



## CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

*Autoritate publică autonomă*

București, ROMÂNIA

Bd. Libertății nr.14, sector 5, cod 050706

Fax: (004)021-305.53.54 Tel./fax: (004)021-305.53.56

[www.cna.ro](http://www.cna.ro)

e-mail : [cna@cna.ro](mailto:cna@cna.ro)

---

### Decizia nr. 188/13.03.2018

Întrunit în ședință publică în ziua de 13 martie 2018, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat sesizarea nr. 7910/25.09.2017, precum și raportul de monitorizare cu privire la spotul „**Toortitzi**,” difuzat de posturile de televiziune în perioada 01-24 septembrie 2017.

Conform raportului de monitorizare, posturile de televiziune *Antena 1, Kanal D, Pro TV* au difuzat în perioada **01-24.09.2017**, un spot publicitar pentru **produsul Toortitzi**, cu durata de 30 secunde (în datele puse la dispoziție de KANTAR MEDIA figurează sub următoarea denumire: *ALKA BREAKERS, TOORTITZI CU SARE, CONCERT - 30 SEC*), astfel: *Antena 1* (de ex. 19.09.2017, ora 17:18), *Kanal D* (de ex. 19.09.2017, ora 10:27), *Pro TV* (de ex. 18.09.2017, ora 15:24).

#### **Descriere spot publicitar:**

“Un reporter (femeie) se afla la un concert al unei trupe și a făcut următoarea introducere: *Salut! Suntem aici, cu Gurile Capsate, senzația momentului. Să-i vedem pe băieți!* În acel moment, de femeia respectivă s-au apropiat patru bărbați. Aceștia erau îmbrăcați în haine specifice trupelor rock, iar fiecare bărbat avea la colțurile gurii accesorii argintii, asemănătoare unor capsate. Unul dintre bărbați ținea în mână o pungă a produsului *Toortitzi*. Apoi, reporterul l-a întrebat pe solistul trupei, care avea gura capsată în părți: *Ce ne puteți spune despre noul vostru album?* Solistul a scos anumite sunete, însă din cauza accesoriilor de la gură nu s-a înțeles ce a spus.

Ulterior, a fost prezentată o secvență cu trupa respectivă în timpul concertului, interpretând o melodie cu gurile capsate. Pe video wall-ul de pe scenă a fost afișat textul: **GURILE CAPSATE**. În partea de jos a ecranului, a fost titrat textul: **GURILE CAPSATE, CU CAPSA PUSĂ**.

În continuare, imaginile au revenit la interviul trupei, iar femeia a întrebat: *Cine a scris versurile?* Trei dintre membrii trupei strigau în același timp numele celui care avea punga de *Toortitzi*, dar din cauza gurilor capsate în părți nu s-a distins clar ce strigau. Încurajat de colegii de trupă, bărbatul respectiv a luat un snack din punga cu *Toortitzi*, l-a introdus în gura capsată în părți și a început să-l mestece.

Voce din off: *Sunt milioane de motive pentru care sunt incredibil de turtiți.*

Simultan cu vocea din off, pe fundal se observă o parte din scenă, iar în prim-plan a fost adăugată de o trompă de elefant o pungă a produsului *Toortitzi*. În partea dreaptă a ecranului, au fost afișate următoarele: sigla *Alka*; textele: **TOORTITZI / INCREDIBIL DE TURTIȚI.**”

În urma dezbaterilor și a vizionării comunicării comerciale audiovizuale, membrii Consiliului au constatat că spotul menționat a fost difuzat cu încălcarea art. 29 alin. (1) lit. f) din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit dispozițiilor invocate:

Art. 29 (1) Comunicările comerciale audiovizuale difuzate de furnizorii de servicii media audiovizuale trebuie să respecte următoarele condiții:

f) să nu stimuleze comportamente dăunătoare sănătății sau siguranței populației;

Astfel, în urma discuțiilor și a vizionării materialului, membrii Consiliului au constatat că personajele reprezentate de muzicienii/artiștii care apar în mesajul publicitar ca modele de succes „cu gurile capsate”, cu vizibilitate și aprecierea publicului, pot constitui un exemplu de natură să influențeze în special opțiunile publicului adolescent, categorie de public sensibilă, ce caută să-și afirme individualitatea personală și prin adoptarea unor stiluri de accesoriizare precum cel promovat în spotul analizat.

De asemenea, prin punctul de vedere transmis sub nr. 7910PDVP/10.10.2017, Comitetul Etic al Consiliul Român pentru Publicitate, referitor la comunicarea comercială analizată a apreciat că „ (...) piercingul dus la extrem la care au făcut apel anunțătorii poate afecta sensibilitatea consumatorilor, în special a minorilor” și că „(...) există riscul ca publicul adolescent să ia drept model și inspirație această trupă și stilul de piercing extrem. Acest gen de piercing poate fi asociat cu violența fizică”.

Având în vedere aceste aspecte, considerând că spotul poate influența negativ publicul adolescent, care poate adopta stilul „cu gurile capsate” al persoanelor prezentate în cadrul acestuia, membrii Consiliului au constatat că, prin conținutul său, comunicarea comercială analizată este de natură să stimuleze comportamente dăunătoare sănătății sau siguranței populației.

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 „Toortitzi”, ce a făcut obiectul analizei, în sensul în care difuzarea acestuia să asigure respectarea condițiilor specifice prevăzute de legislația audiovizuală pentru comunicările comerciale.

PREȘEDINTE,

LAURA GEORGESCU

Întocmit, Serviciul juridic și reglementări,  
Șef serviciu, Dumitru Ciobanu