

**ΕΝΩΠΙΟΝ ΠΑΝΤΟΣ ΑΡΜΟΔΙΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ ΚΑΙ ΠΑΣΗΣ ΔΙΚΑΣΤΙΚΗΣ
ΑΡΧΗΣ**

ΕΞΩΔΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ – ΔΙΑΜΑΡΤΥΡΙΑ- ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ

Με την επιφύλαξη παντός νομίμου δικαιώματός μας

1. Της **Ομοσπονδίας Αρτοποιών Ελλάδος**, εδρεύουσας στην Αθήνα και επί της οδού Κουμουνδούρου αρ.1, νομίμως εκπροσωπούμενης και
2. Του **Μούσιου Μιχαήλ**, κατοίκου _____ και επί της οδού _____, ατομικώς και με την ιδιότητα του Προέδρου της Ομοσπονδίας Αρτοποιών Ελλάδος, εδρεύουσας στην Αθήνα και επί της οδού Κουμουνδούρου αρ.1,

ΠΡΟΣ

1. **Γενική Γραμματεία Καταναλωτή**, η οποία εδρεύει στην Αθήνα επί της πλατείας Κάνιγγος, κι εκπροσωπείται νόμιμα
2. **Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης**, το οποίο εδρεύει στην Αθήνα Πανεπιστημίου και Αμερικής αρ.5, κι εκπροσωπείται νόμιμα
3. **Την Ένωση Εταιριών Διαφήμισης & Επικοινωνίας Ελλάδος**, η οποία εδρεύει στην Θεσσαλονίκη και επί της οδού Μαυρομιχάλη 37 & Λ. Καραμανλή, κι εκπροσωπείται νόμιμα
4. **Το Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας**, το οποίο εδρεύει στο Μαρούσι Αττικής και επί της οδού Αστροναυτών 2

Λαμβάνουμε την τιμή να Σας καταγγείλουμε τα ακόλουθα:

Τις τελευταίες ημέρες, έχει ξεκινήσει να προβάλλεται, σε καθημερινή βάση και σε τηλεοπτικά κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας, διαφημιστικό σπότης της ανώνυμης εταιρείας την επωνυμία «ΑΡΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ Α.Ε», με το οποίο και διαφημίζεται- εισάγεται στην ελληνική αγορά, το εκεί διαφημιζόμενο προϊόν (συσκευασμένο ψωμί) με τον χαρακτηριστικό τίτλο «καραμολέγκος αργοψημένο», το οποίο και διατίθεται προς πώληση στο ευρύ κοινό μέσω αλυσίδων σούπερ μάρκετ.

Η ως άνω τηλεοπτική διαφήμιση προκρίνουμε ότι, θα πρέπει άμεσα να παύσει να προβάλλεται ως παραπλανητική, αθέμιτη, καταχρηστική, αήθης, προσβάλλουσα τους αρτοποιούς και εν γένει αντιβαίνουσα στην κείμενη νομοθεσία (ν. 146/1914 αρ.1 και 3 και ν. 2251/1994 άρ.9), στις κοινοτικές οδηγίες (84/450 ΕΟΚ, 89/552 ΕΟΚ, 97/55/ΕΚ) και στον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης και Επικοινωνίας (όπως αυτός προβλέπεται από τον Ν 2863/2000, ΦΕΚ Α262/29) καθώς και ως μη πληρούσα τις νόμιμες διατυπώσεις της υπ όρων επιτρεπόμενης προβολής συγκριτικής διαφήμισης.

Όπως Σας είναι γνωστό αλλά και εν γένει έχει καταστεί γενικά αποδεκτό, το ψωμί ανήκει στην ομάδα των τροφίμων, που αποτέλεσαν τη βάση της διατροφής, όλων των πολιτισμών, χάρη στα θρεπτικά του χαρακτηριστικά. Ήδη από την προϊστορία άλλωστε, ο άρτος υπήρξε βασικό τρόφιμο στη διατροφή του ανθρώπου και έχει φτάσει να αποτελεί πλέον, βασικό είδος διατροφής του έλληνα καταναλωτή.

Η εμπιστοσύνη του Έλληνα καταναλωτή στον Φούρνο της γειτονιάς του, αποτελεί κεκτημένο των Ελλήνων αρτοποιών, οι οποίοι- παρόλη την δύσκολη οικονομική συγκυρία την οποία διάγει η χώρα μας, τα τελευταία έτη και η οποία, ενδέχεται να μην έχει κορυφωθεί μέχρι και σήμερα- εξακολουθούν να απολαμβάνουν την εμπιστοσύνη των ελλήνων πολιτών, ακριβώς επειδή διατηρούν αμείωτη την ποιότητα των παρεχομένων αγαθών, ζυμώνοντας, ψήνοντας και διαθέτοντας στον κόσμο, καθημερινά, φρέσκο ψωμί, απaráμιλλης και μη συγκρινόμενης- αμέσως ή εμμέσως- ποιότητας, με οιοδήποτε έτοιμο παρασκεύασμα ευρείας κατανάλωσης, το οποίο διατίθεται εκτός αρτοποιείων.

Στην εν λόγω καταγγελλόμενη διαφήμιση λοιπόν, επιχειρείται κακότεχνα **εξομοίωση** του φρέσκου ψωμιού που διατίθεται από ελληνικούς φούρνους της γειτονιάς με το διαφημιζόμενο τυποποιημένο, έτοιμο προϊόν.

Ειδικότερα, στην καταγγελλόμενη διαφήμιση εμφανίζεται μια ελληνίδα νοικοκυρά, να εισέρχεται σε κατάσταση το οποίο αναμφισβήτητα δημιουργεί την εντύπωση ότι, πρόκειται περί φούρνου αφού εμφανίζονται ευθέως:

α. τοποθετημένοι άρτοι και αρτοσκευάσματα σε προθήκες, διαφόρων ειδών και μεγεθών, τα οποία μάλιστα δεν είναι συσκευασμένα

β. πάγκος πώλησης

γ. όπισθεν του πάγκου, εμφανίζεται αρτοποιός, ο οποίος περιμένει εκεί, προκειμένου να εξυπηρετήσει τους εισερχόμενους στο κατάστημα (αρτοποιείο) πελάτες, τοποθετώντας μάλιστα, τους άρτους στις προθήκες και φέροντας ακόμη και την χαρακτηριστική λευκή ποδιά εργασίας, την οποία φορούν οι αρτοποιοί, τόσο κατά την διαδικασία ζύμωσης και ψησίματος του ψωμιού όσο και κατά την πώληση αυτού.

Ο διάλογος δε, που διημείφθη μεταξύ της πελάτισσας και του υποτιθέμενου αρτοποιού είναι ο ακόλουθος:

Αρτοποιός : « Καλώστην, *Τι να σου δώσω ;*»

Πελάτης: « Σήμερα θα σου δώσω εγώ! **Δοκίμασε και πές μου!**»

Αρτοποιός : «**εκ πρώτης, πολύ καλό, συμπαγές, μεστό, τι ψωμί είναι αυτό;; εσύ το έφτιαξες ;;**»

Πελάτης : αποδοκιμασία με ήχο τύπου «όχι», και στην συνέχεια «*και είναι και χθεσινό*»

Αρτοποιός: «**πολύ νόστιμο**» « **και από ποιόν φούρνο ;;** »

Στο σημείο αυτό ακολουθεί, περιγραφή από ομιλητή («σπικάζ»), όπου απαντάται η ως άνω ερώτηση ως εξής: « *από τον φούρνο του караμολέγκου*»

και ακολουθεί περιγραφή των χαρακτηριστικών του προϊόντος ήτοι, του κατ' όνομα «φρέσκου ψωμιού» πλην, τυποποιημένου κατά τα λοιπά.

ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η διαφήμιση είναι το κυριότερο μέσον για την πληροφόρηση του καταναλωτικού κοινού σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά. Ωστόσο, η νομοθεσία θέτει συγκεκριμένους περιορισμούς προκειμένου να προστατευθούν οι καταναλωτές από πρακτικές που θίγουν τα δικαιώματά τους. Συγκριμένα, η διαφήμιση ρυθμίζεται από το άρθρο 9 επ. του Ν. 2251/1994 «Προστασία των καταναλωτών», όπως αυτό τροποποιήθηκε με το Ν. 3587/2007, με τον οποίο ενσωματώνεται, μεταξύ άλλων, η Οδηγία 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Συγκεκριμένα η διαφήμιση ρυθμίζεται από το **άρθρο 9** σε συνδυασμό με τα **άρθρα 9δ** και 9ε του Ν. 2251/1994: «Προστασία των καταναλωτών», όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει. Με αυτές τις διατάξεις επήλθε η προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας προς την Οδηγία 2006/114/EK για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση. Βάσει της παραπάνω νομοθεσίας απαγορεύεται η αθέμιτη διαφήμιση (ως μία μορφή αθέμιτης εμπορικής πρακτικής). **Αθέμιτη** εννοείται η διαφήμιση όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις της επαγγελματικής ευσυνειδησίας και στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή. Ειδική περίπτωση αθέμιτης και συνεπώς απαγορευμένης διαφήμισης είναι η **παραπλανητική** διαφήμιση. Λέγοντας παραπλανητική διαφήμιση εννοούμε τη διαφήμιση που περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι, συνεπώς, αναληθής. Παραπλανητική είναι ακόμα η διαφήμιση όταν με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίας της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε.

Βάσει του νόμου ειδικές περιπτώσεις παραπλανητικής διαφήμισης συνιστούν αυτές που περιλαμβάνουν:

A) Ισχυρισμό ύπαρξης ποιοτικού σήματος ή αντίστοιχου διακριτικού χωρίς την αντίστοιχη άδεια ή ότι ένα προϊόν έχει την έγκριση, την επικύρωση ή την άδεια δημόσιου ή ιδιωτικού φορέα ενώ δεν την έχει, ή παρόμοιος ισχυρισμός ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης, της επικύρωσης ή της άδειας.

B) Προώθηση παρόμοιου προϊόντος με εκείνο που προσφέρει συγκεκριμένος κατασκευαστής, με τέτοιο τρόπο ώστε να παραπλανάται σκοπίμως ο καταναλωτής ότι έχει κατασκευασθεί από τον συγκεκριμένο κατασκευαστή, ακόμα και όταν δεν συμβαίνει αυτό.

Όσον αφορά τη **συγκριτική διαφήμιση**, δηλαδή, την διαφήμιση που κατονομάζει ρητά ή υπονοεί έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν ανταγωνιστή, θεωρείται επιτρεπτή υπό συγκριμένες προϋποθέσεις.

Συγκεκριμένα, η συγκριτική διαφήμιση είναι νόμιμη εφόσον:

α) δεν είναι παραπλανητική, β) συγκρίνει προϊόντα ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους, γ) συγκρίνει, κατά τρόπο αντικειμενικό, ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή, δ) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή, ε) για προϊόντα με ονομασία προέλευσης αφορά, σε κάθε περίπτωση, προϊόντα με την ίδια ονομασία προέλευσης, στ) δεν επωφελείται αθέμιτα από την φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων ανταγωνιστή ή από τα δηλωτικά καταγωγής ανταγωνιστικών προϊόντων, ζ) δεν παρουσιάζει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία ως απομίμηση ή αντίγραφο προϊόντος ή υπηρεσίας που φέρουν σήμα κατατεθέν ή εμπορική επωνυμία και η) δεν δημιουργεί σύγχυση μεταξύ προμηθευτών, μεταξύ διαφημιστή και ανταγωνιστή ή μεταξύ των εμπορικών σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών γνωρισμάτων, προϊόντων ή υπηρεσιών του διαφημιστή και του ανταγωνιστή.

Ενόψει λοιπόν των ανωτέρω εκτεθειμένων, αβίαστα προκύπτει το συμπέρασμα ότι, η ως άνω διαφήμιση αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση:

A. παραπλανητικής διαφήμισης αφού, πραγματοποιήθηκε από την ανωτέρω επιχείρηση και παραπλανά το καταναλωτικό κοινό ή ενδέχεται να το παραπλανήσει έτσι ώστε, για παράδειγμα, να επηρεάσει την επιλογή του μεταξύ των προϊόντων που επιθυμεί να αγοράσει και ειδικότερα το παραπλανά ως προς τα χαρακτηριστικά του φρέσκοζυμωμένου και φρεσκοψημένου ψωμιού που διατίθεται από το φούρνο της γειτονιάς και εξομοιώνει ευθέως με το τυποποιημένο προϊόν το οποίο εξ ορισμού δεν διαθέτει τα ίδια χαρακτηριστικά, και άρα για τους λόγους αυτούς, βλάπτει τους ανταγωνιστές του ήτοι, τους αρτοποιούς αλλά ταυτόχρονα αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση και

B. συγκριτικής διαφήμισης αφού τόσο κατονομάζει ρητά όσο και υπονοεί έναν ανταγωνιστή (ήτοι εμάς τους αρτοποιούς) και τα αγαθά που προσφέρονται από εμάς (το φρέσκοζυμωμένο και φρεσκοψημένο ψωμί που διατίθεται από το φούρνο της γειτονιάς). Ειδικότερα η ανωτέρω παράνομη διαφήμιση, αποτελεί περίπτωση προσκολλώμενης ή αναφερόμενης ή παρασιτικής διαφήμισης, δεδομένου ότι εξαίρονται τα προϊόντα ενός ανταγωνιστή και μεταδίδεται ταυτόχρονα το μήνυμα ότι τα προϊόντα του διαφημιζόμενου είναι εφάμιλλα ή και καλύτερα. Ο τύπος δε, της διαφήμισης αυτής, είναι αθέμιτος γιατί στηρίζεται στην εκμετάλλευση της φήμης ή της πελατείας ανταγωνιστή προς ίδιο όφελος.

Εν προκειμένω, παρίσταται, η φερόμενη ως ελληνίδα νοικοκυρά-πελάτισσα, να αποζητά την επιδοκιμασία και έγκριση του αρτοποιού, τον οποίο σημειωτέον προκύπτει ότι, εξακολουθεί να εμπιστεύεται όπως συμπερασματικά συνάγεται αφού, σε αυτόν φέρνει το διαφημιζόμενο προϊόν (τυποποιημένο σκεύασμα) προκειμένου να το «δοκιμάσει», να το «συγκρίνει» εννοείται με το δικής του παραγωγής προϊόν και στο τέλος να «ενθουσιαστεί» με αυτό, να το «εξομοιώσει» με το δικό του και να αναρωτηθεί «Ποιος φούρνος το έφτιαξε» αφού δεν μπορεί να «διακρίνει» την διαφορά του τυποποιημένου με το φρέσκο.

Τοποθετείται λοιπόν, ο έλληνας αρτοποιός στην εν λόγω διαφήμιση ως ο «ειδικός», «ο εμπειρογνώμων» ή απλούστερα «ο άνθρωπος ειδικής εμπιστοσύνης» ο οποίος και εκφέρει γνώμη για το διαφημιζόμενο προϊόν και διατυπώνει εγκωμιαστικά σχόλια όπως: «πολύ καλό, μεστό, συμπαγές, τόσο νόστιμο!», ενώ εν τέλει ακόμη και ο ίδιος «παραπλανάται» υπολαμβάνοντας, είτε ότι είναι «σπιτικό» (... «εσύ το έφτιαξες;»), είτε ότι προέρχεται από «άλλο φούρνο» (... «από ποιο φούρνο ;;»).

Επειδή, σύμφωνα με τις γενικές αρχές διαφήμισης και επικοινωνίας όλες οι διαφημίσεις πρέπει να είναι νόμιμες, ευπρεπείς, έντιμες και να λένε την αλήθεια.

Επειδή, σύμφωνα με τις γενικές αρχές διαφήμισης και επικοινωνίας όλες οι διαφημίσεις πρέπει να δημιουργούνται με πνεύμα κοινωνικής ευθύνης και να είναι σύμφωνες με τις αρχές του θεμιτού ανταγωνισμού, όπως είναι γενικά παραδεκτός στις συναλλαγές και επειδή καμία διαφήμιση δεν πρέπει να κλονίζει την εμπιστοσύνη του κοινού στην διαφημιστική λειτουργία.

Επειδή, σύμφωνα με τις γενικές αρχές διαφήμισης και επικοινωνίας η διατύπωση των διαφημίσεων θα πρέπει να είναι τέτοια στα πλαίσια της κοινωνικής ευπρέπειας, ώστε να μην κάνει κατάχρηση της εμπιστοσύνης του καταναλωτή και να μην εκμεταλλεύεται την έλλειψη πείρας ή γνώσεων του.

Επειδή, η ανωτέρω διαφήμιση είναι παραπλανητική, προκαλώντας σύγχυση στην αγορά και δημιουργώντας την εύλογη πεποίθηση στο καταναλωτικό κοινό ότι, το διαφημιζόμενο προϊόν έχει λάβει την έγκριση των αρτοποιών, γεγονός που ουδόλως ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και για αυτόν τον λόγο θα πρέπει να παύσει η προβολή της.

Επειδή η ανωτέρω διαφήμιση είναι παραπλανητική, τόσο για τις ιδιότητες του φρεσκοζυμωμένου και φρεσκοψημένου ψωμιού που διατίθεται στους φούρνους της γειτονιάς όσο και για τα χαρακτηριστικά του έτοιμου συσκευασμένου ψωμιού, τα οποία η ευπαθής ομάδα των ελλήνων

καταναλωτών δύναται να εκλάβει ως όμοια και ταυτόσημα προϊόντα, γεγονός που ουδόλως ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και για αυτόν τον λόγο θα πρέπει να παύσει η προβολή της.

Επειδή η ανωτέρω διαφήμιση είναι παραπλανητική καθόσον δημιουργεί την πεπλανημένη εντύπωση ότι, ακόμη και ένας επαγγελματίας αρτοποιός δύναται να παραπλανηθεί και να μην αντιληφθεί τη διαφορά μεταξύ του φρεσκοζυμωμένου και φρεσκοψημένου ψωμιού που διατίθεται στους φούρνους της γειτονιάς σε σχέση με το έτοιμο συσκευασμένο ψωμί, γεγονός άκρως **υποτιμητικό, δυσφημιστικό και περιφρονητικό για τους Έλληνες Αρτοποιούς.**

Επειδή, γνωρίζετε άριστα την επικρατούσα κατάσταση στην διαφημιστική αγορά καθόσον έχετε απασχοληθεί πλειστάκις στο παρελθόν με τέτοια ή ανάλογα περιστατικά αρμοδιότητας Σας.

Επειδή αιτούμαστε την συνδρομή Σας για να παύσει η προβολή του ανωτέρω αναφερομένου τηλεοπτικού σπότ της ανώνυμης εταιρείας με την επωνυμία «ΑΡΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ Α.Ε», με το οποίο και διαφημίζεται- εισάγεται στην ελληνική αγορά, το εκεί διαφημιζόμενο προϊόν (συσκευασμένο ψωμί) με τον χαρακτηριστικό τίτλο «*καραμολέγκος αργοψημένο*» το οποίο και διατίθεται προς πώληση μέσω αλυσίδων σούπερ μάρκετ, και το οποίο έχει ξεκινήσει προ ημερών να προβάλλεται, σε καθημερινή βάση, σε τηλεοπτικά κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

και με ρητή επιφύλαξη παντός νομίμου δικαιώματός μας

Σας **ΚΑΛΟΥΜΕ** όπως άμεσα προβείτε στις εκ του νόμου οφειλόμενες ενέργειές σας, και ειδικότερα όπως προβείτε σε κάθε νόμιμη ενέργεια για την παύση της προβολής προβολή του ανωτέρω αναφερομένου τηλεοπτικού σπότ της ανώνυμης εταιρείας με την επωνυμία «ΑΡΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ Α.Ε», με το οποίο και διαφημίζεται- εισάγεται στην ελληνική αγορά, το εκεί διαφημιζόμενο προϊόν (συσκευασμένο ψωμί) με τον χαρακτηριστικό τίτλο «*καραμολέγκος αργοψημένο*» το οποίο και διατίθεται

προς πώληση μέσω αλυσίδων σούπερ μάρκετ, και το οποίο έχει ξεκινήσει προ ημερών να προβάλλεται, σε καθημερινή βάση, σε τηλεοπτικά κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας.

ΑΛΛΩΣ σας **ΔΗΛΩΝΟΥΜΕ** ότι θα προβούμε σε κάθε νόμιμη ενέργεια.

Αρμόδιος δικαστικός επιμελητής παραγγέλλεται να επιδώσει νόμιμα την παρούσα προς αυτόν, προς τον οποίο απευθύνεται, για να λάβει γνώση και να επέλθουν οι νόμιμες συνέπειες, αντιγράφοντας αυτήν ολόκληρη στην Έκθεση Επιδόσεώς του.

Γίνεται μνεία ότι επικολλήθηκε ένσημο ΤΠΔΑ 1,15 ευρώ.

Οι εξωδίκως δηλούντες

Αθήνα, 21 Ιανουαρίου 2015
Η συνυπογράφουσα Πληρεξουσία
Δικηγόρος