



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 3558

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	GEO Y&R, COLGATE PALMOLIVE
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “AIM NUTRI-ACTIV ”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 3542 / 17.07.2007
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	11.09.2007
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 3558 / 13.09.2007

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Γ. ΒΑΚΟΝΔΙΟΣ Α. ΧΑΤΖΗΣΑΒΒΑ Α. ΚΑΡΑΔΗΣ Γ. ΜΑΘΙΟΣ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Σ. ΚΑΛΑΜΠΑΛΙΚΗ Β. ΑΝΤΩΝΙΟΥ Α. ΠΑΠΑΔΑΚΗ Γ. ΠΕΤΡΟΥ J. NASS Γ. ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΗΣ F. SCHAFFER Χ. ΧΑΤΖΗΣΤΥΛΗ	GEO Y&R COLGATE PALMOLIVE COLGATE PALMOLIVE COLGATE PALMOLIVE LOWE UNILEVER HELLAS UNILEVER HELLAS UNILEVER HELLAS

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ	ΕΔΕΕ – ΣΔΕ – ΕΣΡ
-------------	------------------

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία και επιχειρήματα που τέθηκαν υπόψη της.

Καταρχήν η Επιτροπή θα ήθελε να επισημάνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέεται με θέματα υγείας (όπως είναι και αυτό της στοματικής υγιεινής) να αντιμετωπίζεται με ιδιαίτερη προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι λόγω της ευαισθησίας των καταναλωτών αλλά και της έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων, τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα να τους παραπλανήσουν ή να δημιουργήσουν σύγχυση. Με τον τρόπο αυτό,



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο ουσιαστικός ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Συγκεκριμένα για την επικοινωνία της οδοντόκρεμας AIM Nutri-Activ, η Επιτροπή έχει την άποψη ότι η έννοια του ρήματος «θρέφει» ταυτίζεται ή εκλαμβάνεται από το μέσο καταναλωτή ως ανάπτυξη – ανάπλαση.

Από τα στοιχεία και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν από την εγκαλουμένη παρότι αποδείχθηκε η δυνατότητα ενδυνάμωσης των δοντιών και ωφέλειας των ούλων από τα συστατικά του προϊόντος, εντούτοις δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς ο ισχυρισμός της «θρέψης», με την παραπάνω αναφερόμενη έννοια, ούτε για τα δόντια (ομόφωνα), ούτε για τα ούλα (κατά πλειοψηφία).

Συνεπώς, η χρήση του ρήματος «θρέφει», και των παραγώγων του ό,που εμφανίζονται (θρέψη, θρεπτική δράση, θρεπτικά συστατικά) είναι πιθανό να παραπλανήσει μέρος των καταναλωτών και να οδηγήσει σε εσφαλμένες εντυπώσεις ως προς τις ιδιότητες του διαφημιζόμενου προϊόντος.

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία προσκρούει στα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως σε κάθε μέσο και στη συσκευασία εντός των προβλεπόμενων από τον Κανονισμό προθεσμιών.

Στα λοιπά σημεία της επικοινωνίας η Επιτροπή έκρινε ότι δεν υπάρχει παράβαση των διατάξεων του ΕΚΔ-Ε.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον κανονισμό της ΠΕΕΕ (άρθρο 9, παρ.ε). Επισημαίνεται ότι, βάσει του κανονισμού της ΠΕΕΕ (άρθρο 6, παρ.α), η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό χαρακτήρα.**