



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5257**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	SOLID HAVAS, ΕΛΑΪΣ-UNILEVER
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “ARIEL απορρυπαντικό πλυντηρίου”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5253 / 19.01.2017
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	25.01.2017
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 5257 / 27.01.2017

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ε. ΣΙΣΑΜΗ Α. ΠΛΩΤΑ Π. ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗΣ Α. ΚΥΔΩΝΑΚΗ Ρ. ΣΚΛΙΒΑΝΑΚΗ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Π. ΜΠΟΥΚΑΣ Α. ΚΩΤΣΗΣ Κ. ΜΥΛΩΝΑΣ Δ. ΣΟΥΡΛΑΣ  Μ. ΧΑΜΑΛΕΛΛΗΣ Ν. ΛΟΥΚΑΪΤΗΣ Χ. ΤΡΑΥΚΑ Ρ. AVANESYAN	SOLID HAVAS ΕΛΑΪΣ-UNILEVER ΕΛΑΪΣ-UNILEVER ΕΛΑΪΣ-UNILEVER  PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE

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 διαφημιστική επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου και έλαβε υπ’ όψιν της τα στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν στη συνεδρίαση, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Κατά τη διαδικασία αξιολόγησης της ελεγχόμενης επικοινωνίας του προϊόντος ARIEL (Actilft Regular) η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η υποβληθείσα από την εγκαλούμενη πλευρά εργαστηριακή δοκιμή έχει διενεργηθεί από το ανεξάρτητο και κοινής αποδοχής εργαστήριο SGS Institut Fresenius, με



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

μεθοδολογία και επιλογή λεκέδων σύμφωνα με τα οριζόμενα της AISE (της διεθνούς ενώσεως της βιομηχανίας των απορρυπαντικών στην οποία συμμετέχουν οι εταιρείες P&G και Unilever) και καταδεικνύει ότι το διαφημιζόμενο προϊόν είχε καλύτερο αποτέλεσμα (με στατιστικά σημαντική διαφορά) στον καθαρισμό των 7 από τους 14 λεκέδες που ελέγχθηκαν και ισάξιο αποτέλεσμα στους υπόλοιπους, έναντι των προϊόντων SKIP ACTIVE CLEAN και SKIP ULTIMATE KLINEX SYSTEM. Επισημαίνεται ότι στους παραπάνω 7 λεκέδες περιλαμβάνονται και οι 2 αναφερόμενοι στην υπό έλεγχο επικοινωνία, δηλαδή ο χυμός φρούτων και το γρασίδι.

Με βάση τα παραπάνω η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι τα προσκομισθέντα στοιχεία της εγκαλούμενης πλευράς ήταν κατάλληλα και επαρκή για την τεκμηρίωση των ισχυρισμών της εν λόγω επικοινωνίας και ομόφωνα αποφάσισε ότι η σύγκριση που παρουσιάζεται είναι θεμιτή, οι ελεγχόμενοι ισχυρισμοί *«για να τους αφαιρέσουμε τους πλύναμε με ARIEL και μ' ένα άλλο γνωστό απορρυπαντικό σε σκόνη, μόνο μία φορά»*, *«ξεκάθαρος νικητής»* και *«το καλύτερο απορρυπαντικό για αφαίρεση λεκέδων»*, δεδομένου ότι αναφέρονται και οι διευκρινήσεις *«εργαστηριακές δοκιμές σε πολυεστερικό / βαμβακερό ύφασμα με λεκέδες από χυμό φρούτων του δάσους και γρασίδι, πλυμένο στους 40°C»*, τεκμηριώθηκαν επαρκώς, δεν οδηγούν σε παραπλάνηση και δεν προσκρούουν στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Περαιτέρω, σχετικά με το demo των πλυμένων σεντονιών, προσκομίσθηκε δήλωση του εργαστηρίου SGS Institut Fresenius από την εγκαλούσα, σύμφωνα με την οποία η συγκριτική εικόνα των πλυμένων σεντονιών που παρουσιάζονται στην υπό κρίση διαφήμιση αποτελεί δίκαιη οπτική απεικόνιση των συμπερασμάτων από τα αποτελέσματα των εργαστηριακών δοκιμών.

Με βάση τη δήλωση αυτή η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι δεν στοιχειοθετείται δυσφήμιση και παράβαση του άρθρου 12 του ΕΚΔ-Ε.

Παρά ταύτα, επειδή από την εικόνα που προβάλλεται (demo) δεν προκύπτει σαφώς ότι σε αυτήν αποτυπώνεται το αποτέλεσμα καθαρισμού των συγκεκριμένων λεκέδων – αυτών από χυμό φρούτων του δάσους και από γρασίδι, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η πληροφορία αυτή είναι σημαντική, αναφέρεται με τρόπο που δεν αντιστοιχεί στη σημασία της (δηλ. με κυλιόμενο super και μεταξύ άλλων πληροφοριών) και ως εκ τούτου είναι πιθανό να προκληθεί σύγχυση ή και να δημιουργηθούν εσφαλμένες εντυπώσεις ως προς την αποτελεσματικότητα του συγκρινόμενου με το ARIEL απορρυπαντικού.



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό προκύπτει παράβαση του άρθρου 3 του ΕΚΔ-Ε και θα πρέπει να γίνει τροποποίηση της επικοινωνίας εντός 3 ημερών.

Στην τροποποίηση θα πρέπει με σαφήνεια να συνδέεται το προβαλλόμενο demo με τους σχετικούς λεκέδες (αναφορά των λεκέδων με εκφώνηση ή με σταθερό super, ταυτόχρονα με το demo), ώστε να εξασφαλιστεί η πλήρης και ορθή ενημέρωση του καταναλωτή.

Τέλος, η Επιτροπή επισημαίνει ότι οι πληροφορίες που εμφανίζονται στο κυλιόμενο super δεν πληρούν τις προδιαγραφές της Οδηγίας του ΣΕΕ σχετικά με τους κυλιόμενους και σταθερούς τίτλους ως προς την ταχύτητα ροής τους και δεν έχουν επαρκή αντίθεση με το φόντο. Ως εκ τούτου το super δεν είναι ευανάγνωστο και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Επισημαίνουμε, για ενημέρωσή σας, ότι οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα μέσα που αναπτύσσεται η εκάστοτε υπό έλεγχο επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών καθώς και των owned channel στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανεξάρτητα από το εάν αυτά αναφέρονται στη σχετική αίτηση ελέγχου.

---

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στο άρθρο 13.Ζ 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.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ.  
B 882**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΠΑΝΕΛΕΓΧΟ	SOLID HAVAS, ΕΛΑΪΣ-UNILEVER
ΚΑΤΑ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 5257 / 27.01.2017 με θέμα “ARIEL απορρυπαντικό πλυντηρίου”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΠΑΝΕΛΕΓΧΟΥ	B / 881 / 20.02.2017
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	07.03.2017
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	<b>B / 882 / 10.03.2017</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Γ. ΔΗΜΑΡΑΣ Κ. ΒΛΑΧΟΥ Σ. ΓΕΩΡΓΟΠΟΥΛΟΣ Χ. ΚΟΝΙΝΗΣ Π. ΛΕΩΝ Μ. ΜΟΔΙΑΝΟ Ν. ΜΠΙΛΙΡΗΣ Μ. ΠΑΠΑΠΟΥΛΟΣ	ΕΙΗΕΑ ΣΔΕ ΕΙΤΗΣΕΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΡΑСТ ΕΙΡΑ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Π. ΜΠΟΥΚΑΣ Γ. ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ Δ. ΣΟΥΡΛΑΣ Α. ΚΩΤΣΗΣ  Ν. ΛΟΥΚΑΪΤΗΣ Χ. ΤΡΑΥΚΑ Ν. ΚΑΤΣΟΥΛΗ	SOLID HAVAS ΕΛΑΪΣ-UNILEVER ΕΛΑΪΣ-UNILEVER ΕΛΑΪΣ-UNILEVER  PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE

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

Η Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία λαμβάνοντας υπ’ όψιν της την αίτηση επανελέγχου, τα στοιχεία που κατατέθηκαν σύμφωνα με την προβλεπόμενη διαδικασία και τα επιχειρήματα που προφορικά αναπτύχθηκαν κατά τη συζήτηση και από τις δύο πλευρές.

Η Δευτεροβάθμια Επιτροπή λαμβάνοντας υπ’ όψιν της τα υποβληθέντα σε αυτήν στοιχεία σημειώνει τα εξής:



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

– Με βάση την εργαστηριακή δοκιμή του ανεξάρτητου και κοινής αποδοχής εργαστηρίου SGS Institut Fresenius, που προσκομίσθηκε από την πλευρά P&G, η οποία διενεργήθηκε με μεθοδολογία και επιλογή λεκέδων σύμφωνα με τα οριζόμενα της AISE (της διεθνούς ενώσεως της βιομηχανίας των απορρυπαντικών στην οποία συμμετέχουν οι εταιρείες P&G και UNILEVER), προκύπτει ότι σε test 14 επιλεγμένων λεκέδων το διαφημιζόμενο προϊόν ARIEL είχε καλύτερο αποτέλεσμα (με στατιστικά σημαντική διαφορά) στον καθαρισμό επτά λεκέδων και ισάξιο αποτέλεσμα στον καθαρισμό των υπόλοιπων επτά λεκέδων έναντι των προϊόντων SKIP ACTIVE CLEAN.

Επισημαίνεται ότι στους επτά λεκέδες που το ARIEL είχε καλύτερη επίδοση από το SKIP περιλαμβάνονται και οι δύο αναφερόμενοι στην υπό έλεγχο επικοινωνία, δηλαδή οι λεκέδες από χυμό φρούτων του δάσους και από γρασίδι.

– Από τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν από την πλευρά UNILEVER κατά την παρούσα διαδικασία επανελέγχου (τα οποία δεν είχαν υποβληθεί στην Πρωτοβάθμια Επιτροπή) και από την ανάλυση επί των στοιχείων της P&G που για πρώτη φορά αναπτύχθηκε από την εγκαλούσα ενώπιον της Δευτεροβάθμιας, καταδείχθηκε ότι ο σχεδιασμός μελετών αξιολόγησης απορρυπαντικών δεν καθορίζεται με απόλυτο τρόπο όσον αφορά την επιλογή των λεκέδων – αφού το AISE προσδιορίζει μόνο τον ελάχιστο απαιτούμενο αριθμό αυτών – και επομένως τέτοιου είδους test δεν είναι μοναδικά και τα αποτελέσματά τους έχουν σχετική και όχι απόλυτη αξία.

Περαιτέρω, επισημάνθηκε ότι ανεξάρτητα από την κατά περίπτωση υπεροχή του ενός προϊόντος έναντι του άλλου, σε καμία περίπτωση στα εργαστηριακά test δεν επιτυγχάνεται 100% απομάκρυνση οποιουδήποτε λεκέ από οποιοδήποτε απορρυπαντικό, στοιχείο που καταγράφεται σε όλες τις προσκομισθείσες μελέτες.

Τα αποτελέσματα της προσκομισθείσας από την UNILEVER μελέτης που διενεργήθηκε από το ανεξάρτητο, κοινής αποδοχής εργαστήριο WFK δεν θεωρήθηκαν αποφασιστικά διότι σε αυτήν εξετάσθηκε διαφορετικό προϊόν (SKIP ULTIMATE KLINEX SYSTEM) από το συγκρινόμενο με το ARIEL στην υπό κρίση διαφήμιση (SKIP ACTIVE CLEAN).

– Η γκάμα των λεκέδων που συναντώνται στην καθημερινότητα δεν εξαντλείται στους 14 λεκέδες που χρησιμοποιήθηκαν στο test του SGS, οι οποίοι κατά την εκτίμηση της Επιτροπής

δεν είναι απαραίτητα ούτε οι συχνότεροι, ούτε αυτοί που απασχολούν περισσότερο τους καταναλωτές.



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Συγκεκριμένα όλα τα παραπάνω η Επιτροπή καταρχάς έκρινε ότι αν και μεταξύ των δύο προϊόντων μπορεί να διατυπωθεί επικοινωνιακά σύγκριση (υπό την προϋπόθεση ότι θα προβάλλει με ακρίβεια και ειλικρίνεια τα αποτελέσματα της μελέτης), η υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία δεν είναι σύμφωνη με τον ΕΚΔ-Ε γιατί η τελική, συνολική εντύπωση που προκαλείται – τόσο από επιμέρους στοιχεία του λεκτικού και του οπτικού, όσο και από το συνδυασμό τους – παραπέμπει σε γενικευμένη, συνολική και απόλυτη υπεροχή του διαφημιζόμενου ARIEL έναντι του συγκρινόμενου SKIP, γεγονός που δεν τεκμηριώθηκε σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία.

Ο τρόπος με τον οποίο επιχειρείται να διευκρινιστεί η υπεροχή σε συγκεκριμένους λεκέδες – στο χυμό από φρούτα του δάσους και σε γρασίδι, μόνο με super (οποιασδήποτε μορφής) και μεταξύ άλλων πληροφοριών – κρίθηκε ακατάλληλος και ανεπαρκής για να επικοινωνήσει με απόλυτη σαφήνεια αυτήν την καθοριστικής σημασίας πληροφορία και δεν μπορεί να άρει την προαναφερθείσα παραπλανητική εντύπωση. Για το λόγο αυτό, η αναφορά στους συγκεκριμένους λεκέδες θα πρέπει να γίνεται με μεγαλύτερη επικοινωνιακή βαρύτητα. Επιπλέον ο τρόπος με τον οποίο προβάλλονται τα δύο πλυμένα υφάσματα – του ARIEL απόλυτα καθαρό και του SKIP εμφανώς λερωμένο – κρίθηκε ότι μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση τον καταναλωτή και να λειτουργήσει δυσφημιστικά για το προϊόν SKIP, επειδή αφ' ενός η διαφορά της επίδοσης των δύο συγκεκριμένων προϊόντων που απεικονίζονται στο demo είναι υπερβολική και δε δικαιολογείται από τα ποσοστά υπεροχής που καταγράφηκαν στη μελέτη (ούτε στο σύνολο των εξετασθέντων λεκέδων, ούτε στους συγκεκριμένους δύο – χυμός φρούτων του δάσους και γρασίδι) και αφ' ετέρου επειδή η παρουσίαση του υφάσματος που πλύθηκε με ARIEL ως απόλυτα καθαρού δε συνάδει με τα ποσοστά απομάκρυνσης των λεκέδων που πέτυχε το ARIEL στην εν λόγω μελέτη, τα οποία σε καμία περίπτωση δεν ήταν της τάξης του 100%. Η Επιτροπή δέχθηκε ότι με το demo επιχειρείται δραματοποίηση των αποτελεσμάτων της μελέτης και όχι η ακριβής απόδοσή τους, παρά ταύτα έκρινε ότι η συγκεκριμένη εικόνα εκφεύγει των ορίων της θεμιτής διαφημιστικής υπερβολής.

Σύμφωνα με τα παραπάνω η Επιτροπή αποφάσισε κατά πλειοψηφία ότι

- ο υπό κρίση ισχυρισμός «για να τους αφαιρέσουμε τους πλύναμε με ARIEL και με ένα άλλο γνωστό απορρυπαντικό σε σκόνη, μόνο μία φορά», ο οποίος θέτει το πλαίσιο της σύγκρισης όσον αφορά τους συγκεκριμένους λεκέδες, δεν παραβιάζει τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε
- ο υπό ισχυρισμός «ξεκάθαρος νικητής το ARIEL», επειδή – όπως ήδη αναφέρθηκε – δεν είναι σαφές ότι χρησιμοποιείται σε σχέση με συγκεκριμένους λεκέδες, δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις και ως



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

εκ τούτου προσκρούει στα άρθρα 3, 5, 8 και 11 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός τριών ημερών

- ο υπό κρίση ισχυρισμός «*ξεκάθαρος νικητής το ARIEL*» και το demo των πλυμένων υφασμάτων, όπως χρησιμοποιούνται μεμονωμένα και σε συνδυασμό, δημιουργούν λανθασμένες εντυπώσεις όσον αφορά τη γενική καθαριστική ικανότητα των προϊόντων και για το λόγο αυτό προσκρούουν στα άρθρα 3, 5, 8, 11 και 12 και πρέπει να τροποποιηθούν αναλόγως εντός τριών ημερών.

Επιπλέον, ο ισχυρισμός «*ARIEL το καλύτερο απορρυπαντικό για αφαίρεση λεκέδων*» είναι συγκριτικός ισχυρισμός που υποδηλώνει γενικευμένη και απόλυτη υπεροχή έναντι όλων των ανταγωνιστικών προϊόντων και αναφορικά με όλους τους λεκέδες ανεξαιρέτως. Υπό αυτήν την έννοια η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε ότι είναι υπερβολικός, δεν τεκμηριώνεται από τα προσκομισθέντα στοιχεία, μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση τον καταναλωτή, προσκρούει στα άρθρα 5, 8 και 11 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός τριών ημερών.

Η Επιτροπή αποφάσισε επίσης – με βάση το άρθρο 8. Στ του Κανονισμού – κάθε τυχόν νέα εκδοχή της επικοινωνίας ARIEL με τις σχετικές τροποποιήσεις, σε οποιοδήποτε μέσο, να της υποβληθεί για έγκριση πριν την εμφάνιση της, προκειμένου να αποφευχθούν ενδεχόμενες παρερμηνείες της παρουσίασης. Η σχετική Απόφαση θα κοινοποιηθεί το αργότερο εντός τεσσάρων ημερών από την υποβολή της τροποποιημένης επικοινωνίας στο ΣΕΕ.

Διευκρινίζεται ότι οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα μέσα που αναπτύσσεται η εκάστοτε υπό έλεγχο επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών καθώς και των owned channel στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανεξάρτητα από το εάν αυτά αναφέρονται στη σχετική αίτηση επανελέγχου.

---



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.

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