

Decizia nr. 526/03.06.2025

Întrunit în ședință publică în ziua de 03 iunie 2025, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare în baza sesizării înregistrate sub nr. 2105/03.02.2025 cu privire la comunicarea comercială audiovizuală pentru suplimentul alimentar “ **Tibanol**”, difuzat de posturile de televiziune.

Potrivit raportului de monitorizare privind difuzarea la posturile de televiziune a spotului analizat în ședința publică:

TIBANOL, SPITAL, CATENA - 30 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **03-09.02.2025**, posturile de televiziune *România TV, Antena 1, Antena 3 CNN, Antena Stars, Happy Channel, Kanal D* au difuzat spotul menționat, cu durata de 30 de secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *România TV* (de exemplu 03.02.2025, ora 08:31), *Antena 1* (de exemplu 03.02.2025, ora 07:47), *Antena 3 CNN* (de exemplu 03.02.2025, ora 06:53), *Antena Stars* (de exemplu 03.02.2025, ora 06:44), *Happy Channel* (de exemplu 03.02.2025, ora 07:46), *Kanal D* (de exemplu 03.02.2025, ora 09:56).

Descriere spot publicitar:

Voce off: *Ți-e frică doar când te gândești la asta! Îți vrei viața normală înapoi. Nu-ți distruge sănătatea, bucură-te de ea! Pentru că există, deja, Tibanol. Formula sa revoluționară contribuie pentru o apărare solidă a organismului. Golurile sunt umplute rapid, iar puterile de apărare, activate. Contraatacul este precis și inamicii sunt înlăturați, iar tu te bucuri de o sănătate excelentă, pe tot parcursul anului. Tibanol – protecție cu acoperire completă. Disponibil în farmaciile Catena. Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.*

La începutul spotului, a fost prezentat **un bărbat, întins pe un pat de spital**, lângă el aflându-se o femeie. Apoi, bărbatul a apărut întins pe canapea, arătându-i femeii telefonul, în timp ce ambii râdeau. Imaginea a revenit asupra ipostazei cu bărbatul bolnav, acesta luând un pahar în care erau mai multe capsule. În cealaltă ipostază, bărbatul a luat o ceașcă, în care era un lichid închis la culoare.

Prin intermediul unei animații, a apărut o reprezentare a corpului unui bărbat, în jurul căruia i-a format o sferă, care a respins mai multe reprezentări de mari dimensiuni ale unor virusuri, care au fost, mai apoi, distruse.

Pe toată durata difuzării imaginilor, în colțul din stânga-sus al ecranului a fost afișată sigla *Tibanol*.

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

- sigla *Tibanol* (în colțul din stânga-sus al ecranului);
- adresa site-ului *tibanol.com* (în colțul din dreapta-sus al ecranului);
- textul **PROTECȚIE CU ACOPERIRE COMPLETĂ** (în partea din stânga a ecranului);
- imaginea unei cutii a produsului promovat, alături de o reprezentare de mari dimensiuni a unei capsule (în partea din dreapta a ecranului);

•textul *DISPONIBIL ÎN FARMACIILE CATENA*. și avertizarea *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul*. (în partea de jos a ecranului).

În urma vizionării unor secvențe din înregistrare, după analizarea raportului de monitorizare, în cadrul discuțiilor din ședința publică membrii Consiliului au constatat, referitor la conținutul comunicării comerciale audiovizuale ce a făcut obiectul controlului, că aceasta încalcă prevederile art. 93 alin. (1), 120 alin. (2) și (3) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

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. 120 -(2) În publicitatea și teleshoppingul la suplimente alimentare, informațiile de prezentare a produselor pot conține exclusiv datele din eticheta, cutia, flaconul și/sau prospectul produsului, care au fost, după caz, avizate de către institutele naționale de sănătate publică din subordinea Ministerului Sănătății sau notificate de către Institutul de Bioresurse Alimentare, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1.924/2006

(3) Nu se vor atribui alimentelor proprietăți pe care acestea nu le posedă.

Astfel, având în vedere că produsul "Tibanol" este prezentat ca unul care prin *"...formula sa revoluționară contribuie pentru o apărare solidă a organismului. Golurile sunt umplute rapid, iar puterile de apărare, activate. Contraatac este precis și inamicii sunt înlăturați, iar tu te bucuri de o sănătate excelentă, pe tot parcursul anului. Tibanol – protecție cu acoperire completă. Disponibil în farmaciile Catena. "* Prin intermediul unei animații, a apărut o reprezentare a corpului unui bărbat, în jurul căruia i-a format o sferă, care a respins mai multe reprezentări de mari dimensiuni ale unor virusuri, care au fost, mai apoi, distruse.

Pe toată durata difuzării imaginilor, în colțul din stânga-sus al ecranului a fost afișată sigla Tibanol, membrii Consiliului au constatat că această prezentare nu respectă prevederile **art. 93 alin. (1), art. 120 alin. (2) și (3) din Decizia nr. 220/2011** privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare.

În esență, membrii Consiliului au constatat că această prezentare nu respectă principiul informării corecte a publicului, deoarece comunicarea este în măsură să **exagereze beneficiile ingredientelor sale**, vegetale biologic active, ale vitaminelor și mineralelor asupra imunității, beneficia atribuite produsului și nu ingredientelor sale așa cum se menționează în prospect și cum este recomandat prin Regulamentele europene. Din constatările Consiliului Român pentru Publicitate, subliniem faptul că: "...comunicarea este în măsură să exagereze aceste beneficia, vorbind despre o apărare solidă a organismului, un contraatac precis, inamici înlăturați, în situația în care vorbim despre un supliment alimentar ce conține ingredient cu rol de a sprijini protecția imunitară, conform prospectului și ambalajului acestui produs."

Așadar, Consiliul constată și faptul că nu a fost respectat nici principiul conform căruia, informațiile de prezentare a produselor pot conține exclusiv datele din eticheta, cutia, flaconul și/sau prospectul produsului, care au fost, după caz, avizate de către

institutele naționale de sănătate publică din subordinea Ministerului Sănătății sau notificate de către Institutul de Bioresurse Alimentare, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1.924/2006.

La finalul spotului, pe ecran , în partea din stânga a ecranului ,a fost prezentat următorul text: **PROTECȚIE CU ACOPERIRE COMPLETĂ** , atribuindu-i suplimentului alimentar proprietăți pe care acesta nu le posedă.

Comitetul etic a decis de altfel, că se încalcă și prevederile Codului de Practică în Comunicarea Comercială elaborate de RAC, respective art. 1.3 lit. a) și art. B.7 din Anexa PRISA la Codul RAC, recomandând revizuirea comunicării în cauză pentru produsul Tibanol și eliminarea deficiențelor constatate.

În ceea ce privește reglementarea, la nivel național, a suplimentelor alimentare, Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, care transpune art. 1 alin. (1), art. 2, art. 6, art. 7, art. 10, art. 12 alin. (1), art. 15 din Directiva 2002/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului referitoare la apropierea legislațiilor statelor membre privind suplimentele alimentare, astfel cum a fost modificată prin Directiva Comisiei 2006/37/CE, instituie că ***suplimentele alimentare sunt produse alimentare al căror scop este de a completa regimul alimentar și care reprezintă surse concentrate de nutrienți sau alte substanțe cu efect nutrițional sau fiziologic, singure sau în combinație, comercializate sub formă de doză, respectiv în forme de prezentare cum ar fi capsule, comprimate, pilule sau alte forme similare, casete cu pulbere, fiole de lichid, flacoane cu picurător și alte forme similare de lichide și pulberi destinate să fie luate în cantități mici, unitare, măsurate.*** Mai mult, mențiunile referitoare la sănătate sunt acceptate în promovarea suplimentelor alimentare dacă respectă prevederile Regulamentului (CE) nr. 1924/2006, Regulamentului (CE) nr. 432/2012, Regulamentului (CE) nr. 563/2013 și ale altor Regulamente ale Comisiei Europene de modificare a Regulamentului (CE) nr. 432/2012 de stabilire a unei liste de mențiuni de sănătate permise. Coroborând aceste dispoziții legale rezultă că suplimentele alimentare sunt asimilate produselor alimentare cu rol de suplimentare a regimului alimentar.

Normele europene invocate stabilesc că, „mențiune de sănătate” înseamnă orice mențiune care declară, sugerează sau implică că există o relație între o categorie de produse alimentare, un produs alimentar sau unul din constituenții săi și sănătate.

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 comunicărilor comerciale pentru suplimentul alimentar ”Tibanol” ce a făcut obiectul analizei, în sensul ca acestea să fie difuzate cu respectarea normelor privind comunicările comerciale audiovizuale impuse de legislația din domeniul audiovizualului.

VICEPREȘEDINTE,

VALENTIN-ALEXANDRU JUCAN

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