



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ  
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

## **ΑΠΟΦΑΣΗ**

### **ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

### **ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

<b>ID</b>	<b>A-096</b>
<b>Αίτηση Ελέγχου από</b>	United Brains, για λογαριασμό Pizza Hut
<b>Θέμα</b>	Παράπονο για Ραδιοφωνικές Διαφημίσεις Para John's
<b>MME</b>	Ραδιόφωνο
<b>Ημερομηνία Απόφασης</b>	<b>Τετάρτη 19 Νοεμβρίου 2025</b>

#### **Θέμα Αίτησης Ελέγχου:**

«Παράπονο (όπως υποβλήθηκε):

**Υποβολή παραπόνου από:** Επιχείρηση/Οργανισμός

**Επιχείρηση Οργανισμός που εκπροσωπείτε:** United Brains ltd

**Παρουσία στη συνεδρίαση:** Επιθυμούμε να παραστούμε στη συνεδρίαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής που θα εξετάσει το παράπονο που υποβάλλουμε

**Περιγραφή διαφημιστικής επικοινωνίας:** Η επικοινωνία αφορά νέο άνοιγμα καταστήματος και αναφέρει ότι έφτασε η καλύτερη πίτσα στον κόσμο.

**Όνομα διαφημιζόμενου προϊόντος υπηρεσίας:** para johns pizza cyprus

**Όνομα επιχείρησης που διαφημίζει προϊόν υπηρεσία:** para johns pizza cyprus

**Ποια σημεία της επικοινωνίας θεωρείτε ότι αντίκεινται στον Κυπριακό Κώδικα Δεοντολογίας**

**Επικοινωνίας:** η φράση καλύτερη πίτσα στον κόσμο και η λέξη φρεσκοζυμωμένη

**Ποια άρθρα του Κώδικα Δεοντολογίας θεωρείτε ότι παραβιάζονται:** 1, 5, 8, 11



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ  
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

*Αναλυτική τοποθέτηση United brains στις 14.11.2025:*

Με το παρόν ζητώ την επίσημη αξιολόγηση και άμεση παύση μετάδοσης συγκεκριμένης ραδιοφωνικής διαφήμισης, η οποία – κατά την κρίση μου – παραβιάζει θεμελιώδεις αρχές θεμιτής και μη παραπλανητικής διαφήμισης, όπως αυτές καθορίζονται από τους κανόνες δεοντολογίας και το ρυθμιστικό πλαίσιο ΦΕΔ

Η εν λόγω διαφήμιση περιλαμβάνει σειρά απόλυτων, υπερβολικών ή ανακριβών ισχυρισμών σχετικά με την ποιότητα, την παραγωγική διαδικασία και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, χωρίς οποιαδήποτε τεκμηρίωση ή αποδεικτικά στοιχεία.

## **1. Παραπλανητικοί υπερθετικοί ισχυρισμοί περί “καλύτερης πίτσας στον κόσμο”**

Στη διαφήμιση χρησιμοποιείται ο απόλυτος ισχυρισμός:

- «**η καλύτερη πίτσα στον κόσμο**», καθώς και οι παραλλαγές:
  - ο «**η καλύτερη μου πίτσα στον κόσμο**»
  - ο «**για μένα η καλύτερη πίτσα στον κόσμο**»

Παρότι οι δύο τελευταίες επιχειρούν να εμφανίσουν τον ισχυρισμό ως “προσωπική άποψη”, στην πραγματικότητα προβάλλονται με τρόπο που **εξακολουθεί να δημιουργεί στον καταναλωτή την εντύπωση αντικειμενικής υπεροχής**.

Σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας:

- οι απόλυτοι υπερθετικοί ισχυρισμοί επιτρέπονται **μόνο όταν στηρίζονται σε αποδεδειγμένα, αντικειμενικά στοιχεία**,
- η χρήση δήθεν “προσωπικών” φράσεων **δεν αίρει την υποχρέωση απόδειξης**, όταν η δήλωση έχει προφανή εμπορικό σκοπό και επηρεάζει την αντίληψη του μέσου καταναλωτή.

Η συγκεκριμένη διατύπωση δεν συνοδεύεται από καμία αναφορά σε βραβείο, ανεξάρτητη αξιολόγηση ή αντικειμενικά δεδομένα που να τεκμηριώνουν τέτοιο ισχυρισμό.

## **2. Παραπλανητική αναφορά σε “φρεσκοζυμωμένη ζύμη”**

Η διαφήμιση αναφέρει ότι η πίτσα παρασκευάζεται με «φρεσκοζυμωμένη ζύμη». Ωστόσο, όπως είναι ευρέως γνωστό στη βιομηχανία, η ζύμη:

- **δεν ζυμώνεται επιτόπου**,
- **δεν παρασκευάζεται καθημερινά κατάστημα-κατάστημα**,
- προέρχεται από **κεντρικές μονάδες παραγωγής**.



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ  
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Επομένως, ο ισχυρισμός δημιουργεί **λανθασμένη εικόνα** για τον τρόπο παραγωγής και παραβιάζει τις αρχές αληθούς και ακριβούς εμπορικής επικοινωνίας.

## **Αναφορές σε προϊόντα χαρακτηριστικά η υπερθετικούς ισχυρισμούς χωρίς επιστημονική τεκμηρίωση**

Όταν μια διαφήμιση χρησιμοποιεί ισχυρισμούς που αφορούν:

- ποιότητα υλικών,
- διαδικασία παραγωγής,
- φρεσκάδα,
- ανώτερη γεύση,
- “καλύτερη” συνταγή,

ο διαφημιζόμενος οφείλει να μπορεί να τους στηρίξει με:

- εργαστηριακές ή τεχνικές αναλύσεις,
- στοιχεία πιστοποίησης,
- ερευνητικά δεδομένα,
- τρίτες ανεξάρτητες αξιολογήσεις.

Στην προκειμένη περίπτωση **δεν δίνεται καμία τέτοια πληροφόρηση**

## **Συμπέρασμα & Αίτημα**

Με βάση τα ανωτέρω, θεωρώ ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση:

- συνιστά **παραπλανητική εμπορική επικοινωνία,**
- χρησιμοποιεί **απόλυτους και συγκριτικούς ισχυρισμούς χωρίς τεκμηρίωση,**
- παραβιάζει την αρχή της **διαφάνειας προς τον καταναλωτή,**
- δημιουργεί **λανθασμένες εντυπώσεις** σχετικά με την ποιότητα και τον τρόπο παραγωγής του προϊόντος.

Ως εκ τούτου, ζητώ από την Επιτροπή:

→ **να εξετάσει το περιεχόμενο της ραδιοφωνικής διαφήμισης**

→ **και, εφόσον επιβεβαιωθούν τα παραπάνω, να προχωρήσει στην άμεση παύση της μετάδοσής της.»**



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ  
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

### **Τοποθέτηση Διαφημιζόμενου:**

Στις **10.11.2025** λάβαμε την εξής τοποθέτηση για το αρχικό ραδιοφωνικό σποτ με κείμενο:

«Η καλύτερη πίτσα στον κόσμο έφτασε και στη Γεροσκήπου.  
Νέο κατάστημα Para John's στη Λεωφόρο Αρχιεπισκόπου Μακαρίου 1.  
Απόλαυσε φρεσκοζυμωμένη πίτσα με τα πιο ποιοτικά υλικά και γεύσεις που λατρεύει όλος ο κόσμος.  
Παράγγειλε τώρα στο 7777 5252 ή στο [parajohns.com.cy](http://parajohns.com.cy) και νιώσε την απόλαυση.  
Para John's Γεροσκήπου. Better Ingredients. Better Pizza»

«Έχουμε αλλάξει το σποτ από την Παρασκευή, ...

Το είχα προωθήσει σε όλους τους ραδιοφωνικούς σταθμούς!»

Στις **13.11.2025** λάβαμε την εξής τοποθέτηση μαζί με ραδιοφωνικό σποτ που είχε το εξής κείμενο:

«Η καλύτερη μου πίτσα στον κόσμο έφτασε και στη Γεροσκήπου.  
Νέο κατάστημα Para John's στη Λεωφόρο Αρχιεπισκόπου Μακαρίου 1.  
Απόλαυσε φρεσκοζυμωμένη πίτσα με τα πιο ποιοτικά υλικά και γεύσεις που λατρεύει όλος ο κόσμος.  
Παράγγειλε τώρα στο 7777 5252 ή στο [parajohns.com.cy](http://parajohns.com.cy) και νιώσε την απόλαυση.  
Para John's Γεροσκήπου. Better Ingredients. Better Pizza»

«Θα ήθελα να σας ενημερώσω ότι δεν θα συμμετέχουμε στην διαδικτυακή συζήτηση για το πιο κάτω θέμα.

Από την πλευρά μας δεν θα αφαιρέσουμε το σποτ μας από τους Ραδιοφωνικούς Σταθμούς λόγω του ότι δεν θεωρούμε ότι το επισυναπτόμενο σποτ είναι λάθος ή υπάρχει η παραπληφόρηση.

Ο Ραδιοφωνικός Παραγωγός θεωρεί και πιστεύει στο προϊόν μας βάση της εμπειρίας του με όλες τις πιτσαρίες στην Κύπρο – άρα στην αρχή που αναφέρει Η ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΜΟΥ ΠΙΤΣΑ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ το πιστεύει και το εκφράζει ο ίδιος. Επίσης, η φρέσκο ζυμωμένη ισχύει δεν είπαμε κάτι ψέμα.

Μετά από συζήτηση που είχαμε με τον νομικό μας σύμβουλο πιστεύουμε και θεωρούμε ότι δεν βγάλαμε κάτι προς τα έξω που δεν εκφράζει την εταιρεία μας.»

Επιπλέον στις **17.11.2025** λάβαμε email που ανέφερε ότι «Σχετικά με το σποτ μας για το νέο κατάστημα στην Γεροσκήπου έχω ζητήσει από όλους τους Ραδιοφωνικούς Παραγωγούς να αφαιρεθεί από τους πλάνο τους, θα γίνει η σχετική αλλαγή σήμερα.»

## Απόφαση:

- i. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή μελέτησε προσεκτικά τις ραδιοφωνικές διαφημίσεις, το παράπονο και την αναλυτική τοποθέτηση της United Brains και τις επικοινωνίες από την εταιρεία Papa John's.
- ii. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή καλωσορίζει την απόφαση της εταιρείας Papa John's να αποσύρει τον ισχυρισμό για καλύτερη πίτσα από τις διαφημίσεις της. Επισημαίνει ότι τόσο η κυπριακή νομοθεσία, όσο και ο Κυπριακός κώδικας Διαφήμισης, επιτρέπουν τη συγκριτική διαφήμιση όταν αυτή βασίζεται σε δεδομένα που μπορεί να τεκμηριωθούν. Σε κάθε περίπτωση θεωρεί ότι η τοποθέτηση ότι η εν λόγω αναφορά εκφράζει την άποψη του ραδιοφωνικού παραγωγού, δεν μπορεί να γίνει αποδεκτή. Κατά την άποψη της Επιτροπής, όταν ο μέσος καταναλωτής ακούει/παρακολουθεί μια διαφήμιση, εκτιμά ότι οι αναφορές που εμπεριέχονται σε αυτή προέρχονται και εκφράζουν τις απόψεις της διαφημιζόμενης επιχείρησης. Ως εκ τούτου, η εν λόγω τεκμηρίωση δεν θα μπορούσε να γίνει αποδεκτή.
- iii. Αναφορικά με τον χαρακτηρισμό «φρεσκοζυμωμένη» για την πίτσα: Η Επιτροπή προβληματίστηκε αρκετά αναφορικά με το τι αντιλαμβάνεται ο μέσος καταναλωτής με τη χρήση της λέξης «φρεσκοζυμωμένη». Επιπρόσθετα, προσπάθησε να διερευνήσει -αντλώντας πληροφορίες από το διεθνές site της Papa John's- την υπόσχεση της εταιρείας όσον αφορά στη ζύμη της. Στο διεθνές site (βλ. συνημμένο, <https://www.papajohns.com/dough/>), η αναφορά στη ζύμη είναι η εξής: "**Our original hand-tossed dough is fresh, never frozen, ...**". Η Επιτροπή θεωρεί ότι η μετάφραση «φρεσκοζυμωμένη» δεν εκφράζει ορθά την εν λόγω αναφορά και κρίνει ότι θα ήταν σκόπιμη σχετική διευκρίνιση στην επικοινωνία της τοπικής εταιρείας.
- iv. Η Επιτροπή θεωρεί ότι η διαφήμιση ως έχει παραβιάζει τα άρθρα 5(α), 5(β)(i) και 11 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας και θα πρέπει να τροποποιηθεί σύμφωνα με τις προθεσμίες που ορίζονται στον Κανονισμό της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, Άρθρο 7(γ), Εκτέλεση Αποφάσεων.

-----

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον Κανονισμό της τελευταίας (Άρθρο 1, παρ. δ). 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 από το μέρος που αιτείται τον επανέλεγχο.