

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	Μ.Θ., καταναλώτρια
Θέμα	Διαφημιστική Επικοινωνία Jumbo
MME	Τηλεόραση & Ραδιόφωνο
Ημερομηνία Συζήτησης	Τρίτη 4 Σεπτεμβρίου 2012 στις 13.30
Ημερομηνία Απόφασης	Πέμπτη 6 Σεπτεμβρίου 2012
Σύνθεση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής	Μάριος Σιακαλλής / Fairways / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου – Πρόεδρος Ελένη Ζαμπέλα / Universal Life / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Ειρήνη Καραολή / DeLeMa McCann Erickson / Σύνδεσμος Διαφήμισης – Επικοινωνίας Κύπρου Φραντσέσκα Αυγουστή / Φιλελεύθερος Μάρκος Καλλής / Ομοσπονδία Εργοδοτών & Βιομηχάνων Γιάγκος Χατζηγιάννης / Cyprus Institute of Marketing

Διαφημίσεις:

Αντικείμενο συζήτησης αποτέλεσε η τηλεοπτική και ραδιοφωνική καμπάνια για τα σχολικά είδη των Jumbo και συγκεκριμένα το εύρημα «Ρουφά το Μπαλόني». Οι πρωταγωνιστές της καμπάνιας παρουσιάζονται να εισπνέουν από μπαλόνια που περιέχουν ήλιο και στη συνέχεια να προβάλλουν τα σχολικά είδη που διατίθενται στα Jumbo, μιλώντας με αλλοιωμένη φωνή. Η προτροπή σε τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά σποτ είναι: «Ρουφάμε και τα λέμε, λέμε. Ρουφάμε και τα λέμε».

Θέμα:

Το παράπονο αφορά στις βλαβερές επιπτώσεις που έχει η εισπνοή ηλίου σε συνδυασμό με το γεγονός ότι παιδάκια που είδαν την καμπάνια θέλουν να κάνουν το ίδιο.

Απάντηση:

Ο κ. Χρήστος Σαββίδης, Managing Director της Ledra Advertising, διαφημιστικής εταιρείας του Jumbo στην Κύπρο έστειλε email στον ΦΕΔ με το οποίο ενημέρωνε ότι:

«Σας ενημερώνω ότι δεν θα συμμετάσχουμε στη παρούσα διαδικασία με την οποία διαφωνούμε κάθετα, τόσο επί της ουσίας όσο και επί της διαδικασίας.

Σας είχαμε ενημέρωση ότι τόσο εγώ όσο και ο πελάτης απουσιάζαμε στο εξωτερικό και ότι δεν θα είμαστε σε θέση να παραβρεθούμε σήμερα προετοιμασμένοι και ταυτόχρονα σας ενημερώσαμε ότι το έλλογο Πρόγραμμα θα σταματούσε την Τετάρτη 5.9.2012.
Με επιφύλαξη των δικαιωμάτων μας».

Απόφαση:

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή κατέληξε **ομόφωνα** στα εξής:

Κατ' αρχήν η Επιτροπή επιθυμεί να εκφράσει την απογοήτευσή της για τη μη συμμετοχή της εγκαλούμενης πλευράς στη διαδικασία. Η μη συμμετοχή δεν συμβάλλει στη διαδικασία της αυτοδέσμευσης που στοχεύει, μεταξύ άλλων, στη διαφύλαξη της αξιοπιστίας του διαφημιστικού λόγου και στην προστασία του διαφημιστικού κλάδου γενικότερα από έξωθεν παρεμβάσεις. Αν και αντιλαμβανόμαστε το πολύ σφικτό χρονικό πλαίσιο που ο ίδιος ο κλάδος όρισε για την εξέταση παραπόνων, ο Κανονισμός της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής ορίζει με σαφήνεια δύο περιπτώσεις (άρθρο 5 β & γ) που η εγκαλούμενη πλευρά μπορεί να επικαλεστεί ώστε να μετατεθεί χρονικά η εξέταση ενός παραπόνου. Οι δύο αυτές περιπτώσεις τέθηκαν υπόψη της εγκαλούμενης πλευράς, η οποία δεν τις αξιοποίησε. Επισημαίνει επίσης ότι υπάρχει η δυνατότητα κατάθεσης γραπτού υπομνήματος, σε περίπτωση αδυναμίας παρουσίας στη συνάντηση.

Όσον αφορά στην ουσία της αίτησης ελέγχου, η Επιτροπή θεωρεί ότι θέματα τα οποία αφορούν στην ασφάλεια και στην αποφυγή βλάβης σε παιδιά πρέπει να αντιμετωπίζονται με ιδιαίτερη ευαισθησία και εξαιρετική προσοχή.

Η εν λόγω καμπάνια από πλευράς δημιουργικού περιεχομένου φαίνεται να απευθύνεται σε ενήλικες. Όμως αφορά ένα brand name (Jumbo) που ενδιαφέρει ιδιαίτερα τα παιδιά, προβάλλει προϊόντα που κατά κύριο λόγο και την κοινή λογική χρησιμοποιούν παιδιά (σχολικά) και μεταδίδεται καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας. Συνεπώς είναι πολύ πιθανό να έρθει στην προσοχή των παιδιών. Όπως αναφέρεται στο Παράρτημα «Διαφημίσεις και Παιδιά», ο τρόπος που τα παιδιά αντιλαμβάνονται και αντιδρούν στις διαφημίσεις επηρεάζεται από την ηλικία, την εμπειρία τους και το πλαίσιο στο οποίο εμφανίζεται το μήνυμα. Με βάση τα παραπάνω **η Επιτροπή ομόφωνα κρίνει ότι είναι πιθανό παιδιά να επιδιώξουν να «ρουφήξουν το μπαλόني» όπως προτρέπει η διαφήμιση.**

Η διαδικασία στις Επιτροπές του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης βασίζεται στην ανάπτυξη επιχειρημάτων και υποβολή στοιχείων από τις δύο πλευρές. Η μεγαλύτερη ευθύνη απόδειξης ανήκει στο διαφημιζόμενο ο οποίος, όπως αναφέρεται στο άρθρο 6 β του Κανονισμού της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, «φέρει το βάρος της απόδειξης της αλήθειας και της ακρίβειας όλων των ισχυρισμών στην επικοινωνία του» και υπέχει «τη γενική ευθύνη για τις διαφημίσεις των προϊόντων του» σύμφωνα με το Άρθρο 23 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας. Η Επιτροπή δεν έχει ευθύνη να αναζητήσει η ίδια στοιχεία για να αποδείξει ή όχι έναν ισχυρισμό, εκτός αν κρίνει ότι τα στοιχεία που προσκόμισαν τα εμπλεκόμενα μέρη δεν είναι επαρκή.

Στην προκειμένη περίπτωση δεν κατατέθηκαν στοιχεία που να ξεκαθαρίζουν εάν υπάρχουν επιπτώσεις από την εισπονή ηλίου στον ανθρώπινο οργανισμό, ποιες είναι αυτές οι επιπτώσεις, σε ποιες περιπτώσεις εμφανίζονται και αν υπάρχουν οποιεσδήποτε επιπτώσεις που αφορούν ειδικότερα στα παιδιά.

Η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη της τη γραπτή δέσμευση της εταιρείας ότι το εν λόγω πρόγραμμα σταματά την Τετάρτη 5.9.2012. Δεδομένης αυτής της γραπτής δέσμευσης και μη έχοντας στοιχεία για τυχόν επιπτώσεις από την εισπνοή ηλίου (πέραν από την προσωρινή αλλοίωση της φωνής που παρουσιάζεται στη διαφήμιση), **η Επιτροπή κατά πλειοψηφία αποφάσισε να μην εξετάσει την ουσία του θέματος**. Επικαλείται όμως τις παραγράφους γ & δ του Άρθρου 6 του Κανονισμού της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής και καλεί την εταιρεία να μην χρησιμοποιήσει το εύρημα με το μπαλόνι σε οποιαδήποτε επικοινωνία της μέχρι να προσκομίσει ενώπιον της στοιχεία ώστε η Επιτροπή να αποφασίσει για την ουσία του θέματος.

Επισημαίνεται ότι (άρθρο 6, ε) «Στην περίπτωση της παραγράφου (γ) δικαίωμα προσφυγής στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή μπορεί να ασκηθεί **μετά την οριστική απόφαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής**, οπότε και αρχίζει ο υπολογισμός της προβλεπόμενης προθεσμίας».

Τέλος, τα **μέλη που μειοψήφισαν** ζήτησαν να καταγραφεί ρητά η δική τους τοποθέτηση, ότι – με δεδομένη τη μη κατάθεση στοιχείων - θα προέβαιναν σε άμεση διακοπή της επικοινωνίας, επικαλούμενοι το Άρθρο 17 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας και τις παραγράφους α και στ του Άρθρου 2 του Παραρτήματος «Διαφημίσεις και Παιδιά».
