

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	ΔΧ, καταναλώτρια
Θέμα	Τυρί VEPO
MME	Ραδιοφωνικό σποτ
Ημερομηνία Συζήτησης	Τρίτη 8 Ιουλίου 2014
Ημερομηνία Απόφασης	Πέμπτη 10 Ιουλίου 2014
Σύνθεση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής	Ελένη Ζαμπέλα / Universal Life / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου / Πρόεδρος Ειρήνη Λουκαΐδου / Telia & Pavla BBDO / Σύνδεσμος Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου Φραντσέσκα Αυγουστή / Φιλελεύθερος / MME Γιάγκος Χατζηγιάννης / Cyprus Institute of Marketing
Παρόντες στη Συνεδρίαση	Μαργαρίτα Δήμου, Client Service Director, Innovation Leo Burnett

Διαφήμιση:

Αντικείμενο συζήτησης αποτέλεσε ραδιοφωνικό σποτ για το τυρί Vero. Το κείμενο του σποτ έχει ως εξής:

Παιδάκι:	Λοιπόν μαμά άκου, παίρνεις στα χέρια σου το τυρί VEPO, ανοίγεις την πρακτική συσκευασία που το κρατάει πάντα φρέσκο και παίρνεις δύο λαχταριστές φέτες και τις βάζεις στο ψωμί. Κατάλαβες;
Μαμά:	Φυσικά.
Παιδάκι:	Ε τώρα ... κάνε μου το σάντουιτς (γέλιο).
Εκφωνητής:	Γί' αυτούς που ξέρουν τι θέλουν ολλανδικό τυρί VEPO σε φέτες. Τυρί VEPO. Αξεπέραστη γεύση.

Θέμα:

Κατά την καταναλώτρια, το παιδί στο σποτ μιλά με αναιδεια στη μητέρα του δίνοντας της διαταγές για το τι πρέπει να κάνει! Συνεπώς δίνονται ΚΑΚΑ παραδείγματα στα παιδιά πως να συμπεριφέρονται στους γονείς τους.

Απάντηση:

- Το παιδάκι μέσα από ένα μονόλογο οδηγιών, συμπεριφορά που τη συναντούμε πάρα πολύ συχνά στα παιδιά μας, ζητά από την μητέρα να του κάνει ένα σάντουιτς. Ο τρόπος του είναι εφευρετικός: εξηγεί τη διαδικασία για παρασκευή σάντουιτς ώστε να καταλήξει ότι θέλει το ίδιο ένα σάντουιτς.
- Το ύφος της μητέρας στην απάντησή της «φυσικά» μας δείχνει ότι η μητέρα διασκεδάζει με τις οδηγίες του παιδιού.
- Το γελάκι του παιδιού στο τέλος της διαφήμισης το οποίο χαρακτηρίζεται από νάζι και πονηριά, σε καμία περίπτωση δεν οδηγεί σε αναιδή συμπεριφορά ως προς την μητέρα του. Αντιθέτως δείχνει ένα χαριτωμένο διάλογο μεταξύ μητέρας και παιδιού που χαρακτηρίζεται από οικειότητα.

Απόφαση:

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή συζήτησε σε βάθος το θέμα. Κατανοεί ότι μια μερίδα καταναλωτών ενδέχεται να εκλάβει το ύφος του παιδιού ως διατακτικό και όχι χιουμοριστικό και συνεπώς να ενοχλείται από τη διαφήμιση. Όμως εκτιμά ότι η μεγάλη πλειοψηφία του καταναλωτικού κοινού θα θεωρήσει ότι η διαφήμιση έχει ως βάση το χιούμορ. Το σκεπτικό αυτό ενισχύει και η απάντηση της μητέρας, η οποία συνεχίζει τη χιουμοριστική ανταλλαγή και σε καμία περίπτωση δεν δίνει την εντύπωση ότι έχει ενοχληθεί ή ότι θεωρεί ότι το παιδί της την προστάζει να κάνει κάτι -γεγονός που και για την Επιτροπή θα ήταν δείγμα κακής συμπεριφοράς. Ως εκ τούτου η Επιτροπή θεωρεί ότι η εν λόγω διαφήμιση δεν παρουσιάζει μη αρμόζουσα συμπεριφορά παιδιού και δεν τίθεται θέμα παράβασης των διατάξεων του παραρτήματος για διαφημίσεις και παιδιά.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον Κανονισμό της τελευταίας (Άρθρο 1, παρ. γ). Αίτηση επανελέγχου στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή γίνεται γραπτώς με αναφορά στην αρχική προσφυγή και τη σχετική απόφαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, εντός 15 εργάσιμων ημερών από την κοινοποίηση της απόφασης της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής προς τους εμπλεκόμενους.

Με δεδομένο ότι η άσκηση αίτησης επανελέγχου από τη Δευτεροβάθμια Επιτροπή δεν έχει ανασταλτικό αποτέλεσμα όσον αφορά στην απόφαση της Πρωτοβάθμιας, η Δευτεροβάθμια Επιτροπή δεν θα επιλαμβάνεται αιτήσεων επανελέγχου εάν δεν έχει υπάρξει συμμόρφωση με την απόφαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής.