



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4249**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	BOLD OGILVY, ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “GARNIER AMBRE SOLAIRE”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΕΩΝ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4245 / 03.06.2010
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	08.06.2010
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 4249 / 09.06.2010

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Μ. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Α. ΤΟΠΑΛΙΔΟΥ Ε. ΒΙΚΟΝΟΠΟΥΛΟΥ Π. ΜΠΟΥΚΑΣ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Α. ΣΙΜΑ Η. ΣΟΥΡΣΟΥ Ε. ΨΑΛΤΙΔΗ Σ. ΜΑΡΔΑΣ Α. ΤΑΓΑΡΗ Μ. ΑΡΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ Χ. ΝΙΚΟΛΑΪΔΟΥ Ε. ΣΤΑΜΠΟΥΛΗ Β. ΠΑΠΑΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	BOLD OGILVY ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ PUBLICIS PUBLICIS L' OREAL HELLAS L' OREAL HELLAS L' OREAL HELLAS

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 αίτηση ελέγχου, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν καθώς και όσα αναπτύχθηκαν κατά τη συζήτηση.

Καταχώρηση:

Σχετικά με τον ισχυρισμό «*το 1^ο λάδι μαυρίσματος με αντηλιακή προστασία*» που συμπληρώνεται με αστερίσκο με τη διευκρίνιση «*της GARNIER*» η Επιτροπή έκρινε ότι με τον τρόπο που επικοινωνείται δημιουργεί στον καταναλωτή την εσφαλμένη εντύπωση ότι το διαφημιζόμενο προϊόν “GARNIER



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

AMBRE SOLAIRE Λάδι μαυρίσματος με αντηλιακή προστασία 10, 15 & 20'' είναι το 1^ο τέτοιας κατηγορίας προϊόν που κυκλοφορεί στην αγορά γενικότερα.

Εφ' όσον πρόθεση της εταιρείας – σύμφωνα με τα όσα ελέχθησαν κατά τη διαδικασία – ήταν να μεταφερθεί το μήνυμα ότι τα παραπάνω διαφημιζόμενα προϊόντα είναι τα πρώτα της GARNIER, αυτό θα πρέπει να διατυπωθεί με σαφήνεια, όχι με παραπομπή και μικρούς χαρακτήρες, αλλά με την ίδια επικοινωνιακή βαρύτητα με τον υπόλοιπο ισχυρισμό.

Φυλλάδιο:

1. Σχετικά με τον ισχυρισμό «το 1^ο λάδι μαυρίσματος με αντηλιακή προστασία 10, 15, 20 από τη GARNIER» η Επιτροπή έκρινε ότι είναι πιθανό να οδηγήσει στο λανθασμένο συμπέρασμα ότι το 1^ο λάδι (είτε σε πωλήσεις είτε σε χρονική προτεραιότητα) είναι αυτό που διατίθεται από την εταιρεία GARNIER.

Συνεπώς, ισχύουν και σε αυτό το σημείο όσα προηγουμένως αναφέρονται περί της καταχώρησης.

2. Περαιτέρω, η Επιτροπή έκρινε ότι ο ισχυρισμός «καινοτομία» που υπέχει θέση τίτλου στο κέντρο του φυλλαδίου δημιουργεί την εντύπωση στον καταναλωτή ενός νέου προϊόντος, που δεν υπήρχε μέχρι σήμερα στην αγορά και τώρα πια είναι διαθέσιμο από την εταιρεία GARNIER, ισχυρισμός που τεκμηριώθηκε επαρκώς μόνο για το προϊόν AMBRE SOLAIRE 20.

Αντίθετα, για τα προϊόντα με δείκτη προστασίας 10 και 15 δεν τεκμηριώθηκε καινοτομία και για το λόγο αυτό η σύνδεση του όρου «καινοτομία» με τα προϊόντα αυτά είναι πιθανό να προκαλέσει παραπλάνηση.

Διαφημιστικό stand:

Η Επιτροπή έκρινε ότι τα αναφερόμενα στο stand δεν προσκρούουν στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η διαφημιστική επικοινωνία GARNIER AMBRE SOLAIRE (καταχώρηση και φυλλάδιο) στα παραπάνω αναφερόμενα σημεία μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση, προσκρούει στα άρθρα 3.1, 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί, η μεν καταχώρηση εντός 5 ημερών, το δε φυλλάδιο εντός 10 ημερών.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.