



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4871**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	GREY ATHENS, PROCTER & GAMBLE
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“L'OREAL EXCELLENCE Κρέμα βαφή”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4858 / 25.02.2014
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	05.03.2014
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A / 4871 / 07.03.2014</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ν. ΜΑΝΩΛΑ Γ. ΖΑΛΟΚΩΣΤΑΣ Τ. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΥ Κ. ΧΟΥΠΗ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Ε. ΒΙΚΟΝΟΠΟΥΛΟΥ Ν. ΛΟΥΚΑΪΤΗΣ  Ε. ΤΣΑΚΙΡΙΔΟΥ Α. ΖΑΡΡΑ Ε. ΜΑΣΤΡΟΜΑΝΩΛΗΣ Σ. ΧΑΡΑΚΤΙΝΙΩΤΗΣ	GREY ATHENS PROCTER & GAMBLE  McCANN ATHENS L'OREAL HELLAS L'OREAL HELLAS L'OREAL HELLAS

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

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

Α. Αναφορικά με τον ισχυρισμό «*τα μαλλιά μου είναι πιο δυνατά, πιο υγιή, πιο απαλά*» η Επιτροπή έκρινε ότι με τον τρόπο που διατυπώνεται και συγκεκριμένα με το συνδυασμό του ρήματος «*είναι*» και του συγκριτικού «*πιο*», ο ισχυρισμός καθίσταται απόλυτος και στερείται της υποκειμενικότητας (που ως προσωπική μαρτυρία θα μπορούσε να έχει) με αποτέλεσμα να είναι απαραίτητη η περαιτέρω – από επιστημονικά στοιχεία – τεκμηρίωσή του.

Σε αυτό το πλαίσιο, με βάση τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν (επιστολή L'OREAL και Consumer Use Test) τα χαρακτηριστικά «*πιο υγιή*» και «*πιο απαλά*» δεν τεκμηριώθηκαν επαρκώς, ενώ για το χαρακτηριστικό «*πιο δυνατά*» που τεκμηριώθηκε, είναι απαραίτητη – για την ορθή και πλήρη



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ενημέρωση του καταναλωτή – η αναφορά των στοιχείων της σύγκρισης από την οποία προκύπτει το εν λόγω συμπέρασμα.

Επιπλέον, σε κάθε περίπτωση (ακόμα και αν αποδοθούν ως υποκειμενική εκτίμηση της δηλούσας) η χρήση των συγκριτικών ισχυρισμών «*πιο δυνατά, πιο υγιή, πιο απαλά*» χωρίς την αναφορά του συγκρινόμενου στοιχείου από το οποίο εντοπίζεται η υπεροχή, μπορεί να οδηγήσει σε αυθαίρετα και ενδεχομένως εσφαλμένα συμπεράσματα με αποτέλεσμα να προκαλέσει σύγχυση ή / και παραπλάνηση στον καταναλωτή και να λειτουργήσει απαξιωτικά για άλλα προϊόντα της κατηγορίας.

Β. Σχετικά με τον ισχυρισμό «*για μένα η μόνη βαφή που αξίζει*» η Επιτροπή έκρινε ότι είναι απόλυτος και υπερβολικός και υποβαθμίζει τις υπόλοιπες βαφές μαλλιών, επικοινωνώντας εμμέσως πλην σαφώς το μήνυμα ότι τα προϊόντα του ανταγωνισμού είναι ποιοτικά υποδεέστερα και δεν αξίζουν.

Κατά την ομόφωνη άποψη της Επιτροπής οι επώνυμες μαρτυρίες που χρησιμοποιούνται στις διαφημίσεις, πέραν της υποχρέωσης να είναι γνήσιες, αυθεντικές και να βασίζονται στην προσωπική εμπειρία του μάρτυρα, θα πρέπει να είναι διατυπωμένες με τέτοιο τρόπο ώστε να μην παραβιάζουν καμία από τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Με βάση τα παραπάνω η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία L'OREAL EXCELLENCE CREME στα σημεία που προαναφέρονται προσκρούει στα άρθρα 5, 8, 11 και 12 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός 7 ημερών.

---

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