

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	Καταναλωτή
Θέμα	Παράπονο για τηλεοπτική διαφήμιση cy.woah.com για την Coca Cola
MME	Τηλεοπτική διαφήμιση
Ημερομηνία Απόφασης	Τρίτη 11 Σεπτεμβρίου 2018
Σύνθεση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής	Πρόεδρος: Αιμιλία Ορφανίδου / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Μαργαρίτα Δήμου / Σύνδεσμος Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου Ελίζα Βλάχου / MME Νικόλας Νικολή / Ανεξάρτητο Μέλος Αλέξης Αδαμίδης / Ανεξάρτητο Μέλος

Θέμα προς Εξέταση:

Κείμενο Διαφήμισης:

Flyboard στη Σκιάθο;
Scuba στην Κέρκυρα;
Σαφάρι στον Ακάμα;
'Η ατελείωτο άραγμα, όπου θες;

Απόλαυσε την αγαπημένη σου Coca Cola, Fanta και Sprite, βρες τον κωδικό, μπες στο WOAH και κέρδισε κάθε μέρα 1000 ευρώ για ένα ταξίδι και τις πιο WOAH εμπειρίες με το World Party Traveller.

On screen text: Κάθε μέρα ένας τυχερός κερδίζει 1000 ευρώ.

Coca Cola. Taste the feeling.

Παράπονο Καταναλωτή :

«Είναι σχετικά με την διαφήμιση της κοκακολα που ούτε λίγο ούτε πολύ θέτει σε πλαίσια οτι το σαφάρι στον Ακαμα είναι η βόλτα ενός τετράτροχου στην παραλία που σκάει το κύμα. Είναι απαράδεκτο και πρέπει να σταματήσει!».

Ποια σημεία της επικοινωνίας θεωρείτε ότι αντίκεινται στον Κώδικα Δεοντολογίας;

Το οτι δείχνει το σαφάρι στον Ακαμα οδηγηση πάνω στην παραλία.»

Γραπτή τοποθέτηση της εταιρείας Coca-Cola Ελλάς ΑΕ:

«Αναφορικά με το παράπονο καταναλωτή σε σχέση με το διαφημιστικό μήνυμα του καλοκαιρού για το διαγωνισμό που διενεργείται στην Ελλάδα και την Κύπρο και προσφέρει ως δώρα ταξιδιωτικά πακέτα θα θέλαμε να σημειώσουμε τα ακόλουθα :

1. Το διαφημιστικό μήνυμα προβάλλεται σε Ελλάδα και Κύπρο
2. Επικοινωνεί τον διαγωνισμό που τρέχει στις 2 χώρες ταυτόχρονα
3. Στο πλαίσιο του διαγωνισμού οι νικητές μπορούν να επιλέξουν μεταξύ πολλών κορυφαίων προορισμών σε Ελλάδα και Κύπρο.
4. Το διαφημιστικό προβάλλει συνεπώς την Ελλάδα και την Κύπρο ως τουριστικούς προορισμούς που μπορούν να επιλέξουν οι νικητές. Με αυτόν τον τρόπο προβάλλεται η Κύπρος μας και στο τουριστικό κοινό της Ελλάδας.
5. Κάθε προορισμός συνδέεται με μια κορυφαία δραστηριότητα που προτιμούν οι επισκέπτες του προορισμού αυτού.
6. Η πιο δημοφιλής δραστηριότητα που έχει καθιερώσει την Κύπρο και τον Ακάμα ως κορυφαίο προορισμό είναι το σαφάρι.
7. Το σαφάρι στον Ακάμα αποτελεί μια δημοφιλή δραστηριότητα που προσελκύει τουρίστες που επιθυμούν να ζήσουν έντονες εμπειρίες. Τυχόν περιορισμοί που ήθελε επιβληθούν στο μέλλον για τη δραστηριότητα αυτή στο συγκεκριμένο περιβαλλοντικό πάρκο δεν αναμένεται να απαγορεύσουν τη διέλευση οχημάτων συλλήβδην ούτε την οργάνωση σαφάρι. Αντιθέτως θα την επιτρέπουν υπό όρους προστασίας της πανίδας και της ασφάλειας των λουομένων (κάτι που είναι αυτονόητο κατά τη γνώμη μας και το οποίο αποτελεί και δική μας πεποίθηση υπεύθυνης συμπεριφοράς).
8. Το τηλεοπτικό επικοινωνεί απλώς αυτό το συγκριτικό πλεονέκτημα του προορισμού χωρίς να περιέχει εικόνες ή μηνύματα που παραβλέπουν ή ενθαρρύνουν μη αποδεκτά πρότυπα υπεύθυνης περιβαλλοντικής συμπεριφοράς ή επικίνδυνης δραστηριότητας. Ειδικότερα στην εικόνα εμφανίζεται παραλία **έρμη χωρίς πανίδα και λουόμενους**. Η κίνηση του οχήματος γίνεται **σε χώρο που δεν είναι επικίνδυνος** (πχ γκρεμώδης περιοχή) αλλά ασφαλής και επίπεδος και η ταχύτητα του οχήματος δεν ξεπερνά τα αποδεκτά όρια κίνησης αντίστοιχου τύπου οχημάτων.
9. Σημειώνουμε ότι η εικόνα που χρησιμοποιείται στο τηλεοπτικό δεν είναι καν από τον Ακάμα αλλά έχει ληφθεί σε άλλη παραλία της Ελλάδας.
10. Ο καταναλωτής έχει προφανώς αυξημένη ευαισθησία σε ζητήματα περιβαλλοντικά και το παράπονο του το καταγράφουμε με γνήσιο ενδιαφέρον. Παρ' όλα αυτά, μετά την ενδελεχή αξιολόγησή του, εξακολουθούμε να θεωρούμε ότι στο τηλεοπτικό δεν υπάρχει κάποιο στοιχείο που να ενθαρρύνει πράξεις ή συμπεριφορές είτε περιβαλλοντικά ανεύθυνες είτε επικίνδυνες.
11. Είμαστε στη διάθεσή σας για κάθε περαιτέρω διευκρίνηση κατά την ακροαματική διαδικασία στην οποία ζητούμε να παραστούμε τηλεφωνικά λόγω ανειλημμένων υποχρεώσεων που δεν μας επιτρέπουν την αυτοπρόσωπη παρουσία μας στην Κύπρο.»

Απόφαση:

- Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή μελέτησε το παράπονο του καταναλωτή και την τοποθέτηση της εταιρείας.
- Αντιλαμβάνεται τον προβληματισμό του καταναλωτή όσον αφορά στο περιβάλλον. Γνωρίζει επίσης, από διάφορα δημοσιεύματα που έχουν έρθει στην αντίληψή της, ότι το θέμα της οριοθέτησης συγκεκριμένων περιοχών στον Ακάμα για σαφάρι από οχήματα, προβληματίζει την κυπριακή πολιτεία. Είναι όμως σαφές ότι δεν έχει ληφθεί κάποια απόφαση ακόμη για το θέμα, ούτε έχουν θεσπιστεί περιορισμοί. Συνεπώς στην παρούσα φάση, η δραστηριότητα αυτή είναι νόμιμη.
- Ως εκ τούτου, η Πρωτοβάθμια Επιτροπή θεωρεί ότι η εν λόγω διαφήμιση δεν προσκρούει σε κάποια διάταξη του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας. Θεωρεί δε αυτονόητο ότι η εταιρεία έχει διασφαλίσει ότι οι συνεργάτες της που θα υλοποιήσουν το σαφάρι, θα λάβουν όλα τα δέοντα μέτρα για τη συμμόρφωση με οποιαδήποτε νομοθεσία τυχόν θεσπιστεί, αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος γενικότερα, όπως άλλωστε επισημαίνεται στο σημείο 7 του υπομνήματος της εταιρείας.

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.