



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5614**

ΑΙΤΟΥΣΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	CENTER PLUS SA
<b>ΘΕΜΑ</b>	<b>ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ</b> <b>«ΦΙΛΤΡΑ ΝΕΡΟΥ CAMELOT»</b> tvc 3,08' με ημερομηνία 1 <sup>ης</sup> εμφάνισης 27.02.2021

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5608 / 09.04.2021
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ (μέσω τηλεδιάσκεψης)	19.04.2021
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A / 5614 / 21.04.2021</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ε. ΣΙΣΑΜΗ Γ. ΑΝΑΣΤΑΣΙΑΔΗΣ Θ. ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Χ. ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΥ Α. ΠΑΠΑΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΣΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ	Ι. ΓΙΩΤΗΣ Ν. ΚΟΣΜΙΔΗΣ Δ.Μ. ΜΟΥΓΚΑΣΗ  Ι. ΒΕΝΙΕΡΗΣ Κ. ΜΙΧΟΣ	CENTER PLUS CENTER PLUS CENTER PLUS  Κ. ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ & ΣΙΑ Ε.Ε. Κ. ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ & ΣΙΑ Ε.Ε.

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ	ΕΔΕΕ – ΣΔΕ – ΕΣΡ – Γ.Γ.ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
-------------	-----------------------------------

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 υποβλήθηκαν και από τις δύο πλευρές, προκειμένου να αξιολογήσει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Διευκρινίζεται ότι οι αρμοδιότητες των Επιτροπών του ΣΕΕ προσδιορίζονται επακριβώς στο Καταστατικό του ΣΕΕ και στον Κανονισμό τους και δεν καλύπτουν την εξέταση νομικών θεμάτων.

Λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών και των περιορισμών στις συναθροίσεις, που έχουν επιβληθεί εξαιτίας της πανδημίας Covid 19, η Επιτροπή συνεδρίασε μέσω τηλεδιάσκεψης και έλαβε γνώση των απόψεων, των επιχειρημάτων και όλων των στοιχείων που και οι δύο πλευρές υπέβαλαν στο ΣΕΕ γραπτώς, μέσω email.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Εισαγωγικά, η Επιτροπή επισημαίνει ότι αποτελεί πάγια θέση του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας και των Επιτροπών, η επικοινωνία προϊόντων που συνδέεται με θέματα διατροφής, υγείας και ασφάλειας να αντιμετωπίζεται με αυξημένη προσοχή και υπευθυνότητα, πέραν της καθιερωμένης διαφημιστικής δεοντολογίας, δεδομένου ότι λόγω έλλειψης εξειδικευμένων γνώσεων, τυχόν ασαφείς, ελλιπείς ή υπερβολικοί ισχυρισμοί μπορούν εύκολα να παραπλανήσουν τους καταναλωτές, με ενδεχόμενες συνέπειες για την υγεία και την ασφάλειά τους. Με τον τρόπο αυτό, αφ' ενός παρέχεται υψηλό επίπεδο προστασίας στους καταναλωτές σε τέτοιου είδους ευαίσθητα θέματα και αφ' ετέρου αναδεικνύεται ο ουσιαστικός και υπεύθυνος ρόλος που διαδραματίζει η διαφημιστική λειτουργία στην ενημέρωση της κοινής γνώμης.

Αναφορικά με τον υπό έλεγχο ισχυρισμό «...40 χρόνια πρώτοι στο καθαρό νερό», ο οποίος αξιολογείται ως προς τη δήλωση «πρωτιάς», η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι συνιστά ισχυρισμό υπεροχής, που επικοινωνεί στον καταναλωτή το μήνυμα ότι η διαφημιζόμενη εταιρεία κατέχει την πρώτη θέση στην αγορά των φίλτρων νερού. Ο ισχυρισμός αυτός είναι μετρήσιμος και επαληθεύσιμος με αντικειμενικά συγκριτικά στοιχεία μεταξύ των δραστηριοποιούμενων στη σχετική αγορά εταιρειών. Επειδή τέτοια στοιχεία δεν προσκομίσθηκαν από την ελεγχόμενη πλευρά, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι ο υπό κρίση ισχυρισμός «...40 χρόνια πρώτοι στο καθαρό νερό» δεν τεκμηριώθηκε επαρκώς, προσκρούει στο άρθρο 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί.

Αναφορικά με τους υπό κρίση ισχυρισμούς «... και θα σας προσφέρουμε πάντα το καθαρότερο και υγιεινότερο νερό» και «... θα έχετε ένα χρόνο την ανώτερη ποιότητα καθαρού, υγιεινού νερού», η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι συνιστούν συγκριτικούς ισχυρισμούς απόλυτης υπεροχής, που επικοινωνούν το μήνυμα ότι το νερό που φιλτράρεται από τα διαφημιζόμενα φίλτρα CAMELOT είναι πιο καθαρό, πιο υγιεινό και ποιοτικά ανώτερο σε σχέση με οποιοδήποτε άλλο νερό μπορεί να έχει στη διάθεση του ο καταναλωτής. Η Επιτροπή ομόφωνα έκρινε ότι οι υπό έλεγχο προϊόντικοί ισχυρισμοί δεν τεκμηριώθηκαν επαρκώς διότι δεν προσκομίσθηκαν κατάλληλα συγκριτικά στοιχεία αντικειμενικών μετρήσεων, από τα οποία να προκύπτει σαφώς ότι το φιλτραρισμένο με φίλτρα CAMELOT νερό είναι το καθαρότερο – το υγιεινότερο – το ανώτερης ποιότητας νερό, όπως με απόλυτο τρόπο διατυπώνεται στην υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία. Οι πιστοποιήσεις και βραβεύσεις που επικαλείται η ελεγχόμενη προς τεκμηρίωση των παραπάνω ισχυρισμών, αφορούν – όπως η ίδια η ελεγχόμενη



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

εξήγησε – στην καταλληλότητα, στην ποιότητα και στην ασφάλεια των φίλτρων νερού CAMELOT και κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής δεν αποδεικνύουν τους προαναφερθέντες συγκριτικούς ισχυρισμούς.

Για τους λόγους αυτούς η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι ισχυρισμοί «... και θα σας προσφέρουμε πάντα το καθαρότερο και υγιεινότερο νερό» και «... θα έχετε ένα χρόνο την ανώτερη ποιότητα καθαρού, υγιεινού νερού», δεν τεκμηριώθηκαν επαρκώς, μπορεί να οδηγήσουν σε παραπλάνηση, προσκρούουν στα άρθρα 5 και 8 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθούν.

Ως προς την προβολή των πιστοποιητικών και βραβεύσεων, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι αφού πρόκειται για πιστοποιήσεις και βραβεύσεις που έχει λάβει η ελεγχόμενη εταιρεία ή και τα διαφημιζόμενα προϊόντα, η απεικόνιση τους στην υπό κρίση διαφημιστική επικοινωνία δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Περαιτέρω, η Επιτροπή, σύμφωνα με το άρθρο 8.Στ του Κανονισμού και λαμβάνοντας υπ' όψιν της τις προηγούμενες Αποφάσεις της (Σ 1028 / 29.09.2014, Α 5043 / 19.03.2015, Α 5530 / 13.03.2020 και Α 5534 / 01.04.2021), αξιολόγησε αυτεπάγγελτα το αναφερόμενο στην υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία λεκτικό, που έχει ως εξής: «...(νερό)... χωρίς φυτοφάρμακα, χλώριο, ίνες αμιάντου, μόλυβδο, πλαστικοποιητές, φαρμακευτικές ουσίες, μικροοργανισμούς και άλλα».

Η Επιτροπή τονίζει ότι το νερό είναι ένα κοινό αγαθό, ζωτικής σημασίας για τον άνθρωπο, απαραίτητο και αναντικατάστατο για την καθημερινή διατροφή και επιβίωση, το οποίο – ακριβώς λόγω της σημασίας του – ελέγχεται ως προς την καταλληλότητα του από αρμόδιες προς τούτο κρατικές αρχές. Ο χαρακτηρισμός του νερού, έστω και εμμέσως, ως επικίνδυνου για την υγεία και η – γενικευμένη και με απόλυτο τρόπο διατυπούμενη – αμφισβήτηση της καταλληλότητας του για χρήση, στο πλαίσιο μίας διαφημιστικής επικοινωνίας με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων οποιουδήποτε προϊόντος, παραβιάζει ευθέως τους κανόνες δεοντολογίας που έχει υιοθετήσει η διαφημιστική αγορά, για την εξασφάλιση υπεύθυνης επικοινωνίας με τους καταναλωτές.

Η Επιτροπή εν προκειμένω ομόφωνα έκρινε ότι η παραπάνω διατύπωση είναι πιθανό να δημιουργήσει γενικευμένο φόβο και ανησυχία, αλλά και εσφαλμένες εντυπώσεις σχετικά με την ασφάλεια του νερού, καθώς υπονοεί ότι το νερό που καταναλώνουν οι καταναλωτές – αν δεν φιλτραριστεί με τα διαφημιζόμενα φίλτρα CAMELOT – μπορεί να περιέχει όλες αυτές τις βλαβερές ουσίες που αναφέρονται.



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ανεξάρτητα από την αποτελεσματικότητα των διαφημιζόμενων φίλτρων νερού CAMELOT και ανεξάρτητα από τυχόν προβλήματα στην ποιότητα του νερού από διαφορετικές περιοχές / πηγές, η προσέγγιση αυτή, προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο στόχος της εμπορικής προώθησης του διαφημιζόμενου προϊόντος, βρίσκεται σε αντίθεση με τις αρχές της διαφημιστικής δεοντολογίας.

Ως εκ τούτου, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι οι ισχυρισμοί «...(νερό)... χωρίς φυτοφάρμακα, χλώριο, ίνες αμιάντου, μόλυβδο, πλαστικοποιητές, φαρμακευτικές ουσίες, μικροοργανισμούς και άλλα» παραβιάζουν τα άρθρα 1.2, 1.3, 3.1, 4.2 και 5.1 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να σταματήσουν να προβάλλονται.

Τέλος, η Επιτροπή επισημαίνει την επαναλαμβανόμενη αντιδεοντολογική πρακτική της εταιρείας Camelot International Health Organization, η οποία και στο παρελθόν έχει διατυπώσει στις διαφημιστικές επικοινωνίες των προϊόντων της ανάλογο περιεχομένου ισχυρισμούς περί ακαταλληλότητας ή και επικινδυνότητας του νερού (της βρύσης και εμφιαλωμένου), οι οποίοι και έχουν κριθεί ότι παραβιάζουν τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε (σύμφωνα με τις Σ 1028 / 29.09.2014, Α 5043 / 19.03.2015 και Α 5530 / 13.03.2020 Αποφάσεις του ΣΕΕ).

Κατόπιν όλων των παραπάνω, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία CAMELOT πρέπει άμεσα (εντός 2 ημερών) από την κοινοποίηση της παρούσης να σταματήσει να προβάλλεται ως έχει. Διευκρινίζεται ότι οι αναφερόμενοι στην παρούσα ισχυρισμοί πρέπει να τροποποιηθούν σε όποια και σε κάθε διαφημιστική επικοινωνία τυχόν εμφανίζονται.

Επίσης, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 8.Z του Κανονισμού, ότι η νέα εκδοχή της επικοινωνίας CAMELOT πρέπει να της υποβληθεί για έγκριση πριν την εμφάνισή της, προκειμένου να αποφευχθούν ενδεχόμενες παρερμηνείες και να διαπιστωθεί η σωστή εφαρμογή της παρούσης.

Η σχετική Απόφαση θα ληφθεί το αργότερο εντός 3 ημερών από την υποβολή της τροποποιημένης επικοινωνίας στο ΣΕΕ.

---



#### ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

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.**

Οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και πρέπει να εφαρμόζονται 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, 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.