

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

| | |
|--------------------------------|--|
| Αίτηση Ελέγχου από | Τράπεζα Κύπρου |
| Θέμα | Διαφημιστική εκστρατεία για το νέο σχέδιο καρτών της Τράπεζας Πειραιώς |
| MME | Τηλεόραση, Ραδιόφωνο |
| Ημερομηνία Συζήτησης | Παρασκευή 22 Ιουλίου 2016 |
| Ημερομηνία Απόφασης | Τρίτη 26 Ιουλίου 2016 |
| Σύνθεση Πρωτοβάθμιας Επιτροπής | Άντρη Γεωργίου / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου – Πρόεδρος Επιτροπής Γρηγόρης Γρηγορίου / Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου Μελίνα Τσιγαρίδου / Σύνδεσμος Διαφήμισης Επικοινωνίας Κύπρου Νεκτάριος Βιλανίδης / MME Έλενα Αλωνεύτη / Ανεξάρτητο Μέλος |
| Παρόντες στη Συνεδρίαση | <u>Από Τράπεζα Κύπρου:</u> Δάφνη Προδρόμου, Διευθύντρια Επικοινωνίας Χρίστος Χαΐδας, Διευθυντής Γραφείου Τύπου Στέλιος Τραχωνίτης, Διευθυντής Κέντρου Κάρτας Λία Καμμίτση, Εκπρόσωπος Εσωτερικής Νομικής Υπηρεσίας <u>Από Τράπεζα Πειραιώς:</u> Μάριος Σαββίδης, Εκτελεστικό Μέλος και Αναπληρωτής Πρώτος Εκτελεστικός Διευθυντής Μαρία Βενιζέλου, Ανώτερος Λειτουργός Νομικής Υπηρεσίας Αγγέλω Φιλώτα, Λειτουργός Μάρκετινγκ και Δημοσίων Σχέσεων |

Θέμα προς Εξέταση:

Το παράπονο της Τράπεζας Κύπρου καταγράφηκε ως εξής:

Η διαφημιστική εκστρατεία της Τράπεζας Πειραιώς για το σχέδιο καρτών της που λανσαρίστηκε στις 15 Ιουλίου 2016, χρησιμοποιεί τη φράση **«αυτό θα πει ανταμοιβή στη στιγμή»**.

Η φράση αυτή προσκρούει στο άρθρο 16 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας που αναφέρει ότι *«Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να μιμούνται τη γενική εμφάνιση, το κείμενο, τα συνθήματα, τις οπτικές παραστάσεις, τη μουσική, τους ήχους κ.λ.π. άλλων διαφημίσεων, με τρόπο που μπορεί να παραπλανήσει ή να δημιουργήσει σύγχυση»*. Παραπλάνηση και σύγχυση είναι εξαιρετικά πιθανό να προκύψουν στην περίπτωση αυτή, αφού πρόκειται για το ίδιο ακριβώς προϊόν με αυτό της Τράπεζας Κύπρου που λανσαρίστηκε τηλεοπτικά 7 Ιουνίου 2016 (και ακολούθησαν μηνύματα σε όλα τα ΜΜΕ μέσα στον Ιούνιο).

Η φράση αυτή προσκρούει επίσης στο άρθρο 15 και συγκεκριμένα στο σημείο *«Οι διαφημίσεις ... δεν πρέπει να εκμεταλλεύονται τις ευνοϊκές εντυπώσεις που δημιούργησε άλλη διαφημιστική εκστρατεία, δίχως προηγούμενη έγκριση.»*

Τέλος θεωρούμε ότι η αναφορά ως έχει ενδέχεται να εκληφθεί και ως δυσφημιστική και συνεπώς προσκρούει και στο άρθρο 12 του κώδικα.»

Στη συνάντηση αναφέρθηκαν επίσης τα εξής:

- Το παράπονο της Τράπεζας Κύπρου εστιάζεται στη χρήση της λέξης «ανταμοιβή».
- Αν και είναι μια γενική λέξη, αποτελεί ταυτόχρονα το brand name του σχεδίου καρτών της Τράπεζας Κύπρου το οποίο λανσαρίστηκε δυναμικά στις 7.6.2016.
- Στα πέντε χρόνια ύπαρξης του σχεδίου Enjoy More της Τράπεζας Πειραιώς, δεν χρησιμοποιήθηκε ποτέ η λέξη «ανταμοιβή» στην επικοινωνία του. Σήμερα εμφανίζεται μόνο στην πλήρη εκδοχή των τηλεοπτικών σποτ, και στα ραδιοφωνικά μηνύματα, δίνοντας έτσι την εντύπωση μιας εμβόλιμης προσθήκης.
- Αν και οι ως άνω διαφημίσεις αφορούν στο application του Enjoy more, κλείνουν με τη λέξη ανταμοιβή. Η φράση «Αυτό θα πει ανταμοιβή στη στιγμή» δεν σχετίζεται με το application.
- Η Τράπεζα Κύπρου θεωρεί ότι είναι άδικο, μετά από μια έντονη διαφημιστική εκστρατεία για το λανσάρισμα του Σχεδίου «Ανταμοιβή» από πλευράς τους, να έρχεται μια άλλη τράπεζα και να επαναλανσάρει το δικό της σχέδιο χρησιμοποιώντας στο κλείσιμο της διαφήμισης τη λέξη-brand name που επέλεξε η Τράπεζα Κύπρου. Ουσιαστικά μια ανταγωνιστική τράπεζα κτίζει και εκμεταλλεύεται τη λέξη αυτή στην οποία η Τράπεζα Κύπρου έχει επενδύσει.
- Η χρήση αυτή μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση στον καταναλωτή και στην αγορά και είναι αχρείαστο να συμβεί αυτό αφού υπάρχουν παραπλήσιες λέξεις που μπορεί να χρησιμοποιηθούν από την Τράπεζα Πειραιώς, κάτι που γινόταν άλλωστε μέχρι σήμερα.
- Η Τράπεζα Κύπρου έχει λάβει τηλεφωνήματα από πελάτες που ρωτούν για τις διαφορές του σχεδίου της Τράπεζας Κύπρου με την «ανταμοιβή της Τράπεζας Πειραιώς».

Απάντηση:

Η Τράπεζα Πειραιώς (ΤΠ) τοποθετήθηκε ως εξής:

- Η ΤΠ εξέφρασε την έκπληξη της στο εισαγωγικό σχόλιο της Τράπεζας Κύπρου (ΤΚ) περί επανειλημμένης και συνεχούς αντιγραφής διαφημίσεων της από την ΤΠ. Η ΤΠ θεωρεί το σχόλιο εντελώς αβάσιμο και ανυποστήρικτο. Η ΤΠ σημείωσε ότι η άποψη αυτή δεν αποτελεί μέρος του υπό εξέταση παραπόνου της ΤΚ και, αφού διευκρινίστηκε ότι δεν θα εξεταστεί από την Επιτροπή, δεν σχολίασε περαιτέρω.
- Η ΤΠ εξέφρασε την έκπληξη της στην αναφορά στο εισαγωγικό σχόλιο της ΤΚ σε παραβίαση του άρθρου 11. Η ΤΠ σημείωσε ότι αυτό επίσης δεν αποτελεί μέρος του υπό εξέταση παραπόνου της ΤΚ. Η ΤΚ συμφώνησε και απέσυρε την αναφορά στο άρθρο 11.
- Όσον αφορά στο Άρθρο 16 – Η ΤΠ ζήτησε διευκρίνιση κατά πόσον η ΤΚ θεωρεί ότι υπάρχει μίμηση όλων των πτυχών που αναφέρονται στον κώδικα. Δηλώθηκε από την ΤΚ ότι το παράπονο της επικεντρώνεται στην αναφορά της λέξης «ανταμοιβή» στη διαφήμιση της ΤΠ η οποία δημιουργεί σύγχυση καθότι πρόκειται για το ‘ίδιο ακριβώς προϊόν’ με αυτό της ΤΚ. Η ΤΠ ανέφερε ότι:
 - Η ΤΠ έχει σχέδιο για τις κάρτες με την ονομασία «Enjoy More» το οποίο υπάρχει εδώ και τουλάχιστον 5 χρόνια.
 - Πριν από 4-5 μήνες αποφασίστηκε να υπάρξει καλύτερη επικοινωνία των εκπτώσεων που δίνει το σχέδιο, δημιουργώντας application που είναι πιο εύκολο στη χρήση από ένα οδηγό εκπτώσεων. Ένα application δεν δημιουργείται μέσα σε 2-3 εβδομάδες. Μεταξύ άλλων, στο application ο πελάτης μπορεί να καθορίσει την ακτίνα ειδοποίησης ώστε να ενημερώνεται άμεσα με sms για τις εκπτώσεις που παρέχονται σε καταστήματα εντός της ακτίνας αυτής. Συνεπώς το επιχείρημα περί του ‘ιδίου ακριβώς προϊόντος’ δεν ευσταθεί.
 - Είναι αυτό το App που προωθήθηκε διαφημιστικά, κάτω από το σχέδιο «Enjoy More». Στο τέλος της διαφήμισης χρησιμοποιήθηκε slogan που περιείχε την λέξη ‘ανταμοιβή’. Η λέξη ανταμοιβή είναι μια φράση μέσα στη διαφήμιση της Τράπεζας Πειραιώς. Δεν δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη λέξη ανταμοιβή. Το γεγονός ότι στα cut version –τα οποία προβάλλονται περισσότερο- δεν υπάρχει η λέξη ανταμοιβή είναι απόδειξη ότι δεν δίνεται ιδιαίτερη σημασία στη λέξη αυτή.
 - Η ΤΠ δεν έχει χρησιμοποιήσει τη λέξη «ανταμοιβή» σε όνομα προϊόντος της, αλλά παρεμπιπτόντως σε ένα κείμενο της διαφήμισής της. Δεν υπάρχει σύγκρουση στα ονόματα των σχεδίων. Όταν κάποιος δει τις δύο διαφημίσεις, το επίκεντρο της διαφήμισης της Τράπεζας Πειραιώς είναι το application. Η ΤΠ δεν αντιλαμβάνεται γιατί ο μέσος καταναλωτής θα θεωρούσε ότι τα δύο προϊόντα είναι ‘ακριβώς τα ίδια’ και ότι προκαλείται σύγχυση μεταξύ των δύο προϊόντων.
 - Η λέξη ‘ανταμοιβή’, στα αγγλικά ‘reward’, είναι λέξη γενικής χρήσης (generic), όπως η λέξη έκπτωση, loyalty κ.λπ. Όλες οι τράπεζες στον κόσμο έχουν reward schemes για τους πελάτες τους, ανταμείβοντας τους για την χρήση της κάρτας τους με τον ένα τρόπο ή τον άλλο (εκπτώσεις, cash-back κλπ). Η ΤΠ απορρίπτει ότι η λέξη ανταμοιβή μπήκε εμβόλιμα στη διαφήμισή της.

- Η ΤΠ ερώτησε κατά πόσο η ΤΚ διεκδικεί την πατρότητα της λέξης ‘ανταμοιβή’ σε διαφημίσεις που αφορούν κάρτες. Η ΤΠ διαφωνεί με τις εκφρασθείσες θέσεις της ΤΚ ότι η λέξη ‘ανταμοιβή’ ‘ανήκει’ στην ΤΚ διότι πρόλαβε να την οικειοποιηθεί πρώτη και ότι δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί, ακόμα και μέσα σε κείμενο διαφήμισης, από άλλες τράπεζες στο μέλλον.
- Όσον αφορά στο Άρθρο 15 – Εκμετάλλευση Φήμης: δεν έχει κατατεθεί από την ΤΚ τεκμηρίωση για εκμετάλλευση ούτε και τεκμηρίωση για το αν οι εντυπώσεις από την εκστρατεία της ΤΚ ήταν ευνοϊκές ή όχι.
- Όσον αφορά στο Άρθρο 12 - Δυσφήμιση: Η ΤΠ δεν αντιλαμβάνεται πως τα γεγονότα του υπό εξέταση θέματος μπορούν να χαρακτηριστούν σαν δυσφημιστικά για την ΤΚ.
- Η ΤΠ καταλήγει ότι η θέση της ΤΚ χαρακτηρίζεται από υπερβολική ευαισθησία και διαφαίνεται από τη συζήτηση ότι τελικά το παράπονο της ΤΚ έχει να κάνει με την λανθασμένη εντύπωση της ΤΚ περί κατά συρροή αντιγραφή διαφημίσεων της από την ΤΠ παρά με την συγκεκριμένη περίπτωση ενώπιον της Επιτροπής.

Απόφαση:

- Με δεδομένη τη σαφή τοποθέτηση της Τράπεζας Κύπρου ότι το παράπονο εστιάζεται στη χρήση της λέξης «ανταμοιβή», η Πρωτοβάθμια Επιτροπή επικεντρώθηκε σ’ αυτό.
- Προβληματίστηκε ιδιαίτερα για το που θα πρέπει να τίθενται τα όρια της χρήσης μιας λέξης γενικής φύσεως. Κατά την άποψή της, όσο πιο «generic» είναι μια λέξη τόσο πιο δύσκολο είναι να «κατοχυρωθούν» σε αυτή οποιαδήποτε δικαιώματα αποκλειστικής χρήσης σε μια προϊοντική κατηγορία.
- Στην προκειμένη περίπτωση υπάρχει μια generic λέξη, η λέξη «ανταμοιβή». Όπως έχει αναφερθεί στη διαδικασία, η λέξη αυτή έχει χρησιμοποιηθεί από άλλη τράπεζα παλαιότερα για παρεμφερές προϊόν, αλλά όχι από την Τράπεζα Πειραιώς για το σχέδιο ωφελγημάτων Enjoy more.
- Η Επιτροπή είναι της άποψης ότι τα άρθρα τα οποία έχει επικαλεστεί η Τράπεζα Κύπρου δεν στοιχειοθετούν παράβαση του κώδικα.
- Όσον αφορά στο άρθρο 16, η Επιτροπή εκτιμά ότι -ακόμη και αν θεωρηθεί ότι υπάρχει μίμηση- δεν έχει τεκμηριωθεί ότι αυτή γίνεται με τρόπο που μπορεί να παραπλανήσει ή να δημιουργήσει σύγχυση στον καταναλωτή.
- Όσον αφορά στο άρθρο 15 για εκμετάλλευση φήμης, συμφωνεί με την Τράπεζα Πειραιώς ότι η Τράπεζα Κύπρου δεν έχει υποβάλει στοιχεία που να στοιχειοθετούν ευνοϊκές εντυπώσεις από τη δική της διαφημιστική εκστρατεία.
- Τέλος, η χρήση και μόνο της λέξης «ανταμοιβή» δεν μπορεί να θεωρηθεί δυσφημιστική σύμφωνα με το άρθρο 12. Το αν η φράση «αυτό θα πει ανταμοιβή στη στιγμή» στο σύνολό της θα μπορούσε να θεωρηθεί συγκριτική ή/και δυσφημιστική δεν εξετάστηκε, με δεδομένη την αρχική τοποθέτηση της Τράπεζας Κύπρου ότι το παράπονο αφορά τη χρήση της λέξης «ανταμοιβή» και μόνο.

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.