



Decizia nr. 295 din 08.06.2017

Întrunit în ședință publică în ziua de 8 iunie 2017, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul de monitorizare întocmit în baza sesizării nr. 867/27.01.2017 cu privire la difuzarea spotului „Feminost” în perioada 01.01-12.03.2017, precum și adresa nr. 867 PDVP/19/27.03.2017 de la Consiliul Român pentru Publicitate (RAC).

Potrivit raportului de monitorizare, posturile de televiziune B1 TV, Antena 1, Antena 3, Kanal D, Pro TV, Realitatea TV, România TV, TVR 1 au difuzat în perioada 01.01-12.03.2017¹, un spot publicitar pentru produsul Feminost cu durata de 25 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: FEMINOST, FEMEIE IN VARSTA - 25 SEC), astfel: B1 TV (de ex. 26.01.2016, ora 18:50), Antena 1 (de ex. 26.01.2017, ora 15:21), Antena 3 (de ex. 26.01.2017, ora 20:50), Kanal D (de ex. 24.01.2017, ora 18:22), Pro TV (de ex. 18.01.2017, ora 17:31), Realitatea TV (de ex. 26.01.2017, ora 12:38), România TV (de ex. 17.01.2017, ora 21:56), TVR 1 (de ex. 26.01.2017, ora 10:38).

În raportul de monitorizare, spotul are următoarea descriere:

„O femeie a accesat o tabletă, pe display-ul căreia erau afișate mențiunile: *între 20% și 50% dintre femeile adulte suferă de incontinență urinară** / *Feminost*. În partea dreapta-jos a ecranului, au fost titrate textele: **incontinența urinară - schemă de tratament. Autori* (textul a fost scris cu caractere de dimensiune mică, fiind dificil de indentificat din înregistrările deținute de CNA).

Voce din off (voce feminină): *Când vine vorba de sănătate, nu există tabuuri. Multe femei întâmpină probleme cu incontinența urinară, indiferent de vârstă.*

Femeie: *Înainte râsul, efortul, m-ar fi pus în situații ciudate. Pe mine m-a ajutat Feminost.*

Voce din off (voce feminină): ***Feminost ajută la reducerea pierderilor urinare involuntare diurne și nocturne.***

Pe ecran neutru, a fost prezentată cutia produsului *Feminost* și mențiunea: ***REDUCE PIERDERILE URINARE INVOLUNTARE.***

Pe parcursul difuzării imaginilor, în partea dreapta-sus a ecranului, a fost afișat textul: *Feminost.*

Voce din off (voce masculină): *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.*

Concomitent cu vocea din off, a fost arătată femeia de la începutul spotului publicitar, alături de textul: ***FEMINOST CONTROLUL ARE ROST!*** De asemenea, în partea de jos a ecranului, a fost afișată, static și lizibil, avertizarea scrisă: *Feminost este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul, pentru o durată de aproximativ 2 secunde.*”

Analizând spotul pentru produsul “Feminost”, membrii Consiliului au constatat că acesta a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 117 lit. c) și 120 alin. (2) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a

¹ La data întocmirii raportului de monitorizare, dispunem de datele puse la dispoziție de Kantar Media până în data de 12.03.2017.

conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

Potrivit dispozițiilor invocate:

- art. 117: Publicitatea la produsele alimentare trebuie să respecte următoarele condiții:

lit. c) să respecte dispozițiile Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 decembrie 2006 privind mențiunile nutriționale și de sănătate înscrise pe produsele alimentare, precum și dispozițiile naționale în vigoare referitoare la aceste produse.

- art. 120 alin. (2): Nu se vor atribui alimentelor proprietăți pe care acestea nu le posedă.

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 înțelege “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 indubitabil că produsul “Feminost” 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 „Feminost”, membrii Consiliului au constatat că informațiile prezentate în conținutul acestuia sunt de natură să îi atribuie proprietăți pe care nu le posedă, în sensul că acesta ar “reduce pierderile urinare involuntare diurne și nocturne”.

Sub acest aspect, prin adresa nr. 867 PDVP/19/27.03.2017 RAC a stabilit următoarele: Conform Registrului European al Mențiunilor de Sănătate, mențiunile de sănătate permise a fi folosite în comunicarea pentru suplimentele alimentare sunt aprobate pentru ingredientele produselor, și nu pentru denumirea acestora. Însă în cuprinsul comunicării pentru suplimentul alimentar Feminost nu sunt menționate ingredientele care ar putea contribui la eficiența produsului, afirmația “Feminost reduce pierderile urinare involuntare diurne și nocturne” atribuind produsului proprietăți care pot fi făcute doar prin referirea la ingredientele suplimentului alimentar. Astfel, prin omisiunea menționării ingredientelor se încalcă art. 1.3 lit. a) din Codul RAC și art. B.7 din Anexa Bune Practici în etichetarea și publicitatea suplimentelor alimentare.”

În aceste condiții, membrii Consiliului au constatat că spotul Feminost a fost difuzat cu încălcarea art. 117 lit. c) și 120 din Codul audiovizualului, prevederi în sensul cărora la difuzarea publicității pentru suplimentul alimentar Feminost trebuia să fie respectate mențiunile de sănătate, conform Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European privind mențiunile de sănătate, și să nu fie atribuite produsului proprietăți pe care acesta nu le posedă.

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 „Feminost”, în sensul ca, în situația reluării difuzării, acesta să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Întocmit, Serviciul juridic și reglementări

Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu