



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4135**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	EURO RSCG, RECKITT BENKISER
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“ΧΛΩΡΙΝΗ ΚΛΙΝΕΧ”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4125 / 30.11.2009
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	08.12.2009
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A / 4135 / 10.12.2009</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Φ. ΝΙΚΟΛΟΓΙΑΝΝΗ Α. ΜΙΚΡΟΠΟΥΛΟΥ Π. ΤΖΟΪΤΗΣ Χ. ΚΟΝΙΝΗΣ Ν. ΜΑΝΩΛΑ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Χ. ΣΑΡΡΗ Ε. ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ Α. ΚΡΙΕΜΠΑΡΔΗΣ Α. ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ  Ε. ΚΑΛΟΓΙΩΡΓΑ Τ. ΣΠΑΝΟΜΑΡΚΙΔΗ Γ. ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΗΣ Δ. ΣΟΥΡΛΑΣ Θ. ΣΑΚΕΛΛΑΡΙΟΥ	EURO RSCG EURO RSCG RECKITT BENKISER RECKITT BENKISER  LOWE LOWE ΕΛΑΪΣ-UNILEVER ΕΛΑΪΣ-UNILEVER ΕΛΑΪΣ-UNILEVER

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία, έλαβε υπόψη της και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν, καθώς και όσα προφορικά αναπτύχθηκαν κατά τη συζήτηση.

Αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέονται με θέματα υγείας να αντιμετωπίζεται με ιδιαίτερη προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα να παραπλανήσουν τους καταναλωτές με ενδεχόμενες συνέπειες για την υγεία τους.

Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό, αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η Επιτροπή λαμβάνοντας υπόψη της:

α. το ιδιαίτερο ενδιαφέρον και την αυξημένη ανησυχία του κοινού την τρέχουσα χρονική περίοδο σχετικά με θέματα που αφορούν την υγιεινή και τη δημόσια υγεία, εξαιτίας της εξάπλωσης του ιού της νέας γρίπης

β. την ιδιαίτερη βαρύτητα που αποκτούν - λόγω των παραπάνω - ισχυρισμοί που σχετίζονται με την αντιμετώπιση των ιών και μικροβίων

γ. την ηγετική θέση του προϊόντος ΧΛΩΡΙΝΗ ΚΛΙΝΕΧ στην ελληνική αγορά ,

κατέληξε στην άποψη ότι ο ισχυρισμός *«κανένα άλλο απολυμαντικό για το σπίτι δεν είναι πιο αποτελεσματικό κατά των ιών και των άλλων μικροβίων, από τη χλωρίνη»* παρότι εκφράζει μια πραγματική θέση, όπως έχει διατυπωθεί είναι πιθανό, ως αποτέλεσμα φευγαλέας και αβασάνιστης εντύπωσης, να παραπλανήσει τους καταναλωτές και να οδηγήσει στο εσφαλμένο συμπέρασμα ότι το διαφημιζόμενο προϊόν υπερέχει των άλλων και είναι το αποτελεσματικότερο που υπάρχει στην κατηγορία του.

Επειδή, όμως, κατά τη διάρκεια της διαδικασίας τονίστηκε και από τις δυο πλευρές ότι δεν τίθεται θέμα υπεροχής, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό η επικοινωνία προσκρούει στα άρθρα 5.2α και 11 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός 3 ημερών.

---

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον κανονισμό της ΠΕΕΕ (άρθρο 9, παρ.ε). Επισημαίνεται ότι, βάσει του κανονισμού της ΠΕΕΕ (άρθρο 6, παρ.α), η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό χαρακτήρα.**

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.