



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1113**

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	Καταναλωτής
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“LIPOTRONIC FACTORS”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 1106 / 21.04.2016
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	06.05.2016
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>Σ / 1113 / 12.05.2016</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ο. ΠΑΠΑΔΟΓΙΑΝΝΗ Μ. ΜΑΥΡΙΚΑΚΗΣ Τ. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΥ Μ. ΚΑΡΑΣΤΕΡΓΙΟΥ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Σ. ΚΟΥΡΤΙΔΟΥ Μ. ΣΕΛΑΝΙΚΛΗ Α. ΚΟΥΜΑΚΗ Ι. ΦΑΤΣΗ	DDB ISO PLUS ISO PLUS ISO PLUS

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα καταγγελία του καταναλωτή και έλαβε υπ’ όψιν της τα στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Καταρχάς η Επιτροπή επισημαίνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέεται με θέματα διατροφής και υγείας 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 και υπεύθυνος ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Για την αξιολόγηση της επικοινωνίας του προϊόντος LIPOTROPIC FACTORS η Επιτροπή έλαβε υπ' όψιν της τόσο το νομοθετικό πλαίσιο που ισχύει για τα συμπληρώματα διατροφής, όσο και την από 27/04/2015 επιστολή του ΕΟΦ προς το ΣΕΕ, όπου διατυπώνεται η επίσημη θέση της αρμόδιας κρατικής αρχής, που έχει ως εξής: «... Στην επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση των συμπληρωμάτων διατροφής δεν επιτρέπεται να διατυπώνονται ισχυρισμοί που υποδηλώνουν αδυνάτισμα ή άλλοι ισχυρισμοί υγείας που δεν περιλαμβάνονται στον κατάλογο των επιτρεπόμενων από τον Κανονισμό 432/2012.»

Κατόπιν αυτού η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι κάθε ισχυρισμός που οπτικά ή λεκτικά, σε οποιοδήποτε μέσο επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εταιρική ιστοσελίδα, καταχωρίσεις, κλπ.), υποδηλώνει αδυνάτισμα ή/και κάθε άλλος ισχυρισμός υγείας που δεν περιλαμβάνεται στους επιτρεπόμενους από την EFSA, προσκρούει στο άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και δεν μπορεί να συνεχίσει να προβάλλεται.

Ειδικότερα για το τηλεοπτικό, το λεκτικό: «*Θέλεις να χάσεις πραγματικά? Στηρίξου στο Lipotropic Factors*» και η απεικόνιση του ζυγίσματος της πρωταγωνίστριας, με ξεκάθαρο και emphaticό τρόπο επικοινωνούν αδυνατιστική δράση κι ως εκ τούτου, σύμφωνα με τα παραπάνω, προσκρούουν στο άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και δεν μπορούν να συνεχίσουν να προβάλλονται.

Διευκρινίζεται ότι και στην ιστοσελίδα κάθε διατύπωση που υποδηλώνει αδυνάτισμα (όπως η παρουσίαση του προϊόντος σε ενότητα με θέμα το αδυνάτισμα) και κάθε άλλος ισχυρισμός υγείας που δεν περιλαμβάνεται στη λίστα εγκεκριμένων ισχυρισμών της EFSA, όπως ενδεικτικά «*διατήρηση φυσιολογικού βάρους*», «*...επιδρούν θετικά στη μείωση της χοληστερίνης...*», «*...βοηθούν στη διάσπαση των διατροφικών λιπών και κατά συνέπεια στον έλεγχο του σωματικού βάρους*», «*...μας βοηθά... να ξαναβρούμε και να διατηρήσουμε τον πιο καλλίγραμμο και υγιή εαυτό μας*», «*ενεργεί αποτελεσματικά στην αποτοξίνωση και την ομαλή λειτουργία του ήπατος*» αντίκειται στο άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και δεν μπορεί να συνεχίσει να προβάλλεται.

Επί της συσκευασίας και συγκεκριμένα στην ελληνική ετικέτα, η αναφορά «*...με αποτέλεσμα την θετική επίδραση στον έλεγχο του βάρους*» ομοίως αντίκειται στο άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και δεν μπορεί να συνεχίσει να προβάλλεται.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αναφορικά με το χαρακτηρισμό του προϊόντος ως «λιποδιαλυτικό», η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στερείται των απαραίτητων τεχνικών γνώσεων για την αξιολόγηση της ορθότητας του και προκειμένου να καταλήξει σε ασφαλή και δίκαιη κρίση επί του συγκεκριμένου σημείου, θα απευθύνει σχετικό ερώτημα στον αρμόδιο για τα θέματα αυτά, κρατικό φορέα ΕΟΦ.

Επομένως επί του συγκεκριμένου σημείου επιφυλάσσεται και θα επανέλθει με συμπληρωματική Απόφαση όταν θα έχει στη διάθεση της την απάντηση από τον ΕΟΦ. Μέχρι την έκδοση της τελικής της Απόφασης ο ισχυρισμός μπορεί να εξακολουθήσει να προβάλλεται.

Οι σχετικές τροποποιήσεις στη διαφημιστική επικοινωνία του προϊόντος LIPOTROPIC FACTORS θα πρέπει να γίνουν εντός 2 ημερών, ενώ ειδικά για τη συσκευασία η προθεσμία αποφασίσθηκε στις 30 ημέρες.

Επισημαίνουμε, για ενημέρωσή σας, ότι οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα μέσα που αναπτύσσεται η εκάστοτε υπό έλεγχο επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών καθώς και των owned channel στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανεξάρτητα από το εάν αυτά αναφέρονται στη σχετική αίτηση ελέγχου.

---

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στο άρθρο 13.Z 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.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ