

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

**ROMÂNIA
BUCUREȘTI**
Bd. Libertății nr. 14
Sector 5, CP 050706
www.cna.ro



**Autoritate publică
autonomă**
Tel.: 00 4 021 3055356
Fax: 00 4 021 3055354
cna@cna.ro

Decizia nr.490 din 25.08.2020

Întrunit în ședință publică în ziua de 25 august 2020, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizărilor nr. 7175/23.07.2020, 7484/06.08.2020, 7484/1/06.08.2020, 7503/06.08.2020 și 7485/11.08.2020, cu privire la spotul *Spital de Urgență* difuzat în perioada 20-26.07.2020 (conform Kantar Media), de următoarele posturi de televiziune: Digi 24, Antena 3, B1 TV, Realitatea Plus și România TV.

Redăm din raportul de monitorizare:

Exemple de difuzare: *Digi 24* (de exemplu 22.07.2020, ora 16:42), *Antena 3* (de exemplu 20.07.2020, ora 15:47), *B1 TV* (de exemplu 20.07.2020, ora 08:54), *Realitatea Plus* (de exemplu 20.07.2020, ora 10:26), *România TV* (de exemplu 20.07.2020, ora 10:41).

Descriere spot publicitar:

Voce off: *Spitalul de Urgență București – cel mai mare spital din România, în Sectorul 1. Dedicat relocării a 3 spitale din București, sub un singur nume. Proiect realizat de Primăria Sectorului 1. Inovație, tehnologie, performanță. Performanță în cel mai modern spital din România, în Sectorul 1.*

Pe durata spotului, au fost difuzate imagini ale unui *proiect realizat de Primăria Sectorului 1 - cel mai mare spital din România, în Sectorul 1*, ce conținea și un heliport, saloane cu aparatură modernă și alte facilități medicale.

Pe toată durata difuzării spotului, în colțul din stânga-sus al ecranului a apărut sigla *MUNICIPIUL BUCUREȘTI SECTORUL 1*. La finalul spotului, pe ecran au fost prezentate următoarele elemente:

- un simbol grafic, alături de textele *SPITALUL DE URGENȚĂ BUCUREȘTI CONSTRUIT DE PRIMĂRIA SECTORULUI 1* (în partea centrală a ecranului);
- textul *INOVAȚIE – TEHNOLOGIE – PERFORMANȚĂ ÎN CEL MAI MARE SPITAL DIN ROMÂNIA ÎN SECTORUL 1*;
- textele *DESTINAT RELOCĂRII SPITALULUI CLINIC DE URGENȚĂ BUCUREȘTI FLOREASCA, SPITALULUI CLINIC DE URGENȚĂ CHIRURGIE PLASTICĂ, REPERATORIE ȘI ARSURI, INSTITUTULUI NAȚIONAL PENTRU SĂNĂTATEA MAMEI ȘI COPILULUI "ALESSANDRESCU RUSESCU"* (în partea de jos a ecranului).

Analizând și vizionând spotul *Spital de urgență*, membrii Consiliului au constatat că acesta a fost difuzat cu încălcarea prevederilor art. 93 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare (Codul audiovizualului), potrivit cărora 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 și să nu utilizeze practici comerciale incorecte, înșelătoare sau agresive, așa cum ele sunt definite de Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu

consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare.

Astfel, membrii Consiliului au constatat că, atât comentariile din off, cât și imaginile prezentate în cadrul spotului *Spital de Urgență* induc în eroare telespectatorii cu privire la realitatea construcției, întrucât acest spital nu există, nu este funcțional, ci este prezentată doar macheta acestuia.

Membrii Consiliului consideră că spotul de promovare a proiectului de infrastructură medicală realizat de Primăria sectorului 1, ca fiind "*cel mai mare spital din România, în Sectorul 1*", nu oferă informații cu privire la stadiul real de dezvoltare a construcției la fața locului, ci induce ideea unui proiect finalizat și operaționalizat, cum este expresia: "*SPITALUL DE URGENȚĂ BUCUREȘTI CONSTRUIT DE PRIMĂRIA SECTORULUI 1*"

Mai mult, Consiliul consideră că publicul nu este atenționat cu privire la faptul că imaginile difuzate sunt, de fapt, o simulare video, o animație, iar sintagma „*Proiect realizat de Primăria Sector 1*” este ambiguă și nu oferă suficiente repere factuale pentru a identifica stadiul proiectului sau alte elemente de context (amplasare, disponibilitate sau surse suplimentare de informare asupra proiectului).

Prezentarea în această modalitate a spotului promovat, reprezintă o nesocotire a prevederilor invocate, având în vedere că publicul nu este corect informat, afirmațiile din spot fiind echivoce, de natură să creeze confuzie în rândul telespectatorilor.

Or, principiile de informare corectă a publicului trebuie să guverneze orice comunicare comercială audiovizuală, astfel încât publicul să nu fie prejudiciat de o informare corectă.

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 “*Spital de Urgență*”, 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