



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5281

ΑΙΤΟΥΣΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΦΑΓΕ
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “ΟΛΥΜΠΟΣ ΚΕΦΙΡ”

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5276 / 22.05.2017
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	29.05.2017
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 5281 / 01.06.2017

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Μ. ΠΑΠΑΠΟΛΥΖΟΥ Ε. ΒΙΚΟΝΟΠΟΥΛΟΥ Δ. ΞΥΝΟΤΡΟΥΛΙΑΣ Μ. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Γ. ΤΣΑΚΑΛΑΚΗΣ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Σ. ΣΠΥΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ Ν. ΔΡΑΜΙΤΙΝΟΣ Ρ. ΚΟΥΡΕΛΗ Κ. ΜΟΥΖΑΚΗ Μ. ΣΤΑΜΟΥΛΗ Α. ΑΘΑΝΑΣΟΥΛΑΣ Β. ΣΕΡΜΕΤΗ Ν. ΜΑΡΤΙΓΟΠΟΥΛΟΥ	ΦΑΓΕ ΦΑΓΕ ΦΑΓΕ ΦΑΓΕ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ McVICTOR & HAMILTON

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 στοιχεία και επιχειρήματα που αναπτύχθηκαν στη συνεδρίαση, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Α. Καταρχάς η Επιτροπή δέχθηκε τη δήλωση της εταιρείας ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ περί άμεσης, οριστικής και χωρίς όρους διακοπής της χρήσης της λέξης «γιαούρτι» από το σύνολο της διαφημιστικής επικοινωνίας του προϊόντος ΚΕΦΙΡ, σε όλα τα μέσα και υλικά.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Επομένως, οι υπό κρίση ισχυρισμοί: «... με όλα τα οφέλη του ΚΕΦΙΡ και σε γιαούρτι», «κεφίρ γιαούρτι», «το κεφίρ γιαούρτι αποτελεί μία ακόμη καινοτόμα ιδέα της ΟΛΥΜΠΟΣ στην κατηγορία των γιαουρτιών» δεν αξιολογήθηκαν και σύμφωνα με τη δήλωση της εταιρείας πρέπει άμεσα να σταματήσουν να προβάλλονται.

Σημειώνεται ότι όπως δηλώθηκε έχει ήδη σταματήσει η προβολή των τηλεοπτικών spot και έχουν ήδη σταματήσει να προβάλλονται οι εν λόγω ισχυρισμοί στην εταιρική ιστοσελίδα.

Β. Η Επιτροπή έλαβε υπ' όψιν της ότι η διαφημιστική επικοινωνία του προϊόντος ΚΕΦΙΡ ΟΛΥΜΠΟΣ υπάγεται στις διατάξεις του Ευρωπαϊκού Κανονισμού 1924/2006 σύμφωνα με τον οποίο (αρθρ. 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 (αρθρ.13, παρ.1) προβλέπεται ότι επιτρέπονται οι ισχυρισμοί υγείας οι οποίοι περιγράφουν ή αναφέρονται στο ρόλο μιας θρεπτικής ή άλλης ουσίας στην αύξηση, την ανάπτυξη και τις λειτουργίες του οργανισμού και οι οποίοι περιλαμβάνονται στον κατάλογο των επιτρεπόμενων ισχυρισμών υγείας του Κανονισμού (Ε.Ε.) 432/2012., ενώ διευκρινίζεται (αρθρ.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, καθώς επίσης και ότι 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.

Με βάση τα παραπάνω η Επιτροπή έκρινε ότι οι ισχυρισμοί «το ΚΕΦΙΡ .. αποτελώντας πολύτιμο σύμμαχο για τον ανθρώπινο οργανισμό», «τώρα μπορείτε πλέον να απολαμβάνετε ... τις ευεργετικές του ιδιότητες», «η επίδραση του κεφίρ στην υγεία μας είναι ιδιαίτερα ευεργετική ... το κεφίρ ενισχύει την καλή λειτουργία του», καθώς και η αναφορά στο τηλεοπτικό με super σε «υγεία» και σε «ευεξία»,



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

υποδηλώνουν ότι η κατανάλωση του προϊόντος ΚΕΦΙΡ ΟΛΥΜΠΟΣ θα επιφέρει θετική επίδραση στην κατάσταση της υγείας και αποτελούν γενικούς ισχυρισμούς υγείας, οι οποίοι δεν είναι επιτρεπτοί, αφού δε συνοδεύονται από συγκεκριμένο εγκεκριμένο ισχυρισμό υγείας, όπως ορίζεται στο προαναφερθέν ρυθμιστικό πλαίσιο για την επικοινωνία των τροφίμων.

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο επικοινωνία στα σημεία που προαναφέρονται παραβιάζει το άρθρο 1 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Αναφορικά με τη διατύπωση *«αν και εσύ έχεις βάλει στόχο μια υγιεινή διατροφή με γεύση απολαυστική, ΚΕΦΙΡ ΟΛΥΜΠΟΣ»* η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η αναφορά στην υγιεινή διατροφή, στο πλαίσιο της συγκεκριμένης διατύπωσης, δεν αποτελεί ισχυρισμό υγείας και ότι επικοινωνεί το μήνυμα πως το διαφημιζόμενο προϊόν εντάσσεται στην κατηγορία εκείνων των τροφίμων που θεωρούνται «υγιεινά», γεγονός που δεν αμφισβητήθηκε ούτε από την εγκαλούσα πλευρά.

Κατά συνέπεια η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι στο σημείο αυτό δεν τίθεται θέμα παραβίασης των διατάξεων του ΕΚΔ-Ε.

Γ. Σχετικά με την επίκληση της καινοτομίας, ο ισχυρισμός *«το κεφίρ γιαούρτι αποτελεί μία ακόμη καινοτόμα ιδέα της ΟΛΥΜΠΟΣ στην κατηγορία των γιαουρτιών»* έχει ήδη διακοπεί λόγω του συσχετισμού του κεφίρ με την κατηγορία του γιαουρτιού, όπως προαναφέρθηκε.

Περαιτέρω, ο χαρακτηρισμός *«καινοτόμα ιδέα»* αναφορικά με το κεφίρ, κρίθηκε κατά πλειοψηφία ότι δεν μπορεί να τεκμηριωθεί δεδομένου ότι το κεφίρ είναι ένα γνωστό εδώ και αιώνες προϊόν, όπως συνομολογούν αμφότερες οι πλευρές κι επομένως καινοτομία σχετικά με αυτό, γενικά, αόριστα και χωρίς άλλους προσδιορισμούς (όπως π.χ. σχετικά με τη μορφή του προϊόντος) δεν ευσταθεί.

Για το λόγο αυτό η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε ότι η διατύπωση *«το ΚΕΦΙΡ (γιαούρτι) αποτελεί μία καινοτόμα ιδέα της ΟΛΥΜΠΟΣ (στην κατηγορία των γιαουρτιών)»* είναι υπερβολικός, προσκρούει στα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως.

Η προθεσμία για την τροποποίηση της επικοινωνίας στα σημεία που δεν έχει ήδη γίνει αποφασίσθηκε σε δύο ημέρες για όλα τα μέσα και για τη συσκευασία σε 45 ημέρες.

Επισημαίνουμε 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



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.**

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.