



CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

Autoritate publică autonomă

București, ROMÂNIA

Bd. Libertății nr.14, sector 5, cod 050706

Fax: (004)021-305.53.54 Tel./fax: (004)021-305.53.56

www.cna.ro

e-mail : cna@cna.ro

Decizia nr. 652 din 16.11.2017

Întrunit în ședință publică în ziua de 16 noiembrie 2017, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizărilor înregistrate la CNA sub nr. 5328/14.06.2017 și nr. 5328/1/14.06.2017, precum și adresa emisă de Consiliul Român de Publicitate (RAC) nr. 5328/PDVP/03.07.2017, cu privire la spotul pentru produsul „EXTRAVALERIANIC BIOFARM CARDIO”, difuzat în perioada 01-11.06.2017, pe posturile de televiziune Antena 1, Antena 3, Antena Stars, B1 TV, Etno TV, Kanal D, Realitatea TV, România TV.

Potrivit constatărilor din raport, în perioada monitorizată, 01 – 11 iunie 2017, pe posturile de televiziune au fost identificate trei variante de spot pentru Extravalerianic Biofarm CARDIO, cu următoarele denumiri:

1. Varianta 1 - *EXTRAVALERIANIC, PALPITAȚII – 5 SECUNDE*;
2. Varianta 2 - *EXTRAVALERIANIC, SENZAȚII DE PANICĂ, 95 ANI – 10 SECUNDE*;
3. Varianta 3 - *EXTRAVALERIANIC, SENZAȚII DE PANICĂ, 95 ANI – 20 SECUNDE*.

Redăm din raportul de monitorizare:

“Varianta 1 - 5 secunde – reminder la supliment alimentar

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Antena 1, Antena 3, Antena Stars, B1 TV, Etno TV, Kanal D și România TV* au difuzat, în perioada **01 - 11 iunie 2017**¹, un spot publicitar pentru produsul *Extravalerianic*, cu o durată de 5 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire *EXTRAVALERIANIC, PALPITAȚII – 5 SECUNDE*), astfel: *Antena 1* (de ex. 04.06.2017, ora 18:18), *Antena 3* (de ex. 06.06.2017, ora 10:32), *Antena Stars* (de ex. 01.06.2017, ora 21:39), *B1 TV* (de ex. 04.06.2017, ora 07:59), *Etno TV* (de ex. 10.06.2017, ora 21:27), *Kanal D* (de ex. 03.06.2017, ora 17:25) și *România TV* (de ex. 05.06.2017, ora 00:50).

Descriere și conținut spot publicitar:

Pe ecran este prezentată cutia cu produsul *Extravalerianic Biofarm CARDIO*, alături de textele:

Uiți RAPID de palpitații* (în partea superioară a ecranului, font mare);

**În cazul administrării sublinguale* (în partea superioară a ecranului, font mic);

Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul – 5 secunde.

Concomitent cu acestea, vocea din off a adăugat: *Extravalerianic Biofarm CARDIO! Uiți rapid de palpitații.*

Varianta 2 - 10 secunde

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Antena 1, Antena 3, Antena Stars, B1 TV, Etno TV, Kanal D și Realitatea TV* au difuzat, în perioada **01 - 11 iunie 2017**², un spot publicitar pentru produsul *Extravalerianic*, cu o durată de 10 secunde (în datele puse la dispoziție de

¹ La data întocmirii raportului de monitorizare, dispunem de datele puse la dispoziție de Kantar Media până în data de 11.06.2017

² La data întocmirii raportului de monitorizare, dispunem de datele puse la dispoziție de Kantar Media până în data de 11.06.2017

KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire *EXTRAVALERIANIC, SENZAȚII DE PANICĂ, 95 ANI – 10 SEC*), astfel: *Antena 1* (de ex. 04.06.2017, ora 13:34), *Antena 3* (de ex. 07.06.2017, ora 19:52), *Antena Stars* (de ex. 08.06.2017, ora 20:48), *B1 TV* (de ex. 10.06.2017, ora 09:36), *Etno TV* (de ex. 05.06.2017, ora 19:50), *Kanal D* (de ex. 07.06.2017, ora 23:24) și *Realitatea TV* (de ex. 10.06.2017, ora 20:20).

Descriere și conținut spot publicitar:

Pe un fundal sonor de suspans, vocea din off spune: ***Senzații de panică sau sufocare? Palpitații și dureri în piept?*** În același timp, pe ecran sunt afișate imagini cu persoane care par să resimtă asemenea senzații, alături de titrarea acestora, astfel:

Senzații de panică (text) – și figura unui bărbat care înghite în sec;

Senzații de sufocare – și imaginea unei femei care duce mâna în dreptul pieptului;

Palpitații și dureri în piept – și imaginea unui bărbat care se prinde cu mâna în zona inimii.

Ulterior, fundalul sonor se modifică cu unul mai liniștit, iar pe ecran este afișată imaginea cutiei produsului ***Extravalerianic Biofarm CARDIO***, alături de textele:

Uiți RAPID* de palpitații (în partea superioară a ecranului, font mare);

****În cazul administrării sublinguale*** (în partea superioară a ecranului, font mic).

Concomitent cu acestea, vocea din off completează: ***Extravalerianic Biofarm CARDIO! Uiți rapid de palpitații*** - (conținutul variantei 1 de spot).

Pe durata spotului, în josul ecranului, a fost titrat textul: ***Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul*** – 9 secunde.

Spotul se încheie cu afișarea unei coperte de culoare roșie, în centrul căreia sunt prezente sigla **BIOFARM** și textul ***peste 95 de ani de tradiție și știință***.

Varianta 3 - 20 secunde

Din monitorizarea înregistrărilor deținute de CNA, posturile de televiziune *Antena 1, Antena 3, Antena Stars, Etno TV, Kanal D* și *Realitatea TV* au difuzat, în perioada **01 - 11 iunie 2017³**, un spot publicitar pentru produsul ***Extravalerianic***, cu o durată de 20 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire *EXTRAVALERIANIC, SENZAȚII DE PANICĂ, 95 ANI – 20 SEC*), astfel: *Antena 1* (de ex. 03.06.2017, ora 13:34), *Antena 3* (de ex. 03.06.2017, ora 17:42), *Antena Stars* (de ex. 03.06.2017, ora 17:46), *Etno TV* (de ex. 03.06.2017, ora 12:06), *Kanal D* (de ex. 01.06.2017, ora 13:55) și *Realitatea TV* (de ex. 09.06.2017, ora 20:38).

Descriere și conținut spot publicitar:

Spotul începe cu imaginea unei frunți încruntate și transpirate. Pe un fundal sonor de suspans, vocea din off afirmă: ***Unele situații pot duce la senzații de panică... sau sufocare... palpitații și dureri în piept.*** Pe ecran sunt afișate, pe rând, imagini cu un bărbat care înghite în sec, cu o femeie care duce mâna în dreptul pieptului și cu un alt bărbat care se prinde cu mâna în zona inimii, iar pe ecran s-a titrat: ***Senzații de panică; Senzații de sufocare; Palpitații și dureri în piept.***

După ce vocea din off adaugă: ***Din fericire, te poți liniști rapid cu Extravalerianic Biofarm CARDIO***, fundalul sonor se modifică cu unul mai liniștit, iar pe ecran este afișată imaginea cutiei cu produsul ***Extravalerianic Biofarm CARDIO***, alături de textele:

Uiți RAPID* de palpitații (în partea superioară a ecranului, font mare);

****În cazul administrării sublinguale*** (în partea superioară a ecranului, font mic).

Concomitent cu acestea, vocea din off spune: ***Extravalerianic Biofarm CARDIO! Uiți rapid de palpitații*** - (conținutul variantei 1 de spot).

În josul ecranului, a fost titrat textul: ***Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul*** – menținut pe ecran timp de 5 secunde. De asemenea, mențiunea a fost făcută și de vocea din off.

Spotul se încheie cu afișarea unei coperte de culoare roșie, în centrul căreia sunt prezente sigla **BIOFARM** și textul ***peste 95 de ani de tradiție și știință***.

Analizând și vizionând variantele spotului pentru suplimentul alimentar “EXTRAVALERIANIC BIOFARM CARDIO”, membrii Consiliului au constatat că acestea au fost difuzate cu încălcarea art. 120 alin. (1) și (2) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului).

³ La data întocmirii raportului de monitorizare, dispunem de datele puse la dispoziție de Kantar Media până în data de 11.06.2017

Potrivit dispozițiilor invocate:

(1) 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.

(2) În publicitatea și teleshoppingul la suplimente alimentare, informațiile de prezentare a produselor pot conține exclusiv datele din eticheta, cutia, flaconul și /sau prospectul produsului, care au fost, după caz, avizate de către institutele naționale de sănătate publică din subordinea Ministerului Sănătății sau notificate de către Institutul de Biresurse Alimentare, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1.924/2006.

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 “EXTRAVALERIANIC BIOFARM CARDIO” 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 „EXTRAVALERIANIC BIOFARM CARDIO”, membrii Consiliului au constatat că informațiile prezentate în spot sunt de natură să sugereze publicului că ar avea proprietăți de prevenire sau tratare a afecțiunilor cardiace.

Astfel, membrii Consiliului au constatat că, prin imaginile prezentate în spot și prin afirmațiile de genul “uiți rapid de palpitații”, “te poți liniști rapid”, publicului i-a putut fi creată percepția că administrarea suplimentului alimentar este indicată în cazul senzațiilor de panică, sufocare sau palpitații în piept, simptome ce sunt specifice bolilor cardiace. În aceste condiții, atribuirea unui supliment alimentar, așa cum este produsul promovat, de proprietăți de prevenire sau tratare a afecțiunilor cardiace, prin combaterea palpitațiilor și durerilor în piept, astfel cum se sugerează în conținutul spotului, constituie o formă de publicitate care contravine prevederilor art. 120 alin. (1) din Codul audiovizualului.

Sub acest aspect, prin punctul de vedere exprimat de RAC, se reține că asocierea senzațiilor de panică sau sufocare cu palpitațiile și durerile în piept, împreună cu numele produsului și imaginile de pe ambalaj pot induce ideea că produsul poate fi destinat unor afecțiuni cardiace. Un consumator cu probleme cardiace poate considera administrarea suplimentului alimentar suficientă în situațiile enumerate în spot, fără a cere opinia unui specialist. Din aceste motive se încalcă prevederile art. 1.3. lit. a) și 28.3 lit. e) din Codul RAC, precum și art. B.1 din Anexa Bune Practici în Etichetarea și Publicitatea Suplimentelor Alimentare. Totodată, această instituție a mai constatat și încălcarea prevederilor art. 28.3 lit. f)

din Codul RAC și B.7 din aceeași Anexă, deoarece prin afirmația din spot „Uiți rapid de palpitații” se poate înțelege că efectul produsului este garantat, iar mențiunile de sănătate cuprinse în spot au fost făcute pentru întregul produs, în condițiile în care Registrul European al Mențiunilor de Sănătate permite folosirea în comunicare a mențiunilor de sănătate numai pentru ingredientele din compoziția acestuia.

Față de aceste aspecte, membrii Consiliului au constatat că difuzarea spotului s-a făcut și cu încălcarea alineatului 2 al art. 120 din Codul audiovizualului, în sensul căruia în publicitatea și teleshoppingul la suplimente alimentare, informațiile de prezentare a produselor pot conține exclusiv datele din eticheta, cutia, flaconul și /sau prospectul produsului, care au fost, după caz, avizate de către institutele naționale de sănătate publică din subordinea Ministerului Sănătății sau notificate de către Institutul de Bioresurse Alimentare, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1.924/2006.

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 de îndată în legalitate în privința spotului „EXTRAVALERIANIC BIOFARM CARDIO”, în sensul ca difuzarea acestuia să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Întocmit, Serviciul juridic și reglementări

Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu