



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 4288**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	FCB / ΓΝΩΜΗ, Σ.Κ. ΤΖΟΝΣΟΝ ΕΛΛΑΣ
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>“HARPIC HYGIENIC”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 4275 / 09.07.2010
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	15.07.2010
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A / 4288 / 16.07.2010</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Υ. ΚΟΣΜΕΤΑΤΟΥ Α. ΚΑΡΑΔΗΣ Ν. ΤΖΙΜΕΑ Φ. ΑΠΟΣΤΟΛΙΔΟΥ Δ. ΚΑΚΟΥΛΙΔΗ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Γ. ΒΑΚΟΝΔΙΟΣ Ε. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Μ. ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΗ  Χ. ΣΑΡΡΗ Α. ΚΡΙΕΜΠΑΡΔΗΣ Α. ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ	FCB / ΓΝΩΜΗ Σ.Κ. ΤΖΟΝΣΟΝ ΕΛΛΑΣ Σ.Κ. ΤΖΟΝΣΟΝ ΕΛΛΑΣ  EURO RSCG ΡΕΚΙΤ ΜΠΕΝΚΙΖΕΡ ΕΛΛΑΣ ΡΕΚΙΤ ΜΠΕΝΚΙΖΕΡ ΕΛΛΑΣ

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, έλαβε υπόψη της την αίτηση ελέγχου, εξέτασε την υπό έλεγχο επικοινωνία και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν καθώς και όσα αναπτύχθηκαν κατά τη συζήτηση.

Αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέονται με θέματα υγιεινής και υγείας να αντιμετωπίζεται με ιδιαίτερη προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα να παραπλανήσουν τους καταναλωτές με ενδεχόμενες συνέπειες για την υγεία τους.

Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό, αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η Επιτροπή έκρινε ότι ο ισχυρισμός «...με το *HARPIC Hygienic* δε χρειάζεται να αγγίξετε όλα αυτά τα μικρόβια» είναι πιθανό να οδηγήσει τον καταναλωτή στο εσφαλμένο συμπέρασμα ότι χρησιμοποιώντας το διαφημιζόμενο προϊόν μπορεί κατά την αλλαγή μπλοκ τουαλέτας να αποφύγει εντελώς την επαφή με όλα τα μικρόβια, γεγονός που δεν τεκμηριώθηκε κατά τη διαδικασία.

Επίσης, η Επιτροπή σημειώνει ότι η παραπάνω παραπλανητική εντύπωση εντείνεται λόγω του ότι στο οπτικό μέρος της επικοινωνίας δεν είναι επαρκώς σαφές και ευκρινές ότι το προϊόν διαθέτει άγκιστρο για την τοποθέτηση και στήριξη του στη λεκάνη και επομένως ο καταναλωτής χρειάζεται να το αγγίξει για να το αφαιρέσει μετά τη χρήση του.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία είναι πιθανό να παραπλανήσει, προσκρούει στα άρθρα 3 και 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός 4 ημερών.

---

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον άρθρο 13.Ζ του Κανονισμού της ΠΕΕΕ. Επισημαίνεται ότι με βάση το ίδιο άρθρο η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν έχει ανασταλτικό αποτέλεσμα στην εφαρμογή της παρούσας.**

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.