

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

ROMÂNIA
BUCUREȘTI

Bd. Libertății nr. 14
Sector 5, CP 050706
CF 4266189



Autoritate publică
autonomă

Tel.: +4 0213055356

Fax: +4 0213055354

cna@cna.ro

www.cna.ro

Decizia nr. 1010/07.11.2019

Întrunit în ședință publică în ziua de 7 noiembrie 2019, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare în baza reclamației înregistrate sub nr. 11133/21.10.2019 cu privire la spotul de promovare pentru produsul "**SIMPLIQ**", difuzat de posturile de televiziune.

Potrivit raportului de monitorizare referitor la difuzarea spotului, analizat în ședința publică:

"Varianta 1 - 30 de secunde"

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **14-20.10.2019**, posturile *Pro TV*, *Antena 1*, *Antena 3*, *B1 TV*, *Digi 24*, *DigiSport 1*, *N24 PLUS*, *Prima TV*, *Realitatea TV*, *România TV*, *TVR 1*, *TVR 2* au difuzat un spot pentru **Simpliq**, cu durata de 30 de secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *SIMPLIQ, SAMPON, BARBAT - 30 SEC*).

Exemple de difuzare a spotului menționat: *Pro TV* (de exemplu 14.10.2019, ora 20:12), *Antena 1* (de exemplu 14.10.2019, ora 12:48), *Antena 3* (de exemplu 14.10.2019, ora 07:27), *B1 TV* (de exemplu 14.10.2019, ora 06:31), *Digi 24* (de exemplu 14.10.2019, ora 02:30), *DigiSport 1* (de exemplu 14.10.2019, ora 07:15), *N24 PLUS* (de exemplu 14.10.2019, ora 02:10), *Prima TV* (de exemplu 14.10.2019, ora 23:25), *Realitatea TV* (de exemplu 14.10.2019, ora 04:59), *România TV* (de exemplu 14.10.2019, ora 02:31), *TVR 1* (de exemplu 14.10.2019, ora 06:50), *TVR 2* (de exemplu 14.10.2019, ora 10:58).

Descriere spot publicitar:

Voce off: *Câți ani are acest bărbat? Dar acum? Părul grizonat nu este sfârșitul lumii, dar trebuie să recunoașteți că vă îmbătrânește!*

Inițial, a fost prezentat un bărbat care ținea în mână o fotografie. Aceasta din urmă a înfățișat chipul unui bărbat cu părul cărunt. Ulterior, bărbatul a îndepărtat fotografia din dreptul chipului său, observându-se că acesta semăna cu cel din fotografie, deosebirea fiind dată doar de culoarea părului. Apoi, în plan apropiat a fost prezentată fotografia, observându-se încă o dată părul cărunt al celui fotografiat.

Voce off: *Fă o schimbare! Cumpără-ți șamponul Simpliq, în tub argintiu, din farmacie! **Simpliq, șampon anti-încărunțire, conține fitopigmenți care pătrund în structura părului și îi redau, treptat, culoarea naturală, închisă. Simpliq - este atât de eficient încât puteți vedea efectul după doar cinci utilizări.***

În următoarea imagine a apărut un bărbat filmat din zona umerilor până la solduri. Acesta era îmbrăcat în alb și stătea în spatele unui ghișeu. La un moment dat, a oferit altui bărbat o cutie inscripționată cu numele produsului promovat, asupra căruia a fost un stop-cadru timp de o secundă.

Ulterior, a fost înfățișat un bărbat, filmat de la umeri în sus, care își spăla părul. Apoi, în mod grafic, a fost redată acțiunea produsului. Din acest moment, pe ecran a apărut, în partea din stânga-sus, numele produsului.

În partea de jos a ecranului a fost scris, pentru o durată de aproximativ 5 secunde, textul: **Produsul SIMPLIQ NU este un colorant pentru păr. Efectul șamponului rezultă din conținutul complex de extracte naturale de plante bogate în fitopigmenți (care sunt precursorii melaninei), care, atunci când sunt utilizate în mod regulat, întunecă părul în mod gradat.** În partea din dreapta-jos a ecranului a fost scris *fitopigmenți*.

Spre finalul spotului, bărbatul prezentat inițial și-a trecut mâna prin păr. În partea de jos a ecranului a apărut textul: **Efectul așteptat al produsului poate fi influențat de factori precum: tipul și starea părului, caracteristicile individuale determinate genetic, stilul de viață și condițiile de mediu.**

Apoi, a așezat, pe o suprafață acoperită cu apă, un tub inscripționat cu numele produsului. În partea de jos a ecranului a fost adăugată o mențiune textului de mai sus: **pe baza studiului realizat cu utilizatorii șamponului, 60% dintre respondenți au declarat apariția efectului după a cincea utilizare.*

Bărbatul a mai apărut o dată în imagine. În partea dreaptă a ecranului a fost afișată cifra 5, înconjurată de două semicercuri. Alături, a fost scris: *efect după 5 utilizări.*

Voce off: **Schimbă-ți șamponul cu Simpliq și redă-i culoarea naturală părului tău!**

În final, în partea din stânga a ecranului a fost înfățișat un bărbat al cărui chip era format din două imagini alăturate (într-una dintre ele, acesta avea părul cărunt, în cealaltă, părul acestuia avea o culoare închisă). Apoi, bărbatul a înlăturat imaginea în care apărea cu părul cărunt. În partea centrală a ecranului a fost scris textul: **Schimbă-ți șamponul cu SIMPLIQ și redă-i culoarea naturală a părului tău!** În partea dreaptă a ecranului a apărut un tub inscripționat cu numele produsului, iar în partea de jos a fost scris *disponibil în farmacii, alături de sigla corespunzătoare.*

După analizarea raportului de monitorizare și vizionarea spotului de promovare a produsului **“SIMPLIQ”**, în cadrul discuțiilor din ședința publică, membrii Consiliului au constatat că difuzarea acestuia s-a făcut cu încălcarea prevederilor art. 93 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare, referitor la informarea corectă a publicului.

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.

Pentru a reține acest aspect, membrii Consiliului au avut în vedere faptul că, în cadrul spotului analizat, informațiile referitoare la eficacitatea produsului, care **“redă culoarea naturală a părului tău”**, acesta fiind prezentat ca **“Simpliq, șampon anti-încărunțire, conține fitopigmenți care pătrund în structura părului și îi redau, treptat, culoarea naturală, închisă. Simpliq - este atât de eficient încât puteți vedea efectul după doar cinci utilizări.”**, constituie enunțuri care garantează efectele utilizării produsului fără rezerve și sunt în contradicție cu informațiile prezentate ulterior sub formă de text, potrivit cărora: **“Efectul așteptat al produsului poate fi influențat de factori precum: tipul și starea părului, caracteristicile individuale determinate genetic, stilul de viață și condițiile de mediu.”**, **“*pe baza studiului realizat cu utilizatorii șamponului, 60% dintre respondenți au declarat apariția efectului după a cincea utilizare.”**

Or, în condițiile în care informațiile prezentate cu voce-off, sonor, sunt incomplete, acestea având prevalență în detrimentul celor prezentate doar sub formă de text, Consiliul a apreciat că, în forma analizată, comunicarea comercială nu asigură o informare corectă a publicului cu privire la caracteristicile și efectele reale ale produsului, fiind de natură să

afecteze percepția acestuia cu privire la produsul promovat, respectiv să influențeze comportamentul economic al publicului.

Totodată, după vizionarea comunicării comerciale, Consiliul a constatat și încălcarea dispozițiilor art. 94 din Codul audiovizualului, întrucât, textele conținând informații esențiale referitoare la caracterul, calitățile sau eficacitatea produsului sunt afișate pe o durată foarte scurtă, durată care nu permite publicului citirea și înțelegerea tuturor informațiilor prezentate.

Potrivit art. 94 din Decizia nr. 220/2011 privind codul de reglementare a conținutului audiovizual, 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;

De asemenea, după analizarea conținutului spotului **“SIMPLIQ”**, membrii Consiliului au constatat că acesta este de natură să încalce și prevederile art. 101 din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare.

Conform dispozițiilor art.101, invocat, este interzisă orice formă de promovare a unor produse sau a unor servicii care sugerează publicului ori îl instigă să renunțe la alte produse sau servicii similare ori asemănătoare identificabile.

Or, în condițiile în care comunicarea comercială conține, prin voce-off și titrat pe ecran, îndemnul explicit: **“Schimbă-ți șamponul cu Simpliq și redă-i culoarea naturală părului tău!”**, Consiliul a apreciat că materialul, în forma analizată, sugerează publicului ori îl instigă să renunțe la alte produse sau servicii similare ori asemănătoare identificabile, situație de natură să contravină prevederilor legale mai sus menționate.

Consiliul a ținut cont, de asemenea, și de punctul de vedere exprimat în analiza realizată de Consiliul Român pentru Publicitate cu privire la comunicarea comercială pentru produsul **“SIMPLIQ”**, prezentat Consiliului Național al Audiovizualului în ședința publică din 07.11.2019.

Raportat și la considerentele avute în vedere de Comitetul Etic al RAC, Consiliul, în calitate de garant al interesului public în domeniul comunicării audiovizuale, a constatat că spotul analizat, difuzat de posturile de televiziune, are un conținut de natură să contravină normelor legale privind principiul informării corecte a publicului în cadrul comunicărilor comerciale, dar și a celor care interzic orice formă de promovare a unor produse sau a unor servicii care sugerează publicului ori îl instigă să renunțe la alte produse sau servicii similare ori asemănătoare identificabile.

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 conținutului comunicării comerciale **“SIMPLIQ”** ce a făcut obiectul analizei, în sensul ca aceasta să fie difuzată de serviciile de programe de televiziune cu respectarea condițiilor specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

MARIA MONICA GUBERNAT

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