

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5657

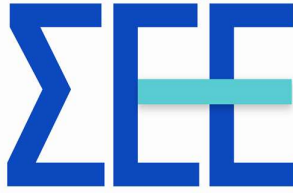
| | |
|---------------------|---|
| ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ | SOLID HAVAS / ΕΛΑΪΣ UNILEVER |
| ΘΕΜΑ | Διαφημιστική επικοινωνία «ARIEL POD» |

| | |
|---|------------------------------|
| ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ | A / 5656 / 23.09.2021 |
| ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ (μέσω τηλεδιάσκεψης) | 30.09.2021 |
| ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ | A / 5657 / 04.10.2021 |

| | | |
|----------------------|---|--|
| ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ | Ε. ΣΙΣΑΜΗ Σ. ΜΕΛΙΣΣΑΡΗΣ Α. ΠΛΩΤΑ Β. ΑΓΝΙΑΔΗ Ν. ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ | ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ |
| ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ | Π. ΜΠΟΥΚΑΣ Δ. ΣΟΥΡΛΑΣ Κ. ΑΛΙΦΡΑΓΚΗ Α. ΜΟΥΣΑΤΟΥ Ε. ΒΙΚΟΝΟΠΟΥΛΟΥ Μ. ΧΑΜΑΛΕΛΛΗΣ Α. ΓΡΙΜΠΑ Ν. ΤΙΜΜΕΡΜΑΝΣ | SOLID HAVAS ΕΛΑΪΣ UNILEVER ΕΛΑΪΣ UNILEVER ΕΛΑΪΣ UNILEVER GREY ATHENS PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE |
| ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΕΣ | Χ. ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΒΛΑΧΟΣΤΕΡΓΙΟΥ Κ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΥ Σ. ΡΟΥΣΟΓΙΑΝΝΑΚΗ Κ. ΑΝΑΣΤΑΣΟΠΟΥΛΟΥ | ΕΛΑΪΣ UNILEVER ΕΛΑΪΣ UNILEVER ΕΛΑΪΣ UNILEVER PROCTER & GAMBLE PROCTER & GAMBLE |

| | |
|-------------|-----------------------------------|
| ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ | ΕΔΕΕ – ΣΔΕ – ΕΣΡ – Γ.Γ.ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ |
|-------------|-----------------------------------|

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 κρίνει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών και των περιορισμών στις συναθροίσεις εξαιτίας της πανδημίας COVID 19, η Επιτροπή συνεδρίασε μέσω τηλεδιάσκεψης.

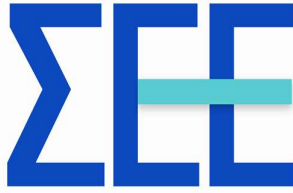
Σύμφωνα με όσα συζητήθηκαν αναλυτικά κατά τη συνεδρίαση, τα συγκριτικά τεστ που πραγματοποιούνται με σκοπό να εντοπίσουν τη διαφορά στην αποτελεσματικότητα των δύο απορρυπαντικών, περιλαμβάνουν πλήθος τεχνικών παραμέτρων (όπως, τον αριθμό των επιλεγμένων λεκέδων, το είδος τους – απλοί έναντι δύσκολων, συχνοί έναντι σπάνιων, με προεργασία ή χωρίς, κ.άλ.), οι οποίες προφανώς επηρεάζουν τα αποτελέσματα των συγκριτικών αυτών δοκιμών.

Η Επιτροπή διαπίστωσε ότι σύμφωνα με το τεστ του έγκυρου ανεξάρτητου εργαστηρίου Eurofins, που διενεργήθηκε με βάση τα κοινά αποδεκτά πρωτόκολλα της AISE (στην οποία συμμετέχουν Procter & Gamble και Unilever) από τους 14 λεκέδες που ορίζονται από την AISE (και επομένως έχουν συμφωνηθεί και από τις δύο πλευρές), σε 6 υπερτερεί το διαφημιζόμενο προϊόν Ariel Pods έναντι του Skip Υγρό, σε 5 λεκέδες υπερτερεί το Skip Υγρό έναντι του Ariel Pods και σε 3 λεκέδες έχουν ισάξιο αποτέλεσμα.

Κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, η εικόνα αυτού του εργαστηριακού αποτελέσματος δεν αποτυπώνει σε καμία περίπτωση ισχυρή υπεροχή του Ariel Pods έναντι του Skip Υγρό.

Αξιολογώντας την υπό κρίση διαφημιστική επικοινωνία, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η τελική αίσθηση που δημιουργείται από το σύνολο των στοιχείων της επικοινωνίας, δηλαδή από τον ισχυρισμό «περισσότερη καθαριστική δύναμη», από την εξίσωση της μίας ταμπλέτας Ariel Pods με τις δύο – πλήρως γεμάτες – μεζούρες Skip Υγρό (όπως αυτή αποδίδεται οπτικά και λεκτικά) και από την υπόσχεση επιστροφής χρημάτων, είναι αυτή της απόλυτης και ξεκάθαρης υπεροχής του Ariel Pods στην αποτελεσματικότητα, ενώ παράλληλα είναι πιθανό να προκληθεί και η εσφαλμένη εντύπωση ότι οικονομικά συμφέρει περισσότερο η χρήση του Ariel Pods έναντι του Skip Υγρό.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο υπό έλεγχο ισχυρισμός «*περισσότερη καθαριστική δύναμη*», όπως και ο προσδιορισμός «*τουλάχιστον*» στη φράση «*Χρειάζονται τουλάχιστον 2 δόσεις...*» δεν τεκμηριώθηκαν επαρκώς, ενέχουν υπερβολή, μπορεί να οδηγήσουν σε παραπλάνηση, προσκρούουν στα άρθρα 5, 8 και 11 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν αναλόγως.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Επιπλέον η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι ισχυρισμοί «*Το ξέρατε ότι ένα μόνο ARIEL POD αφαιρεί δύσκολους λεκέδες το ίδιο καλά όσο και δύο δόσεις από το πρώτο σε πωλήσεις υγρό απορρυπαντικό;*», «*Χρειάζονται τουλάχιστον 2 δόσεις από το πρώτο σε πωλήσεις ανταγωνιστικό υγρό απορρυπαντικό για να έχει την ίδια απόδοση στην αφαίρεση λεκέδων με 1 ARIEL All in 1 Mountain Spring PODS*» και «*Αν δεν μείνετε ικανοποιημένοι σας επιστρέφουμε τα χρήματα σας*», στο βαθμό που συνδέονται με τη δήλωση υπεροχής «*περισσότερη καθαριστική δύναμη*» επίσης προκαλούν την ίδια παραπλανητική και υπερβολική εντύπωση υπεροχής, κατά παράβαση του άρθρου 5 του ΕΚΔ-Ε.

Η προθεσμία για τις απαραίτητες τροποποιήσεις αποφασίσθηκε σε 3 ημέρες για την τηλεοπτική επικοινωνία και για τις digital ενέργειες, σε 7 ημέρες για τα φυλλάδια και σε 10 ημέρες για τα stands.

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.**

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.