



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4236

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	PUBLICIS, NESTLE ΕΛΛΑΣ
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “STARBUCKS FRAPPE”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4233 / 13.05.2010
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	20.05.2010
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 4236 / 21.05.2010

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Α. ΣΙΔΕΡΗ Α. ΠΑΠΑΔΑΚΗ Δ. ΣΕΡΙΦΗΣ Τ. ΘΕΟΦΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Ν. ΜΠΟΥΤΑΡΗ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Μ. ΑΡΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ Μ. ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ Α. ΚΑΜΠΑΝΗΣ Ν. ΣΑΚΟΥΤΗΣ Σ. ΠΑΠΑΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ Α. ΑΤΣΟΥ Σ. ΠΕΡΚΙΖΑΣ Σ. ΑΡΑΒΑΝΗΣ Ε. ΚΑΛΛΙΤΣΑ Μ. ΚΑΛΤΣΗ	PUBLICIS NESTLE ΕΛΛΑΣ NESTLE ΕΛΛΑΣ NESTLE ΕΛΛΑΣ NESTLE ΕΛΛΑΣ BBDO ATHENS STARBUCKS STARBUCKS STARBUCKS STARBUCKS

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία, έλαβε υπόψη της την αίτηση ελέγχου και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν, καθώς και όσα προφορικά αναπτύχθηκαν κατά τη συζήτηση.

Σχετικά με τη δήλωση «... και χωρίς συντηρητικά», η Επιτροπή έκρινε ότι είναι πιθανό να δημιουργήσει σε μέρος των καταναλωτών την εσφαλμένη εντύπωση ότι υπάρχουν άλλα ομοειδή προϊόντα που περιέχουν συντηρητικά, γεγονός που δεν τεκμηριώθηκε. Κατά συνέπεια η παραπάνω δήλωση προσδίδει ένα χαρακτηριστικό διαφοροποίησης – ανωτερότητας στο διαφημιζόμενο προϊόν, η



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

οποία δεν αντιστοιχεί στα πραγματικά δεδομένα. Επιπλέον από τον Κώδικα Τροφίμων – Ποτών δεν επιτρέπεται να παρουσιάζονται για ένα τρόφιμο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά όταν αυτά τα ίδια ισχύουν για όλα τα παρόμοια τρόφιμα.

Με βάση τα παραπάνω η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο υπό κρίση ισχυρισμός «χωρίς συντηρητικά» προσκρούει στα άρθρα 1, 5 και 12 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Σχετικά με τον ισχυρισμό «η αγαπημένη ελληνική συνήθεια καλύτερη από ποτέ» - που αποτελεί την αποφώνηση του ραδιοφωνικού - η Επιτροπή έκρινε ότι, όπως εντάσσεται στο συγκεκριμένο λεκτικό, παραπέμπει στα προϊόντικά χαρακτηριστικά του διαφημιζόμενου προϊόντος STARBUCKS FRAPPE και όχι στη συνήθεια των καταναλωτών να πίνουν φραπέ και στα όποια «ποιοτικά» χαρακτηριστικά της συνήθειας αυτής. Με τον τρόπο αυτό, η παραπάνω δήλωση παρασύρει σε συγκριτική αξιολόγηση και εικόνα υπεροχής του προϊόντος σε σχέση με ανταγωνιστικά προϊόντα φραπέ, η οποία δεν τεκμηριώθηκε.

Κατά συνέπεια η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό η υπό έλεγχο επικοινωνία προσκρούει στα άρθρα 5 και 11 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Τυχόν τροποποιήσεις πρέπει να γίνουν εντός των ανά μέσο προθεσμιών που προβλέπει ο Κανονισμός της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής.

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.**

Υπενθυμίζουμε 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.