и поради желанието за постигане на по-бърз резултат съществува риск подрастващите да възприемат погрешно указанията и да пият единствено чай от годжи бери, игнорирайки здравословното хранене. От друга страна, приемането на продукта без съобразяване с правилата за здравословно хранене и без подходящ спортен режим няма да доведе до никакъв резултат, което е възможно да предизвика неудовлетвореност, депресия и чувство за провал със сериозни последици за все още неоформената психика и личност на подрастващите. В този смисъл, макар продуктът да е растителен и сам по себе си безвреден, неправилната му употреба може да предизвика нежелани последици. Това обстоятелство, ведно с явното преувеличаване на реалното действие на продукта, са в състояние да предизвикат психически и физически проблеми у децата, което обосновава нарушение на разпоредбите на чл. 17.3.1 и чл. 17.5. от Етичния кодекс.

Етичната комисия препоръчва на "Експрес колет" ЕООД да коригира търговската комуникация в съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България относно интернет реклама на „Годжи бери“, 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.

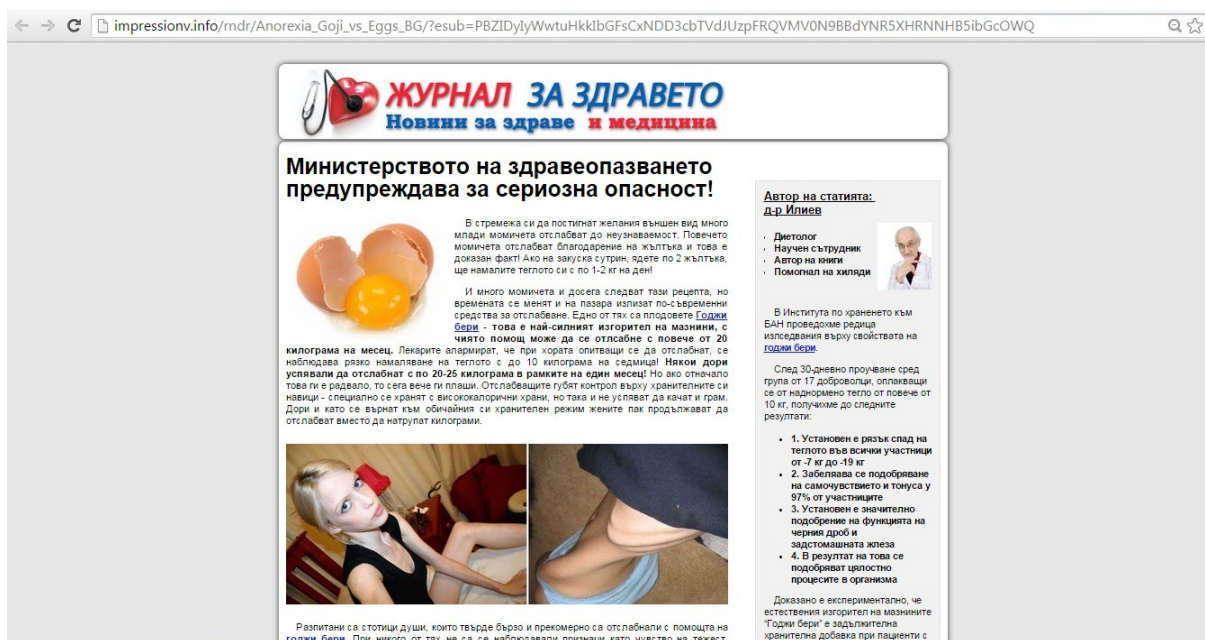
Съгласно чл.17.5. от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, решението с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

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:



ЖУРНАЛ ЗА ЗДРАВЕТО
Новини за здраве и медицина

Министерството на здравеопазването предупреждава за сериозна опасност!

В стремежа си да постигнат желания външен вид много млади момичета отслабват до неузнаваемост. Поеченото момиченца отслабват благодарение на жълтъка и това е доказан факт! Ако на закуска сутрин, ядете по 2 жълтъка, ще намалите теллото си с по 1-2 кг на ден!

И много момичета и досега следват тази рецепта, но времената се менят и на пазара излизат по-съвременни средства за отслабване. Едно от тях са плодчетата **Годжи бери** - това е най-силният изгорител на мазнини, с чиято помощ може да се отслабне с повече от 20 килограма на месец. Лекарите апарират, че при хората опитващи се да отслабнат, се наблюдава рязко намаляване на теллото с до 10 килограма на седмица! Някой дори успявали да отслабнат с по 20-25 килограма в рамките на един месец! Но ако отначало това ги е радвало, то сега вече ги плаши. Отслабващите губят контрол върху хранителните си навици - специално се хранят с висококалорични храни, но така и не успяват да канат и грам. Дори и като се върнат към обикновения си хранителен режим жените пак продължават да отслабват вместо да натрупат килограми.

Автор на статията:
д-р Илияев

- Диетолог
- Научен сътрудник
- Автор на книги
- Помогнал на хиляди

В Института по храненето към БАН проведените редица изследвания върху свойствата на **Годжи бери**.

След 30-дневно проучване сред група от 17 доброволци, оплакващи се от наднормено тегло от повече от 10 кг, получихме до следните резултати:

1. Установен е рязък спад на теллото във всички участници от -7 кг до -19 кг
2. Забелява се подобряване на самочувствието и тонуса у 97% от участниците
3. Установен е значително подобряване на функцията на черния дроб и жлезата
4. В резултат на това се подобряват цялостно процесите в организма

Доказано е експериментално, че естествен изгорител на мазнините "Годжи бери" е задължителна хранителна добавка при пациенти с

Разпитани са стотици души, които твърде бързо и прекомерно са отслабнали с помощта на **Годжи бери**. При никого от тях не са се наблюдавали признаци като чувство на тежест.