

**ΑΠΟΦΑΣΗ**  
**ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**  
**ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

<b>Αίτηση Ελέγχου από</b>	<b>Χαραλαμπίδης Κρίστης</b>
Θέμα	Παράπονο για διαφημιστική επικοινωνία Lanitis Family App
MME	Ραδιόφωνο, Branding σε ψυγεία υπεραγορών
<b>Ημερομηνία Απόφασης</b>	<b>Παρασκευή 5 Απριλίου 2019</b>
Σύνθεση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής	Μελίνα Τσιγαρίδου / Σύνδεσμος Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου - Πρόεδρος Μάρλεν Μιχαήλ / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Χρύσω Πουλλικκά / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Μαρία Κοτζαμάνη / MME Παντελής Βορκάς / Ανεξάρτητο Μέλος
Για την εταιρεία Χαραλαμπίδης Κρίστης	Σωτηρούλα Σωτηρίου, Διευθύντρια Μάρκετινγκ και Εταιρικής Εικόνας Ιωάννης Κυριάκου, Διευθυντής Trade Marketing Νικολέτα Επαμεινώνδα, Δικηγόρος
Για την εταιρεία Λανίτης	Νικόλας Μπενιουδάκης, Dairy Business Manager Αγγελική Φωτοπούλου, Νομική Σύμβουλος Νίκολα Χριστοδουλίδης, Brand Manager Dairy Στέλλα Μαξούτη, Νομική Σύμβουλος

**Παράπονο Χαραλαμπίδης Κρίστης:**

Στο γραπτό παράπονο που υποβλήθηκε η εταιρεία Χαραλαμπίδης Κρίστης αναφέρει ότι θεωρεί μη επαρκή ενημέρωση του καταναλωτή για το δώρο (voucher), με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να παραπλανείται. Στην τοποθέτησή της στην Πρωτοβάθμια Επιτροπή, η εταιρεία ανέλυσε περαιτέρω ότι στις υπό εξέταση επικοινωνίες σε ραδιόφωνο και ψυγεία υπεραγορών, δεν αναφέρεται ότι η εξαργύρωση του κουπονιού απαιτεί από τον καταναλωτή αγορές 40 ευρώ από το Public. Η παράλειψη αυτή καθιστά την επικοινωνία δυνητικά παραπλανητική για τον καταναλωτή.

### **Τοποθέτηση εταιρείας Λανίτης:**

- Πριν ξεκινήσει την τοποθέτησή της στην ουσία του θέματος, η εταιρεία Λανίτης έθεσε υπόψη της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής δύο θέματα:
  - Το πρώτο αφορά στο υπό εξέταση ραδιοφωνικό μήνυμα. Η εταιρεία επεσήμανε ότι η μετάδοση του εν λόγω μηνύματος έχει ολοκληρωθεί. Σε σχετική ερώτηση, διευκρινίστηκε ότι δεν πρόκειται να μεταδοθεί ως έχει εκ νέου.
  - Η γραπτή καταγγελία -όπως διατυπώθηκε από την εταιρεία Χαραλαμπίδης Κρίστης- είναι ασαφής. Δεν προκύπτει ξεκάθαρα ποιος θεωρούν ότι παραπλανείται και ως προς τι, και επιπλέον δεν καταγράφονται τα άρθρα του Κώδικα τα οποία παραβιάζονται κατά την εκτίμησή τους, γεγονός που δυσχεραίνει την απάντηση της εταιρείας.

### **Αναφορικά με την ουσία του θέματος:**

- Το Lanitis Family είναι μια πλατφόρμα επικοινωνίας και διάδρασης με τους καταναλωτές μας, ένας τρόπος επικοινωνίας μαζί τους, ενημέρωσης για τις ειδήσεις που αφορούν όλους και, φυσικά, επιβράβευσης των καταναλωτών μας μέσω της συμμετοχής τους σε προωθητικές ενέργειες και διαγωνισμούς κτλ. Με άλλα λόγια, είναι ο τρόπος που το Φρέσκο Γάλα Λανίτης λέει «ευχαριστώ» στους καταναλωτές που το εμπιστεύονται.
- Για να γίνει κάποιος μέλος του Lanitis Family, πρέπει να εγγραφεί είτε μπαίνοντας μέσω διαδικτύου στη σχετική ιστοσελίδα, είτε «κατεβάζοντας» τη σχετική εφαρμογή στο κινητό του τηλέφωνο.
- Μέσα από έναν εύκολο μηχανισμό που είναι διαθέσιμος στο Lanitis Family (application και website), οι καταναλωτές έχουν την ευκαιρία να συγκεντρώνουν πόντους (καταχωρώντας κωδικούς που βρίσκουν κάτω από τα καπάκια των προϊόντων μας) και τους εξαργυρώνουν:

10 κωδικοί από καπάκια = 100 Πόντοι

100 Πόντοι = €10 εκπτωτικό κουπόνι από τα καταστήματα Public

Σε αγορές €40 και άνω σε αγορές βιβλίων, ταινιών και μουσικής

- Το άρθρο 5 του Παραρτήματος του ΦΕΔ για τις Προωθητικές Ενέργειες, με τίτλο «Όροι Προσφορών και Ενημέρωση επωφελομένων» αναφέρει ότι:

«Οι προωθητικές ενέργειες θα πρέπει να σχεδιάζονται με τέτοιο τρόπο ώστε οι επωφελούμενοι να μπορούν να εντοπίσουν τους όρους της προσφοράς εύκολα και αυτοί να είναι σαφείς.

Επισημαίνεται ότι οι όροι της προσφοράς στο σύνολό τους δεν είναι πάντοτε εφικτό να περιλαμβάνονται στις διαφημιστικές καταχωρίσεις ή δημοσιεύσεις, και αυτό είναι αποδεκτό. Είναι όμως απαραίτητο να βρίσκονται στο σύνολό τους καταγεγραμμένοι και να είναι εύκολα διαθέσιμοι στον καταναλωτή, π.χ. σε μια ιστοσελίδα ή σε ένα έντυπο.»

- Με το που πάει το μέλος να εισάγει κωδικό, βρίσκεται σε μια σελίδα, όπου όλα τα δεδομένα εξαργύρωσης της δωρο-επιταγής PUBLIC, είναι ΣΑΦΗ, ΕΜΦΑΝΗ και ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΣΤΑΤΑ!  
Αυτό επαναλαμβάνεται **ΚΑΘΕ φορά** που το μέλος εισάγει έναν κωδικό.  
ΑΡΑ ΜΕΧΡΙ να λάβει το εκπρωτικό κουπόνι, το μέλος έχει δει την εν λόγω ενημέρωση **ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ 10 ΦΟΡΕΣ**.
- Επιπλέον, οι αναλυτικοί όροι της προσφοράς είναι εμφανείς και ξεκάθαροι στο μπροστινό μέρος του εκπρωτικού κουπονιού και γραμμένοι και στο πίσω μέρος στους Όρους και προϋποθέσεις.  
«Η εξαργύρωση του κουπονιού γίνεται σε οποιοδήποτε φυσικό κατάστημα Public εντός της κυπριακής επικράτειας και προσφέρει: €10 κουπόνι για αγορές βιβλίων, ταινιών, μουσικής με αγορές προϊόντων €40 και άνω.»
- Στη συνέχεια, η εταιρεία παρουσίασε παραδείγματα από άλλες προωθητικές ενέργειες στην αγορά, προς τεκμηρίωση του «market norm» στην επικοινωνία προωθητικών ενεργειών.

### **Απόφαση:**

- I. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή άκουσε με προσοχή τις δύο πλευρές και μέλη της κατέβασαν την εφαρμογή για να διαπιστώσουν τον τρόπο λειτουργίας της.
- II. Αναφορικά με τα **δύο προκαταρκτικά θέματα** που έθεσε η εταιρεία Λανίτης:
- III. Σύμφωνα με τον Κανονισμό της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, η διαδικασία εξέτασης μιας διαφημιστικής επικοινωνίας μπορεί να διακοπεί εάν ο ελεγχόμενος δηλώσει ότι μια επικοινωνία διακόπτεται άμεσα και οριστικά. Ως εκ τούτου, με δεδομένο ότι οι εκπρόσωποι της εταιρείας Λανίτης επεσήμαναν ενώπιον όλων ότι αυτό ισχύει για το ραδιοφωνικό μήνυμα, η Επιτροπή δεν θα προχωρήσει σε εξέτασή του.
- IV. Αναφορικά με τον προβληματισμό σχετικά με τη σαφήνεια της γραπτής καταγγελίας:  
Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή συμμαρτίζει την τοποθέτηση της εταιρείας Λανίτης. Τα παράπονα τα οποία υποβάλλονται από ανταγωνιστικές επιχειρήσεις οφείλουν να επεξηγούν περισσότερο τα θέματα τα οποία, κατά την άποψή τους, αντίκεινται στον Κώδικα Δεοντολογίας και να αναφέρουν τα συγκεκριμένα άρθρα του Κώδικα τα οποία θεωρούν ότι παραβιάζονται, όπως επισημαίνεται στο άρθρο 3γ του Κανονισμού της Επιτροπής. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στην ελεγχόμενη εταιρεία να προετοιμάσει την τοποθέτησή της και να απαντήσει στα θέματα που εγείρονται, και ταυτόχρονα διευκολύνει την Πρωτοβάθμια Επιτροπή στην κατανόηση των θεμάτων.
- V. Σχετικά με την ουσία του θέματος:
- VI. Η Επιτροπή σημειώνει ότι στην υπό εξέταση επικοινωνία για την εφαρμογή στα σημεία πώλησης αναφέρεται κάτω από το εκπρωτικό κουπόνι η φράση «*Ισχύουν όροι και προϋποθέσεις*». Καταγράφει την τοποθέτηση της νομικής συμβούλου της εταιρείας ότι η προτροπή προς τον καταναλωτή είναι να κατεβάσει πρώτα την εφαρμογή και μετά να αγοράσει το προϊόν. Θεωρεί ότι η συνδυαστική παρουσία του κουπονιού και της αναφοράς σε όρους και προϋποθέσεις είναι ικανοποιητική όσον αφορά στην επαρκή ενημέρωση του

καταναλωτή, στο βαθμό που η επεξήγηση σχετικά με την εξαργύρωση του κουπονιού είναι διαθέσιμη στον καταναλωτή πριν αυτός δώσει τα προσωπικά του στοιχεία. Συνεπώς η σχετική πληροφόρηση θα πρέπει να προστεθεί στην εφαρμογή στη «σελίδα» πριν από την υποχρέωση εγγραφής του καταναλωτή, στον χρόνο που προβλέπεται στο άρθρο 7 του Κανονισμού Λειτουργίας της Επιτροπής.

- VII. Σε κάθε περίπτωση, η Επιτροπή παροτρύνει την εταιρεία Λανίτης και τη συνεργάτιδα εταιρεία Public, σε όποιες επόμενες επικοινωνίες τους για το θέμα, να αναφέρουν ότι η εξαργύρωση κάθε κουπονιού προϋποθέτει αγορά συγκεκριμένων προϊόντων αξίας 40 ευρώ στα καταστήματα Public. Καταγράφει επίσης την τοποθέτηση της εταιρείας Λανίτης ότι σχετική αναφορά υπήρχε στις άλλες διαφημιστικές επικοινωνίες της εφαρμογής, πλην των δύο για τις οποίες έγινε καταγγελία.

-----

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.