



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 849

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “ΦΟΥΡΝΟΣ ΒΕΝΕΤΗ”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 848 / 07.09.2012
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	14.09.2012
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	Σ / 849 / 18.09.2012

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Α. ΚΑΡΑΔΗΣ Α. ΝΤΑΒΟΣ Γ. ΒΑΚΟΝΔΙΟΣ Λ. ΣΠΑΝΟΣ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Δ. ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ Ε. ΚΑΜΠΟΥΡΑΚΗΣ Π. ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΩΤΗΣ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΦΟΥΡΝΟΣ ΒΕΝΕΤΗ ΦΟΥΡΝΟΣ ΒΕΝΕΤΗ ΦΟΥΡΝΟΣ ΒΕΝΕΤΗ

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας (ΕΚΔ-Ε) και τον Κανονισμό Λειτουργίας, έλαβε γνώση της καταγγελίας καταναλωτή, εξέτασε την υπό κρίση διαφημιστική επικοινωνία και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία που κατατέθηκαν και τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση.

Κατά τη διαδικασία ελέγχου της διαφημιστικής επικοινωνίας ΦΟΥΡΝΟΣ ΒΕΝΕΤΗ με βάση τον ΕΚΔ-Ε, η Επιτροπή εξετάζοντας τα προσκομισθέντα και από τις δύο πλευρές στοιχεία διαπίστωσε ότι από τα καταστήματα ΦΟΥΡΝΟΣ ΒΕΝΕΤΗ διατίθενται στο κοινό προϊόντα τόσο φρέσκα όσο και κατεψυγμένα. Αξιολογώντας τη διαφημιστική επικοινωνία και συγκεκριμένα 3 τηλεοπτικά spots (μαμα φέτα, λαγάνια, τσουρέκι) η Επιτροπή έκρινε ότι η διατύπωση «φρέσκα, νόστιμα, υγιεινά» αποτελεί slogan που αφορά στο εύρος των προϊόντων που διατίθεται στα καταστήματα. Όμως ο τρόπος με τον οποίο προβάλλεται το slogan, σε συνδυασμό και σε άμεση διασύνδεση με την απεικόνιση των συγκεκριμένων προϊόντων που προωθούνται - τα οποία όπως αποδείχθηκε είναι κατεψυγμένα - είναι πιθανό να οδηγήσει τον καταναλωτή στην εσφαλμένη εντύπωση ότι τα προϊόντα αυτά έχουν την ιδιότητα του φρέσκου.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η προαναφερθείσα τηλεοπτική διαφημιστική επικοινωνία προσκρούει στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός 5 ημερών. Επισημαίνεται ότι η απόφαση αυτή, που αφορά στη χρήση του slogan, με το ίδιο σκεπτικό αφορά και κάθε άλλη ανάλογη τηλεοπτική επικοινωνία ΦΟΥΡΝΟΣ BENETH.

Αναφορικά με τη χρήση της λέξης «φούρνος», η Επιτροπή διαπίστωσε ότι χρησιμοποιείται επικοινωνιακά από την εταιρεία, αφού έχει ως σήμα καταχωρηθεί από την αρμόδια Επιτροπή Σημάτων του Υπουργείου Εμπορίου.

Σχετικά με το θέμα αυτό η Επιτροπή διευκρινίζει ότι οποιαδήποτε αξιολόγηση εμπορικού σήματος εκφεύγει των αρμοδιοτήτων της.

Αναφορικά με τη χρήση της λέξης «ψωμί» στην επικοινωνία, η Επιτροπή αξιολογώντας το θέμα σε επικοινωνιακή βάση ομόφωνα αποφάσισε ότι δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε, αφού χρησιμοποιείται για να περιγράψει το προϊόν που ο μέσος καταναλωτής γνωρίζει και αντιλαμβάνεται ως ψωμί και άρα δεν τίθεται θέμα παραπλάνησης του.

Σχετικά με τα έντυπα delivery και catering στα οποία κατά την αίτηση ελέγχου δεν αναφερόταν η ένδειξη κατεψυγμένο, στα αντίστοιχα προϊόντα, υποβλήθηκαν στην Επιτροπή νέα έντυπα, διορθωμένα με τις απαιτούμενες επισημάνσεις.

Κατόπιν αυτού, δεν διαπιστώθηκε παραβίαση του ΕΚΔ-Ε.

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.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ