



ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ, ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Αριθμός Απόφασης: 2022/06(ΕΠ)

Αρ. Φακ.: 8.13.1.10.4.3

**Ο περί των Συμβάσεων Πίστωσης για Καταναλωτές σε σχέση με Ακίνητα που Προορίζονται για Κατοικία Νόμος του 2017 (Ν.41(Ι)/2017)**

Έρευνα της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή για τη νομιμότητα της προωθητικής της ενέργειας - διαφημίσεων «Alpha Drive Home» της ALPHA BANK CYPRUS LTD

**ΑΠΟΦΑΣΗ**

**1. Νομοθετικό πλαίσιο**

Ο περί των Συμβάσεων Πίστωσης για Καταναλωτές σε σχέση με Ακίνητα που Προορίζονται για Κατοικία Νόμος του 2017 (Ν.41(Ι)/2017) (εφεξής ο «Νόμος»), ο οποίος ενσωματώνει στο κυπριακό δίκαιο την ευρωπαϊκή Οδηγία 2014/17/ΕΕ (εφεξής η «ευρωπαϊκή Οδηγία»), ορίζει ως αρμόδιες αρχές για την εξασφάλιση της εφαρμογής και επιβολής των διατάξεών του, την Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή (εφεξής «ΥΠΚ») και την Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου. Η ΥΠΚ είναι, μεταξύ άλλων, αρμόδια για την εφαρμογή των διατάξεων του Νόμου που αφορούν στις γενικές διατάξεις για τη διαφήμιση και την εμπορική προώθηση και στις τυποποιημένες πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνονται στη διαφήμιση.

## **1.1 Πεδίο εφαρμογής του Νόμου**

Ο Νόμος εφαρμόζεται, σύμφωνα με το άρθρο 4(1) αυτού:

*«(α) σε συμβάσεις πίστωσης που εξασφαλίζονται είτε με υποθήκη είτε με άλλη παρόμοια εξασφάλιση που χρησιμοποιείται γενικά σε κράτος μέλος για ακίνητο που προορίζεται για κατοικία ή που εξασφαλίζονται βάσει δικαιώματος σχετιζόμενου με ακίνητα που προορίζονται για κατοικία, νοουμένου ότι το πρόσωπο στο οποίο παρέχεται η πίστωση είναι καταναλωτής· και*

*(β) σε συμβάσεις πίστωσης σκοπός των οποίων είναι η απόκτηση ή η διατήρηση δικαιωμάτων κυριότητας σε γη ή σε υφιστάμενα ή υπό κατασκευή κτίρια, νοουμένου ότι το πρόσωπο στο οποίο παρέχεται η πίστωση είναι καταναλωτής.»*

Με βάση το Νόμο, «καταναλωτής» σημαίνει κάθε φυσικό πρόσωπο, το οποίο για σκοπούς συναλλαγής που εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου, ενεργεί εκτός της εμπορικής, επιχειρηματικής ή επαγγελματικής δραστηριότητάς του.

Επίσης, «πιστωτής» σημαίνει το νομικό πρόσωπο το οποίο χορηγεί ή υπόσχεται να χορηγήσει πίστωση η οποία εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του νόμου, στο πλαίσιο της εμπορικής, επιχειρηματικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας.

Τέλος, «σύμβαση πίστωσης» σημαίνει σύμβαση δυνάμει της οποίας ο πιστωτής χορηγεί ή υπόσχεται να χορηγήσει σε καταναλωτή πίστωση η οποία εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου, υπό τη μορφή αναβαλλόμενης πληρωμής, δανείου ή οποιασδήποτε άλλης παρόμοιας χρηματοδοτικής διευκόλυνσης.

## **1.2 Άρθρα του Νόμου που προνοούν για τις γενικές διατάξεις της διαφήμισης και της εμπορικής προώθησης (άρθρο 10) και τις τυποποιημένες πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνονται στη διαφήμιση (άρθρο 11)**

Ο Νόμος περιλαμβάνει διατάξεις που αφορούν στη μορφή και στο περιεχόμενο της διαφήμισης ενυπόθηκων πιστώσεων. Σύμφωνα με το προοίμιο της ευρωπαϊκής Οδηγίας, οι εν λόγω διατάξεις επιδιώκουν να προστατεύσουν τους καταναλωτές έναντι αθέμιτων ή παραπλανητικών πρακτικών διαφήμισης και να τους παρέχουν την αναγκαία πληροφόρηση, έτσι ώστε να είναι σε θέση να συγκρίνουν τις διαφημίσεις και να ψάξουν για την καλύτερη προσφορά. Η εν λόγω πληροφόρηση είναι τυποποιημένη, έτσι ώστε ο καταναλωτής να λαμβάνει γνώση των ίδιων μεγεθών για όλες τις διαφημίσεις που παρουσιάζουν παρόμοια χαρακτηριστικά και, συνεπώς, να μπορεί να συγκρίνει τις επιμέρους προσφορές.

Ταυτόχρονα, με τον τρόπο αυτό, αποτρέπεται ο πιστωτικός φορέας από το να εστιάζει σε μεμονωμένα στοιχεία, τα οποία θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε παραπλάνηση του καταναλωτή. Τα υπό αναφορά άρθρα είναι διατυπωμένα στο Νόμο ως εξής:

*«10.-(1) Χωρίς επηρεασμό των διατάξεων του περί Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμου, κάθε διαφήμιση και εμπορική ανακοίνωση για συμβάσεις πίστωσης πρέπει είναι θεμιτή, σαφής και μη παραπλανητική.*

*(2) Χωρίς επηρεασμό της γενικότητας των διατάξεων του εδαφίου (1), οποιαδήποτε διατύπωση η οποία ενδέχεται να δημιουργήσει ψευδείς προσδοκίες σε καταναλωτή όσον αφορά τη διαθεσιμότητα ή το κόστος πίστωσης, απαγορεύεται.*

*(3) Απαγορεύεται σε οποιοδήποτε πρόσωπο όπως εν γνώσει του αποστέλλει σε πρόσωπο ηλικίας κάτω των δεκαοκτώ (18) ετών, οποιοδήποτε έγγραφο με το οποίο προσφέρεται εξασφάλιση πίστωσης ή πληροφοριών ή συμβουλών προς εξασφάλιση πίστωσης ή μίσθωσης εμπορευμάτων.*

*11.-(1) Κάθε διαφήμιση για συμβάσεις πίστωσης η οποία αναφέρει επιτόκιο ή οποιαδήποτε αριθμητικά στοιχεία που αφορούν το κόστος της πίστωσης για τον καταναλωτή, περιλαμβάνει τις τυποποιημένες πληροφορίες που παρατίθενται στο εδάφιο (2).*

*(2) Οι τυποποιημένες πληροφορίες που αναφέρονται στο εδάφιο (1), προσδιορίζουν κατά τρόπο σαφή, συνοπτικό και εμφανή-*

*(α) Την ταυτότητα του πιστωτή και, όπου εφαρμόζεται, του μεσίτη πιστώσεων,*

*(β) ότι η σύμβαση πίστωσης θα εξασφαλίζεται με υποθήκη ή με άλλη παρόμοια εξασφάλιση επί ακινήτου που προορίζεται για κατοικία ή με δικαίωμα σχετιζόμενο με ακίνητα που προορίζονται για κατοικία, ανάλογα με την περίπτωση,*

*(γ) το χρεωστικό επιτόκιο, επισημαίνοντας εάν πρόκειται για σταθερό ή κυμαινόμενο ή συνδυασμό και των δύο, μαζί με πληροφορίες για τυχόν έξοδα που περιλαμβάνονται στο συνολικό κόστος της πίστωσης για τον καταναλωτή,*

*(δ) το συνολικό ποσό της πίστωσης,*

*(ε) το ΣΕΠΕ που περιλαμβάνεται στη διαφήμιση με τουλάχιστον τον ίδιο ευδιάκριτο τρόπο όπως και οποιοδήποτε επιτόκιο,*

*(στ) κατά περίπτωση και όπου εφαρμόζεται, τη διάρκεια της σύμβασης πίστωσης, το ποσό των δόσεων, το συνολικό ποσό πληρωτέο από τον καταναλωτή, τον αριθμό των δόσεων.*

(ζ) σε περίπτωση δανείων σε ξένο νόμισμα, προειδοποίηση σχετικά με το γεγονός ότι πιθανές διακυμάνσεις της συναλλαγματικής ισοτιμίας θα μπορούσαν να επηρεάσουν το πληρωτέο από τον καταναλωτή ποσό, και

(η) συνοπτική και κατάλληλη για την περίπτωση προειδοποίηση για τους κινδύνους που σχετίζονται με τις συμβάσεις πίστωσης.

(3)(α) Οι πληροφορίες που αναφέρονται στις παραγράφους (γ), (δ), (ε), και (στ) του εδαφίου (2), διευκρινίζονται με αντιπροσωπευτικό παράδειγμα, το οποίο ακολουθείται σε ολόκληρη τη διαφήμιση.

(β) Η ΥΠΚ κατόπιν εισήγησης της Κεντρικής Τράπεζας, εκδίδει σχετική οδηγία για τα κριτήρια που χρησιμοποιούν οι πιστωτές για τον καθορισμό αντιπροσωπευτικού παραδείγματος.

(4) Στις περιπτώσεις που για τη χορήγηση της πίστωσης ή για τη χορήγηση της υπό τους όρους και προϋποθέσεις που διαφημίζεται, η σύναψη σύμβασης που αφορά συμπληρωματική υπηρεσία και κυρίως ασφάλιση, είναι υποχρεωτική και το κόστος της εν λόγω υπηρεσίας δεν μπορεί να προσδιοριστεί εκ των προτέρων, η υποχρέωση σύναψης της σύμβασης αυτής δηλώνεται κατά τρόπο σαφή, συνοπτικό και εμφανή, μαζί με το ΣΕΠΕ.

(5) Οι πληροφορίες που αναφέρονται στα εδάφια (2) και (4) πρέπει να είναι ευανάγνωστες ή να ακούονται καθαρά, ανάλογα με το μέσο που χρησιμοποιείται για τη διαφήμιση.

(6) Το παρόν άρθρο εφαρμόζεται τηρουμένων των διατάξεων του περί Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμου.»

### **1.3 «Η περί των Γενικών Διατάξεων για τη Διαφήμιση και την Εμπορική Προώθηση Συμβάσεων Πίστωσης Οδηγία του 2018»**

Ο Νόμος παρέχει στις αρμόδιες αρχές την ευχέρεια, δυνάμει του άρθρου 54, να εκδίδουν Οδηγίες για την καλύτερη εφαρμογή και επιβολή των διατάξεών του. Η ΥΠΚ, ασκώντας τις εξουσίες που τις παρείχε το πιο πάνω άρθρο και για σκοπούς καλύτερης εφαρμογής του άρθρου 10 του Νόμου, αναφορικά με τις γενικές διατάξεις για τη διαφήμιση και την εμπορική προώθηση των συμβάσεων πίστωσης, εξέδωσε με την Κανονιστική Διοικητική Πράξη 138/2018 την Οδηγία με τίτλο «Οδηγία προς τους Πιστωτές για τις Γενικές Διατάξεις της Διαφήμισης και της Εμπορικής Προώθησης Συμβάσεων Πίστωσης» (εφεξής «Κ.Δ.Π. 138/2018»). Η Κ.Δ.Π. 138/2018 περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, προειδοποιητικές δηλώσεις προς τους καταναλωτές οι οποίες πρέπει να περιέχονται σε τέτοιες διαφημίσεις και οι οποίες πρέπει να παρουσιάζονται με συγκεκριμένο τρόπο. Η εν λόγω συμπερίληψη κρίθηκε σκόπιμη

από την ΥΠΚ, δεδομένης της αύξησης των μη εξυπηρετούμενων δανείων στη χώρα μας, καθώς και της φύσης των συμβάσεων που αφορούν σε ενυπόθηκα δάνεια. Εξάλλου, ο ίδιος ο κοινοτικός νομοθέτης απονέμει μεγάλη σημασία στην ενημέρωση του καταναλωτή, προτού προχωρήσει σε σύναψη σύμβασης, σε σχέση με τους κινδύνους που ενέχουν τέτοιου είδους συμβάσεις. Αυτό προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 22 της ευρωπαϊκής Οδηγίας, η οποία αναφέρει τα εξής: «*Λόγω της φύσης και των ενδεχόμενων συνεπειών για τον καταναλωτή μιας σύμβασης πίστωσης που αφορά ακίνητα που προορίζονται για κατοικία, το διαφημιστικό υλικό και οι εξατομικευμένες προσυμβατικές πληροφορίες θα πρέπει να περιλαμβάνουν επαρκείς ειδικές προειδοποιήσεις για τους κινδύνους, λόγου χάριν σχετικά με τις ενδεχόμενες επιπτώσεις από τη διακύμανση των συναλλαγματικών ισοτιμιών στα ποσά που οφείλει να εξοφλήσει ο καταναλωτής και, όπου κρίνεται απαραίτητο από τα κράτη μέλη, τη φύση και τις συνέπειες της σύναψης ασφάλειας.*».

Συνεπώς, η ΥΠΚ περιέλαβε στην Κ.Δ.Π. 138/2018 τις πιο κάτω πρόνοιες, σύμφωνα με τις οποίες οι πιστωτές οφείλουν να διασφαλίζουν ότι:

*«(α) η διαφήμιση δεν επιδιώκει να επηρεάσει τη στάση του καταναλωτή ως προς τη διαφημιζόμενη πίστωση ή ως προς τον πιστωτή μέσω ασάφειας, υπερβολής ή παράλειψης.*

*(β) ο σχεδιασμός, η παρουσίαση και το περιεχόμενο της διαφήμισης είναι σαφή, δίκαια, ακριβή και μη παραπλανητικά.*

*(γ) η φύση και ο τύπος της διαφημιζόμενης πίστωσης είναι σαφή και δεν συγκαλύπτονται καθ' οιονδήποτε τρόπο.*

*(δ) σε κάθε διαφήμιση οι υποσημειώσεις χρησιμοποιούνται μόνο για να συμπληρώσουν ή να διευκρινίσουν τις βασικές πληροφορίες που παρέχει η διαφήμιση και πρέπει να είναι επαρκούς μεγέθους και προβολής ώστε να είναι ευανάγνωστες.*

*(ε) όλες οι προειδοποιητικές δηλώσεις είναι εμφανείς. Η δήλωση περιέχει περίγραμμα, είναι με έντονη γραφή και έχει μέγεθος γραμματοσειράς τουλάχιστον ίσο με το κυρίαρχο μέγεθος γραμματοσειράς που χρησιμοποιείται σε όλη τη διαφήμιση. Επίσης, εμφανίζονται ταυτόχρονα με τα οφέλη της διαφημιζόμενης πίστωσης. Σε περίπτωση χρήσης ακουστικής διαφήμισης οι προειδοποιητικές δηλώσεις αναφέρονται στο τέλος της διαφήμισης.*

*(στ) όλες οι διαφημίσεις για πιστώσεις που εξασφαλίζονται με κατοικία περιέχουν την ακόλουθη προειδοποιητική δήλωση:*

**«Προειδοποίηση: Εάν δεν τηρείτε το σχέδιο αποπληρωμής του δανείου σας, μπορεί να χάσετε το σπίτι σας».**

(ζ) σε διαφημίσεις για την ενοποίηση δύο ή περισσότερων χορηγήσεων, όπου ο πιστωτής χρησιμοποιεί αριθμητικό παράδειγμα για να υποδείξει τη διαφορά μεταξύ μιας νέας ενοποιημένης πίστωσης σε σχέση με τις μεμονωμένες υποκείμενες προς ενοποίηση χορηγήσεις, περιλαμβάνονται ευκρινείς συγκριτικές πληροφορίες που αντιπαραθέτουν, πέραν της διαφοροποίησης της τακτικής δόσης, το συνολικό χρόνο και το συνολικό κόστος αποπληρωμής για το κάθε ένα από τα συγκρινόμενα μέρη. Συναφώς, δίδεται η πιο κάτω προειδοποίηση, η οποία προσαρμόζεται ανάλογα με το διαφημιζόμενο προϊόν:

**«Προειδοποίηση: Το νέο ενοποιημένο δάνειο ενδέχεται να χρειαστεί περισσότερο χρόνο για να αποπληρωθεί από τα υποκείμενα προς ενοποίηση δάνεια. Η αύξηση της περιόδου αποπληρωμής συνεπάγεται αναλογικά μεγαλύτερο συνολικό κόστος για τη χορήγηση».**

(η) διαφήμιση για χορήγηση σταθερού ή/και κυμαινόμενου επιτοκίου περιέχει την ακόλουθη προειδοποιητική δήλωση, όπου ισχύει:

**«Προειδοποίηση: Υπάρχουν χρεώσεις εάν εξοφλήσετε νωρίτερα το δάνειο σας».**

Νοείται ότι σε περίπτωση που οι χρεώσεις προκύπτουν υπό ορισμένες προϋποθέσεις, αυτές αναφέρονται εντός της προειδοποίησης.

(θ) διαφήμιση για ενυπόθηκο δάνειο μεταβλητού επιτοκίου περιέχει την ακόλουθη προειδοποιητική δήλωση:

**«Προειδοποίηση: Το ποσό της δόσης και το συνολικό κόστος της χορήγησης μπορεί να αυξηθεί ή να μειωθεί ανάλογα με τη διακύμανση του βασικού επιτοκίου».**

(ι) κάθε διαφήμιση που προωθεί πέραν της μίας πίστωσης ορίζει με σαφήνεια τις βασικές πληροφορίες που αφορούν κάθε μια από αυτές κατά τρόπο ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να τις διαχωρίσει.

(κ) οι συστάσεις ή/και οι εισηγήσεις που παρατίθενται σε κάθε διαφήμιση είναι πλήρεις, δίκαιες, ακριβείς και μη παραπλανητικές και είναι σχετικές με τη διαφημιζόμενη πίστωση.

(λ) οι συγκρίσεις ή οι αντιπαραβολές μεταξύ διαφημιζόμενων πιστώσεων βασίζονται είτε σε στοιχεία που επαληθεύονται από τον πιστωτή, είτε σε εύλογες υποθέσεις οι οποίες αναφέρονται στη διαφήμιση. Παρουσιάζονται με σαφή, δίκαιο και ισορροπημένο τρόπο και δεν παραλείπεται οτιδήποτε σημαντικό για αυτές. Ουσιαστικές διαφορές μεταξύ των διαφημιζόμενων πιστώσεων πρέπει να καθορίζονται με σαφήνεια.

(μ) η σημασία ακρωνυμίων που χρησιμοποιούνται σε διαφήμιση δηλώνεται στην ίδια τη διαφήμιση.».

## **2. Αντικείμενο εξέτασης**

Αντικείμενο εξέτασης της παρούσας αυτεπάγγελτης έρευνας αποτελεί η νομιμότητα των διαφημίσεων της ALPHA BANK CYPRUS LTD (εφεξής η «Τράπεζα») σχετικά με την προωθητική της ενέργεια «Alpha Drive Home», οι οποίες προωθούνται στους καταναλωτές με μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, facebook, διαδίκτυο, posters, one way stickers, leaflets) και οι οποίες αφορούν συμβάσεις πίστωσης, έτσι όπως αυτές ορίζονται στο Νόμο.

## **3. Θεμελίωση αρμοδιότητας της ΥΠΚ**

Σύμφωνα με το άρθρο 5(1)(α) και 5(1)(β) σε συνδυασμό με το άρθρο 40(1) του Νόμου, η ΥΠΚ έχει αρμοδιότητα να εξετάζει κατόπιν υποβολής παραπόνου ή/και αυτεπάγγελτα, τυχόν παράβαση του άρθρου 10 και του άρθρου 11 (εξαιρουμένης της παραγράφου (β) του εδαφίου (3) η οποία εφαρμόζεται από κοινού με την Κεντρική Τράπεζα) του Νόμου.

Όπως αναλυτικά έχει διατυπωθεί πιο πάνω, τα άρθρα 10 και 11 εφαρμόζονται στις διαφημίσεις που αφορούν συμβάσεις πίστωσης οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου.

Το άρθρο 2 του Νόμου ορίζει τη «διαφήμιση» ως κάθε μορφή ανακοίνωσης που μεταδίδεται έναντι πληρωμής ή ανάλογου ανταλλάγματος, ή για λόγους αυτοπροβολής από δημόσια ή ιδιωτική επιχείρηση στο πλαίσιο εμπορικής, βιομηχανικής ή βιοτεχνικής δραστηριότητας ή άσκησης επαγγέλματος, με σκοπό την προώθηση της παροχής αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων ακινήτων, δικαιωμάτων και υποχρεώσεων και περιλαμβάνει κάθε μορφή διαφήμισης με δημοσίευση από το ραδιόφωνο ή την τηλεόραση, με έκθεση αγγελιών, σημάτων, επιγραφών, αφισών ή εμπορευμάτων, με διανομή δειγμάτων, εγκυκλίων, καταλόγων, τιμοκαταλόγων ή άλλου υλικού, με έκθεση φωτογραφιών, υποδειγμάτων ή κινηματογραφικών ταινιών, ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο και αναφορές στη δημοσίευση διαφημίσεων θα ερμηνεύονται ανάλογα.

Το ίδιο άρθρο ορίζει ως «σύμβαση πίστωσης» κάθε σύμβαση δυνάμει της οποίας ο πιστωτής χορηγεί ή υπόσχεται να χορηγήσει σε καταναλωτή, πίστωση η οποία εμπίπτει στο πεδίο

εφαρμογής του Νόμου, υπό τη μορφή αναβαλλόμενης πληρωμής, δανείου, ή οποιασδήποτε άλλης παρόμοιας χρηματοδοτικής διευκόλυνσης.

Από τον ορισμό της «σύμβασης πίστωσης» προκύπτει σαφώς ότι αυτή θα πρέπει, αφενός να χορηγείται από πιστωτή, δηλαδή από νομικό πρόσωπο το οποίο χορηγεί ή υπόσχεται να χορηγήσει πίστωση η οποία εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου, στο πλαίσιο της εμπορικής, επιχειρηματικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας, αφετέρου να απευθύνεται σε καταναλωτές, δηλαδή σε φυσικά πρόσωπα τα οποία για σκοπούς συναλλαγής που εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου, ενεργούν εκτός της εμπορικής, επιχειρηματικής ή επαγγελματικής δραστηριότητάς τους.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση η Τράπεζα, που αποτελεί νομικό πρόσωπο εγγεγραμμένο στο Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας, είναι Αδειοδοτημένο Πιστωτικό Ίδρυμα, το οποίο εποπτεύεται από την Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου και το οποίο, σύμφωνα με τον περί Εργασιών Πιστωτικών Ιδρυμάτων Νόμο (66(I)/1997) δραστηριοποιείται, μεταξύ άλλων, στη χορήγηση πιστώσεων, όπως καταναλωτικής και ενυπόθηκης πίστης.

Ταυτόχρονα, η Τράπεζα υπόσχετο να χορηγήσει συμβάσεις πίστωσης σκοπός των οποίων ήταν, μεταξύ άλλων, η απόκτηση ακίνητης ιδιοκτησίας από καταναλωτή, καθώς και συμβάσεις οι οποίες εξασφαλιζόνταν με υποθήκη ή με άλλη παρόμοια εξασφάλιση που αφορά ακίνητα που προορίζοντε για κατοικία. Συνεπώς, η Τράπεζα υπόσχετο να χορηγήσει πιστώσεις οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου, ενώ παράλληλα ενεργούσε στο πλαίσιο της επαγγελματικής της δραστηριότητας και, ως εκ τούτου, τεκμαίρεται ότι η Τράπεζα είναι πιστωτής, εν τη εννοία του Νόμου.

Επίσης, οι εν λόγω συμβάσεις πίστωσης απευθύνονταν σε φυσικά πρόσωπα τα οποία σκοπό είχαν να χρησιμοποιήσουν τις ενδεχόμενες χορηγούμενες πιστώσεις για στεγαστικούς σκοπούς και για την αγορά αυτοκινήτου για τα οποία χρειάζεται εξασφάλιση με υποθήκη ακινήτου. Επομένως, τυχόν μελλοντικές συναλλαγές των προσώπων αυτών με την Τράπεζα για τους πιο πάνω σκοπούς θα ενέπιπταν εντός του πεδίου εφαρμογής του Νόμου, ενώ ταυτόχρονα τα εν λόγω πρόσωπα θα ενεργούσαν για σκοπούς άσχετους με την εμπορική, επιχειρηματική ή επαγγελματική δραστηριότητά τους. Συνεπώς, οι προωθούμενες πιστώσεις απευθύνονταν σε καταναλωτές, εν τη εννοία του Νόμου.

Ως εκ των άνω, συνάγεται ότι η Τράπεζα, εφόσον προωθούσε στο πλαίσιο της επιχειρηματικής της δραστηριότητας την παροχή συμβάσεων πίστωσης μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, διαφήμιζε συμβάσεις πίστωσης οι οποίες



εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου και, επομένως, θεμελιώνεται η αρμοδιότητα της ΥΠΚ να διενεργήσει αυτεπάγγελτη έρευνα σε σχέση με τη νομιμότητα των διαφημίσεων που χρησιμοποιούσε η Τράπεζα για σκοπούς προώθησης συμβάσεων πίστωσης που προορίζονταν για καταναλωτές.

#### **4. Διαδικασία διερεύνησης με βάση το Νόμο**

Σύμφωνα με το άρθρο 38(1)(α) και 38(1)(β) του Νόμου, η ΥΠΚ, εντός του πλαισίου των αρμοδιοτήτων της δυνάμει των διατάξεων του άρθρου 5, έχει καθήκον να διασφαλίζει την εφαρμογή των διατάξεων του Νόμου από τους πιστωτές και να διεξάγει έρευνες για σκοπούς εξέτασης οποιασδήποτε πιθανής παράβασης των εν λόγω διατάξεων. Το άρθρο 40(1) προβλέπει ότι η ΥΠΚ εξετάζει παραβάσεις οποιασδήποτε διάταξης του Νόμου που εμπίπτει εντός των αρμοδιοτήτων της, κατόπιν υποβολής παραπόνου ή και αυτεπάγγελτα. Στο πλαίσιο της πιο πάνω εξέτασης, η ΥΠΚ δύναται, σύμφωνα με το άρθρο 39(1) του Νόμου, να απαιτήσει από πρόσωπο το οποίο κατά τη γνώμη της κατέχει πληροφορίες ή έχει υπό τον έλεγχο ή την εξουσία του έγγραφα ή στοιχεία σχετικά με την έρευνα, να παράσχει αυτές τις πληροφορίες, τα έγγραφα ή στοιχεία σε αυτήν. Σε περίπτωση που η ΥΠΚ κατά τη διερεύνηση παραπόνου ή αυτεπάγγελτης έρευνας διαπιστώσει παράβαση, έχει εξουσία να προβαίνει σε συγκεκριμένες ενέργειες, ανάλογα με τη φύση, τη διάρκεια και τη βαρύτητα της παράβασης, οι οποίες καθορίζονται στο άρθρο 40(2) του Νόμου.

#### **5. Αυτεπάγγελτη έρευνα της ΥΠΚ για την προωθητική της ενέργεια της Τράπεζας «Alpha Drive Home»**

##### **5.1 Περιγραφή γεγονότων**

##### **5.1.1 Πρώτη αυτεπάγγελτη έρευνα ΥΠΚ σε σχέση με τη νομιμότητα των διαφημίσεων που χρησιμοποιούν πιστωτικοί φορείς στην Κύπρο**

Στο πλαίσιο εφαρμογής του νομοθετικού πλαισίου που αναλύεται πιο πάνω, καθώς και του περί των Συμβάσεων Καταναλωτικής Πίστης Νόμου του 2010 (Ν.106(I)/2010), ο οποίος εφαρμόζεται σε συμβάσεις πίστωσης που δεν εξασφαλίζονται με υποθήκη ή παρόμοια εγγύηση (καταναλωτική πίστη), η ΥΠΚ αποφάσισε να διεξάγει αυτεπάγγελτη έρευνα σε σχέση με τη νομιμότητα των διαφημίσεων (τηλεοπτικών, ραδιοφωνικών, έντυπων, διαδικτυακών και διαφημιστικών πινακίδων) που χρησιμοποιούν πιστωτικοί φορείς στην Κύπρο για

σκοπούς προώθησης των πιστώσεων που παρέχουν στους καταναλωτές. Σκοπός της έρευνας ήταν να διαπιστωθεί ο βαθμός συμμόρφωσης των πιστωτών με τη σχετική κείμενη προαναφερθείσα νομοθεσία. Σημειώνεται ότι, η συνολική παρουσίαση των διαφημίσεων εξετάστηκε επίσης σύμφωνα με τις πρόνοιες του περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμου του 2007 (Ν.103(Ι)/2007), δεδομένου ότι τα άρθρα 10 και 11 του Νόμου εφαρμόζονται τηρουμένων των διατάξεων του Ν.103(Ι)/2007. Μεταξύ των επιλεγμένων πιστωτών ήταν και η Τράπεζα.

Η έρευνα είχε ολοκληρωθεί σε δύο στάδια. Όσον αφορά την Τράπεζα, η έρευνα είχε αρχίσει στις 10/09/2018 (πρώτη επιστολή ΥΠΚ προς την Τράπεζα) και είχε ολοκληρωθεί στις 7/08/2020 (τελευταία επιστολή της Τράπεζας προς την ΥΠΚ, ως απάντηση στην προειδοποιητική επιστολή της ΥΠΚ ημερομηνίας 24/07/2020).

Τα αποτελέσματα του πρώτου ελέγχου των διαφημίσεων, τα οποία αφορούσαν την Τράπεζα, κοινοποιήθηκαν σε αυτήν με προειδοποιητική επιστολή, ημερομηνίας 11/01/2019 και του δεύτερου ελέγχου – επανέλεγχος, με προειδοποιητική επιστολή ημερομηνίας 24/07/2020. Τονίζεται ότι με την προειδοποιητική επιστολή, ημερομηνίας 11/01/2019 η ΥΠΚ κάλεσε την Τράπεζα, όπως προβεί άμεσα στις δέουσες ενέργειες για σκοπούς συμμόρφωσης με το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο και την ενημέρωσε ότι θα προβεί σε επανέλεγχο και σε περίπτωση παραβάσεων θα επιβληθούν οι προβλεπόμενες από τη σχετική νομοθεσία κυρώσεις. Αντίστοιχα, με την προειδοποιητική επιστολή ημερομηνίας 24/07/2020, η ΥΠΚ κάλεσε την Τράπεζα, όπως προβεί στις απαραίτητες διορθωτικές ενέργειες, ώστε να τερματιστούν οι παραβάσεις σε όλα τα είδη διαφημίσεων/προωθητικών ενεργειών της, ενημερώσει σχετικά την ΥΠΚ και αποφύγει επανάληψη των συγκεκριμένων παραβάσεων στο μέλλον.

#### **5.1.2 Αυτεπάγγελτη έρευνα της διαφήμισης «Στεγαστικό δάνειο με επιδότηση» - «Alpha Επιδότηση Plus+»**

Περί τα μέσα Σεπτεμβρίου 2020 και μετά την ολοκλήρωση της ευρύτερης έρευνας που διεξήγαγε η ΥΠΚ, υπέπεσε στην αντίληψη της ΥΠΚ ότι η Τράπεζα πρόβαλλε στους τηλεοπτικούς δέκτες των καταναλωτών διαφήμιση, η οποία αφορούσε «στεγαστικό δάνειο με επιδότηση» και η οποία ενδέχεται, με βάση τη συνολική της παρουσίαση και πληροφόρηση που παρείχε, να παραβιάζει σχετικές πρόνοιες της κείμενης νομοθεσίας.

Ως εκ τούτου, η ΥΠΚ προχώρησε σε έλεγχο της νομιμότητας της εν λόγω διαφήμισης και διαπίστωσε ότι πράγματι υπήρχαν παραβάσεις. Συγκεκριμένα, η ΥΠΚ διαπίστωσε παράβαση

του εδαφίου 5 του άρθρου 11 του Νόμου, καθώς οι τυποποιημένες πληροφορίες που έπρεπε να περιλαμβάνονται στη διαφήμιση δυνάμει των εδαφίων 2 και 4 του άρθρου 11 του Νόμου δεν ήταν ευανάγνωστες και επιπλέον, παράβαση των προνοιών της υποπαραγράφου (ε) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018, καθώς οι προειδοποιητικές δηλώσεις δεν ήταν εμφανείς εφόσον δεν είχαν μέγεθος γραμματοσειράς ίσο με το κυρίαρχο / επικρατέστερο μέγεθος γραμματοσειράς που χρησιμοποιείτο σε όλη τη διαφήμιση.

Η ΥΠΚ, ένεκα των πιο πάνω παραβάσεων και αφού έλαβε υπ' όψιν α) το γεγονός ότι είχαν αποσταλεί στην Τράπεζα δύο προειδοποιητικές επιστολές κατά τον πρώτο έλεγχο και επανέλεγχο των διαφημίσεων της αντίστοιχα, β) τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια των γενόμενων παραβάσεων, γ) τις θέσεις/σχόλια της Τράπεζας και δ) τις δεσμεύσεις της Τράπεζας, προχώρησε στην έκδοση της διοικητικής απόφασης με αρ. 2021/05(ΕΠ) και επέβαλε στην Τράπεζα διοικητικό πρόστιμο ύψους τριών χιλιάδων ευρώ (€3.000).

### **5.1.3 Αυτεπάγγελτη έρευνα της διαφημιστικής εκστρατείας / προωθητικής ενέργειας «Alpha Drive Home»**

Περί τα μέσα Ιανουαρίου 2022, υπέπεσε στην αντίληψη της ΥΠΚ, η διαφήμιση «Alpha Drive Home», η οποία προβάλλετο στους τηλεοπτικούς δέκτες των καταναλωτών. Η εν λόγω διαφήμιση ανέφερε ότι με κάθε νέο στεγαστικό δάνειο ή από μεταφορά, η Τράπεζα επιδοτεί το επιτόκιο του δανειοαυτοκινήτου. Από την τηλεοπτική προβολή της διαφήμισης, η ΥΠΚ διέκρινε ότι οι σχετικές με τη διαφήμιση πρόνοιες του Νόμου, ορισμένες διατάξεις της Κ.Δ.Π. 138/2018, καθώς και πρόνοιες του Μέρους ΙΙ του περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμου (Ν. 112(Ι)/2021), το οποίο αφορά στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, είναι πιθανό να παραβιάζονται. Σημειώνεται ότι ο Ν.103(Ι)/2007 για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, για τον οποίο γίνεται αναφορά στην παράγραφο 5.1.1 πιο πάνω, καταργήθηκε και η σχετική ευρωπαϊκή Οδηγία 2005/29/ΕΚ εναρμονίστηκε εκ νέου με τον περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμο στις 12/5/2021.

Ως εκ τούτου, με επιστολή ημερομηνίας 31/1/2022, η ΥΠΚ κάλεσε την Τράπεζα όπως αποστείλει την τηλεοπτική διαφήμιση «Alpha Drive Home», καθώς και διαφημίσεις της ίδιας εκστρατείας που ενδεχομένως να προβάλλει με άλλα μέσα επικοινωνίας (π.χ. έντυπες, διαδικτυακές κλπ) εντός δύο εργάσιμων ημερών, με σκοπό να προβεί σε εξέταση της νομιμότητάς τους. Η Τράπεζα ανταποκρίθηκε στο αίτημα της ΥΠΚ εντός του πιο πάνω χρονικού πλαισίου.

Έπειτα από εξέταση των υπό αναφορά διαφημίσεων η ΥΠΚ διαπίστωσε, εκ πρώτης όψεως, ότι η Τράπεζα παραβίαζε την κείμενη νομοθεσία και με επιστολή της ημερομηνίας 3/3/2022 την ενημέρωσε για τα ευρήματα/πιθανές παραβάσεις που εντόπισε σε κάθε διαφήμιση, με αναλυτική επεξήγηση του λόγου παράβασης και υπόδειξη των συγκεκριμένων παραβιαζόμενων άρθρων/προνοιών. Επίσης, την κάλεσε όπως παραθέσει τυχόν θέσεις της εντός δεκατεσσάρων (14) ημερών.

Η Τράπεζα, αφού έλαβε από την ΥΠΚ έγκριση για παράταση της προθεσμίας που της είχε δοθεί, ενημέρωσε προκαταρκτικά την ΥΠΚ με επιστολή ημερομηνίας 23/3/2022 πως, αν και διαφωνεί με το περιεχόμενο της επιστολής της, εντούτοις, τερμάτισε την προωθητική της ενέργεια σε όλες τις μορφές της, προχώρησε σε τροποποίηση του περιεχομένου των διαφημίσεων της και ενημέρωσε ότι δεν προτίθεται να προβάλει ξανά τις υπό κρίση διαφημίσεις.

Ακολούθως, με επιστολή της που φέρει ημερομηνία 8/4/2022, παρέθεσε τις θέσεις/απόψεις της σε σχέση με τις εκ πρώτης όψεως διαπιστώσεις της ΥΠΚ.

#### **5.1.3.1 Ενημέρωση της Τράπεζας για τα τελικά αποτελέσματα της έρευνας και γραπτή απάντηση της Τράπεζας**

Η ΥΠΚ, με την ολοκλήρωση της έρευνας της για τη διαφημιστική εκστρατεία της Τράπεζας «Alpha Drive Home» και αφού έλαβε υπ' όψιν τις θέσεις/σχόλια της Τράπεζας, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι εν λόγω διαφημίσεις πράγματι αντίκεινται στις διατάξεις των σχετικών νομοθεσιών και Κ.Δ.Π. και ενημέρωσε την Τράπεζα για τα τελικά της ευρήματα με επιστολή ημερομηνίας 6/5/2022. Πιο κάτω περιγράφονται οι εν λόγω παραβάσεις για σκοπούς καλύτερης κατανόησης των θέσεων/ισχυρισμών της Τράπεζας που παρατίθενται στην αμέσως επόμενη ενότητα:

Στις διαφημίσεις τύπου **Facebook post, Poster (out) και Web banner**, στη **ραδιοφωνική διαφήμιση** και στις δύο **τηλεοπτικές διαφημίσεις** της Τράπεζας, ΥΠΚ διαπίστωσε παράβαση του εδαφίου (1) του άρθρου 10 του Νόμου και των υποπαραγράφων (α) και (β) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018, καθώς οι διαφημίσεις αυτές δεν παρείχαν ξεκάθαρα την πληροφορία ότι η Τράπεζα επιδοτεί τη διαφορά του επιτοκίου μεταξύ του στεγαστικού δανείου και του δανείου αυτοκινήτου και όχι ολόκληρο το επιτόκιο του αυτοκινήτου, με αποτέλεσμα να υπάρχει ασάφεια και να είναι παραπλανητικές. Παράλληλα, εντοπίστηκε

παράβαση του εδαφίου (2) του άρθρου 10 του Νόμου, το οποίο προνοεί ότι οποιαδήποτε διατύπωση η οποία ενδέχεται να δημιουργήσει ψευδείς προσδοκίες σε καταναλωτή όσον αφορά [...] το κόστος της πίστωσης, απαγορεύεται.

Ο παραπλανητικός και ασαφής χαρακτήρας των επίμαχων διαφημίσεων διαπιστώθηκε εξετάζοντας επίσης τη συνολική παρουσίασή τους λαμβάνοντας υπόψη και τις πρόνοιες που θέτει ο σχετικός νόμος για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, δεδομένου ότι το άρθρο 10 του Νόμου εφαρμόζεται χωρίς επηρεασμό των διατάξεων του νόμου για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Συγκεκριμένα, στις εν λόγω διαφημίσεις, η Τράπεζα παρέλειψε να παράσχει την ουσιώδη πληροφορία, ότι η επιδότηση του επιτοκίου στο δάνειο του αυτοκινήτου αφορά στη διαφορά του επιτοκίου μεταξύ του δανείου αυτοκινήτου και του στεγαστικού δανείου ή έστω ότι επιδοτείται μέρος του δανείου αυτοκινήτου, που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, με αποτέλεσμα να ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, ήτοι να προχωρήσει στη μεταφορά στεγαστικού δανείου ή στη σύναψη στεγαστικού δανείου με την Τράπεζα. Επίσης, οι διατυπώσεις *«επιδότηση επιτοκίου στο δάνειο αυτοκινήτου»* ή/και *«... η Alpha Bank με κάθε νέο στεγαστικό δάνειο ή από μεταφορά, επιδοτεί το επιτόκιο για δάνειο αυτοκινήτου»* ή/και *«... η Alpha Bank σας δίνει την ευκαιρία να αποκτήσετε το δάνειο αυτοκινήτου με επιδότηση επιτοκίου»*, παρέχουν στο μέσο καταναλωτή την ουσιώδη πληροφορία σχετικά με την επιδότηση του επιτοκίου που θα δικαιούται στο δάνειο του αυτοκινήτου, δηλαδή την τιμή του δανείου, κατά τρόπο ασαφή. Ως εκ των άνω, η ΥΠΚ διαπίστωσε παράβαση των εδαφίων (1) και (2) του άρθρου 7 του Μέρους II του περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμου (Ν.112(Ι)/2021), τα οποία αφορούν στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Επίσης, διαπίστωσε παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018, εφόσον οι διαφημίσεις δεν περιλάμβαναν τις προειδοποιητικές δηλώσεις που προβλέπει η εν λόγω Κ.Δ.Π. ανά περίπτωση.

Στη διαφήμιση τύπου **one way stickers** η ΥΠΚ επίσης εντόπισε της πιο πάνω παραβάσεις, ενώ παράλληλα διαπίστωσε ότι η επίμαχη διαφήμιση δεν διευκρινίζει/παραλείπει τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες οι καταναλωτές μπορούν να επωφεληθούν την «επιδότηση επιτοκίου στο δάνειο αυτοκινήτου», όπως για παράδειγμα την προϋπόθεση ότι θα πρέπει πρώτα να προχωρήσουν σε σύναψη στεγαστικού δανείου. Η εν λόγω παράλειψη έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργεί ή να ενδέχεται να δημιουργήσει στον καταναλωτή την

εσφαλμένη εντύπωση ότι η συγκεκριμένη επιδότηση/ αντιμισθία από την Τράπεζα ισχύει σε κάθε περίπτωση σύναψης αυτοκινητοδανείου, χωρίς καμιά προϋπόθεση ή/και περιορισμό, και να τον οδηγήσει στην απόφαση να μεταβεί σε κατάσταση της Τράπεζας ή/και να επισκεφτεί την ιστοσελίδα της. Ως εκ τούτου, η παράληψη της συγκεκριμένης ουσιώδους πληροφορίας που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, κατά παράβαση του εδαφίου (1) του άρθρου 7 του Μέρους II του Ν. 112(Ι)/2021.

Πρόσθετα με τα πιο πάνω, η ΥΠΚ διαπίστωσε πως η εν λόγω διαφήμιση δεν διευκρινίζει/διαχωρίζει με τρόπο σαφή για τον καταναλωτή τις δύο διαφημιζόμενες πιστώσεις. Συγκεκριμένα, πουθενά στη διαφήμιση δεν γίνεται ξεκάθαρη αναφορά για σύναψη δύο διαφορετικών πιστωτικών διευκολύνσεων, ούτε και διασαφηνίζεται ποιες θα είναι αυτές, με αποτέλεσμα να υπάρχει συγκάλυψη του τύπου και της φύσης των διαφημιζόμενων πιστώσεων και κατ' επέκταση παράβαση της υποπαραγράφου (γ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018.

Τέλος, στην **έντυπη** διαφήμιση (καταχώριση), καθώς και στο **leaflet (μονόφυλλο)** που είχε καταρτίσει η Τράπεζα τόσο στην ελληνική όσο και στην αγγλική γλώσσα, δεν υπήρχαν προειδοποιητικές δηλώσεις και ως εκ τούτου, διαπιστώθηκε παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018.

Η ΥΠΚ, αφού ενημέρωσε την Τράπεζα για τις πιο πάνω παραβάσεις, κάλεσε με την ίδια επιστολή την Τράπεζα όπως, εντός επτά (7) εργάσιμων ημερών:

- i. ενημερώσει την ΥΠΚ κατά πόσο προτίθεται να αναλάβει οποιαδήποτε δέσμευση έναντι των καταναλωτών αναφορικά με τη γενόμενη παράβαση,
- ii. παραθέσει τις απόψεις της σχετικά με το ενδεχόμενο επιβολής διοικητικού προστίμου σε βάρος της,
- iii. ενημερώσει την ΥΠΚ σχετικά με τον αριθμό των δανείων που έχει συνάψει από την ημερομηνία προβολής των διαφημίσεων που εξέτασε η ΥΠΚ μέχρι την ημερομηνία απόσυρσης τους,

iv. ενημερώσει την ΥΠΚ για το συνολικό ύψος της χρηματοδότησης/χορήγησης που αφορά στα πιο πάνω δάνεια,

v. ενημερώσει την ΥΠΚ για το ύψος των τόκων που εισέπραξε από τα υπό αναφορά δάνεια.

vi. αποστέλλει στην ΥΠΚ έγγραφα σχετικά με την αξία του συνολικού κύκλου εργασιών της για το έτος 2021,

Στις 10/6/2022 η Τράπεζα απέστειλε επιστολή με την οποία επανέλαβε τη διαφωνία της σε σχέση με τις θέσεις και τα συμπεράσματα της ΥΠΚ και επεσήμανε ότι υιοθετεί πλήρως το περιεχόμενο της επιστολής που απέστειλε στην ΥΠΚ στις 8/4/2022. Επίσης, παρέθεσε κάποια περαιτέρω σχόλια σε σχέση με τις θέσεις που διατύπωσε η ΥΠΚ στην επιστολή της ημερομηνίας 6/5/2022, και ενημέρωσε την ΥΠΚ αναφορικά με τα στοιχεία/πληροφορίες που της είχε ζητήσει. Επιπρόσθετα, διατύπωσε την άποψη ότι δεν θα πρέπει να επιβληθεί οποιοδήποτε πρόστιμο εναντίον της και/ή σε περίπτωση που τελικά η ΥΠΚ κρίνει αναγκαία την επιβολή προστίμου, αυτό θα πρέπει να είναι το μικρότερο δυνατό. Οι λόγοι που επικαλέστηκε για τη μη επιβολή προστίμου ή/και την επιβολή μειωμένου προστίμου είναι συνοπτικά οι εξής:

i. Η Τράπεζα ενήργησε άμεσα ώστε στις 27/2/2022 η εν λόγω προωθητική ενέργεια αποσύρθηκε,

ii. Η Τράπεζα ενεργούσε πάντοτε σε πλήρη συνεργασία με την ΥΠΚ.

iii. Από τη λήψη των υποδείξεων και συστάσεων της ΥΠΚ η Τράπεζα ενεργούσε άμεσα και καλόπιστα με σκοπό την υιοθέτηση τους.

iv. Τυχόν παράλειψη ή καθυστέρηση από την Τράπεζα στη λήψη διορθωτικών ενεργειών δεν ήταν εσκεμμένη ούτε κακόπιστη.

v. Δεν αφορούν όλες οι υποδείξεις της ΥΠΚ παράβαση νομοθετικής διάταξης. Πολλές από τις παρατηρήσεις της ΥΠΚ αφορούν κατευθυντήρια Οδηγίας της.

vi. Η Τράπεζα δεν έχει συνάψει οποιαδήποτε δάνεια (ταυτόχρονη σύναψη στεγαστικών δανείων και αυτοκινητοδανείων) από την ημερομηνία έναρξης της προωθητικής ενέργειας μέχρι την ημερομηνία απόσυρσης της.

vii. Η Τράπεζα δεν εισέπραξε οποιοδήποτε ποσό το οποίο να αφορά στους τόκους των υπό κρίση δανείων.

viii. Η Τράπεζα βρίσκεται στο στάδιο του σχεδιασμού της προωθητικής ενέργειας υπό νέα μορφή και οι παρατηρήσεις της ΥΠΚ έχουν ληφθεί υπόψη.

ix. Η Τράπεζα δεσμεύεται έναντι της ΥΠΚ ότι σκοπός της είναι να ενεργεί σε πλήρη συμμόρφωση με τη σχετική νομοθεσία και οποιεσδήποτε συστάσεις της ΥΠΚ λαμβάνονται πολύ σοβαρά υπόψη.

Τέλος, με την ίδια επιστολή, ζήτησε από την ΥΠΚ όπως προγραμματίσει συνάντηση για να ακουστούν και προφορικά οι θέσεις της.

#### **5.1.3.2 Ακρόαση**

Στις 13/7/2022 πραγματοποιήθηκε τηλεδιάσκεψη, ως το αίτημα της Τράπεζας για ακρόαση, κατά την οποία το δικηγορικό γραφείο που εκπροσωπεί την Τράπεζα επανέλαβε, μεταξύ άλλων, την άποψη ότι δεν θα πρέπει να επιβληθεί διοικητικό πρόστιμο στην Τράπεζα αλλά να τύχει αυστηρής επίπληξης καθότι, κατά την άποψη της Τράπεζας, α) ενήργησε άμεσα και τερμάτισε/απέσυρε τις διαφημίσεις της αμέσως μόλις η ΥΠΚ ζήτησε να τις εξετάσει και β) οι διαφημίσεις της δεν έτυχαν χρήσης, υπό την έννοια απόσπασης χρηματικού ποσού από τους καταναλωτές, αφού δεν συνήφθησαν οποιαδήποτε σχετικά δάνεια. Σημείωσε, επίσης, ότι η Τράπεζα ανέθεσε τις διαφημίσεις της σε νέο διαφημιστικό γραφείο, στο οποίο δόθηκαν οδηγίες όπως ληφθούν υπόψη τα σχόλια/υποδείξεις της ΥΠΚ και ότι όλες οι διαφημίσεις θα επιβλέπονται από τους νομικούς συμβούλους της Τράπεζας προτού προβληθούν προς τα έξω. Τέλος, διαβεβαίωσε την ΥΠΚ ότι δεν υπήρχε πρόθεση για παράβαση της νομοθεσίας και ζήτησε την κατανόηση και επιείκειά της.

#### **5.1.4. Θέσεις της Τράπεζας**

Η Τράπεζα με επιστολές ημερομηνίας 8/4/2022 και 10/6/2022 εξέφρασε τη διαφωνία της με τις εκ πρώτης όψεως διαπιστώσεις/παραβάσεις που εντόπισε η ΥΠΚ στις διαφημίσεις της και παρέθεσε τις θέσεις και απόψεις της επί αυτών.

Συγκεκριμένα και σε σχέση με τις προωθητικές ενέργειες που αφορούν σε **Facebook post, Poster (out), Web banner, ραδιοφωνική διαφήμιση** και **τηλεοπτικές διαφημίσεις**, η Τράπεζα σημείωσε ότι η τοποθέτηση της ΥΠΚ πως δεν αναφέρεται ρητά στις διαφημίσεις



αυτές ότι η Τράπεζα επιδοτεί τη διαφορά του επιτοκίου μεταξύ του στεγαστικού δανείου και του δανείου αυτοκινήτου και όχι ολόκληρο το επιτόκιο του δανειοαυτοκινήτου, είναι λανθασμένη. Σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της Τράπεζας, η λέξη «επιδότηση» στο λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας του Γ. Μπαμπινιώτη (4<sup>η</sup> έκδοση, 2012), σημαίνει την «κάλυψη από ένα φορέα μέρους του κόστους προϊόντος...». Ως εκ τούτου η Τράπεζα υποστηρίζει ότι, αφού εξ ορισμού η επιδότηση σημαίνει ότι επιδοτείται μέρος του συνολικού ποσού ενός προϊόντος/υπηρεσίας, τότε δεν τίθεται θέμα ούτε η στάση του καταναλωτή να επηρεαστεί λόγω ασάφειας και παράλειψης, ούτε το κείμενο που περιέχεται στην υπό κρίση προωθητική ενέργεια/διαφήμιση να είναι ασαφές, ανακριβές και παραπλανητικό.

Περαιτέρω είναι η θέση της Τράπεζας ότι οι όροι και προϋποθέσεις του «Alpha Drive Home» στους οποίους παρέπεμπε η υπό έρευνα προωθητική ενέργεια/ διαφήμιση, αναφέρουν ξεκάθαρα ότι επιδοτείται η διαφορά του επιτοκίου μεταξύ του στεγαστικού δανείου και του δανείου αυτοκινήτου. Η Τράπεζα διευκρίνισε ότι οι όροι και προϋποθέσεις του «Alpha Drive Home» ήταν εύκολα προσβάσιμοι και διαθέσιμοι στο ευρύ κοινό μέσω των καταστημάτων και της ιστοσελίδας της και ως εκ τούτου οι καταναλωτές θα μπορούσαν να μάθουν περισσότερες λεπτομέρειες σε σχέση με την υπό κρίση προωθητική ενέργεια με μια απλή ανάγνωση των όρων και προϋποθέσεων που ίσχυαν.

Επίσης, η Τράπεζα θεωρεί σημαντικό το γεγονός ότι, κατά την άποψη της, ο μέσος καταναλωτής λαμβάνει απόφαση συναλλαγής αφού λάβει γνώση, μεταξύ άλλων, για τους όρους και προϋποθέσεις ενός προϊόντος και τη διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί για να λάβει το προϊόν. Προς τεκμηρίωση της πιο πάνω θέσης, η Τράπεζα παραπέμπει στο άρθρο 4 του Ν.112(Ι)/2021 περί της Προστασίας του Καταναλωτή, το οποίο αναφέρει, ανάμεσα σε άλλα, ότι ««απόφαση συναλλαγής» σημαίνει απόφαση που λαμβάνει ο καταναλωτής για το κατά πόσον, πως και υπό ποιους όρους θα πραγματοποιήσει αγορά, θα καταβάλει τίμημα πλήρως ή εν μέρει, θα κρατήσει ή θα διαθέσει προϊόν ή θα ασκήσει συμβατικό δικαίωμα επί του προϊόντος, είτε ο καταναλωτής αποφασίσει να προβεί σε ενέργεια είτε όχι».

Συνεπώς, η Τράπεζα θεωρεί ότι κατά την προβολή της υπό κρίση προωθητικής ενέργειας/διαφημίσεων δεν τίθεται θέμα ο καταναλωτής να λάβει «απόφαση συναλλαγής», αλλά θα πράξει κάτι τέτοιο όταν και εφόσον ενημερωθεί για τους όρους και προϋποθέσεις του «Alpha Drive Home». Η Τράπεζα επανέλαβε ότι κατά την προβολή της προωθητικής ενέργειας ο καταναλωτής παραπέμπετο στους όρους και προϋποθέσεις του «Alpha Drive Home» για να έχει μια ολοκληρωμένη εικόνα και να ζητήσει από την Τράπεζα περαιτέρω λεπτομέρειες εάν το επιθυμεί.

Σε σχέση με τη θέση της ΥΠΚ ότι στις υπό κρίση διαφημίσεις δεν περιλαμβάνονται οι προειδοποιητικές δηλώσεις, ως οι πρόνοιες της Κ.Δ.Π. 138/2018, η Τράπεζα διευκρινίζει ότι οι εν λόγω διαφημίσεις προωθούν και διαφημίζουν το δάνειο αυτοκινήτου και την επιδότηση που παρέχει η Τράπεζα σε καταναλωτές οι οποίοι, εκτός από το δάνειο αυτοκινήτου, επιθυμούν να λάβουν και στεγαστικό δάνειο. Επομένως, κατά την άποψή της, το αντικείμενο της σχετικής προωθητικής ενέργειας είναι το δάνειο αυτοκινήτου και το όφελος (δηλαδή η επιδότηση επιτοκίου) που προσφέρεται από την Τράπεζα σε περίπτωση που οι καταναλωτές επιθυμούν να λάβουν και στεγαστικό δάνειο. Είναι η θέση της Τράπεζας ότι οι υπό κρίση διαφημίσεις λανθασμένα εξετάζονται υπό το πρίσμα ότι αντικείμενό τους είναι η προώθηση του στεγαστικού δανείου.

Σε ό,τι αφορά τη διαφήμιση τύπου **One way stickers**, η Τράπεζα ανέφερε ότι επαναλαμβάνει τις πιο πάνω θέσεις της και επισημαίνει περαιτέρω τα εξής:

Αναφορικά με τη θέση της ΥΠΚ ότι η υπό κρίση διαφήμιση δεν διευκρινίζει τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες μπορεί ο καταναλωτής να επωφεληθεί την επιδότηση που διαφημίζεται, είναι η θέση της Τράπεζας ότι αυτή είναι λανθασμένη και ανυπόστατη. Ειδικότερα, η Τράπεζα τονίζει ότι στα one way stickers γίνεται ξεκάθαρη αναφορά ότι ισχύουν όροι και προϋποθέσεις, οι οποίοι είναι διαθέσιμοι στο ευρύ κοινό τόσο στα καταστήματα της Τράπεζας όσο και στην ιστοσελίδα της.

Επίσης, είναι της άποψης ότι, εάν ο καταναλωτής μεταβεί σε κατάσταση της Τράπεζας και/ή επισκεφτεί την ιστοσελίδα της Τράπεζας με σκοπό να έχει στην κατοχή του τους όρους και προϋποθέσεις του «Alpha Drive Home» για να τους μελετήσει, δεν συνεπάγεται αυτόματα σε όλες τις περιπτώσεις ότι με την ενέργεια αυτή λαμβάνει «απόφαση συναλλαγής», όπως ερμηνεύεται στο Νόμο 112(Ι)/2021 και στις αποφάσεις του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ειδικότερα, η Τράπεζα παραδέχεται ότι από το γράμμα του άρθρου 2, στοιχείο ια' της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, προκύπτει ότι η έννοια της «αποφάσεως συναλλαγής» ορίζεται κατά τρόπο ευρύ και μπορεί να περιλαμβάνει όχι μόνο την απόφαση για την αγορά ή όχι ενός προϊόντος, αλλά και την απόφαση που συνδέεται άμεσα με αυτήν, μεταξύ άλλων την απόφαση εισόδου στο εμπορικό κατάστημα. Παρόλα αυτά όμως θεωρεί ότι η εξέταση εάν οι προπαρασκευαστικές πράξεις μιας πιθανής αγοράς προϊόντος, όπως η μετακίνηση του καταναλωτή μέχρι το εμπορικό κατάστημα ή η είσοδος του σε αυτό μπορεί να θεωρηθεί ότι στοιχειοθετούν απόφαση συναλλαγής, είναι σχετική μόνο σε περιπτώσεις που η υπό εξέταση εμπορική πρακτική συνδέεται με τη διαθεσιμότητα

του προϊόντος που διαφημίζεται. Την πιο πάνω άποψη τη στηρίζει σε νομολογία του ευρωπαϊκού δικαστηρίου και συγκεκριμένα στην απόφαση C-281/12, Trento Sviluppo srl et. Al. v. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, ημερομηνίας 19/12/2013. Επομένως, είναι η θέση της Τράπεζας ότι δεν είναι σε όλες τις περιπτώσεις που η μετάβαση ή η είσοδος σε ένα εμπορικό κατάστημα εμπίπτει στον ορισμό της «απόφασης συναλλαγής» αλλά θα πρέπει να εξετάζεται σε συνάρτηση με τη διαθεσιμότητα.

Στην προκειμένη περίπτωση, όπως ισχυρίζεται, δεν τίθεται ζήτημα διαθεσιμότητας κάποιου προϊόντος και άρα η μετάβαση ή η είσοδος του καταναλωτή σε ένα κατάστημα της Τράπεζας για να λάβει περαιτέρω πληροφόρηση δεν συνιστά «απόφαση συναλλαγής». Σε κάθε περίπτωση, όπως αναφέρει, τα one way stickers βρίσκονταν τοποθετημένα μόνο στα καταστήματα της Τράπεζας και ως εκ τούτου ο καταναλωτής όταν τα έβλεπε βρισκόταν ήδη στο κατάστημα.

Επιπρόσθετα, σχετικά με τη διαπίστωση της ΥΠΚ ότι η υπό κρίση διαφήμιση δεν διευκρινίζει/διαχωρίζει με τρόπο σαφή ότι πρέπει να συναφθούν δύο διαφορετικές πιστωτικές διευκολύνσεις και ότι δεν διασαφηνίζεται ποιες θα είναι αυτές καταλήγοντας ότι αυτό αποτελεί παράβαση της υποπαραγράφου (γ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018, η Τράπεζα υποστηρίζει τα εξής:

(α) δεν είναι αντιληπτό με ποιον τρόπο συνδέονται οι προϋποθέσεις της υποπαραγράφου (γ) οι οποίες αφορούν στον τύπο και στη φύση μιας διαφημιζόμενης πίστωσης με το γεγονός ότι θα συναφθούν δύο συμβάσεις πιστωτικών διευκολύνσεων, και

(β) η εν λόγω υποπαραγράφος δεν εφαρμόζεται στην προκειμένη περίπτωση καθότι το αντικείμενο της προωθητικής ενέργειας είναι μόνο το δάνειο αγοράς αυτοκινήτου και η επιδότηση που υπό κάποιες προϋποθέσεις το συνοδεύει. Η Τράπεζα θεωρεί ότι ακόμα και αν εφαρμόζεται η υποπαραγράφος (γ),

- η φύση και ο τύπος των πιστώσεων, δηλαδή ότι πρόκειται για δάνεια (τύπος) τα οποία παραχωρούνται για αγορά/ανέγερση κατοικίας και για αγορά αυτοκινήτου (φύση) είναι σαφή, και
- με απλή ανάγνωση των όρων και προϋποθέσεων του «Alpha Drive Home», στους οποίους γίνεται παραπομπή, γίνεται σαφές ότι για να επωφεληθεί ο καταναλωτής της διαφημιζόμενης επιδότησης, θα πρέπει να υπάρχουν δύο συμβάσεις δανείου.

Τέλος, αναφορικά με τις προειδοποιητικές δηλώσεις, η Τράπεζα επανέλαβε τη θέση που παρέθεσε για τις διαφημίσεις της τύπου Facebook post, Poster (out), Web banner, ραδιοφωνική και τηλεοπτική πιο πάνω.

Σχετικά με την **έντυπη διαφήμιση** (καταχώριση) και το **leaflet** (μονόφυλλο) που έχει καταρτίσει η Τράπεζα, και όσον αφορά τη μη συμπερίληψη των προειδοποιητικών δηλώσεων, επανέλαβε τις ίδιες θέσεις.

## **6. Νομική ανάλυση**

### **6.1 Σχολιασμός θέσεων/ισχυρισμών της Τράπεζας**

Σε ό,τι αφορά στις θέσεις/ισχυρισμούς που παραθέτει η Τράπεζα με τις επιστολές της ημερομηνίας 8/4/2022 και 10/6/2022, αναφέρονται τα εξής:

#### **Πρωθητικές ενέργειες/ διαφημίσεις τύπου Facebook post, Poster (out), Web Banner, ραδιοφωνική διαφήμιση και τηλεοπτικές διαφημίσεις**

Η λέξη «επιδότηση», σύμφωνα με το λεξικό του κ. Μπαμπινιώτη, σημαίνει την «κάλυψη από ένα φορέα μέρους του κόστους προϊόντος ... » (η υπογράμμιση δική μας). Παράλληλα, από τους ορισμούς του Νόμου, προκύπτει ότι το (συνολικό) κόστος της πίστωσης για τον καταναλωτή δεν περιλαμβάνει μόνο τους τόκους που προκύπτουν από το επιτόκιο αλλά και τις προμήθειες, τους φόρους, τα τέλη και άλλου είδους αμοιβές που καλείται να πληρώσει ο καταναλωτής για τη σύμβαση πίστωσης και περιλαμβάνουν τα έξοδα που αφορούν συμπληρωματικές υπηρεσίες σχετικές με τη σύμβαση πίστωσης, π.χ. ασφάλιστρα.

Συνεπώς, το επιτόκιο δεν αποτελεί το κόστος της πίστωσης αλλά μέρος του κόστους (η υπογράμμιση δική μας). Επομένως η αναφορά στις υπό κρίση διαφημίσεις ότι η Τράπεζα επιδοτεί το επιτόκιο θα μπορούσε να εκληφθεί από το μέσο καταναλωτή, ο οποίος είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος, ότι η Τράπεζα επιδοτεί αυτό το συγκεκριμένο μέρος του κόστους, δηλαδή ολόκληρο το επιτόκιο. Ο μέσος καταναλωτής δύσκολα μπορεί να αντιληφθεί ότι η διαφημιζόμενη επιδότηση αφορά μέρος τους μέρους (επιτοκίου) του κόστους. Συνεπώς, θέση της ΥΠΚ είναι ότι οι συγκεκριμένες διαφημίσεις θα έπρεπε να διευκρινίζουν το τι ακριβώς επιδοτεί η Τράπεζα.

Ως προς την πιο πάνω θέση της ΥΠΚ, η Τράπεζα πρόβαλε τον ισχυρισμό ότι το σχετικό σκεπτικό και επεξηγήσεις της ΥΠΚ επ' αυτής, της δόθηκαν μεταγενέστερα και όχι στην αρχική επιστολή που της είχε αποστείλει ημερομηνίας 3/3/2022. Σχετικά με το εν λόγω επιχείρημα,

η ΥΠΚ διευκρινίζει ότι χρειάστηκε να παράσχει στην Τράπεζα τις υπό αναφορά επεξηγήσεις/διευκρινίσεις για να αντικρούσει τους ισχυρισμούς που η ίδια πρόβαλε έπειτα από τη διαφωνία της με τις εκ πρώτης όψεως θέσεις της ΥΠΚ. Συνεπώς, δεν κρίθηκε σκόπιμο να δοθούν οι εν λόγω επεξηγήσεις εξαρχής ούτε και μπορούσε η ΥΠΚ να προβλέψει πια θα ήταν τα επιχειρήματα που θα πρόβαλλε η Τράπεζα πάνω στις εκ πρώτης όψεως θέσεις της. Σε κάθε περίπτωση, οι διευκρινίσεις της ΥΠΚ δόθηκαν ενώ η έρευνα βρισκόταν ακόμα σε εξέλιξη.

Παράλληλα, η Τράπεζα ισχυρίζεται ότι οι πιο πάνω επεξηγήσεις της ΥΠΚ έχουν ως σημείο αναφοράς καταναλωτή ο οποίος εξειδικεύεται με τις υπό εξέταση ενέργειες και όχι τον μέσο καταναλωτή. Ως προς τον πιο πάνω ισχυρισμό της Τράπεζας, η ΥΠΚ σημειώνει κατ' αρχάς ότι οι επεξηγήσεις αυτές δόθηκαν στην Τράπεζα και όχι στους καταναλωτές ως απάντηση στους ισχυρισμούς της και σύμφωνα με τα όσα πρώτα η ίδια ανέφερε στην επιστολή της ημερομηνίας 8/4/2022. Εξού και το ότι η ανάλυση της ΥΠΚ γίνεται στη βάση εξειδικευμένων όρων που ορίζονται σε λεξικά και νομοθεσίες. Επίσης διευκρινίζεται ότι, η αναφορά της ΥΠΚ στον «μέσο καταναλωτή» αφορά στον καταναλωτή ο οποίος, εξ ορισμού, έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος και επομένως μπορεί να αντιληφθεί ή/και γνωρίζει ότι το επιτόκιο δεν είναι το μοναδικό κόστος που θα επωμιστεί από τη σύναψη μιας δανειακής σύμβασης. Η ΥΠΚ εστιάζει στην παραπλανητική διατύπωση των υπό κρίση διαφημίσεων η οποία ενδέχεται να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή στη λανθασμένη εντύπωση ότι η Τράπεζα θα του επιδοτήσει το μέρος του κόστους που αφορά στο επιτόκιο, δηλαδή ολόκληρο το επιτόκιο του αυτοκινητοδανείου. Συνεπώς, είναι η θέση της ΥΠΚ ότι ο ισχυρισμός της Τράπεζας είναι αβάσιμος και ότι ο μέσος καταναλωτής, θα μπορούσε να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

Σε ό,τι αφορά τους ισχυρισμούς της Τράπεζας για τους όρους και προϋποθέσεις του «Alpha Drive Home», στους οποίους παραπέμπουν οι επίμαχες διαφημίσεις, αναφέρονται τα εξής:

Στο άρθρο 7 παράγραφος 1 της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές υπογραμμίζεται ότι, προκειμένου να αξιολογηθεί αν μια εμπορική πρακτική είναι παραπλανητική, πρέπει να εξετάζεται «στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας» (η υπογράμμιση δική μας). Επίσης, σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3, κατά τη διερεύνηση του ενδεχόμενου παράλειψης ουσιωδών πληροφοριών, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα εξής:

— οι περιορισμοί τόπου και χρόνου του χρησιμοποιούμενου μέσου επικοινωνίας·

— τα μέτρα που λαμβάνει ο εμπορευόμενος για να καταστήσει την πληροφορία προσιτή στους καταναλωτές με άλλο τρόπο.

Στην υπόθεση C-611/14, το Δικαστήριο έκρινε ότι οι περιορισμοί τόπου και χρόνου τους οποίους επιβάλλει το χρησιμοποιούμενο μέσο επικοινωνίας, πρέπει να σταθμίζονται σε σχέση με τη φύση και τα χαρακτηριστικά ενός συγκεκριμένου προϊόντος. Πρέπει να αξιολογείται αν ο εμπορευόμενος βρισκόταν σε αδυναμία να περιλάβει τις πληροφορίες ή να τις παράσχει κατά τρόπο σαφή. Όταν είναι αδύνατη η παροχή του συνόλου των ουσιωδών πληροφοριών που αφορούν το προϊόν, ο εμπορευόμενος μπορεί να παραπέμψει στον δικτυακό του τόπο.

Στην προκειμένη περίπτωση, λαμβάνοντας υπόψη τα μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποίησε η Τράπεζα για να προβάλει τις υπό κρίση διαφημίσεις, δεν φαίνεται να τίθεται οποιοδήποτε ζήτημα περιορισμού χώρου και χρόνου έτσι ώστε να καταστήσει αδύνατη τη συμπερίληψη της πληροφορίας ότι η επιδότηση του επιτοκίου στο δάνειο του αυτοκινήτου αφορά στη διαφορά του επιτοκίου μεταξύ του δανείου αυτοκινήτου και του στεγαστικού δανείου.

Παράλληλα, σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 2, η παροχή ουσιωδών πληροφοριών «κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου» συνιστά παραπλανητική παράλειψη εάν ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει.

Στις κατευθυντήριες γραμμές που εξέδωσε η ΕΕ για την ερμηνεία και την εφαρμογή της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, αναφέρεται ότι η διατύπωση που χρησιμοποιείται στο άρθρο 2 στοιχείο ια) της εν λόγω Οδηγίας αναφορικά με την «απόφαση συναλλαγής», υποδεικνύει πως ο ορισμός θα πρέπει να ερμηνεύεται ευρέως και ότι η έννοια της απόφασης συναλλαγής θα πρέπει να καλύπτει ευρύ φάσμα αποφάσεων που λαμβάνονται από τον καταναλωτή σε σχέση με κάποιο προϊόν. Σημειωτέο ότι η πιο πάνω ερμηνεία γίνεται αποδεκτή και από την ίδια την Τράπεζα με την επιστολής της ημερομηνίας 8/4/2022.

Επιπρόσθετα, στις κατευθυντήριες γραμμές, αναφέρεται ότι στην υπόθεση C-281/12, για την οποία επίσης γίνεται λόγος στην υπό αναφορά επιστολή της Τράπεζας, το Δικαστήριο αποφάνθηκε ότι η έννοια της «απόφασης συναλλαγής» περιλαμβάνει όχι μόνον την απόφαση για την αγορά ή όχι ενός προϊόντος, αλλά και τις αποφάσεις που συνδέονται άμεσα με αυτήν, μεταξύ άλλων, την απόφαση εισόδου στο εμπορικό κατάστημα. Υπό το πρίσμα αυτό, αναφέρουν οι κατευθυντήριες γραμμές, στην έννοια της «απόφασης συναλλαγής»

περιλαμβάνονται επίσης οι αποφάσεις που προηγούνται ή έπονται της αγοράς. Πολλές αποφάσεις που προηγούνται της αγοράς θα μπορούσαν να θεωρηθούν «αποφάσεις συναλλαγής», όπως για παράδειγμα η απόφαση μετάβασης σε σημείο ή κατάσταση πώλησης ή η απόφαση μετάβασης σε συγκεκριμένο ιστότοπο, ως αποτέλεσμα εμπορικής προσφοράς. Επομένως, η θέση της Τράπεζας ότι ο μέσος καταναλωτής λαμβάνει «απόφαση συναλλαγής» αφού πρώτα λάβει γνώση, μεταξύ άλλων, για τους όρους και προϋποθέσεις ενός προϊόντος και τη διαδικασία που πρέπει να ακολουθήσει για να λάβει το προϊόν, δεν ευσταθεί εφόσον «απόφαση συναλλαγής» δεν θεωρείται μόνο η σύναψη για παράδειγμα στεγαστικού δανείου. Ο καταναλωτής κατά την προβολή της επίμαχης προωθητικής ενέργειας θα μπορούσε (και παραπέμπεται) να επισκεφθεί την ιστοσελίδα και τα κατάστημα της Τράπεζας για να λάβει τους σχετικούς όρους και προϋποθέσεις, το οποίο, όπως αναλύεται πιο πάνω, επίσης αποτελεί «απόφαση συναλλαγής».

Τέλος, σε σχέση με τη συμπερίληψη των προειδοποιητικών δηλώσεων και τη θέση της Τράπεζας ότι η σχετική προωθητική ενέργεια/διαφήμιση προωθεί και διαφημίζει το δάνειο αυτοκινήτου και την επιδότηση που παρέχει η Τράπεζα σε καταναλωτές οι οποίοι εκτός από το δάνειο αυτοκινήτου επιθυμούν να λάβουν και στεγαστικό δάνειο, είναι η θέση της ΥΠΚ ότι συμβαίνει το ακριβώς αντίστροφο. Οι εν λόγω διαφημίσεις αναφέρουν: «... με νέο στεγαστικό δάνειο ή από μεταφορά η Alpha Bank σας επιδοτεί το επιτόκιο του αυτοκινητοδανείου». Κατά συνέπεια, η σύναψη στεγαστικού δανείου αποτελεί προϋπόθεση για να επωφεληθεί ο καταναλωτής την επιδότηση επιτοκίου που παρέχει η Τράπεζα και ως εκ τούτου, θα πρέπει να εφαρμόζονται οι πρόνοιες της Κ.Δ.Π. 138/2018, ήτοι να περιλαμβάνονται οι προειδοποιητικές δηλώσεις που αναφέρονται στην επιστολή της ΥΠΚ ημερομηνίας 3/3/2022.

### **Πρωθητική ενέργεια τύπου One way stickers**

Αναφορικά με τη θέση της Τράπεζας ότι στα One way stickers υπάρχει ξεκάθαρη αναφορά ότι ισχύουν όροι και προϋποθέσεις οι οποίοι είναι διαθέσιμοι στο κοινό τόσο στα καταστήματα της Τράπεζας όσο και στην ιστοσελίδα της, η ΥΠΚ επαναλαμβάνει τις πιο πάνω θέσεις της σχετικά με την «απόφαση συναλλαγής».

Επιπρόσθετα, σε σχέση με τον τρόπο που ερμηνεύει η Τράπεζα τη νομολογία του ΔΕΕ και συγκεκριμένα την απόφαση C-281/12, η ΥΠΚ θεωρεί πως αυτός δεν είναι ορθός, καθότι δεν προκύπτει ότι η εξέταση εάν οι προπαρασκευαστικές πράξεις μιας πιθανής αγοράς προϊόντος είναι σχετική μόνο σε περιπτώσεις που η εμπορική πρακτική συνδέεται με τη διαθεσιμότητα

του προϊόντος που διαφημίζεται, όπως η Τράπεζα ισχυρίζεται. Το ΔΕΕ κατέληξε στο συμπέρασμα ότι «... στον όρο «απόφαση συναλλαγής» εμπίπτει κάθε απόφαση που συνδέεται άμεσα με την απόφαση περί αγοράς ή μη ενός προϊόντος», το οποίο σημαίνει πως ακόμα και αν ο καταναλωτής δεν επισκεπτόταν το σχετικό κατάστημα για να διαπιστώσει ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής δεν ήταν διαθέσιμος, αλλά απλά μετακινήτο μέχρι το εμπορικό κατάστημα, θα θεωρείτο και πάλι ότι έλαβε «απόφαση συναλλαγής» και ως εκ τούτου η εμπορική πρακτική του εμπορευόμενου ήταν αθέμιτη.

Επιπρόσθετα, η άποψη ότι η «απόφαση συναλλαγής», η οποία εκφράζεται με επίσκεψη του καταναλωτή σε κατάστημα, δεν συνδέεται πάντοτε με τη διαθεσιμότητα προϊόντων ενισχύεται και από το πιο κάτω παράδειγμα που περιλαμβάνουν οι κατευθυντήριες γραμμές για την ερμηνεία και την εφαρμογή της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ:

*«Σε εμπορική ανακοίνωση διατυπώθηκε ο ισχυρισμός ότι ένα νέο μοντέλο αυτοκινήτου ήταν «το ασφαλέστερο αυτοκίνητο στον κόσμο». Στην απόφασή του σχετικά με το αν ο ισχυρισμός επηρέασε οποιονδήποτε καταναλωτή στη λήψη τεκμηριωμένης απόφασης συναλλαγής, εθνικό δικαστήριο έκρινε ότι για να χαρακτηριστεί μια απόφαση ως απόφαση συναλλαγής, αρκούσε το γεγονός ότι το μάρκετινγκ ήταν πιθανό να κινήσει το ενδιαφέρον του μέσου καταναλωτή και να τον οδηγήσει στη λήψη της απόφασης να προβεί σε περαιτέρω ενέργειες (π.χ. να επισκεφθεί κατάστημα ή ιστότοπο για να λάβει πρόσθετες πληροφορίες σχετικά με το προϊόν)».*

Στο συγκεκριμένο παράδειγμα θεωρείται «απόφαση συναλλαγής» η μετάβαση σε κατάστημα η οποία ήταν αποτέλεσμα παραπλανητικού ισχυρισμού, άσχετα με τη διαθεσιμότητα του προϊόντος.

Τέλος, στην απόφαση του Εφετείου Αθηνών με αριθμό 2130/2013, που στο σκεπτικό της αναφέρεται ότι «τέλος, θα πρέπει να τονισθεί ότι ακόμα και μία υποθετική επίδραση στην οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή αρκεί για τον χαρακτηρισμό της πρακτικής ως αθέμιτης», καθίσταται σαφές ότι σημασία δεν έχει η λήψη της «απόφασης συναλλαγής» αυτής καθ' εαυτή, αλλά η «ικανότητα» της εμπορικής πρακτικής να ωθήσει τον καταναλωτή να προβεί ακόμα και αν τελικά αυτό δε συμβεί, στη λήψη συγκεκριμένης απόφασης, που είτε δε θα λαμβανόταν είτε θα λαμβανόταν διαφορετικά.

Σε ό,τι αφορά τον ισχυρισμό της Τράπεζας ότι ο συγκεκριμένος τύπος διαφήμισης, δηλαδή τα one way stickers, βρίσκονται τοποθετημένα μόνο στο κατάστημα και συνεπώς ο καταναλωτής όταν βλέπει αυτό τον τύπο διαφήμισης βρίσκεται ήδη στο κατάστημα, είναι η



θέση της ΥΠΚ ότι το γεγονός αυτό δεν αποκλείει το ενδεχόμενο λήψης απόφασης συναλλαγής από τον καταναλωτή την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, όπως είναι η απόφαση να εισχωρήσει στο κατάστημα της Τράπεζας ή/και να ζητήσει περαιτέρω πληροφορίες ή/και να μεταβεί αργότερα στην ιστοσελίδα της Τράπεζας για να λάβει περαιτέρω πληροφορίες.

Σε σχέση με την παράβαση της υποπαραγράφου (γ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018, η ΥΠΚ επαναλαμβάνει τη θέση της ότι, εφόσον η σύναψη στεγαστικού δανείου αποτελεί προϋπόθεση για να επωφεληθεί ο καταναλωτής από την «επιδότηση επιτοκίου», η εν λόγω Κ.Δ.Π. τυγχάνει εφαρμογής και θα πρέπει να εφαρμόζεται ορθά, προκειμένου να προστατευθεί ο καταναλωτής από τους κινδύνους που μπορεί να συνεπάγεται η σύναψη ενός τέτοιου δανείου.

Σε ό,τι αφορά τους ισχυρισμούς της Τράπεζας σχετικά με τη μη σύνδεση των προϋποθέσεων της υποπαραγράφου (γ) με το γεγονός ότι θα συναφθούν δύο συμβάσεις πιστωτικών διευκολύνσεων, η ΥΠΚ θεωρεί ότι ακριβώς επειδή δεν γίνεται ξεκάθαρα αντιληπτό από τη διαφήμιση ότι πρόκειται για τη σύναψη δύο συμβάσεων (και στεγαστικού δανείου και δανείου αυτοκινήτου), ο καταναλωτής δεν είναι σε θέση να γνωρίζει τη φύση της διαφημιζόμενης πίστωσης. Η επίμαχη διαφήμιση αναφέρει απλά την έκφραση “Alpha Drive Home” και ότι η Τράπεζα δίνει επιδότηση επιτοκίου στο δάνειο αυτοκινήτου, χωρίς όμως να διευκρινίζει ότι χρειάζεται να συναφθούν δύο δάνεια από τον καταναλωτή για να επωφεληθεί από την υπό αναφορά επιδότηση. Επομένως είναι η θέση της ΥΠΚ ότι θα μπορούσε να εκληφθεί από το μέσο καταναλωτή, για παράδειγμα, πως αν ήδη διατηρεί με την Τράπεζα στεγαστικό δάνειο και προχωρήσει στη σύναψη αυτοκινητοδανείου, θα επωφεληθεί από την πιο πάνω επιδότηση. Συνεπώς, σε αυτή την περίπτωση η φύση της διαφημιζόμενης πίστωσης θα ήταν η αγορά αυτοκινήτου και όχι παράλληλα και η αγορά/ανέγερση κατοικίας. Ως εκ τούτου, υπάρχει άμεση συσχέτιση των προϋποθέσεων της υποπαραγράφου (γ) με τη διευκρίνιση που απαιτείται σχετικά με τη σύναψη τόσο στεγαστικού δανείου όσο και δανείου αυτοκινήτου, η απουσία της οποίας προκαλεί ασάφεια και συγκάλυψη της φύσης της διαφημιζόμενης πίστωσης.

Τέλος, σε σχέση με την αναφορά της Τράπεζας στο γεγονός ότι στην εν λόγω διαφήμιση γίνεται παραπομπή των καταναλωτών στους όρους και προϋποθέσεις του «Alpha Drive Home», η ΥΠΚ επαναλαμβάνει τις σχετικές θέσεις της που αναλύονται πιο πάνω. Επιπλέον, αναφορικά με τα σχόλια της Τράπεζας για τις προειδοποιητικές δηλώσεις, επίσης επαναλαμβάνει τις άνωθεν θέσεις της.

#### **Έντυπη διαφήμιση (καταχώριση) και leaflet (μονόφυλλο)**

Αναφορικά με τα σχόλια της Τράπεζας για τις εν θέματι διαφημίσεις, τα οποία αφορούν στις προειδοποιητικές δηλώσεις, η ΥΠΚ υιοθετεί τις ίδιες σχετικές απόψεις της με πιο πάνω.

## 6.2 Γενόμενες παραβάσεις

Στην προωθητική ενέργεια της Τράπεζας «Alpha Drive Home» διαπιστώνονται τα εξής:

- Οι διαφημίσεις τύπου **Facebook post, Poster (out)** και **Web Banner**, καθώς και η μια **ραδιοφωνική** διαφήμιση και οι **δύο τηλεοπτικές** (σύντομη και εκτενής) επιδιώκουν να επηρεάσουν τη στάση του καταναλωτή ως προς τη διαφημιζόμενη πίστωση μέσω ασάφειας και παράλειψης και παράλληλα, περιέχουν κείμενο που δεν είναι σαφές και ακριβές και είναι παραπλανητικό. Κατά συνέπεια, υπάρχει παράβαση του εδαφίου (1) του άρθρου 10 του Νόμου, καθώς και των υποπαραγράφων (α) και (β) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018. Επίσης, διαπιστώνεται παράβαση του εδαφίου (2) του άρθρου 10 του Νόμου, καθώς η διατύπωση των επίμαχων διαφημίσεων ενδέχεται να δημιουργήσει ψευδείς προσδοκίες στους καταναλωτές όσον αφορά το κόστος της πίστωσης. Ταυτόχρονα, εντοπίζεται παράβαση στα εδάφια (1) και (2) του άρθρου 7 του Μέρους ΙΙ του περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμου (Ν. 112(Ι)/2021), τα οποία αφορούν στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, καθώς οι υπό κρίση διαφημίσεις παραλείπουν ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, με αποτέλεσμα να ενδέχεται να τον οδηγήσουν να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε. Επίσης, παρέχουν ουσιώδεις πληροφορίες κατά τρόπο ασαφή. Τέλος, διαπιστώνεται παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018 καθώς οι διαφημίσεις δεν περιλαμβάνουν τις αναγκαίες, για την περίπτωση, προειδοποιητικές δηλώσεις.
- Για τη διαφήμιση τύπου **one way stickers** ισχύουν οι πιο πάνω παραβάσεις, ενώ ταυτόχρονα η υπό κρίση διαφήμιση δεν διευκρινίζει/διαχωρίζει με τρόπο σαφή για τον καταναλωτή τις δύο διαφημιζόμενες πιστώσεις, με αποτέλεσμα να υπάρχει συγκάλυψη του τύπου και της φύσης των διαφημιζόμενων πιστώσεων και κατ' επέκταση παράβαση της υποπαραγράφου (γ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018.
- Στην **έντυπη** διαφήμιση (καταχώριση) καθώς και στο **leaflet (μονόφυλλο)**, επίσης δεν υπάρχουν οι απαιτούμενες προειδοποιητικές δηλώσεις και ως εκ τούτου,

διαπιστώνεται παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018.

## **7. Ευρήματα/διαπιστώσεις/συμπεράσματα της ΥΠΚ**

Κατόπιν ολοκλήρωσης της διεξαχθείσας έρευνας διαπιστώνεται ότι:

α) Η Τράπεζα είναι Αδειοδοτημένο Πιστωτικό Ίδρυμα (ΑΠΙ), δηλαδή ίδρυμα του οποίου η δραστηριότητα συνίσταται μεταξύ άλλων στη χορήγηση πιστωτικών διευκολύνσεων στους καταναλωτές. Συνεπώς, όταν η Τράπεζα διαφήμιζε ότι με τη χορήγηση/μεταφορά στεγαστικού δανείου επιδοτεί το επιτόκιο του δανειοαυτοκινήτου, δηλαδή διαφήμιζε τη χορήγηση πιστώσεων που εμπύπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου, ενεργούσε στο πλαίσιο της εμπορικής, επιχειρηματικής ή επαγγελματικής της δραστηριότητας και άρα, η Τράπεζα είναι «πιστωτής», υπό την έννοια που αποδίδεται σε αυτόν από το Νόμο.

β) Οι συμβάσεις πίστωσης που διαφήμιζε η Τράπεζα, απευθύνονταν σε φυσικά πρόσωπα και ενέπιπταν στο πεδίο εφαρμογής του Νόμου, ενώ ταυτόχρονα τα πιο πάνω φυσικά πρόσωπα, σε περίπτωση σύναψης τέτοιων συμβάσεων, θα ενεργούσαν για σκοπούς άσχετους με την εμπορική, επιχειρηματική ή επαγγελματική τους δραστηριότητα. Κατά συνέπεια, οι προωθούμενες πιστώσεις απευθύνονταν σε «καταναλωτές», εν τη εννοία του Νόμου.

γ) Κατά τον έλεγχο της πρώτης διαφημιστικής εκστρατείας της Τράπεζας, η ΥΠΚ είχε αποστείλει στην Τράπεζα δύο προειδοποιητικές επιστολές (στις 11/01/2019 και 24/07/2020), καλώντας την να συμμορφωθεί με το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο. Η Τράπεζα, παρά τις πιο πάνω προειδοποιητικές επιστολές, σε μεταγενέστερη διαφημιστική της εκστρατεία («Στεγαστικό δάνειο με επιδότηση») παραβίασε τη σχετική νομοθεσία και ως εκ τούτου, εκδόθηκε εναντίον της η διοικητική απόφαση 2021/05(ΕΠ), ημερομηνίας 6/12/21 με την οποία της επιβλήθηκε πρόστιμο ύψους €3.000. Ακολούθως, προχώρησε στην υπό κρίση προωθητική ενέργεια «Alpha Drive Home» η οποία, όπως διαπιστώνεται, επίσης δεν είναι σύνομη. Κατά συνέπεια, προκύπτει ότι τόσο οι προειδοποιητικές επιστολές όσο και η επιβολή του συγκεκριμένου ύψους προστίμου δεν λειτούργησαν αποτρεπτικά για την Τράπεζα.

δ) Στους ελαφρυντικούς παράγοντες που λήφθηκαν υπόψη για την επιβολή του πιο πάνω διοικητικού προστίμου συμπεριλήφθηκαν, μεταξύ άλλων, και οι δεσμεύσεις που είχε αναλάβει η Τράπεζα. Ειδικότερα είχε προσμετρήσει (i) η δέσμευση της Τράπεζας ότι θα είναι ιδιαίτερα προσεκτική από τούδε και στο εξής με κάθε διαφήμιση (ιδιαίτερα τηλεοπτική) και

ότι θα λαμβάνει πολύ σοβαρά υπόψη τις υποδείξεις και οδηγίες της ΥΠΚ, και (ii) η δέσμευση ότι οι διάφορες διαφημίσεις των προϊόντων της θα συνάδουν με τους νόμους και τις Κ.Δ.Π. της ΥΠΚ. Δεδομένου ότι από την εξέταση της νομιμότητας της νέας διαφημιστικής εκστρατείας της Τράπεζας, η οποία μάλιστα πραγματοποιήθηκε μόλις ένα περίπου μήνα μετά την έκδοση της πιο πάνω διοικητικής απόφασης, προέκυψαν εκ νέου παραβάσεις, εξάγεται το συμπέρασμα ότι η Τράπεζα αθέτησε τις δεσμεύσεις της και ότι δεν είχε πραγματική πρόθεση για συμμόρφωση. Το πιο πάνω συμπέρασμα τεκμαίρεται/ενισχύεται και από το γεγονός ότι, ενώ η ΥΠΚ είχε κατ' επανάληψη επισημάνει στην Τράπεζα, τόσο με τις προειδοποιητικές επιστολές που της απέστειλε κατά τον πρώτο αυτεπάγγελτο έλεγχο που διενήργησε όσο και με την εκδοθείσα διοικητική απόφαση, παραβάσεις που αφορούν στις προειδοποιητικές δηλώσεις που απαιτούνται δυνάμει της Κ.Δ.Π. 138/2018, εντούτοις εντοπίζονται παραβάσεις και στην επίμαχη προωθητική της ενέργεια/διαφημίσεις.

## **8. Εξουσίες της ΥΠΚ**

Βάσει του άρθρου 40(2) του Νόμου, σε περίπτωση που η ΥΠΚ, κατά τη διερεύνηση παραπόνου ή αυτεπάγγελτης έρευνας, διαπιστώσει παράβαση οποιασδήποτε απαγορευτικής ή προστατευτικής των συμφερόντων του καταναλωτή διάταξης του Νόμου, έχει εξουσία να προβαίνει στις πιο κάτω ενέργειες, είτε διαζευκτικά είτε σωρευτικά, ανάλογα με τη φύση, τη διάρκεια και τη βαρύτητα της παράβασης:

(α) Να διατάξει ή να συστήσει στον παραβάτη όπως μέσα σε τακτή προθεσμία τερματίσει την παράβαση και αποφύγει επανάληψή της στο μέλλον ή, σε περίπτωση που η παράβαση τερματίσθηκε πριν από την έκδοση της απόφασης της ΥΠΚ, να βεβαιώσει με απόφασή της την παράβαση,

(β) να διατάξει ή να συστήσει στον παραβάτη τη λήψη διορθωτικών μέτρων που κατά την κρίση της αποκαθιστούν την παράνομη κατάσταση που δημιούργησε η παράβαση,

(γ) να επιβάλει διοικητικό πρόστιμο ανάλογα με τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια της παράβασης, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 41, ή/και

(δ) να υποβάλει αίτηση προς το Δικαστήριο για την έκδοση απαγορευτικού ή προστακτικού διατάγματος, περιλαμβανομένου και προσωρινού διατάγματος, εναντίον οποιουδήποτε προσώπου το οποίο, κατά την κρίση της, ενέχεται ή ευθύνεται για την παράβαση αυτή.

Σύμφωνα με το εδάφιο (3) του ίδιου άρθρου, η ΥΠΚ δύναται, σε περίπτωση που το κρίνει σκόπιμο, να λάβει υπόψη της οποιαδήποτε ανάληψη δέσμευσης έναντι του καταναλωτή από τον κατ' ισχυρισμό παραβάτη, ή εκ μέρους του κατ' ισχυρισμό παραβάτη, αναφορικά με τη γενόμενη παράβαση και την προοπτική άρσης ή αποκατάστασης αυτής.

Επίσης, βάσει του άρθρου 41(1), σε περίπτωση παράβασης διατάξεων του Νόμου η ΥΠΚ δύναται, αφού προηγουμένως καλέσει σε απολογία τον παραβάτη, να επιβάλει στον παραβάτη διοικητικό πρόστιμο που δεν υπερβαίνει τις διακόσιες πενήντα χιλιάδες ευρώ (€250.000) και σε περίπτωση επανάληψης, ή συνέχισης της παράβασης, διοικητικό πρόστιμο που δεν υπερβαίνει τις πέντε χιλιάδες ευρώ (€5.000) για κάθε μέρα για την οποία συνεχίζεται η παράβαση.

## 9. Καταληκτικό απόφασης

Η ΥΠΚ αξιολόγησε το ενώπιόν της υλικό, καθώς και όλα τα στοιχεία τα οποία περιέχονται στο διοικητικό φάκελο της υπόθεσης, ασκώντας τις εξουσίες που χορηγούνται σε αυτήν σύμφωνα με το Νόμο και την προβλεπόμενη από το Νόμο διαδικασία, και δη δυνάμει των διατάξεων: α) του άρθρου 40(2)(γ), το οποίο προβλέπει τη δυνατότητα επιβολής διοικητικού προστίμου ανάλογα με τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια της παράβασης, και β) των διατάξεων του άρθρου 41(1), το οποίο προνοεί διοικητικό πρόστιμο ύψους μέχρι διακόσιες πενήντα χιλιάδες ευρώ (€250.000) και σε περίπτωση επανάληψης, ή συνέχισης της παράβασης, διοικητικό πρόστιμο που δεν υπερβαίνει τις πέντε χιλιάδες ευρώ (€5.000) για κάθε μέρα για την οποία συνεχίζεται η παράβαση.

Στις διαφημίσεις τύπου **Facebook post, Poster (out)** και **Web Banner**, καθώς και στη μια **ραδιοφωνική** διαφήμιση και στις **δύο τηλεοπτικές** η Τράπεζα παρέλειψε να συμμορφωθεί με τις πρόνοιες των εδαφίων (1) και (2) του άρθρου 10 του Νόμου, καθώς και με τις υποπαραγράφους (α), (β), (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018, οι οποίες αποτελούν απαγορευτικές/προστατευτικές διατάξεις του Νόμου. Επίσης, εντοπίστηκαν παραβάσεις στα εδάφια (1) και (2) του άρθρου 7 του Μέρους ΙΙ του περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμου (Ν. 112(Ι)/2021) για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, οι οποίες όμως επειδή αποτελούν διατάξεις οριζόντιας νομοθεσίας και είναι παρόμοιες ή/και πανομοιότυπες με αυτές που εντοπίστηκαν στο Νόμο, θα ληφθούν υπόψη από την ΥΠΚ μόνο για σκοπούς ενίσχυσης των θέσεων/ισχυρισμών της που αφορούν στις παραβάσεις του Νόμου.

Στη διαφήμιση τύπου **one way stickers** διαπιστώνεται παράβαση των εδαφίων (1) και (2) του άρθρου 10 του Νόμου, καθώς και των υποπαραγράφων (α), (β), (γ), (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018. Στην εν λόγω διαφήμιση επίσης εντοπίζονται παραβάσεις στα εδάφια (1) και (2) του άρθρου 7 του Μέρους ΙΙ του περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμου (Ν. 112(Ι)/2021).

Στην **έντυπη** διαφήμιση (καταχώριση) καθώς και στο **leaflet** (μονόφυλλο) διαπιστώνεται παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018.

Στον καθορισμό του ύψους του διοικητικού προστίμου λαμβάνεται υπόψη ότι το ύψος αυτού πρέπει να είναι αποτελεσματικό, να έχει ένα επαρκώς αποτρεπτικό αποτέλεσμα, να είναι ανάλογο με τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια της παράβασης, αλλά και να συνάδει με την κατοχυρωμένη αρχή της αναλογικότητας βάσει όλων των γεγονότων.

Στην εξέταση της φύσης της παράβασης λαμβάνεται υπ' όψιν, μεταξύ άλλων, το είδος και η χρήση του προϊόντος ή της υπηρεσίας (στην προκειμένη περίπτωση το είδος και η χρήση του προϊόντος/υπηρεσίας που διαφημιζέτο) και η απήχηση που έχει σε ευρύ ή λιγότερο ευρύ καταναλωτικό κοινό.

Η εν λόγω έρευνα είχε ως αντικείμενο εξέτασης την προωθητική ενέργεια της Τράπεζας «Alpha Drive Home», η οποία αφορούσε στην επιδότηση του επιτοκίου στο δάνειο αυτοκινήτου με κάθε νέο στεγαστικό δάνειο ή από μεταφορά του. Δηλαδή, οι υπό εξέταση διαφημίσεις αφορούσαν τις βασικότερες πτυχές της λιανικής τραπεζικής, υπό την έννοια της σημαντικής κοινωνικοπολιτικής τους σημασίας. Αφενός, επισημαίνεται ο τεράστιος αντίκτυπος που έχει ο τραπεζικός δανεισμός για στέγαση και για αγορά αυτοκινήτου, αφετέρου και σε ό,τι αφορά στον καταναλωτή, τονίζεται ότι η υπογραφή σύμβασης ενυπόθηκου δανείου και δανειοαυτοκινήτου αποτελούν για αυτόν μια από τις σημαντικότερες και δαπανηρές χρηματοπιστωτικές δεσμεύσεις που θα αναλάβει στη ζωή του. Είναι, εξάλλου, για αυτό το λόγω που οι ευρωπαίοι νομοθέτες έχουν προβλέψει ειδικές διατάξεις για τις διαφημίσεις συμβάσεων πίστωσης, οι οποίες αποσκοπούν στην προστασία των καταναλωτών έναντι αθέμιτων ή παραπλανητικών πρακτικών και στην ενημέρωσή τους για τους κινδύνους που θα αναλάβουν.

Στην προκειμένη περίπτωση, θα πρέπει ειδικά να ληφθεί υπόψη και το γεγονός ότι οι διαφημίσεις της Τράπεζας προωθούνταν στους καταναλωτές με ποικίλους τρόπους και μέσα. Επομένως, τα διαφημιζόμενα προϊόντα είχαν απήχηση σε ένα ευρύ καταναλωτικό κοινό το οποίο, λόγω της φύσης των προϊόντων, αναμένεται να αφορά κυρίως στις ηλικίες 20 – 45.

Στην εξέταση και στον καθορισμό της βαρύτητας της παράβασης λαμβάνονται υπ' όψιν, μεταξύ άλλων:

(α) Η σοβαρότητα της παράβασης, όπως η ύπαρξη πρόθεσης από τον παραβάτη, η πιθανότητα στόχευσης ευάλωτων ομάδων καταναλωτών, όπως ανήλικοι και/ή ηλικιωμένοι κλπ.

Στην υπό εξέταση περίπτωση είναι η θέση της ΥΠΚ ότι η Τράπεζα, η οποία παραχωρεί πιστωτικές διευκολύνσεις που αφορούν μεταξύ άλλων στεγαστικά δάνεια και δάνεια αυτοκινήτου, γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει τη σοβαρότητα και τις συνέπειες που μπορεί να έχει για τους καταναλωτές η χρήση αθέμιτων, ασαφών και παραπλανητικών διαφημίσεων, ιδίως σε ό,τι αφορά το κόστος της πίστωσης, καθώς και η μη συμπερίληψη των απαιτούμενων από την κείμενη νομοθεσία προειδοποιητικών δηλώσεων και θα έπρεπε να είναι σύννομη με την κείμενη νομοθεσία. Παρόλα αυτά, η Τράπεζα αθέτησε τις δεσμεύσεις για συμμόρφωση που είχε αναλάβει κατά την προηγούμενη έρευνα που διεξήγαγε η ΥΠΚ εναντίον της σχετικά με τη διαφήμιση «Στεγαστικό δάνειο με επιδότηση» και παράλληλα, αγνόησε τις σχετικές παρατηρήσεις της ΥΠΚ. Ο εν λόγω ισχυρισμός τεκμαίρεται από το γεγονός ότι στην επίμαχη διαφημιστική εκστρατεία εντοπίστηκαν και πάλι παραβάσεις σχετικά με τις προειδοποιητικές δηλώσεις για τις οποίες της είχαν γίνει κατ' επανάληψη υποδείξεις. Επομένως συνάγεται ότι δεν υπήρξε πραγματική πρόθεση για συμμόρφωση από μέρους της Τράπεζας.

(β) Το οικονομικό όφελος που αποκόμισε ή θα μπορούσε να είχε αποκομίσει ο παραβάτης.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση θα πρέπει να ληφθεί υπόψη το οικονομικό όφελος που θα μπορούσε να αποκομίσει η Τράπεζα από τη χρησιμοποίηση των υπό κρίση διαφημίσεων, καθότι, σύμφωνα με τα υποβληθέντα στοιχεία, η Τράπεζα δεν συνήψε οποιαδήποτε σχετικά με την προωθητική της ενέργεια δάνεια (ταυτόχρονη σύναψη στεγαστικών δανείων και αυτοκινητοδανείων) κατά την περίοδο 29/1/2022 – 28-2/2022, ήτοι από την ημερομηνία έναρξης της μέχρι την ημερομηνία απόσυρσης της. Οι διαφημιζόμενες πιστωτικές διευκολύνσεις αφορούσαν στην ταυτόχρονη σύναψη στεγαστικού δανείου και αυτοκινητοδανείου και επομένως σε περίπτωση που οι καταναλωτές προχωρούσαν στη σύναψη τέτοιων συμβάσεων, το οικονομικό όφελος της Τράπεζας θα ήταν μεγάλο. Επιπρόσθετα, δεν μπορεί να αγνοηθεί η μεγάλη πιθανότητα που υπήρχε για να συναφθούν οι διαφημιζόμενες συμβάσεις πίστωσης καθώς και το ενδεχόμενο να έχουν συναφθεί τέτοιες συμβάσεις σε μεταγενέστερο χρόνο από την προβολή τους, εφόσον για να προχωρήσει ένας καταναλωτής στη σύναψη δύο τόσο σημαντικών συμβάσεων χρειάζεται αρκετός χρόνος

προκειμένου να ενημερωθεί, να συγκρίνει προσφορές και να καταλήξει σε απόφαση. Συνεπώς, προκύπτει ότι το οικονομικό όφελος που θα μπορούσε τουλάχιστον να αποκομίσει η Τράπεζα από τη χρησιμοποίηση των υπό κρίση διαφημίσεων είναι πολύ σημαντικό.

(γ) Η ζημιά που υπέστησαν ή θα μπορούσαν να είχαν υποστεί οι καταναλωτές.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η ενδεχόμενη ζημιά των καταναλωτών από την προβολή ασαφών και παραπλανητικών διαφημίσεων καθώς και από διατυπώσεις οι οποίες ενδέχεται να τους δημιουργήσουν ψευδείς προσδοκίες όσον αφορά το κόστος της πίστωσης. Επίσης, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η πιθανή ζημιά των καταναλωτών από τη μη συμπερίληψη, στις επίμαχες διαφημίσεις, των κατάλληλων προειδοποιητικών δηλώσεων.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι, πρόθεση του κοινοτικού νομοθέτη με την εισαγωγή της ειδικής διάταξης για απαγόρευση των αθέμιτων, ασαφών και παραπλανητικών διαφημίσεων ήταν να προστατεύσει τους καταναλωτές από τη δημιουργία παραπλανητικών εντυπώσεων για το προϊόν και να τους δώσει τη δυνατότητα να συγκρίνουν τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες έχοντας υπόψη το πραγματικό επιτόκιο ή/και κόστος της σύμβασης πίστωσης, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η ασάφεια και η δημιουργία ψευδών προσδοκιών ως προς την επιδότηση του επιτοκίου, θα μπορούσε να επιφέρει στους καταναλωτές που θα προχωρούσαν στη σύναψη των σχετικών συμβάσεων, ουσιαστική οικονομική ζημιά.

Παράλληλα, η συμπερίληψη από το στάδιο της διαφήμισης ειδικών προειδοποιητικών δηλώσεων για τους κινδύνους που ενέχει μια σύμβαση πίστωσης που αφορά ακίνητα που προορίζονται για κατοικία, κρίθηκε σκόπιμη από την ΥΠΚ λόγω της φύσης της και των ενδεχόμενων δυσμενών συνεπειών της για τους καταναλωτές. Επομένως, η μη συμπερίληψή τους στις διαφημιζόμενες πιστώσεις και συνεπώς, η άγνοια των καταναλωτών για τους υπό αναφορά κινδύνους, είναι πιθανό να οδηγούσαν τους καταναλωτές να λάβουν αποφάσεις συναλλαγής, ήτοι να προχωρήσουν με τη σύναψη συμβάσεων πίστωσης, τις οποίες διαφορετικά δεν θα ελάμβαναν.

Ως ελαφρυντικοί παράγοντες λαμβάνονται υπόψη:

- α) η διάθεση συνεργασίας την οποία επέδειξε η Τράπεζα παρέχοντας, εντός του χρονικού πλαισίου που έθεσε η ΥΠΚ, το σχετικό διαφημιστικό υλικό,
- β) το γεγονός ότι η Τράπεζα μετά τις υποδείξεις της ΥΠΚ απέσυρε τις επίμαχες διαφημίσεις,



γ) το γεγονός ότι η Τράπεζα, τουλάχιστον κατά την περίοδο προβολής της διαφημιστικής της εκστρατείας, δεν συνήψε οποιαδήποτε σχετικά με την προωθητική της ενέργεια δάνεια και κατ' επέκταση δεν εισέπραξε οποιοδήποτε ποσό από επιβαλλόμενους τόκους.

δ) οι εκ νέου δεσμεύσεις της Τράπεζας ότι θα λαμβάνει σοβαρά υπόψη της τις συστάσεις της ΥΠΚ.

Η ΥΠΚ, αφού αξιολόγησε το ενώπιον της διαφημιστικό υλικό και όλες τις ενέργειες/θέσεις/απόψεις της Τράπεζας, **επιβάλλει στην «ALPHA BANK CYPRUS LTD» διοικητικό πρόστιμο συνολικού ύψους είκοσι χιλιάδων ευρώ (€20.000)**, το οποίο συνίσταται και διασπάτε στις πιο κάτω παραβάσεις ως εξής:

**A) Διαφημίσεις τύπου Facebook post, Poster (out), Web Banner, ραδιοφωνική διαφήμιση και δύο τηλεοπτικές διαφημίσεις:**

- παράβαση του εδαφίου (1) του άρθρου 10 του Νόμου (€3.000),
- παράβαση του εδαφίου (2) του άρθρου 10 του Νόμου (€3.000),
- παράβαση των υποπαραγράφων (α) και (β) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018 (€3.000),
- παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018 (€4.000).

**B) Διαφήμιση τύπου one way stickers:**

- παράβαση του εδαφίου (1) του άρθρου 10 του Νόμου (€1.000),
- παράβαση του εδαφίου (2) του άρθρου 10 του Νόμου (€1.000),
- παράβαση των υποπαραγράφων (α) και (β) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018 (€1.000),
- παράβαση της υποπαραγράφου (γ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018 (€1.000),
- παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018 (€1.000).

**Γ) Έντυπη διαφήμιση και leaflet:**

- παράβαση των υποπαραγράφων (στ), (η) και (θ) της παραγράφου 5 της Κ.Δ.Π. 138/2018 (€2.000).

Ημερομηνία σύνταξης της Απόφασης, **26 Οκτωβρίου 2022** .

.....

Κωνσταντίνος Καραγιώργης

Διευθυντής

Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή