



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 941**

ΑΙΤΟΥΝΤΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΔΙΚΤΥΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΡΕΦΙΚΗ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΕΛΛΑΔΑΣ (IBFAN GREECE)
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“ΝΟΥΝΟΥ”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 937 / 18.06.2013
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	02.07.2013
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>Σ / 941 / 04.07.2013</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Φ. ΝΙΚΟΛΟΓΙΑΝΝΗ Μ. ΦΩΤΙΟΥ Κ. ΛΙΜΝΙΔΗΣ Ε. ΣΒΥΡΟΥ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Σ. ΔΗΜΟΣΙΟΥ Κ. ΧΡΥΣΑΝΘΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΠΑΛΑΤΖΙΑΝ  Ε. ΚΑΡΑΚΙΤΣΟΥ Γ. ΜΙΧΑΛΑΡΟΣ Χ. ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ Τ. ΜΑΓΔΑΛΗΝΟΥ	IBFAN GREECE IBFAN GREECE IBFAN GREECE  MAGNET FRIESLAND CAMPINA FRIESLAND CAMPINA FRIESLAND CAMPINA

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, έλαβε υπ’ όψιν της την καταγγελία που υποβλήθηκε, αξιολόγησε τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν και εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία.

Καταρχάς η Επιτροπή θα ήθελε να επισημάνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέεται με θέματα διατροφής και υγείας να αντιμετωπίζεται με εξαιρετική προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι λόγω έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων, τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα να παραπλανήσουν τους καταναλωτές. Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό, αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο ουσιαστικός και υπεύθυνος ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Συγκεκριμένα για την υπό έλεγχο επικοινωνία NOYNOY - και σε σχέση με την αμφισβήτηση που διατυπώνεται στην καταγγελία ως προς τη νομιμότητα της και την απαξίωση που από αυτήν προκαλείται στο θηλασμό – η Επιτροπή μελέτησε προσεκτικά τόσο τα επιμέρους στοιχεία της επικοινωνίας (λεκτικό – οπτικό), όσο και τη συνολική εντύπωση που αυτή δημιουργεί και σχημάτισε την άποψη ότι πρόκειται για μία τηλεοπτική διαφήμιση που αναφέρεται στη γκάμα των προϊόντων με την επωνυμία NOYNOY, εστιάζοντας στη σύνδεση αυτών με καθημερινές στιγμές της ζωής, χωρίς καμία αναφορά άμεσα ή έμμεσα στις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά καθενός από τα προϊόντα που προβάλλονται.

Επιπλέον, κατά τη διαδικασία διαπιστώθηκε ότι στην υπό κρίση επικοινωνία δεν διαφημίζεται προϊόν που προορίζεται για τη σίτιση παιδιών 1<sup>ης</sup> βρεφικής ηλικίας (κάτω των 6 μηνών), καθώς άλλωστε τέτοιο προϊόν δεν συμπεριλαμβάνεται καν στη μάρκα NOYNOY, όπως δηλώθηκε από την εγκαλούμενη πλευρά. Επομένως στη συγκεκριμένη επικοινωνία δεν έχουν εφαρμογή οι νομικές δεσμεύσεις και υποχρεώσεις που αφορούν στα προϊόντα αυτής της κατηγορίας.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία είναι σύνομη, σε κανένα σημείο της δεν μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση όσον αφορά τις ιδιότητες των προϊόντων που διαφημίζει και ειδικότερα να προκαλέσει εντυπώσεις που αποθαρρύνουν ή μειώνουν την αξία του θηλασμού και ως εκ τούτου δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

---

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.