



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 3994

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	McCANN ERICKSON, COCA COLA / 3Ε
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “LIFE”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 3988 / 12.06.2009
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	18.06.2009
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 3994 / 19.06.2009

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Φ. ΝΙΚΟΛΟΓΙΑΝΝΗ Γ. ΝΙΚΟΠΟΥΛΟΣ Α. ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΡΑ Α. ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ Μ. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Χ. ΠΑΡΙΑΝΟΣ Γ. ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΗΣ Μ. ΠΑΡΟΥΣΗΣ Α. ΚΛΑΨΗΣ Ρ. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΚΥΔΩΝΑΚΗ Ε. ΛΗΜΝΙΟΥΔΗ Π. ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗ Σ. ΚΟΥΒΕΛΗΣ	McCANN ERICKSON COCA COLA / 3Ε COCA COLA / 3Ε COCA COLA / 3Ε SPOT THOMPSON VIVARTIA ABEE VIVARTIA ABEE VIVARTIA ABEE VIVARTIA ABEE

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας, έλαβε υπόψη της την αίτηση ελέγχου που υποβλήθηκε, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν.

Σχετικά με τον ισχυρισμό «φρεσκοστυμμένο», η Πρωτοβάθμια Επιτροπή:

Α. Έλαβε υπόψη της ότι στον ελληνικό Κώδικα Τροφίμων και Ποτών δεν προβλέπεται μέχρι σήμερα τέτοια κατηγορία χυμών και άρα δεν υπάρχουν διατάξεις που να ορίζουν σαφώς τους όρους και τις



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

προϋποθέσεις παραγωγής τους ή/και τους κανόνες που πρέπει να διέπουν την επικοινωνία τους (συσκευασία, διαφήμιση κλπ.)

Β. Ομόφωνα έκρινε ότι η επικρατούσα και ισχυρά εγκατεστημένη μέχρι σήμερα αντίληψη του καταναλωτή για το τι θεωρείται «φρεσκοστυμμένος χυμός» είναι ο χυμός που στύβεται και καταναλώνεται αμέσως, χωρίς καμία άλλη διαδικασία (ελεγχόμενες συνθήκες στο περιβάλλον, ειδική συσκευασία κλπ).

Με βάση τα παραπάνω αλλά και όσα δηλώθηκαν για την παραγωγική διαδικασία που ακολουθείται στο συγκεκριμένο προϊόν και λαμβάνοντας υπόψη ότι το τελικό κριτήριο για το χαρακτηρισμό μιας διαφήμισης ως παραπλανητικής είναι «... ο πιθανός κίνδυνος παραπλάνησης του καταναλωτή έστω και ως αποτέλεσμα φευγαλέας και αβασάνιστης εντύπωσης του», η Επιτροπή αποφάσισε ομόφωνα ότι η ελεγχόμενη επικοινωνία προσκρούει στο άρθρο 5.2.α του ΕΚΔ-Ε επειδή περιέχει δηλώσεις και οπτικές παραστάσεις που είτε άμεσα είτε έμμεσα, με παραλείψεις, με διφορούμενα ή με υπερβολικούς ισχυρισμούς μπορούν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή σχετικά με τις ιδιότητες και την αξία του προϊόντος.

Συγκεκριμένα, ο συνδυασμός των διατυπώσεων «ένας ειδικός για να διαλέξει τα καλύτερα πορτοκάλια κι ένας στίφτης», «αυτά αρκούν για ένα φρεσκοστυμμένο χυμό», «έτσι ακριβώς φτιάχνουμε το νέο LIFE», «κάθε μέρα στύβουμε στο Άργος τα καλύτερα πορτοκάλια και φέρνουμε κοντά σας το χυμό τους, χωρίς καμιά επεξεργασία» με τα οπτικά στοιχεία (πορτοκάλι που κόβεται από το δέντρο, στίφτης, στύψιμο με το χέρι σε εξωτερικό χώρο κλπ) δημιουργούν εντυπώσεις και συνειρμούς τελείως διαφορετικούς από τη διαδικασία που ακολουθείται τελικώς, με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος ο καταναλωτής να διαμορφώσει αντίληψη για τις ιδιότητες και την αξία του προϊόντος που δεν ανταποκρίνονται στα δεδομένα.

Η Επιτροπή αποφάσισε ότι οι τροποποιήσεις στην ελεγχόμενη επικοινωνία πρέπει να γίνουν άμεσα.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον κανονισμό της ΠΕΕΕ (άρθρο 9, παρ.ε). Επισημαίνεται ότι, βάσει του κανονισμού της ΠΕΕΕ (άρθρο 6, παρ.α), η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό χαρακτήρα**.

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.