



Decizia nr. 154/18.02.2016

Întrunit în ședință publică în ziua de 18 februarie 2016, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul de monitorizare cu privire la difuzarea spotului publicitar pentru promovarea produsului **Maybelline**.

Posturile de televiziune¹ *Antena 1*, *Antena Stars*, *Kanal D*, *PRO TV* au difuzat în **perioada 16-17.01.2016**, un spot publicitar pentru produsul **Maybelline**, cu durata de 25 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *MAYBELLINE VOLUM EXPRESS COLOSSAL, PRET IMBATABIL - 25 SEC*), astfel: *Antena 1* (de ex. 16.01.2016, ora 14:54), *Antena Stars* (de ex. 16.01.2016, ora 16:21), *Kanal D* (de ex. 16.01.2016, ora 14:40), *Pro TV* (de ex. 17.01.2016, ora 17:26).

De asemenea, în **perioada 15-17.01.2016**, respectiv **21-24.01.2016**, un spot cu aceeași denumire, respectiv durată, se regăsește în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, pentru următoarele posturi de televiziune: *Acasă* (de ex. 16.01.2016, ora 08:00), *Acasă Gold* (de ex. 16.01.2016, ora 12:22), *AXN* (de ex. 22.01.2016, ora 11:38), *MTV Ro* (de ex. 15.01.2016, ora 18:46), *ZU TV* (de ex. 22.01.2016, ora 20:55)

Descriere spot:

Voce din off: *Privire îndrăzneță. Volum intens. Gene, nu doar cu mai mult volum, ci colosale. Mascara numărul 1 în lume, Colossal de la Maybelline New York. 700 de perișori compacți și formula bogată în collagen pentru volum intens. Un singur gest, volum colosal. Gene cu volum intens și îndrăznețe, fără a fi încărcate. Alege Colossal.*

Simultan cu vocea din off, pe ecran au fost ilustrate imagini cu genele unei femei, care păreau a fi gene false, iar în partea inferioară a ecranului a fost afișată mențiunea (inserție nouă): **Gene stilizate prin inserți de gene. Înainte de aplicarea produsului, pentru o durată de aproximativ 3 secunde.*

În următoarea secvență, a fost prezentată imaginea produsului *Maybelline*, alături de textul: **MASCARA COLOSSAL VOLUM' EXPRESS / #1**. În partea inferioară a ecranului, au fost titrate, pentru o durată de aproximativ 3 secunde, mențiunile (inserție nouă): ***Conform bazelor de date Nielsen Australia, Belgia, Brazilia, Canada, Danemarca, Estonia, Germania, Marea Britanie, Letonia, Lituania, Malaezia, Mexic, Portugalia, Singapore, Spania, Suedia, Elveția, Taiwan, Thailanda și Turcia; bazelor de date IRI Franța, Italia, Canada, Olanda și SUA; bazelor de date SRI Japonia; 2015.**

În continuare, au fost expuse succesiv următoarele: imagini cu periuța de mascara (titrat pe ecran: *PERIUȚA COLOSALĂ*); o reprezentare virtuală cu ajutorul căreia a fost prezentat modul de acționare a collagenului (pe ecran a fost titrat textul: *COLAGEN*); imagini în care a fost ilustrată modalitatea de aplicare a rimelului pe gene, iar volumul conferit genelor de produsul *Maybelline* a fost sugerat prin intermediul unor inserții de gene (mențiune titrată pe ecran: *VOLUM COLOSAL*); imagini cu privirea femeii, indicându-se faptul că mascara folosită nu încarcă genele (text titrat pe ecran: *FĂRĂ A FI ÎNCĂRCATE*).

Voce din off: *Maybe it's Maybelline!*

În concordanță cu vocea din off, pe ecran a fost titrat textul: **MAYBE IT'S MAYBELLINE**, iar, pe fundal, a fost surprinsă o imagine cu femeia care pe parcursul difuzării spotului publicitar a prezentat produsul *Maybelline*.

¹ Pentru posturile de televiziune menționate au fost verificate înregistrările video deținute de CNA.

Imaginea de final a spotului publicitar - Voce din off: *Alege-ți mascara preferată de la Maybelline New York, la un preț imbatabil.*

La sfârșitul spotului publicitar, pe ecran static, au fost prezentate cinci tipuri de mascara de la marca *Maybelline New York*, alături de mențiunile titrate pe ecran: *PREȚ IMABATABIL* / ** Pentru mascara ta preferată de la Maybelline New York.*

Pe parcursul difuzării spotului publicitar, în partea inferioară a ecranului a fost afișată sigla producătorului - *MAYBELLINE NEW YORK.*

În urma dezbaterilor ce au avut loc după analizarea raportului de monitorizare, Consiliul a constatat că spotul pentru promovarea produsului **Maybelline** a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 94 lit. a) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit dispozițiilor Codul audiovizualului:

- art. 94: *În scopul unei informări corecte, orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public, în special prin asigurarea următoarelor măsuri:*

a) *să fie prezentată static, lizibil și pe o durată suficientă, în cazul informației difuzate sub formă de videotext; dimensiunea caracterelor trebuie să fie de minimum 17 puncte în format SD, definiție standard, respectiv 32 în format HD, înaltă definiție;*

Vizionând spotul publicitar pentru promovarea produsului **Maybelline**, membrii Consiliului au constatat că textul "**Conform bazelor de date Nielsen Australia, Belgia, Brazilia, Canada, Danemarca, Estonia, Germania, Marea Britanie, Letonia, Lituania, Malaezia, Mexic, Portugalia, Singapore, Spania, Suedia, Elveția, Taiwan, Thailanda și Turcia; bazelor de date IRI Franța, Italia, Canada, Olanda și SUA; bazelor de date SRI Japonia; 2015**" care însoțește afirmației "**Mascara numărul 1 în lume, Colossal de la Maybelline New York**" a fost difuzat, static, pe o perioadă insuficientă, fapt ce contravine dispozițiilor Codului audiovizualului.

Conform prevederii legale invocate, în scopul informării corecte, *orice informație sau avertizare conținută într-o comunicare comercială audiovizuală se difuzează astfel încât aceasta să fie clar percepută de public prin prezentată statică și lizibilă pe o durată suficientă.*

Față de aceste aspecte, Consiliul apreciază că interesele economice și comportamentul publicului pot fi prejudiciate în situația în care sursa sau fundamentul pe care se întemeiază afirmația „**Mascara numărul 1 în lume – Colossal de la Maybelline New York**”, raportat la mărimea textului, nu este redat/ă pe o durată suficientă, conform dispozițiilor Codului audiovizualului.

Astfel, membrii Consiliului consideră că spotul pentru promovarea produsului **Maybelline** trebuie să respecte condițiile de difuzare a comunicărilor comerciale audiovizuale, pentru a asigura o informare corectă și completă a publicului telespectator.

Pentru aceste considerente, cu respectarea prevederilor art. 15 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, **Consiliul Național al Audiovizualului a decis intrarea în legalitate în privința spotului de promovare a produsului „Maybelline”,** difuzat de posturile de televiziune, în sensul ca promovarea să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale audiovizuale în cadrul serviciilor de programe.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Serviciul juridic și reglementări,
Șef Serviciu, Dumitru Ciobanu

