

ΑΠΟΦΑΣΗ

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ID	A-061
Αίτηση Ελέγχου από	Photos Photiades Distributors Ltd
Θέμα	Παράπονο για διαφημιστική επικοινωνία μπίρας ΚΕΟ
MME	Τηλεόραση, Online
Ημερομηνία Απόφασης	Δευτέρα 23 Δεκεμβρίου 2019

Κείμενο Διαφήμισης:

«Ποια είναι τα συστατικά μιας αυθεντικής Κυπριακής μπίρας;
Η παράδοσή της
Η αφοσίωση στην ίδια συνταγή
Η αξεπέραστη γεύση της
Το πάθος για το άρωμά της
Η διεθνής καταξίωση της
Η προσφορά της στην Κύπρο
Η υπερηφάνεια για την ταυτότητα και την καταγωγή της... που το γράφει και στο όνομα της
Μπίρα ΚΕΟ...έτσι φτιάχνεται η αγαπημένη μπίρα της Κύπρου.»

Τοποθέτηση εταιρείας Photos Photiades Distributors:

- Η εταιρεία επεσήμανε ότι θεωρεί ότι παραβιάζονται τα άρθρα 1 (α), 3 (α), 5 (α) και 8 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.
- Κατά την άποψή της, η δήλωση της διαφήμισης «Η αγαπημένη μπίρα της Κύπρου» είναι παραπλανητική και ταυτόχρονα υπονοεί ότι οι υπόλοιπες μπίρες και συγκεκριμένα η Carlsberg κατέχει δευτερεύουσα θέση στην προτίμηση των καταναλωτών. Επεσήμανε ότι δεν υπάρχει οποιαδήποτε επίσημη έρευνα αυτή τη στιγμή που να μπορεί να κατοχυρώσει ότι η μπίρα ΚΕΟ κατατάσσεται σε αυτή τη θέση και είναι η αγαπημένη όλου του πληθυσμού της Κύπρου.

- Αντιθέτως, τα μερίδια αγοράς για τους 12 τελευταίους μήνες από δυο εταιρείες (Retail Zoom Και RAI), κατατάσσουν την Carlsberg στην πρώτη θέση με τα ακόλουθα ποσοστά:

<u>RAI:</u>	Carlsberg 31%	ΚΕΟ 29%
<u>Retail Zoom:</u>	Carlsberg 31,1%	ΚΕΟ 25.9%

- Επίσης, από έρευνες που υλοποιεί η εταιρεία με την RAI Consultants δύο φορές τον χρόνο (η τελευταία που παραδόθηκε ήταν Νοέμβριο του 2019), η κατανάλωση των μπυρών Carlsberg και ΚΕΟ τον τελευταίο μήνα σε ένα δείγμα των 600 ατόμων ήταν 61% και 58% αντίστοιχα. Σε βάθος 5 χρόνων από το 2014, τα ποσοστά της μάρκας ΚΕΟ παραμένουν σταθερά με μικρές διακυμάνσεις.
- Επιπρόσθετα στην ερώτηση «Ποια είναι η αγαπημένη σου μάρκα μπύρας», ο μέσος όρος του τελευταίου έτους (στις 4 έρευνες που έκανε η εταιρεία Photiades) στην Carlsberg είναι 36,25% σε σχέση με την ΚΕΟ που είναι στο 32,75%. Σε ερώτηση «ποια μάρκα προτιμάτε» τα αποτελέσματα σε κλίμακα 1-10 τα αποτελέσματα είναι για Carlsberg 8,1 και ΚΕΟ 7,9.
- Τέλος, με βάση τα στοιχεία που και τα 2 ζυθοποιεία δηλώνουν στην Στατιστική Υπηρεσία, το Ζυθοποιείο Φώτος Φωτιάδης κατατάσσεται στην πρώτη θέση όσον αφορά τα λίτρα μπύρας που παρήχθησαν μέχρι σήμερα.
- Βάσει των πιο πάνω δεν υπάρχει κανένα στοιχείο που να καθορίζει την μάρκα ΚΕΟ ως την αγαπημένη μπύρα της Κύπρου. Έτσι, η εταιρεία θεωρεί ότι σκοπός της συγκεκριμένης διαφήμισης είναι να κτίσει με παραπλανητικό τρόπο την υπεροχή της μάρκας ΚΕΟ σε σχέση με τις υπόλοιπες μπύρες και ιδιαίτερα την Carlsberg που είναι ο άμεσος ανταγωνιστής.
- Σχετικά με τη «διεθνή καταξίωση», εξ' όσον γνωρίζει η εταιρεία δεν υπάρχει κάποια πρόσφατη διεθνής αναγνώριση που έχει λάβει η μπύρα ΚΕΟ στο εξωτερικό. Η ύπαρξη εξαγωγικών δραστηριοτήτων μιας μάρκας δεν είναι αρκετό για να την καταστήσει ως «καταξιωμένη».

Απόφαση:

- I. Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή άκουσε τους εκπροσώπους της εταιρείας Φωτιάδης και συζήτησε μαζί τους εκτενώς για τα στοιχεία που υποβλήθηκαν.
- II. Αρχικά, η Επιτροπή επιθυμεί να εκφράσει την απογοήτευσή της για τη μη συμμετοχή της εταιρείας ΚΕΟ στη διαδικασία. Η μη συμμετοχή δεν συμβάλλει στη διαδικασία της αυτοδέσμευσης που στοχεύει, μεταξύ άλλων, στη διαφύλαξη της αξιοπιστίας του διαφημιστικού λόγου και στην προστασία του διαφημιστικού κλάδου γενικότερα από έξωθεν παρεμβάσεις. Οφείλει δε να τονίσει ότι η αξιοπιστία του διαφημιστικού λόγου και ο έλεγχός της μέσω του φορέα που ο ίδιος ο κλάδος έχει δημιουργήσει, είναι ακόμη πιο σημαντική σε κατηγορίες αγοράς όπως τα αλκοολούχα ποτά, όπου οι νομοθετικές παρεμβάσεις είναι εξαιρετικά πιο πιθανές.
- III. Επιπρόσθετα, διευκρινίζεται για ακόμη μια φορά ότι η διαδικασία στις Επιτροπές του Φορέα Ελέγχου Διαφήμισης βασίζεται στην ανάπτυξη επιχειρημάτων και υποβολή στοιχείων από τις δύο πλευρές. Η μεγαλύτερη ευθύνη απόδειξης ανήκει στον διαφημιζόμενο ο οποίος, όπως αναφέρεται στο άρθρο 6 β του

Κανονισμού της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής, «φέρει το βάρος της απόδειξης της αλήθειας και της ακρίβειας όλων των ισχυρισμών στην επικοινωνία του» και υπέχει «τη γενική ευθύνη για τις διαφημίσεις των προϊόντων του» σύμφωνα με το Άρθρο 23 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας.

- IV. Αναφορικά με τον ισχυρισμό **«η αγαπημένη μπύρα της Κύπρου»**:
Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή θεωρεί ότι ο εν λόγω ισχυρισμός εκφράζει μια συναισθηματική διάθεση για το brand. Στο πλαίσιο αυτό, δεν είναι υποχρεωτική η τεκμηρίωση του εν λόγω ισχυρισμού είτε με ποσοτικά στοιχεία (όπως π.χ. τα στοιχεία αγοράς), είτε με ποιοτικά στοιχεία.
- V. Σχετικά με τον ισχυρισμό για τη **«διεθνή καταξίωση»** της μπύρας ΚΕΟ:
Από online αναζήτηση, η Επιτροπή αντιλαμβάνεται ότι η εταιρεία ΚΕΟ έχει λάβει ένα βραβείο το 1987 σε διεθνή διαγωνισμό (<https://www.brewingawards.org/awards/1987>). Είναι της άποψης ότι μια διεθνής διάκριση πριν από περισσότερα από 30 χρόνια δεν μπορεί να αποτελέσει τη βάση για την τεκμηρίωση της φράσης «διεθνής καταξίωση». Συνεπώς, ο εν λόγω ισχυρισμός προσκρούει στα άρθρα 5(α) και 8 του Κυπριακού Κώδικα Δεοντολογίας Επικοινωνίας και θα πρέπει να τροποποιηθεί εντός των προθεσμιών που ορίζονται στο άρθρο 7 του Κανονισμού της Πρωτοβάθμιας Επιτροπής.

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.