

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

ROMÂNIA
BUCUREȘTI

Bd. Libertății nr. 14
Sector 5, CP 050706
CF 4266189



Autoritate publică
autonomă

Tel.: +4 0213055356
Fax: +4 0213055354
cna@cna.ro
www.cna.ro

Decizia nr.615 din 22.10.2020

Întrunit în ședință publică în ziua de 22 octombrie 2020, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizării nr. 8996/15.09.2020 cu privire la spotul de publicitate SIMPLIQ difuzat în perioada 27.07-02.08.2020 de posturile Antena 1, Antena 3, B1 TV, Comedy Central, Digi 24, DigiSport 1, DigiSport 2, Favorit TV, Prima TV, Pro TV, Realitatea Plus, România TV, TVR 1 și TVR 2.

Conform raportului de monitorizare, dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **27.07-02.08.2020**, posturile *B1 TV, Antena 1, Antena 3, Comedy Central, Digi 24, DigiSport 1, DigiSport 2, Favorit TV, Prima TV, Pro TV, Realitatea Plus, România TV, TVR 1, TVR 2* au difuzat spotul menționat, cu durata de 30 de secunde.

Exemple de difuzare: *B1 TV* (de exemplu 27.07.2020, ora 19:35), *Antena 1* (de exemplu 27.07.2020, ora 15:21), *Antena 3* (de exemplu 27.07.2020, ora 10:43), *Comedy Central* (de exemplu 27.07.2020, ora 07:46), *Digi 24* (de exemplu 27.07.2020, ora 02:41), *DigiSport 1* (de exemplu 27.07.2020, ora 15:37), *DigiSport 2* (de exemplu 27.07.2020, ora 07:30), *Favorit TV* (de exemplu 27.07.2020, ora 12:25), *Prima TV* (de exemplu 27.07.2020, ora 06:35), *Pro TV* (de exemplu 27.07.2020, ora 19:54), *Realitatea Plus* (de exemplu 27.07.2020, ora 04:45), *România TV* (de exemplu 27.07.2020, ora 07:40), *TVR 1* (de exemplu 27.07.2020, ora 22:52), *TVR 2* (de exemplu 27.07.2020, ora 14:29).

Descriere spot publicitar:

Voce off: *Câți ani are acest bărbat? Dar acum? **Părul grizonat nu este sfârșitul lumii, dar trebuie să recunoașteți că vă îmbătrânește!***

Inițial, a fost prezentat un bărbat care ținea în mână o fotografie. Aceasta din urmă a înfățișat chipul unui bărbat cu părul cărunt. Ulterior, bărbatul a îndepărtat fotografia din dreptul chipului său, observându-se că acesta seamăna cu cel din fotografie, deosebirea fiind dată doar de culoarea părului. Apoi, în plan apropiat a fost prezentată fotografia, observându-se încă o dată părul cărunt al celui fotografiat.

Voce off: *Fă o schimbare! Ia-ți șamponul Simpliq, în tub argintiu, din farmacie! **Simpliq anti-încărunțire conține fitopigmenți care pătrund la rădăcina părului și, o dată cu creșterea, pot reda, treptat, culoarea naturală, închisă. Simpliq este atât de eficient încât primele efecte pot apărea după doar cinci utilizări.***

În următoarea imagine a apărut un bărbat filmat din zona umerilor până la șolduri. Acesta era îmbrăcat în alb și stătea în spatele unui ghișeu. La un moment dat, a oferit altui bărbat o cutie inscripționată cu numele produsului promovat, asupra căruia a fost un stop-cadru timp de o secundă.

Ulterior, a fost înfățișat un bărbat, filmat de la umeri în sus, care își spăla părul. Apoi, în mod grafic, a fost redată acțiunea produsului. Din acest moment, pe ecran a apărut, în partea din stânga-sus, numele produsului.

În partea de jos a ecranului, pentru o durată de aproximativ 9 secunde, a fost afișat textul: *Votat Produsul Anului® în categoria "Îngrijirea părului bărbați". Studiu realizat online, de Exact*

*Business Solutions pe 30 de categorii. În categoria "Îngrijirea părului bărbați" eșantionul a fost de 501 respondenți, bărbați 18-65 ani, din mediul urban, utilizatori de internet. Eroarea maximă de eșantionare este +/- 4.4%. Studiul a avut loc în perioada 06.03.2020-09.04.2020. Criteriile de selecție au fost: inovație, atractivitate, intenție de cumpărare. Produsul câștigător a fost votat de către consumatori dintre produse comparate în categorii. Detalii pe www.produsulanului.com. Deasupra acestuia, pentru aproximativ 7 secunde, a fost adăugat și textul: **Produsul SIMPLIQ NU este un colorant pentru păr. Efectul șamponului rezultă din conținutul complex de extracte naturale de plante bogate în fitopigmenți (care sunt precursorii melaninei), care, atunci când sunt utilizate în mod regulat, întunecă părul în mod gradat.** Textul adăugat menționat mai sus a rămas pe ecran și în următoarea secvență, în care a fost prezentată acțiunea produsului. În partea din dreapta-jos a ecranului a fost scris *fitopigmenți*.*

Spre finalul spotului, bărbatul prezentat inițial și-a trecut mâna prin păr. În partea de jos a ecranului a apărut textul: *Efectul așteptat al produsului poate fi influențat de factori precum: tipul și starea părului, caracteristicile individuale determinate genetic, stilul de viață și condițiile de mediu.*

Apoi, a așezat, pe o suprafață acoperită cu apă, un tub inscripționat cu numele produsului. În partea de jos a ecranului a fost adăugată o mențiune a textului de mai sus: ***pe baza studiului realizat cu utilizatorii șamponului, 60% dintre respondenți au declarat apariția efectului după a cincea utilizare.**

Bărbatul a mai apărut o dată în imagine. În partea dreaptă a ecranului a fost afișată cifra 5, înconjurată de două semicercuri. Alături, a fost scris: **efect după 5 utilizări***.

Voce off: *Tu ai putea întoarce timpul! Folosește Simpliq anti-încărunțire!*

În final, în partea din stânga a ecranului a fost înfățișat un bărbat al cărui chip era format din două imagini alăturate (într-una dintre ele, acesta avea părul cărunț, în cealaltă, părul acestuia avea o culoare închisă). Apoi, bărbatul a înlăturat imaginea în care apărea cu părul cărunț. În partea centrală a ecranului a fost scris textul: *Tu ai putea întoarce timpul! Folosește Simpliq anti-încărunțire!* În partea dreaptă a ecranului a apărut un tub inscripționat cu numele produsului, iar în partea centrală a ecranului a fost scris *disponibil în farmacii*, alături de sigla corespunzătoare.

În partea de jos a ecranului, pentru o durată de aproximativ 9 secunde, a fost afișat textul: *Votat Produsul Anului® în categoria "Îngrijirea părului bărbați". Studiu realizat online, de Exact Business Solutions pe 30 de categorii. În categoria "Îngrijirea părului bărbați" eșantionul a fost de 501 respondenți, bărbați 18-65 ani, din mediul urban, utilizatori de internet. Eroarea maximă de eșantionare este +/- 4.4%. Studiul a avut loc în perioada 06.03.2020-09.04.2020. Criteriile de selecție au fost: inovație, atractivitate, intenție de cumpărare. Produsul câștigător a fost votat de către consumatori dintre produse comparate în categorii. Detalii pe www.produsulanului.com.*

Pe durata spotului, au mai fost afișate siglele VOTAT PRODUSUL ANULUI 2020 CONSUMATORII PREMIAZĂ INOVAȚIA (în partea din dreapta-sus a ecranului, pentru 8 secunde), precum și sigla SIMPLIQ (în partea din stânga-sus a ecranului, pentru 14 secunde).

O altă variantă a spotului pentru acest produs (având denumirea SIMPLIQ, SAMPON, BARBAT - 30 SEC în datele KANTAR MEDIA) a făcut obiectul raportului realizat în urma primirii reclamației cu nr. 11133/21.10.2019.

Raportul a fost analizat în ședința Consiliului din data de 7 noiembrie 2019, care a decis intrarea în legalitate în privința conținutului comunicării comerciale "SIMPLIQ" ce a făcut obiectul analizei, în sensul ca aceasta să fie difuzată de serviciile de programe de televiziune cu respectarea condițiilor specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

În urma vizionării și analizării spotului publicitar SIMPLIQ care a făcut obiectul raportului de monitorizare, membrii Consiliului au constatat că acesta 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 invocate, *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;*

Membrii Consiliului au constatat că informațiile afișate pe ecran timp de aproximativ 9 secunde a textului: *Votat Produsul Anului® în categoria "Îngrijirea părului bărbați". Studiu realizat online, de Exact Business Solutions pe 30 de categorii. În categoria "Îngrijirea părului bărbați" eșantionul a fost de 501 respondenți, bărbați 18-65 ani, din mediul urban, utilizatori de internet. Eroarea maximă de eșantionare este +/- 4.4%. Studiul a avut loc în perioada 06.03.2020-09.04.2020. Criteriile de selecție au fost: inovație, atractivitate, intenție de cumpărare. Produsul câștigător a fost votat de către consumatori dintre produse comparate în categorie. Detalii pe www.produsulanului.com," precum și afișarea timp de aproximativ 7 secunde a textului: **Produsul SIMPLIQ NU este un colorant pentru păr. Efectul șamponului rezultă din conținutul complex de extracte naturale de plante bogate în fitopigmenți (care sunt precursorii melaninei), care, atunci când sunt utilizate în mod regulat, întunecă părul în mod gradat.**" nu au fost prezentate pe o durată suficientă prevăzută de dispozițiile legale invocate, pentru a putea fi citite în mod normal de telespectatori.*

Norma invocată prevede că informațiile difuzate sub formă de videotext trebuie să fie prezentate pe o durată suficientă pentru ca publicul telespectator să perceapă în mod clar aceste informații.

Consiliul apreciază că, afișarea timp de 7 și, respectiv, 9 secunde a unor informații esențiale privind studiul realizat cu utilizatorii produsului (șamponului) Simpliq, caracteristicile și efectele acestuia, nu este suficientă pentru ca publicul să poată citi în mod normal și lizibil aceste informații, fapt ce contravine prevederilor art. 94 lit. a) din Codul audiovizualului, deoarece, mulți dintre telespectatorii cărora li se adresează comunicarea comercială, datorită vârstei, nu pot percepe și citi în mod normal textele afișate pe ecran.

Consiliul consideră că numai respectarea prevederilor legale poate asigura o informare corectă și completă a publicului telespectator în cadrul unei comunicări comerciale difuzată pe posturile de televiziune.

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 "Simpliq", în sensul respectării condițiilor specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

MARIA MONICA GUBERNAT

Serviciul juridic,
reglementări și relații europene,
Șef serviciu Dumitru Ciobanu