



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4593

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	THE NEWTONS LABORATORY, ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “AMSTEL”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4589 / 25.07.2012
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	01.08.2012
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 4593 / 03.08.2012

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Τ. ΚΟΥΚΟΥΜΕΛΗ Δ. ΜΑΓΓΙΩΡΟΣ Α. ΝΤΑΒΟΣ Α. ΜΠΑΡΔΙΣΜΠΑΝΙΑΝ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Σ. ΖΩΝΤΟΣ Δ. ΜΠΕΛΕΚΟΣ Ν. ΣΥΡΟΠΟΥΛΟΥ Β. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ Κ. ΤΑΜΠΟΥΡΑΚΗΣ Β. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ Δ. ΚΑΡΔΑΣΙΛΑΡΗΣ Μ. ΜΑΥΡΙΚΑΚΗΣ	THE NEWTONS LABORATORY THE NEWTONS LABORATORY ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΑ TRIBE TRIBE ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, έλαβε υπόψη της την αίτηση ελέγχου, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία και αξιολόγησε τα στοιχεία που κατατέθηκαν και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση.

Η Επιτροπή έκρινε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία AMSTEL στο σύνολό της – ως αποτέλεσμα του συνδυασμού του εικαστικού με το λεκτικό και του τρόπου με τον οποίο αναπτύσσεται – επικοινωνεί το χαρακτηριστικό της ελληνικότητας τόσο του προϊόντος, όσο και της μάρκας AMSTEL τοποθετώντας μάλιστα το στοιχείο αυτό σ' ένα πλαίσιο διαχρονικότητας.

Με αυτό τον τρόπο είναι πιθανό να δημιουργηθεί στον καταναλωτή η εσφαλμένη εντύπωση ότι πρόκειται για ένα αμιγώς ελληνικό προϊόν / ελληνική μάρκα, που εξαρχής δημιουργήθηκε και



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

καθιερώθηκε στην Ελλάδα και που ανέκαθεν (άλλως, από την αρχή της κυκλοφορίας του) παράγεται αποκλειστικά με ελληνικές πρώτες ύλες.

Εντούτοις, αφ' ενός επειδή η μάρκα AMSTEL δεν είναι ελληνική και αφ' ετέρου επειδή κατά τη διαδικασία από τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς ότι οι προδιαγραφές παραγωγής του προϊόντος που ισχύουν σήμερα (δηλαδή η κάλυψη των αναγκών σε κριθάρι αποκλειστικά από έλληνες παραγωγούς) ίσχυαν πάντοτε, η Επιτροπή αποφάσισε ότι από την εν λόγω επικοινωνία είναι πιθανός ο κίνδυνος σύγχυσης ή/και παραπλάνησης, λαμβάνοντας υπ' όψιν της και το γεγονός ότι στην αντίληψη του μέσου καταναλωτή είναι συχνά ασαφές κατά πόσο ένα προϊόν / μάρκα είναι ελληνικό ή όχι.

Ειδικότερα, η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε ότι ο ισχυρισμός *«φτιαγμένη τόσα χρόνια, με δικό μας ελληνικό κριθάρι»* είναι πιθανό να οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι η μπίρα AMSTEL παραγόταν ανέκαθεν αποκλειστικά και μόνο από ελληνικό κριθάρι, γεγονός που δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς σύμφωνα με τα παραπάνω, προσκρούει στα άρθρα 3, 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός 4 ημερών.

Επιπλέον, στο πλαίσιο της γενικότερης αίσθησης ελληνικότητας που δημιουργείται από την επικοινωνία, κρίθηκε κατά πλειοψηφία από την Επιτροπή ότι οι φράσεις *«... έτσι βγήκε το όνομα AMSTEL»* και *«Αμοιράκης Στέλιος AM-STEL»* επιτείνουν την ενδεχόμενη σύγχυση ή/και παραπλάνηση, προσκρούουν στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει επίσης να τροποποιηθούν αναλόγως.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον άρθρο 13.Z 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.