



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1045**

ΑΙΤΟΥΣΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	Καταναλωτής
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“SUPER MARKETS INKA”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 1044 / 13.01.2015
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	19.01.2015
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>Σ / 1045 / 22.01.2015</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Φ. ΑΠΟΣΤΟΛΙΔΟΥ Τ. ΘΕΟΦΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Ε. ΚΛΗΜΕΝΤΙΔΟΥ Υ. ΚΟΣΜΕΤΑΤΟΥ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Γ. ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΗΣ Μ. ΜΗΛΑΚΗ	INKA SUPER MARKETS INKA SUPER MARKETS

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, έλαβε υπόψη της την υποβληθείσα καταγγελία του καταναλωτή και την υπό έλεγχο επικοινωνία και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν.

Στη συνεδρίαση δεν παρέστη ο εγκαλών καταναλωτής, όπως είχε ενημερώσει, τέθηκε όμως υπ' όψιν της Επιτροπής επιστολή που απέστειλε, σχετικά με το υπό εξέταση θέμα.

Σύμφωνα με όσα συζητήθηκαν κατά τη συνεδρίαση, ο στόχος της υπό κρίση επικοινωνίας του συνεταιρισμού IN.KA. είναι να ευαισθητοποιήσει τους καταναλωτές στην αγορά ντόπιων προϊόντων, τα οποία μπορούν να προμηθευτούν από τις επιχειρήσεις / super markets που ανήκουν στον εν λόγω συνεταιρισμό.

Κατά την ομόφωνη άποψη της Επιτροπής η δημιουργική προσέγγιση που επελέγη για την απόδοση του μηνύματος, η οποία συνίσταται στην αναπαράσταση των σκληρών συνθηκών ζωής της περιόδου της κατοχής, καθώς και η ευθεία σύνδεση που επιχειρείται μεταξύ εκείνων των συνθηκών και της σημερινής πραγματικότητας, μέσω του λεκτικού «*τότε αντισταθήκαμε, σήμερα ο εχθρός έχει αλλάξει*



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

μορφή», κινούνται εκτός των ορίων της διαφημιστικής δεοντολογίας, όπως αυτά ορίζονται από τον ΕΚΔ-Ε.

Ειδικότερα, η αξιοποίηση των καταστάσεων και των συναισθημάτων που επικρατούσαν κατά την κατοχή αλλά και της αντίστασης των ανθρώπων, με σκοπό την προώθηση (των συγκεκριμένων, αλλά και οποιωνδήποτε άλλων) εμπορικών συμφερόντων, μπορεί να προσβάλλει το κοινό αίσθημα σεβασμού προς την ιστορία και ως εκ τούτου παραβιάζει την αρχή που ορίζει ότι οι διαφημίσεις πρέπει να δημιουργούνται με πνεύμα κοινωνικής ευθύνης.

Παράλληλα, η συγκεκριμένη επικοινωνία είναι πιθανό να προκαλέσει φόβο σε μέρος του κοινού, αλλά και να λειτουργήσει απαξιωτικά / δυσφημιστικά προς άλλες επιχειρήσεις της αγοράς.

Επιπλέον, η συμμετοχή και ο ρόλος του μικρού αγοριού, είναι ενδεχόμενο – από εσφαλμένη «ανάγνωση» λόγω απειρίας, αλλά και δεδομένης της υπάρχουσας οικονομικής / κοινωνικής κατάστασης – να παρερμηνευθεί από ανήλικους θεατές.

Για όλους αυτούς τους λόγους η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία προσκρούει στα άρθρα 1.2, 4.2, 12, 18 (αποφυγή βλάβης) και 5.α του Παραρτήματος Α και δεν μπορεί να προβάλλεται ως έχει.

---

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στο άρθρο 13.Ζ του Κανονισμού της ΠΕΕΕ. Τονίζεται ότι με βάση το ίδιο άρθρο η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό αποτέλεσμα στην εφαρμογή της παρούσας.**

Επισημαίνεται ότι σε περίπτωση μη πλήρους εφαρμογής της Απόφασης, το ΣΕΕ δύναται να προβεί στις προβλεπόμενες από τον Κανονισμό κυρώσεις.

Υπενθυμίζεται σύσταση του Δ.Σ. του ΣΕΕ προς τα εμπλεκόμενα μέρη να μη χρησιμοποιούν ή κάνουν αποσπασματικές αναφορές σε αποφάσεις των Επιτροπών για σκοπούς δημοσιότητας ή προβολής, προκειμένου να αποφεύγονται παρερμηνείες.