



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1422

| | |
|--------------------|--|
| ΑΙΤΟΥΣΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ | Καταναλώτρια |
| ΘΕΜΑ | ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ «FIX ANEY μπύρα» |

| | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ | Σ / 1418 / 25.06.2019 |
| ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ | 02.07.2019 |
| ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ | Σ / 1422 / 05.07.2019 |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ | Π. ΜΠΟΥΚΑΣ Λ. ΒΙΤΟΥΛΑΔΙΤΟΥ Π. ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗΣ Μ. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ | ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΣΔΕ |
| ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ | Ν. ΜΑΡΤΙΓΟΠΟΥΛΟΥ Ν. ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ Β. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ | McVICTOR & HAMILTON ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ |

| | |
|-------------|------------------|
| 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 αίτηση ελέγχου 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 η αιτούσα τον έλεγχο καταναλώτρια, όπως είχε εγκαίρως ενημερώσει.

Καταρχάς η Επιτροπή επισημαίνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που σχετίζονται με θέματα διατροφής να αντιμετωπίζεται με εξαιρετική προσοχή, πέρα 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



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν κατά τη συνεδρίαση από την πλευρά McVICTOR & HAMILTON / ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ το διαφημιζόμενο προϊόν «FIX ANEY μπύρα» είναι προϊόν ζύθου (μπύρα) που περιέχει 0,5% αλκοόλ και σύμφωνα με τον Ν 1839 / 1989 (Τροποποίηση διατάξεων νόμων φορολογίας ζύθου και άλλες διατάξεις) κατατάσσεται στην κατηγορία των προϊόντων ειδικού ζύθου που δεν έχουν αλκοόλη (non ή free alcohol).

Η Επιτροπή αξιολογώντας την υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία, όπως αναπτύσσεται στο τηλεοπτικό spot και επί της συσκευασίας του προϊόντος και ειδικότερα το γεγονός ότι στο τηλεοπτικό αναφέρεται το λεκτικό «αυθεντική γεύση μπύρας άνευ αλκοόλ», ότι στην κύρια όψη της συσκευασίας αναγράφεται «μπύρα χωρίς αλκοόλ», καθώς και ότι η ονομασία του προϊόντος είναι «FIX ANEY» συνοδευόμενη από τη λέξη ΑΛΚΟΟΛ, ομόφωνα έκρινε ότι η τελική εντύπωση που δημιουργείται στον καταναλωτή είναι πως το διαφημιζόμενο προϊόν FIX ANEY είναι μία μπύρα που δεν περιέχει αλκοόλ, σε κανένα ποσοστό, γεγονός που δεν είναι ακριβές.

Κατόπιν αυτού, λαμβάνοντας υπ' όψιν της:

α. ότι ο καταναλωτής δεν είναι αναμενόμενο να γνωρίζει ότι μπύρες που περιέχουν αλκοόλ (μέχρι 0,7%) μπορούν – σύμφωνα με τον προαναφερθέντα Νόμο – να χαρακτηρίζονται ως μπύρες χωρίς αλκοόλη (non ή free alcohol) και επομένως να αντιληφθεί ότι, εν προκειμένω, πρέπει να αναζητήσει το ποσοστό αλκοόλ που περιέχει η διαφημιζόμενη μπύρα FIX ANEY,

β. ότι η ανακριβής εντύπωση πως η διαφημιζόμενη μπύρα δεν περιέχει καθόλου αλκοόλ, έχει ιδιαίτερη βαρύτητα για καταναλωτές που δε θέλουν ή δεν επιτρέπεται για λόγους υγείας να καταναλώσουν αλκοόλ, ούτε καν αυτή, την πολύ χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ μπύρα και

γ. ότι στην αγορά διατίθενται μπύρες που δεν περιέχουν καθόλου αλκοόλ (0,0%), οι οποίες – σύμφωνα με τον προαναφερθέντα Νόμο – ανήκουν επίσης στην ίδια κατηγορία,

η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στην υπό έλεγχο τηλεοπτική επικοινωνία το λεκτικό «*αυθεντική γεύση μπύρας χωρίς αλκοόλ*» με ξεκάθαρο και απόλυτο τρόπο επικοινωνεί το μήνυμα ότι η μπύρα FIX ANEY δεν περιέχει στη σύνθεση της αλκοόλ, γεγονός που δεν τεκμηριώθηκε και ως εκ τούτου μπορεί



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

να οδηγήσει σε παραπλάνηση, προσκρούει στα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Επίσης, επειδή εκ της ονομασίας FIX ANEY εννοιολογικά εκφράζεται ένα χαρακτηριστικό του προϊόντος (η απουσία αλκοόλ), που δεν είναι ακριβές, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι για την ορθή ενημέρωση των καταναλωτών και προκειμένου να αρθεί οποιαδήποτε εσφαλμένη εντύπωση, είναι απαραίτητο να προστεθεί με ευκρινή τρόπο η πληροφορία ότι το διαφημιζόμενο προϊόν περιέχει 0,5% αλκοόλ, η παράλειψη της οποίας συνιστά παραβίαση του άρθρου 3 του ΕΚΔ-Ε.

Αναφορικά με τη συσκευασία, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η φράση «μπύρα χωρίς αλκοόλ» / «non alcohol beer», επειδή χρησιμοποιείται διαφημιστικά, με αυξημένη επικοινωνιακή βαρύτητα στην κύρια όψη της συσκευασίας (και όχι ως μέρος της επισήμανσης, όπως αναφέρεται στο Ν 1839 / 1989 για να δηλώσει την κατάταξη του προϊόντος), μπορεί να δημιουργήσει λανθασμένη εντύπωση ως προς τη σύνθεση και τις ιδιότητες του προϊόντος και επομένως να λειτουργήσει παραπλανητικά για τους καταναλωτές.

Επιπλέον, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η σύνδεση της ονομασίας του προϊόντος FIX ANEY, με τη λέξη ΑΛΚΟΟΛ που εμφανίζεται ακριβώς από κάτω, ομοίως επικοινωνεί την απουσία αλκοόλ από το προϊόν και μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση.

Επίσης η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι επειδή εκ της ονομασίας FIX ANEY εννοιολογικά εκφράζεται ένα χαρακτηριστικό του προϊόντος (η απουσία αλκοόλ), που δεν είναι ακριβές, είναι απαραίτητο για την ορθή ενημέρωση των καταναλωτών και προκειμένου να αρθεί οποιαδήποτε εσφαλμένη εντύπωση, να προστεθεί με ευκρινή τρόπο, στο ίδιο οπτικό πεδίο με την προαναφερόμενη ονομασία, ότι το διαφημιζόμενο προϊόν περιέχει 0,5% αλκοόλ.

Για τους λόγους αυτούς η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η διαφημιστική επικοινωνία επί της συσκευασίας προσκρούει στα άρθρα 3, 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Η προθεσμία για την τροποποίηση της τηλεοπτικής επικοινωνίας ορίσθηκε στις 3 ημέρες και της συσκευασίας σε 3 μήνες.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.**

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.

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.