

Decizia nr. 318 din 19.05.2026

Întrunit în ședință publică în ziua de **19 mai 2026**, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare – Serviciul Monitorizare Media, în baza sesizării nr. 3326/25.03.2026, cu privire la comunicarea comercială audiovizuală „**Prostamill**”, spotul publicitar fiind difuzat de către serviciile de programe de televiziune Digi 24, B1 TV, DigiSport 1, DigiSport 2, Prima Sport 1, Prima Sport 2, Realitatea Plus, România TV în perioada monitorizată, respectiv **16-22.03.2026**.

Redăm din raportul de monitorizare:

CONSTATĂRI**PROSTAMILL, BARBAT - 15 SEC**

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **18-22.03.2026**, posturile de televiziune *Digi 24, B1 TV, DigiSport 1, DigiSport 2, Prima Sport 1, Prima Sport 2, Realitatea Plus, România TV* au difuzat spotul menționat, cu durata de 15 secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Digi 24* (de exemplu 19.03.2026, ora 15:54), *B1 TV* (de exemplu 18.03.2026, ora 08:27), *DigiSport 1* (de exemplu 19.03.2026, ora 09:17), *DigiSport 2* (de exemplu 19.03.2026, ora 10:00), *Prima Sport 1* (de exemplu 20.03.2026, ora 08:20), *Prima Sport 2* (de exemplu 19.03.2026, ora 07:15), *Realitatea Plus* (de exemplu 19.03.2026, ora 07:53), *România TV* (de exemplu 18.03.2026, ora 07:40).

Descriere spot publicitar:

Voce off: *Nu lăsa afecțiunile prostatei să se transforme într-un coșmar! Prostamill – ajută-ți prostata, în timp util! Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.*

La începutul spotului, a fost prezentat un bărbat, care se afla în pat, noaptea, și încerca să doarmă. El a aprins lumina, s-a ridicat și a deschis o ușă. A fost prezentat, apoi, interiorul unui cabinet medical.

Ulterior, pe ecran au fost afișate următoarele elemente:

- sigla **PROSTAMILL®** (în partea de sus a ecranului);
- succesiv, textele **FORMULĂ ORIGINALĂ**, respectiv, **4 ELEMENTE ACTIVE ESENȚIALE**, apoi **AJUTĂ PROSTATA ÎN TIMP UTIL** (în partea din stânga a ecranului);
- imaginea unei cutii a produsului promovat, apoi, imaginea a două cutii similare, din una dintre ele ieșind un blister (în partea din dreapta a ecranului);
- avertizarea *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.* (în partea de jos a ecranului);
- adresa site-ului **www.prostamill.ro** (în colțul din stânga-jos al ecranului);
- textul **K-UBIK PHARMA INDUSTRIES** (în colțul din dreapta-jos al ecranului).

PROSTAMILL, BARBAT, RANDURI - 15 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **21-22.03.2026**, postul de televiziune

Antena 3 CNN a difuzat spotul menționat, cu durată de 15 secunde, în grupaje de publicitate (2 difuzări).

Exemplu de difuzare: Antena 3 CNN (21.03.2026, ora 10:37).

Descriere spot publicitar:

Conținut similar cu cel al spotului PROSTAMILL, BARBAT - 15 SEC, deosebirea constând în avertizarea din partea de jos a ecranului, de la finalul spotului, care a fost sub forma: *Acesta este un supliment alimentar și nu înlocuiește o alimentație variată. Nu depășiți doza recomandată. A nu se lăsa la îndemâna copiilor.* ”

Astfel, după analizarea raportului de monitorizare al cărui conținut este redat mai sus, în urma audierii și a vizionării înregistrărilor cu privire la spotul publicitar „**Prostamill**” pentru produsul care reprezintă un **supliment alimentar**, difuzat de către serviciile de programe de televiziune Digi 24, B1 TV, DigiSport 1, DigiSport 2, Prima Sport 1, Prima Sport 2, Realitatea Plus, România TV în perioada monitorizată, respectiv 16-22.03.2026, membrii Consiliului au constatat că acesta încalcă dispozițiile art. 145 alin. (2) din Decizia nr. 573/2025 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările ulterioare (Codul audiovizualului), potrivit cărora: „Art. 145 – (2) În publicitatea și teleshoppingul la **suplimente alimentare**, informațiile de prezentare a produselor vor 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 Național de Sănătate Publică, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1.924/2006.”

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 punctul de vedere al Consiliului Român pentru Publicitate (RAC) având nr. 3326PDVR/08.05.2026 și exprimat de reprezentant în ședință, reiese că spotul publicitar încalcă prevederile art. 31.7 din Codul RAC și art. B.7 din Anexa PRISA la Codul RAC, reglementări care se referă la faptul că **comunicarea pentru suplimente alimentare** trebuie „să utilizeze exclusiv informațiile prezente pe eticheta, cutia, flaconul, și/sau prospectul suplimentului alimentar, informații aprobate de autoritatea competentă, în conformitate cu prevederile legislației naționale/europene în vigoare”, iar „mențiunile de sănătate sau cele referitoare la remedierea unor semne superficiale de îmbătrânire sau ale aspectului general sunt acceptabile pentru suplimente alimentare în cazul în care acestea respectă Regulamentul (CE) 924/2006, Regulamentul (CE) 432/2012, Regulamentul (CE) 563/2013 și alte Regulamente ale Comisiei Europene de modificare a

Regulamentului (UE) nr. 432/2012 de stabilire a unei liste de mențiuni de sănătate permise.”

Ținând seama de prevederile normative invocate și prin raportare la conținutul spotului publicitar prin care este promovat produsul „*Prostamill*”, potrivit raportului de monitorizare, membrii Consiliului au constatat că spotul publicitar promovează suplimentul alimentar prin textele **FORMULĂ ORIGINALĂ, 4 ELEMENTE ACTIVE ESENȚIALE, AJUTĂ PROSTATA ÎN TIMP UTIL**, fără a fi menționate însă ingredientele care ar susține aceste afirmații.

Prin urmare, raportul de monitorizare menționat a fost analizat în ședința publică a Consiliului din data de 19 mai 2026, constatându-se că spotul publicitar pentru suplimentul alimentar „*Prostamill*”, difuzat de către serviciile de programe de televiziune *Digi 24, B1 TV, DigiSport 1, DigiSport 2, Prima Sport 1, Prima Sport 2, Realitatea Plus, România TV* în perioada monitorizată, respectiv 16-22.03.2026., nu respectă dispozițiile art. 145 alin. (2) din Codul audiovizualului și, prin urmare, s-a decis intrarea în legalitate în privința spotului publicitar prin care este promovat acest produs.

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 produsul „*Prostamill*”, în sensul ca difuzarea acestuia să respecte dispozițiile legale privind comunicările comerciale audiovizuale pentru suplimente alimentare, impuse de art. 145 alin. (2) din Codul audiovizualului.**

VICEPREȘEDINTE,

VALENTIN-ALEXANDRU JUCAN

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