

### NewsIn

#### **CNA cere publicitarilor să menționeze în reclame conținutul alimentelor**

Consiliul Național al Audiovizualului (CNA) a stabilit în ședința de joi că va organiza, peste două săptămâni, o întâlnire cu reprezentanții asociațiilor de publicitate în care să discute despre obligativitatea advertiserilor de a preciza în reclame conținutul alimentelor.

Întâlnirea va avea în data de 31 ianuarie la ora 11.00, la sediul CNA, și va reuni reprezentanți ai CNA, ai International Advertising Association (IAA), asociație care reprezintă interesele industriei de publicitate și ai Uniunii Consiliului Român pentru Publicitate (RAC).

Decizia acestei întâlniri a fost luată în ședința CNA de joi când s-a discutat propunerea de reformulare a art. 136 din Codul audiovizual care spune că „Ilustrarea cu fructe și/sau cu porțiuni vegetale nu este permisă decât în cazul în care fructele (sau părți de fruct - suc de fructe, pulpă de fruct) și/sau porțiunile vegetale sunt înscrise pe eticheta produsului și se regăsesc în conținutul său în proporție de minimum 4%”.

La întâlnirea cu CNA au participat reprezentanții ai Coca-Cola România, IAA și RAC.

Ralu Filip, președintele CNA, a extins discuția și la mezeluri, produse lactate și băuturi răcoritoare care beneficiază de publicitate. El este de părere că populația ar trebui să fie informată corect prin intermediul publicității cu privire la conținutul alimentelor.

“Cred că atâta timp cât am impus anumite restricții și obligații pentru publicitatea la telefonie mobilă și servicii bancare, publicitatea la alimente nu funcționează în același regim”, a spus Filip.

Felix Tătaru, reprezentant IAA, s-a declarat împotriva precizării conținutului produselor alimentare în spoturile publicitare, întrucât “decizia de cumpărare se ia la raft, nu în fața televizorului”. El a adăugat că această problemă ține de Protecția Consumatorilor, nu de industria de publicitate. Mai mult, faptul că populația nu citește eticheta produselor este o problemă care ține de mentalitatea consumatorilor, spune Tătaru.

Ralu Filip a replicat însă că publicitatea nu are dreptul de a induce în eroare consumatorul, chiar dacă acest lucru se face indirect prin omisiunea unor informații despre produs.

Tătaru a subliniat faptul că în cazul în care advertiserii vor fi obligați să menționeze în interiorul reclamelor substanțele nocive care sunt conținute în produs, cei care vor fi favorizați sunt producătorii care nu beneficiază de promovare și au produse slabe calitativ. Consumatorul, atenționat prin reclame că unele produse conțin substanțe chimice, va achiziționa produse care nu au niciun fel de reclamă, spune Tătaru. În plus, spune el, ar trebui discutat separat cazul unor campanii de brand în care produsul nici măcar nu apare.

“Ați intrat pe o piață concurențială și acest subiect este delicat”, a spus Tătaru în ședință.

Ralu Filip a propus reprezentanților RAC și IAA întâlnirea din 31 ianuarie în care să discute despre obligativitatea menționării conținutului alimentelor în reclame. Felix Tătaru a fost de acord cu o negociere cu CNA, dar a spus că va discuta înainte cu mai mulți reprezentanți ai industriei românești de publicitate.

IAA România a fost înființată în 1993, are 107 membri și reprezintă interesele industriei de media, publicitate și marketing din România. Printre obiectivele declarate ale IAA se numără “protejarea și promovarea libertății discursului comercial” și “a alegerii consumatorului”, precum și “încurajarea, practicarea și acceptarea autoreglementărilor din domeniul publicității”.

Uniunea Consiliului Român pentru Publicitate este o organizație profesională, non-guvernamentală, non-profit, independentă, autoreglementată, înființată în anul 1999, cu scopul de a sprijini dezvoltarea în România a mediului de afaceri. În prezent, organizația are 30 de membri, companii (clienți) și agenții de publicitate.

Reporter Elena Stancu

Editor Sandra Scarlat

### Jurnalul National

#### **Decizie - Eticheta, prezentata in reclame**

[Cristina Andreea Calin](#)

Consiliul National al Audiovizualului (CNA) a stabilit ca va organiza la data de 31 ianuarie o intalnire cu reprezentantii asociatiilor de publicitate in care sa se discute despre obligativitatea advertiserilor de a preciza in reclame continutul alimentelor.

Decizia acestei intalniri a fost luata in sedinta CNA cand s-a discutat propunerea de reformulare a art. 136 din Codul audiovizual care spune ca "Ilustrarea cu fructe si/sau cu portiuni vegetale nu este permisa decat in cazul in care fructele (sau parti de fruct - suc de fructe, pulpa de fruct) si/sau portiunile vegetale sunt inscrise pe eticheta produsului si se regasesc in continutul sau in proportie de minimum 4%".

**PUBLICITATE.** Ralu Filip, presedintele CNA, a extins discutia si la mezeluri, produse lactate si bauturi racoritoare care beneficiaza de publicitate. El este de parere ca populatia ar trebui sa fie informata corect prin intermediul

publicitatii cu privire la continutul alimentelor. Felix Tataru, reprezentant International Advertising Asociation, s-a declarat impotriva precizarii continutului produselor alimentare in spoturile publicitare, intrucat "decizia de cumparare se ia la raft, nu in fata televizorului". Tataru a subliniat ca aceasta decizie ii va ajuta pe producatorii care nu beneficiaza de nici un fel de reclam

## Cotidianul

### Ralu Filip pune zahar in reclame

Diana Lazar

*CNA vrea ca publicul sa afle din reclame cita carne contine salamul si care e procentul exact de pulpa de fruct dintr-un suc.*

Populatia ar trebui sa fie informata corect prin intermediul publicitatii cu privire la continutul alimentelor, este de parere Ralu Filip, presedintele Consiliului National al Audiovizualului. El a afirmat ieri ca va propune o serie de noi reglementari pentru publicitatea din audiovizual la produse de larg consum, printre care specificarea procentului exact de concentrat natural de fructe si a continutului de zahar din bauturile racoritoare.

#### Cita grasime?

In cazul produselor din carne promovate pe sticla, advertiserii ar trebui sa precizeze cantitatea de MDM, o pasta obtinuta prin procesare mecanica, amestecata cu carnea din mezeluri. Totodata, in opinia membrilor Consiliului, in spoturile la brinzeturi si lactate ar trebui sa se spuna care este procentul de grasimi saturate. „Ati vazut ce reclama frumoasa se face la brinza topita. Cine ar mai cumpara daca ar sti ce polifosfati contine?”, a intrebat Filip. Mai mult, presedintele CNA doreste sa interzica recomandarile medicale din reclame atat la medicamente, cit si la produsele de larg consum.

#### Reclama versus eticheta

Propunerile CNA nu sint inasa pe placul reprezentantilor industriei de publicitate, care au ripostat prin vocea lui Felix Tataru, membru International Advertising Association. „Decizia de cumparare se ia la raft, nu in fata televizorului”, sustine Tataru. In plus, alegerea produsului in functie de continut tine de Protectia Consumatorilor, nu de industria de publicitate, iar faptul ca romanii nu citesc eticheta este o problema de mentalitate, a adaugat Tataru.

Kozak Gyula, specialist in consumerism, crede ca mentionarea continutului unui produs alimentar in spoturile tv nu va schimba cu nimic modul in care autohtonii aleg cumparaturile. „Oamenii nu se uita la ce contine mancarea pe care o cumpara. Cantitatea de informatii pe care o detine un cumparator despre un produs este mult mai mica decit cantitatea de informatii de pe eticheta. In plus, s-a demonstrat in studii ca oamenii nu tin cont de anumite avertismente de pe etichete”, spune Gyula.

Reprezentantii ANPC adopta o pozitie neutra fata de recomandarile CNA, inasa sustin ca legea prevede informarea corecta a consumatorului.

## Ev.zilei

### Reclame cu obligatii

Floriana Scanteie

**CNA a pus in discutie, in sedinta de ieri, obligativitatea advertiserilor de a preciza in reclame continutul alimentelor si al bauturilor racoritoare, reglementare pe care vor sa o introduca in Legea Audiovizualului.**

IAA (International Advertising Association), reprezentata de Felix Tataru, in calitate de presedinte al asociatiei si Managing Director la GMP, a prezentat punctul de vedere al oamenilor din industria publicitatii.

Potrivit lui Tataru, CNA nu trebuie sa impuna interdictii si limitari la publicitatea pentru alimente si sucuri, ci consumatorul, in cazul in care este interesat sa afle detalii despre continutul produselor, ar trebui sa fie mai atent la ce cumpara si ce mananca.

Ralu Filip, presedintele CNA, a spus ca publicitatea nu are dreptul de a induce in eroare consumatorul, chiar daca acest lucru se face indirect prin omisiunea unor informatii despre produs. Reprezentantii IAA, RAC si Coca-Cola se vor intalni din nou, pe 31 ianuarie, pentru a gasi o solutie de comun acord.

## Ev.zilei

### Concursurile interactive isi fac de cap la TV

Petrisor Obae

**Antena 1, Prima TV, OTV si National TV continua difuzarea pacalelilor.**

"Ati fost foarte aproape sa intrati in studio. Repede, sunati din nou." Asta aude romanul naiv care, ademenit de insistenta prezentatoarelor de la concursurile interactive, suna la telefonul afisat pe ecran.

Desi, anul trecut, posturile TV au fost somate de Consiliul National al Audiovizualului pentru abateri in cazul acestor programe, concursurile interactive, in fapt masinarii de pacalit telespectatorii, isi continua spectacolul.

Antena 1, Euforia TV, Prima TV, OTV si National TV gazduiesc astfel de programe. In mod ciudat, numarul de telefon si mesaje de tipul celui citat functioneaza si in afara orelor de concurs.

## **Smecherii pentru naivi**

O solutie extrem de simpla, premii tentante si inducerea sentimentului ca oamenii suna in direct, acestea sunt condimentele programelor. Jocul este magistral, iar punerea in scena impecabila.

Sa luam un exemplu de sambata, de pe Prima TV. Pentru dramatism, cateva minute prezentatoarea tace si da impresia ca sonorul a fost, din greseala, taiat. Pe fundal, o muzica din ce in ce mai dramatica.

Tensiunea creste odata cu numaratoarea inversa. Mai sunt trei minute, doua, unul. Curios, nimeni nu intra in direct, desi solutia frizeaza penibilul - ce nume incepe cu "Mih", si se termina cu "ea" (pentru regie, peste litera lipsa erau lipite mai multe bancnote ispititoare). Abia dupa vreun sfert de ora cineva a intrat, in sfarsit, in direct. Greu de crezut ca nimeni nu stie raspunsul.

Cine are rabdarea sa citeasca banda din susul ecranului (scrisa cu mult mai mic decat valoarea marelui premiu) vede ca participantii vor fi inregistrati intr-o baza de date. Realitatea este insa alta. Pana la a ajunge sa fie inregistrati, primesc mesaje de incurajare sa sune din nou. Pentru fiecare apel sunt taxati.

## **Intersectii cu legea**

Numarul de telefon de pe ecran este valid si dupa finalul emisiunii. La ora 14.00, la un numar 090... afisat la un concurs mesajul de intampinare era acelasi: "Ati fost aproape, mai sunati o data". Asta desi prezentatoarea spunea in timpul programului ca exista un termen-limita (doar pentru dramatism, fireste).

Emisiunile nu ingradesc participarea minorilor. Chiar daca foarte mic se scrie ca doar cei peste 18 ani pot suna, nimic nu-i impiedica pe copii sa o faca, pentru ca la telefon le raspunde un robot, nu o operatoare.

Codul de reglementare a continutului audiovizual prevede ca in situatia in care tariful se aplica in mod automat din momentul formarii numarului, acest lucru va fi adus la cunostinta publicului pe parcursul emisiunii, periodic, atat sub forma scrisa (ceea ce ruleaza mic de tot in partea de sus a ecranului), cat si oral, ceea ce nu fac aceste concursuri.

CNA, spune vicepresedintele Attila Gasparik, va lua o decizie dupa monitorizarea acestor programe: "Ne vom pronunta dupa analiza rezultatelor". Ca o paranteza, CNA a primit o sesizare de la Agentia Nationala pentru Protectia Consumatorilor, cum ca telespectatorilor li se induce ideea ca intra in direct. Raspunsul Consiliului: "La niciunul din posturile TV (...) nu s-a intalnit o astfel de situatie"...

## **Ev.zilei**

### **Televiziunea ne vrea prosti**

Petrisor Obae

#### **Am tot scris despre concursurile interactive.**

La primul articol, CNA m-a asigurat ca se respecta legea. Presedintele Ralu Filip, cel care indemna, pe vremuri, sa citim eticheta inainte de cumpararea produsului, a fost atunci chiar cinic: "Cine se baga cu capul inainte si suna fara sa stie regulamentul suporta consecintele". A adus un argument cel putin ciudat: "Si in alte tari e la fel". Dar in alte tari sunt permise armele si drogurile usoare. Trebuie sa importam chiar orice? Dupa doua luni, acelasi Consiliu trimitea primele somatii posturilor TV care organizeaza astfel de programe, masini de fraierit romanii. A mai durat putin si Consiliul a intrat in incapacitate de functionare. Posturile TV au rasuflat usurate. Spectacolul poate continua.

Cu acelasi tipar: chiar nu stiti ce nume incepe cu "l" se termina cu "n" si din care lipseste o litera? O ora intreaga cineva se chinuieste sa afle raspunsul. Aburit de premiul mare, cu toata increderea in televiziune, romanul suna. Si suna. Si vede ca, de fiecare data este indemnata sa o faca iar. La sfarsitul lunii, cand vede factura la telefon, mai ca face infarct.

Posturile de televiziune s-au intors de mult cu spatele la telespectator si cu fata la sacul de bani. Concursurile interactive o arata clar. Au vazut ca televiziunea ramane principalul mijloc de informare al romanilor si cel mai de incredere suport media. Precum bisnitarii de brazi care urca preturile de zece ori de Craciun si isi freaca palmele a profit, in modul cel mai perfid, televiziunile s-au gandit sa profite de aceasta incredere.

Televiziunile pot refuza aceste concursuri daca isi respecta telespectatorii. Chiar daca, luate pe litera legii, programele se (cam) incadreaza (la limita), smecheria este vizibila. Iar daca posturile se (si ne) respecta, trebuie sa le refuze. Antena 1, Euforia TV, Prima, OTV, National TV isi bat joc pur si simplu de telespectatori.

Ca in desenele animate, in ochii posturilor TV se vad semnele euro sau ale dolarilor. Asta in timp ce in ochii CNA nu se vede nimic. Fiecare minut de concurs inseamna o gramada de romani fraieriti. Am citit parca undeva, prin nu stiu ce lege, ca acest CNA apara interesul public. Dar, bag seama, am citit gresit...

## **COSMOS TV-AUTORIZARE / Cosmos TV a primit decizia de autorizare**

București (MEDIA EXPRES) / 18 ian 2007 / Televiziunea prin satelit Cosmos TV, în care este implicat Corneliu Vadim Tudor, a primit joi, 18 ianuarie, autorizarea de funcționare din partea Consiliului Național al Audiovizualului. Televiziunea are un contract de ridicare a semnalului pe satelit, dar și de distribuție prin cablu cu RCS & RDS. Potrivit unor informații oferite în ședința CNA în care s-a luat decizia de autorizare, planul televiziunii este să se

lanseze oficial la 29 ianuarie.

În cursul discuțiilor președintele CNA, Ralu Filip, a spus că prezența lui Corneliu Vadim Tudor în calitate de director general al unei companii asociate deținătorului licenței ridică semne de întrebare cu privire la implicarea unui politician în politica editorială a unei televiziuni, deși cazul ca atare nu face obiectul unei interdicții exprese sau incompatibilități prevăzute în legea audiovizualului.

CNA a hotărât, în cadrul aceleiași ședințe, să sancționeze OTV cu somație publică pentru încălcarea dispozițiilor legale, în cadrul emisiunii „Dan Diaconescu Direct”, edițiile din 4.12.2006 și 26.10.2006 și cu amendă în cuantum de 25.000 RON pentru difuzarea în perioada 8-11. 01.2007, în cadrul aceleiași emisiuni, a unor spoturi publicitare izolate, cu încălcarea art. 122 din Codul de reglementare a conținutului audiovizual.

De asemenea, Național Tv și N 24 au fost sancționate împreună cu o amendă de 25.000 RON pentru încălcarea prevederilor art.112 și 138 din Codul de reglementare a conținutului audiovizual, în cadrul emisiunii „Știri” difuzate pe data de 6.01.2007.

## **7 Plus**

### **Vadim Tudor isi lanseaza Cosmos TV pe 29 ianuarie.**

Postul de televiziune Cosmos TV, pentru care compania Unicorn Production SRL, controlata de parlamentarul Corneliu Vadim Tudor, a primit o licenta audiovizuala de la CNA, ar putea incepe sa emita pe 29 ianuarie, a declarat un reprezentant al postului. Anuntul a fost facut in cadrul sedintei CNA de ieri, cind reprezentantii companiei au venit la sediul Consiliului pentru a solicita decizia de autorizare a postului. Membrii CNA s-au aratat nemulțumiti de faptul ca directorul executiv al postului este Corneliu Vadim Tudor, incompatibil cu pozitia sa de senator. "Desi avem oameni politici care detin mijloace audiovizuale, nici unul nu are o functie executiva, nici Voiculescu, nici Cancescu. Sunt proprietari si atiti", a spus Filip. In cele din urma, reprezentantul companiei Unicorn a spus ca va prezenta o noua lista de conducere a postului, pe care Vadim nu va mai figura. Pe aceasta lista, directorul postului este Ciprian Tanasescu. El a mai spus ca nu a considerat ca parlamentarul Vadim Tudor va fi directorul executiv al postului, "ci omul de litere, poetul si prozatorul Corneliu Vadim Tudor". In cele din urma, CNA a aprobat solicitarea de autorizare a postului, cu conditia ca acesta sa nu fie condus de Corneliu Vadim Tudor. Postul Cosmos TV va emite 24 de ore pe zi, dintr-un sediu aflat pe Calea Serban Voda, nr 213-214.

Articole cu acelasi subiect:

#### **Adevarul**

#### **Vadim se lansează în Cosmos TV**

#### **Ev.zilei**

#### **Vadim nu mai e in Cosmos TV**

Floriana Scanteie

#### **HotNews.ro,**

#### **...SOV pierde licentele de la CNA daca va fi condamnat definitiv**

Potrivit presedintelui CNA, Ralu Filip, detinatorul trustului Realitatea Media, Sorin Ovidiu Vantu "nu poate sa detina licente pentru posturile TV daca va fi condamnat definitiv. Conform legii audiovizualului este interzisa acordarea licentelor persoanelor care efectueaza inchisoare", a explicat Ralu Filip.

Omul de afaceri detine trustul Realitatea Media care cuprinde posturile de televiziune Realitatea TV, Money Channel, Romantica TV, agentia de stiri NewsIn, postul Radio Guerrilla, publicatia Academia Catavencu, etc. Judecatoria a reluat procesul in care Sorin Ovidiu Vantu este judecat in legatura cu constituirea BID, dupa ce dosarul a mers timp de cateva luni pe la mai multe instante care au judecat viciile de procedura invocate de avocati.

Reprezentantul Parchetului a cerut saptamana trecuta, la Judecatoria Sectorului 1, condamnarea omului de afaceri in procesul in care acesta este acuzat de fals in declaratii in legatura cu constituirea Bancii pentru Investitii si Dezvoltare (BID).

Dosarul s-a intors la Judecatoria Sectorului 1 dupa ce magistratii Inaltei Curti de Casatie si Justitie au respins, in 8 decembrie, forma de atac utilizata de avocatii lui Sorin Ovidiu Vantu. Tot atunci, ICCJ a decis ca nu este cazul ca dosarul sa fie trimis la Curtea Constitutionala pentru solutionarea exceptiilor invocate de avocati.

In dosarul infiintarii BID, Sorin Ovidiu Vantu a fost gasit, in 2005, vinovat de fals si uz de fals, si condamnat la doi ani de inchisoare. ...

#### **Sorin Ovidiu Vantu condamnat la doi ani inchisoare cu executare**

Magistratii Judecatoriei sectorului 1 au hotarat joi, sentinta in dosarul Bancii de Investitii si Dezvoltare, in care omul de afaceri Sorin Ovidiu Vantu este acuzat de fals si uz de fals. Sorin Ovidiu Vantu a fost condamnat la doi ani de inchisoare cu executare si plata a 150.000 de lei despagubiri. Sentinta poate fi contestata in instanta de catre avocatii omului de afaceri.

## 7 Plus

### Vintu nu s-a aparat prin imperiul lui media.

Instanta Judecatoriei sectorului 1 Bucuresti l-a condamnat, ieri, pe Sorin Ovidiu Vintu la doi ani de inchisoare si plata a 150.000 de lei cheltuieli judiciare catre stat in dosarul privind constituirea Bancii de Investitii si Dezvoltare. Instanta a constatat ca infractiunea de fals in declaratii s-a prescrist, condamnandu-l pe omul de afaceri pentru uz de fals, la doi ani de inchisoare in regim de detentie. De asemenea, instanta a dispus anularea tuturor actelor considerate false in constituirea BID si care ar fi avut efecte juridice, precum si plata a 150.000 de lei cheltuieli judiciare catre stat. Condamnarea omului de afaceri scoate la iveala lucruri extrem de interesante. Astfel, nu poate fi trecut cu vederea Armaghedonul vehiculat cu citeva zile inainte de pronuntarea instantei in care Vintu era acuzat ca detine controlul absolut asupra Justitiei din România. S-a vazut foarte clar cit de tare o controleaza si, se pare, ca de fapt Armaghedonul a exercitat mai degraba o presiune nefavorabila lui Vintu. Alt lucru curios: CNA anunta, hodoronc-tronc, ca in cazul unei posibile condamnari definitive a omului de afaceri, licenta audiovizuala Realitatea TV ar trebui luata de "altcineva". Potrivit CNA, persoanele care au condamnari penale nu au voie sa detina licente audiovizuale. E si Realitatea TV o tinta? Orice forta (politica sau economica) ar dori sa controleze acest post. E si aceasta o ipoteza de luat in seama. Este de remarcat decenta cu care Sorin Ovidiu Vintu a tacut. Desi detine suficiente instrumente media, SOV nu s-a folosit de ele pentru a se apara, lasind in continuare Justitia sa-si faca treaba.

## Ev.zilei

### ....Reactie CNA

#### Situatia "Realitatea TV" nu se va schimba

Legea audiovizualului interzice unei persoane condamnate penal sa detina licente pentru posturi de televiziune sau de radio. Potrivit presedintelui Consiliului National al Audiovizualului (CNA), Ralu Filip, aceasta interdictie nu il vizeaza insa si pe Sorin Ovidiu Vintu. SOV nu figureaza nici azi in acte ca proprietar al trustului Realitatea TV. "Daca ar fi al lui (postul Realitatea TV - n.r.), asa ar trebui.

Dar nu este al lui. Vitalie Dobanda nu si-a transferat actiunile la Vintu, asa ca, din punctul nostru de vedere, nu se va schimba nimic in actionariat", a declarat ieri, agentiei Mediafax, presedintele CNA, Ralu Filip.

La inceputul anului trecut, Vintu a recunoscut la Realitatea TV ca detine controlul asupra acestui post de televiziune. Potrivit reprezentantilor Serviciului Licente al CNA, postul Realitatea TV este detinut de compania Bluelink Comunicazione, al carei unic actionar este Vitalie Dobanda. Acesta din urma a explicat la CNA ca a semnat cu Sorin Ovidiu Vintu un "contract de incredere".

In prezent, din grupul Realitatea Media - controlat de multimiliardar - mai fac parte posturile de televiziune The Money Channel si Romantica, precum si agentia de presa NewsIn. De asemenea, trustul Realitatea Media a preluat, anul trecut, pachetul majoritar de actiuni al grupului "Catavencu", din care faceau parte reseaua Radio Guerrilla, saptamanalul "Academia Catavencu", ziarul "Cotidianul" precum si mai multe reviste.

Articole cu acelasi subiect :

### Adevarul

#### Vântu, aflat la prima condamnare cu executare

Om de afaceri a primit doi ani de detenție pentru uz de fals la înființarea BID  
de [Ionel Stoica](#), [Liliana Nastase](#)

### Cotidianul

#### SOV, doi ani de inchisoare in dosarul BID