



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5542

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΜΕΓΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “COCOON” Social Media

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5538 / 11.05.2020
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	20.05.2020
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 5542 / 25.05.2020

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Υ. ΚΟΣΜΕΤΑΤΟΥ Χ. ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΜΠΑΡΔΙΣΜΠΑΝΙΑΝ Σ. ΜΕΛΙΣΣΑΡΗΣ Ν. ΜΙΚΑΙΤΣ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ (ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗ)	Λ. ΒΙΤΟΥΛΑΔΙΤΟΥ Δ. ΒΙΤΟΥΛΑΔΙΤΟΥ Α. ΓΚΟΥΣΚΟΥ Χ. ΜΠΕΡΤΣΗ Γ. ΤΖΕΖΑΝΑΣ Δ. ΛΩΛΗΣ Θ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΔΗΣ	ΜΕΓΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΜΕΓΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΜΕΓΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΜΕΓΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ REVOC REVOC DIGIBIZ ADVERTISING

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 αίτηση ελέγχου και έλαβε υπ’ όψιν της τα επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν και από τις δύο πλευρές, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών και των περιορισμών στις συναθροίσεις που έχουν επιβληθεί εξαιτίας της επιδημίας του COVID 19, η Επιτροπή συνεδρίασε μέσω τηλεδιάσκεψης.

Διαπιστώνοντας ότι το υπό έλεγχο υλικό αποτελείται από μεγάλο αριθμό ισχυρισμών / αναρτήσεων, που βρίσκονται σε διάφορα σημεία στα εταιρικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η Επιτροπή για την



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

αξιολόγηση τους έλαβε υπ' όψιν της το περιεχόμενο εντός τους οποίου αυτοί διατυπώνονται και τη συνολική εντύπωση που δημιουργείται.

Με βάση όσα αναλυτικά εξηγήθηκαν κατά τη συνεδρίαση, η Επιτροπή κάνει τις ακόλουθες αρχικές επισημάνσεις / παρατηρήσεις.

- Οι σερβιέτες Coccoon – λόγω των συστατικών τους και λόγω του τρόπου παραγωγής τους – διαθέτουν ορισμένα περιβαλλοντικά κριτήρια, βάσει των οποίων (όπως ειπώθηκε και από τις δύο πλευρές) μπορούν να χαρακτηρισθούν ως προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον.

- Ο σχεδιασμός προϊόντων με τέτοια κριτήρια συνιστά μία υπεύθυνη επιλογή που αποδεικνύει έμπρακτα ενδιαφέρον και φροντίδα για την προστασία του περιβάλλοντος. Όμως η φιλικότητα προς το περιβάλλον δεν εξασφαλίζει απαραίτητως άλλα, προϊόντικά χαρακτηριστικά, δηλαδή δεν συνεπάγεται, ούτε τεκμηριώνει φιλικότητα προς το δέρμα (απουσία ή/και βελτίωση δερματικών ερεθισμών), ούτε υπεροχή στην αποτελεσματικότητα του προϊόντος (απορροφητικότητα, ασφάλεια, άνεση, προστασία). Τα προϊόντικά αυτά χαρακτηριστικά θα πρέπει να τεκμηριώνονται με σχετικά κατάλληλα στοιχεία.

- Η με αρνητικό τρόπο παρουσίαση υλικών και μεθόδων παρασκευής άλλων σερβιετών – λόγω του ότι αυτές δεν πληρούν τα περιβαλλοντικά κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τις σερβιέτες Coccoon – μπορεί να προκαλέσει φόβο ή αμφιβολία για την ασφάλεια των ανταγωνιστικών αυτών προϊόντων, οδηγεί σε απαξίωση τους και δεν είναι θεμιτή.

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι οι ισχυρισμοί

1. *«η Coccoon είναι μια διαφορετική σερβιέτα, φτιαγμένη εξ ολοκλήρου από 100% βιολογικό βαμβάκι...Όχι μόνο στο κάλυμμα. Παντού!!!»*,

μπορεί να δημιουργήσει εσφαλμένες εντυπώσεις διότι δεν προσκομίσθηκαν στοιχεία που να τεκμηριώνουν επαρκώς ότι το διαφημιζόμενο προϊόν αποτελείται από βιολογικό βαμβάκι και μόνο.

2. *«βάζω τέρμα στα πλαστικά και στα χημικά...από την επιδερμίδα μου...»* και

«πολλές γυναίκες...υποφέρουν από ερεθισμούς στην ευαίσθητη περιοχή...που προκαλούνται κυρίως από τα χημικά και τα πλαστικά που χρησιμοποιούνται στις κοινές σερβιέτες. Σε αντίθεση με τις κοινές σερβιέτες, οι Coccoon...»,

αφ' ενός δεν τεκμηριώθηκαν επαρκώς καθώς δεν προσκομίσθηκαν στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι οι Coccoon δεν περιέχουν στη σύνθεσή τους πλαστικά και χημικά και αφ' ετέρου είναι πιθανό να δημιουργήσουν αναίτια φόβο και ανησυχία για άλλα προϊόντα, αφού δεν αποδείχθηκε ότι η ύπαρξη αυτών των στοιχείων οδηγεί απαραίτητα σε μη ασφαλή προϊόντα. Επίσης, η υπόσχεση ότι με τις



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

σερβιέτες Cocom οι γυναίκες μπορούν να απαλλαγούν από δερματικούς ερεθισμούς, δεν μπορεί να τεκμηριωθεί επαρκώς από το βιολογικό σχεδιασμό του προϊόντος και μόνο, ενώ δεν προσκομίσθηκαν άλλα στοιχεία για την απόδειξη του.

3. *«μόνο το βιολογικό βαμβάκι είναι ελεύθερο από χημικά και φυτοφάρμακα»*,

αφ' ενός δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς καθώς δεν προσκομίσθηκαν στοιχεία που να αποδεικνύουν την ακρίβεια του ισχυρισμού και αφ' ετέρου είναι πιθανό να δημιουργήσει αναίτια φόβο και ανησυχία για άλλα προϊόντα, αφού δεν αποδείχθηκε ότι η ύπαρξη αυτών των στοιχείων οδηγεί απαραίτητα σε μη ασφαλή προϊόντα. Εξάλλου, όπως προέκυψε κατά τη συνεδρίαση, προϊόντα της μάρκας Everyday διαθέτουν πιστοποίηση Oeko-Tex Standard 100, σύμφωνα με την οποία τα εν λόγω προϊόντα είναι απαλλαγμένα από βλαβερά χημικά και φυτοφάρμακα.

4. *«επιλέγουμε φυσικά προϊόντα που προστατεύουν την υγεία μας»*,

είναι γενικός, αόριστος, υπερβολικός, αυθαίρετος ισχυρισμός που μπορεί να παραπλανήσει, διότι δεν προσκομίσθηκαν σχετικά στοιχεία που να τεκμηριώνουν ότι η «φυσικότητα» μίας σερβιέτας οδηγεί σε προστασία της υγείας. Όπως αναφέρθηκε ήδη, η φιλική προς το περιβάλλον σερβιέτα δεν συνεπάγεται και την προστασία της υγείας της καταναλώτριας που θα τη χρησιμοποιήσει.

5. *«συνθετικές σερβιέτες ή Cocom; Τόλμησε την αλλαγή. Δοκίμασε τις Cocom. Νιώσε τη διαφορά»* και *«πολλές οι προσφορές στο ράφι αλλά όλες συνθετικές. Μόνο η Cocom είναι φτιαγμένη εξ' ολοκλήρου από βιολογικό βαμβάκι και τίποτα άλλο. Νιώσε τη διαφορά»*,

μπορεί να προκαλέσουν εσφαλμένες εντυπώσεις στις καταναλώτριες, α) επειδή ομαδοποιούν όλες τις άλλες σερβιέτες ως συνθετικές, γεγονός που δεν είναι ακριβές αφού είναι δεδομένο ότι υπάρχουν στην αγορά σερβιέτες όπως οι Everyday Sensitive με υφασμάτινο κάλυμμα, β) επειδή δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς ότι οι σερβιέτες Cocom είναι φτιαγμένες εξ' ολοκλήρου από βαμβάκι και γ) επειδή δεν αποδείχθηκε με κατάλληλα στοιχεία ότι η σερβιέτα από βαμβάκι και μόνο υπερτερεί των άλλων σε προϊόντικά χαρακτηριστικά (άνεση, απορροφητικότητα, ασφάλεια κλπ) όπως επικοινωνείται με το μήνυμα «νιώσε τη διαφορά».

6. *«7 στις 10 γυναίκες προτιμούν τις Cocom»*,

δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς διότι από την προσκομισθείσα μελέτη δεν προκύπτει προτίμηση των γυναικών στις σερβιέτες Cocom, αφού καταρχάς οι Cocom δεν είχαν συμπεριληφθεί στις σερβιέτες που ελέγχθηκαν στη μελέτη. Επιπλέον, η σύγκριση που έγινε μεταξύ των σερβιέτων που ελέγχθηκαν (με οργανικό βαμβάκι έναντι κοινών συνθετικών) αφορούσε μόνο στη παράμετρο της αντίδρασης του



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

δέρματος (βελτίωση ερεθισμών) και όχι στην προτίμηση των γυναικών, που επηρεάζεται από ένα σύνολο παραμέτρων (απορροφητικότητα, προστασία κ.αλ.).

8. *«μεγάλη βελτίωση στα προβλήματα ευαίσθητης επιδερμίδας...»*,

δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς διότι στη μελέτη που προσκομίσθηκε για την υποστήριξη του δεν συμπεριλαμβάνονται οι σερβιέτες Cocoon στα προϊόντα που ελέγχθηκαν και επομένως η οικειοποίηση των αποτελεσμάτων της είναι αυθαίρετη.

9. *«...έξτρα απορροφητική...»*

δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς καθώς δεν προσκομίσθηκε κανένα σχετικό στοιχείο.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι ανωτέρω υπό έλεγχο ισχυρισμοί, για τους λόγους που αναλυτικά εξηγήθηκαν, προσκρούουν στα άρθρα 5, 8, 11 και 12 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν εντός 2 ημερών.

Επισημαίνεται ότι οι τροποποιήσεις ισχυρισμών στα εταιρικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να εφαρμοστούν σε όποιο σημείο αυτοί εμφανίζονται, συμπεριλαμβανομένων και των παλαιότερων αναρτήσεων.

Αναφορικά με τους ισχυρισμούς

«γιατί οι σερβιέτες σου πρέπει να είναι από βιολογικό βαμβάκι, μάθε εδώ» και

«αλλάζουμε προτεραιότητες, συνήθειες και επιλογές. Επιλέγουμε Cocoon»

η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι στο βαθμό που συνδέονται με τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά του προϊόντος (και όχι με προϊόντικά χαρακτηριστικά και τη σύγκριση του με άλλα προϊόντα), δεν μπορεί να οδηγήσουν σε παραπλάνηση και δεν προσκρούουν στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Επίσης, ο ισχυρισμός *«...με εγγύηση»*, εφόσον συνδέεται με τη σχετική προσφορά επιστροφής χρημάτων (και δεν διατυπώνεται ως διαβεβαίωση προϊόντικής υπεροχής «θα νοιώσεις τη διαφορά με εγγύηση»), δεν οδηγεί σε παραπλάνηση και δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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 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.