



Decizia nr. 302 din 08.06.2017

Întrunit în ședință publică în ziua de 8 iunie 2017, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul de monitorizare întocmit ca urmare a sesizării nr. 867/27.01.2017 de la Patronatul Român al Industriei Suplimentelor Alimentare cu privire la difuzarea spotului „Hepamix” difuzat în perioada 02-20.01.2017, precum și adresa nr. 867 PDVP/13 PDVD/07.03.2017 de la Consiliul Român pentru Publicitate.

Prin adresa transmisă, Patronatul Român al Industriei Suplimentelor Alimentare reclamă, în esență, faptul că spotul MaxiMag, cităm: *„care încalcă Decizia nr 220 din 24 februarie 2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, precum și Codul de Practică în Publicitate elaborat de RAC (...). În conformitate cu Registrul European al Mențiunilor de sănătate (...) Hepamix (...) nu au mențiuni de sănătate permise.”*

Potrivit raportului de monitorizare, postul de televiziune *România TV* a difuzat în data de 20.01.2017, la ora 20:43, un spot publicitar pentru produsul *Hepamix*, cu durata de 35 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *HEPAMIX, FARMACCLASS, SUPLIMENT, V.O. BARBAT - 35 SEC*)

În raportul de monitorizare, spotul are următoarea descriere:

“ Voce din off: *Hepamix – detoxifiantul de top al celulei hepatice. Stresul cotidian, creșterea în greutate, tensiunea mărită, colesterolul rău și glicemia mare sunt condițiile principale care pot duce la apariția ficatului gras. Hepamix susține funcționarea ficatului, contribuind la fortificarea acestuia. Hepamix ajută la detoxifierea întregului organism, după consumul de medicamente, tutun și alcool. Hepamix, un mix pentru starea ta de bine. Hepamix, un produs marca Farmaclasse. Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.*

Simultan cu vocea din off, au fost prezentate atât cutia, cât și flaconul produsului *Hepamix*, alături de următoarele mențiuni, afișate succesiv:

- *HEPAMIX / DETOXIFIANTUL DE TOP AL CELULEI HEPATICE;*
- *STRESUL COTIDIAN / CREȘTEREA ÎN GREUTATE / TENSIUNEA MĂRITĂ / COLESTEROLUL RĂU / GLICEMIA MARE;*
- *HEPAMIX SUSȚINE FORTIFICAREA FICATULUI;*
- *HEPAMIX AJUTĂ LA DETOXIFIAREA ORGANISMULUI / DUPĂ CONSUMUL DE MEDICAMENTE, TUTUN ȘI ALCOOL;*
- *HEPAMIX, UN MIX PENTRU STAREA TA DE BINE.*

Pe parcursul difuzării spotului publicitar, în partea de sus a ecranului, au fost titrate numerele de telefon: 0763.396.602 / 021.255.44.05 și adresa de internet: www.farmaclasse.ro.

La sfârșitul difuzării spotului publicitar, a fost afișat logo-ul companiei producătoare – *Farmaclasse / Un plus de sănătate pentru tine*, sub care s-au aflat numerele de telefon: 0763.396.602 / 021.255.44.05 și adresa de internet: WWW.FARMACCLASS.RO. De asemenea, în partea de jos a ecranului, a fost afișată, static și lizibil, avertizarea scrisă: *Acest produs este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul*, pentru o durată de aproximativ 6 secunde.”

Analizând spotul pentru produsul Hepamix, membrii Consiliului au constatat că acesta a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 93 și art.117 lit. c) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

Potrivit dispozițiilor invocate:

- art. 93: 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.

- 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.

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 Hepamix 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 Hepamix, 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 fi “cel mai bun împotriva menopauzei”.

Sub aceste aspecte, prin adresa nr. 867 PDVP/13 PDVD/07.03.2017, RAC a constatat că spotul Hepamix 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 Echetarea 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 un pentru denumirea acestora. Însă în cuprinsul comunicării pentru suplimentul alimentar Hepamix un 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.”

Mai mult, membrii Consiliului au constatat că afirmații precum “*HEPAMIX / DETOXIFIANTUL DE TOP AL CELULEI HEPATICE*”, folosite în mod repetat, nu sunt de natură să asigure o informare corectă a publicului, fapt ce contravine dispozițiilor invocate din Codul audiovizualului, încălcând astfel dispozițiile art. 93 din Cod.

În aceste condiții, membrii Consiliului au constatat că spotul a fost difuzat cu încălcarea art. 93 și art. 117 lit. c) din Codul audiovizualului, prevederi în sensul

căroră la difuzarea publicității pentru suplimentul alimentar Hepamix trebuia să asigure o informare corectă, dar și să respecte mențiunile referitoare la sănătate, conform Regulamentului (CE) nr. 1924/2006 al Parlamentului European privind mențiunile de sănătate.

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 Hepamix, în sensul că, 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