

ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΑΠΟΦΑΣΗ Αρ. Α 5933

ΑΙΤΩΝ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ	THE NEWTONS LABORATORY / ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΘΕΜΑ	Διαφημιστική επικοινωνία «FLEXSANTA»

ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	A / 5932 / 11.12.2025
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ	15.12.2025
ΗΜ/ΝΙΑ & ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ	A / 5933 / 16.12.2025

ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ	Ε. ΣΙΣΑΜΗ Β. ΠΙΣΠΑΣ Α. ΚΟΥΚΙΑΣ Β. ΛΕΩΝΗ	ΕΔΕΕ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΔΕΕ ΣΔΕ ΣΔΕ
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ	Δ. ΜΠΕΛΕΚΟΣ Κ. ΒΕΡΒΑΙΝΙΩΤΗΣ Λ. ΠΕΤΡΟΥΝΙΑΣ Χ. ΓΙΑΝΝΟΥΛΗ ΚΥΡΙΜΗ Π. ΜΟΣΧΟΝΑΣ Β. ΠΕΤΡΑΚΑΚΗΣ Α. ΣΤΟΥΜΠΟΣ	THE NEWTONS LABORATORY THE NEWTONS LABORATORY ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ FLEXCAR FLEXCAR FLEXCAR FLEXCAR

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ	ΕΔΕΕ – ΣΔΕ – ΕΣΡ – Γ.Γ.ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
-------------	-----------------------------------

Η Πρωτοβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας, όπως προβλέπεται από τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας και τον Κανονισμό Λειτουργίας, συνεδρίασε και εξέτασε την υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία σε σχέση με την υποβληθείσα αίτηση ελέγχου, προκειμένου να κρίνει εάν η εν λόγω επικοινωνία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΕΚΔ-Ε.

Η Επιτροπή, εξετάζοντας το σύνολο των στοιχείων που κατατέθηκαν και αξιολογώντας τη διαφημιστική επικοινωνία της FLEXCAR (FLEXSANTA), σε σχέση με την προγενέστερη χριστουγεννιάτικη επικοινωνία της Τράπεζας Πειραιώς / VISA, έλαβε υπόψη τόσο το δημιουργικό περιεχόμενο των δύο επικοινωνιών, όσο και το χρόνο πρώτης εμφάνισής τους.

Παρότι η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι οι δύο επικοινωνίες αφορούν σε διαφορετικά προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και ότι παρουσιάζουν επιμέρους διαφοροποιήσεις ως προς το είδος των παροχών, τα μέσα προβολής και το εύρος της καμπάνιας, διαμόρφωσε την άποψη ότι μοιράζονται σειρά κοινών και ουσιωδών δημιουργικών στοιχείων.

Ειδικότερα, και οι δύο επικοινωνίες βασίζονται στην ίδια αρχική ιδέα του τραυματισμού του Άγιου Βασίλη, της αδυναμίας του να παραδώσει τα δώρα και της ανάγκης «διάσωσης των Χριστουγέννων». Η δημιουργική ιδέα εκφράζεται και στις δύο περιπτώσεις με το ίδιο ακριβώς λεκτικό μήνυμα «Πάμε να σώσουμε τα Χριστούγεννα», ενώ και στις δύο επικοινωνίες πρωταγωνιστικό ρόλο έχουν (μεταξύ άλλων στην επικοινωνία FLEXCAR) γνωστοί και καταξιωμένοι αθλητές.

Η Επιτροπή έκρινε ότι από τα παραπάνω κοινά στοιχεία μπορεί να δημιουργηθεί στο μέσο καταναλωτή η συνολική αίσθηση ουσιώδους ομοιότητας μεταξύ των δύο επικοινωνιών και ενδέχεται να προκληθεί σύγχυση ή / και παραπλάνηση ως προς την ταυτότητα ή τη συνάφεια των διαφημιζόμενων ενεργειών, ανεξαρτήτως του ότι τα διαφημιζόμενα προϊόντα δεν είναι ευθέως ανταγωνιστικά.

Κατά συνέπεια, η Επιτροπή ομόφωνα αποφάσισε ότι η υπό έλεγχο διαφημιστική επικοινωνία της FLEXCAR, η οποία χρονικά ακολούθησε την επικοινωνία της Τράπεζας Πειραιώς / VISA, προσκρούει στο άρθρο 16 του ΕΚΔ-Ε και πρέπει να τροποποιηθεί αναλόγως εντός 2 ημερών, προκειμένου να είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του Κώδικα.

Προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας προβλέπεται στο άρθρο 13.Ζ του Κανονισμού της ΠΕΕΕ. Τονίζεται ότι με βάση το ίδιο άρθρο, η προσφυγή στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή Ελέγχου Επικοινωνίας **δεν αναστέλλει την ισχύ της παρούσας.**

Οι Αποφάσεις των Επιτροπών ισχύουν και εφαρμόζονται στο πλαίσιο των κανόνων της αυτορρύθμισης σε όλα τα μέσα που αναπτύσσεται η εκάστοτε υπό έλεγχο επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών καθώς και των owned channel στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανεξάρτητα από το εάν αυτά αναφέρονται στη σχετική αίτηση ελέγχου.

Τονίζεται ότι σε περίπτωση μη πλήρους εφαρμογής της Απόφασης, δύναται να εφαρμοστεί το Άρθρο 10 του Κανονισμού.

Υπενθυμίζεται σύσταση του Δ.Σ. του ΣΕΕ προς τα εμπλεκόμενα μέρη να μη χρησιμοποιούν ή κάνουν αποσπασματικές αναφορές σε αποφάσεις των Επιτροπών για σκοπούς δημοσιότητας ή προβολής, προκειμένου να αποφεύγονται παρερμηνείες.