



Decizia nr. 620 din 03.11.2016

Întrunit în ședință publică în ziua de 03 noiembrie 2016, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare cu privire la spotul „Supramax Articulații” difuzat în perioada monitorizată, pe posturile de televiziune.

Potrivit raportului de monitorizare, spotul „Supramax Articulații” a fost difuzat în două variante, iar, în conformitate cu consemnările din raport, varianta nr. 1 a spotului nu se mai difuzează din data de 09.09.2016.

Cu privire la cele două variante ale spotului „Supramax Articulații”, redăm din raportul de monitorizare:

„Varianta 1 - 30 secunde - Descriere spot publicitar:

Spotul publicitar a prezentat un dialog dintre soacră și ginerele său.

Soacra: *Te-ai întors așa repede?*

Bărbat: *Da, mama soacră, am venit.*

Soacra: *Ai luat Supramax Articulații?*

Bărbat: *Nu, nu mai aveau Supramax Articulații. Mi-au dat altceva.*

Soacra: *De ce? **Supramax Articulații conține cea mai mare doză de colagen bioactiv cu eficiență dovedită științific.*** (în partea dreapta-sus a ecranului a fost afișat textul: *SUPRAMAX articulații*).

Bărbat: *Ai dreptate. Am plecat la altă farmacie.*

Voce din off: *Supramax Articulații este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.*

Simultan cu vocea din off, pe copertă neutră, în partea centrală a ecranului, a fost titrat textul: **SUPRAMAX articulații este de neînlocuit!** De asemenea, în partea stângă a ecranului, a fost prezentată cutia produsului *Supramax Articulații*, alături de următoarele mențiuni:

- **restaurează cartilajul;**
- **întărește articulațiile;**
- **benefic în afecțiunile reumatice.**

Avertizarea scrisă: *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul* a fost prezentată la sfârșitul spotului publicitar, în partea dreapta-jos a ecranului, static și lizibil, pentru o durată 4 secunde (rep. 00:26-00:30).”

„Varianta 2 - 30 secunde - Descriere spot publicitar:

Spotul publicitar a prezentat un dialog dintre soacră și ginerele său.

Soacra: *Te-ai întors așa repede?*

Bărbat: *Da, mama soacră, am venit.*

Soacra: *Ai luat Supramax Articulații?*

Bărbat: *Nu, nu mai aveau Supramax Articulații. Mi-au dat altceva.*

Soacra: *De ce?*

Soacra (voce din off): **Supramax Articulații conține cea mai mare doză de colagen bioactiv cu eficiență dovedită științific.** În concordanță cu afirmațiile făcute din off, prin intermediul simulării grafice, a fost prezentat modul de acționare a produsului la nivelul articulației, alături de mențiunea titrată pe ecran: *10 g colagen bioactiv.* În partea dreapta-sus a ecranului a fost afișat textul: *SUPRAMAX articulații*.

Bărbat: *Ai dreptate. Am plecat la altă farmacie.*

Voce din off: *Supramax Articulații este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.*

Simultan cu vocea din off, pe copertă neutră, a fost prezentată cutia produsului *Supramax Articulații*, alături de următoarele mențiuni: **Întinereste-ți mobilitatea!** (în partea de sus a ecranului); *Acesta este un*

supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul (în partea dreapta-jos a ecranului). Avertizarea scrisă: Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul a fost prezentată static și lizibil, pentru o durată de aproximativ 4 secunde (rep. 00:26-00:30).”

Analizând și vizionând spotul “Supramax Articulații”, membrii Consiliului au constatat că acesta a fost difuzat cu încălcarea prevederilor articolelor 93 și 120 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

Potrivit dispozițiilor invocate:

- art. 93: Comunicările comerciale audiovizuale trebuie să respecte, indiferent de formă și de durată, principiile de protecție a minorului, de informare corectă a publicului, de respectare a demnității umane, de asigurare a unei concurențe loiale.

- art. 120 alin. (1): Sub rezerva derogărilor prevăzute de legislația comunitară și națională aplicabile apelor minerale naturale și produselor alimentare destinate unei alimentații speciale, informațiile referitoare la produsele alimentare nu trebuie să atribuie unui produs alimentar proprietăți de prevenire, de tratament și de vindecare a unei boli umane și nu trebuie să evoce astfel de proprietăți.

În raport de normele legale invocate și de conținutul spotului “Supramax Articulații”, membrii Consiliului au constatat că acesta nu asigură o informare corectă a publicului. Astfel, spotul conține afirmația potrivit căreia “Supramax Articulații conține cea mai mare doză de collagen bioactiv cu eficiență dovedită științific”, în susținerea căreia nu au fost prezentate date certe sau studii care să confirme ipoteza enunțată în spot. În aceste condiții, membrii Consiliului au constatat că neindicarea în spot a unor date care să ateste veridicitatea informației prezentate a fost de natură să inducă în eroare publicul, fiindu-i prejudiciat dreptul la informare corectă, astfel cum se prevede imperativ la art. 93 din Codul audiovizualului.

În același sens, în punctul de vedere exprimat de Consiliul Român pentru Publicitate (RAC), înregistrat la CNA sub nr. 8427/02.11.2016, se menționează: “La momentul primirii prezentei solicitări de punct de vedere și a analizei mesajului “Supramax Articulații conține cea mai mare cantitate de collagen”, acesta nu mai poate fi susținut cu documente de substanțiere, situație în care această entitate a constatat că sunt încălcate prevederile art. 5.1 din Codul RAC, care dispun: “Anunțătorul trebuie să fie în măsură să probeze veridicitatea datelor, descrierilor, afirmațiilor, ilustrărilor și testimonialelor folosite în publicitate. Probele trebuie să fie actuale, relevante și documentate.”

De asemenea, membrii Consiliului au mai constatat că afirmația conținută în spot induce mesajul în sensul căruia produsul promovat ar avea proprietăți de tratare și vindecare a articulațiilor, fapt ce contravine art. 120 alin. (1) din Codul audiovizualului. Potrivit normei citate, informațiile referitoare la produsele alimentare nu trebuie să atribuie unui produs alimentar proprietăți de prevenire, de tratament și de vindecare a unei boli umane și nu trebuie să evoce astfel de proprietăți.

Conform art. 2 lit. a) din Directiva 2002/46/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI/10 iunie 2002, prin “suplimente alimentare” se înțeleg “produsele alimentare” al căror scop este de a suplimenta regimul alimentar și care reprezintă surse concentrate de nutrienți sau alte substanțe cu efect nutritiv sau fiziologic, singure sau în combinație, comercializate sub formă de doză, respectiv în forme de prezentare cum ar fi capsulele, pastilele, comprimatele, pilulele sau alte forme similare, sașete cu pulbere, fiole de lichid, flacoane cu picător și alte forme similare de lichide și prafuri destinate să fie luate în mici cantități unitare măsurate.

Or, produsul “Supramax Articulații”, promovat prin spotul analizat, face parte din categoria suplimentelor alimentare, conform mențiunii din finalul acestuia (Avertizarea scrisă: *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul*), categorie care intră sub incidența reglementărilor invocate din domeniul audiovizualului în materie de publicitate.

Față de toate aceste aspecte, membrii Consiliului au constatat că o astfel de promovare este de natură să inducă în eroare publicul cu privire la corectitudinea informațiilor prezentate în spot, fapt de natură a prejudicia interesele publicului, în calitate de consumator.

Or, principiile de informare corectă a publicului și de asigurare a unei concurențe loiale trebuie să guverneze orice comunicare comercială audiovizuală, în speță, publicitate și teleshopping. Consiliul consideră că numai respectarea prevederilor legale poate asigura o informare corectă și completă a publicului telespectator și o competiție loială între comercianții care își promovează produsele și serviciile pe posturile de televiziune.

Pentru aceste considerente, cu respectarea prevederilor art. 15 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, Consiliul Național al Audiovizualului dispune intrarea în legalitate în privința spotului publicitar, în sensul ca, în situația reluării difuzării lui, să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Întocmit, Serviciul juridic și reglementări

Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu