

Decizia nr. 124 din 13.03.2024

Întrunit în ședință publică în ziua de 13 martie 2024, Consiliul Național al Audiovizualului a analizat raportul întocmit de Direcția Monitorizare, în baza sesizării nr. 887/25.01.2024, cu privire la difuzarea spotului "Vălenii de Munte/Dulceața Vălenii de Munte" pe posturile de televiziune, în perioada 22-28.01.2024, precum și adresa înregistrată la CN.A. sub nr. 887PDVP/11.03.2024 emisă de Consiliul Român de Publicitate referitoare la acest spot.

Potrivit raportului de monitorizare:

VALENII DE MUNTE DULCEATA, GAMA - 20 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **22-28.01.2024**, posturile de televiziune *Pro TV, Acasă, Antena 1, Antena 3 CNN, Antena Stars, Digi 24, Happy Channel, Kanal D, Prima TV, Pro Cinema, Realitatea Plus, TVR 1* au difuzat spotul menționat, cu durata de 20 de secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Pro TV* (de exemplu 25.01.2024, ora 09:46), *Acasă* (de exemplu 22.01.2024, ora 20:10), *Antena 1* (de exemplu 22.01.2024, ora 10:55), *Antena 3 CNN* (de exemplu 22.01.2024, ora 14:55), *Antena Stars* (de exemplu 22.01.2024, ora 20:10), *Digi 24* (de exemplu 22.01.2024, ora 19:42), *Happy Channel* (de exemplu 22.01.2024, ora 11:08), *Kanal D* (de exemplu 22.01.2024, ora 18:38), *Prima TV* (de exemplu 22.01.2024, ora 10:21), *Pro Cinema* (de exemplu 22.01.2024, ora 15:23), *Realitatea Plus* (de exemplu 24.01.2024, ora 18:40), *TVR 1* (de exemplu 22.01.2024, ora 17:22).

Descriere spot publicitar:

La începutul spotului, a fost prezentată o femeie, într-o bucătărie, care a deschis un borcan al produsului promovat (care a fost prezentat în prim-plan). Apoi, femeia a fost „teleportată” pe un câmp, unde erau mai multe lăzi, pe care apărea marca *VĂLENII de MUNTE*. Pe același câmp, mai mulți bărbați culegeau căpșuni, cu care umpleau o ladă similară.

Femeie (cântând): *Dulceața – amintirea verii!*

Bărbați: *Verii!*

Alături de femeie, pe câmp a apărut și un tânăr, care purta ochelari VR și care, inițial, se afla într-o încăpere.

Tânăr: *Dulceață – dă poftă de viață!*

Voci persoane: *Viață!*

Apoi, alte 4 persoane (doi adulți și doi copii), care stăteau la o masă (pe care se afla și un borcan din produsul promovat), au ajuns pe acel câmp

4 persoane: *Savoare, ca o zi cu soare!*

Voce off: ***Dulceața Vălenii de munte – bogată în fructe și cu conținut redus de zaharuri. Vălenii de munte – gustul ales, păstrat cu drag!***

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

- sigla *VĂLENII de MUNTE* (în partea de sus a ecranului);
- o bulină, cu textul **CONȚINUT REDUS de ZAHARURI** (în partea din stânga a ecranului);

- sloganul *GUSTUL ALES, PĂSTRAT CU DRAG!* și imaginea a trei borcane ale produsului promovat (în partea centrală a ecranului);
- textul ***Produsul conține cu peste 30% mai puține zaharuri decât produsele din aceeași categorie cu un conținut total de zaharuri de 60g la 100g produs.** (în partea de jos a ecranului).

VALENII DE MUNTE DULCEATA, GAMA - 10 SEC

Dintre posturile de televiziune pentru care CNA deține înregistrări, conform datelor puse la dispoziție de KANTAR MEDIA, în perioada **22-28.01.2024**, posturile de televiziune *Pro TV, Acasă, Antena 1, Antena 3 CNN, Antena Stars, Digi 24, Happy Channel, Kanal D, Prima TV, Pro Cinema, Realitatea Plus, TVR 1* au difuzat spotul menționat, cu durata de 10 secunde, în grupaje de publicitate.

Exemple de difuzare: *Pro TV* (de exemplu 23.01.2024, ora 11:29), *Acasă* (de exemplu 22.01.2024, ora 12:13), *Antena 1* (de exemplu 24.01.2024, ora 18:18), *Antena 3 CNN* (de exemplu 28.01.2024, ora 13:56), *Antena Stars* (de exemplu 24.01.2024, ora 11:08), *Digi 24* (de exemplu 22.01.2024, ora 07:53), *Happy Channel* (de exemplu 22.01.2024, ora 09:55), *Kanal D* (de exemplu 26.01.2024, ora 11:38), *Prima TV* (de exemplu 23.01.2024, ora 17:12), *Pro Cinema* (de exemplu 22.01.2024, ora 16:08), *Realitatea Plus* (de exemplu 23.01.2024, ora 20:56), *TVR 1* (de exemplu 22.01.2024, ora 22:10).

Descriere spot publicitar:

La începutul spotului, a fost prezentată o femeie, într-o bucătărie, care a deschis un borcan al produsului promovat (care a fost prezentat în prim-plan). Apoi, femeia a fost „teleportată” pe un câmp, unde erau mai multe lăzi, pe care apărea marca *VĂLENII de MUNTE*.

Femeie (cântând): *Dulceața – amintirea verii!*

Voce off: ***Dulceața Vălenii de munte – bogată în fructe și cu conținut redus de zaharuri. Vălenii de munte – gustul ales, păstrat cu drag!***

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

- sigla *VĂLENII de MUNTE* (în partea de sus a ecranului);
- o bulină, cu textul **CONȚINUT REDUS de ZAHARURI** (în partea din stânga a ecranului);
- sloganul *GUSTUL ALES, PĂSTRAT CU DRAG!* și imaginea a trei borcane ale produsului promovat (în partea centrală a ecranului);
- textul ***Produsul conține cu peste 30% mai puține zaharuri decât produsele din aceeași categorie cu un conținut total de zaharuri de 60g la 100g produs.** (în partea de jos a ecranului).

Vizionând înregistrări și analizând conținutul spotului “Vălenii de Munte/Dulceața Vălenii de Munte”, difuzat sub două variante, redate anterior, pe posturile de televiziune, în perioada 22-28.01.2024, membrii Consiliului au constatat încălcarea prevederilor art. 93 alin. (1) din Decizia nr. 220/2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit acestor dispoziții, 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.

În concret, membrii Consiliului au constatat că spotul analizat nu respectă principiul informării corecte, deoarece, cu referire la textul prezentat în partea de jos a ecranului, potrivit căruia: ****Produsul conține cu peste 30% mai puține zaharuri decât produsele din aceeași categorie cu un conținut total de zaharuri de 60g la 100g produs.***”, în spot nu

sunt indicate mențiuni, studiul ori cercetarea cu privire la susținerea că produsul promovat ar conține “cu peste 30% mai puține zaharuri”, așa cum se afirmă în spot.

De asemenea, sub acest aspect, analizând spotul, și RAC a constatat că această afirmație legată de conținutul redus de zaharuri nu a putut fi susținută prin documentele puse la dispoziția Comitetului Etic, astfel încât s-a constatat încălcarea prevederilor art. 1.3 lit. a) și art. 7.1 din Codul RAC, recomandând revizuirea și eliminarea deficiențelor din spot.

În consecință, Consiliul a reținut că spotul nu conține informațiile necesare care să susțină veridicitatea afirmației mai sus menționate, caz în care a constatat nerespectarea dispozițiilor art. 93 alin. (1) din Codul audiovizualului.

În calitate de garant al interesului public, membrii Consiliului consideră că principiile de informare corectă a publicului trebuie să guverneze orice comunicare comercială audiovizuală.

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 “Vălenii de Munte/Dulceața Vălenii de Munte”, în sensul ca acesta să respecte condițiile specifice comunicărilor comerciale prevăzute de legislația audiovizuală.

PREȘEDINTE,

MARIA MONICA GUBERNAT

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