

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

ROMÂNIA
BUCUREȘTI

Bd. Libertății nr. 14
Sector 5, CP 050706
www.cna.ro



Autoritate publică
autonomă

Tel.: 00 4 021 3055356
Fax: 00 4 021 3055354
cna@cna.ro

Decizia nr. 801 din 05.09.2019

Întrunit în ședință publică în ziua de 05 septembrie 2019, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza reclamației înregistrate la CNA cu nr. 8317/05.08.2019 referitoare la spotul pentru produsul Dettol difuzat de mai multe posturi de televiziune, în perioada 01.07-18.08.2019.

Redăm din raportul de monitorizare:

„Varianta 1 - 25 de secunde

Descriere spot publicitar:

Spotul începe cu o imagine, în plan general, în care mai mulți copii, singuri sau însoțiți de părinți, traversează strada, pe trecerea de pietoni, îndreptându-se către școală.

În continuare, este prezentată o fetiță care traversează strada, pe trecerea de pietoni, alături de un urs. O mașină frânează, iar ursul se ridică în două labe și rage, poziționându-se între mașină și fetiță.

În următoarele imagini, se vede o labă de urs care ține un spary, marca Dettol, din care pulverizează pe un scaun de masă pentru copii și pe o suprafață de mobilier. În partea de jos a ecranului, este titrat textul: *Utilizați în siguranță produsele biocide. Citiți întotdeauna eticheta și informațiile despre produs înainte de utilizare* (aceste informații sunt greu lizibile din cauza calității înregistrărilor deținute de CNA).

Simultan, vocea din off a făcut următorul comentariu:

Voce din off: Protejează ca o mamă urs acolo unde ai nevoie, atât pe scaunul copilului, cât și în bucătărie.

În continuare, pe ecran splitat, se prezintă modul în care acționează produsul Dettol asupra bacteriilor în comparație cu alte produse. Pe o suprafață de culoare verde pe care se află mai multe micro-organisme, din partea de sus a ecranului coboară o bandă luminoasă pe care este titrat, cu majuscule, textul: **FĂRĂ DETTOL** (în partea stângă) și sigla produsului *Dettol* (în partea dreaptă). După trecerea acestei benzi luminoase care străbate, de sus în jos, trei sferturi din ecran, se observă că în partea stângă rămân mai multe micro-organisme decât în partea dreaptă. De asemenea, în partea dreaptă este titrat textul: *Omoară 99,9% dintre bacteriile testate**.

Simultan, vocea din off a făcut următorul comentariu:

Voce din off: Dettol omoară 99,9% dintre bacteriile testate, precum E coli, Salmonella și virusurile gripei.

În partea de jos a ecranului, este titrat textul: **Cum ar fi E coli, Salmonella, precum și 99,9% dintre virusurile gripei și îndepărtează alergenii* (aceste informații sunt greu lizibile din cauza calității înregistrărilor deținute de CNA).

În penultimul cadru, pe ecran sunt prezentate două produse din gama Dettol însoțite de textul: PROTEJEAZĂ CA O MAMĂ urs. În colțul din dreapta-sus al ecranului este afișată sigla Dettol, iar în partea stângă, mai jos de mijlocul ecranului, este afișată sigla Societății Române de Pediatrie.

De asemenea, în partea de jos a ecranului, este titrat textul: *Utilizați în siguranță produsele biocide. Citiți întotdeauna eticheta și informațiile despre produs înainte de utilizare* (aceste informații sunt greu lizibile din cauza calității înregistrărilor deținute de CNA).

Simultan, vocea din off a făcut următorul comentariu:

Voce din off: *Dettol, recomandat cu bucurie de Societatea Română de Pediatrie.*

În cadrul de final al spotului a fost prezentată, din nou, fetița care traversează strada, pe trecerea de pietoni, alături de un urs. Imaginile au fost filmate din spate, iar în partea din dreapta-sus a ecranului a fost titrat textul: *PROTEJEAZĂ CA O MAMĂ urs și sigla Dettol.*“

În urma vizionării înregistrărilor, membrii Consiliului au constatat că una dintre variantele spotului pentru produsul Dettol contravine dispozițiilor art. 29 alin. (2) lit. d) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, potrivit cărora:

Art. 29 (1) - Comunicările comerciale audiovizuale trebuie să nu provoace nicio daună morală, fizică sau mentală minorilor și, în special:

d) să nu prezinte în mod nejustificat minori în situații periculoase;”

Astfel, membrii Consiliului au apreciat că imaginile din spot care prezintă o situație în care un minor neînsoțit traversează strada alături de un urs, care, în aparență, îl protejează, sens care, ulterior, apare explicit pe ecran prin sintagma: “Protejează ca o mamă urs” și sigla produsului promovat - Dettol, pot influența opțiunea publicului minor, nesupravegheat, de a se apropia, în situații reale, de animale sălbatice în modalități care să le pună viața în pericol, având în vedere lipsa lor de experiență și credulitatea. Pe cale de consecință, în raport de norma legală invocată, spotul, care prezintă, în mod nejustificat, un minor aflat într-o situație periculoasă, constituie o comunicare comercială audiovizuală care poate provoca daune fizice minorilor.

În același sens, prin punctul de vedere transmis sub nr. 166B/23.08.2019 referitor la comunicarea comercială analizată, Comitetul Etic al Consiliul Român pentru Publicitate a apreciat că, prin prezentarea minorului fără a fi însoțit de un adult într-o astfel de situație, campania poate genera “efecte nedorite în ceea ce privește siguranța minorilor aflați în situații reale ce implică contactul cu animale sălbatice, în special urși, în arealul țării noastre”.

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 pentru produsul Dettol, în sensul ca difuzarea lui să se facă cu respectarea condițiilor specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

MARIA MONICA GUBERNAT

Întocmit ,
Serviciul juridic, reglementări și relații europene,
Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu