



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 2935
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ

ΑΙΤΗΣΗ ΕΛΕΓΧΟΥ	Από τις εταιρείες UNILEVER HELLAS και LOWE ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ		
ΗΜΕΡ.ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	5 Δεκεμβρίου 2003		
ΘΕΜΑ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Διαφημιστική επικοινωνία για το ARIEL 28" της εταιρείας PROCTER & GAMBLE (ταινία διάρκειας 28"- 03.12.2003)		
ΗΜΕΡ.ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	Πέμπτη 18 Δεκεμβρίου 2003		
ΗΜΕΡ.ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	Δευτέρα 22 Δεκεμβρίου 2003		
ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΕΕΔ (ΣΔΕ/ΕΔΕΕ)	ΦΛ. ΝΙΚΟΛΟΓΙΑΝΝΗ Α.ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ Μ. ΜΠΑΡΚΗΣ Τ.ΘΕΟΦΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ	ΠΡΟΕΔΡΕΥΟΥΣΑ ΜΕΛΟΣ ΜΕΛΟΣ ΜΕΛΟΣ
ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ ΠΑΡΕΥΡΕΘΗΣΑΝ	J.NASS Κ.ΧΗΝΟΠΟΥΛΟΥ Γ.ΒΛΑΣΣΟΠΟΥΛΟΣ Ε.ΝΙΑΟΥΡΗ Κ.ΜΥΤΑΚΙΔΟΥ Α.ΜΑΣΟΥΛΑΣ Τ.ΚΙΟΥΣΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡ.ΓΑΒΡΙΗΛΟΓΛΟΥ ΣΠ. ΜΠΕΝΟΣ Γ.ΑΡΤΙΝΟΣ Ν.ΛΟΥΚΑΪΤΗΣ Μ. ΧΑΜΑΛΕΛΛΗΣ Λ.ΤΖΕΚΑΚΗ R.PETTIFER	LOWE LOWE LOWE UNILEVER HELLAS UNILEVER HELLAS UNILEVER HELLAS ADEL S&S ADEL S&S ADEL S&S PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE	
ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ	ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ (ΕΣΡ) ΕΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (ΕΔΕΕ) MEDIA SERVICES SA / κ. Κ.ΑΝΔΡΕΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟ ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΣΔΕ)		

Η Επιτροπή μελέτησε τις αιτιάσεις και τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν κατά τη διαδικασία και έκρινε ότι:

(α) Η συγκεκριμένη συγκριτική επικοινωνία ελέγχεται ως αυτόνομο δημιουργικό έργο και ως τέτοιο πρέπει να υπακούει στις αρχές και τους κανόνες που διέπουν κάθε συγκριτική διαφήμιση.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

(β) Με αυτό το πλαίσιο, το εισαγωγικό μέρος της ελεγχόμενης επικοινωνίας (τόσο τα οπτικά όσο και τα λεκτικά στοιχεία) είναι γενικό και αόριστο, καθώς δεν παρουσιάζει ούτε τη μέθοδο / τρόπο σύγκρισης ούτε όλα τα άλλα απαραίτητα δεδομένα που θα επιτρέψουν στον λήπτη του διαφημιστικού μηνύματος να κρίνει εάν η θέση υπεροχής του ARIEL που προβάλλεται στη συνέχεια με τις δηλώσεις των καταναλωτριών ανταποκρίνεται σε μία συγκεκριμένη μέθοδο σύγκρισης.

(γ) Με την παραδοχή ότι οι επώνυμες μαρτυρίες / επιδοκιμαστικές βεβαιώσεις των 6 καταναλωτριών είναι γνήσιες και αυθεντικές και βασίζονται στην προσωπική τους εμπειρία (Άρθρο 6 του ΕΚΔ-Ε), δεν είναι δυνατόν να ελεγχθούν ως προς το περιεχόμενό τους.

(δ) Στην αίτηση ελέγχου, εκτός των άλλων, έχουν τεθεί και πάλι αιτιάσεις που αφορούν συνολικά τη χρήση των συγκριτικών στοιχείων τα οποία είτε έχουν κριθεί ήδη από την ΠΕΕΔ στις αποφάσεις της από 26.11.2003, είτε εντάσσονται στο σκεπτικό της απόφασης της ΠΕΕΔ για τη διαφημιστική ταινία 52'' που συζητήθηκε ταυτόχρονα με την παρούσα έγκληση. Για το λόγο αυτό η Επιτροπή δεν κρίνει σκόπιμο να τοποθετηθεί εκ νέου έπ' αυτών.

Με βάση τα παραπάνω σκεπτικό, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο τμήμα εκείνο της ελεγχόμενης επικοινωνίας στο οποίο αναπτύσσεται ο ισχυρισμός «Το νέο ARIEL με βελτιωμένη σύνθεση, συγκρίθηκε σε λεκέ από παγωτό σοκολάτα, μπροστά στα μάτια των νοικοκυρών. Και να τι είπαν.» ο συνδυασμός των οπτικών και λεκτικών στοιχείων προσκρούει στα άρθρα 5 και 7 του Ελληνικού Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και πρέπει να τροποποιηθεί εντός 3 εργάσιμων ημερών.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Μικτή Επιτροπή Ελέγχου Διαφημίσεων (ΔΕΜΕΔ) προβλέπεται στον Κανονισμό Λειτουργίας της (Άρθρο 6). Επισημαίνεται ότι βάσει του Κανονισμού της ΠΕΕΔ (Άρθρο 11, παρ. α), προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή **δεν έχει ανασταλτικό χαρακτήρα.**

Τέλος, σας ενημερώνουμε ότι οι διάδικοι και τα μέλη των Επιτροπών δεσμεύονται να μην δημοσιοποιούν τις αποφάσεις της **ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ**