



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1118

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	Καταναλωτής
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “LIVERCARE”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 1110 / 11.05.2016
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	20.05.2016
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	Σ / 1118 / 24.05.2016

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Α. ΚΥΔΩΝΑΚΗ Ν. ΜΑΝΩΛΑ Θ. ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Α. ΜΠΑΡΔΙΣΜΠΑΝΙΑΝ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Δ. ΤΕΡΖΟΠΟΥΛΟΣ Ι. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Κ. ΠΑΥΛΙΔΗΣ	PHARMA CENTER – HEALTH AID PHARMA CENTER – HEALTH AID ARTION CREATIVE

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

Το διαφημιζόμενο προϊόν LIVERCARE ανήκει στην κατηγορία των συμπληρωμάτων διατροφής και ως τέτοιο υπάγεται στις διατάξεις του ΕΚ 1924/2006, σύμφωνα με τον οποίο στην επικοινωνία των συμπληρωμάτων διατροφής επιτρέπεται η χρήση μόνο εκείνων των ισχυρισμών υγείας που περιλαμβάνονται στον κατάλογο των επιτρεπόμενων ισχυρισμών του Κανονισμού 432/2012.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν από την πλευρά PHARMA CENTER / ARTION CREATIVE, το εν λόγω προϊόν μπορεί να διατυπώνει τον ισχυρισμό «η χολίνη συμβάλλει στη διατήρηση της φυσιολογικής ηπατικής λειτουργίας» (όπως αναφέρεται στην εταιρική ιστοσελίδα), αφού περιέχει το συστατικό χολίνη στην απαιτούμενη ποσότητα.

Αντίθετα, οι ισχυρισμοί που εμφανίζονται στο ραδιοφωνικό, την εταιρική ιστοσελίδα και τη συσκευασία (ενδεικτικά): *«το LIVERCARE από τη HEALTH AID περιέχει..., που καθαρίζουν και αποτοξινώνουν το συκώτι», «για καθαρό συκώτι», «φυσική αποτοξίνωση και καθαρισμός συκωτιού», «συνδυασμός από... τα οποία προστατεύουν το συκώτι και προλαμβάνουν τη συσσώρευση λίπους, διατηρώντας το υγιές», «Livercare helps detoxify, cleanse and maintain liver health»,* δεν περιλαμβάνονται στους επιτρεπόμενους ισχυρισμούς υγείας και ως εκ τούτου η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι προσκρούουν στο άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε.

Επιπλέον, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι οι ισχυρισμοί: *«ιδανικό σε περιπτώσεις παρατεταμένης χρήσης αλκοόλ ή πολυφαρμακίας» και «χρήσιμο για όσους καταναλώνουν αλκοόλ ή πριν από κάθε δίαιτα αδυνατίσματος»,* είναι πιθανό να δημιουργήσουν την εσφαλμένη εντύπωση ότι το προϊόν προστατεύει με την ευρεία έννοια από τις επιπτώσεις της (παρατεταμένης) κατανάλωσης αλκοόλ και από τις παρενέργειες φαρμάκων και ότι βοηθά με κάποιο τρόπο στο αδυνάτισμα.

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι προαναφερθέντες ισχυρισμοί μπορεί να οδηγήσουν σε παραπλάνηση και προσκρούουν στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε.

Σχετικά με το λεκτικό της ραδιοφωνικής επικοινωνίας, «Μάτια δύο, πνεύμονες δύο, νεφρά δύο, συκώτι όμως μόνο ένα. Επειδή ένα και μοναδικό συκώτι, ένα και μοναδικό LIVERCARE», η Επιτροπή έκρινε κατά πλειοψηφία ότι αποτελεί μία δημιουργική προσέγγιση, που η εκτέλεση της συνολικά (ύφος διαφήμισης, εκφορά λόγου, μουσική) δεν είναι τέτοια που να μπορεί δικαιολογημένα να προκαλέσει φόβο, αλλά και που νοηματικά δεν είναι πιθανό να οδηγήσει στην εντύπωση ότι μπορεί κανείς να αδιαφορεί για άλλα όργανα του σώματος εκτός του συκωτιού.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ως εκ τούτου η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε ότι στο συγκεκριμένο σημείο η επικοινωνία δεν παραβιάζει τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Οι σχετικές τροποποιήσεις στη διαφημιστική επικοινωνία του προϊόντος LIVERCARE 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.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.