



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1188

| | |
|------------------|--|
| ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ | ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (ΣΕΕ) |
| ΘΕΜΑ | ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “JOHN NOA WORDS ΣΙΡΟΠΙ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑΣ Νο.1” |

| | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ | Σ / 1167 / 16.05.2017 |
| | 22.05.2017 |
| ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ | Σ / 1188 / 26.05.2017 |

| | | |
|-------------------------|---|---------------------------------------|
| ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ | Γ. ΒΑΚΟΝΔΙΟΣ Ζ. ΔΕΜΕΝΑΓΑ Λ. ΒΙΤΟΥΛΑΔΙΤΟΥ Α. ΜΠΑΡΔΙΣΜΠΑΝΙΑΝ | ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ |
| ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ | Ε. ΔΟΝΤΑ Λ. ΧΑΤΖΗΝΙΚΟΛΑΪΔΗ | ΣΕΕ ΣΕΕ |

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, εξέτασε την υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα αυτεπάγγελτη αίτηση ελέγχου (που κατατέθηκε μετά από γνωστοποίηση του θέματος από τον Εθνικό Οργανισμό Φαρμάκων) και έλαβε υπ’ όψιν της τα στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν στη συνεδρίαση, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Στη συνεδρίαση δεν παρέστη εκπρόσωπος της εγκαλούμενης εταιρείας JOHN NOA WORDS LTD, όπως είχε εγκαίρως ενημερώσει.

Καταρχάς η Επιτροπή επισημαίνει 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,



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο ουσιαστικός και υπεύθυνος ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Αρχικά, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το διαφημιζόμενο προϊόν ανήκει στην κατηγορία συμπληρωμάτων διατροφής, η διαφημιστική επικοινωνία των οποίων υπάγεται σε συγκεκριμένο ρυθμιστικό πλαίσιο και ειδικότερα

- στην ΚΥΑ Υ1/Γ.Π.127962/03, σύμφωνα με την οποία (άρθρ. 6, παρ. 2) η επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση των συμπληρωμάτων διατροφής δεν πρέπει να αποδίδει στα προϊόντα αυτά ιδιότητες πρόληψης, αγωγής ή θεραπείας ανθρώπινης νόσου, ούτε να αναφέρει τέτοιες ιδιότητες,
- στον Κανονισμό (ΕΚ) 1924/2006 σύμφωνα με τον οποίο (αρθρ. 2, παρ.5) ορίζεται ότι ισχυρισμός υγείας είναι κάθε ισχυρισμός που δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχει σχέση μεταξύ μιας κατηγορίας τροφίμων, ενός τροφίμου ή ενός συστατικού και της υγείας.

Επιπλέον, στον ίδιο Κανονισμό (αρθρ.13, παρ.1) προβλέπεται ότι επιτρέπονται οι ισχυρισμοί υγείας οι οποίοι περιγράφουν ή αναφέρονται στο ρόλο μιας θρεπτικής ή άλλης ουσίας στην αύξηση, την ανάπτυξη και τις λειτουργίες του οργανισμού και οι οποίοι περιλαμβάνονται στον κατάλογο των επιτρεπόμενων ισχυρισμών υγείας του Κανονισμού (Ε.Ε.) 432/2012., ενώ διευκρινίζεται (αρθρ.10, παρ.3) ότι η αναφορά σε γενικά, μη προσδιοριζόμενα, ευεργετικά αποτελέσματα της θρεπτικής ουσίας ή του τροφίμου στο σύνολο της υγείας ή στην ευεξία ως αποτέλεσμα μιας καλής κατάστασης υγείας επιτρέπεται να γίνεται μόνον εάν συνοδεύεται από ένα συγκεκριμένο ισχυρισμό υγείας, ο οποίος περιλαμβάνεται στον κατάλογο του Κανονισμού (Ε.Ε.) 432/2012.

Επίσης, η Επιτροπή έλαβε υπ' όψιν της ότι σύμφωνα με το ίδιο ρυθμιστικό πλαίσιο ο εκάστοτε εγκεκριμένος ισχυρισμός υγείας θα πρέπει να αποδίδεται με σαφήνεια στο συστατικό για το οποίο έχει εγκριθεί και όχι στο προϊόν, καθώς επίσης και ότι η διατύπωση των ισχυρισμών υγείας που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία οφείλει να έχει την ίδια ή με το ίδιο νόημα διατύπωση του εγκεκριμένου ισχυρισμού και επομένως άλλες γενικεύσεις, αναγωγές ή / και συμπερασματικές δηλώσεις δεν είναι επιτρεπτές.

Με βάση τα προαναφερθέντα, η Επιτροπή έκρινε τα εξής:

1. Στην περιγραφή του προϊόντος «ΣΙΡΟΠΙ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑΣ», που προβάλλεται στη συσκευασία και στην ιστοσελίδα του, ο συνδυασμός των λέξεων «σιρόπι» και «υγείας» αφ' ενός



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

παραπέμπει σε προϊόν με φαρμακευτικές / θεραπευτικές ιδιότητες – τις οποίες ως συμπλήρωμα διατροφής δε μπορεί να επικαλείται και αφ' ετέρου μπορεί να οδηγήσει σε υπερβολικές προσδοκίες και εσφαλμένες εντυπώσεις ως προς τις πραγματικές του ιδιότητες.

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η διατύπωση «ΣΙΡΟΠΙ ΥΓΕΙΑΣ» μπορεί να προκαλέσει σύγχυση ή / και παραπλάνηση, προσκρούει στα άρθρα 3 και 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

2. Οι ισχυρισμοί υγείας, που αναφέρονται στην ιστοσελίδα του προϊόντος

«Δίνει ενέργεια και τόνωση»

«Ενεργοποιεί το μεταβολισμό.»

«Συντελεί στον έλεγχο του σωματικού βάρους.»

«Ενισχύει τις αρθρώσεις & μειώνει τους πόνους.»

«Δρα ευεργετικά στο δέρμα και στα νύχια.»

«Θωρακίζει το ανοσοποιητικό.»

«Έχει αντιοξειδωτική και αντιγηραντική δράση.»

«Χαρίζει λαμπερά και πυκνά μαλλιά.»

«Βοηθά στην όραση.»

είναι μη εγκεκριμένοι ισχυρισμοί υγείας και ως εκ τούτου δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται. Επισημαίνεται δε ότι οι εγκεκριμένοι ισχυρισμοί υγείας που υπάρχουν για ορισμένα από τα συστατικά του συγκεκριμένου προϊόντος (αλλά δεν αναφέρονται στη διαφημιστική επικοινωνία) θα πρέπει σύμφωνα με το ρυθμιστικό πλαίσιο να αποδίδονται μόνο σε αυτά ακριβώς τα συστατικά και όχι στο τελικό προϊόν.

Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι μετά την υποβολή της αίτησης ελέγχου, στην ιστοσελίδα προστέθηκε πριν την αναφορά των παραπάνω ισχυρισμών η φράση: «Σύμφωνα με το EFSA και τις διεθνείς μελέτες τα συστατικά του:...» και έκρινε ότι η τροποποίηση αυτή δεν αντιμετωπίζει επαρκώς τα ζητήματα που προαναφέρονται.

3. Οι αναφορές επί της συσκευασίας «*health – ευεξία, αρθρώσεις, όραση, αντιοξειδωση, μεταβολισμός*» και «*beauty – μαλλιά, νύχια, δέρμα, ομορφιά, αντιγήρανση*» με τον τρόπο που παρουσιάζονται αόριστα και γενικόλογα, εν είδει ενδείξεων, δεν είναι θεμιτές σύμφωνα με το ρυθμιστικό πλαίσιο και επιπλέον δίνουν την εντύπωση – υπόσχεση ότι εάν κάποιος καταναλώσει το



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

εν λόγω προϊόν θα ωφεληθεί ή / και θα αντιμετωπίσει προβλήματα που σχετίζονται με όλα τα προαναφερθέντα.

Με βάση τα παραπάνω η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η διαφημιστική επικοινωνία του προϊόντος JOHN NOA WORTS ΣΙΡΟΠΙ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑΣ προσκρούει στα άρθρα 1, 3 και 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως σε όλα τα μέσα και υλικά που αναπτύσσεται, ανεξάρτητα από το εάν αυτά αναφέρονται στην αίτηση ελέγχου.

Η προθεσμία για τις τροποποιήσεις αποφασίσθηκε σε δύο ημέρες για την ιστοσελίδα, σε πέντε για τις καταχωρίσεις και σε ένα μήνα για τη συσκευασία.

Επισημαίνουμε ότι οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα μέσα που αναπτύσσεται η εκάστοτε υπό έλεγχο επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών καθώς και των owned channel στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανεξάρτητα από το εάν αυτά αναφέρονται στη σχετική αίτηση ελέγχου.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στο άρθρο 13.Ζ του Κανονισμού της ΠΕΕΕ. Τονίζεται ότι με βάση το ίδιο άρθρο η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό αποτέλεσμα στην εφαρμογή της παρούσας.**

Τονίζεται ότι σε περίπτωση μη πλήρους εφαρμογής της Απόφασης, το ΣΕΕ δύναται να προβεί στις προβλεπόμενες από τον Κανονισμό κυρώσεις.

Υπενθυμίζεται 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.