

Decizia nr.693 din 16.07.2025

Întrunit în ședință publică în ziua de 16 iulie 2025, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat atât raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizării nr. 18347/02.06.2025, cu privire la difuzarea spotului "MagneVie Kids" pe posturile de televiziune, în perioada 02-08.06.2025, cât și adresa nr. 257/11.07.2025 emisă de Consiliul Român de Publicitate referitoare la acest spot.

Redăm din raportul de monitorizare:

MAGNEVIE KIDS, CLASA, NOU - 20 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada 03-08.06.2025, posturile de televiziune *Prima TV, Acasă, Antena 1, Antena 3 CNN, Antena Stars, Cinemaraton, Digi 24, Happy Channel, Kanal D, Kanal D2, Kiss TV, Music Channel, N24 PLUS, Național TV, Pro Cinema, Pro TV, Realitatea Plus, România TV, U TV, ZU TV* au difuzat spotul menționat, cu durata de 20 de secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Prima TV* (de exemplu 03.06.2025, ora 20:49), *Acasă* (de exemplu 03.06.2025, ora 06:14), *Antena 1* (de exemplu 03.06.2025, ora 09:29), *Antena 3 CNN* (de exemplu 03.06.2025, ora 11:52), *Antena Stars* (de exemplu 03.06.2025, ora 14:29), *Cinemaraton* (de exemplu 03.06.2025, ora 08:40), *Digi 24* (de exemplu 03.06.2025, ora 07:32), *Happy Channel* (de exemplu 03.06.2025, ora 11:51), *Kanal D* (de exemplu 03.06.2025, ora 08:19), *Kanal D2* (de exemplu 03.06.2025, ora 12:51), *Kiss TV* (de exemplu 03.06.2025, ora 18:24), *Music Channel* (de exemplu 03.06.2025, ora 12:11), *N24 PLUS* (de exemplu 03.06.2025, ora 16:21), *Național TV* (de exemplu 03.06.2025, ora 08:22), *Pro Cinema* (de exemplu 03.06.2025, ora 10:11), *Pro TV* (de exemplu 03.06.2025, ora 11:47), *Realitatea Plus* (de exemplu 03.06.2025, ora 06:07), *România TV* (de exemplu 03.06.2025, ora 10:40), *U TV* (de exemplu 03.06.2025, ora 10:56), *ZU TV* (de exemplu 03.06.2025, ora 06:12).

Descriere spot publicitar:

Voce fată: *Îmi încep ziua cu un panda, cu magneziu și vitamina B₆. Mami spune că, împreună cu el, provocările zilnice sunt mai ușoare.*

Voce off: *Nu-i o surpriză! E noul supliment alimentar Magnevie Kids, cu magneziu și vitamina B₆, ce susține sistemul nervos și reduce oboseala.*

Voce fată: *Copiii îl adoră!*

Voce off: *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție informațiile de pe ambalaj.*

La începutul spotului, a fost prezentată o fată, căreia i s-a oferit un recipient al produsului promovat. Imaginea produsului respectiv a fost prezentată, apoi, pe ecran, alături de tablete pe care era desenat un urs panda. În colțul din dreapta-sus al ecranului, a fost afișat textul **NOU!**

Apoi, fata a fost arătată, în timp ce îi atrăgea atenția colegului de bancă (acesta din urmă având capul sprijinit și ochii închiși), înainte de a ridica mâna, în sala de clasă. Din nou, pe ecran a apărut produsul promovat, alături de textele *PRIMUL MAGNEZIU PENTRU COPII DE LA MAGNEVIE®* (în partea din stânga a ecranului) și simbolurile *Mg* și *B₆* (în partea din dreapta a ecranului). Ulterior, în timp ce pe ecran au rulat imagini cu fata, care era în fața clasei sau zâmbea, alături de o femeie, pe ecran au fost prezente următoarele elemente:

- textul *SUSȚINE SISTEMUL NERVOS ȘI REDUCE OBOSEALA* (în partea din stânga a ecranului);
- imaginea unui recipient din produsul promovat (în partea din dreapta a ecranului);
- avertizarea *Supliment alimentar. Citiți cu atenție informațiile de pe ambalaj.* (în partea de jos a ecranului).

La finalul spotului, a fost reluată o imagine anterioară, cu produsul promovat și textul *NOU!*, iar avertizarea menționată a rămas în partea de jos a ecranului.

Analizând spotul "*Magnevie Kids*" difuzat pe posturile de televiziune, în perioada monitorizată **02-08.06.2025**, al cărui conținut este redat mai sus, membrii Consiliului au constatat că acesta a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 29 alin. (2) lit. b) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit dispozițiilor invocate, comunicările comerciale audiovizuale trebuie să nu provoace nicio daună morală, fizică sau mentală minorilor și, în special, să nu încurajeze în mod direct minorii să își convingă părinții sau pe alte persoane să cumpere bunurile ori serviciile care fac obiectul publicității.

În baza raportului de monitorizare, membrii Consiliului au reținut că produsul, a cărui promovare se face în cadrul spotului analizat, este un supliment alimentar adresat copiilor sub formă de comprimate masticabile ce conțin magneziu și vitamina B₆. În spot este prezentată o fată careia i s-a oferit un recipient al produsului. Fata i-a atras atenția colegului de bancă (care avea capul sprijinit și ochii închiși) înainte de a ridica mâna, în sala de clasă. A apărut din nou imaginea produsului, alături de textele *PRIMUL MAGNEZIU PENTRU COPII DE LA MAGNEVIE®*. Ulterior, pe ecran au rulat imagini cu fata, care era în fața clasei și zâmbea, alături de o femeie. În acest timp, o voce de fată reda următorul text: "... Îmi încep ziua cu un panda, cu magneziu și vitamina B₆. Mami spune că, împreună cu el, provocările zilnice sunt mai ușoare.... **Copiii îl adoră!**

Având în vedere întregul conținut al spotului de promovare a tabletelor *MagneVie Kids*, Consiliul a constatat că acesta se adresează unei categorii de public formată din minori, a căror dezvoltare mentală și psihică este în formare, fiind de natură să influențeze comportamentul celor care vizionează o asemenea publicitate și să solicite membrilor de familie (părinți, bunici) să le achiziționeze produsul, datorită faptului că **"...Copiii îl adoră"**

În aceste condiții, Consiliul a reținut că o astfel de publicitate, care prin imagini și mesaje explicite se adresează minorilor, al căror discernământ și capacitate de analiză nu sunt pe deplin dezvoltate, putând fi astfel influențați în deciziile, aprecierile și preferințele proprii, inducându-le un comportament previzibil în a insista ca părinții să le cumpere aceste acadele cu gust delicios, în cazul durerii în gât, a contravenit prevederilor legale incidente care dispun că minorii nu trebuie încurajați în mod direct să își convingă părinții să le cumpere bunurile a căror reclamă se face.

Or, potrivit prevederilor art. 29 din Legea audiovizualului, care reglementează expres condițiile de difuzare a comunicărilor comerciale, acestea trebuie să nu provoace nici o daună morală, fizică sau mentală minorilor și, în special, să nu încurajeze în mod direct

minorii să își convingă părinții sau pe alte persoane să cumpere bunurile ori serviciile care fac obiectul publicității.

Sub acest aspect, analizând această comunicarea comercială, și Consiliul Român pentru Publicitate (RAC) a stabilit că sunt încălcate prevederile art. 31.3 lit. i) din Codul RAC, și ale art. D.6 din Anexa PRISA. deoarece, prin forma de prezentare, limbaj și imagini, comunicarea comercială se adresează direct copiilor, lucru care nu este permis în cazul suplimentelor alimentare. În aceste condiții, expresia "*Copiii îl adoră*" poate fi considerată ca exploatând credulitatea acestora încurajându-i să-ți dorească produsul fără a înțelege natura sa de supliment alimentar, încălcându-se astfel prevederile art. 9.1 din Codul RAC. Astfel, se recomandă revizuirea comunicării în cauză pentru produsul **MagneVie Kids** și eliminarea deficiențelor constatate.

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 "MagneVie Kids", în sensul ca acesta să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

VICEPREȘEDINTE

VALENTIN-ALEXANDRU JUCAN

Serviciul Juridic,
Reglementări și Relații Europene
Șef serviciu Ciobanu Dumitru