



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Αστροναυτών 19 – Μαρούσι, Τηλ.: 210-6899.331/2, Fax.: 210-6895.711

ΑΠΟΦΑΣΗ
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΑΙΤΩΝ ΕΠΑΝΕΛΕΓΧΟ	UNILEVER HELLAS ΑΕΒΕ & LOWE ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε. PROCTER & GAMBLE ΕΛΛΑΣ ΕΠΕ & ΑΔΕΛ ΕΤΑΙΡΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ Α.Ε.
ΘΕΜΑ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ “ARIEL” (ταινίες 99” – 7.11.03 / 59” – 18.11.03) / 97”-14.11.03

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΠΑΝΕΛΕΓΧΟΥ	B/580/10.12.03 B/581/10.12.03 B/582/15.12.03 B/583/15.12.03	
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	13.01.2004	
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	B/584/16.01.2004	

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Γ.ΓΑΔ
ΤΖ. ΚΟΥΚΟΥΜΕΛΗ
ΧΡ. ΧΟΛΛΑΚΙΔΟΥ
ΒΑΓΓ. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗΣ
Μ. ΑΝΔΡΕΔΑΚΗ
ΑΝΤ. ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΙΔΗΣ
ΒΑΓΓ. ΜΩΡΑΪΤΗΣ
Κ. ΚΙΜΠΟΥΡΟΠΟΥΛΟΣ
Ν. ΜΠΙΛΙΡΗΣ

ΥΠ. ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (γ.γ. ΚΑΤΑΝ/ΤΩΝ)
KRAFT FOODS
FCB / ΓΝΩΜΗ
GEO-YOUNG & RUBICAM
ΙΝΚΑ
ΕΙΗΕΑ
ΕΙΤΗΣΕΕ
ΕΙΡΑ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ

Θ. ΜΑΣΟΥΛΑΣ
Γ. ΒΛΑΣΣΟΠΟΥΛΟΣ
KEES DONKER
JAMES NAAS
Α. ΜΑΧΑΙΡΑ
Κ. ΓΚΑΜΗΛΙΑΡΗ
Κ. ΧΗΝΟΠΟΥΛΟΥ

ΝΟΜΙΜΟΣ ΕΚΠΡ. UNILEVER ΕΛΛΑΣ
ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΣΥΜΒ. UNILEVER ΕΛΛΑΣ
ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΣΥΜΒ. UNILEVER ΕΛΛΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ LOWE
LOWE
LOWE
LOWE



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Αστροναυτών 19 – Μαρούσι, Τηλ.: 210-6899.331/2, Fax.: 210-6895.711

Γ. ΑΡΤΙΝΟΣ	MARKETING DIRECTOR P&G
Ν. ΛΟΥΚΑΪΤΗΣ	ΝΟΜΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ P&G
Λ. ΤΖΕΚΑΚΗ	ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ P&G
DAVID CUMMING	ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ P&G
Τ. ΚΙΟΥΣΟΠΟΥΛΟΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ADEL

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ

ΜΕΛΗ ΠΕΕΕ	Δ. ΛΩΛΗΣ	ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ
	ΦΛ. ΝΙΚΟΛΟΓΙΑΝΝΗ	CNF ADVERTISING
	Ν. ΜΑΝΩΛΑ	ΤΡΟΦΕΚΛΕΚΤ MASTERFOODS
	Τ. ΘΕΟΦΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	ALECTOR

ΕΔΕΕ
ΣΔΕ
ΕΣΡ
MEDIA SERVICES

Η Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας, αξιολόγησε τα στοιχεία και τα επιχειρήματα που παρουσιάστηκαν κατά τη διαδικασία κρίσης των αιτήσεων επανελέγχου της LOWE ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε. Β/580/10.12.03 & Β/581/10.12.03 και της ΑΔΕΛ ΕΤΑΙΡΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ Α.Ε. Β/582/15.12.03 & Β/583/15.12.03 για λογαριασμό των πελατών τους UNILEVER ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ και PROCTER & GAMBLE ΕΛΛΑΣ ΕΠΕ αντίστοιχα και αφορούσαν στις από 26.11.2003 αποφάσεις της ΠΕΕΔ σχετικά με τις συγκεκριμένες διαφημίσεις του προϊόντος ARIEL (ταινίες 99", 59" & 97").

Η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι τα αναφερόμενα και στις τέσσερις παραπάνω αιτήσεις επανελέγχου, αλλά και όσα αναπτύχθηκαν προφορικά και γραπτά κατά τη διαδικασία, χαρακτηρίζουν τις περιπτώσεις ως συναφείς.

Για το λόγο αυτό, για να αποφευχθούν επαναλήψεις στη διατύπωση των αποφάσεων, αλλά κυρίως για να αποφευχθούν παρανοήσεις και παρερμηνείες, αποφάσισε να εκδώσει ενιαία απόφαση που να καλύπτει συνολικά τα αιτήματα και των τεσσάρων προσφυγών.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Αστροναυτών 19 – Μαρούσι, Τηλ.: 210-6899.331/2, Fax.: 210-6895.711

Η Επιτροπή αξιολογώντας τη βασική ιδέα (concept) της προβολής του ARIEL, όπως εκφράζεται και αποδίδεται στα παραπάνω διαφημιστικά spots, δέχθηκε ότι η συγκριτική αυτή διαφήμιση του προϊόντος μπορεί να χρησιμοποιεί το shaker demo σαν μία ιστορικά και συχνά χρησιμοποιούμενη μέθοδο παρουσίασης ιδιοτήτων και σχετικής αποτελεσματικότητας.

Περαιτέρω, η Επιτροπή έκρινε ομόφωνα ότι η ατμόσφαιρα των κρινόμενων διαφημίσεων, σε συνδυασμό με τη μεγάλη διάρκεια ορισμένων spots, ενέχει υπερβολή και παραπλανά ως προς την υπεροχή του ARIEL έναντι ανταγωνιστικών προϊόντων στο σύνολο των λεκέδων. Αυτό ενισχύεται και από την, χωρίς κανένα δισταγμό, έκφραση σχολίων των νοικοκυρών που γενικεύουν την υπεροχή του στο σύνολο της πλύσης των ρούχων – με οποιοδήποτε λεκέ και με οποιοδήποτε συνθήκες και με οποιοδήποτε απορρυπαντικό – στο πλυντήριο.

Η Επιτροπή ακόμη έκρινε ότι ο λεκές «παγωτό σοκολάτα», αντιμετωπίζεται με επιτυχία από το ARIEL, κάτι όμως το οποίο δεν αποδείχθηκε συγκριτικά για το σύνολο των λεκέδων, και πάντως δεν μπορεί να ταυτίζεται με το λεκέ σοκολάτα ή οποιοδήποτε άλλο συχνά εμφανιζόμενο λεκέ.

Πιο συγκεκριμένα, οι φράσεις «...βλέπω ότι έχετε αγοράσει ένα κοινό απορρυπαντικό, θα θέλατε να το συγκρίνουμε με το νέο ARIEL...» και «...θα συγκριθεί με τα άλλα απορρυπαντικά...» μπορεί να οδηγήσουν τον καταναλωτή στην αντίληψη ότι η σύγκριση αφορά όλα τα απορρυπαντικά. Ως εκ τούτου προσκρούει στα άρθρα 2 και 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί.

Εξ άλλου φράσεις όπως «...έξι κουταλιές. Εμένα θα μου επιτρέψετε να βάλω μόνο μία...» ενέχουν υπερβολή και δημιουργούν εσφαλμένες εντυπώσεις για την αποτελεσματικότητα ορισμένων ανταγωνιστικών προϊόντων που εμμέσως δυσφημούνται (άρθρο 7) και άρα πρέπει να τροποποιηθούν.



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αστροναυτών 19 – Μαρούσι, Τηλ.: 210-6899.331/2, Fax.: 210-6895.711

Για τους λόγους αυτούς

Η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι η ελεγχόμενη επικοινωνία στις παραπάνω αναφερόμενες ταινίες πρέπει να τροποποιηθεί στα σημεία που υποδεικνύονται εντός 7 ημερών.

Επίσης, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η νέα εκδοχή της επικοινωνίας, με τις σχετικές τροποποιήσεις, πρέπει να υποβληθεί σε μορφή storyboard ή σε άλλη μορφή, πριν τη μετάδοση της, ώστε εντός 2 το πολύ ημερών να αποφασίσει, δια περιφοράς, για τη συμμόρφωση με την απόφασή της.