

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. 82 din 18.01.2022

Întrunit în ședință publică în ziua de 18 ianuarie 2022, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizării nr. 11126/05.11.2021 cu privire la spotul pentru produsul *URIGOOD*, difuzat în perioada 01-07.11.2021, de posturile de televiziune, precum și adresa emisă de Consiliul Român pentru Publicitate (RAC) nr. 335/15.11.2021 și înregistrată la CNA cu nr. 11126PDVP/18.11.2021, la solicitarea membrilor CNA.

Potrivit raportului de monitorizare, dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **01-07.11.2021**, posturile de televiziune *Antena 1*, *Antena 3*, *B1 TV*, *DigiSport 1*, *DigiSport 2*, *Favorit TV*, *Look Sport*, *Look Sport+*, *N24 PLUS*, *Național TV*, *Prima TV*, *Pro X*, *Realitatea Plus*, *România TV*, *TVR 1*, *TVR 2* au difuzat spotul menționat, cu durata de 15 secunde, în grupaje de publicitate, astfel:

Redăm din raportul de monitorizare:

ONLY NATURAL, URIGOOD, CO&CO - 15 SEC

Exemple de difuzare: *Antena 1* (de exemplu 01.11.2021, ora 06:29), *Antena 3* (de exemplu 01.11.2021, ora 06:58), *B1 TV* (de exemplu 01.11.2021, ora 07:34), *DigiSport 1* (de exemplu 01.11.2021, ora 07:45), *DigiSport 2* (de exemplu 01.11.2021, ora 18:43), *Favorit TV* (de exemplu 01.11.2021, ora 11:17), *Look Sport* (de exemplu 01.11.2021, ora 06:56), *Look Sport+* (de exemplu 01.11.2021, ora 16:33), *N24 PLUS* (de exemplu 01.11.2021, ora 10:04), *Național TV* (de exemplu 01.11.2021, ora 06:22), *Prima TV* (de exemplu 01.11.2021, ora 14:39), *Pro X* (de exemplu 01.11.2021, ora 06:46), *Realitatea Plus* (de exemplu 01.11.2021, ora 10:29), *România TV* (de exemplu 01.11.2021, ora 02:39), *TVR 1* (de exemplu 02.11.2021, ora 08:59), *TVR 2* (de exemplu 02.11.2021, ora 07:29).

Descriere spot publicitar:

Voce off: ***În caz de rinichi cu probleme sau infecții urinare, poate URIGOOD te pune pe picioare! URIGOOD conține 3 componente active, din extracte naturale, care stimulează funcția renală și ajută la creșterea imunității. URIGOOD! Doar 2 comprimate pe zi, pentru sănătatea aparatului urinar. Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.***

La începutul spotului, a fost prezentată o imagine cu un vas de toaletă, pe care stătea o femeie care butona un telefon. Trunchiul femeii nu era în cadru (doar partea inferioară a corpului acesteia și brațele). Alături a fost afișat textul ***Rinichi cu probleme?*** Apoi, alături de imaginea unui bărbat care se ținea de zona spatelui, a apărut textul ***Infecții urinare?***, alături de imaginea unei cutii de *URIGOOD*. Pe durata difuzării celor 2 imagini (cu femeia și bărbatul), în colțul din dreapta-jos al ecranului a fost afișată sigla *CO&CO consumer 2002*).

Apoi, pe ecran au fost afișate următoarele texte și imagini:

- **Stimulează funcția renală și ajută la creșterea imunității** (în partea de sus a ecranului);

- *Imunostimulator; Ajutor complex pentru rinichii tăi!; Antioxidant* (în partea din stânga a ecranului);

- imaginea unei cutii de *URIGOOD* (în partea din dreapta a ecranului);

- *extract din frunze de merișor canadian; extract din rădăcina de pătrunjel; vitamina C* (în partea de jos a ecranului).

Ulterior, imaginea cutiei s-a mutat în partea din stânga a ecranului, iar textele care au însoțit-o au fost următoarele:

- *URIGOOD pentru sănătatea aparatului urinar* (în partea de sus a ecranului);

- *Supliment alimentar disponibil online și în farmacii www.co-co.ro 2; comprimate pe zi* (în partea din dreapta a ecranului);

- *Acesta este un supliment alimentar. Citiți cu atenție prospectul.* (în partea de jos a ecranului).

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

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. (2): În publicitatea și teleshoppingul la suplimente alimentare, informațiile de prezentare a produselor pot conține exclusiv datele din eticheta, cutia, flaconul și/sau prospectul produsului, care au fost, după caz, avizate de către institutelor naționale de sănătate publică din subordinea Ministerului Sănătății sau notificate de către Institutul de Bioresurse Alimentare, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1.924/2006.

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

Astfel, membrii Consiliului au constatat că spotul URIGOOD, 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 funcției renale.

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 „URIGOOD”, membrii Consiliului au constatat că afirmațiile din cadrul spotului referitoare la “**infecțiile**

urinare”, “rinichi cu probleme”, “stimulează funcția renală” alături de mențiunile privind modul în care acționează ingredientele produsului atribuie acestui supliment alimentar, proprietăți de tratare și de vindecare a acestor afecțiuni, fapt ce contravine prevederilor art. 120 alin. (1) din Codul audiovizualului.

Membrii Consiliului au constatat că în cadrul spotului se menționează faptul că produsul conține **“trei componente active naturale care stimulează funcția renală și ajută la creșterea imunității”**, care nu au legătură directă cu ingredientele din compoziția acestui supliment alimentar și mențiunea nutrițională atribuită acestora, conform Regulamentului (CE) nr. 1.924/2006. .

Consiliul consideră că mențiunile de sănătate utilizate în spot și care ar putea fi atribuite merișorului canadian și vitaminei C nu sunt conforme cu cele aprobate pentru aceste ingrediente, în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1.924/2006, fapt ce constituie o încălcare a dispozițiilor alin. (2) al art. 120 din Codul audiovizualului.

De asemenea, membrii Consiliului au constatat că afirmațiile din spot **“Stimulează funcția renală și ajută la creșterea imunității”, “În caz de rinichi cu probleme sau infecții urinare, poate URIGOOD te pune pe picioare!”** atribuie suplimentului alimentar proprietăți pe care acesta nu le posedă, 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 menționată, membrii Consiliului apreciază că spotul pentru produsul **URIGOOD** nu conține mențiuni de sănătate aprobate conform Registrului European al Mențiunilor de Sănătate, respectiv, Regulamentului (CE) 1924/2006 pentru ingrediente, adică substanțe care intră în mod complementar în compoziția unui supliment alimentar pentru a-i conferi anumite calități, fiind atribuite suplimentului alimentar proprietăți de tratare și vindecare a unor afecțiuni pe care nu le posedă.

Consiliul consideră că acest tip de comunicare comercială nu oferă consumatorilor informațiile necesare pentru a face alegeri în cunoștință de cauză, înșelându-le astfel așteptările în privința caracteristicilor și efectelor produsului **URIGOOD**, în tratarea acestor tipuri de afecțiuni.

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 pentru produsul URIGOOD, în sensul că difuzarea acestuia să se facă doar cu respectarea condițiilor specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.**

VICEPREȘEDINTE,

NICOLAIE BĂLAȘA-SORESCU

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