

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	Καταναλωτή
Θέμα	Διαφημίσεις Υπεραγορών Alphamega
MME	Τηλεόραση
Ημερομηνία Απόφασης	Πέμπτη 30 Νοεμβρίου 2023

Θέμα Αίτησης Ελέγχου:

«ΟΙ ΛΕΞΕΙΣ "ΜΟΝΟ" ΚΑΙ "ΤΩΡΑ" ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΟΤΑΝ ΔΕΝ ΣΥΝΟΔΕΥΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΣΥΝΙΣΤΟΥΝ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΔΙΟΤΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΕΝΤΥΠΩΣΗ ΓΙΑ ΕΚΠΤΩΣΗ ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ.

ΕΠΙΣΗΣ, Η ΦΡΑΣΗ "ΤΙΜΗ ΜΕ ΤΟ ΔΩΡΟ" ΕΙΝΑΙ ΜΕΓΑΛΗ ΑΝΟΗΣΙΑ, ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΝΑ ΠΛΗΡΩΝΑΜΕ ΚΑΙ ΤΟ ΔΩΡΟ!!

Η λέξη ΤΩΡΑ, χωρίς να υπάρχει ταυτόχρονα και ευδιάκριτα το πριν, δημιουργεί την εντύπωση πως η τωρινή τιμή είναι πιο χαμηλή. Αποδειξη τουτου δεν προσφέρεται.

Επίσης, η λέξη ΜΟΝΟ δημιουργεί την εντύπωση φθηνείας, παλι χωρίς αποδειξη περι τουτου.»

Τοποθέτηση Διαφημιζόμενου:

«Ενεργούμε εκ μέρους των πελατών μας, κ.κ. Χ.Α. ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΛΤΔ, ιδιοκτητών/διαχειριστών της αλυσίδας υπεραγορών “Αλφαμεγα”.

Αρχικά, σημειώνουμε ότι η συμμετοχή μας τόσο στην τηλεδιάσκεψη ημερομηνίας 27/11/2023 αλλά και η αποστολή της παρούσας δεν αποτελεί παραίτηση από ή απεμπόληση οποιουδήποτε δικαιώματος των πελατών μας, το οποίο πηγάζει από την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία.

Παρά τα πιο πάνω, σας ευχαριστούμε για την πρόσκληση για τη συζήτηση του ζητήματος. Οι πελάτες μας είναι στη διάθεση του ΦΕΔ για την συζήτηση οποιουδήποτε παραπόνου αλλά και για την ανταλλαγή απόψεων σε οποιοδήποτε ζήτημα αφορά την ορθή αντιμετώπιση των καταναλωτών στον τομέα της επικοινωνίας.

Το παράπονα κατά των πελατών μας, εξ όσων έχουμε ενημερωθεί, αφορούν τα πιο κάτω:



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

- τη χρήση της φράσης “Τελική Τιμή μαζί με το δώρο” σε διαφήμιση.
- τη χρήση της λέξης “τώρα” σε διαφήμιση προϊόντος, χωρίς να προβάλλεται η προηγούμενη τιμή.

Εξ όσων έχουμε επίσης ενημερωθεί, τα παράπονα δεν παρέπεμπαν σε συγκεκριμένες επικοινωνίες και από πρωτοβουλία και έρευνα του ΦΕΔ εντοπίστηκαν τηλεοπτικά σποτ που κατά εισήγηση του ΦΕΔ “ανταποκρίνονταν” στα παράπονα του καταναλωτή, ο οποίος σημειώνουμε ότι επέλεξε να μην αποκαλυφθεί η ταυτότητά του.

Εκ πρώτης, θα ήταν παράλειψή μας να μην σημειώσουμε ότι ορθότερο κατά την δική μας πεποίθηση θα ήταν ο παραπονούμενος καταναλωτής να ερωτηθεί και να υποδείξει την επικοινωνία η οποία αφορά το παράπονό του, ούτως ώστε, αφενός:

- να αποφευχθεί η οποιαδήποτε υπόνοια περί προκατάληψης του ΦΕΔ κατά την εξέταση αφού οι λειτουργοί του εντόπισαν την σχετική επικοινωνία θεωρώντας ότι “ανταποκρίνεται” στο παράπονο, και αφετέρου
- το παράπονο να κριθεί με βάση τα πραγματικά γεγονότα τα οποία οδήγησαν σε αυτό, δηλαδή εξετάζοντας την συγκεκριμένη επικοινωνία η οποία οδήγησε τον καταναλωτή να υποβάλει το παράπονο.

Άνευ επηρεασμού των ανωτέρω, επί της ουσίας των παραπόνων, σημειώνουμε ενδεικτικά τα πιο κάτω:

○ Χρήση της φράσης “Τελική Τιμή μαζί με το δώρο”.

Αποτελεί θέση των πελατών μας ότι από το λεκτικό που χρησιμοποιεί ο καταναλωτής, δεν προκύπτει παράπονο. Χαρακτηρίζει τη φράση ως “ανοησία” αφήνοντας να νοηθεί ότι χρησιμοποιείται εκ του περισσού.

Ακόμα όμως και να υπάρχει παράπονο, δεν υπάρχει οτιδήποτε μεμπτό στη χρήση της συγκεκριμένης φράσης.

Αντιθέτως, η εν λόγω φράση χρησιμοποιείται προς όφελος του καταναλωτή ούτως ώστε να καθίσταται απόλυτα σαφές ότι δεν υπάρχουν και δεν πρόκειται να υπάρξουν οποιεσδήποτε επιπλέον χρεώσεις, κρυφές ή άλλως πως.

Σχετικά με την διατύπωση περιπτώσεων όπου υπάρχει δώρο και την ανάγκη να μεταφέρεται στον καταναλωτή η τελική τιμή, οι πελάτες μας είχαν σχετική επικοινωνία με την Υπηρεσία Προστασίας του Καταναλωτή οποία ήταν θετική στην χρήση της φράσης αυτής.

Ο καταναλωτής λαμβάνει το ξεκάθαρο μήνυμα ότι για αυτό που βλέπω/ακούω θα πληρώσω μόνο αυτό που βλέπω/ακούω. Τίποτε άλλο.

Δεν υπάρχει καμία παράβαση του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας, ιδίως των άρθρων 1 έως και 5 και 7. Περαιτέρω, δεν υπάρχει καμία παράβαση του ημεδαπού αλλά και του Ευρωπαϊκού Δικαίου.

○ Χρήση της λέξης “τώρα”, χωρίς να προβάλλεται η προηγούμενη τιμή.

Οι διαφημίσεις έχουν σκοπό να ενημερώσουν τους καταναλωτές ότι για την συγκεκριμένη περίοδο ισχύουν συγκεκριμένες τιμές.



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Η λέξη “τώρα”, ως χρονικό επίρρημα, χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει τον χρόνο για τον οποίο ισχύει η συγκεκριμένη τιμή.

Προς τούτο, κάτω από την τιμή αναγράφονται και οι ημερομηνίες για τις οποίες ισχύει, ούτως ώστε να αποφευχθεί το φαινόμενο που αντιμετώπισαν παλαιότερα οι πελάτες μας, δηλαδή οι καταναλωτές να προσέρχονται στις υπεραγορές των πελατών μας για να αγοράσουν συγκεκριμένα προϊόντα σε συγκεκριμένη τιμή, σε περίοδο που η συγκεκριμένη τιμή δεν εφαρμόζεται.

Άξιο αναφοράς είναι και το γεγονός ότι η επικοινωνία αφορούσε τηλεοπτικό σποτ.

Δηλαδή, ο καταναλωτής δεν έχει την δυνατότητα να αγοράσει προϊόντα χωρίς να μεσολαβήσει άλλη ουσιαστική ενέργεια από μέρους του κατά την οποία θα έχει την ευχέρεια να επανεξετάσει την τιμή ενός προϊόντος. Θα πρέπει είτε να τοποθετήσει ηλεκτρονική παραγγελία είτε να μεταβεί σε φυσικό κατάστημα, όπου και στις 2 περιπτώσεις η προηγούμενη τιμή αναγράφεται.

Δεν θεωρούμε ότι υπάρχει οποιαδήποτε παραβίαση του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας ή οποιασδήποτε ισχύουσας στην Κυπριακή Δημοκρατία νομοθεσίας.

Η διαφήμιση είναι νόμιμη, ευπρεπής, έντιμη και αληθής. Ο καταναλωτής γνωρίζει τι θα πάρει και τι θα πληρώσει. Γνωρίζει επίσης για πόσο χρονικό διάστημα ισχύουν οι συγκεκριμένες τιμές.

Αναφέρουμε επίσης ότι οι εν λόγω διαφημίσεις δεν προβάλλονται πλέον.

Τονίζουμε ότι εντός των αμέσως επόμενων ημερών οι πελάτες μας θα παρακαθίσουν σε συνάντηση του Παγκύπριου Συνδέσμου Λιανικού Εμπορίου όπου και θα θίξουν τα ζητήματα αυτά. Εκφράζουμε την ετοιμότητά τους, εάν ληφθούν από τον Σύνδεσμο οποιεσδήποτε αποφάσεις οι οποίες να δικαιολογούν αλλαγή στον τρόπο επικοινωνίας, να συμμορφωθούν με αυτές.

Παραμένουμε στη διάθεσή σας για οποιεσδήποτε τυχόν διευκρινήσεις.»

Απόφαση:

Όσον αφορά στα θέματα **Διαδικασίας**, η Διευθύντρια του ΦΕΔ διευκρίνισε τα εξής:

- i. Οργανισμοί όπως ο ΦΕΔ αποδεικνύουν έμπρακτα τη βούληση του διαφημιστικού κλάδου να αυτορυθμίζεται εφαρμόζοντας κανόνες δεοντολογίας που ο ίδιος θεσπίζει. Οι εν λόγω οργανισμοί εκπροσωπούνται από την εδρεύουσα στις Βρυξέλλες European Advertising Standards Alliance.
- ii. Όπως αναφέρεται στο κείμενο με τίτλο «**EASA Statement of Common Principles and Operating Standards of Best Practice (May 2002)**», επιδίωξη των συστημάτων αυτοδέσμευσης είναι η διατήρηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών με την παροχή ταχείας και αποτελεσματικής απάντησης σε ανησυχίες τους

για θέματα διαφημίσεων. Χαρακτηριστικά στο άρθρο 11.2 τονίζεται: «*Self-regulatory systems should, above all, ensure that the individual consumer is the focus of attention*».

- iii. Στο άρθρο 14 με τίτλο «Effectiveness» αναφέρονται τα εξής για την αποτελεσματικότητα του συστήματος.
- 14.1. Notwithstanding the national legislative framework, self-regulation must be and seen to be effective, in both its operation and outcome.
- 14.2. Self-regulation must be rapid, flexible, current and applied in a non-bureaucratic manner.
- 14.3. Self-regulatory rules and procedures should be applied in both the spirit and the letter, and regularly reviewed.
- iv. Υπό το πρίσμα αυτό, ερμηνεύονται οι πρόνοιες του Κανονισμού όσον αφορά στα παράπονα εκ μέρους των καταναλωτών. Το άρθρο 3(ε) του Κανονισμού αναφέρει ότι η αίτηση ελέγχου θα πρέπει, μεταξύ άλλων, να περιλαμβάνει ή να περιγράφει αναλυτικά και συγκεκριμένα την υπό κρίση επικοινωνία. Στην προκειμένη περίπτωση, ο καταναλωτής υπέβαλε παράπονο για τρία θέματα και αναφέρθηκε σε χρονικό πλαίσιο για την επικοινωνία. Ο ΦΕΔ αναζήτησε επικοινωνίες στο χρονικό πλαίσιο που υποδείχθηκε και εντόπισε τελικά επικοινωνίες που αφορούσαν δύο υπεραγορές. Ο καταναλωτής συμφώνησε να προχωρήσει η εξέταση των εν λόγω διαφημίσεων και ότι, αν το αποτέλεσμα της απόφασης ήταν τέτοιο ώστε να επηρεάζει ενδεχομένως και άλλες υπεραγορές, θα ενημερώνονταν για την απόφαση.
- v. Όσον αφορά στην επιλογή του καταναλωτή να μην αποκαλυφθεί η ταυτότητά του: Ο Κανονισμός της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής του ΦΕΔ (άρθρο 3γ) ρητά προβλέπει ότι «Σε περίπτωση παραπόνου από καταναλωτή, τα στοιχεία του καταναλωτή παραμένουν εμπιστευτικά εκτός αν ο ίδιος συναινέσει στη γνωστοποίησή τους στον διαφημιζόμενο». Είναι αρκετά σύνηθες οι καταναλωτές να επιλέγουν να μην γνωστοποιούνται τα στοιχεία τους στις διαφημιζόμενες επιχειρήσεις. Επισημαίνεται ότι δυνατότητα ανώνυμων καταγγελιών δίνεται και από την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου (<https://crta.org.cy/contact.html>), γεγονός που έχει τη σημασία του με δεδομένο ότι η υπό εξέταση επικοινωνία είναι τηλεοπτική.

Όσον αφορά στα θέματα **Ουσίας**, η Πρωτοβάθμια Επιτροπή κατέληξε στα παρακάτω, αφού μελέτησε το παράπονο και την τοποθέτηση της εταιρείας, προχωρώντας επιπρόσθετα σε σειρά ερωτημάτων προς τους εκπροσώπους της επιχείρησης για πλήρη κατανόηση του θέματος.

- i. Αναφορικά με τη φράση **«Τελική τιμή μαζί με το Δώρο»**: Η Επιτροπή θεωρεί ότι η φράση είναι διευκρινιστική και χρησιμοποιείται -δίνοντας την επιπλέον έμφαση που ενδεχομένως ενόχλησε τον καταναλωτή- για να γίνει απόλυτα σαφές ότι, σε περίπτωση προϊόντων που το δώρο είναι ενσωματωμένο στη βασική συσκευασία, η τελική τιμή που θα πληρώσει ο καταναλωτής, είναι αυτή που αναφέρεται στη διαφήμιση. Στο βαθμό συνεπώς που δεν υπάρχει παράβαση του άρθρου 7 του Κώδικα, και η λέξη «δώρο» χρησιμοποιείται χωρίς να υπάρχει πρόσθετη επιβάρυνση ή άλλη υποχρέωση για τον καταναλωτή, δεν υπάρχει οποιοδήποτε θέμα. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θεωρεί ότι η εν λόγω αναφορά δεν παραβιάζει τον Κυπριακό Κώδικα Διαφήμισης.



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

- II. Αναφορικά με τη χρήση της λέξης «**τώρα**» στις υπό εξέταση διαφημίσεις και στο ερώτημα αν η χρήση αυτής -χωρίς αναφορά σε προηγούμενη τιμή- συνιστά παραπλάνηση του καταναλωτή:
- III. Τα μέλη της Επιτροπής συζήτησαν εκτενώς για το θέμα και συμφώνησαν ότι, όταν ο καταναλωτής βλέπει ή/και ακούει σε διαφημίσεις υπεραγορών τη λέξη «**Προσφορές**» -είτε αυτή συνοδεύεται από τη λέξη «**τώρα**», είτε όχι-, θεωρεί ότι τα προϊόντα που διαφημίζονται είναι σε χαμηλότερη τιμή κατά την περίοδο της προσφοράς από ότι ήταν προηγουμένως.
- IV. Η Επιτροπή αποδέχεται τις βεβαιώσεις των Alphamega ότι ο καταναλωτής θα βρει τόσο στο ράφι, όσο και στην online υπεραγορά, την προηγούμενη και την ισχύουσα τιμή και άρα θα γνωρίζει το εύρος της έκπτωσης πριν προβεί σε αγορά.
- V. Η Επιτροπή αντιλαμβάνεται ότι ο **Περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμος του 2021**, στο **άρθρο 45(2)(α)** αναφέρει ότι «Σε κάθε ανακοίνωση περί μείωσης τιμής υποδεικνύεται η προγενέστερη τιμή που εφάρμοζε ο εμπορευόμενος για καθορισμένο χρονικό διάστημα πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής.» Η Επιτροπή διευκρίνισε με την Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή ότι η λέξη «**ανακοίνωση**» στο άρθρο 45(2)(α) **δεν περιορίζεται σε αναφορές στο ράφι αλλά περιλαμβάνει επίσης και τις διαφημίσεις**. Όπως μας επισημάνθηκε γραπτώς, «η λέξη κλειδί είναι η λέξη «**κάθε**» ανακοίνωση. Αν η λέξη «**ανακοίνωση**» είχε την στενή έννοια της αναφοράς στο ράφι τότε η λέξη «**κάθε**» θα ήταν αχρείαση.»
- VI. Με δεδομένο ότι -από ένα γρήγορο έλεγχο- φαίνεται να υπάρχουν και άλλες υπεραγορές που αναφέρονται σε «**προσφορές**», χωρίς να αναφέρουν την προηγούμενη και τη νέα τιμή, αλλά και για να διευκρινιστεί περαιτέρω ο τρόπος εφαρμογής της νομοθεσίας από την αρμόδια υπηρεσία, η Πρωτοβάθμια Επιτροπή αποφάσισε ότι θα υποβάλει σχετικό ερώτημα στην Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή.
- VII. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή επιφυλάσσεται να τοποθετηθεί για τη χρήση της λέξης «**τώρα**» σε συνδυασμό με τη λέξη «**Προσφορές**», αφού λάβει τη σχετική ενημέρωση από την Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στον Κανονισμό της τελευταίας (Άρθρο 1, παρ. δ). 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 από το μέρος που αιτείται τον επανέλεγχο.