



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5095**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	THE NEWTONS LABORATORY, PUBLIC
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“ΓΕΡΜΑΝΟΣ (ΑΞΕΣΟΥΑΡ)”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5094 / 21.07.2015
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	27.07.2015
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A / 5095 / 28.07.2015</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Π. ΜΠΟΥΚΑΣ Κ. ΧΟΥΠΗ Μ. ΜΑΥΡΙΚΑΚΗΣ Β. ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Π. ΠΕΤΡΟΓΚΩΝΑΣ Ν. ΒΑΡΒΑΔΟΥΚΑΣ Α. ΔΟΣΗΣ Ι. ΚΟΥΡΚΟΥΜΠΑΣ  Μ. ΤΡΙΓΚΙΔΟΥ Χ. ΜΠΟΖΑΤΖΙΔΗΣ Χ. ΜΑΛΙΣΙΑΝΟΣ Β. ΚΟΡΟΝΤΖΗ	THE NEWTONS LABORATORY PUBLIC PUBLIC PUBLIC  BOLD OGILVY ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΓΕΡΜΑΝΟΣ

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου και έλαβε υπ’ όψιν της τα στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση.

Η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι ο ισχυρισμός «*όποιο αξεσουάρ και να θέλεις, βρες το στο ΓΕΡΜΑΝΟ*» είναι απόλυτος και πιθανόν να δημιουργήσει την εντύπωση ότι τα ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΓΕΡΜΑΝΟΣ διαθέτουν όλα τα είδη των αξεσουάρ ή / και την πλήρη γκάμα / ποικιλία σε κάθε είδος αξεσουάρ, γεγονός που δεν τεκμηριώθηκε.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο παραπάνω ισχυρισμός μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση ή / και παραπλάνηση, προσκρούει στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός 4 ημερών.

Αναφορικά με τον ισχυρισμό «*No 1 προορισμός για αξεσουάρ*», η Επιτροπή έλαβε υπ' όψιν της :

- ότι συνοδεύεται με τη διευκρίνιση «*ο No 1 προορισμός προκύπτει από έρευνα καταναλωτών και αφορά σε πρόθεση επίσκεψης και αγοράς*» και άρα δεν αναφέρεται και δεν μπορεί να δημιουργήσει την εντύπωση ότι αφορά σε πωλήσεις,
- ότι έχει ευρύτερη έννοια που υποδηλώνει επίσης υπεροχή σε επισκεψιμότητα (είτε συνοδεύεται με αγορά, είτε όχι), υπεροχή σε πρόθεση επίσκεψης, ακόμα και αντίληψη υπεροχής σε μία σειρά κριτηρίων (ποικιλία, εξυπηρέτηση, τιμές κλπ.) και
- ότι σύμφωνα με τις 2 έρευνες της Hellenic Research House τα ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΓΕΡΜΑΝΟΣ καταγράφουν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα τόσο για ενημέρωση όσο και ως προς την πρόθεση αγοράς.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι ο ισχυρισμός «*No 1 προορισμός για αξεσουάρ*» με την απαραίτητη διευκρίνιση που τον συνοδεύει, τεκμηριώθηκε επαρκώς, δεν μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση και δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

---

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

Επισημαίνεται ότι σε περίπτωση μη πλήρους εφαρμογής της Απόφασης, το ΣΕΕ δύναται να προβεί στις προβλεπόμενες από τον Κανονισμό κυρώσεις.

Υπενθυμίζεται 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.