

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 3690**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	SPOT THOMPSON & ΝΙΚΑΣ JNL+ & ΥΦΑΝΤΗΣ
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “CRETA FARM EN ΕΛΛΑΔΙ ΟΡΕΙΝΟ” Τηλεόραση

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 3679 / 20.02.2008 A / 3682 / 25.02.2008
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	18.03.2008
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 3690 / 20.03.2008

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Α. ΖΩΓΡΑΦΟΣ Γ. ΚΑΛΟΥΔΗΣ Α. ΚΟΕΝ Π. ΜΠΟΥΚΑΣ Ε. ΤΣΑΚΙΡΙΔΟΥ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Ζ. ΔΕΜΕΝΑΓΑ Β. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ Π. ΜΑΚΡΗΣ Κ. ΞΕΝΟΣ Ι. ΜΕΤΑΞΟΠΟΥΛΟΣ Ν. ΛΕΟΥΣΗΣ Δ. ΚΑΒΑΛΗ Π. ΝΙΚΟΛΑΟΥ Γ. ΑΛΥΣΑΝΔΡΑΤΟΣ Α. ΧΑΤΖΗΔΑΚΗ Θ. ΜΑΣΟΥΛΑΣ Β. ΤΣΟΥΚΑΛΑΣ Α. ΠΛΕΥΡΑΚΗ	SPOT THOMPSON SPOT THOMPSON ΝΙΚΑΣ JNL+ JNL+ ΥΦΑΝΤΗΣ ΥΦΑΝΤΗΣ ASHLEY & HOLMES CRETA FARM CRETA FARM CRETA FARM

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία και το περιεχόμενο των αιτήσεων ελέγχου που υποβλήθηκαν από τις εταιρίες SPOT THOMPSON / ΝΙΚΑΣ και JNL+ / ΥΦΑΝΤΗΣ και

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

αποφάσισε τη συνεξέταση τους λόγω ταύτισης του περιεχομένου τους καθώς και την έκδοση ενιαίας απόφασης για λόγους οικονομίας χρόνου και αποφυγής ενδεχόμενων αντιφάσεων και παρερμηνειών.

Η Επιτροπή θα ήθελε να επισημάνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέεται με θέματα διατροφής να αντιμετωπίζεται με εξαιρετική προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι λόγω έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων, τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα να παραπλανήσουν τους καταναλωτές. Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό, αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο ουσιαστικός ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Η Επιτροπή έλαβε υπόψη της όλα τα στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη διαδικασία και έκρινε ως ακολούθως:

A. Η δήλωση «έως 96% άπαχο κρέας» είναι δυνατό να οδηγήσει σε παραπλάνηση για δύο λόγους.

1. Η εντύπωση που δημιουργείται στον καταναλωτή είναι ότι το τελικό προϊόν που καταναλώνει αποτελείται από άπαχο κρέας σε ποσοστό έως 96%, γεγονός που όπως αποδείχθηκε δεν είναι ακριβές αφού στην πραγματικότητα το ποσοστό αυτό δηλώνει πόσο από το κρέας που περιέχεται στο προϊόν είναι άπαχο, και
2. Δεδομένου ότι στη γκάμα που εμφανίζεται στην υπό κρίση επικοινωνία περιλαμβάνονται προϊόντα που διαφοροποιούνται σημαντικά ως προς τη σύσταση τους, η δήλωση «έως 96% άπαχο κρέας» είναι αόριστη και γενική και οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το ποσοστό αυτό αφορά όλα τα προϊόντα, ενώ όπως αποδείχθηκε αφορά μόνο μικρό αριθμό αυτών.

B. Η δήλωση «απόλυτο αλλαντικό» αποτελεί ένα καινοφανή για τον κλάδο των αλλαντικών και απόλυτο ισχυρισμό που από τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν δεν τεκμηριώθηκε.

Με βάση τα παραπάνω η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στα σημεία που αναφέρονται η υπό έλεγχο επικοινωνία προσκρούει στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός των προβλεπόμενων από τον Κανονισμό προθεσμιών.



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.**