



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Β 800**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΠΑΝΕΛΕΓΧΟ	ΒΒΔΟ, ΦΑΓΕ
ΚΑΤΑ	ΑΠΟΦΑΣΗΣ Α / 4690 από 24.04.2013 με θέμα “ΔΕΛΤΑ SMART(επιδόρπιο γιαουρτιού & ρόφημα γάλακτος)”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΠΑΝΕΛΕΓΧΟΥ	Β / 792 / 16.05.2013
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	30.05.2013
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	<b>Β / 800 / 04.06.2013</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Γ. ΔΗΜΑΡΑΣ Ε. ΚΕΦΑΛΑ Δ. ΚΥΡΙΑΚΟΠΟΥΛΟΥ Δ. ΛΩΛΗΣ Σ. ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ Μ. ΠΑΛΑΒΙΔΗΣ J. NASS	ΕΙΗΕΑ ΕΡΤ Γ.Γ.ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΔΕ ΣΕΠΤ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Μ. ΚΑΣΟΥΝΗ Α. ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ Σ. ΓΙΑΝΠΑΠΑΣ Κ. ΜΟΥΖΑΚΗ  Ε. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΚΥΔΩΝΑΚΗ Μ. ΚΡΕΣΤΑ Α. ΧΑΤΖΗΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΒΒΔΟ ΦΑΓΕ ΦΑΓΕ ΦΑΓΕ  SPOT THOMPSON ΔΕΛΤΑ ΔΕΛΤΑ ΔΕΛΤΑ

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

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

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, ιδιαίτερα όταν απευθύνεται σε παιδιά, να αντιμετωπίζεται με εξαιρετική προσοχή,



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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 ο ουσιαστικός ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Σχετικά με τα έγγραφα που υποβλήθηκαν για πρώτη φορά ενώπιον της Επιτροπής από την πλευρά της ΦΑΓΕ / BBDO, σε αντίκρουση των επιχειρημάτων της πλευράς ΔΕΛΤΑ / SPOT THOMPSON – για την υποβολή των οποίων η εγκαλούμενη πλευρά κατέθεσε ένσταση, η Επιτροπή δηλώνει ότι δεν έκρινε αναγκαίο να τα λάβει υπ' όψιν της για το σχηματισμό της τελικής της κρίσης.

Η Δευτεροβάθμια Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι στην υπό έλεγχο επικοινωνία ΔΕΛΤΑ SMART ο συνδυασμός των επιμέρους στοιχείων της επικοινωνίας και συγκεκριμένα, η αναφορά με απόλυτο τρόπο των συγκεκριμένων θετικών αποτελεσμάτων που ενδεχόμενα προκύπτουν από την κατανάλωση των διαφημιζόμενων προϊόντων (π.χ. δυνατό μυαλό, γερό σώμα κλπ.), με την ένδειξη «*δείκτης νοημοσύνης*», αλλά και με το όνομα των προϊόντων “ΔΕΛΤΑ SMART”, καταλήγει στη δημιουργία υπερβολικών εντυπώσεων ως προς την αξία και τα οφέλη των προϊόντων, αποδίδει στα προϊόντα αυτά υπερβολική υπεροχή έναντι του ανταγωνισμού και μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση ως προς το κίνητρο αγοράς τους.

Ειδικότερα, η απόλυτη αναφορά των πλεονεκτημάτων που υπόσχονται τα προϊόντα, χωρίς την άμεση διασύνδεσή τους κάθε φορά με τα συστατικά που τα εμπλουτίζουν και χωρίς να γίνεται ταυτόχρονα σαφές σε κάθε περίπτωση ότι τα συστατικά αυτά συμβάλλουν στο επικαλούμενο αποτέλεσμα (και δεν το εξασφαλίζουν), ομόφωνα κρίθηκε ότι ξεπερνά τα όρια της ευελιξίας στη διατύπωση των σχετικών ισχυρισμών και δημιουργεί εσφαλμένες εντυπώσεις.

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή συμφωνώντας με την κρίση της Πρωτοβάθμιας, ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό η επικοινωνία προσκρούει στα άρθρα 3, 5, και 8 του ΕΚΔ-Ε



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως σε όλα τα σημεία της, όπου αναφέρονται τα εν λόγω πλεονεκτήματα (οπτικό, λεκτικό και συσκευασία).

Ειδικά αναφορικά με τον ισχυρισμό «έξυπνες ιδέες», η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι με κανέναν τρόπο δεν μπορεί να ενταχθεί στο πλαίσιο της ευελιξίας διατύπωσης των ισχυρισμών, ότι είναι υπερβολικός, δεν τεκμηριώθηκε και συνεπώς προσκρούει στα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε.

Περαιτέρω, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η ένδειξη «Δείκτης νοημοσύνης», ως κατάληξη μιας επικοινωνίας που υπόσχεται μεταξύ άλλων διανοητική ενίσχυση (ή έστω, συμβολή στη διανοητική ικανότητα) επιτείνει τις εν γένει υπερβολικές εντυπώσεις της επικοινωνίας, δεν τεκμηριώνεται και εφκεύγει των ορίων της επιτρεπόμενης διαφημιστικής υπερβολής.

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό η επικοινωνία προσκρούει στα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Με τα σημεία Β, Δ και Ε της Απόφασης της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, η Δευτεροβάθμια συμφωνεί, παρότι αυτά δεν αποτελούσαν αντικείμενο της αιτήσεως επανελέγχου.

Οι απαιτούμενες τροποποιήσεις θα πρέπει να γίνουν εντός 5 ημερών στην τηλεοπτική και ραδιοφωνική επικοινωνία και μέχρι 20 Ιουλίου στις συσκευασίες.

---

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.