



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1119

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	Καταναλωτής
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “JUNGLE FORMULA”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 1115 / 15.05.2016
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	24.05.2016
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	Σ / 1119 / 26.05.2016

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ν. ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ Λ. ΒΙΤΟΥΛΑΔΙΤΟΥ Π. ΜΠΟΛΛΑΣ Ζ. ΔΕΜΕΝΑΓΑ Ν. ΜΙΚΑΪΤΣ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Τ. ΠΕΤΡΑΚΟΥ Θ. ΤΣΑΤΣΗΣ Α. ΜΠΙΤΣΙΑΝΗ	SOHO SQUARE OMEGA PHARMA HELLAS OMEGA PHARMA HELLAS

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 επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου του καταναλωτή και έλαβε υπ’ όψιν της τα στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Καταρχάς η Επιτροπή επισημαίνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που σχετίζονται με θέματα προστασίας της υγείας να αντιμετωπίζεται με εξαιρετική προσοχή, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι λόγω έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων, τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα να παραπλανήσουν τους καταναλωτές. Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό, αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο ουσιαστικός και υπεύθυνος ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν κατά τη συνεδρίαση από την πλευρά OMEGA PHARMA / SOHO SQUARE, το διαφημιζόμενο προϊόν Jungle Formula είναι ένα απωθητικό σπρέι με αντικουνουπική δράση, που λόγω της σύνθεσής του απωθεί τα κουνούπια *Aedes aegypti* και *Aedes albopictus* (κουνούπι τίγρης), τα οποία είναι φορείς του ιού ΖΙΚΑ.

Από τα παραπάνω σαφώς προκύπτει ότι το προϊόν Jungle Formula δεν έχει κανενός είδους επίδραση επί του ιού ΖΙΚΑ και προκειμένου να αποφευχθεί τυχόν παρανόηση ή σύγχυση των καταναλωτών δε θα πρέπει στην επικοινωνία να υπάρχει ευθεία σύνδεση της δράσης του προϊόντος με τον εν λόγω ιό και επίσης η ονομασία ΖΙΚΑ θα πρέπει με σαφήνεια να αποδίδεται στον ιό και όχι στο κουνούπι.

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι οι ισχυρισμοί «*απωθεί το ΖΙΚΑ*», «*... προστασία ενάντια στον ιό ΖΙΚΑ*» και «*... αποτελεσματικότητα ενάντια στο κουνούπι ΖΙΚΑ*» μπορεί να οδηγήσουν σε σύγχυση ή / και παραπλάνηση, προσκρούουν στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν αναλόγως εντός 4 ημερών.

Τέλος, η Επιτροπή επισημαίνει ότι οι πληροφορίες που εμφανίζονται με *super* δεν πληρούν τις προδιαγραφές της Οδηγίας του ΣΕΕ σχετικά με τους κυλιόμενους και σταθερούς τίτλους, τόσο ως προς το μέγεθος όσο και ως προς την ταχύτητα ροής / διάρκεια παραμονής τους και ως εκ τούτου πρέπει να γίνουν οι ανάλογες τροποποιήσεις.

Επισημαίνουμε, για ενημέρωσή σας, ότι 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.

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.**



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Επισημαίνεται 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.