



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5534

ΑΙΤΟΥΣΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	CENTER PLUS SA
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “CAMELOT (TV3)” tvc 3,28' με ημερομηνία 1 ^{ης} εμφάνισης 05.03.2020

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5533 / 24.03.2020
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	30.03.2020
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 5534 / 01.04.2020

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	A. ΚΥΔΩΝΑΚΗ Α. ΜΠΑΡΔΙΣΜΠΑΝΙΑΝ Θ. ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Ζ. ΔΕΜΕΝΑΓΑ Μ. ΠΑΠΑΠΟΥΛΟΥ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ		

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 υποβλήθηκαν και από τις δύο πλευρές, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών και των περιορισμών στις συναθροίσεις και μετακινήσεις που έχουν επιβληθεί εξαιτίας της επιδημίας του COVID 19, η Επιτροπή συνεδρίασε μέσω τηλεδιάσκεψης και έλαβε γνώση των απόψεων, των επιχειρημάτων και όλων των στοιχείων που και οι δύο πλευρές υπέβαλαν στο ΣΕΕ γραπτώς, μέσω email.

Εισαγωγικά, η Επιτροπή επισημαίνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέεται με θέματα διατροφής, υγείας και ασφάλειας να αντιμετωπίζεται με εξαιρετική προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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

Η Επιτροπή καταρχάς τονίζει ότι το νερό είναι ένα κοινό αγαθό, ζωτικής σημασίας για τον άνθρωπο, απαραίτητο και αναντικατάστατο για την καθημερινή διατροφή και επιβίωση, το οποίο – ακριβώς λόγω της σημασίας του – ελέγχεται ως προς την καταλληλότητα του από αρμόδιες προς τούτο κρατικές αρχές.

Επομένως, ο χαρακτηρισμός του νερού ως επικίνδυνου για την υγεία, η σύνδεση του με (βαριές) ασθένειες και η – γενικευμένη και με απόλυτο τρόπο διατυπούμενη – αμφισβήτηση της καταλληλότητας του για χρήση, στο πλαίσιο μίας διαφημιστικής επικοινωνίας με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων οποιουδήποτε προϊόντος, παραβιάζει ευθέως τους κανόνες δεοντολογίας που έχει υιοθετήσει η διαφημιστική αγορά, για την εξασφάλιση υπεύθυνης επικοινωνίας με τους καταναλωτές.

Λαμβάνοντας δε υπ' όψιν τα αναφερόμενα στο υπόμνημα που υπέβαλε η ελεγχόμενη, επισημαίνεται ότι τα παραπάνω ισχύουν ανεξάρτητα από την καταλληλότητα και αποτελεσματικότητα των διαφημιζόμενων φίλτρων νερού CAMELOT και ανεξάρτητα από επιστημονικές και δημοσιογραφικές δημοσιεύσεις, έγκυρες / αξιόπιστες / επίκαιρες ή όχι, που ασχολούνται (σε μη εμπορικό επίπεδο) με την ποιότητα του νερού.

Κατόπιν αυτών, αναφορικά με τους ισχυρισμούς που διατυπώνονται στην υπό έλεγχο επικοινωνία:

- «Όμως το πρόβλημα της μόλυνσης του νερού είναι σε όλους γνωστό και είναι η βασική αιτία της δημιουργίας σοβαρών προβλημάτων της υγείας μας»
- «... (το λευκό φίλτρο της CAMELOT) μετατρέπεται σε σκούρο από τους επικίνδυνους χημικούς ρύπους που είναι στο νερό, όπως ίνες αμιάντου, μόλυβδο, χλώριο, φυτοφάρμακα, λιπάσματα και πολλά άλλα»
- « (Σας παρουσιάζουμε το... Imperial Plus....) που είναι απαραίτητο σε κάθε σπίτι για να έχετε καθαρό υγιεινό νερό... »
- «Το Imperial Plus αφαιρεί τους επικίνδυνους ρύπους, τόσο χημικούς όσο και μικροβιακούς»
- «... θα έχετε ένα χρόνο εγγυημένα καθαρό υγιεινό νερό. Δηλαδή θα είστε σίγουροι για το ότι το νερό σας θα είναι καθαρό και ασφαλές...»



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

- «Με το *Imperial Plus...* θα είστε σίγουροι ότι πίνετε πραγματικά καθαρό και υγιεινό νερό χωρίς φυτοφάρμακα, χλώριο, πλαστικοποιητές και άλλα»

- «Ας κάνουμε ένα πείραμα... βάζουμε βρώμικο νερό με διάφορα επικίνδυνα χημικά»

η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι συσχετίζουν το νερό της χώρας μας με ασθένειες, του αποδίδουν επικινδυνότητα και ακαταλληλότητα και – δεδομένης της έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων αλλά και το μεγάλο ενδιαφέρον των καταναλωτών για την ασφάλεια του νερού – δημιουργούν γενικευμένο φόβο και ανησυχία στο καταναλωτικό κοινό.

Η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η προσέγγιση αυτή, προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο στόχος της εμπορικής προώθησης του διαφημιζόμενου προϊόντος, βρίσκεται σε απόλυτη αντίθεση με τις αρχές της διαφημιστικής δεοντολογίας, οι προαναφερόμενοι ισχυρισμοί είναι αθέμιτοι, υπερβολικοί, δεν τεκμηριώθηκαν επαρκώς από τα προσκομισθέντα στοιχεία και συγκεκριμένα παραβιάζουν τα άρθρα 1.1, 1.2, 1.3, 3.1, 4.2, 5.1, 5.2α και 8 του ΕΚΔ-Ε.

Περαιτέρω, αναφορικά με το διακριτικό τίτλο «*Διεθνής Οργανισμός Υγείας Camelot*», η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι συνιστά (και) διαφημιστικό ισχυρισμό, ο οποίος επικοινωνεί το μήνυμα ότι η εταιρεία είναι η ίδια ή σχετίζεται ή αποτελεί μέρος κάποιου διεθνούς οργανισμού υγείας. Το μήνυμα αυτό δύναται να επηρεάσει την καταναλωτική συμπεριφορά και μπορεί να δημιουργήσει εσφαλμένες εντυπώσεις, επειδή κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, η διατύπωση «*διεθνής οργανισμός υγείας*» παραπέμπει ευθέως τον καταναλωτή σε επιστημονική οντότητα / φορέα με αντικείμενο την υγεία, ουσιωδώς δηλαδή διαφορετικό από την εμπορική δραστηριότητα της ελεγχόμενης εταιρείας. Επομένως, η Επιτροπή δεν δέχθηκε τα σχετικά με το διακριτικό τίτλο επιχειρήματα της ελεγχόμενης και ομόφωνα αποφάσισε ότι η χρήση της ονομασίας «*Διεθνής Οργανισμός Υγείας Camelot*», επικοινωνιακά, για σκοπούς διαφήμισης, σε κάθε μορφή διαφημιστικής επικοινωνίας προς το κοινό, μπορεί να παραπλανήσει και προσκρούει στα άρθρα 5.1 και 5.2α του ΕΚΔ-Ε.

Επιπλέον, αναφορικά με τον ισχυρισμό «*κι αν ακόμη δεν έχετε πεισθεί, η Camelot International προσφέρει 300.000 ευρώ αν βρεθεί ανώτερη ποιότητα νερού από το Imperial Plus*», η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι όροι και οι προϋποθέσεις του σχετικού διαγωνισμού είναι απαιτητικοί και πρακτικά απίθανο, αν όχι ανέφικτο, να μπορούν να τηρηθούν από έναν απλό καταναλωτή, στον οποίο το μήνυμα απευθύνεται.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο παραπάνω ισχυρισμός δεν είναι θεμιτός, δημιουργεί εντυπώσεις που μπορεί να παραπλανήσουν τον καταναλωτή και προσκρούει στα άρθρα 1 και 3 του ΕΚΔ-Ε.

Σχετικά με την επισήμανση της ελεγχόμενης για την ύπαρξη διευκρίνησης, επισημαίνεται ότι το κείμενο «οι πλήρεις όροι της εγγύησης και του διαγωνισμού των 300.000€ είναι αναρτημένοι στην ιστοσελίδα μας», που εμφανίζεται με κυλιόμενο τίτλο, πέρα του ότι δεν κρίνεται ικανό να άρει την αθέμιτη αναφορά στο διαγωνισμό, δεν πληροί και τις προδιαγραφές του Οδηγού Καλής Πρακτικής για Ευανάγνωστους Κυλιόμενους και Σταθερούς Τίτλους, του ΣΕΕ.

Τέλος, η Επιτροπή επισημαίνει την επαναλαμβανόμενη αντιδεοντολογική πρακτική της εταιρείας Camelot International Health Organization, η οποία και στο παρελθόν έχει διατυπώσει στις διαφημιστικές επικοινωνίες των προϊόντων της ανάλογο περιεχομένου ισχυρισμούς περί επικινδυνότητας του νερού (της βρύσης και εμφιαλωμένου), οι οποίοι και έχουν κριθεί ότι παραβιάζουν τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε (σύμφωνα με τις Σ 1028 / 29.09.2014, Α 5043 / 19.03.2015 και Α 5530 / 13.03.2020 Αποφάσεις του ΣΕΕ).

Κατόπιν όλων των παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία CAMELOT πρέπει άμεσα (εντός 2 ημερών) από την κοινοποίηση της παρούσης να σταματήσει να προβάλλεται ως έχει.

Επίσης, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 8.Z του Κανονισμού, ότι η νέα εκδοχή της επικοινωνίας CAMELOT πρέπει να της υποβληθεί για έγκριση πριν την εμφάνιση της, προκειμένου να αποφευχθούν ενδεχόμενες παρερμηνείες και να διαπιστωθεί η σωστή εφαρμογή της παρούσης.

Η σχετική Απόφαση θα ληφθεί το αργότερο εντός 3 ημερών από την υποβολή της τροποποιημένης επικοινωνίας στο ΣΕΕ.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στο άρθρο 13.Z 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.**



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.