



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4918

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	BOLD OGILVY, COCA-COLA HELLAS
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “ΛΟΥΞ ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4914 / 15.05.2014
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	22.05.2014
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 4918 / 26.05.2014

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Γ. ΜΙΧΑΛΑΡΟΣ Γ. ΚΑΡΑΜΠΕΤΣΟΣ Π. ΜΠΟΛΛΑΣ Μ. ΠΑΠΑΠΟΛΥΖΟΥ Ε. ΣΙΣΑΜΗ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Λ. ΜΠΕΛΙΜΠΑΣΑΚΗ Ο. ΠΑΠΑΔΟΓΙΑΝΝΗ Μ. ΔΑΡΜΗ Κ. ΚΑΒΑΛΙΕΡΟΥ Α. ΚΟΡΙΑΛΟΥ Γ. ΚΑΡΑΜΗΤΣΟΣ Π. ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ Γ. ΜΟΥΡΓΕΛΑΣ	BOLD OGILVY COCA-COLA HELLAS COCA-COLA HELLAS COCA-COLA HELLAS ARTE CREATIVE TEAM ΛΟΥΞ ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ ΛΟΥΞ ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ ΛΟΥΞ ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, εξέτασε την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου και την υπό έλεγχο επικοινωνία και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση.

Αναφορικά με τον ισχυρισμό «το No1 ελληνικό αναψυκτικό», η Επιτροπή έκρινε ομόφωνα ότι το μήνυμα που επικοινωνεί είναι πως η διαφημιζόμενη ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ ΛΟΥΞ είναι το ελληνικό αναψυκτικό προϊόν που συγκρινόμενο με όλα τα ελληνικά προϊόντα που ανήκουν στην κατηγορία των αναψυκτικών κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς / τις περισσότερες πωλήσεις,.

Κατά την πλειοψηφούσα άποψη της Επιτροπής



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

- επειδή – όπως δηλώθηκε κατά τη διαδικασία και από τις δύο πλευρές, δεν υπάρχει ακόμα επίσημος ορισμός για το τι σημαίνει ελληνικό προϊόν – στην κατηγορία των ελληνικών αναψυκτικών προϊόντων περιλαμβάνονται προϊόντα που παράγονται εξ' ολοκλήρου στην Ελλάδα, χρησιμοποιώντας ελληνικούς πόρους (πρώτες ύλες και ανθρώπινο δυναμικό), όπως ακριβώς συμβαίνει με το προϊόν ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ ΛΟΥΞ και άρα η διαφοροποίηση των προϊόντων αυτών ως προς την ελληνικότητά τους κατά την έννοια που θα ήταν κρίσιμη για τον καταναλωτή, δεν εντοπίζεται και
- επειδή κάποια από τα προϊόντα αυτά – σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν – καταγράφουν υψηλότερο μερίδιο αγοράς από αυτό της ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑΣ ΛΟΥΞ, η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε ότι ο υπό έλεγχο ισχυρισμός «*το Νο1 ελληνικό αναψυκτικό*» δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς, είναι πιθανό να οδηγήσει τον καταναλωτή σε εσφαλμένες εντυπώσεις, προσκρούει στα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Αναφορικά με τον ισχυρισμό «*το Νο1 ελληνικό αναψυκτικό σε εξαγωγές*», επειδή δεν προσκομίσθηκε κανένα στοιχείο σχετικό με τον όγκο των εξαγωγών του διαφημιζόμενου προϊόντος και των λοιπών ελληνικών αναψυκτικών, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι ο εν λόγω ισχυρισμός δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς και μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένες εντυπώσεις.

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό παραβιάζονται τα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να γίνει ανάλογη τροποποίηση της επικοινωνίας.

Σχετικά με τον ισχυρισμό «*ΦΥΣΙΚΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΠΟΛΑΥΣΗ*» η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι αποδίδει διαφημιστικά κάποια από τα χαρακτηριστικά του διαφημιζόμενου προϊόντος – συγκεκριμένα τη φυσική του προέλευση και την ελληνικότητά του – τα οποία ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο εν λόγω ισχυρισμός είναι αληθής, δεν μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση ή / και παραπλάνηση και δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Τέλος, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι τροποποιήσεις – όπου απαιτούνται – πρέπει να υλοποιηθούν μέχρι και την Παρασκευή 30/05/2014.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον άρθρο 13.Z του Κανονισμού της ΠΕΕΕ. Επισημαίνεται ότι με βάση το ίδιο άρθρο η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.