



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. 2950  
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	Μ. ΚΟΥΛΕΛΗ (καταναλώτρια) Α. ΙΘΑΚΗΣΙΟΥ (καταναλώτρια)
ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ	DIESEL
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΑΦΙΣΑ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ "ΡΟΝΥ"</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A/2945/15.03.04
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	17.03.2004
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A/2950/22.03.04</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ε.ΝΙΑΟΥΡΗ Τ. ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ ΦΛ. ΝΙΚΟΛΟΓΙΑΝΝΗ Γ. ΓΟΥΛΙΟΣ	ΣΔΕ - ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ		DIESEL

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας, μελέτησε τις αιτιάσεις και τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν κατά τη διαδικασία και έκρινε ότι :

Η συγκεκριμένη διαφήμιση με το εικαστικό που χρησιμοποιεί, όπως διαπιστώθηκε, απευθύνεται κυρίως σε νεαρά άτομα ηλικίας 15 – 22 ετών περίπου.

Η Επιτροπή αξιολόγησε τη σχέση του εικαστικού με τα διαφημιζόμενα αθλητικά παπούτσια PONY και έκρινε ότι ο συνδυασμός αυτός αποβλέπει κυρίως στη δημιουργία εντυπωσιασμού του κοινού-στόχου και κατ' ελάχιστο σε κάποιες ιδιότητες ή πλεονεκτήματα που προέρχονται από τη χρήση των προβαλλόμενων προϊόντων.

Ο εντυπωσιασμός όμως αυτός οδηγεί, κατά την κρίση της Επιτροπής, σε συνειρμούς που απαξιώνουν και εμπορευματοποιούν τις αξίες του έρωτα που διακατέχουν τα άτομα νεαρής ηλικίας και μπορεί να τα βλάψει ηθικά ή πνευματικά.

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό κρίση διαφήμιση προσκρούει στο άρθρο 13 παρ.2 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί το ταχύτερο δυνατό και εν πάσει περιπτώσει εντός 15 ημερών.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

---

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον κανονισμό της ΠΕΕΕ (άρθρο 10, παρ.β). Επισημαίνεται ότι, βάσει του κανονισμού της ΠΕΕΕ (άρθρο 8, παρ.α), προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό χαρακτήρα.**