



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4506**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	BOLTON HELLAS, PUBLICIS HELLAS
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“SIZE ONE EXTRA SHAPE”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4503 / 01.03.2012
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	09.03.2012
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A / 4506 / 13.03.2012</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ο. ΠΑΠΑΔΟΓΙΑΝΝΗ Τ. ΑΔΑΜΟΠΟΥΛΟΣ Δ. ΜΑΓΓΙΩΡΟΣ Ζ. ΔΕΜΕΝΑΓΑ Γ. ΧΑΤΖΗΖΑΧΑΡΙΟΥ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Γ. ΤΣΑΚΑΛΑΚΗΣ Ε. ΚΑΤΣΑΡΗ Μ. ΠΑΡΟΥΣΗΣ Ι. ΠΑΡΑΣΚΑΚΗΣ  Ε. ΚΛΗΜΕΝΤΙΔΟΥ Α. ΚΟΣΑΡΗΣ Η. ΔΗΜΗΤΡΕΛΟΣ	BOLTON HELLAS BOLTON HELLAS BOLTON HELLAS PUBLICIS HELLAS  POWER HEALTH POWER HEALTH POWER HEALTH

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 κατατέθηκαν και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση.

Α. Σχετικά με τους ισχυρισμούς «Power Health No 1 στο αδυνάτισμα, βάσει στοιχείων IMS της τελευταίας 5ετίας», «Η Power Health η No 1 εταιρεία στα αδυνατιστικά προϊόντα, βάσει YTD στοιχείων IMS 2011», «Power Health 1<sup>η</sup> στο αδυνάτισμα»

Από τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η εταιρεία Power Health κατέχει την 1<sup>η</sup> θέση – σε αξία και όγκο – στα προϊόντα απώλειας βάρους.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Επειδή στην αντίληψη του μέσου καταναλωτή με τον όρο «αδυνάτισμα» και «αδυνατιστικά προϊόντα» πιθανότατα εννοούνται τόσο τα προϊόντα απώλειας βάρους (συμπληρώματα διατροφής), όσο και τα προϊόντα τοπικής εφαρμογής (κρέμες / gel κατά της κυτταρίτιδας) και επειδή στα προϊόντα αυτά η Power Health δεν κατατάσσεται πρώτη, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι οι παραπάνω υπό έλεγχο ισχυρισμοί ενέχουν αοριστία ως προς το σημείο αναφοράς της πρωτιάς και έτσι μπορεί να οδηγήσουν σε σύγχυση / παραπλάνηση.

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι ισχυρισμοί αυτοί προσκρούουν στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν αναλόγως.

### Β. Σχετικά με τη χρήση του συμβόλου TM στην αναφορά του συστατικού Pink PepperSlim

Η Επιτροπή δέχθηκε τη δήλωση της εγκαλούμενης πλευράς περί της εκ παραδρομής χρήσης του συμβόλου TM και της χωρίς όρους πρόθεσής της για την απάλειψή του.

### Γ. Σχετικά με την αναφορά της κλινικής μελέτης για το Pink PepperSlim και τα αποτελέσματα αυτής

Η Επιτροπή, από τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν διαπίστωσε ότι ο τρόπος παρουσίασης των αποτελεσμάτων της κλινικής έρευνας για το συστατικό Pink PepperSlim, που πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία CODIF, δεν είναι ακριβής σε όλες τις περιπτώσεις, με αποτέλεσμα να προκύπτει παραβίαση των διατάξεων του ΕΚΔ-Ε. Συγκεκριμένα:

1. Η αναφορά στην κλινική μελέτη ή/και σε κάποιο ή όλα τα αποτελέσματα αυτής πρέπει να είναι απολύτως σαφές ότι αφορά στο συστατικό Pink PepperSlim και όχι στο διαφημιζόμενο προϊόν Size One.

Κατά συνέπεια, καταχωρήσεις (όπως ενδεικτικά, card Advantage) όπου η κλινική μελέτη και η απώλεια 2,2cm σε 1 μήνα δεν συνδέονται με το εν λόγω συστατικό αλλά αποδίδονται στο SIZE ONE, είναι πιθανό να δημιουργήσουν εσφαλμένες εντυπώσεις, προσκρούουν στα άρθρα 3, 5 και 6 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν.

2. Η αναφορά στα αποτελέσματα και ειδικότερα στην απώλεια πόντων πρέπει κάθε φορά να αντιστοιχεί και να γίνεται σε συνδυασμό με τη συγκεκριμένη περιοχή του σώματος, στην οποία - σύμφωνα με τη μελέτη - παρατηρήθηκε.



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Κατά συνέπεια, η αόριστη αναφορά (ό,που εμφανίζεται) σε απώλεια «μέχρι και 2,2cm» χωρίς διευκρίνιση ότι αφορά στην περιοχή της μέσης, αποτελεί γενίκευση που μπορεί να παραπλανήσει, προσκρούει στα άρθρα 3, 5 και 6 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Επιπλέον, δεδομένου ότι απώλεια πόντων στην περιοχή της κοιλιάς μετρήθηκε μόνο στον ανδρικό πληθυσμό του δείγματος, αυτό θα πρέπει να διευκρινίζεται, ώστε να μη δημιουργείται η λανθασμένη εντύπωση ότι αφορά και σε γυναίκες.

Επίσης, η Επιτροπή έκρινε ότι για την ορθότερη επικοινωνία των αποτελεσμάτων της έρευνας και την πληρέστερη πληροφόρηση του καταναλωτή θα πρέπει να γίνεται αναφορά και στο μέσο όρο εκατοστών απώλειας σε κάθε περιοχή (και όχι μόνο στο μέγιστο όριο).

Για όλους τους παραπάνω λόγους η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό κρίση επικοινωνία της εταιρείας POWER HEALTH προσκρούει στον ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί.

Αναφορικά με την προθεσμία τροποποίησης η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι αλλαγές πρέπει να γίνουν εντός 5 ημερών σε όλα τα μέσα, εκτός από τη συσκευασία για την οποία η προθεσμία ορίζεται στους 2 μήνες.

---

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον άρθρο 13.Ζ του Κανονισμού της ΠΕΕΕ. Επισημαίνεται ότι με βάση το ίδιο άρθρο η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό αποτέλεσμα στην εφαρμογή της παρούσας.**

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.