

Decizia nr. 275 din 05.03.2019

Întrunit în ședință publică în ziua de 05 martie 2019, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza reclamației înregistrate la CNA cu nr. 723/23.01.2019, referitoare la spotul AspiVita difuzat de posturile de televiziune în perioada 21-27.01.2019.

Redăm din raportul de monitorizare:

“Varianta 1 - 30 de secunde

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Antena 3*, *Digi24*, *Realitatea TV*, *România TV* au difuzat, în perioada **21-27.01.2019**, un spot publicitar pentru **AspiVita**, cu durata de 30 de secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *ASPIVITA 100*, *ANTICOAGULANT*, *SITE*, *FARMACII*, *RAND - 30 SEC*), astfel: *Antena 3* (de ex. 21.01.2019, ora 08:24), *Digi24* (de ex. 21.01.2019, ora 07:52), *Realitatea TV* (de ex. 21.01.2019, ora 09:25), *România TV* (de ex. 21.01.2019, ora 08:30).

Descriere spot publicitar:

Voce off: ***Studiile arată că unul din trei români suferă de insuficiență venoasă cronică, mulți dintre ei fără să știe. Când sângele se îngroașă și stagnează, se produc cheaguri. Acestea pot ajunge la organe vitale, unde pot produce accidente vasculare grave. AspiVita ajută la dizolvarea și prevenirea cheagurilor, fără a ataca stomacul. AspiVita fluidizează natural sângele și optimizează circulația. Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.***

A fost prezentat, grafic, interiorul unui vas de sânge, unde erau vizibile mai multe hematii. Pe ecran au fost afișate, în partea centrală, textele: ***INSUFICIENȚĂ VENOASĂ CRONICĂ ÎN ROMÂNIA; 32% din populație.*** Mai apoi, a fost ilustrată blocarea lumenului, printr-o aglomerare de hematii.

Ulterior, pe o reprezentare a corpului uman, pe care erau ilustrate principalele vase de sânge, a fost prezentat traseul unui ***CHEAG DE SÂNGE***, care a urcat de la nivelul piciorului drept spre zona abdominală (urmând traseul vasului de sânge). Pe un fundal ilustrând o apă curgătoare, a fost prezentată o cutie de *AspiVita* (în partea din stânga a ecranului), **alături de textul *anticoagulant natural***. Pe un fundal ilustrând mai multe capsule albe, a fost afișat textul ***Ajută la dizolvarea și prevenirea cheagurilor.*** Alături de o altă reprezentare a corpului uman, a fost afișat textul ***NU ATACĂ STOMACUL*** (în partea din stânga-sus a ecranului, într-un chenar), precum și o altă imagine animată cu un vas de sânge.

La finalul spotului, pe un fundal ilustrând o apă curgătoare, au fost prezentate următoarele:

- o cutie de *AspiVita* (în partea din stânga a ecranului);
- textele *Acum în farmacii* (alături de un simbol de bifă) și *www.aspivita.ro*;
- textul *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.* (în partea de jos a ecranului, text afișat pentru o durată de aproximativ 3 secunde)."

Analizând conținutul spotului pentru produsul „AspiVita” transmis în luna februarie 2019, membrii Consiliului au constatat că acesta a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 120 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

Potrivit dispozițiilor invocate, sub rezerva derogărilor prevăzute de legislația comunitară și națională aplicabile produselor și suplimentelor alimentare și apelor minerale naturale, informațiile prezentate nu trebuie să le atribuie proprietăți de prevenire, de tratament și de vindecare a unei boli umane și nu trebuie să sugereze astfel de proprietăți.

În categoria produselor alimentare sunt incluse și suplimentele alimentare, având în vedere că, potrivit art. 2 lit. a) din Directiva 2002/46/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI/10 iunie 2002, prin “suplimente alimentare” se înțeleg “produsele alimentare” al căror scop este de a suplimenta regimul alimentar și care reprezintă surse concentrate de nutrienți sau alte substanțe cu efect nutritiv sau fiziologic, singure sau în combinație, comercializate sub formă de doză, respectiv în forme de prezentare cum ar fi capsulele, pastilele, comprimatele, pilulele sau alte forme similare, sașete cu pulbere, fiole de lichid, flacoane cu picător și alte forme similare de lichide și prafuri destinate să fie luate în mici cantități unitare măsurate.

Coroborând prevederile normelor invocate rezultă că suplimentele alimentare sunt asimilate produselor alimentare cu rol de suplimentare a regimului alimentar.

Din mențiunile cuprinse în spot, reiese că produsul „AspiVita” face parte din categoria suplimentelor alimentare.

Pornind de la definiția dată suplimentelor alimentare, în conformitate cu directiva invocată, și prin raportare la produsul promovat, respectiv „AspiVita”, membrii Consiliului au constatat că informațiile prezentate în spot pot induce ideea că produsul este eficient în prevenirea unei probleme de sănătate gravă, cum este insuficiența venoasă cronică.

De asemenea, în conținutul spotului, a fost prezentată și informația conform căreia: *“Studiile arată că unul din trei români suferă de insuficiență venoasă cronică, mulți dintre ei fără să știe. (...) Pe ecran au fost afișate, în partea centrală, textele: INSUFICIENȚĂ VENOASĂ CRONICĂ ÎN ROMÂNIA; 32% din populație ...”*, informație ce poate crea o stare de neliniște și incita la o eventuală autodiagnosticare

În spot, atât prin voce off, cât și prin textele afișate pe ecran, se mai afirmă că suplimentul alimentar „AspiVita” este *anticoagulantul natural care ajută la dizolvarea și prevenirea cheagurilor, fără a ataca stomacul; AspiVita fluidizează natural sângele și optimizează circulația*”, afirmații care sunt în măsură să garanteze rezultatul administrării suplimentului alimentar.

În aceste condiții, membrii Consiliului au constatat că spotul a fost difuzat cu încălcarea art. 120 alin. (1) din Codul audiovizualului, prevederi potrivit cărora acesta trebuia prezentat cu respectarea Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European privind mențiunile de sănătate.

Membrii Consiliului au constatat că spotul pentru promovarea produsului AspiVita a fost difuzat și cu încălcarea prevederilor art. 93 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare, potrivit cărora *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.

Astfel, membrii Consiliului au constatat că informațiile prezentate în spot cu privire la efectul produsului asupra stării de sănătate a persoanelor care l-au folosit nu probează veridicitatea afirmațiilor, informațiile puse la dispoziția publicului fiind susceptibile de a modifica în mod esențial comportamentul comercial al telespectatorilor.

Din punctul de vedere exprimat de Consiliul Român pentru Publicitate (RAC) referitor la publicitatea făcută produsului AspiVita, înregistrat în CNA sub nr. 723PDVP/07.02.2019, reiese că folosirea sintagmei „natural” („anticoagulant natural”) poate fi folosită numai cu referire la ingredientele la care se aplică.

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 „AspiVita”, în sensul ca difuzarea lui să se facă cu respectarea condițiilor specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

VICEPREȘEDINTE INTERIMAR,

MARIA MONICA GUBERNAT

Întocmit Serviciul juridic și reglementări

Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu