



# Παράρτημα 4 Διαφημίσεις Ζύθου

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΜΠΥΡΑΣ

### ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Η εμπορική επικοινωνία για προϊόντα ζύθου, ανεξάρτητα από το μέσο του χρησιμοποιείται (τύπος, ηλεκτρονικά μέσα, αφίσες, συσκευασίες, προωθητικό υλικό, χορηγίες ή άλλες ενέργειες προβολής) πρέπει να είναι σύμφωνη με τις ισχύουσες διατάξεις του ΕΚΔ-Ε και ειδικότερα πρέπει

- Να είναι νόμιμη, ευπρεπής, έντιμη, αληθής και σύμφωνη με τις αρχές του θεμιτού ανταγωνισμού και της σωστής συναλλακτικής πρακτικής.
- Να δημιουργείται με αίσθημα κοινωνικής ευθύνης και να βασίζεται στις αρχές της καλής πίστης.
- Να μην είναι ανήθικη ή να υποτιμά την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και ακεραιότητα.

### Κατάχρηση Άρθρο 1

- α. Η στρατηγική της επικοινωνίας της μπίρας πρέπει να δίνει έμφαση στη λελογισμένη κατανάλωση και όχι στην κατάχρηση.
- β. Η εμπορική επικοινωνία των προϊόντων μπίρας δεν πρέπει να ενθαρρύνει την υπερβολική και χωρίς μέτρο κατανάλωση ούτε να αποδίδει αρνητικά χαρακτηριστικά στην εγκράτεια ή αποχή.
- γ. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να υιοθετεί οποιαδήποτε σχέση με επιθετική, βίαιη, επικίνδυνη ή αντικοινωνική συμπεριφορά.

### Νεαρά άτομα (κάτω των 17 ετών) Άρθρο 2

- α. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να απευθύνεται ειδικά σε άτομα νεαρής ηλικίας ή να εμφανίζει ανηλίκους να καταναλώνουν μπίρα.
- β. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να προβάλλεται από ΜΜΕ που απευθύνονται αποκλειστικά σε νεανικό κοινό.

### Οδήγηση Άρθρο 3

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να παρουσιάζει με κανένα τρόπο την κατανάλωση μπίρας σε συνδυασμό με οδήγηση μηχανοκίνητων οχημάτων οποιουδήποτε είδους.

### Εργασιακός χώρος Άρθρο 4

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να συνδέει την κατανάλωση μπίρας με το χειρισμό εργασιακών μηχανημάτων ή άλλων επικίνδυνων εργασιακών δραστηριοτήτων ή συνθηκών.

### Θέματα υγείας Άρθρο 5

- α. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να εμφανίζει την κατανάλωση μπίρας ως μέθοδο πρόληψης, αντιμετώπισης ή θεραπείας ασθενειών ή άλλων παθολογικών καταστάσεων.
- β. Η εμπορική επικοινωνία μπορεί να αναφέρεται στα ανώτερα επιτρεπτά από το νόμο όρια κατανάλωσης ποτού που περιέχει αλκοόλ σαν ένδειξη λογικής και υπεύθυνης κατανάλωσης.

### Επιδόσεις Άρθρο 6

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να δημιουργεί την εντύπωση ότι η κατανάλωση μπίρας αυξάνει τη νοητική ικανότητα ή τις φυσικές επιδόσεις.

### Κοινωνική / Σεξουαλική καταξίωση Άρθρο 7

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να δημιουργεί την εντύπωση ότι η κατανάλωση μπίρας είναι προαπαιτούμενο για κοινωνική ή σεξουαλική επιτυχία.

### Δειγματισμός\* Άρθρο 8

Απαγορεύεται ο δειγματισμός σε άτομα νεαρής ηλικίας.

\*Ο δειγματισμός περιλαμβάνει και γευστικές δοκιμές.

**Αρχικό 2005**



Υπεύθυνη **επικοινωνία** που ξεκινά  
από την **αυτορρύθμιση.**