



Nem tájékoztat kifogástalanul a **Savoria. A gyerekek kenyeré** termék reklámfilmje, ezért betiltotta televíziós sugárzását kedden az Országos Audiovizuális Tanács (CNA).

A CNA többek közt azt kifogásolja, hogy a reklámban elhangzó szöveg félrevezető: „a Savoria az egyetlen gyár Romániában, ahol E-mentes kenyeret sütnék.”

## **Anyukám és az irdatlanul hosszú nevű hatóság is ajánlja**

"Ajánljuk a Savoria gyerekkenyerét, mert finom, és anya azt mondja, hogy nagyon egészséges is. Egy halom ásványi anyagot és vitamint tartalmaz. Az Országos Fogyasztóvédelmi és Program- és Stratégiapromoválási Egyesület augusztusban készült tanulmánya szerint a Savoria az egyetlen gyár Romániában, ahol E-mentes kenyeret gyártanak" – hangzik el a reklámban.

A reklámfilmeket az Antena 1, Euforia, GSP TV, Antena 3 és Antena Stars televíziók sugározták december 15. és január 2. között.

Az Országos Reklámtanács (RAC) szerint a rövidfilm „félrevezető kereskedelmi kommunikáció”. A reklámtanács etikai bizottsága január 22-én vizsgálta meg a Savoria reklámfilmjét, és arra jutott, hogy ez megsérti a tanács szabályzatát, nyilatkozta Laura Frunzeti, a reklámtanács igazgatója.

A CNA tagjai szerint a Savoria reklámja megsérti az audiovizuális törvény 93. cikkelyét, mely szerint a tévés és rádiós reklámok tiszteletben kell, hogy tartsák a gyerekek védelmét, a

közülemény korrekt tájékoztatását, az emberi méltóságot és a lojális konkurenciát függetlenül a reklámok formáitól és hosszától.

A CNA egyöntetűen döntött: ebben a formában nem sugározható a reklám.

## **Az 1 lejes biztosítás is kiverte a biztosítékot**

Szintén a keddi ülésen döntöttek a Red Sands Group és a 4 Life Direct reklámjáról is. A rövidfilmet januárban sugározta a Realitatea, a România, a TVR, az Antena 3 és a Kanal D televízió.

Így szólt a reklám szövege: „1929 és 1969 között születtek? Kérjük, telefonáljanak a 45 és 85 év közötti férfiak és nők, a garantált napi 1 lejes biztosításért. Nem szükséges orvosi vizsgálat, így nem utasíthatják vissza önöket. A biztosítás az első napon kezdődik, és életük végéig tart. Az önök családja akár 200 000 lejt is kaphat, ami fedezi a temetkezési és az előre nem látott költségeket is.

A kedvezmények nem csökkenek az idő előrehaladtával, és naponta mindössze egy lejbe kerül a biztosított összegtől függően. Jól hallották, 1 lejtől kezdődően naponta. További információkért hívják a képernyőn látható telefonszámot. Kötelezettség és kockázat nélkül”.

A CNA szerint ez a reklámspot sem tájékoztat megfelelően, így a reklámot betiltották.

## **Bátran bevallani tilos: megrontja a gyerekeket**

Az Audiovizuális Tanács gyomra nem vette be az MTV Mobile powered by Cosmote előfizetésének reklámját se, amely december 15. és január 27. között ment a Diva Universal, MTV, Sport.ro és Pro TV-n.

A kisfilmben szórakozó fiatalok láthatók, majd egy női hang a következőket mondja: "Anának hívnak, fel akarok mondani a főnökömnek, és az egész világnak üzenem: összejöttem a főnökömmel”.

A CNA szerint a reklámkészítők **megsértették az audiovizuális törvény gyermekvédelemről szóló cikkelyét.**

A szpot egy öt országban (Németország, Svájc, Belgium, Hollandia és Lengyelország) bemutatott reklámkampány része, és sehol nem kifogásolták a törvényességét – mondta Csomortáni Botond, a Viacom International Media Networks (VIMN) Közép- és Kelet-Európa MBL termékmenedzsere, aki részt vett a CNA ülésén.

{youtube}X0tYILnjXJs{/youtube}

"A reklámszpotjaink üzenete pozitív, arra bátorítja a fiatalokat, hogy ne hazudjanak. Ez a döntésről szól, a bátorságról és a bevallás felelősségvállalásáról" – jelentette ki Csomortáni.

Hozzátette: a reklámszpotok valóban provokálnak, de ugyanezt az üzenetet másik öt európai országban is sugározták anélkül, hogy észrevételeket fűztek volna hozzá. A reklám a 18 és 25 év közöttieknek szól, és a televíziócsatornákat úgy választották ki, hogy elérjék ez a korosztályt.