

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 1880

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΡΙΑ
ΘΕΜΑ	Διαφημιστική επικοινωνία «ELOGIS FORTE»

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 1873 / 20.05.2026
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	26.05.2026
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	Σ / 1880 / 29.05.2026

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Δ. ΜΑΡΚΟΥ Σ. ΕΥΘΥΜΙΟΥ Β. ΠΑΠΠΑ Α. ΦΟΥΝΤΟΥΛΗ	ΣΔΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΔΕ ΣΔΕ ΕΔΕΕ
----------------------	--	--------------------------------------

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.

Στη συνεδρίαση δεν παρέστη η αιτούσα τον έλεγχο καταναλώτρια, όπως είχε ενημερώσει. Επίσης, δεν παρέστη η υπεύθυνη για τη διαφημιστική επικοινωνία εταιρεία ELOGIS PHARMA, καίτοι προσκλήθηκε και ενημερώθηκε για όλες τις διαδικασίες εγκαίρως, σύμφωνα με όσα προβλέπονται στον Κανονισμό της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής. Κατόπιν αυτών, η Επιτροπή συνεδρίασε μέσω τηλεδιάσκεψης.

Εισαγωγικά, η Επιτροπή επισημαίνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών η επικοινωνία προϊόντων που συνδέεται με θέματα διατροφής και 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 ο ουσιαστικός και υπεύθυνος ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Α. Αρχικά, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι το διαφημιζόμενο προϊόν ανήκει στην κατηγορία των συμπληρωμάτων διατροφής, η διαφημιστική επικοινωνία των οποίων υπάγεται σε συγκεκριμένο ρυθμιστικό πλαίσιο και αποτελεί υποχρέωση του διαφημιζόμενου να αποδείξει ότι οι διαφημίσεις του είναι σύμφωνες με αυτό το πλαίσιο, ανεξάρτητα από τα ζητήματα που τίθενται με την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου.

Επισημαίνεται ότι η διαφημιστική επικοινωνία των συμπληρωμάτων διατροφής υπάγεται στο εξής ρυθμιστικό πλαίσιο:

- στην ΚΥΑ Υ1/Γ.Π.127962/03, σύμφωνα με την οποία (άρθρ. 6, παρ. 2) η επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση των συμπληρωμάτων διατροφής δεν πρέπει να αποδίδει στα προϊόντα αυτά ιδιότητες πρόληψης, αγωγής ή θεραπείας ανθρώπινης νόσου, ούτε να αναφέρει τέτοιες ιδιότητες,
- στον Κανονισμό (ΕΚ) 1924/2006, σύμφωνα με τον οποίο (άρθρ. 2, παρ.5) ορίζεται ότι ισχυρισμός υγείας είναι κάθε ισχυρισμός που δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχει σχέση μεταξύ μιας κατηγορίας τροφίμων, ενός τροφίμου ή ενός συστατικού και της υγείας.

Επιπλέον, στον ίδιο Κανονισμό (άρθρ.13, παρ.1) προβλέπεται ότι ισχυρισμοί υγείας οι οποίοι περιγράφουν ή αναφέρονται στο ρόλο μιας θρεπτικής ή άλλης ουσίας στην αύξηση, την ανάπτυξη και τις λειτουργίες του οργανισμού, επιτρέπονται εάν και μόνον εάν περιλαμβάνονται στον κατάλογο των επιτρεπόμενων ισχυρισμών υγείας του Κανονισμού (Ε.Ε.) 432/2012, ενώ διευκρινίζεται (άρθρ.10, παρ.3) ότι η αναφορά σε γενικά, μη προσδιοριζόμενα, ευεργετικά αποτελέσματα της θρεπτικής ουσίας ή του τροφίμου στο σύνολο της υγείας ή στην ευεξία ως αποτέλεσμα μιας καλής κατάστασης υγείας, επιτρέπεται να γίνεται μόνον εάν συνοδεύεται από ένα συγκεκριμένο ισχυρισμό υγείας, ο οποίος περιλαμβάνεται στον κατάλογο του Κανονισμού (Ε.Ε.) 432/2012.

Επίσης, η Επιτροπή έλαβε υπ' όψιν της ότι σύμφωνα με το ίδιο ρυθμιστικό πλαίσιο, ο εκάστοτε εγκεκριμένος ισχυρισμός υγείας θα πρέπει να αποδίδεται με σαφήνεια στο

συστατικό για το οποίο έχει εγκριθεί και όχι στο προϊόν, εφόσον βέβαια το συστατικό υπάρχει στο προϊόν στην απαιτούμενη από τους όρους χρήσης του Κανονισμού περιεκτικότητα.

Επιπροσθέτως, η διατύπωση των ισχυρισμών υγείας που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία οφείλει να έχει την ίδια ή με το ίδιο νόημα διατύπωση του εγκεκριμένου ισχυρισμού και επομένως άλλες γενικεύσεις, αναγωγές ή / και συμπερασματικές δηλώσεις δεν είναι επιτρεπτές.

Όπως προαναφέρθηκε η υπεύθυνη για τη διαφημιστική επικοινωνία εταιρεία ELOGIS PHARMA δεν παρέστη στη συνεδρίαση και ως εκ τούτου δεν προσκομίσθηκαν στην Επιτροπή στοιχεία που να τεκμηριώνουν ότι υπάρχει οποιοσδήποτε εγκεκριμένος ισχυρισμός υγείας για συστατικά του διαφημιζόμενου προϊόντος.

Σε κάθε περίπτωση πάντως, οι διατυπώσεις που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία δεν περιλαμβάνονται στον κατάλογο των επιτρεπόμενων ισχυρισμών.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή έκρινε ομόφωνα ότι στη διαφημιστική επικοινωνία του προϊόντος ELOGIS FORTE δεν επιτρέπεται να διατυπώνονται, άμεσα ή έμμεσα, ισχυρισμοί υγείας, ούτε υποσχέσεις για δράση και αποτελεσματικότητα του προϊόντος ως προς τη σεξουαλική επίδοση ή λειτουργία.

Κατά συνέπεια, οι δηλώσεις

- η φυτική κάψουλα του έρωτα για ενίσχυση στο σεξ
- ο ανδρισμός σας στα ύψη

δεν είναι επιτρεπτές υπό το ισχύον ρυθμιστικό πλαίσιο και ως εκ τούτου δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται.

Υπό αυτό το πρίσμα, η Επιτροπή έκρινε ότι και η οπτική αναπαράσταση άνδρα που εμφανίζεται να πετά ως υπερήρωας, λαμβάνοντας υπόψη τη συνολική θεματολογία της επικοινωνίας, μεταφέρει έμμεσα μήνυμα αυξημένης σεξουαλικής ικανότητας και υπεραπόδοσης, που ενόψει του προαναφερθέντος ρυθμιστικού πλαισίου δεν είναι επιτρεπτή.

Επιπλέον, η Επιτροπή έκρινε ότι η αναφορά στο «μπλε» χρώμα της κάψουλας, στο συγκεκριμένο διαφημιστικό πλαίσιο, δεν έχει ουδέτερο ή αμιγώς περιγραφικό χαρακτήρα. Αντιθέτως, λαμβάνοντας υπόψη την ευρέως γνωστή σύνδεση του μπλε χρώματος με γνωστό φαρμακευτικό προϊόν για τη στυτική δυσλειτουργία, η συγκεκριμένη αναφορά λειτουργεί ως σαφής υπαινιγμός σύνδεσης του διαφημιζόμενου προϊόντος με αντίστοιχη φαρμακευτική δράση, ενισχύοντας περαιτέρω την παραπλανητική εντύπωση αποτελεσματικότητας του διαφημιζόμενου συμπληρώματος διατροφής.

Με βάση τα παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η διαφημιστική επικοινωνία του προϊόντος ELOGIS FORTE προσκρούει στα άρθρα 1, 4.1, 5 και 6 των Γενικών Αρχών του ΕΚΔ-Ε καθώς και στις προβλέψεις του Παραρτήματος 8 – Περί Συμπληρωμάτων Διατροφής του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως, προκειμένου να είναι σύμφωνη με τον Κώδικα. Διευκρινίζεται ότι η τροποποίηση, με την απάλειψη όλων των μη επιτρεπόμενων ισχυρισμών, πρέπει να γίνει σε όλα τα μέσα και υλικά που αναπτύσσεται η επικοινωνία του προϊόντος, ακόμα και εάν δεν αναφέρονται όλα (τα υλικά και τα μέσα) στην αίτηση ελέγχου.

Β. Επίσης, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι οι πληροφορίες που εμφανίζονται με κυλιόμενους και σταθερούς τίτλους στην τηλεοπτική προβολή του προϊόντος δεν πληρούν τις προδιαγραφές της Οδηγίας του ΣΕΕ, ούτε ως προς το μέγεθος των γραμμάτων, ούτε ως προς τη διάρκεια εμφάνισης και επομένως δεν είναι ευανάγνωστες.

Για το λόγο αυτό, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό εντοπίζεται παράβαση του άρθρου 4.2 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να γίνουν οι ανάλογες τροποποιήσεις, προκειμένου η επικοινωνία να είναι σύμφωνη με τον Κώδικα και στο σημείο αυτό.

Η προθεσμία για τις τροποποιήσεις είναι δύο ημέρες για την τηλεόραση, ενώ για οποιαδήποτε άλλα μέσα τυχόν υπάρχουν, ισχύουν οι προθεσμίες όπως προβλέπονται στον Κανονισμό.

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.