



Decizia nr. 737/08.12.2015

Întrunit în ședință publică în ziua de 08 decembrie 2015, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul de monitorizare cu privire la difuzarea spotului publicitar pentru promovarea produsului **Maybelline**.

Posturile de televiziune¹ *Antena 1, Kanal D, Pro TV* au difuzat în luna **octombrie 2015**, un spot publicitar pentru produsul **Maybelline**, cu durata de 25 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *MAYBELLINE VOLUM EXPRESS COLOSSAL, PRET - 25 SEC*), astfel: *Antena 1* (de ex. 23.10.2015, ora 18:46), *Kanal D* (de ex. 23.10.2015, ora 14:55), *Pro TV* (de ex. 25.10.2015, ora 18:30).

De asemenea, în luna octombrie 2015, un spot cu aceeași denumire, respectiv durată, se regăsește în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, pentru următoarele posturi de televiziune: *Acasa* (de ex. 23.10.2015, ora 19:40), *Acasa Gold* (de ex. 23.10.2015, ora 18:44), *AXN* (de ex. 26.10.2015, ora 10:36), *Kiss TV* (de ex. 23.10.2015, ora 18:41), *MTV Ro* (de ex. 23.10.2015, ora 16:44), *ZU TV* (de ex. 23.10.2015, ora 18:49).

Descriere spot:

Voce din off (voce feminină): ***Privire îndrăzneată. Volum intens. Gene, nu doar cu mai mult volum, ci colosale. Mascara numărul 1 în lume - Colossal de la Maybelline New York. 700 de perișori compacți și formula bogată de colagen pentru volum intens. Un singur gest, volum colosal. Gene cu volum intens și îndrăzneț, fără a fi încărcate. Alege Colossal.***

Simultan cu vocea din off, pe ecran se derulează imagini cu genele unei femei care a utilizat mascara Colossal de la Maybelline New York. Pe lângă acestea, pe parcursul spotului s-au prezentat secvențe în care:

- pe ecran neutru a fost afișat textul ***INTENS***;
- s-a prezentat imaginea produsului alături de mențiunile: ***#1 MASCARA COLOSSAL VOLUM' EXPRESS***;
- a fost expusă o imagine în care se prezintă periuța de mascara, alături de mențiunea ***PERIUȚA COLOSALĂ***;
- s-a ilustrat printr-o simulare grafică acțiunea colagenului. Pe ecran a fost titrat textul ***COLAGEN***;
- mascara a fost aplicată pe gene, iar după utilizarea acesteia s-a arătat cum oferă volum. Pe ecran a fost afișată mențiunea: ***VOLUM COLOSAL***;
- a fost plasată în centrul atenției privirea femeii pentru a se arăta faptul că mascara utilizată nu încarcă genele. Text titrat pe ecran: ***FĂRĂ A FI ÎNCĂRCATE***.

Voce din off: *Maybe it's Maybelline.*

¹ Pentru posturile de televiziune menționate au fost verificate înregistrările video deținute de CNA.

Voce din off (voce feminină): *Alege-și mascara preferată pentru alungire, volum sau definire la cel mai mic preț de până acum.*

Concomitent cu vocea din off, pe copertă neutră sunt expuse cinci tipuri de mascara alături de mențiunile:

- **CEL MAI MIC PREȚ DE PÂNĂ ACUM!***;
- ***din ianuarie 2011 de la Maybelline New York.**

Pe durata spotului, în partea inferioară a ecranului este afișată denumirea producătorului - **MAYBELLINE NEW YORK.**

În urma dezbaterilor ce au avut loc după analizarea raportului de monitorizare, Consiliul a constatat că spotul pentru promovarea produsului **Maybelline** a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 93 din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit dispozițiilor invocate, *comunicările comerciale audiovizuale trebuie să respecte, indiferent de formă și de durată, principiile de protecție a minorului, de informare corectă a publicului, de respectare a demnității umane, de asigurare a unei concurențe loiale.*

Vizionând spotul publicitar pentru promovarea produsului **Maybelline**, membrii Consiliului au constatat că unele dintre informațiile prezentate în spot nu sunt de natură să asigure o informare corectă a publicului, fapt ce contravine dispozițiilor invocate din Codul audiovizualului.

Astfel, membrii Consiliului au constatat că mențiunea "**Mascara numărul 1 în lume - Colossal de la Maybelline New York**" conține afirmații de natură să inducă în eroare publicul telespectator, în calitate de consumator, cu privire la veridicitatea informațiilor prezentate potrivit cărora produsul mascara Maybelline New York este numărul 1 în lume.

Or, principiile de informare corectă a publicului și de asigurare a unei concurențe loiale trebuie să guverneze orice comunicare comercială audiovizuală.

Față de aceste aspecte, Consiliul apreciază că, în lipsa unei informări corecte și complete a publicului telespectator cu privire la sursa sau fundamentul pe care se întemeiază afirmația „**Mascara numărul 1 în lume – Colossal de la Maybelline New York**”, comportamentul și interesele economice ale publicului pot fi prejudiciate.

În luarea acestei decizii, membrii Consiliului au avut în vedere și constatările Consiliului Român pentru Publicitate (RAC), căruia i s-a adresat prin adresa nr. 9393/04.11.2015, organizație profesională care, în urma analizării spotului a constatat că la baza afirmației „Mascara nr. 1 în lume”, stau rezultatele companiei de cercetare pe piața Nielsen, companie ce confirmă poziția de numărul 1 pentru produsul mascara Maybelline New York Colossal Volum Express, însă, acest lucru nu este menționat pe parcursul mesajului transmis, fapt ce contravine prevederilor art. 2 lit. b) din Codul RAC, potrivit cărora *comunicarea trebuie să prezinte datele statistice și sursa acestora fără a exagera validitatea afirmațiilor privind produsul.*

Față de aceste aspecte, membrii Consiliului consideră că spotul pentru promovarea produsului **Maybelline** trebuie să respecte condițiile de difuzare a

comunicărilor comerciale audiovizuale, pentru a asigura, pe de o parte, o informare corectă și completă a publicului telespectator, iar, pe de altă parte, o competiție loială între furnizorii care promovează produse similare 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 a decis intrarea în legalitate în privința spotului de promovare a produsului „Maybelline”**, difuzat de posturile de televiziune, în sensul ca promovarea să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale audiovizuale în cadrul serviciilor de programe.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Serviciul juridic și reglementări,

Dumitru Ciobanu