

## Decizia nr. 679 din 19.11.2024

Întrunit în ședință publică în ziua de 19 noiembrie 2024, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare în baza sesizării nr. 10271/13.09.2024, cu privire la spotul publicitar pentru produsul **"URIMIL FORTE MAX"**, difuzat de posturile de televiziune *Antena 1, Acasă, Antena 3 CNN, Antena Stars, B1 TV, Digi 24, DigiSport 2, Favorit TV, Happy Channel, Kanal D, Kanal D2, Național TV, Prima News, Prima TV, Pro TV, Realitatea Plus, România TV, TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Info* în perioada monitorizată - 09-15.09.2024.

Potrivit raportului de monitorizare, au fost efectuate următoarele CONSTATĂRI:

„Conform datelor puse la dispoziție de Kantar Media, în perioada 09-15.09.2024, posturile de televiziune *Antena 1, Acasă, Antena 3 CNN, Antena Stars, B1 TV, Digi 24, DigiSport 2, Favorit TV, Happy Channel, Kanal D, Kanal D2, Național TV, Prima News, Prima TV, Pro TV, Realitatea Plus, România TV, TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Info* au difuzat spotul menționat, cu durata de 25 de secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Antena 1* (de exemplu 13.09.2024, ora 12:44), *Acasă* (de exemplu 09.09.2024, ora 16:15), *Antena 3 CNN* (de exemplu 09.09.2024, ora 11:54), *Antena Stars* (de exemplu 09.09.2024, ora 10:43), *B1 TV* (de exemplu 09.09.2024, ora 13:47), *Digi 24* (de exemplu 09.09.2024, ora 08:53), *DigiSport 2* (de exemplu 09.09.2024, ora 10:42), *Favorit TV* (de exemplu 09.09.2024, ora 06:56), *Happy Channel* (de exemplu 09.09.2024, ora 09:58), *Kanal D* (de exemplu 09.09.2024, ora 17:42), *Kanal D2* (de exemplu 09.09.2024, ora 17:26), *Național TV* (de exemplu 09.09.2024, ora 07:44), *Prima News* (de exemplu 09.09.2024, ora 12:50), *Prima TV* (de exemplu 09.09.2024, ora 06:28), *Pro TV* (de exemplu 09.09.2024, ora 06:52), *Realitatea Plus* (de exemplu 09.09.2024, ora 10:47), *România TV* (de exemplu 13.09.2024, ora 16:41), *TVR 1* (de exemplu 09.09.2024, ora 09:41), *TVR 2* (de exemplu 09.09.2024, ora 13:00), *TVR 3* (de exemplu 09.09.2024, ora 08:53), *TVR Info* (de exemplu 09.09.2024, ora 12:58).

**Descriere spot publicitar:**

Voce off: *Problemele cu sistemul nervos periferic pot apărea, sub diferite forme: durere la nivelul mijlocului, dureri de spate, senzație de amorțeală sau furnicături, la nivelul mâinilor și picioarelor. Poți lua Urimil Forte Max, cu ingrediente ce contribuie la funcționarea normală a nervilor periferici. Urimil Forte Max conține cea mai mare concentrație de uridină, citidină, magneziu și vitamine. Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție informațiile de pe ambalaj. Grijă maximă, cu Urimil Forte Max, de la Naturpharma!*

La începutul spotului, a fost prezentat un bărbat, care ducea mâna la spate, în timp ce avea o grimasă și scotea un sunet de durere, înainte de a se așeza pe o canapea. Apoi, ecranul a fost partajat, fiind difuzate cadre cu același bărbat, în timp ce i se făcea un masaj, în zona umerilor, respectiv, în timp ce își ducea mâna în zona cefei. Ulterior, în imagini a apărut o femeie, întinsă, în pat, schimbându-și poziția, în timp ce scotea un sunet de durere; cu o persoană care își masa degetele de la mână, respectiv, cu picioarele unei persoane, dezvelite, de la nivelul gleznelor în jos, în timp ce își mișca degetele. Pe durata difuzării imaginilor menționate, în colțul din stânga-jos al ecranului a fost afișat textul *\*dramatizare*.

Mai apoi, în imagini a apărut o femeie, care îi oferea bărbatului prezentat anterior un pahar cu un lichid incolor (după ce bărbatul introdusese, anterior, ceva, în cavitatea bucală). În partea din dreapta-jos a ecranului, a apărut imaginea unei cutii a produsului promovat.

Apoi, imaginea cutiei produsului promovat a rămas în partea din dreapta a ecranului, iar în partea din stânga, a fost afișat textul **9 INGREDIENTE ACTIVE**, care a fost, apoi, înlocuit cu următoarele texte:

- + *Uridină monofosfat*
- + *Citidină*
- + *Acid folic*
- + *Vitamina D contribuie la menținerea funcției musculare normale*
- + *Vitaminele B1, B3, B6, B12 contribuie la funcționarea normală a sistemului nervos*
- + *Magneziu contribuie la funcționarea normală a sistemului nervos și a sistemului muscular.*

În partea de jos a ecranului, a fost afișată mențiunea *\*În comparație cu Urimil Forte, Urimil Plus, Urimil Glyco și Urimil.*

La finalul spotului, bărbatul a fost prezentat, alături de femeie, în timp ce zâmbeau. În partea de jos a ecranului, au fost afișate textul *Grijă maximă cu Urimil Forte Max!*, mențiunea *\*\*din gama Urimil și* **avertizarea Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.** În partea din dreapta a ecranului, au fost afișate sigla **URIMIL FORTE MAX** (în colțul de sus), precum și textul *de la*, urmat de sigla *naturpharma* (în colțul de jos)."

Astfel, după analizarea raportului de monitorizare al cărui conținut este redat mai sus, în urma audierii și a vizionării înregistrărilor cu privire la spotul publicitar pentru produsul care reprezintă un supliment alimentar cu denumirea "Urimil Forte Max", difuzat de posturile de televiziune *Antena 1, Acasă, Antena 3 CNN, Antena Stars, B1 TV, Digi 24, DigiSport 2, Favorit TV, Happy Channel, Kanal D, Kanal D2, Național TV, Prima News, Prima TV, Pro TV, Realitatea Plus, România TV, TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Info* în perioada monitorizată 09-15.09.2024., membrii Consiliului au constatat că *acesta încalcă dispozițiile art. 94 din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual (Codul Audiovizualului), cu modificările și completările ulterioare, potrivit cărora: "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.."*

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, cașete 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. Din punctul de vedere al Consiliului Român pentru Publicitate (RAC) nr. 601/04.10.2024, înregistrat la CNA cu nr. 10271PDVP/07.10.2024 și din mențiunile cuprinse în descrierea spotului publicitar, reiese că produsul "Urimil Forte Max" face parte din categoria suplimentelor alimentare. (**Voce din off:** *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție*

informațiile de pe ambalaj. Grijă maximă, cu Urimil Forte Max, de la Naturpharma / La finalul spotului, (...) În partea de jos a ecranului, au fost afișate textul Grijă maximă cu Urimil Forte Max!, **mențiunea** \*\*din gama Urimil și avertizarea Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul/informațiile de pe ambalaj.)

Ținând seama de definiția dată suplimentelor alimentare, potrivit prevederilor normative invocate și, prin raportare la conținutul spotului publicitar prin care este promovat produsul **"Urimil Forte Max"**, potrivit raportului de monitorizare, membrii Consiliului au constatat că informațiile, afirmațiile și imaginile cuprinse în spotul publicitar analizat sunt de natură să sugereze publicului informații incorecte referitoare la acesta. Astfel, datorită afirmației făcută din off **"Urimil Forte Max conține cea mai mare concentrație de uridină, citidină, magneziu și vitamine"** și a textului afișat în partea de jos a ecranului **"În comparație cu Urimil Forte, Urimil Plus, Urimil Glyco și Urimil"**, informația nu este clar percepută de public, întrucât mesajul sonor comunică faptul că suplimentul alimentar **Urimil Forte Max conține cea mai mare concentrație de uridină, citidină, magneziu și vitamine**, percepția publicului fiind aceea că produsul are cea mai mare concentrație a substanțelor precizate în raport cu celelalte suplimente alimentare existente pe piață, în timp ce mesajul text afișat arată că, de fapt, concentrația substanțelor respective este cea mai mare în comparație cu alte produse ale aceleiași companii (Naturpharma), respectiv Urimil Forte, Urimil Plus, Urimil Glyco și Urimil.

De asemenea, având în vedere reglementarea instituită la art. 94 din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual (Codul Audiovizualului), potrivit căreia informația difuzată sub formă de videotext trebuie să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție și să fie redată la viteză normală de citire, pentru a fi în mod clar percepută de public, s-a constatat că afișarea și durata de citire a textului afișat pe ecran nu respectă aceste cerințe legale, în condițiile în care spotul menționat a avut o durată de 25 de secunde iar textul afișat cu asterisc pe ecran nu a fost redat suficient, astfel încât să poată fi citit la viteză normală de citire.

Prin urmare, raportul de monitorizare menționat a fost analizat în ședința Consiliului din data de 19.11.2024, constatându-se că spotul publicitar pentru **suplimentul alimentar "Urimil Forte Max"**, difuzat de posturile de televiziune *Antena 1, Acasă, Antena 3 CNN, Antena Stars, B1 TV, Digi 24, DigiSport 2, Favorit TV, Happy Channel, Kanal D, Kanal D2, Național TV, Prima News, Prima TV, Pro TV, Realitatea Plus, România TV, TVR 1, TVR 2, TVR 3, TVR Info* în perioada monitorizată 09-15.09.2024, nu respectă prevederile art. 94 din Codul audiovizualului și, prin urmare, s-a decis intrarea în legalitate în privința spotului publicitar prin care este promovat produsul "Urimil Forte Max",

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 prin care este promovat produsul **"Urimil Forte Max"**, în sensul ca difuzarea acestuia să respecte dispozițiile legale referitoare la informarea corectă a publicului cu privire la comunicările comerciale audiovizuale pentru suplimentele alimentare, impuse de art. 94 din Codul audiovizualului

**PREȘEDINTE,**

**MARIA MONICA GUBERNAT**

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