

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ID	A-039
Αίτηση Ελέγχου από	Καταναλώτρια
Θέμα	Εξωτερική διαφήμιση για ανακύκλωση μπαταριών ΑΦΗΣ Κύπρου
MME	Εξωτερική Διαφήμιση
Ημερομηνία Συζήτησης	Δευτέρα 11 Σεπτεμβρίου 2017
Ημερομηνία Απόφασης	Τετάρτη 13 Σεπτεμβρίου 2017

Θέμα προς Εξέταση:

Το παράπονο της καταναλώτριας αφορά σε εξωτερική διαφήμιση της ΑΦΗΣ που παρουσιάζει ένα χάμπουργκερ το οποίο περιλαμβάνει μπαταρίες. Το κείμενο της διαφήμισης επισημαίνει: **«Αν δεν ανακυκλώνεις τις μπαταρίες σου, θα τις φας».**

Ο προβληματισμός της είναι ότι το συγκεκριμένο εικαστικό είναι ορατό στον αυτοκινητόδρομο από μικρά σε ηλικία παιδιά (αναφέρθηκε συγκεκριμένα στο 4χρονο εγγονάκι της), τα οποία δεν καταλαβαίνουν το μήνυμά του και ενδέχεται να κάνουν πράξη αυτό που βλέπουν και να θέσουν τον εαυτό τους σε κίνδυνο.

Τοποθέτηση ΑΦΗΣ:

- Ζητούμενο της εκστρατείας επικοινωνίας είναι να ευαισθητοποιήσει το κοινό να διαχωρίζει τις μπαταρίες και να τις μεταφέρει σε σημεία ανακύκλωσης.
- Οι μπαταρίες περιέχουν βαρέα μέταλλα όπως υδράργυρο, μόλυβδο, κάδμιο και νικέλιο που μολύνουν το περιβάλλον όταν απορρίπτονται ανεξέλεγκτα. Η ανεξέλεγκτη απόρριψη μπαταριών έχει σημαντικές αρνητικές συνέπειες όπως μόλυνση του υδροφόρου ορίζοντα (ποταμοί, θάλασσα) και μόλυνση του εδάφους από τα επικίνδυνα αυτά μέταλλα, τα οποία μπορεί έτσι να περάσουν στη διατροφική αλυσίδα ανθρώπων και ζώων κ.λπ. Επιπρόσθετα, η ύπαρξη των βαρέων μετάλλων λειτουργεί σωρευτικά και συνεπώς όσο περισσότερο πετούμε μπαταρίες στο περιβάλλον, τόσο χειρότερες είναι οι συνέπειες για την ανθρώπινη υγεία.

- Τα ευρήματα ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας που πραγματοποίησε η ΑΦΗΣ τους μήνες Φεβρουάριο και Μάρτιο 2017, έδειξαν ξεκάθαρα ότι οι Κύπριοι πολίτες αντιλαμβάνονται με μεγαλύτερη σαφήνεια την ανάγκη για ανακύκλωση μπαταριών όταν η επικοινωνία για την ανακύκλωσή τους αναδεικνύει τις άμεσες, αρνητικές συνέπειες για την υγεία μας και των παιδιών μας.
- Το συγκεκριμένο δημιουργικό υπάρχει σε 8 πινακίδες στους αυτοκινητόδρομους, περιβάλλον στο οποίο δεν κυκλοφορούν ποτέ μικρά παιδιά από μόνα τους. Εκτιμούμε ότι αν ένα μικρό παιδί παρατηρήσει τη διαφήμιση και τη σχολιάσει, είναι λογικό ή/και πιθανό να ρωτήσει σχετικά τους γονείς του ή άλλους ενήλικες οι οποίοι αναμένεται να του εξηγήσουν το νόημά της.
- Το συγκεκριμένο δημιουργικό αναμένεται να παραμείνει στους αυτοκινητόδρομους μέχρι την αρχή του επόμενου έτους.
- Τα μικρά παιδιά είναι πιθανό να επιδιώξουν να «καταναλώσουν» πολλά πράγματα τα οποία δεν θα έπρεπε, και οι γονείς / αρμόδιοι ενήλικες έχουν την ευθύνη να τα αποτρέψουν και να τα προστατέψουν.

Απόφαση:

- Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή συζήτησε εκτενώς το θέμα.
 - Αντιλαμβάνεται ότι το παράπονο της καταναλώτριας πηγάζει από τον προβληματισμό της για δυνητικές αρνητικές συνέπειες σε μικρά παιδιά που δεν μπορούν να κατανοήσουν τον κίνδυνο του να κάνουν πράξη αυτό που βλέπουν στην εν λόγω διαφήμιση, η οποία -λόγω του μέσου στην οποία παρουσιάζεται-, είναι οπτικά προσβάσιμη από όλους.
 - Ταυτόχρονα, έλαβε υπόψη τα ευρήματα φετινής έρευνας που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της ΑΦΗΣ, σύμφωνα με την οποία οι κύπριοι πολίτες παροτρύνονται κατά βάση για ανακύκλωση μπαταριών αφού αντιληφθούν τις έντονα αρνητικές συνέπειες που μπορεί να προκύψουν για τους ίδιους και για τα παιδιά τους όταν οι μπαταρίες απορρίπτονται ανεξέλεγκτα στο περιβάλλον.
 - Η Επιτροπή συνυπολογίζει το γεγονός ότι η διαφήμιση δεν τοποθετήθηκε σε σημεία όπου βρίσκονται/κινούνται παιδιά ασυνόδευτα. Συνυπολογίζει επίσης το γεγονός ότι η διαφήμιση δεν απευθύνεται σε παιδιά, ούτε και παρουσιάζει μικρά παιδιά. Θεωρεί επίσης ότι δεν είναι ιδιαίτερα εύκολο σε ένα όχημα στον αυτοκινητόδρομο για ένα μικρό παιδί που αδυνατεί να διαβάσει το κείμενο της διαφήμισης, να γίνει αντιληπτό με μια σχετικά γρήγορη ματιά ότι το συγκεκριμένο χάμπουργκερ περιλαμβάνει μπαταρίες.
 - Η Επιτροπή έλαβε επίσης υπόψη της τη ρητή εξαίρεση στο Άρθρο 17 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας με τίτλο Ασφάλεια και Υγεία, ότι «Οι διαφημίσεις δεν πρέπει, χωρίς να συντρέχουν λόγοι εκπαιδευτικής ή κοινωνικής ωφέλειας, να περιέχουν οπτικές παραστάσεις ή περιγραφές επικίνδυνων δραστηριοτήτων, ή καταστάσεων που δείχνουν αδιαφορία για την ασφάλεια και την υγεία του ατόμου».
 - Για όλους τους παραπάνω λόγους, η Επιτροπή θεωρεί ότι η εν λόγω διαφήμιση δεν παραβιάζει τον Κυπριακό Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.
-

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.