



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**  
**ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5798**

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΣΕΒΓΑΠ)
ΘΕΜΑ	<b>Διαφημιστική επικοινωνία</b> <b>«ALPRO»</b>

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A 5796 / 02.06.2023
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	12.06.2023
<b>ΗΜ/ΝΙΑ &amp; ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>	<b>A / 5798 / 15.06.2023</b>

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Α. ΠΛΩΤΑ Α. ΓΑΛΑΝΟΠΟΥΛΟΥ Σ. ΜΕΛΙΣΣΑΡΗΣ Η. ΜΑΒΙΔΗΣ Β. ΠΑΠΠΑ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ	Χ. ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ Ε. ΚΑΡΑΚΙΤΣΟΥ Τ. ΜΑΓΔΑΛΗΝΟΥ Κ. ΣΕΦΤΕΛΗ  Β. ΜΕΡΤΙΚΟΠΟΥΛΟΥ Μ. ΣΠΑΝΟΥ Δ. ΜΑΥΡΟΜΑΤΗ Ε. ΙΩΑΝΝΟΥ	ΣΕΒΓΑΠ MAGNET ΣΕΒΓΑΠ ΣΕΒΓΑΠ  NUMIL HELLAS ΑΕ NUMIL HELLAS ΑΕ NUMIL HELLAS ΑΕ NUMIL HELLAS ΑΕ
ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΕΣ	Π. ΣΠΕΝΤΖΟΥΡΗ Ι. ΑΡΓΥΡΗ MARK ARIS ΙΟΛΗ ΠΑΠΑΔΕΡΟΥ Π. ΠΑΓΩΝΗ	NUMIL HELLAS ΑΕ NUMIL HELLAS ΑΕ 4WISE MONKEYS 4WISE MONKEYS 4WISE MONKEYS

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

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, συνεδρίασε και εξέτασε την υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου, προκειμένου να κρίνει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Κατά την αξιολόγηση της υπό έλεγχο διαφημιστικής επικοινωνίας, δηλώθηκε ότι το διαφημιζόμενο προϊόν έχει τη νόμιμη ονομασία «Alpro Ρόφημα βρώμης με προσθήκη ασβεστίου και βιταμίνης D», ενώ η Επιτροπή έλαβε υπόψη της τα εξής:

A. Το κύριο οπτικό πεδίο της συσκευασίας είναι το σημείο εκείνο που βλέπει ο καταναλωτής με την πρώτη ματιά, κατά το χρόνο της αγοράς του προϊόντος και στο οποίο είθισται (και σχεδόν πάντα συμβαίνει) να αναγράφεται το όνομα του προϊόντος / εμπορική ονομασία (brandname).

B. Στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας (κύριο οπτικό πεδίο) του υπό έλεγχο διαφημιζόμενου προϊόντος αναγράφεται η φράση «Σσσσ... ΑΥΤΟ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΓΑΛΑ», με τρόπο τέτοιο που η λέξη «ΓΑΛΑ» (το πρώτο Α έχει αντικατασταθεί από μία λευκή σταγόνα) εμφανίζεται πολύ μεγαλύτερη από όλες τις υπόλοιπες, έχει κυρίαρχη θέση επί του συνόλου της όψης αυτής και είναι το στοιχείο με τη μέγιστη επικοινωνιακή βαρύτητα.

Γ. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκομίσθηκαν από φυσικά καταστήματα super market (όπως στις ειδικές ετικέτες όπου αναγράφεται η ονομασία, τιμή του προϊόντος κ.α.), αλλά και από επισκόπηση σε αρκετά online καταστήματα τροφίμων, προέκυψε ότι από την αγορά η φράση «Σσσσ... ΑΥΤΟ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΓΑΛΑ» θεωρείται και χρησιμοποιείται ως ονομασία για το εν λόγω προϊόν.

Δ. Στην εταιρική ιστοσελίδα της εταιρείας Alpro το προϊόν εμφανίζεται στην ενότητα products ακολουθούμενο από τη διατύπωση «δεν είναι γάλα» ([www.alpro.com/gr/products/den-einai-g-la](http://www.alpro.com/gr/products/den-einai-g-la)) που ενισχύει την εντύπωση ότι αυτή αποτελεί την ονομασία του προϊόντος.

Με βάση όλα τα παραπάνω η Επιτροπή κατέληξε στην κρίση ότι η φράση «Σσσσ... ΑΥΤΟ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΓΑΛΑ» χρησιμοποιείται από την εταιρεία και από την αγορά, αλλά κυρίως εκλαμβάνεται από τους καταναλωτές, ως η ονομασία του προϊόντος.

Περαιτέρω, η Επιτροπή έκρινε ότι η χρήση της λέξης «ΓΑΛΑ», όταν περιλαμβάνεται σε φράση που εκλαμβάνεται, σύμφωνα με τα ανωτέρω, ως ονομασία του προϊόντος, συσχετίζει άμεσα και αναπόφευκτα το εν λόγω προϊόν με το γάλα και είναι πιθανό να δημιουργεί την εσφαλμένη εντύπωση ή σύγχυση σε μέρος των καταναλωτών ότι το διαφημιζόμενο προϊόν είναι (ίσως) υποκατάστατο γάλακτος ή/και ότι διαθέτει διατροφικές ιδιότητες ή και άλλες αξίες παρόμοιες με αυτές του γάλακτος.

Κατά την κρίση της Επιτροπής, με το συσχετισμό που δημιουργείται από την ύπαρξη της λέξης «ΓΑΛΑ» στην εκλαμβανόμενη ονομασία του προϊόντος (ακόμη και με τη διατύπωση «ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΓΑΛΑ»), το διαφημιζόμενο προϊόν δανείζεται χαρακτηριστικά από την πλούσια αξιακά κατηγορία του γάλακτος, τα οποία δεν αντιστοιχούν στα προϊόντα της κατηγορίας των φυτικών ροφημάτων.



## ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Για τους λόγους αυτούς, η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο φράση «Σσασσ... ΑΥΤΟ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΓΑΛΑ», όταν υπέχει θέση ονομασίας του προϊόντος (εν προκειμένω στη συσκευασία) και με τον τρόπο που εμφανίζεται, μπορεί να προκαλέσει λανθασμένες εντυπώσεις για το διαφημιζόμενο προϊόν, προσκρούει στο άρθρο 5 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως προκειμένου η επικοινωνία να είναι σύμφωνη με τον Κώδικα.

Σημειώνεται ότι η παραπάνω φράση, όταν συνιστά απλό διαφημιστικό ισχυρισμό του προϊόντος, δεν έχει την ίδια επικοινωνιακή λειτουργία, ούτε το ίδιο επικοινωνιακό αποτέλεσμα και επομένως η εμφάνιση της ως απλό claim στο πλαίσιο της διαφημιστικής προβολής του προϊόντος δεν αντιβαίνει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Αναφορικά με την τηλεοπτική επικοινωνία, η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε ότι – κατά τα λοιπά – δεν προσκρούει στις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε, διότι τόσο το λεκτικό όσο και η εικόνα προβάλλουν τις χρήσεις του διαφημιζόμενου προϊόντος χωρίς κατά την κρίση της να εντοπίζονται στοιχεία που μπορεί να δυσφημίσουν το γάλα ή να οδηγήσουν σε παραπλάνηση.

Τέλος, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι η πληροφορία που εμφανίζεται στα video με σταθερό τίτλο δεν πληροί τις προδιαγραφές της Οδηγίας του ΣΕΕ ως προς το μέγεθος των γραμμάτων κι επομένως δεν είναι ευανάγνωστη και για το λόγο αυτό εντοπίζεται παράβαση του άρθρου 3 του ΕΚΔ-Ε.

Ως προς τις προθεσμίες για τις απαραίτητες τροποποιήσεις, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η προθεσμία για την τροποποίηση της συσκευασίας είναι 3 μήνες (δηλαδή μέχρι 15/09/2023). Η ονομασία του προϊόντος (σύμφωνα με όσα αναλυτικά εξηγήθηκαν παραπάνω) μπορεί επικοινωνιακά να συνεχίσει να προβάλλεται (όπως, μέσω της εμφάνισης της συσκευασίας) σύμφωνα με τις προθεσμίες που προβλέπονται στον Κανονισμό (στην τηλεόραση για 3 ημέρες, στην ιστοσελίδα και σε digital υλικά για 5 ημέρες), ενώ η επικοινωνία – εφόσον τροποποιηθεί η παρουσία της υπό εξέταση συσκευασίας – μπορεί να συνεχιστεί και μετά από αυτές τις προθεσμίες.

---



#### 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 αναστέλλει την ισχύ της παρούσας.

Οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και εφαρμόζονται στο πλαίσιο των κανόνων της αυτορρύθμισης 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, δύναται να εφαρμοστεί το Άρθρο 10 του Κανονισμού.

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.