



Decizia nr. 252 din 17.04.2018

Întrunit în ședință publică în ziua de 17 aprilie 2018, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza reclamațiilor înregistrate la CNA cu nr. 10137/27.11.2017, 10147/27.11.2017, 10223/29.11.2017, și 10926/21.12.2017 cu privire la spoturile publicitare pentru băutura spirtoasă „**Unirea**” difuzate de posturile de televiziune în lunile noiembrie și decembrie 2017.

Potrivit raportului de monitorizare analizat de membrii Consiliului, spotul a fost difuzat în mai multe variante, după cum urmează:

“Varianta 1 - 15 secunde

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Pro TV*, *Etno TV*, *Național TV*, *Realitatea TV*, *România TV*, *TVR 1*, *TVR 2* au difuzat în perioada **13-21.11.2017**, un spot publicitar pentru **produsul Unirea**, cu durata de 15 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *UNIREA, BAUTURA SPIRTOASA, MUNCITORI - 15 SEC*), astfel: *Pro TV* (de ex. 19.11.2017, ora 22:42), *Etno TV* (de ex. 18.11.2017, ora 22:15), *Național TV* (de ex. 19.11.2017, ora 22:50), *Realitatea TV* (de ex. 19.11.2017, ora 22:57), *România TV* (de ex. 19.11.2017, ora 21:58), *TVR 1* (de ex. 19.11.2017, ora 22:58), *TVR 2* (de ex. 14.11.2017, ora 22:59).

Varianta 1 a fost difuzată de posturile de televiziune *Pro TV*, *Etno TV*, *Național TV*, *Realitatea TV*, *TVR 1* și *TVR 2* în intervalul orar **22:00-23:00**, iar de postul de televiziune **România TV** în intervalul orar **17:00-22:00** (de ex. 18.11.2017, ora 17:57; 18.11.2017, ora 21:56; 19.11.2017, ora 21:58).

01-24.12.2017

În perioada **01-24.12.2017**, varianta 1 nu a mai fost difuzată.

Descriere spot publicitar:

Acțiunea din cadrul spotului publicitar s-a petrecut pe un șantier, unde se aflau materiale de construcții și utilaje. Personajele spotului publicitar au fost trei muncitori în salopete roșii (doi dintre aceștia purtau pe cap cască de protecție).

Unul dintre muncitori (cel care nu purta cască de protecție pe cap) a apărut cu o sticlă cu eticheta *Unirea* căreia i-a desfăcut dopul în timp ce se îndrepta spre cei doi colegi. Acesta s-a adresat unuia dintre colegi: *Gogule, sunt probleme?*, apoi i-a dat sticla respectivă. După ce a luat sticla de la colegul său, bărbatul a răspuns: *Acum nu mai am nicio problemă*.

În continuare, cei trei bărbați au fost arătați la o masă, pe care se aflau sandvișuri și o sticlă cu eticheta *Unirea*. Bărbații aveau câte un pahar, posibil cu băutură *Unirea*, și au ciocnit, spunând în același timp: *Unde-s mulți, puterea crește!* Nu a fost arătat momentul în care bărbații au consumat lichidul din pahare.

Voce din off: *Unirea se întoarce*.

Simultan cu vocea din off, pe un fundal cu o imagine a unei zone de pe acel șantier, a fost prezentată o masă pe care se aflau o sticlă cu eticheta Unirea, trei sandvișuri și două pahare cu lichid asemănător celui din sticlă. În partea de jos a etichetei de pe sticlă s-a observat cifra 28, probabil indicând cifra procentului de tărie alcoolică din băutura respectivă. Text afișat în partea dreaptă a ecranului: *Unirea se întoarce.*

Varianta 2 - 20 secunde

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Pro TV*, *Etno TV*, *Național TV*, *Realitatea TV*, *România TV*, *TVR 1* au difuzat în perioada **18-30.11.2017**, un spot publicitar pentru **produsul Unirea**, cu durata de 20 de secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *UNIREA, BAUTURA SPIRTOASA, MUNCITORI, URARE - 20 SEC*), astfel: *Pro TV* (de ex. 24.11.2017, ora 22:09), *Etno TV* (de ex. 24.11.2017, ora 22:26), *Național TV* (de ex. 24.11.2017, ora 22:43), *Realitatea TV* (de ex. 24.11.2017, ora 22:56), *România TV* (de ex. 22.11.2017, ora 22:56), *TVR 1* (de ex. 24.11.2017, ora 22:29).

Varianta 2 a fost difuzată de posturile de televiziune *Pro TV*, *Etno TV*, *Național TV*, *Realitatea TV*, *România TV* și *TVR 1* în intervalul orar **22:00-23:00**.

Calupurile publicitare în care s-a promovat produsul *Unirea* s-a încheiat cu avertismentul sonor și vizual: „Consumul excesiv de alcool dăunează grav sănătății.”

01-24.12.2017

Varianta 2 a mai fost difuzată în perioada **01-24.12.2017**.

Descriere spot publicitar:

Acțiunea din cadrul spotului publicitar s-a petrecut pe două planuri:

- pe un șantier, unde se aflau trei muncitori în salopete roșii (doi dintre aceștia purtau pe cap cască de protecție), în jurul cărora erau materiale de construcții și utilaje;
- într-un local, unde se aflau trei bărbați la o masă. Aceștia erau îmbrăcați astfel: cel din stângă purta o bluză sport; cel din centru era îmbrăcat cu o salopetă albastră, o haină gri și purta un fes pe cap; cel din dreapta purta un tricou peste bluză și șapcă pe cap.

Unul dintre muncitorii de pe șantier (cel care nu purta cască de protecție pe cap) a apărut cu o sticlă cu eticheta *Unirea* căreia i-a desfăcut dopul în timp ce se îndrepta spre cei doi colegi. Acesta s-a adresat unuia dintre colegi: *Gogule, sunt probleme?*, apoi i-a dat sticla respectivă. După ce a luat sticla de la colegul său, bărbatul a răspuns: *Acum nu mai am nicio problemă.*

Ulterior, cei trei bărbați au fost arătați la o masă, pe care se aflau sandvișuri și o sticlă cu eticheta *Unirea*. Bărbații aveau câte un pahar, posibil cu băutură *Unirea*, și au ciocnit, spunând în același timp: *Unde-s mulți, puterea crește!* Nu a fost arătat momentul în care bărbații au consumat lichidul din pahare.

În cadru a apărut al patrulea bărbat, îmbrăcat cu o salopetă albastră, o haină gri și avea un fes pe cap. Acesta a spus: *Aaa! Bine spus, băieți! La mulți ani! Crăciun fericit! Să lucrăm de mâine acasă*, în timp ce a luat sticla *Unirea* de pe masă și a ciocnit pe rând cu cei trei bărbați în salopete roșii. Apoi, bărbatul a plecat cu sticla, lăsându-i pe cei trei muncitori fără reacție.

În continuare, a fost prezentată o secvență dintr-un local, unde bărbatul care a luat sticla de la cei trei muncitori, se afla la o masă alături de alți doi bărbați. Aceștia au ciocnit paharele, care conțineau un lichid asemănător celui din sticlă. Nu a fost arătat momentul în care bărbații au consumat lichidul din pahare.

Voce din off: *Unirea se întoarce. Unde-s mulți, puterea crește!*

Simultan cu vocea din off, pe un fundal cu o imagine a unei zone din localul respectiv, a fost prezentată masa pe care bărbații au pus pe rând sticla Unirea și paharele. Nu a fost arătat momentul în care bărbații au consumat lichidul din pahare. În partea de jos a etichetei de pe sticlă s-a observat cifra 28, probabil indicând cifra procentului de tărie alcoolică din băutura respectivă. Text afișat în partea dreaptă a ecranului: *Unde-s mulți, puterea crește*.

În perioada **29-30.11.2017**, a mai fost difuzată o variantă referitoare la produsul **Unirea**.

Varianta 3 - 25 secunde (reclamația nr. 10223/29.11.2017)

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Etno TV*, *Realitatea TV*, *România TV* au difuzat în perioada **29-30.11.2017**, un spot publicitar pentru **produsul Unirea**, cu durata de 25 de secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *UNIREA, BAUTURA SPIRTOASA, MUNCITORI - 25 SEC*), astfel: *Etno TV* (de ex. 29.11.2017, ora 21:53), *Realitatea TV* (de ex. 29.11.2017, ora 22:56), *România TV* (de ex. 30.11.2017, ora 22:55).

Varianta 3 a fost difuzată de posturile de televiziune *Realitatea TV* și *România TV* în intervalul orar **22:00-23:00**, iar de postul de televiziune *Etno TV* în intervalul orar **21:00-22:00** (de ex. 29.11.2017, ora 21:53; de ex. 30.11.2017, ora 21:40).

01-24.12.2017

Varianta 3 a mai fost difuzată în perioada **01-24.12.2017**.

Descriere spot publicitar:

Trei muncitori în salopete roșii (doi dintre aceștia purtau pe cap cască de protecție) se aflau pe un șantier, înconjurați de materiale de construcții și utilaje. Aceștia stăteau la o masă, pe care erau sandvișuri și o sticlă cu eticheta *Unirea*. Bărbații aveau câte un pahar, posibil cu băutură Unirea, și au ciocnit, spunând în același timp: *Unde-s mulți, puterea crește!* Nu a fost arătat momentul în care bărbații au consumat lichidul din pahare.

În cadru au fost arătați alți trei bărbați. Aceștia erau îmbrăcați astfel: cel din stângă purta o bluză și pantaloni sport; cel din centru purta un tricou peste bluză, pantaloni sport și șapcă pe cap; cel din dreapta era îmbrăcat cu o salopetă albastră, o haină gri și purta un fes pe cap. Bărbații au avut următorul dialog, părând că priveau spre muncitorii în salopetă:

Bărbatul cu șapcă: *Dar ce ăștia aici, mă nene?*

Bărbatul în salopetă albastră: *O fi vreo nuntă, ceva.*

Apoi, cei trei bărbați s-au îndreptat spre muncitorii de la masă, spunând:

Bărbatul în salopetă albastră: *Auzi, băieți, dar care dintre voi e mireasa?*

Bărbatul cu șapcă a luat de pe masă un pahar, din care a băut, apoi a scuipat conținutul: **Nea Gogule, ăsta-i ceai, bre**. Ulterior, bărbatul în salopetă albastră a luat sticla de pe masă și a mirosit conținutul acesteia, apoi a vărsat lichidul pe jos, spunând: *Ce facem, domne? Ne luăm la mișto?*

Pe șantier s-a observat și o echipă de filmare, care înregistra scenele descrise mai sus.

În continuare, a fost prezentată o secvență dintr-un local, unde bărbatul care a luat sticla de la cei trei muncitori, se afla la o masă alături de ceilalți doi bărbați. Aceștia au ciocnit paharele, care conțineau un lichid asemănător celui din sticlă.

Bărbatul în salopetă albastră s-a adresat bărbatului cu bluză sport, care voia să bea din pahar: ***Ce faci, Dorele? Mai lasă nițel la infuzat.*** Nu a fost arătat momentul în care bărbății au consumat lichidul din pahare.

Voce din off: *Unirea se întoarce. Unde-s mulți, puterea crește!*

Simultan cu vocea din off, pe un fundal cu o imagine a unei zone din localul respectiv, a fost prezentată masa pe care bărbății au pus pe rând sticla Unirea și paharele. Nu a fost arătat momentul în care bărbății au consumat lichidul din pahare. În partea de jos a etichetei de pe sticlă s-a observat cifra 28, probabil indicând cifra procentului de tărie alcoolică din băutura respectivă. Text afișat în partea dreaptă a ecranului: *Unde-s mulți, puterea crește.*”

În urma vizionării materialelor publicitare care au făcut obiectul raportului de monitorizare și a dezbatărilor ce au avut loc în ședința publică, membrii Consiliului au constatat că unele imagini și implicit mesajul conținut de acestea sunt de natură să contravină dispozițiilor art. 29 alin. (1) lit. f) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit dispozițiilor invocate:

Art. 29 (1) Comunicările comerciale audiovizuale difuzate de furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să respecte următoarele condiții:

f) să nu stimuleze comportamente dăunătoare sănătății sau siguranței populației;

În urma analizării spoturilor publicitare, membrii Consiliului au apreciat că mesajul central transmis de imaginile difuzate în cadrul acestora, respectiv cele care reprezintă personajele principale - „muncitori pe un șantier, înconjurați de materiale de construcții și utilaje” – care par a consuma alcool la locul de muncă, sunt de natură să contravină dispozițiilor legale care prevăd că publicitatea nu trebuie să stimuleze comportamente dăunătoare sănătății sau siguranței populației.

În condițiile în care consumul de alcool are ca efecte scaderea nivelului atenției și al concentrării, reducerea câmpului vizual, evaluarea greșită a distanțelor, diminuarea discernământului, perturbarea raționamentului, creșterea timpului de reacție și diminuarea reflexelor, asocierea dintre consumul de alcool și activitatea la locul de muncă, în speță un șantier de construcții, cum este situația prezentată în spot, poate crește riscul de accidente datorate consumului de alcool, fiind astfel de natură a stimula comportamente dăunătoare sănătății și siguranței persoanei.

Astfel, membrii Consiliului au apreciat că un comportament precum cel prezentat în cadrul spoturilor, de sfidare a regulilor de conduită și de siguranță la locul de muncă este de natură să încurajeze consumul de alcool, să stimuleze comportamente dăunătoare siguranței populației.

Având în vedere toate 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 spoturilor „Unirea”, în sensul ca, în situația reluării difuzării, acestea să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Întocmit Serviciul juridic și reglementări
Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu