

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Αίτηση Ελέγχου από	Καταναλωτή
Θέμα	Black Friday Offer Public για κονσόλες PS5
MME	Website
Ημερομηνία Απόφασης	Πέμπτη 30 Νοεμβρίου 2023

Θέμα Αίτησης Ελέγχου:

Περιγραφή διαφημιστικής επικοινωνίας:

«Έχω παρατηρήσει ότι το κατάστημα Public έχει καταχωρήσει στην λίστα προσφορών του BLACK FRIDAY κονσόλες PS 5 ήτοι τις κονσόλες:

- (1) Sony PlayStation 5 - EA Sports FC 24 Bundle,
- (2) Sony PlayStation 5
- (3) Sony PlayStation 5 - Marvel's Spider-Man 2 Limited Edition Bundle και
- (4) Sony PlayStation 5 - Call of Duty Modern Warfare III Bundle

με εκπτώσεις 19%, 22%, 18% και 19% ενώ αυτές οι κονσόλες δεν υπάρχουν διαθέσιμες στο κατάστημα τους εδώ και τρεις (3) εβδομάδες. ΑΠΟΚΛΕΙΕΤΕ να έχει πωληθεί και ούτε πρόκειται να πωληθεί έστω και μία κονσόλα ανά το παγκύπριο με τέτοια τιμή προσφοράς.»

Ποια σημεία της επικοινωνίας θεωρείτε ότι αντίκεινται στον Κώδικα Δεοντολογίας;

«Είναι αθέμιτη, ανήθικη προωθητική ενέργεια και/ή διαφήμιση η οποία δεν λέει την αλήθεια και δεν ενέχει το στοιχείο της τιμιότητας.»

Ποια άρθρα του Κώδικα Δεοντολογίας θεωρείτε ότι παραβιάζονται;

«Άρθρο 1 και 3 Είναι επίσης λανθασμένη προωθητική ενέργεια»



ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Τοποθέτηση Διαφημιζόμενου:

Ο εκπρόσωπος της εταιρείας τοποθετήθηκε ως εξής:

- «Τα τέσσερα προϊόντα στα οποία αναφέρεται το παράπονο, δεν διαφημίστηκαν αλλά συμπεριλήφθηκαν στις προσφορές του Black Friday στο site του Public, κάτω από τη γενικότερη ομπρέλα των προσφορών της περιόδου. Δεν έγινε κάποια ιδιαίτερη προώθησή τους, ούτε καν παρουσιάστηκαν στη home page του site. Συνεπώς μας ξένισε το γεγονός ότι ο ΦΕΔ επιλαμβάνεται του θέματος αυτού γιατί δεν έχει υπάρξει διαφήμιση με την κλασική έννοια.
- Από την έναρξη της περιόδου Black Friday του Public, δηλαδή από τις 11.11.2023 μέχρι και τις 26.11.2023 πωλήθηκαν πάνω από 350 προϊόντα και από τους 4 κωδικούς στις τιμές προσφοράς.
- Πριν την έναρξη της περιόδου Black Friday, είχαμε έρθει σε επικοινωνία με την Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή για να βεβαιωθούμε ότι είμαστε συνεπείς με τις ισχύουσες διατάξεις και, εν τέλει, εξυπηρετούμε όσο το δυνατόν καλύτερα τους πελάτες μας. Μεταξύ άλλων, μας έχει ζητηθεί να παραμένουν στο site μας τα προϊόντα ακόμη κι όταν αυτά έχουν εξαντληθεί ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να ενημερώνεται για τη διαθεσιμότητά τους. Έτσι, βάζουμε πλέον ευκρινή σήμανση όταν το προϊόν έχει εξαντληθεί και προφανώς δεν είναι δυνατή η προσθήκη του στο καλάθι αγορών.
- Οι εν λόγω κονσόλες είναι «δυσεύρετα» προϊόντα με μεγάλη ζήτηση. Για το λόγο αυτό δεν δεχόμαστε προ-παραγγελίες για τα προϊόντα αυτά, γιατί δεν θέλουμε να δημιουργούμε προσδοκίες στους καταναλωτές μας που δεν θα είναι εφικτό να εξυπηρετηθούν».

Απόφαση:

Όσον αφορά στο ερώτημα αν η παρουσία μιας προσφοράς στο site του διαφημιζόμενου αποτελεί διαφήμιση σύμφωνα με τον Κώδικα του ΦΕΔ, η Διευθύντρια του ΦΕΔ διευκρίνισε τα εξής:

- i. Όπως αναφέρεται στους Ορισμούς στον Κυπριακό Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας, η λέξη «διαφήμιση» λαμβάνεται στο ευρύτερο νόημά της. Επιπρόσθετα, σε περίπτωση που υπάρχει αμφισβήτηση για το αν μια μορφή επικοινωνίας αποτελεί διαφημιστική επικοινωνία, η Διεύθυνση του ΦΕΔ καλείται να εξετάσει διάφορα κριτήρια για να λάβει τη σχετική απόφαση. Από τα κριτήρια που αναφέρονται στον Κώδικα, στην περίπτωση αυτή ισχύουν τουλάχιστον τρία, συγκεκριμένα τα εξής:
 - α) η επικοινωνία υλοποιείται απευθείας από τον διαφημιζόμενο ή για λογαριασμό και κατ' εντολή του
 - β) βρίσκεται σε, ελεύθερα προσβάσιμο από τους καταναλωτές, χώρο υπό τον έλεγχο του διαφημιζόμενου
 - γ) στοχεύει στην προώθηση συγκεκριμένων προϊόντων ή εταιρείας.

Επισημαίνεται ότι έχουν υπάρξει αρκετές αποφάσεις του ΦΕΔ για επικοινωνία στο website του διαφημιζόμενου, με την πρώτη να χρονολογείται το 2013.

Όσον αφορά στην **ουσία** του παραπόνου, η Πρωτοβάθμια Επιτροπή κατέληξε στα παρακάτω, αφού μελέτησε το παράπονο και διατύπωσε σειρά ερωτημάτων προς τον εκπρόσωπο της επιχείρησης για πλήρη κατανόηση του θέματος.

- ii. Ο καταναλωτής αμφισβητεί αν όντως υπήρξαν πωλήσεις των προϊόντων στις τιμές προσφοράς. Σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκομίστηκαν στην Επιτροπή, υπήρξαν αρκετές πωλήσεις των προϊόντων στις τιμές αυτές, σχεδόν ισόποσα μοιρασμένες στην περίοδο πριν από το παράπονο -που υποβλήθηκε στις 21.11- και στην περίοδο μετά το παράπονο και μέχρι τις 26.11.
- iii. Η Επιτροπή εκτιμά θετικά το γεγονός ότι η εταιρεία συμμορφώθηκε με τις παραινέσεις της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή όσον αφορά στη σήμανση για τη διαθεσιμότητα του στοκ.
- iv. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θεωρεί ότι δεν προκύπτει παράβαση του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.

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.