



DECIZIA nr. 297/08.06.2017

Întrunit în ședință publică în ziua de 8 iunie 2017, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza reclamației înregistrate la CNA cu nr. 867 din 27.01.2017, cu privire la conținutul spotului publicitar „*Mesundra*” difuzat de postul de televiziune România TV.

Potrivit raportului de monitorizare, întocmit în data de 12 martie 2017, spotul publicitar pentru produsul *Mesundra*, potrivit datelor Kantar Media, a fost difuzat doar de postul de televiziune *România TV*, în zilele de: **08, 22.01.2017; 05.02.2017; 12.03.2017.**

„Descriere spot publicitar:

Voce din off: *Mesundra, descoperirea revoluționară a secolului XXI. Vă protejează sistemul imunitar și îmbunătățește funcționalitatea celulară, lucrând direct pe celula uzină a corpului. Ingrediente combinate într-o rețetă indiană de sute de ani, transpuse printr-o tehnologie ultramodernă, pentru prima oară într-un supliment de neînlocuit, unic în lume. Produs 100% german. Mesundra, pentru ca dumneavoastră să aveți o viață frumoasă și sănătoasă.*

Simultan cu vocea din off, pe ecran de culoare neagră, au fost prezentate două flacoane ale produsului, alături de imagini cu diferite ingrediente (ghimbir, ardei iute, usturoi și alte două ingrediente care nu au putut neidentificate). În partea stânga-jos a ecranului, a fost afișat un disc de culoare albă, conținând textele: *Goldfield-Qualitat / Garantie / Made in Germany.*

Pe parcursul difuzării spotului publicitar, în părțile dreapta-sus, stânga-jos și dreapta-jos ale ecranului au fost **titrate anumite mențiuni, scrise cu caractere de culoare roșie, conținutul acestora fiind neclar și dificil de identificat din înregistrările deținute de CNA.**”

Concomitent cu vocea din off, la sfârșitul spotului publicitar, pe copertă neutră, au fost prezentate imagini cu mai multe persoane, iar în partea de jos a ecranului, a fost afișată avertizarea: *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul*, pentru o durată de aproximativ 5 secunde. **Mențiunile au fost scrise cu caractere de culoare roșie pe fond negru, conținutul acestora fiind neclar și dificil de identificat din înregistrările deținute de CNA.**

Analizând raportul de monitorizare, membrii Consiliului au constatat că spotul publicitar „*Mesundra*” difuzat de postul de televiziune România TV, a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 117 lit. c) și 120 alin. (2) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a 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 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 indubitabil că produsul “Mesundra” 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 „Mesundra”, 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 „îmbunătățește funcționalitatea celulară”.

Sub acest aspect, prin adresa nr. 867 PDVP/18/27.03.2017 RAC a stabilit că afirmații precum „descoperirea revoluționară a secolului 21”, „supliment alimentar de neînlocuit, unic în lume” și “în ceea ce privește mențiunile de sănătate precum “Vă protejează sistemul imunitar și îmbunătățește funcționalitatea celulară, lucrând direct pe celula uzină a corpului”, atribuie suplimentului alimentar proprietăți care pot fi specifice anumitor ingrediente. Astfel, Rac a constatat că se încalcă prevederile Codului de practică în Comunicarea Comercială elaborat de această instituție, în speță art. 1.3. a) din Codul RAC, precum și art. B.7 din anexa la Codul RAC – Bune Practici în Etichetarea și Publicitatea Suplimentelor Alimentare.

De asemenea, în aceeași adresă emisă de RAC la pct. 1 se prevăd 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 suplimentului alimentar Mesundra nu sunt menționate ingredientele care ar putea contribui la eficiența produsului.

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 a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 117 lit. c) și 120 din Codul audiovizualului, prevederi în sensul cărora la difuzarea publicității pentru suplimentul alimentar Mesundra 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 „Mesundra”, 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