

Decizia nr. 136/20.03.2024

Întrunit în ședință publică în ziua de 20 martie 2024, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare în baza reclamației înregistrate sub nr. 2491/28.02.2024 cu privire la comunicarea comercială audiovizuală pentru suplimentul alimentar “*Jamieson*”, difuzat de posturile de televiziune.

Potrivit raportului de monitorizare analizat în ședința publică:

”CONSTATĂRI

JAMIESON B12, 100 ANI, GAMA - 20 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **26.02-03.03.2024**, posturile de televiziune *Antena 3 CNN*, *Antena Stars*, *Digi 24* au difuzat spotul menționat, cu durata de 20 de secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Antena 3 CNN* (de exemplu 27.02.2024, ora 22:59), *Antena Stars* (de exemplu 26.02.2024, ora 08:38), *Digi 24* (de exemplu 26.02.2024, ora 08:28).

Descriere spot publicitar:

Voce bărbat: *Pentru cei care sunt copleșiți de overtime-ul de la birou, nu au suficientă energie sau nu se pot trezi dimineața, specialiștii recomandă Jamieson, vitamina B12. Nivelul de energie a organismului crește, iar metabolismul funcționează în parametri optimi. **Alege cea mai bună variantă de Jamieson vitamina B12, pentru tine!** Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul sau informațiile de pe ambalaj.*

La începutul spotului, au fost difuzate, succesiv, imagini cu: o tânără care dormea, în fața calculatorului, având o hârtie (cu textul *OMg*) lipită pe frunte; un bărbat, care se chinuie să facă exerciții, cu o ganteră; un tânăr, care încearcă să se trezească. Apoi, în cadru a apărut un bărbat mai în vârstă, care vorbea despre produsul promovat.

La finalul spotului, pe ecran au fost prezente următoarele elemente:

- textul *100 YEARS OF WELLNESS* (în colțul din dreapta-sus al ecranului);
- sigla *Jamieson* (în partea din dreapta-sus a ecranului);
- imaginea a două recipiente distincte de *Jamieson B12*, în concentrații diferite (în partea din stânga a ecranului);
- textul ***Cea mai bună variantă de Vitamina B12!*** (în partea din dreapta-jos a ecranului);
- avertizarea *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.* (în partea din stânga-jos a ecranului, cu litere de dimensiuni foarte mici).

JAMIESON MAGNESIUM, 100 ANI, JOB - 10 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **26.02-03.03.2024**, posturile de televiziune *Antena 3 CNN*, *Digi 24* au difuzat spotul menționat, cu durata de 10 secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Antena 3 CNN* (de exemplu 01.03.2024, ora 20:54), *Digi 24* (de exemplu 26.02.2024, ora 12:39).

Descriere spot publicitar:

Voce bărbat: *Oh my God! Te simți epuizat? Nu mai faci față programului de la job? Jamieson îți recomandă magneziu, pentru reducerea oboselii și stresului.*

La începutul spotului, au fost difuzate, succesiv, imagini cu: o femeie, nemulțumită că bărbatul de lângă ea adormise, pe canapea, respectiv, cu o tânără care dormea, în fața calculatorului, având o hârtie (cu textul *OMg*) lipită pe frunte.

La finalul spotului, pe ecran au fost prezente următoarele elemente:

- textul *100 YEARS OF WELLNESS* (în colțul din dreapta-sus al ecranului);
- sigla *Jamieson* (în partea din dreapta-sus a ecranului);
- imaginea unui recipient de *Jamieson Magnesium* (în partea din stânga a ecranului);
- textul **Cea mai bună variantă de Magneziu!** (în partea din dreapta-jos a ecranului);
- avertizarea *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.* (în partea din stânga-jos a ecranului, cu litere de dimensiuni foarte mici).

JAMIESON MELATONIN, 100 ANI, GAMA - 20 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **26.02-01.03.2024**, postul de televiziune *Digi 24* a difuzat spotul menționat, cu durata de 20 de secunde, în grupaje de publicitate.

Exemplu de difuzare: *Digi 24* (de exemplu 26.02.2024, ora 17:56).

Descriere spot publicitar:

Voce bărbat: *Dificultăți în a adormi? Noaptea te găsește numărând oi, cu ochii în tavan? Lupta cu somnul nu mai este o problemă! Jamieson oferă melatonină, în concentrații diferite, masticabile și ușor de administrat. Alege cea mai bună variantă de Jamieson melatonină, pentru tine! Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul sau informațiile de pe ambalaj.*

La începutul spotului, au fost difuzate, succesiv, imagini cu: o femeie întinsă în pat, care încearcă să adoarmă, respectiv, un tânăr, care încearcă să se trezească. Apoi, în cadru a apărut un bărbat mai în vârstă, care vorbea despre produsul promovat.

La finalul spotului, pe ecran au fost prezente următoarele elemente:

- textul *100 YEARS OF WELLNESS* (în colțul din dreapta-sus al ecranului);
- sigla *Jamieson* (în partea din dreapta-sus a ecranului);
- imaginea a două recipiente distincte de *Jamieson Melatonin*, în concentrații diferite (în partea din stânga a ecranului);
- textul **Cea mai bună variantă de Melatonină!** (în partea din dreapta-jos a ecranului);
- avertizarea *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.* (în partea din stânga-jos a ecranului, cu litere de dimensiuni foarte mici).

JAMIESON MELATONIN, 100 ANI, GAMA - 10 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **26.02-03.03.2024**, posturile de televiziune *Antena 3 CNN*, *Antena Stars*, *Digi 24* au difuzat spotul menționat, cu durata de 10 secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Antena 3 CNN* (de exemplu 26.02.2024, ora 13:33), *Antena Stars* (de exemplu 26.02.2024, ora 09:40), *Digi 24* (de exemplu 26.02.2024, ora 16:28).

Descriere spot publicitar:

Voce bărbat: *Dificultăți în a adormi? Lupta cu somnul nu mai este o problemă! Jamieson oferă melatonină, în concentrații diferite, masticabile și ușor de administrat. Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul sau informațiile de pe ambalaj.*

La începutul spotului, au fost difuzate imagini cu o femeie întinsă în pat, care încearcă să adoarmă. Apoi, în cadru a apărut un bărbat mai în vârstă, care vorbea despre produsul promovat.

La finalul spotului, pe ecran au fost prezente următoarele elemente:

- textul *100 YEARS OF WELLNESS* (în colțul din dreapta-sus al ecranului);
- sigla *Jamieson* (în partea din dreapta-sus a ecranului);
- imaginea a două recipiente distincte de *Jamieson Melatonin*, în concentrații diferite (în partea din stânga a ecranului);
- textul **Cea mai bună variantă de Melatonină!** (în partea din dreapta-jos a ecranului);
- avertizarea *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.* (în partea din stânga-jos a ecranului, cu litere de dimensiuni foarte mici)."

Potrivit sintezei raportului de monitorizare, în perioada monitorizată, 26.02-03.03.2024, au fost difuzate patru spoturi pentru *JAMIESON*, iar referitor la aspectele indicate de petent, au fost identificate următoarele afirmații:

Voce bărbat: **Alege cea mai bună variantă de Jamieson vitamina B12, pentru tine!** (spotul *JAMIESON B12, 100 ANI, GAMA - 20 SEC*);

Voce bărbat: **Alege cea mai bună variantă de Jamieson melatonină, pentru tine!** (spotul *JAMIESON MELATONIN, 100 ANI, GAMA - 20 SEC*).

De asemenea, pe ecran au fost afișate următoarele texte:

- **Cea mai bună variantă de Vitamina B12!** (spotul *JAMIESON B12, 100 ANI, GAMA - 20 SEC*);
- **Cea mai bună variantă de Magneziu!** (spotul *JAMIESON MAGNESIUM, 100 ANI, JOB - 10 SEC*);
- **Cea mai bună variantă de Melatonină!** (spoturile *JAMIESON MELATONIN, 100 ANI, GAMA - 20 SEC* și *JAMIESON MELATONIN, 100 ANI, GAMA - 10 SEC*).

În urma vizionării înregistrărilor, după analizarea raportului de monitorizare, în cadrul discuțiilor din ședința publică membrii Consiliului au constatat, referitor la conținutul comunicărilor comerciale audiovizuale ce au făcut obiectul controlului, că acestea nu respectă prevederile art. 93 alin. (1) și 94 din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului), în sensul în care nu asigură o informare corectă a publicului consumator.

Potrivit dispozițiilor invocate:

Art. 93 - (1) 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 și să nu utilizeze practici comerciale incorecte, înșelătoare sau agresive, așa cum ele sunt definite de Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 94 - În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin asigurarea următoarelor măsuri:

- a) să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext; dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție;
- b) să fie redată la viteză normală de citire.

Cu referire la încălcarea prevederilor art. 94 Consiliul a constatat, așa cum rezultă și din raportul de monitorizare, că avertizarea *"Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj"*, afișată în partea din stânga-jos a ecranului, cu litere de dimensiuni foarte mici, nu face posibilă o percepție clară a acesteia, așa cum obligă prevederile art. 94 din Codul audiovizualului.

Potrivit punctului de vedere exprimat în analiza realizată de Consiliul Român pentru Publicitate referitor la comunicarea comercială pentru suplimentul alimentar *"Jamieson"*, în

spoturi, prin utilizarea îndemnului la superlativ "*Alege cea mai bună variantă de ...*" din nota de pe ecran se înțelege faptul că produsele Jamieson au caracteristici care le fac superioare altora asemănătoare de pe piață, situație de natură să contravină prevederilor din Codul RAC.

De asemenea, în cadrul dezbaterilor, membrii Consiliului au constatat că, în comunicările comerciale "*Jamieson*", suplimentul alimentar este prezentat ca fiind "**cea mai bună variantă de Vitamina B12, de Magneziu, de Melatonină**", însă, în conținutul comunicărilor comerciale nu sunt arătate și indicate publicului informații care să susțină și să verifice superioritatea produsului, respectiv, cum se argumentează această afirmație, situație de natură să contravină principiului informării corecte a publicului, principiu a cărui respectare este impusă de dispozițiile 93 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

Pentru aceste considerente, cu respectarea prevederilor art. 15 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, Consiliul Național al Audiovizualului a decis intrarea în legalitate în privința comunicărilor comerciale pentru suplimentul alimentar "*Jamieson*" ce au făcut obiectul analizei, în sensul ca acestea să fie difuzate cu respectarea normelor privind comunicările comerciale audiovizuale impuse de legislația din domeniu.

PREȘEDINTE,

MARIA MONICA GUBERNAT

Serviciul Juridic,
Reglementări și Relații Europene
Șef serviciu, Dumitru Ciobanu