

Decizia nr. 315 din 19.05.2026

Întrunit în ședință publică în ziua de 19.05.2026, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare în baza sesizării nr. 2157/24.02.2026, cu privire la difuzarea în grupaje de publicitate, în perioada 09-15.02.2026, pe postul de televiziune Realitatea Plus, a spotului pentru suplimentul alimentar denumit „Exomena”.

Potrivit raportului de monitorizare, au fost efectuate următoarele CONSTATĂRI:

CONSTATĂRI

EXOMENA, FARMACCLASS, RANDURI - 20 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **14-15.02.2026**, postul de televiziune *Realitatea Plus* a difuzat spotul menționat, cu durata de 20 de secunde, în grupaje de publicitate. (2 difuzări)

Exemplu de difuzare: *Realitatea Plus* (14.02.2026, ora 10:51).

Descriere spot publicitar:

Voce off: ***Exomena susține sănătatea fiziologică normală la menopauză și perimenopauză. Exomena are o formulă care diminuează bufeurile, stările de nervozitate, tulburările de somn și de ritm cardiac. Femeitatea ta nu are vârstă! Exomena este un supliment alimentar FarmaClass. Citiți cu atenție informațiile de pe ambalaj.***

La începutul spotului, a fost prezentată o femeie, al cărei chip a sugerat, succesiv, diverse stări. Apoi, a fost prezentată o altă femeie, care își făcea vânt. În partea din stânga a ecranului, a apărut imaginea unei cutii a produsului promovat. Ulterior, în timp ce pe fundal a fost arătată o altă persoană, care avea un somn agitat, a fost afișat textul **CONȚINE/ FITOESTROGENI/ ULEIURI VOLATILE/ FLAVONE/ ANTOCIANOZIDE DE ORIGINE VEGETALĂ.**

Pe toată durata difuzării imaginilor, în partea de jos a ecranului au fost prezente sigla *Exomena*[®] (în stânga), adresa site-ului *www.farmaclass.ro* (în zona centrală) și sigla *FarmaClass*[®] (în dreapta).

La finalul spotului, pe ecran au fost prezente următoarele elemente:

- porțiuni din chipurile a două femei (în părțile laterale ale ecranului);
- imaginea unei cutii de *Exomena* (în partea centrală a ecranului);
- avertizarea ***Nu depășiți doza zilnică recomandată. A nu se lăsa la îndemâna și la vederea copiilor. Suplimentele alimentare nu înlocuiesc o dietă variată și echilibrată.*** (în partea din stânga-jos a ecranului);
- avertizarea ***Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție informațiile de pe ambalaj.*** (în partea din dreapta-jos a ecranului);

• sigla *Exomena*[®], adresa site-ului www.farmaclass.ro și sigla *FarmaClass*[®] (în partea de jos a ecranului).

Astfel, în urma vizionării înregistrărilor, după analizarea raportului de monitorizare al cărui conținut este redat mai sus, și a spotului de publicitate pentru suplimentul alimentar denumit „Exomena”, difuzat pe postul de televiziune Realitatea Plus, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada în perioada 09-15.02.2026, ținând seama și de punctul de vedere al Consiliului Român pentru Publicitate (RAC) nr. 2157PDVP/20.04.2026, ca urmare a solicitării din partea CNA cu nr.2157/30.36.2026, membrii Consiliului au constatat că acest spot publicitar încalcă dispozițiile art. 113 - (1) din Decizia nr. 573 din 25 iunie 2025 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual (Codul audiovizualului), potrivit cărora, 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 și să nu utilizeze practici comerciale incorecte, înșelătoare sau agresive, așa cum ele sunt definite de Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare.

În ceea ce privește reglementarea, la nivel național, a suplimentelor alimentare, Legea nr. 56/2021 privind suplimentele alimentare, care transpune art. 1 alin. (1), art. 2, art. 6, art. 7, art. 10, art. 12 alin. (1), art. 15 din Directiva 2002/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului referitoare la apropierea legislațiilor statelor membre privind suplimentele alimentare, astfel cum a fost modificată prin Directiva Comisiei 2006/37/CE, instituie că suplimentele alimentare sunt produse alimentare al căror scop este de a completa regimul alimentar și care reprezintă surse concentrate de nutrienți sau alte substanțe cu efect nutrițional sau fiziologic, singure sau în combinație, comercializate sub formă de doză, respectiv în forme de prezentare cum ar fi capsule, comprimate, pilule sau alte forme similare, cașete cu pulbere, fiole de lichid, flacoane cu picurător și alte forme similare de lichide și pulberi destinate să fie luate în cantități mici, unitare, măsurate. Mai mult, mențiunile referitoare la sănătate sunt acceptate în promovarea suplimentelor alimentare dacă respectă prevederile Regulamentului (CE) nr. 1924/2006, Regulamentului (CE) nr. 432/2012, Regulamentului (CE) nr. 563/2013 și ale altor Regulamente ale Comisiei Europene de modificare a Regulamentului (CE) nr. 432/2012 de stabilire a unei liste de mențiuni de sănătate permise. Coroborând aceste dispoziții legale rezultă că suplimentele alimentare sunt asimilate produselor alimentare cu rol de suplimentare a regimului alimentar. Din mențiunile cuprinse în descrierea spotului publicitar pentru „Exomena”, difuzat pe postul de televiziune Realitatea Plus face parte din categoria suplimentelor alimentare.

Ținând seama de definiția dată suplimentelor alimentare, potrivit prevederilor normative invocate și, prin raportare la conținutul spotului prin care sunt promovate respectivele produse, potrivit raportului de monitorizare, ținând seama și de punctul de vedere al Consiliului Român pentru Publicitate (RAC), care evidențiază ”Se încalcă prevederile Codului de Practică în comunicarea Comercială elaborată de RAC, în speță art. 31.3 lit. f) din Codul RAC”,

Art. 31.3 – Comunicarea pentru medicamentele care nu necesită prescripție medicală (OTC), pentru suplimentele alimentare, dispozitivele medicale, tratamentele curative și metodele alternative de vindecare trebuie:

f) să nu sugereze că efectul tratamentului cu produsul respectiv este garantat.

Astfel, observând că proprietățile benefice sunt atribuite suplimentelor și nu ingredientelor produselor, membrii Consiliului au constatat că informațiile prezentate nu au respectat cerințele reglementate la art. 113 alin. (1) din Codul audiovizualului, referitoare la informarea corectă a publicului și prin urmare, s-a decis intrarea în legalitate în privința acestui spot publicitar prin care este promovat produsul „Exomena”.

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 publicitar prin care este promovat suplimentul alimentar denumit „Exomena”, difuzat pe postul de televiziune Realitatea Plus, în sensul ca difuzarea acestora să respecte dispozițiile legale referitoare la comunicările comerciale audiovizuale, respectiv publicitatea și teleshoppingul la suplimente alimentare, impuse de legislația din domeniul audiovizualului.

VICEPREȘEDINTE,

VALENTIN-ALEXANDRU JUCAN

Întocmit, Serviciul Juridic,
Reglementări și Relații Europene
Șef serviciu Ciobanu Dumitru