

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5959

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΓΙΩΤΗΣ / SOLID HAVAS
ΘΕΜΑ	Διαφημιστική επικοινωνία «HEALTHY HABITS (3) ΜΑΡΜΕΛΑΔΕΣ & ΜΠΑΡΕΣ (ΑΡΧΙΚΟ VIDEO)»

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5950 / 17.06.2026
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	24.06.2026
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 5959 / 29.06.2026

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Λ. ΒΙΤΟΥΛΑΔΙΤΟΥ Α. ΚΟΥΚΙΑΣ Β. ΠΑΠΠΑ Σ. ΜΕΛΙΣΣΑΡΗΣ Κ. ΧΟΥΠΗ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ	Μ. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Α.Ε. Α. ΤΣΙΡΩΝΗΣ Χ. ΧΟΧΛΑΚΙΔΟΥ Θ. ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Ε. ΚΑΡΚΩΝΗ Γ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ Μ. ΜΥΓΙΑΚΗΣ Σ. ΠΑΠΑΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ	ΓΙΩΤΗΣ ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ FCB ΓΝΩΜΗ SOLID HAVAS HEALTHY HABITS HAVAS ENGAGE ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ
ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΕΣ	Ι. ΚΑΠΑΪΤΖΗ	ΓΙΩΤΗΣ

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, συνεδρίασε και εξέτασε την υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου, προκειμένου να κρίνει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Η Επιτροπή αξιολόγησε τον ισχυρισμό «Οι συσκευασίες είναι γυρισμένες από πίσω. Ξέρεις γιατί; Ξέρεις γιατί; Γιατί δεν έχουν τίποτα να κρύψουν. Έχουνε μόνο λίγα και αγνά συστατικά. Βασικά αυτά που θα δεις και από μπροστά.» και έκρινε ομόφωνα ότι η συγκεκριμένη διατύπωση δημιουργεί την εντύπωση ότι τα προϊόντα της HEALTHY HABITS χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη διαφάνεια σε σχέση με άλλα προϊόντα της αγοράς.

Κατά την κρίση της Επιτροπής, ο ισχυρισμός υποδηλώνει εμμέσως ότι άλλα προϊόντα της αγοράς ενδεχομένως αποκρύπτουν στοιχεία, ή δεν γνωστοποιούν με τον ίδιο διαφανή τρόπο πληροφορίες σχετικά με τη σύνθεσή τους, οδηγώντας έτσι σε έμμεση συγκριτική και απαξιωτική αναφορά προς τα ανταγωνιστικά προϊόντα.

Η Επιτροπή έλαβε υπόψη ότι η πλήρης αναγραφή των συστατικών στις συσκευασίες των προϊόντων αποτελεί νομοθετική υποχρέωση για το σύνολο των επιχειρήσεων του κλάδου των τροφίμων και, ως εκ τούτου, ο υπό κρίση ισχυρισμός οδηγεί σε αδικαιολόγητη αμφισβήτηση της διαφάνειας των ανταγωνιστικών προϊόντων, ενώ παράλληλα επικοινωνεί υπεροχή των διαφημιζόμενων προϊόντων, χωρίς να τεκμηριώνεται σχετική διαφοροποίηση.

Για τους λόγους αυτούς, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία των προϊόντων HEALTHY HABITS ΜΑΡΜΕΛΑΔΕΣ & ΜΠΑΡΕΣ προσκρούει στα άρθρα 4, 5, 11 και 12 του ΕΚΔ-Ε και – δεδομένου ότι, όπως δηλώθηκε από την εγκαλούμενη πλευρά, η προβολή της έχει σταματήσει – δεν μπορεί να προβληθεί εκ νέου, ως έχει.

Τονίζεται ότι στο πλαίσιο της εφαρμογής της παρούσας απόφασης, η επικοινωνία αυτή πρέπει να αποσυρθεί από τα social media στα οποία έχει ήδη δημοσιευθεί από την εταιρεία.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στο άρθρο 13.Ζ του Κανονισμού της ΠΕΕΕ. Τονίζεται ότι με βάση το ίδιο άρθρο, η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν αναστέλλει την ισχύ της παρούσας.**

Οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και εφαρμόζονται στο πλαίσιο των κανόνων της αυτορρύθμισης 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, δύναται να εφαρμοστεί το Άρθρο 10 του Κανονισμού.

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.