

## Revista Presei CNA\_19 februarie 2007

### **EVENIMENTUL ZILEI**

#### **Batalie pe publicitate**

Floriana Scanteie

Schimbarea Codului audiovizualului va influenta regimul reclamelor.

Consiliul National al Audiovizualului (CNA) se pregateste sa modifice regimul reclamelor la anumite produse destinate consumului. Miercuri va avea loc o dezbateri, la care publicitarii isi vor mentine pozitia prin care contesta masura, pe motiv ca va induce in eroare consumatorii si ca va avea consecinte asupra intregului domeniu al publicitatii.

CNA vrea mai multa informare

Modificarea ceruta de CNA are in vedere informarea corecta a publicului si protectia copilului, lucru care, in opinia membrilor Consiliului, trebuie sa se faca si prin intermediul publicitatii.

Astfel, CNA are in vedere ca reclamele la produsele din carne sa mentioneze procentul de MDM (carne dezosata mecanic), la produsele lactate va trebui specificat procentul de grasimi, la bauturi racoritoare consumatorii vor trebui sa stie procentul de zahar, iar la chipsuri va trebui mentionat procentul de sare.

Ralu Filip, presedintele CNA, con-sidera ca initiativa Consiliului este justificata, pentru ca actioneaza in interesul publicului.

"Daca prezentarea principalilor factori de risc ii va dezavantaja pe unii si ii va avantaja pe altii nu priveste CNA. Este problema agentilor de a face reclame creative, in care sa specifice in sa si informatiile ce intereseaza publicul", a spus Filip.

Publicitarii contraataca

IAA (International Advertising Association) Romania impreuna cu reprezentantii industriei alimentare se opun initiativei CNA. Alexandru Dumitrescu, Associate Creative Director la agentia McCann Erickson, considera ca aceste detalii trebuie mentionate pe eticheta produsului, nu in spoturi.

"Etichetele sunt facute sa informeze oamenii despre produs, iar reclamele, sa construiasca marci. Spoturile maltratate in acest fel i-ar face pe oameni sa inchida televizorul, ceea ce inseamna ca tot nu ar afla informatiile despre sare, grasimi si MDM", a spus Dumitrescu. Publicitarii sunt ingrijorati ca masura va influenta mediul concurential, care va avea de suferit prin discriminarea produselor ce beneficiaza de publicitate TV.

Ionut Mosteanu, Brand Communication Director la agentia Leo Burnett, crede ca cei mai afectati vor fi consumatorii, "care, in lipsa unei educatii specifice, vor decodifica aleatoriu noile informatii" si producatorii de alimente. Mosteanu crede ca impactul asupra ideilor de advertising va fi minim. "Aproape sigur noile mesaje vor veni "lipite" la sfarsitul spoturilor TV sau vor curge in scroll, neafectand decodificarea mesajului de brand. In print, probabil, vor fi "small prints" undeva in josul paginii."

IAA a propus derularea unei campanii de informare privind stilul de viata sanatos, pe o perioada de un an, initiativa cu care CNA este de acord. "Omul de rand trebuie sa stie ce inseamna MDM si cata sare e bine sa consume intr-o zi. Altfel, riscam sa se ajunga la diverse fobii", a mai spus Mosteanu.

Interviu

Publicitarii se opun vehement initiativei CNA

Victor Dobre, in calitate de director executiv al IAA Romania, apara interesele industriei de advertising

EVZ: Care este pozitia industriei publicitatii fata de initiativa CNA?

Victor Dobre: IAA considera ca adoptarea de prevederi care impun prezentarea in publicitatea TV a procentelor nutrientilor, in absenta informatiilor complete asupra rolului acestora si cantitatilor necesare bunei functionari a organismului, genereaza riscuri si distorsioneaza comportamentul consumatorilor.

Industria este de parere ca, in final, consumatorul va primi informatii incomplete si nerelevante pentru luarea unei decizii corecte legate de alimentatie. In momentul de fata, grupul de lucru

organizat sub patronajul IAA are in pregatire o contrapropunere care sa adreseze cauzele si nu efectele. Aceasta contrapropunere va fi discutata cu CNA pana la agrearea unei pozitii comune. Cum va ajuta campania de informare publicul?

Educandu-l si informandu-l complet asupra a ceea ce inseamna un stil de viata sanatos si ce anume presupune acest lucru. Masurile care duc la imbunatatirea stilului de viata sunt la indemana oricui. Important e ca publicul sa fie constient si sa actioneze ca atare. Acesta este obiectivul campaniei, care va trata in egala masura importanta unei alimentatii corecte si a stilului de viata activ.

Ce veti face daca CNA va adopta masura?

In acest moment, discutiile cu CNA continua intr-un sens constructiv si suntem convinsi ca vom reusi impreuna sa informam publicul intr-un mod corect, coerent, complet.

## **EVENIMENTUL ZILEI**

### **TVR cere profesionalism**

17 Februarie 2007

Postul public de televiziune a anuntat ca va oferi drept la replica lui Ion Iliescu pentru afirmatiile calomnioase facute la adresa lui de Gabriel Liiceanu, in emisiunea "Intre bine si rau", difuzata marti seara, pe TVR 1.

Emisiunea a primit somatie publica din partea Consiliului National al Audiovizualului (CNA), pentru ca moderatorul Liviu Mihaiu nu l-a cenzurat pe invitat. Liiceanu a afirmat ca Iliescu "a omorat oameni". Tudor Giurgiu, presedintele TVR, a declarat ca va lua masuri severe "daca se va repeta aceasta situatie".