



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ  
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Σ 677**

ΑΙΤΟΥΣΕΣ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (ΣΕΕ)
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “SIP &amp; SLIM COFFEE”</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	Σ / 652 / 16.09.2011
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	27.09.2011
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>Σ / 677 / 03.10.2011</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Τ. ΘΕΟΦΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Ν. ΑΔΡΙΑΝΟΠΟΥΛΟΣ Τ. ΘΕΟΔΩΡΟΠΟΥΛΟΥ Υ. ΚΟΣΜΕΤΑΤΟΥ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Ε. ΔΟΝΤΑ Λ. ΧΑΤΖΗΝΙΚΟΛΑΪΔΗ Γ. ΠΑΠΑΖΗΣΗΣ  Μ. ΜΙΧΟΣ Α. ΣΦΥΡΟΕΡΑΣ	ΣΕΕ ΣΕΕ ΣΕΕ  ΟΙΚΟΣHOPPING ΟΙΚΟΣHOPPING

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, έλαβε γνώση της αυτεπάγγελτης αίτησης ελέγχου και αξιολόγησε όλα τα στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση.

Σχετικά με το θέμα της δικαιοδοσίας της Επιτροπής να επιληφθεί του θέματος αυτού, που τέθηκε από την πλευρά ΟΙΚΟΣHOPPING, η Επιτροπή λαμβάνοντας υπ’ όψιν της το Ν 2251/1994 ομόφωνα έκρινε ότι η αξιολόγηση του υπό κρίση υλικού σαφώς εμπίπτει στην αρμοδιότητα της, όπως αυτή ορίζεται από το Ν 2863/2000 και τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας.

Καταρχάς η Επιτροπή θα ήθελε να επισημάνει 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



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

τρόπο αυτό, αναδεικνύεται αποτελεσματικά και ο ουσιαστικός και υπεύθυνος ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Ειδικότερα τις επικοινωνίες που υπόσχονται αδυνάτισμα η Επιτροπή τις αντιμετωπίζει με ιδιαίτερη ευαισθησία καθώς αυτό είναι ένα θέμα στο οποίο μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού είναι ευάλωτο και εύκολα μπορεί να παραπλανηθεί.

Συγκεκριμένα για την επικοινωνία του προϊόντος SIP & SLIM, η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι τόσο στο κείμενο των 2 τηλεοπτικών σποτ όσο και στη διαφήμιση του προϊόντος στην ιστοσελίδα της εταιρείας ΟΙΚOSHOPPING περιέχονται υπερβολικοί και ατεκμηρίωτοι ισχυρισμοί που μπορεί να παραπλανήσουν τον καταναλωτή ως προς τη δράση και αποτελεσματικότητα του προϊόντος.

Πρόκειται για φράσεις που δημιουργούν την εντύπωση ότι ο χρήστης του προϊόντος θα χάσει πολλά κιλά εύκολα και γρήγορα και κυρίως άκοπα και χωρίς καμία άλλη προσπάθεια – δίαιτα ή άσκηση.

Αντίθετα, από τα στοιχεία που προσκομίστηκαν προέκυψε ότι υπό ορισμένες προϋποθέσεις (που σχετίζονται με το αρχικό βάρος του καταναλωτή αλλά και με το συνολικό τρόπο ισορροπημένης διατροφής) το διαφημιζόμενο προϊόν, το οποίο ανήκει στην κατηγορία των αφεψημάτων, μπορεί να βοηθήσει στην προσπάθεια αδυνατίσματος, σε βάθος χρόνου.

Για τους λόγους αυτούς η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ισχυρισμοί όπως (ενδεικτικά) *«απαλαχθείτε από τα περιττά κιλά ... πίνοντας 2 απολαυστικά καφεδάκια»*, *«εάν θέλετε κι εσείς ο καφές που πίνετε να σας αδυνατίζει»*, *«πιείτε από 1-2 απολαυστικά καφεδάκια ... και δείτε το σώμα σας μέρα με τη μέρα πιο αδύνατο»*, *«επανάσταση στο αδυνάτισμα»* κ. άλ. δεν τεκμηριώθηκαν, μπορούν να οδηγήσουν σε εσφαλμένα συμπεράσματα τον καταναλωτή, προσκρούουν στα άρθρα 1, 3, 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν εντός 3 ημερών.

Επιπλέον, η Επιτροπή επισημαίνει ότι η αναφορά σε απώλεια συγκεκριμένου βάρους και σε ρυθμό απώλειας βάρους δεν είναι επιτρεπτή στην επικοινωνία με βάση τον Κανονισμό Ε.Κ. 1924/2006 και συνεπώς οι φράσεις *«χιλιάδες άνθρωπο έχασαν μέχρι και 20 κιλά»*, *«χάστε 20 κιλά σε 3 μήνες»* προσκρούουν στο άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν εντός 3 ημερών.

Επίσης, η Επιτροπή έκρινε ότι ισχυρισμοί που υπόσχονται ή υπαινίσσονται κάποια μεταβολή στη λειτουργία του οργανισμού όπως (ενδεικτικά) *«μείωση χοληστερόλης»*, *«ρύθμιση σωστού μεταβολισμού»*, *«περιορισμός της όρεξης»* δεν τεκμηριώθηκαν, μπορεί επίσης να οδηγήσουν σε



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

πλάνη ως προς τις πραγματικές ιδιότητες του προϊόντος, προσκρούουν στα άρθρα 1, 3, 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν εντός 3 ημερών.

Σχετικά με τις προσωπικές μαρτυρίες των ατόμων που εμφανίζονται στα τηλεοπτικά η Επιτροπή με βάση τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν (υπεύθυνες δηλώσεις) δεν αμφισβητεί την αυθεντικότητά τους εντούτοις έκρινε ότι δεν αποτελούν επώνυμες μαρτυρίες, αφού δεν αναφέρεται πλήρως το ονοματεπώνυμο και για το λόγο αυτό αποφάσισε ότι υπάρχει παραβίαση του άρθρου 13 του ΕΚΔ-Ε.

Τέλος, η Επιτροπή με βάση το άρθρο 10.Η του Κανονισμού και προκειμένου να διασφαλίσει αλλά και να βοηθήσει στην ορθή εφαρμογή της παρούσας απόφασης, αποφάσισε τυχόν τροποποίηση της επικοινωνίας SIP & SLIM να της υποβληθεί για έγκριση πριν τη μετάδοσή της. Η σχετική απόφαση θα ληφθεί εντός 3 ημερών από την υποβολή της τροποποιημένης επικοινωνίας στο ΣΕΕ.

---

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.