

Decizia nr. 20 din 15.01.2025

Întrunit în ședință publică în ziua de 15 ianuarie 2025, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizării nr. 11666/17.10.2024, cu privire la spotul „Regina Maria”, difuzat în 3 variante, de posturile de radio, în data de 15.10.2024, precum și adresa emisă de Consiliul Român pentru Publicitate (RAC), înregistrată la CNA sub nr. 11666/19.12.2024, cu privire la această comunicare comercială audiovizuală.

Potrivit raportului, s-au monitorizat programele posturilor de radio Digi FM, Europa FM, din data de 15.10.2024 (în intervalul orar 07:00 - 10:00). Postul de radio Europa FM a difuzat spoturile publicitare, variantele 2 și 3, pentru „Regina Maria”, iar postul de radio Digi FM a difuzat spoturile publicitare, variantele 1 și 2, pentru „Regina Maria”, conform exemplelor de difuzare.

Redăm din raportul de monitorizare descrierea spotului, în variantele difuzate:

- Spotul publicitar „Regina Maria”, varianta 1

10.15.2024-R11666-spot Regina Maria-var.1-Digi FM

[00:00:01] **Horia Sârghi:**

Sunt Horia Sârghi și știu ceva? Am nevoie chiar și de 137 de păreri ca să-mi fac o părere. Atâtea surse am folosit pentru un singur video de pe canalul Zaiafet. Nu aș arăta ceva neverificat celor 800 de mii de abonați, așa că mă aflu în studii și articole de specialitate până aflu ce vreau.

[00:00:17] **Voce bărbat:** *Tu de câte păreri ai nevoie ca să-ți faci o părere? La „Regina Maria” am strâns recenzii la peste 800 de mii de pacienți, ca tu să ai încredere că alegi cel mai bun medic. „Regina Maria”, e multă putere într-o părere.*

Exemplu de difuzare:

- DIGI FM, în data de 15.10.2024, la ora 07:25.

- Spotul publicitar Regina Maria, varianta 2

10.15.2024-R11666-spot Regina Maria-var.2-Digi FM

[00:00:00] **Maria Popistașu:** *Sunt Maria Popistașu și în aprecierea unui proiect artistic personal, prețuiesc părerile a trei grupuri de oameni. Sunt cei la care țin și care înțeleg ce-mi doresc, apoi observatorii avizați și artiștii pe care-i admir. Când se suprapun aprecierile lor, atunci apare validarea.*

[00:00:15] **Voce bărbat:** *Tu de câte păreri ai nevoie ca să-ți faci o părere? La „Regina Maria” am strâns recenzii la peste 800 de mii de pacienți ca tu să ai încredere că alegi cel mai bun medic. „Regina Maria”, e multă putere într-o părere.*

Exemple de difuzare:

- DIGI FM, , în data de 15.10.2024, la ora 08:29:23;

- Europa FM, în data de 15.10.2024, la ora 08:38:10.

- Spotul publicitar Regina Maria, varianta 3

10.15.2024-R11666-spot Regina Maria-var.3-Europa FM

00:00:00 **Melania Medeleanu:** *Sunt Melania Medeleanu și am nevoie de zeci de păreri când mă implic într-un proiect social. În cel dedicat copiilor cu adicții, de exemplu. Vorbesc atât cu ei, cât și cu părinții lor sau cu specialiștii. Părerile lor mă ajută să aleg cea mai potrivită cale de a-i sprijini.*

00:00:16 **Voce bărbat:** *Tu de câte păreri ai nevoie ca să-ți faci o părere? La „Regina Maria” am strâns recenzii la peste 800 de mii de pacienți ca tu să ai încredere că alegi cel mai bun medic. Regina Maria. E multă putere într-o părere.*

Exemplu de difuzare:

- Europa FM, în data de 15.10.2024, la ora 07:17:34.

Analizând și audiind spotul „Regina Maria”, transmis în trei variante, pe posturile de radio, în data de 15.10.2024, membrii Consiliului au constatat că acestea au fost difuzate cu încălcarea prevederilor art. 93 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

Potrivit acestor dispoziții, 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.

Membrii Consiliului au constatat că cele trei variante ale spotului analizat conțin următoarea afirmație: *La „Regina Maria” am strâns recenzii a peste 800 de mii de pacienți, ca tu să ai încredere că alegi cel mai bun medic. „Regina Maria”*. Consiliul consideră că prin această afirmație dreptul publicului la informare corectă a fost prejudiciat, deoarece induce mesajul că încrederea telespectatorilor, ca posibili viitori pacienți, în alegerea Clinicii Regina Maria și, implicit, a celui mai bun medic, are ca suport recenzii a peste 800.000 de pacienți care au apelat la serviciile medicale ale acestei clinici. Astfel, pe de o parte, Consiliul consideră că invocarea numărului mare de recenzii nu poate constitui un criteriu relevant și nu este de natură a valida performanța de „cel mai bun medic”, în cadrul clinicii Regina Maria. Pe de altă parte, trebuie avută în vedere și posibilitatea ca aceiași medici care profesează în clinica medicală privată promovată să activeze și în alte clinici sau spitalele publice. Astfel încât, din aceste perspective, Consiliul a conchis că folosirea în spot la modul superlativ a expresiei „cel mai bun medic” poate fi una derutantă, echivocă pentru consumatori în privința opțiunii de a alege serviciile medicale în cunoștință de cauză.

De asemenea, sub acest aspect, analizând această comunicare comercială audiovizuală, și RAC a constatat că sintagma „cel mai bun medic” are la bază recenzii ale pacienților, iar studiile de percepție bazate pe experiența proprie a consumatorilor nu sunt în măsură să susțină utilizarea acestui superlativ utilizat în spot, fapt ce încalcă art. 2 lit. a) din Codul RAC, recomandându-se revizuirea și eliminarea acestor deficiențe.

În consecință, în calitate de garant al interesului public, Consiliul a concluzionat că spotul analizat, difuzat în cele trei variante, nu respectă principiul de informare corectă a publicului, ce trebuie să guverneze orice comunicare comercială audiovizuală, reținând încălcarea dispozițiilor art. 93 alin. (1) din 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 dispune intrarea în legalitate în privința spotului analizat, respectiv „Regina Maria”, difuzat în trei variante, în sensul ca acesta să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

VICEPREȘEDINTE,

VALENTIN ALEXANDRU JUCAN

Serviciul juridic, reglementări
și relații europene,
Șef serviciu Dumitru Ciobanu