



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1197

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (ΣΕΕ)
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “JOHN NOA WORDS ΣΙΡΟΠΙ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΓΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ ΓΡΙΠΗΣ Νο.10”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 1176 / 16.05.2017
	22.05.2017
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	Σ / 1197 / 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



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.

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:



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1. Στην περιγραφή του προϊόντος «ΣΙΡΟΠΙ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΓΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ ΓΡΙΠΗΣ», που προβάλλεται στη συσκευασία και στην ιστοσελίδα του, ο συνδυασμός των λέξεων «σιρόπι» και «υγείας» αφ' ενός 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. Επίσης, η υπόδειξη καταλληλότητας του προϊόντος που διατυπώνεται στην προϊοντική περιγραφή με τη δήλωση «κατάλληλο για περίοδο γρίπης», υποδηλώνει σύνδεση του εν λόγω προϊόντος με την πρόληψη / αντιμετώπιση / αγωγή / θεραπεία της γρίπης.

Η σύνδεση αυτή με βάση το ισχύον ρυθμιστικό πλαίσιο δεν είναι επιτρεπτή και επομένως εντοπίζεται παράβαση του άρθρου 1 του ΕΚΔ-Ε.

3. Οι ισχυρισμοί υγείας, που αναφέρονται στην ιστοσελίδα του προϊόντος
«Αντιμετωπίζει τα συμπτώματα της γρίπης και του κοινού κρυολογήματος».

«Ανακουφίζει από τη ρινική συμφόρηση, τον πονόλαιμο και το βήχα».

«Ενισχύει το ανοσοποιητικό σύστημα».

«Θωρακίζει τον οργανισμό».

«Βοηθάει στην απόχρεμψη των βλεννών».

«Έχει ισχυρή αντιοξειδωτική και αντιμικροβιακή δράση».

«Συμβάλλει στην προστασία του ανωτέρου αναπνευστικού»

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



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

συστατικά του:...» και έκρινε ότι η τροποποίηση αυτή δεν αντιμετωπίζει επαρκώς τα ζητήματα που προαναφέρονται.

4. Οι αναφορές επί της συσκευασίας «*health – flu period – γρίπη, καταρροή, συνάχι, ξηρός λαιμός, φλέματα*» 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 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 ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΓΙΑ ΠΕΡΙΟΔΟ ΓΡΙΠΗΣ 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.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.**

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



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.