

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΩΝ

Επιστολή Προέδρου Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών

Η Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών αντιπροσωπεύει μια σημαντικότερη βιομηχανική και εμπορική δραστηριότητα της Ελληνικής Οικονομίας, με σημαντικές ωφέλειες τόσο στην αγορά εργασίας όσο και στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Τα προϊόντα που παράγουν οι εταιρίες - μέλη - μας καταναλώνονται καθημερινά από εκατομμύρια Έλληνες, και αντιπροσωπεύουν την χώρα μέσω της εξαγωγικής δραστηριότητος του κλάδου μας.

Οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική Ζυθοποιία έχουν αποδείξει έμπρακτα την κοινωνική τους υπευθυνότητα και την πρόθεσή τους να ενισχύουν και να φροντίζουν την Ελληνική κοινωνία. Η ευθύνη αυτή γίνεται μεγαλύτερη λόγω του προϊόντος που παράγουν - της μπίρας.

Η μπίρα είναι ένα φυσικό προϊόν που παράγεται χωρίς συντηρητικά και χημικά πρόσθετα, και που στα όρια του μέτρου αποτελεί μια απολαυστική και υγιέστατη επιλογή για τους Έλληνες καταναλωτές.

Η υπερβολική ή αλόγιστη κατανάλωσή της όμως εγκυμονεί κινδύνους, τόσο για το άτομο που την καταναλώνει όσο και για την ευρύτερη κοινότητα.

Έχοντας πλήρη συναίσθηση της κοινωνικής διάστασης των δραστηριοτήτων μας, αποφασίσαμε να δημιουργήσουμε ένα συλλογικό κανονισμό δεοντολογίας που θα εξασφαλίζει ότι η εμπορική μας επικοινωνία θα είναι κοινωνικά υπεύθυνη, και θα προφυλάσσει από την αλόγιστη χρήση του προϊόντος μας. Ειδική μέριμνα σε αυτόν τον κανονισμό έχει δοθεί σε θέματα "υψηλής ευαισθησίας" όπως η επικοινωνία σε άτομα κάτω των 18 ετών και η σύνδεση της κατανάλωσης μπίρας με την οδήγηση.

Με αυτή μας την ενέργεια θέλουμε να θεσμοθετήσουμε τις αρχές και τους κανόνες που απαιτεί η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά και επικοινωνία του προϊόντος μας, και που πάντοτε εφήρμοζαν τα μέλη μας.

Πρόεδρος Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών

Πίνακας Περιεχομένων

I. Εισαγωγή

II. Στόχοι του κανονισμού

III. Αρχές κανονισμού

IV. Διαδικασία Ελέγχου και Εφαρμογής

V. Επικοινωνία του παρόντος κανονισμού

Το παρόν κείμενο δημιουργήθηκε με βάση τα διεθνή Guidelines των Brewers of Europe και τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης Επικοινωνίας. Η συγγραφή του παρόντος έγινε με την στενή συνεργασία του Ελληνικού Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας (ΣΕΕ)

I. Εισαγωγή

Ο παρών Κανονισμός καταρτίστηκε και συμφωνήθηκε από την Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών σε συνεργασία με το Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας, κατ'επιταγή του άρθρου 9 του κεφαλαίου Β "Όργανα αυτοδέσμευσης και ελέγχου" του νόμου 2863/2000, ο οποίος δημοσιεύθηκε στο ΦΕΚ Α/262/29.11.2000.

Ο κανονισμός καταρτίστηκε με βάση τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης και Επικοινωνίας (ΕΚΔ-Ε) του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας (ΣΕΕ). Οι αρχές του Κανονισμού θα ενταχθούν στον ΕΚΔ-Ε ως παράρτημα για τις διαφημίσεις Ζύθου.

Ο Κανονισμός έχει επικυρωθεί από την ολομέλεια της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών στα πλαίσια της αυτοδέσμευσης τους για υπεύθυνη επικοινωνία και διαφήμιση των προϊόντων ζύθου, και εφαρμόζεται τόσο ως προς το πνεύμα του όσο και ως προς το γράμμα του.

Ο Κανονισμός αφορά σε όλες τις εμπορικές επικοινωνίες, ανεξάρτητα από το μέσον που χρησιμοποιείται.

- Τηλεόραση
- Ραδιόφωνο
- Τύπος / περιοδικά
- Αφίσα / Εξωτερική διαφήμιση
- Διαδίκτυο
- Συσκευασίες και προωθητικό υλικό

Ο Κανονισμός περιλαμβάνει και τις όποιες προωθητικές ενέργειες, διαγωνισμούς, προωθητικό υλικό, χορηγικές δραστηριότητες και συναφείς εμπορικές ενέργειες που καταγράφονται ως εμπορική δραστηριότητα για προϊόντα ζύθου.

Ο Κανονισμός αφορά σε ολόκληρο το περιεχόμενο των παραπάνω ενεργειών, δηλαδή σε όλες τις λέξεις (εκφωνούμενες ή γραπτές), τους αριθμούς, τις οπτικές παραστάσεις, την μουσική και τους ήχους.

II. Στόχοι του Κανονισμού

Ο στόχος του παρόντος Κανονισμού είναι να δημιουργήσει μια ξεκάθαρη και σαφή πολιτική αυτοδέσμευσης και ελέγχου για τον Ελληνικό κλάδο ζυθοποιίας, που θα επιτρέψει:

- την συνεισφορά των εταιριών του κλάδου στην υπεύθυνη κατανάλωση μύρας και την καταπολέμηση φαινομένων που προέρχονται από την υπερβολική κατανάλωση
- την τήρηση των αρχών κοινωνικής ευθύνης και καλής πίστης που όλες οι εταιρίες του κλάδου πιστεύουν
- την αύξηση της εμπιστοσύνης του ευρέως κοινού στην Ελληνική Ζυθοποιία.

Η διαδικασία αυτοδέσμευσης και ελέγχου έχει συγκεκριμένα πλεονεκτήματα που επηρεάζουν τόσο το ευρύ κοινό όσο και τις εταιρίες του συγκεκριμένου κλάδου.

	ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
ΓΙΑ ΤΟ ΕΥΡΥ ΚΟΙΝΟ	• Άμεση καταπολέμηση παραβάσεων, χωρίς χρονοβόρες και κοστοβόρες νομικές διαδικασίες. • Χωρίς κόστος για το κράτος, μια που χρηματοδοτείται από τις εταιρίες. • Πιο ευέλικτη και ευρεία εφαρμογή που προσαρμόζεται γρήγορα για να καλύπτει όλες τις πιθανές παραβάσεις.
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ	• Πρακτική και άμεση απόδειξη της κοινωνικής υπευθυνότητας των εταιριών. • Μικρότερο κόστος από τις αντίστοιχες νομικές κυρώσεις και διαδικασίες.

III. Αρχές Κανονισμού

Βασικές Αρχές

Η εμπορική επικοινωνία για προϊόντα ζύθου, ανεξάρτητα από το μέσο που χρησιμοποιείται (τύπος, ηλεκτρονικά μέσα, αφίσες, συσκευασίες, προωθητικό υλικό, χορηγίες ή άλλες ενέργειες προβολής) πρέπει να είναι σύμφωνη με τις ισχύουσες διατάξεις του ΕΚΔ-Ε και ειδικότερα πρέπει:

- Να είναι νόμιμη, ευπρεπής, έντιμη, αληθής και σύμφωνη με τις αρχές του θεμιτού ανταγωνισμού και της σωστής συναλλακτικής πρακτικής.
- Να δημιουργείται με αίσθημα κοινωνικής ευθύνης και να βασίζεται στις αρχές της καλής πίστης.
- Να μην είναι ανήθικη ή να υποτιμά την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και ακεραιότητα.

Κατάχρηση

Άρθρο 1

α. Η στρατηγική της επικοινωνίας της μπύρας πρέπει να δίνει έμφαση στην λελογισμένη κατανάλωση και όχι στην κατάχρηση.

β. Η εμπορική επικοινωνία των προϊόντων μπύρας δεν πρέπει να ενθαρρύνει την υπερβολική και χωρίς μέτρο κατανάλωση ούτε να αποδίδει αρνητικά χαρακτηριστικά στην εγκράτεια ή την αποχή.

γ. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να υιοθετεί οποιαδήποτε σχέση με επιθετική, βίαη, επικίνδυνη ή αντικοινωνική συμπεριφορά.

Νεαρά άτομα (κάτω των 18 ετών)

Άρθρο 2

α. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να απευθύνεται ειδικά σε άτομα νεαρής ηλικίας ή να εμφανίζει ανήλικους να καταναλώνουν μπύρα.

β. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να προβάλλεται από ΜΜΕ που απευθύνονται αποκλειστικά σε νεανικό κοινό

Οδήγηση

Άρθρο 3

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να παρουσιάζει με κανέναν τρόπο την κατανάλωση μπύρας σε συνδυασμό με οδήγηση μηχανοκίνητων οχημάτων οποιουδήποτε είδους.

Εργασιακός χώρος

Άρθρο 4

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να συνδέει την κατανάλωση μπίρας με το χειρισμό εργοστασιακών μηχανημάτων ή άλλων επικίνδυνων εργασιακών δραστηριοτήτων ή συνθηκών.

Θέματα υγείας

Άρθρο 5

α. Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να εμφανίζει την κατανάλωση μπίρας ως μέθοδο πρόληψης, αντιμετώπισης ή θεραπείας ασθενειών ή άλλων παθολογικών καταστάσεων.

β. Η εμπορική επικοινωνία μπορεί να αναφέρεται στα ανώτερα επιτρεπτά από τον νόμο όρια κατανάλωσης ποτού που περιέχει αλκοόλ σαν ένδειξη λογικής και υπεύθυνης κατανάλωσης.

Επιδόσεις

Άρθρο 6

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να δημιουργεί την εντύπωση ότι η κατανάλωση μπίρας αυξάνει την νοητική ικανότητα ή τις φυσικές επιδόσεις.

Κοινωνική / Σεξουαλική καταξίωση

Άρθρο 7

Η εμπορική επικοινωνία δεν πρέπει να δημιουργεί την εντύπωση ότι η κατανάλωση μπίρας είναι προαπαιτούμενο για κοινωνική ή σεξουαλική επιτυχία.

Δειγματισμός*

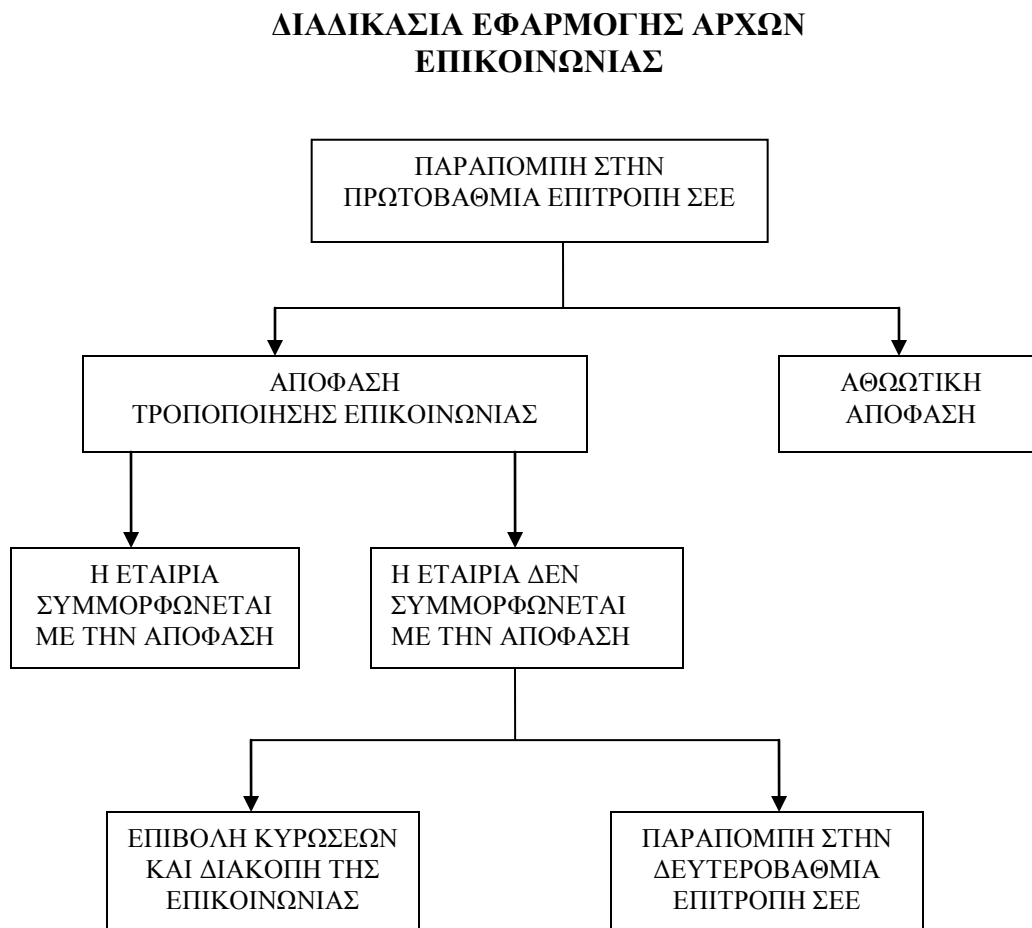
Άρθρο 8

Απαγορεύεται ο δειγματισμός σε άτομα νεαρής ηλικίας (κάτω των 17).

* Ο δειγματισμός περιλαμβάνει και γευστικές δοκιμές.

IV. Διαδικασία ελέγχου και εφαρμογής

Η διαδικασία ελέγχου και εφαρμογής των αρχών του Κανονισμού ακολουθεί τα όσα προβλέπονται στον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης - Επικοινωνίας, και χρησιμοποιεί τα αρμόδια όργανα του Συμβουλίου Ελέγχου Επικοινωνίας. Η διαδικασία περιγράφεται συνοπτικά στο παρακάτω γράφημα.



Τα βήματα της διαδικασίας έχουν ως εξής:

Παραπομπή στην πρωτοβάθμια επιτροπή του ΣΕΕ

Δικαίωμα παραπομπής στην πρωτοβάθμια επιτροπή έχει η Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών αλλά και κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που έχει έννομο συμφέρον, όπως ανταγωνίστριες εταιρίες, ενώσεις καταναλωτών, εταιρίες παροχής υπηρεσιών επικοινωνίας. Η παραπομπή διατυπώνεται εγγράφως με βάση τον Κώδικα επικοινωνίας του ΣΕΕ και πρέπει:

- να περιέχει τα στοιχεία του αιτούντος τον έλεγχο
- να περιλαμβάνει ή να περιγράφει αναλυτικά και συγκεκριμένα την υπό κρίση επικοινωνία και να επισημαίνει τα στοιχεία της επικοινωνίας που θεωρεί ότι αντίκεινται στις αρχές του παρόντος Κανονισμού
- να αναφέρει το μέσο στο οποίο μεταδόθηκε / δημοσιεύθηκε η υπό κρίση επικοινωνία καθώς και τον χρόνο μετάδοσης / δημοσίευσης της.
- να αναφέρει συγκεκριμένα τις αιτιάσεις και τους λόγους για τους οποίους ασκείται η αίτηση ελέγχου.
- να αναφέρει στην αίτηση ελέγχου τα στοιχεία του ελεγχόμενου
- να υπάρχει αναφορά στα συγκεκριμένα άρθρα του Κανονισμού τα οποία παραβιάζονται, κατά την κρίση του αιτούντος τον έλεγχο.

Απόφαση τροποποίησης επικοινωνίας / αθωωτική απόφαση

Η πρωτοβάθμια επιτροπή, με βάση την διαδικασία που περιγράφεται στον Κώδικα Επικοινωνίας, συνεδριάζει και εκδίδει την σχετική απόφαση. Σε περίπτωση που η επιτροπή ζητήσει την τροποποίηση της επικοινωνίας, η εταιρία που είναι υπό κρίση υποχρεούται να αλλάξει την επίμαχη επικοινωνία της.

Επιβολή κυρώσεων / διακοπή της επικοινωνίας

Σύμφωνα με τα όσα γράφονται στον Κώδικα του ΣΕΕ, "σε περίπτωση μη εφαρμογής της απόφασης της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής Ελέγχου Επικοινωνίας ή σε περίπτωση που ακολουθείται παρελκυστική τακτική από τους εντελλομένους σε διόρθωση ή παύση της επικοινωνίας, ή μετά από αίτημα του προσφεύγοντος, η Εταιρία αποστέλλει σχετικό έγγραφο προς τα Έντυπα και Ηλεκτρονικά Μέσα Ενημέρωσης καθώς και τα υπόλοιπα Διαφημιστικά Μέσα (κινηματογράφος - Υπαίθρια κλπ) ζητώντας την **άμεση διακοπή** της διαφήμισης.

Το έγγραφο αυτό κοινοποιείται επίσης στην Γενική Γραμματεία Καταναλωτών του Υπουργείου Ανάπτυξης, στο Υπουργείο Τύπου και ΜΜΕ, στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, καθώς και προς όσους άλλους σχετικούς φορείς κριθεί σκόπιμο από την Αστική Εταιρία".

Παραπομπή στην Δευτεροβάθμια Επιτροπή του ΣΕΕ

Εφόσον η εντελλόμενη εταιρία διαφωνεί με την απόφαση της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής του ΣΕΕ έχει το δικαίωμα, σύμφωνα με την διαδικασία που περιγράφεται στον Κώδικα Επικοινωνίας, να προσφύγει στην Δευτεροβάθμια Επιτροπή. Σε καμία περίπτωση η προσφυγή αυτή δεν απαλλάσσει την εταιρία από την άμεση υποχρέωσή της να συμμορφωθεί με την πρωτοβάθμια απόφαση.

V. Επικοινωνία του Παρόντος Κανονισμού.

Τα μέλη της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών δεσμεύονται να δημοσιοποιήσουν τον παρόντα Κανονισμό σε όλα εκείνα τα στελέχη και τους συνεργάτες τους που ασχολούνται με την επικοινωνία των προϊόντων τους. Συγκεκριμένα, τα μέλη συμφωνούν και δεσμεύονται για τις παρακάτω ενέργειες:

1. Θα μοιραστούν γραπτά αντίτυπα του Κανονισμού αυτού σε όλα τα στελέχη Marketing και επικοινωνίας των εταιριών - μελών της Ένωσης, με σαφή συνοδευτική επιστολή για την τήρηση των αρχών και κανόνων που προδιαγράφονται σε αυτόν.
2. Κάθε εταιρία - μέλος θα προκαλέσει συνάντηση ενημέρωσης για τις αρχές του παρόντος Κανονισμού με του προμηθευτές υπηρεσιών επικοινωνίας που χρησιμοποιεί (διαφημιστική εταιρία, εταιρία δημοσίων σχέσεων, λοιπούς σχετικούς προμηθευτές) όπου θα μοιράσει και γραπτά ή ηλεκτρονικά αντίτυπα του παρόντος Κανονισμού.
3. Οι παραπάνω ενέργειες θα ακολουθούνται συστηματικά από όλες τις εταιρίες - μέλη, τόσο στην περίπτωση νέου στελέχους στα τμήματα marketing και επικοινωνίας των εταιριών, όσο και στην περίπτωση αλλαγής / προσθήκης προμηθευτή υπηρεσιών επικοινωνίας.
4. Ο παρών Κανονισμός θα κοινοποιηθεί από την Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών στο ΣΕΕ, στο Εθνικό Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο και στο Ινστιτούτο Καταναλωτή, και θα είναι διαθέσιμος σε όποια ΜΜΕ ή άλλους φορείς ή πρόσωπα επιθυμούν να τον αποκτήσουν.