

Decizia nr. 798 din 24.09.2025

Întrunit în ședință publică în ziua de 24.09.2025, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizărilor nr. 21879/21.07.2025 și 21880/21.07.2025, cu privire la spoturile publicitare pentru suplimentul alimentar KIDIMAG, difuzate în perioada 21-27.07.2025, de posturile de televiziune Acasă, Antena 1, Antena Stars, B1 TV, Cinemaron, Happy Channel, Kanal D, Kanal D2, Music Channel, N24 PLUS, Național TV, Prima News, Prima TV, Pro Cinema, Pro TV, România TV, TVR 1, TVR 2.

Potrivit raportului de monitorizare redactat de Direcția Monitorizare-Serviciul Monitorizare Media, în perioada **21-27.07.2025**, dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, posturile de televiziune *Antena 1, Acasă, Antena Stars, B1 TV, Cinemaron, Happy Channel, Kanal D, Kanal D2, Music Channel, N24 PLUS, Național TV, Prima News, Prima TV, Pro Cinema, Pro TV, România TV, TVR 1, TVR 2* au difuzat spotul menționat, cu durata de 25 de secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Antena 1* (de exemplu **21.07.2025**, ora **23:46**), *Acasă* (de exemplu 21.07.2025, ora 07:18), *Antena Stars* (de exemplu 21.07.2025, ora 08:17), *B1 TV* (de exemplu 21.07.2025, ora 08:25), *Cinemaron* (de exemplu 21.07.2025, ora 21:56), *Happy Channel* (de exemplu 21.07.2025, ora 07:18), *Kanal D* (de exemplu 21.07.2025, ora 14:31), *Kanal D2* (de exemplu 21.07.2025, ora 07:49), *Music Channel* (de exemplu 21.07.2025, ora 06:53), *N24 PLUS* (de exemplu 21.07.2025, ora 11:18), *Național TV* (de exemplu 21.07.2025, ora 10:42), *Prima News* (de exemplu 21.07.2025, ora 12:26), *Prima TV* (de exemplu 21.07.2025, ora 19:32), *Pro Cinema* (de exemplu 21.07.2025, ora 09:23), *Pro TV* (de exemplu 21.07.2025, ora 08:49), *România TV* (de exemplu 21.07.2025, ora 10:55), *TVR 1* (de exemplu 21.07.2025, ora 18:42), *TVR 2* (de exemplu 22.07.2025, ora 09:22).

KIDIMAG, LIPSA DE CONCENTRARE - 25 SEC

Descriere spot publicitar:

La începutul spotului, a fost prezentată o femeie, care se adresa unui copil, care își agita mâinile, în aer:

Femeie: *Fii atent la lecții!*

Apoi, aceeași femeie, în pat, cu o carte în mână, se adresa aceluiași copil, care stătea în șezut, lângă ea:

Femeie: *Hai, culcă-te odată!*

Cele două ipostaze au apărut pe un panou, într-o sală unde o femeie făcea o prezentare, în fața publicului. În concordanță cu cele rostite de femeie, imaginile au fost înlocuite cu textele *Deficit de atenție*, respectiv, *Hiperactivitate*.

Femeie 2: *Dragi părinți, vi se pare cunoscut? Tot mai mulți copii se confruntă cu deficit de atenție și hiperactivitate. Pentru a avea grijă de cei mici, încercați KIDIMAG, de la farmacie!*

În colțul din stânga-jos al imaginii a apărut imaginea unei cutii a produsului promovat.

Voce off: **KIDIMAG are la bază o formulă specială, ce conține pidolat de magneziu și citrat de magneziu, pentru copii hiperactivi și cu deficit de atenție. KIDIMAG este un supliment alimentar. Citiți cu atenție informațiile de pe ambalaj.**

Imaginea cutiei produsului promovat a trecut în partea din dreapta a ecranului, iar, în partea din stânga, au fost afișate textele *Pidolat de magneziu și Citrat de magneziu*, în timp ce, în partea de jos a ecranului, au apărut trei simboluri, primul dintre ele ilustrând turnarea conținutului unui plic într-un pahar, iar celelalte două, însoțite de textele *Fără lactoză*, respectiv, *Fără gluten*.

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

- imagini cu femeia și copilul din cadrele inițiale, care bat palma, fericiți (în partea centrală a ecranului);
- textul **Pentru copiii cu lipsă de concentrare!** (în colțul din stânga-jos al ecranului);
- imaginea unei cutii de KIDIMAG, precum și textul *Disponibil în farmacii* (în colțul din dreapta-jos al ecranului);
- avertizarea *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție informațiile de pe ambalaj.* (în partea de jos a ecranului).

În urma analizării raportului de monitorizare și a vizionării spotului pentru produsul KIDIMAG, membrii Consiliului au constatat că difuzarea acestuia s-a făcut cu încălcarea prevederilor art. 120 alin. (1) și (3) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului), și actual art. 145 alin. (1) și (3) din Decizia 573/2025.

Potrivit dispozițiilor invocate:

- alin. (1): Sub rezerva derogărilor prevăzute de legislația comunitară și națională aplicabile produselor și suplimentelor alimentare și apelor minerale naturale, informațiile prezentate nu trebuie să le atribuie proprietăți de prevenire, de tratament și de vindecare a unei boli umane și nu trebuie să sugereze astfel de proprietăți.

- alin. (3): Nu se vor atribui alimentelor proprietăți pe care acestea nu le posedă.

Astfel, membrii Consiliului au constatat că spotul KIDIMAG, difuzat ca supliment alimentar, conține afirmații de natură să inducă în eroare publicul telespectator cu privire la veridicitatea informațiilor prezentate din punct de vedere al compoziției, ingredientelor și al efectelor acestora asupra tenului.

Conform art. 2 lit. a) din Directiva 2002/46/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI/10 iunie 2002, prin “suplimente alimentare” se înțeleg “produsele alimentare” al căror scop este de a suplimenta regimul alimentar și care reprezintă surse concentrate de nutrienți sau alte substanțe cu efect nutritiv sau fiziologic, singure sau în combinație, comercializate sub formă de doză, respectiv în forme de prezentare cum ar fi capsulele, pastilele, comprimatele, pilulele sau alte forme similare, sașete cu pulbere, fiole de lichid, flacoane cu picător și alte forme similare de lichide și prafuri destinate să fie luate în mici cantități unitare măsurate.

Pornind de la definiția dată suplimentelor alimentare, în conformitate cu directiva invocată, prin raportare la produsul promovat „KIDIMAG”, membrii Consiliului au constatat că afirmațiile din cadrul spotului precum: “Tot mai mulți copii se confruntă cu deficit de atenție și hiperactivitate. Pentru a avea grijă de cei mici, încercați KIDIMAG, de la farmacie!”, “pentru copii hiperactivi și cu deficit de atenție”, atribuie acestui supliment alimentar proprietăți de tratare și de vindecare a acestor afecțiuni, fapt ce contravine prevederilor art. 120 alin. (1) din Codul audiovizualului.

De asemenea, membrii Consiliului au constatat că afirmațiile din spot atribuie produsului proprietăți care depășesc sfera de acțiune a unui supliment alimentar, încălcându-se astfel alin. (3) al art. 120 din același act normativ.

Luând în considerare și precizările făcute de Consiliul Român pentru Publicitate prin adresa nr. 319 /02.09.2025, membrii Consiliului au constatat că spotul pentru produsul KIDIMAG atribuie suplimentului alimentar proprietăți de tratare și vindecare a unor afecțiuni, proprietăți pe care nu le posedă.

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 pentru suplimentul alimentar „KIDIMAG”, în sensul ca acesta să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

VICEPREȘEDINTE,

VALENTIN-ALEXANDRU JUCAN

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