



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1552**

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	Καταναλωτής
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>Διαφημιστική επικοινωνία</b> <b>«VIOLIFE (100% VEGAN)»</b> Εταιρική ιστοσελίδα, social media

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 1550 / 13.08.2020
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	22.09.2020
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>Σ / 1552 / 25.09.2020</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Μ. ΣΤΕΦΑΝΙΔΟΥ Α. ΠΑΠΑΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ Ε. ΒΙΚΟΝΟΠΟΥΛΟΥ Θ. ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Α. ΠΛΩΤΑ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ (μέσω τηλεδιάσκεψης)	Κ. ΣΤΟΓΙΑΣ Ζ. ΚΟΥΓΙΟΥΜΤΖΗ Κ. ΓΕΩΡΓΑΝΤΑ	ARIVIA A.E. ARIVIA A.E. ARIVIA A.E.

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ	ΕΔΕΕ – ΣΔΕ – ΕΣΡ – Γ. Γ. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
-------------	-------------------------------------

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 καταγγελία καταναλωτή. Η συγκεκριμένη καταγγελία υποβλήθηκε στο φορέα αυτορρύθμισης της Αγγλίας Advertising Standards Authority - ASA και προωθήθηκε στο ΣΕΕ λόγω αρμοδιότητας μέσω του μηχανισμού cross border complaints handling της European Advertising Standards Alliance - EASA.

Η Επιτροπή έλαβε υπ' όψιν της τόσο τα αναφερόμενα στην καταγγελία όσο και τα θέματα που συζητήθηκαν στη συνεδρίαση, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Στη συνεδρίαση δεν παρέστη ο εγκαλών καταναλωτής.

Κατά τη συνεδρίαση οι εκπρόσωποι της εταιρείας Arivia εξήγησαν ότι σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία τα διαφημιζόμενα προϊόντα Violife, λόγω της σύνθεσής τους, δεν μπορούν να



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

χρησιμοποιούν τη λέξη «cheese» και ότι η περιγραφή που αντιστοιχεί σε αυτά είναι «vegan alternative to cheese».

Επομένως, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η χρήση της λέξης «cheese» στη διαφημιστική επικοινωνία των προϊόντων Violife, όπως:

στην ιστοσελίδα [www.violifefoods.com](http://www.violifefoods.com) «... use our vegan mozzarella flavour grated cheese» και στο twitter «... how to make the perfect grilled cheese sandwich», «#VeganGrilledCheese», «#VeganCheesePlatter» και «#NationalWineandCheeseDay»,

καθώς και σε οποιοδήποτε άλλο σημείο τυχόν εμφανίζεται, έρχεται σε αντίθεση με το άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να απαληφθεί.

Ειδικώς όσον αφορά το «#VeganCheese», η Επιτροπή έλαβε υπ' όψιν της ότι σύμφωνα με τα στοιχεία και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν α) πρόκειται για trend στο twitter που έχει δημιουργηθεί από τους καταναλωτές που αναζητούν / συζητούν για αυτής της κατηγορίας τα προϊόντα (vegan) και β) ότι η χρήση του από την εταιρεία ταυτοποιεί τα προϊόντα της στην κατηγορία vegan και επιτρέπει την εμφάνισή τους στις σχετικές αναζητήσεις / συζητήσεις καταναλωτών, πρακτική που ακολουθείται και από τον ανταγωνισμό.

Για τους λόγους αυτούς και κρίνοντας ότι η περιγραφή «vegan cheese» είναι αρκετά επεξηγηματική και δεν μπορεί να παραπλανήσει τους καταναλωτές ως προς το είδος του προϊόντος, η Επιτροπή κατά πλειοψηφία έκρινε ότι δεν εντοπίζεται παράβαση των διατάξεων του ΕΚΔ-Ε, εφόσον η χρήση του #VeganCheese γίνεται αποκλειστικά και μόνο στο twitter, όπου η αναφορά του είναι αναγκαία για τον ορισμό της κατηγορίας - με σκοπό την ένταξη και προβολή του μηνύματος στα forum των συζητήσεων και όχι σαν προϊόντικός ισχυρισμός ή προσδιορισμός - κατά την πρακτική που ακολουθούν οι χρήστες και εφόσον σε καμία περίπτωση το #VeganCheese δεν εντάσσεται οργανικά μέσα στο κείμενο της ανάρτησης και δεν εμφανίζεται ως μέρος της επικοινωνιακής καμπάνιας στο Twitter και σε κανένα άλλο μέσο και υλικό, όπως ρητά δηλώθηκε από την εταιρεία. Επίσης, όπου χρησιμοποιείται το #VeganCheese θα πρέπει να διευκρινίζεται ότι το προϊόν είναι vegan υποκατάστατο τυριού (vegan alternative to cheese).



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ως προς τον ισχυρισμό «healthy food», η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι επικοινωνεί το μήνυμα ότι τα συγκεκριμένα προϊόντα είναι υγιεινά και είναι πιθανό να προκαλέσει στους καταναλωτές την εντύπωση ότι η κατανάλωσή τους βοηθά στην καλή υγεία.

Υπό αυτήν την έννοια η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η φράση «healthy food» αποτελεί ένα γενικό ισχυρισμό υγείας, ο οποίος σύμφωνα με το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο για τα τρόφιμα δεν μπορεί να χρησιμοποιείται εφόσον δεν πληρούνται οι απαιτούμενες συγκεκριμένες προϋποθέσεις (δηλαδή να συνοδεύεται από ένα συγκεκριμένο και εγκεκριμένο ισχυρισμό υγείας).

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο υπό έλεγχο ισχυρισμός «healthy food» προσκρούει στο άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί.

Αναφορικά με τον υπό έλεγχο ισχυρισμό «Violife tastes just as good as cheese but it's better», που εμφανίζεται στο υποβληθέν από τον αιτούντα screenshot από την ιστοσελίδα [www.violifefoods.com](http://www.violifefoods.com), η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι εκφράζει σύγκριση των διαφημιζόμενων προϊόντων με το τυρί και δηλώνει με τρόπο απόλυτο, συνολική υπεροχή έναντι αυτού. Επειδή δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς υπεροχή των διαφημιζόμενων προϊόντων ούτε συνολικά, αλλά ούτε και ειδικότερα ως προς τη γεύση τους, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο υπό κρίση ισχυρισμός μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση, προσκρούει στα άρθρα 5,8 και 11 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Σχετικά με τον ισχυρισμό «clean food», η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι πρόκειται για έναν ασαφή ισχυρισμό, που δεν είναι πιθανό να θεωρηθεί ότι αποδίδει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στο προϊόν και δεν μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση τους καταναλωτές και ως εκ τούτου δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Η προθεσμία για τις απαραίτητες τροποποιήσεις ορίσθηκε σε 5 ημέρες.

---

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.**



#### **ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

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.

Τονίζεται 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.