

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 3720

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	SPOT THOMPSON, VIVARTIA
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “AMITA Frooties” Τηλεόραση, Outdoor

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 3714 / 22.04.2008
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	06.05.2008
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 3720 / 07.05.2008

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Γ. ΜΑΘΙΟΣ Κ. ΜΠΕΡΣΟΣ Α. ΤΟΠΑΛΙΔΟΥ ΦΛ. ΝΙΚΟΛΟΓΙΑΝΝΗ J. NASS	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Ρ. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΥ Ν. ΖΕΡΒΑΣ Α. ΚΥΔΩΝΑΚΗ Π. ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗ Β. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ Χ. ΠΑΡΙΑΝΟΣ Δ. ΤΣΑΚΙΡΗ Τ. ΚΛΑΨΗΣ Σ. ΠΑΠΑΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ	SPOT THOMPSON SPOT THOMPSON VIVARTIA VIVARTIA VIVARTIA McCANN ERICKSON COCA COLA 3E COCA COLA 3E COCA COLA 3E

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 που παρουσιάστηκαν και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη διαδικασία.

Η Επιτροπή θα ήθελε να επισημάνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέονται με τη διατροφή να αντιμετωπίζεται με εξαιρετική προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι λόγω έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων, τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

να παραπλανήσουν τους καταναλωτές. Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό, αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο ουσιαστικός ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία και η κοινωνική ευθύνη των φορέων της παραγωγής στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Η Επιτροπή έλαβε γνώση της πρόθεσης της εταιρίας COCA COLA 3E να προβεί σε αλλαγές στο λεκτικό της υπό κρίση επικοινωνίας (προσθήκη σε όλες τις επικοινωνίες της φράσης «100% φυσικός χυμός παρασκευασμένος από συμπυκνωμένους φυσικούς χυμούς φρούτων και από πολτούς φρούτων» ώστε να προσδιορίζεται ακριβέστερα η σύσταση του περιεχομένου του προϊόντος ΝΕΑ AMITA FROOTIES, απάλειψη του αριθμού των 7 φρούτων και απάλειψη της δήλωσης «από σήμερα» στο tvc 30'' – 09.04.2008).

Σχετικά με τα tvc 15''-14.04.2008, 14''-14.04.2008, 15''-15.04.2008 και τα αντίστοιχα outdoor, η Επιτροπή διαμόρφωσε την άποψη ότι η γενική εντύπωση που προκαλείται στον καταναλωτή από το λεκτικό της παραπάνω επικοινωνίας είναι ότι η κατανάλωση του συγκεκριμένου προϊόντος υποκαθιστά πλήρως τη διατροφική αξία και τα πλεονεκτήματα που απολαμβάνει κανείς από την κατανάλωση των αντίστοιχων φρέσκων φρούτων, γεγονός που κατά τη διαδικασία δεν τεκμηριώθηκε.

Συγκεκριμένα, οι ισχυρισμοί «Η αλήθεια είναι ότι δύσκολα θα έπαιρνες 7 φρούτα στη δουλειά. Ευτυχώς τώρα κυκλοφορούν και σε μπουκάλι», «Η αλήθεια είναι ότι θα μπορούσαν να είναι στη φύση. Το ψυγείο σου όμως είναι πιο κοντά», «Η αλήθεια είναι ότι δεν τρως φρούτα γιατί βαριέσαι να τα καθαρίζεις. Κρίμα που από σήμερα δεν έχεις δικαιολογία», «Η αλήθεια είναι ότι δεν θα πας ποτέ στη λαϊκή. Γι' αυτό σταμάτα στο περίπτερο» και το slogan «Η αλήθεια να πίνεται» οδηγούν τον καταναλωτή στη δημιουργία της παραπάνω εσφαλμένης εντύπωσης (άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε).

Επιπλέον, για το tvc των 30'' - 09.04.2008 η Επιτροπή έκρινε ότι η φράση «Δε λες που δε λες την αλήθεια, τουλάχιστον από σήμερα μπορείς να την πίνεις» είναι γενική, αόριστη και δε διευκρινίζει την έννοια της «αλήθειας» με αποτέλεσμα να σχηματίζεται στους καταναλωτές η εντύπωση άμεσης διασύνδεσης με το «αληθινό» φρέσκο φρούτο.

Για το λόγο αυτό μπορεί να παραπλανήσει και να δημιουργήσει σύγχυση ως προς τις ιδιότητες και τα πλεονεκτήματα της ανάλωσης του προϊόντος σε σχέση με την αντίστοιχη φρέσκων φρούτων (άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε).

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Με βάση τα παραπάνω η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε την τροποποίηση της επικοινωνίας εντός 3 ημερών για τα τηλεοπτικά και έως τη λήξη της ισχύουσας σύμβασης ενοικίασης του χώρου, που δεν μπορεί να υπερβαίνει τις 15 ημέρες, για τις υπαίθριες διαφημίσεις.

Τέλος η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία δεν προσκρούει στο άρθρο 12 του ΕΚΔ-Ε περί δυσφήμισης καθώς από τα στοιχεία και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν δεν προέκυψε κατά την κρίση της απαξίωση του ανταγωνισμού.

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.**