



Decizia nr. 148 din 28.03.2017

Întrunit în ședință publică în ziua de 28 martie 2017, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, ca urmare a solicitării Consiliului din cadrul ședinței din 10.01.2017 cu privire la monitorizarea spoturilor publicitare pentru magazinul Altex, care conțin mesajul: „Cel mai bun raport preț-calitate din România”.

Astfel, potrivit constatărilor consemnate în raport, în perioada monitorizată 01-08.01.2017 (conform datelor puse la dispoziție de Kantar Media la momentul solicitării), pe posturile de televiziune au fost identificate două variante ale spotului publicitar pentru magazinul Altex, care au promovat diferite produse electrice și electrocasnice (fier de călcat Tefal, televizor Philips).

Redăm din raportul de monitorizare:

“Varianta 1 - 25 secunde

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Kanal D*, *Pro TV* au difuzat în perioada **04-08.01.2017**, un spot publicitar pentru **magazinul Altex**, cu durata de 25 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *ALTEX, FIER DE CALCAT, STATIE CALCAT, TEFAL, 18.01 - 25 SEC*), astfel: *Kanal D* (de ex. 06.01.2017, ora 21:48), *Pro TV* (de ex. 06.01.2017, ora 14:42).

În perioada **09-31.01.2017**, varianta 1 nu a mai fost difuzată pe posturile de televiziune.

Descriere spot publicitar:

Voce din off: *Exact așa mi-am luat și eu, doar că mai ieftin.*

La începutul difuzării spotului publicitar, pe ecran neutru de culoare albă, a fost prezentat un bărbat, apoi, în concordanță cu vocea din off, pe copertă neutră de culoare roșie, a fost titrat textul: *Exact așa mi-am luat și eu, doar că mai ieftin.*

Voce din off: *Fără teamă că cineva știe un preț mai bun. Dacă găsești în altă parte mai ieftin, plătim de două ori diferența.*

Ulterior, bărbatul și-a îndreptat privirea în sus, de unde a căzut o grămadă de zăpadă, care l-a acoperit, formând un om de zăpadă. În partea dreapta-sus a ecranului, a fost afișat un cerc, conținând mențiunea: *Fără teamă*. În continuare, pe copertă neutră de culoare roșie, au fost titrate textele: *DACĂ GĂSEȘTI ÎN ALTĂ PARTE MAI IEFTIN, PLĂTIM DE 2 X DIFERENȚA*.

Voce din off: *Ai fier de călcat Tefal, aquaspeed precision, la 188,9 lei și stație de călcat Tefal Optimo, 2300 W, la 299,9 lei.*

Concomitent cu vocea din off, pe ecran neutru, au fost prezentate imagini cu un fier de călcat și o stație de călcat, alături de următoarele:

- sigla *Tefal*; textele: *FIER DE CĂLCAT AQUASPEED PRECISION FV5540 / Putere 2600W; Jet de abur 180 g/min; Oprire automată / REDUCERE 35% / PREȚ NOU 188,90 LEI / PREȚ VECHI: 289,90 LEI* - prețul 289,90 a fost tăiat cu o linie;

- textele: *STAȚIE DE CĂLCAT CU BOILER OPTIMO GV4630 / Boiler integrat; Presiune abur 4,2 bari; Talpă ceramică / REDUCERE 40% / PREȚ NOU 299,90 LEI / PREȚ VECHI: 499,90 LEI* - prețul 499,90 a fost tăiat cu o linie;

- în partea dreapta-sus a ecranului, a fost afișat un cerc, conținând mențiunea: *Fără teamă*;

- în partea de jos a ecranului, au fost afișate mențiunile: *Ofertă valabilă până pe 18 ianuarie 2017 la Altex și pe altex.ro. / Regulament disponibil în magazine!*

Voce din off: *Altex, cel mai bun raport preț-calitate din România.*

La sfârșitul spotului publicitar, simultan cu vocea din off, pe copertă neutră a fost afișată sigla magazinului *ALTEX*, sub care s-a aflat mențiunea: **CEL MAI BUN RAPORT PREȚ-CALITATE DIN ROMÂNIA***. În partea de jos a ecranului, au fost titrate textele: **Dacă găsești în altă parte mai ieftin primești de 2 ori diferența. Conform sondajului Best Buy Award - MILLENNIAS - 2015/2016 efectuat de organizația ICERTIAS**

“Varianta 2 - 25 secunde

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Digi 24*, *Antena 1*, *Realitatea TV* au difuzat în perioada **06-08.01.2017**, un spot publicitar pentru **magazinul Altex**, cu durata de 25 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *ALTEX, LED TV PHILIPS, 1.199,90 LEI, 18.01 - 25 SEC*), astfel: *Digi 24* (de ex. 08.01.2017, ora 19:38), *Antena 1* (de ex. 08.01.2017, ora 12:45), *Realitatea TV* (de ex. 08.01.2017, ora 12:38).

Varianta 2 a mai fost difuzată și în data de **09.01.2017** de posturile de televiziune menționate anterior. În perioada **10-31.01.2017**, varianta 2 nu a mai fost difuzată.

Descriere spot publicitar:

Voce din off: *Exact așa mi-am luat și eu, doar că mai ieftin.*

La începutul difuzării spotului publicitar, pe ecran neutru de culoare albă, a fost prezentat un bărbat, apoi, în concordanță cu vocea din off, pe copertă neutră de culoare roșie, a fost titrat textul: *Exact așa mi-am luat și eu, doar că mai ieftin.*

Voce din off: *Fără teamă că ai ratat cea mai bună ofertă. Dacă găsești în altă parte mai ieftin, plătim de două ori diferența.*

Ulterior, bărbatul și-a îndreptat privirea în sus, de unde a căzut o grămadă de zăpadă, care l-a acoperit, formând un om de zăpadă. În partea dreapta-sus a ecranului, a fost afișat un cerc, conținând mențiunea: *Fără teamă*. În continuare, pe copertă neutră de culoare roșie, au fost titrate textele: **DACĂ GĂSEȘTI ÎN ALTĂ PARTE MAI IEFTIN, PLĂTIM DE 2 X DIFERENȚA.**

Voce din off: *I-ați televizor LED Full HD Philips, cu diagonala 102 cm, Media Player USB și Digital Crystal Clear, la numai 1.199,9 lei.*

Concomitent cu vocea din off, pe ecran neutru, a fost prezentat un televizor, alături de următoarele mențiuni: sigla *PHILIPS* / *TELEVIZOR LED FULL HD 40PFT4101/12* / *Diagonala 102 cm* / *Media Player USB* / *Digital Crystal Clear* / *REDUCERE 100 LEI* / *PREȚ NOU 1.199,90 LEI* / *PREȚ VECHI: 1.299,90 LEI* - prețul 1.299,90 a fost tăiat cu o linie. În partea dreapta-sus a ecranului, a fost afișat un cerc, conținând mențiunea: *Fără teamă*. În partea de jos a ecranului, a fost titrat textul: *Ofertă valabilă în perioada 03.01 - 18.01.2017 la Altex și pe altex.ro.*

Voce din off: **Altex, cel mai bun raport preț-calitate din România.**

La sfârșitul spotului publicitar, simultan cu vocea din off, pe copertă neutră a fost afișată sigla magazinului *ALTEX*, sub care s-a aflat mențiunea: **CEL MAI BUN RAPORT PREȚ-CALITATE DIN ROMÂNIA***. În partea de jos a ecranului, au fost titrate textele: **Dacă găsești în altă parte mai ieftin primești de 2 ori diferența. Conform sondajului Best Buy Award - MILLENNIAS - 2015/2016 efectuat de organizația ICERTIAS**

În urma vizionării și analizării variantelor spotului „Altex”, difuzate pe posturile de televiziune, membrii Consiliului au constatat că acestea au fost difuzate cu încălcarea prevederilor art. 93 din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit dispozițiilor invocate, 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.

Membrii Consiliului au constatat că spotul „Altex” a conținut o afirmație de natură să inducă în eroare publicul cu privire la veridicitatea informațiilor prezentate conform cărora firma Altex ar avea „cel mai bun raport preț-calitate din România”.

Astfel, sub acest aspect, conform sintezei raportului de monitorizare, s-a constatat că la sfârșitul difuzării ambelor variante ale spotului pentru magazinul Altex, simultan cu prezentarea din off: **Altex, cel mai bun raport preț-calitate din România**, pe copertă neutră, a fost afișată sigla magazinului *ALTEX*, sub care s-a

aflat mențiunea: **CEL MAI BUN RAPORT PREȚ-CALITATE DIN ROMÂNIA***.
În partea de jos a ecranului, au fost titrate textele: ***„Dacă găsești în altă parte mai ieftin primești de 2 ori diferența. Conform sondajului Best Buy Award - MILLENNIAS - 2015/2016 efectuat de organizația ICERTIAS.”***

Membrii Consiliului au constatat că în susținerea afirmației „cel mai bun raport preț-calitate din România”, în spot s-a făcut mențiunea: „conform sondajului Best Buy Award – Millenias – 2015/2016 efectuat de organizația ICERTIAS”.

Consiliul consideră că invocarea respectivului sondaj, pus la dispoziția Consiliului ca urmare a solicitărilor formulate în ședința publică anterioară, nu este de natură să demonstreze veridicitatea afirmației „cel mai bun raport preț-calitate din România”, acesta neputând fi catalogat ca reprezentativ pentru publicul căruia i se adresează mesajul din spot, în condițiile în care a fost realizat pe internet, pe o categorie restrânsă de persoane și pe un număr redus de respondenți. Potrivit reprezentanților Altex, studiul folosit în justificarea sloganului "cel mai bun raport calitate-preț din România" este făcut online, pe un eșantion de 1.200 de respondenți, cu vârste între 15 și 35 de ani. În acest sens, Consiliul consideră că o astfel de afirmație trebuia însoțită de un studiu, realizat după criterii sociologice, care să reflecte mesajul spotului, iar eșantionul trebuia astfel construit și gândit încât rezultatul sondajului să fie reprezentativ la nivelul întregii țări, deoarece publicitatea se adresează publicului larg, în calitate de consumator, nu doar celor care accesează internetul.

De asemenea, reprezentanții firmei au mai precizat că afirmația „cel mai bun raport preț-calitate din România,” se bazează și pe includerea calității serviciilor oferite clienților, însă în conținutul spotului nu se face nicio astfel de referire clarificatoare în susținerea afirmației.

În aceste condiții, membrii Consiliului au constatat că o astfel de promovare este de natură să inducă în eroare publicul cu privire la corectitudinea informațiilor prezentate în spot, fapt de natură a prejudicia interesele acestuia în calitate de consumator. Or, principiile de informare corectă și de asigurare a unei concurențe loiale trebuie să guverneze orice comunicare comercială audiovizuală, în speță, publicitate și teleshopping.

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 „Altex” în sensul să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Întocmit, Serviciul juridic și reglementări

Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu

Cons. Munteanu Ionica