

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ID	A-034
Αίτηση Ελέγχου από	Lanitis Bros Ltd
Θέμα	Ισχυρισμός από εταιρεία Αχναγάλ ότι διαθέτει «το πιο φρέσκο γάλα της Κύπρου»
MME	Digital
Ημερομηνία Συζήτησης	Τρίτη 2 Φεβρουαρίου 2016
Ημερομηνία Απόφασης	Πέμπτη 4 Φεβρουαρίου 2016

Θέμα προς Εξέταση:

Κατά την εταιρεία Λανίτης ο ισχυρισμός «το πιο φρέσκο γάλα της Κύπρου» προσκρούει στα άρθρα 5, 6, 8 και 11 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας για τους παρακάτω λόγους:

- α)** Κατ' αρχήν διευκρινίζεται ότι δεν υπάρχει ορισμός του «φρέσκου» γάλακτος από τη νομοθεσία – ευρωπαϊκή ή κυπριακή. Στην Κύπρο διατίθενται τρία είδη γάλακτος: παστεριωμένο/φρέσκο γάλα, extended shelf life και UHT (επεξεργασία σε άκρως υψηλή θερμοκρασία). Και οι τρεις αυτοί προσδιορισμοί προκύπτουν από τον τρόπο επεξεργασίας του γάλακτος. Τα παστεριωμένα γάλατα δέχονται μια καθορισμένη θερμική επεξεργασία –της οποίας οι παράμετροι ορίζονται από τον ευρωπαϊκό κανονισμό 853/2004– και συνεπώς τα τελικά προϊόντα έχουν όλα τα ίδια χαρακτηριστικά.
- β)** Ο χαρακτηρισμός «το πιο φρέσκο γάλα της Κύπρου» δημιουργεί στους καταναλωτές την εντύπωση ότι το συγκεκριμένο γάλα διαθέτει κάποιες ιδιότητες που δεν διαθέτουν τα άλλα γάλατα της ίδιας κατηγορίας, ιδιότητες που αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα για το εν λόγω γάλα. Με δεδομένο όμως ότι το τελικό προϊόν –ανεξαρτήτως του χρόνου που μεσολάβησε από το άρμεγμα μέχρι τη συσκευασία– είναι παστεριωμένο γάλα, η εντύπωση αυτή δεν είναι αληθής, αφού τα τελικά προϊόντα έχουν όλα τα ίδια χαρακτηριστικά.
- γ)** Το γεγονός ότι το γάλα της Αχναγάλ μπορεί να συσκευάζεται εντός 8 ωρών από το άρμεγμα δεν αποτελεί αντικείμενο της αίτησης ελέγχου. Δεν μπορεί όμως να θεωρηθεί ότι αποτελεί την τεκμηρίωση του ισχυρισμού για «το πιο φρέσκο γάλα», αφού το τελικό προϊόν είναι παστεριωμένο γάλα και έχει τα ίδια χαρακτηριστικά με τα υπόλοιπα παστεριωμένα γάλατα που διατίθενται στην αγορά.

Απάντηση:

Η εταιρεία Αχναγάλ τοποθετήθηκε ως εξής:

- α)** Ο προσδιορισμός «το πιο φρέσκο» όσον αφορά στο γάλα της Αχναγάλ δεν συνιστά διατροφικό ισχυρισμό, ούτε και αποτελεί ποιοτικό χαρακτηριστικό. Συνεπώς δεν τίθεται θέμα νομοθετικού ή άλλου ορισμού.
- β)** Στην κατηγορία του γάλακτος η σημασία της λέξης φρέσκο έχει να κάνει ξεκάθαρα με το χρόνο. Η φράση «το πιο φρέσκο» προσδιορίζει το μικρό χρονικό διάστημα που μεσολαβεί από το άρμεγμα μέχρι τη συσκευασία του προϊόντος. Η εταιρεία Αχναγάλ είναι η μοναδική εταιρεία στην Κύπρο που έχει τη δυνατότητα να συσκευάζει το γάλα -και έτσι να έχει τελικό προϊόν- εντός 8 ωρών από το άρμεγμα, γιατί διαθέτει δική της φάρμα σε πολύ μικρή απόσταση -μόλις 2 χλμ.- από το εργοστάσιό της όπου συσκευάζεται το γάλα.
- γ)** Ως παράδειγμα για το ότι η σύγκριση με βάση το χρόνο είναι θεμιτή αναφέρθηκε η ελληνική νομοθεσία η οποία από το 2014 άλλαξε και δημιουργήθηκε μια ειδική κατηγορία για «γάλα ημέρας». Ορίζεται ως εξής: «... παστεριωμένο γάλα που συσκευάζεται σε τελική συσκευασία εντός 24 ωρών από την άμελη χωρίς να έχει υποστεί διαδικασία θέρμησης ή άλλη ισοδύναμη επεξεργασία προ της παστερίωσης και η διάρκεια συντήρησής του δεν υπερβαίνει τις δύο ημέρες από την ημερομηνία παστερίωσης...».
- δ)** Η αναφορά από την εταιρεία Αχναγάλ ότι διαθέτει «το πιο φρέσκο γάλα της Κύπρου» έγινε μόνο σε δύο posts στο facebook και όχι σε διαφήμιση στα ΜΜΕ. Η αναφορά συνοψίζει το πλεονέκτημα της εταιρείας ότι μπορεί να επεξεργάζεται πολύ σύντομα το νωπό γάλα, κάτι που δεν μπορεί να ισχυριστεί καμία άλλη εταιρεία στην κυπριακή αγορά.

Απόφαση:

- Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή παρακολούθησε με ιδιαίτερη προσοχή τις τοποθετήσεις των δύο εταιρειών και τις διευκρινίσεις που δόθηκαν αναφορικά με την αγορά γάλακτος στην Κύπρο και την ευρωπαϊκή νομοθεσία που διέπει το χώρο. Ως πρώτο συμπέρασμα καταγράφει το γεγονός ότι η λέξη «φρέσκο» δεν προσδιορίζεται από κάποιο κείμενο με νομική ισχύ στην Κύπρο ή στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Η Επιτροπή προβληματίστηκε για το αν η φράση «το πιο φρέσκο γάλα της Κύπρου» αφορά αποκλειστικά στο χρόνο –και δη στο συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο που μεσολαβεί από το άρμεγμα μέχρι τη συσκευασία– ή αν στο μυαλό του μέσου καταναλωτή η φράση αυτή προσδίδει στο προϊόν κάποια εντύπωση ανώτερης ποιότητας σε σχέση με τα άλλα προϊόντα της κατηγορίας παστεριωμένο γάλα.
- Κάθε διαφημιστική επικοινωνία αξιολογείται με βάση την πιθανή επίδρασή της στο μέσο καταναλωτή. Αυτό αποτελεί γενικότερα πρακτική φορέων όπως ο Φορέας Ελέγχου Διαφήμισης, αλλά και προσέγγιση που ακολουθείται και από την ευρωπαϊκή νομοθεσία (βλ. αναφορά σε «ιδεατό τυπικό καταναλωτή» και «μέσο καταναλωτή» στην «Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές» 2005/29/ΕΚ, «... Η δοκιμή μέσου καταναλωτή δεν αποτελεί στατιστική δοκιμή. Τα εθνικά δικαστήρια και οι εθνικές αρχές θα πρέπει να

χρησιμοποιούν τη δική τους κρίση, λαμβάνοντας υπόψη τη νομολογία του Δικαστηρίου για να προσδιορίζουν την τυπική αντίδραση του μέσου καταναλωτή σε δεδομένη περίπτωση.»).

- Η Επιτροπή έχει την άποψη ότι ο μέσος Κύπριος καταναλωτής θεωρεί ότι η έννοια της «φρεσκάδας» στην κατηγορία των τροφίμων αποτελεί θετικό χαρακτηριστικό, κάτι που σε πολλές περιπτώσεις εκφράζεται και στην τιμολογιακή πολιτική τους. Ειδικά στην κατηγορία γάλακτος, ο καταναλωτής αναζητά αρκετές φορές το «φρέσκο» γάλα θεωρώντας ότι η ιδιότητά του αυτή συνεπάγεται και υψηλότερη διατροφική αξία σε σύγκριση με άλλους τύπους γάλακτος που δεν είναι «φρέσκα». Ως εκ τούτου, η Επιτροπή εκτιμά ότι ο μέσος καταναλωτής θα θεωρήσει ότι η φράση «το πιο φρέσκο γάλα της Κύπρου» χρησιμοποιείται γιατί το γάλα αυτό έχει κάποια ποιοτικά χαρακτηριστικά που το ξεχωρίζουν και το κάνουν ανώτερο από άλλα προϊόντα της κατηγορίας, κάτι που η Αχναγάλ διευκρίνισε κατά τη συζήτηση ότι δεν ισχύει.
- Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θεωρεί ότι η φράση «το πιο φρέσκο γάλα της Κύπρου» προσκρούει στο άρθρο 11 του Κώδικα που αφορά στις «Συγκρίσεις» και ιδιαίτερα στην παράγραφο ii του άρθρου αυτού.

Τροποποίηση της επικοινωνίας θα πρέπει να πραγματοποιηθεί εντός των προθεσμιών που ορίζει ο Κανονισμός της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής στο άρθρο 7, «*Η μέγιστη χρονική περίοδος χάριτος ανά μέσο ορίζεται ως εξής :*
- *Για τηλεόραση, κινηματογράφο, online ή άλλου είδους ψηφιακή επικοινωνία, ημερήσια έντυπα και ραδιόφωνο προβλέπονται δύο (2) εργάσιμες ημέρες».*

Επισημαίνεται επίσης ότι -σε περίπτωση που οι εν λόγω ισχυρισμοί/αναφορές/εικόνες υπάρχουν σε άλλου είδους διαφημίσεις ή προωθητικό υλικό-, θα πρέπει και πάλι να τροποποιηθούν εντός των προθεσμιών ανά μέσο/είδος που αναφέρονται στο άρθρο 7 του Κανονισμού.

Η Επιτροπή επικαλείται τη δυνατότητα που της παρέχει ο Κανονισμός της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής (Άρθρο 5, παράγραφος λ) να ζητήσει από την εταιρεία όπως η **νέα εκδοχή της επικοινωνίας με τις σχετικές τροποποιήσεις, υποβληθεί σε αυτή πριν από τη δημοσίευσή/μετάδοσή της**, ώστε να κρίνει αν έχει υπάρξει συμμόρφωση. Η απόφαση περί συμμόρφωσης ή μη θα ληφθεί διά περιφοράς εντός 2 εργάσιμων ημερών από τη λήψη της επικοινωνίας. Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με το άρθρο 9 Γενικές Διατάξεις του Κανονισμού της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, ως ημέρα έναρξης για τον υπολογισμό των προθεσμιών θεωρείται η επόμενη από το εναρκτήριο γεγονός.

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.