

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 34/2023(95)

**ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΙΘΑΝΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ
ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ «ΟΜΕΓΑ CH»
ιδιοκτησίας της εταιρείας «ΟΜΕΓΑ CHANNEL LTD»**

Ημερομηνία Απόφασης: 6 Σεπτεμβρίου, 2023

Ενώπιον: κ.κ. Ρόνας Κασάπη, Προέδρου, Αγγελικής Λαζάρου, Αντιπροέδρου, Σέργιου Ποΐζη, Πάνου Κανελόπουλου, Τάσου Κυρμίτη, Χρύσως Τσόκκου και Γαβριήλ Ιωάννου, Μελών.

ΑΠΟΦΑΣΗ

Στην παρούσα υπόθεση, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξετάζει αυτεπάγγελτα τις από μέρους του οργανισμού πιθανές παραβάσεις του **Κανονισμού 36(3)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000) και της **παραγράφου Δ1 και 6** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ο πιο πάνω Κανονισμός και Παράγραφος, αναφέρουν:

Κανονισμός 36(3):

Λαμβάνεται πρόνοια ώστε οι εκπομπές να μην παραπλανούν ή πανικοβάλλουν τους τηλεθεατές ή ακροατές, ιδιαίτερα με την απομίμηση του δελτίου ειδήσεων.

Δ.

1. Ψευδείς ή παραπλανητικές διαφημίσεις

Καμιά διαφήμιση, εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, δεν παρουσιάζει με λόγια ή οπτικά τα διαφημιζόμενα είδη ή υπηρεσίες ή τις τιμές τους, κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις.

6. Διαγωνισμοί

Σε διαφημίσεις με τις οποίες καλείται το κοινό να συμμετάσχει σε διαγωνισμούς, όταν τούτο επιτρέπεται από την κυπριακή νομοθεσία, πρέπει να αναφέρεται με σαφήνεια πώς μπορούν να προμηθευτούν τους έντυπους όρους όσοι επιθυμούν να συμμετάσχουν, συμπεριλαμβανομένων των διευθετήσεων για την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων και απονομή των βραβείων. Οι κανονισμοί αυτών των διαγωνισμών πρέπει να έχουν την έγκριση του σταθμού που μεταδίδει τη διαφήμιση στην περίπτωση που ο σταθμός εμπλέκεται στις διαδικασίες.

Ύστερα από σχετική απόφαση, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου με επιστολή της ημερομηνίας **4.7.2023** έθεσε ενώπιον του οργανισμού τις διερευνώμενες παραβάσεις. Στην εν λόγω επιστολή αναφέρονται, μεταξύ άλλων και τα πιο κάτω:

Εάν επιθυμείτε να υποβάλετε τις εξηγήσεις και/ή τις παραστάσεις και/ή τις θέσεις σας αναφορικά με τις ως άνω πιθανές παραβάσεις, έχετε το δικαίωμα να τις υποβάλετε γραπτώς και/ή προσωπικώς στην Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου. Η υποβολή των παραστάσεων μπορεί να γίνει αυτοπροσώπως και/ή μέσω αντιπροσώπου και/ή μέσω δικηγόρου της επιλογής σας.

Σε περίπτωση που επιθυμείτε να υποβάλετε γραπτώς τις εξηγήσεις και/ή τις παραστάσεις και/ή τις θέσεις σας αναφορικά με τις ως άνω πιθανές παραβάσεις, καλείστε όπως τις υποβάλετε στην Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, το αργότερο εντός εικοσιπέντε (25) εργάσιμων ημερών από τη λήψη της παρούσας επιστολής.

Σε περίπτωση που επιθυμείτε να υποβάλετε προσωπικώς τις εξηγήσεις και/ή τις παραστάσεις και/ή τις θέσεις σας αναφορικά με τις ως άνω πιθανές παραβάσεις, καλείστε να πληροφορήσετε την Αρχή, το αργότερο εντός δεκατεσσάρων (14) εργάσιμων ημερών από τη λήψη της παρούσας επιστολής ότι επιθυμείτε να τις υποβάλετε προσωπικώς, ώστε να ειδοποιηθείτε ανάλογα με ειδική επιστολή.

Εάν επιθυμείτε να επιθεωρήσετε το διοικητικό φάκελο της υπόθεσης, παρακαλείστε όπως ενημερώσετε άμεσα την Αρχή και εν πάση περιπτώσει εντός επτά (7) εργάσιμων ημερών από την ημερομηνία λήψης της παρούσας επιστολής, ώστε να καθοριστεί η ημερομηνία και η ώρα της επιθεώρησης.

Εάν η Αρχή δεν λάβει οποιαδήποτε απάντηση μέσα στις ανωτέρω καθορισμένες προθεσμίες, δύναται να προχωρήσει στη λήψη απόφασης χωρίς την απάντησή σας.

Σε περίπτωση που η Αρχή, μετά την εξέταση όλων των δεδομένων της υπόθεσης, καταλήξει σε εύρημα παράβασης, τότε θα κληθείτε να υποβάλετε τις θέσεις σας αναφορικά με την επιβολή διοικητικών κυρώσεων.

Οι διερευνώμενες παραβάσεις που τέθηκαν υπόψη του οργανισμού, εκτίθενται στα πιο κάτω υποστοιχεία:

1. Στις **11.5.2023** μεταξύ των ωρών **22:00–22:10** ο οργανισμός μετέδωσε διαφήμιση διαγωνισμού, **χωρίς να λάβει πρόνοια ότι η εκπομπή του δεν παραπλανεί του τηλεθεατές** κατά παράβαση του **Κανονισμού 36(3)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Λεκτικό: Νέος Omega Channel διαγωνισμός. Εκατό Mystery Boxes. **Όλα κερδίζουν.** Σε ένα όμως από αυτά σε περιμένει ένα ολοκαίνουργιο BMW X4. Βρες το και κάν' το αμέσως δικό σου. **Ακόμη και αν δεν το βρεις, κερδίζεις 3.000 ευρώ μετρητά.** Στείλε τώρα με sms τη λέξη WIN στο 6600 και διεκδίκησε το νέο BMW X4 στο δρόμο. Η κλήρωση θα γίνει ζωντανά στο Omega Channel.

Οπτική περιγραφή: Εμφανίζεται αριθμός κλειστών κουτιών. Ακολούθως ανοίγουν και στο κάθε ένα από αυτά αναγράφεται το ποσό €3.000. Στη συνέχεια ανοίγει μόνο ένα κουτί από το οποίο πετάγεται κινούμενη εικόνα αυτοκινήτου. Στη συνέχεια εμφανίζονται ξανά τα κλειστά κουτιά που όταν ανοίγουν εμφανίζεται το ποσό €3.000. Ακολουθεί εμφάνιση κινητού τηλεφώνου, στην οθόνη του οποίου αναγράφεται η λέξη WIN και ο αριθμός 6600. Στη συνέχεια από το κινητό πετάγεται ένα αυτοκίνητο.

Κατά τη διάρκεια του λεκτικού «Στείλε τώρα με sms τη λέξη WIN στο 6600 και διεκδίκησε το νέο BMW X4 στο δρόμο.», στο κάτω μέρος της οθόνης εμφανίζεται η ακόλουθη πληροφόρηση:

«Χρέωση €2,03 ανά sms. Όροι και προϋποθέσεις στο omegatv.com.cy».

Η πιο πάνω γραπτή πληροφόρηση παρουσιάζεται με ιδιαίτερα μικρά γράμματα και παραμένει στην οθόνη μόνο για περίπου 8 δευτερόλεπτα.

2. Στις **11.5.2023** μεταξύ των ωρών **22:00–22:10** ο οργανισμός μετέδωσε διαφήμιση διαγωνισμού, η οποία εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, παρουσιάζει με λόγια ή οπτικά το διαγωνισμό με τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.1** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

3. Στις **11.5.2023** μεταξύ των ωρών **22:00–22:10** ο οργανισμός μετέδωσε διαφήμιση διαγωνισμού, με την οποία καλείτο το κοινό να συμμετάσχει στο διαγωνισμό, χωρίς να αναγράφεται με σαφήνεια πώς μπορούν να προμηθευτούν τους έντυπους όρους όσοι επιθυμούν να συμμετάσχουν, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.6** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

Ο οργανισμός με επιστολές των δικηγόρων του κ.κ. Ανδρέα Χάσικου ημερομ. 5.7.2023 και Δέσποινας Χάσικου ημερομ. 4.8.23 (με την οποία επισυνάφθηκε επιστολή της εταιρείας Golden Telemedia ημερομ. 3.8.23), υπέβαλε σχετικές θέσεις του **(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α')**. Ο οργανισμός δεν εξέφρασε την επιθυμία να επιθεωρήσει το διοικητικό φάκελο της υπόθεσης.

Έχουμε μελετήσει με μεγάλη προσοχή όλα τα ενώπιόν μας στοιχεία και περιστατικά της υπό εξέταση υπόθεσης, συμπεριλαμβανομένων των γραπτών εξηγήσεων του οργανισμού, όπως έχουν εκφρασθεί από τους δικηγόρους του και κατόπιν προσεκτικής παρακολούθησης του εν λόγω προγράμματος, κρίνουμε ότι:

Στις **11.5.2023** μεταξύ των ωρών **22:00–22:10** ο οργανισμός μετέδωσε διαφήμιση διαγωνισμού, **χωρίς να λάβει πρόνοια ότι η εκπομπή του δεν παραπλανεί του τηλεθεατές** κατά παράβαση του **Κανονισμού 36(3)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Στις **11.5.2023** μεταξύ των ωρών **22:00–22:10** ο οργανισμός μετέδωσε διαφήμιση διαγωνισμού, **η οποία εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, παρουσιάζει με λόγια ή οπτικά το διαγωνισμό με τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.1** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Στις **11.5.2023** μεταξύ των ωρών **22:00–22:10** ο οργανισμός μετέδωσε διαφήμιση διαγωνισμού, **με την οποία καλείτο το κοινό να συμμετάσχει στο διαγωνισμό, χωρίς να αναγράφεται με σαφήνεια πώς μπορούν να προμηθευτούν τους έντυπους όρους όσοι επιθυμούν να συμμετάσχουν**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.6** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Η Αρχή εξέτασε προσεκτικά τις θέσεις/ισχυρισμούς του οργανισμού, όπως αυτές εκφράζονται στις ανωτέρω επιστολές και σημειώνει τα ακόλουθα:

Σε ό,τι αφορά στην επιστολή του οργανισμού ημερομ. 5.7.2023, η Αρχή απορρίπτει τη θέση του οργανισμού όπως αυτή εκφράζεται στην παρ. 2 σελ.1 σε σχέση με την παράβαση του άρθρου 36(3) του πιο πάνω Νόμου, ότι «η έννοια της παραπλάνησης συνήθως συνδέεται με τη μη ανταπόκριση του περιεχομένου της διαφήμισης στην πραγματικότητα ή την εσκεμμένη προβολή ανακριβών και αναληθώς πληροφοριών με σκοπό την προώθηση προϊόντων.», καθώς και ότι «Η παραπλάνηση ή ο κίνδυνος της παραπλάνησης διαπιστώνεται με βάση την εντύπωση που αυτή προκαλεί στη συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών στην οποία απευθύνεται ή στη γνώση των οποίων περιέρχεται.».

Από τα γεγονότα όπως αυτά καταγράφονται στον Πίνακα Α' ημερομ. 21.6.2023 προκύπτει ότι οι πληροφορίες που μεταδόθηκαν είναι παραπλανητικές και δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Συγκεκριμένα αναφέρεται ότι στο διαγωνισμό βρίσκονται εκατό mystery boxes, όπου **«Όλα κερδίζουν**. Σε ένα όμως από αυτά σε περιμένει ένα ολοκαίνουργιο BMW X4. Βρες το και κάν' το αμέσως δικό σου. **Ακόμη και αν δεν το βρεις, κερδίζεις 3.000 ευρώ μετρητά.**».

Το ανωτέρω λεκτικό όπως καταγράφεται στον Πίνακα Α' ημερομ. 21.6.2023, δίνει τη λανθασμένη εντύπωση πως όποιος συμμετάσχει στον εν λόγω διαγωνισμό, σε περίπτωση που δεν καταφέρει να βρει το BMW X4, από τη συμμετοχή του και μόνο θα κερδίσει 3.000 ευρώ μετρητά. Το δε οπτικό υλικό που μεταδίδεται ενισχύει την ανωτέρω εντύπωση, αφού όπως περιγράφεται στα γεγονότα του Πίνακα Α' ημερομ. 21.6.2023 «Εμφανίζεται αριθμός κλειστών κουτιών. Ακολούθως ανοίγουν και στο κάθε ένα από αυτά αναγράφεται το ποσό €3.000. Στη συνέχεια ανοίγει μόνο ένα κουτί από το οποίο πετάγεται κινούμενη εικόνα αυτοκινήτου. Στη συνέχεια εμφανίζονται ξανά τα κλειστά κουτιά που όταν ανοίγουν εμφανίζεται το ποσό €3.000.»

Συνακόλουθα η Αρχή απορρίπτει και τη θέση του οργανισμού, όπως εκφράζεται στο τέλος της πρώτης σελίδας και στην αρχή της δεύτερης σελίδας της επιστολής ημερομ.5.7.2023 ότι:

Περαν των ανωτέρω προκειμένου να στοιχειοθετηθεί η έννοια της παραπλανητικής διαφήμισης απαιτείται αυτή, με την πλάνη που προκάλεε στους καταναλωτές να μπορεί να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά, να τους προκαλέσει αγοραστική απόφαση και να τους οδηγήσει να επιλέξουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία έναντι ενός άλλου..

Στην προκειμένη περίπτωση αυτό ακριβώς μπορεί να συμβεί. Η ανωτέρω δηλ. πλάνη, όπως περιγράφεται στα γεγονότα του Πίνακα Α' ημερομ. 21.6.2023, δύναται να επηρεάσει την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών και να τους προκαλέσει απόφαση συμμετοχής, αγοραστική δηλ. απόφαση, αφού η συμμετοχή τους προϋποθέτει κόστος χρέωσης.

Ο οργανισμός στις παρ. 3 και 4 της δεύτερης σελ. της επιστολής του ημερομ. 5.7.23 αναφέρει τα εξής:

Ειδικότερα η συγκεκριμένη υπο διερεύνηση διαφήμιση του διαγωνισμού εξεταζόμενη ως σύνολο η εν μέρει δεν παραπλάνησε τους τηλεθεατές, ούτε δημιούργησε λανθασμένες εντυπώσεις απλά ητο και είναι μια ελκυστική διαφήμιση, απευθύνεται στο καταναλωτικό κοινό για να προσελκύσει το ενδιαφέρον τους να συμμετάσχουν στον διαγωνισμό και αυτό γιατί στην συγχρονη λειτουργία του ανταγωνισμού καθε διαφημιστική καμπάνια αποτελεί απόπειρα επηρεασμού της ψυχολογίας του καταναλωτή ώστε να επιλέξει κάποιο προϊόν.

Το περιεχόμενο της διαφήμισης είναι στην ολότητα του αληθινό και η πληροφόρηση σωστή χωρίς να αποκρυφθεί οτιδήποτε το σχετικό από τον καταναλωτή, όπως οι όροι και οι προϋποθέσεις συμμετοχής του καταναλωτικού κοινού συμπεριλαμβανομένου του κόστους συμμετοχής. Ειδικότερα στους όρους συμμετοχής η διαφήμιση παραπέμπει στην ιστοσελίδα του **omegatv.com.cy** και έτσι ο οποιασδήποτε μπορούσε να ανατρέξει στην ιστοσελίδα του τηλεοπτικού σταθμού για να ενημερωθεί με λεπτομέρεια για τους όρους και τις προϋποθέσεις συμμετοχής του.

Η Αρχή απορρίπτει τα ανωτέρω, αφού εκ των γεγονότων όπως αυτά περιγράφονται στον Πίνακα Α' ημερομ. 21.6.2023, διαπιστώνεται πως η εν λόγω διαφήμιση, εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, παρουσιάζει με λόγια και οπτικά την διαφημιζόμενη υπηρεσία, κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις και συνεπώς παραβιάζει την παρ. Δ.1 του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των ανωτέρω Κανονισμών.

Είναι γεγονός ότι η διαφήμιση παραπέμπει σε ιστοσελίδα, στην οποία ο τηλεθεατής μπορεί να ανατρέξει και να ενημερωθεί με λεπτομέρεια για τους όρους του διαγωνισμού. Ωστόσο το γεγονός ότι η πληροφόρηση αναφορικά με τους όρους του διαγωνισμού είναι πολύ σύντομη και καθόλου ευδιάκριτη (πολύ μικρά γράμματα), σε σχέση με τα υπόλοιπα στοιχεία της διαφήμισης, δεν είναι δηλ. σαφής όπως ορίζεται στην παρ. Δ.6 του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας) των ανωτέρω Κανονισμών, ενισχύει περαιτέρω την πιθανότητα παραπλάνησης ή/και δημιουργία λανθασμένων εντυπώσεων.

Σε ό,τι αφορά στις θέσεις της εταιρείας Golden Telemedia, όπως αυτές εκφράζονται στην επιστολή της ημερομ. 3.8.23, την οποία ο οργανισμός επισύναψε στην επιστολή του ημερομ. 4.8.23, η Αρχή σημειώνει τα ακόλουθα:

Στην εν λόγω επιστολή υποστηρίζεται ότι (σελ.1 παρ. 6 - σελ 2 παρ.1):

Ο κανονισμός 36(3) κάνει ιδιαίτερη αναφορά και έμφαση στα δελτία ειδήσεων και σε εκπομπές για να λαμβάνουν πρόνοια και να μην παραπλανούν ή πανικοβάλλουν τους τηλεθεατές. Η περίπτωση μας δεν έχει ουδεμία σχέση ούτε με δελτία ειδήσεων αλλά ούτε με εκπομπές αλλά πρόκειται περί μιας μετάδοσης διαφημιστικού σποτ/διαγωνισμού, ανάμεσα σε χιλιάδες άλλα, κατά την διάρκεια του διαφημιστικού διαλείμματος του σταθμού. Παρά ταύτα και ασχέτως με το γεγονός ότι η διαφήμιση του διαγωνισμού δεν εμπίπτει στον κανονισμό 36(3), το σποτάκι όπως μεταδόθηκε δεν προκάλεσε ουδεμία παραπλάνηση στους τηλεθεατές και σίγουρα σε καμία περίπτωση δεν προκάλεσε πανικό στους τηλεθεατές. Απόδειξη αυτού είναι το γεγονός ότι ο σταθμός δεν δέχθηκε οποιαδήποτε παράπονα από τηλεθεατές σχετικά με τον διαγωνισμό και από ότι φαίνεται ούτε η Α.Ρ.Κ. έχει δεχθεί οποιαδήποτε παράπονα αφού η Αρχή εξετάζει αυτεπάγγελα τις πιθανές παραβάσεις και όχι κατόπιν κάποιων παραπόνων από τηλεθεατές.

Η Αρχή απορρίπτει τα ανωτέρω. Κατά πρώτο και σχετικά με τον Κανονισμό 36(3) των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), ο οποίος αναφέρει ότι «*Λαμβάνεται πρόνοια ώστε οι εκπομπές να μην παραπλανούν ή πανικοβάλλουν τους τηλεθεατές ή ακροατές, ιδιαίτερα με την απομίμηση του δελτίου*

ειδήσεων» (η υπογράμμιση δική μας), η Αρχή ξεκαθαρίζει ότι, η εφαρμογή του δεν περιορίζεται μόνο σε περιπτώσεις παραπλάνησης ή/και πρόκλησης πανικού σε τηλεθεατές / ακροατές λόγω της μετάδοσης απομίμησης δελτίου ειδήσεων. Η πιο πάνω διαπίστωση προκύπτει από τη χρήση της λέξης «ιδιαίτερα», η οποία δηλώνει ότι ο Κανονισμός μπορεί να εφαρμοστεί και σε άλλες περιπτώσεις παραπλάνησης ή/και πρόκλησης πανικού και όχι μόνο στην αναφερόμενη (αναγραφόμενη). Τόσο ο τρόπος γραφής (το περιεχόμενο) της διάταξης όσο και το πνεύμα του Νομοθέτη, που στην προκειμένη περίπτωση αποσκοπεί στην προστασία του ραδιοτηλεοπτικού κοινού από την παραπλάνηση ή/και τον πανικό, δεν εξαντλούνται μόνο στις περιπτώσεις μετάδοσης απομίμησης δελτίου ειδήσεων από τους οργανισμούς, αλλά επεκτείνεται και σε οτιδήποτε μεταδίδει ο οργανισμός, ακόμη και αν αυτό είναι διαφήμιση, το οποίο με το περιεχόμενό του ενδέχεται να παραπλανήσει ή/και να πανικοβάλλει του τηλεθεατές / ακροατές.

Κατά δεύτερο και σχετικά με την αναφορά της εταιρείας περί μη ύπαρξης παραπόνου, σημειώνεται πως η Αρχή δέχτηκε σχετικό παράπονο από τηλεθεατή. Συγκεκριμένα, όπως εύκολα θα μπορούσε να διαπιστώσει ο οργανισμός σε περίπτωση που ασκούσε το δικαίωμά του για επιθεώρηση του σχετικού διοικητικού φακέλου, η διερεύνηση του θέματος προέκυψε κατόπιν σχετικής καταγγελίας. Ειδικότερα, στο πόρισμα της Λειτουργού ημερομ. 6.6.2023, αναφέρεται ότι: «Η διερεύνηση προέκυψε κατόπιν ανώνυμου παραπόνου/καταγγελίας. Σύμφωνα με το παράπονο ο οργανισμός στις 11.5.2023, λίγο μετά τις 22:00 μετέδωσε διαφήμιση του διαγωνισμού Mystery Box, η οποία παραπλανεί το κοινό, αφού περιέχει ασάφειες. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το παράπονο, δεν είναι ευδιάκριτη η πληροφόρηση αναφορικά με τους όρους του διαγωνισμού και εξαιτίας αυτού αλλά και άλλων στοιχείων δημιουργείται η εντύπωση ότι όλοι κερδίζουν. Κατόπιν της πιο πάνω πληροφόρησης η Αρχή προέβη, με βάση τον **Κανονισμό 41(2)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), σε **αυτεπάγγελτη διερεύνηση.**»

Σε ό,τι αφορά στις θέσεις της εταιρείας Golden Telemedia αναφορικά με την παράβαση της παρ. Δ.1. και Δ.6 ως πιο πάνω, όπως αυτές εκφράζονται στη σελ. 2 - 4 της επιστολής της, η Αρχή τις απορρίπτει.

Ειδικότερα απορρίπτεται η γενικότερη θέση της εταιρείας ότι η χρέωση και οι όροι του διαγωνισμού εμφανίζονται «σε ευκρινές σημείο», «ξεκάθαρα και πολύ ευανάγνωστα στην οθόνη». Όπως έχει ήδη εξηγηθεί πιο πάνω, είναι από τα ίδια τα γεγονότα, όπως αυτά περιγράφονται στον Πίνακα Α' ημερομ. 21.6.2023, που προκύπτει ότι η επίδικη διαφήμιση, εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, παρουσιάζει με λόγια και οπτικά την διαφημιζόμενη υπηρεσία, κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις, αφού αυτά δημιουργούν την εντύπωση ότι όλοι κερδίζουν, μέσω της συμμετοχής τους και μόνο. Η δε πληροφόρηση αναφορικά με τους όρους του διαγωνισμού είναι πολύ σύντομη και καθόλου ευδιάκριτη (πολύ μικρά γράμματα), σε σχέση με τα υπόλοιπα στοιχεία της διαφήμισης, δεν είναι δηλ. σαφής όπως ορίζεται στην παρ. Δ.6 του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας) των ανωτέρω Κανονισμών. Αυτό ενισχύει περαιτέρω την πιθανότητα παραπλάνησης ή/και δημιουργία λανθασμένων εντυπώσεων.

Σε ό,τι αφορά στη θέση της εταιρείας ότι «το banner που παρέπεμπε στους όρους και κανονισμούς του διαγωνισμού βρισκόταν στο home page της ιστοσελίδας σε μεγάλο μέγεθος...», η Αρχή σημειώνει ότι δεν εξετάζει παραβάσεις αναφορικά με την ιστοσελίδα, αλλά αναφορικά με την τηλεοπτική διαφήμιση και με ποιό τρόπο παρουσιάστηκαν σε αυτή τα δεδομένα στους τηλεθεατές.

Αναφορικά με τη θέση της εταιρείας Golden Telemedia στην παρ.6 της σελ. 3 της επιστολής της ότι:

Δηλαδή από την μια η Αρχή διαπιστώνει ότι το λεκτικό «όροι και προϋποθέσεις στο omegatv.com.cy» αναγραφόταν στην οθόνη για 8 δευτερόλεπτα ενώ στην παράγραφο 3 της καταγγελίας η Αρχή διαπιστώνει πιθανολογούμενη παράβαση της Παραγράφου Δ6 του Παραρτήματος ΙΧ αφού δεν αναγραφόταν με σαφήνεια πως μπορούν να προμηθευτούν τους έντυπους όρους όσοι επιθυμούν να συμμετάσχουν στον διαγωνισμό.

ως επίσης και τη θέση της στην προτελευταία παρ. της επιστολής της ότι:

Όπως επεξηγείται πιο πάνω το μέγεθος και η γραμματοσειρά που χρησιμοποιήθηκαν είναι βάσει του διατάγματος τους ΓΕΡΗΕΤ ενώ χρησιμοποιήθηκε άσπρο χρώμα πάνω σε κατάμαυρο και σκούρο φόντο για να ξεχωρίζουν και να διαβάζονται εύκολα, συνεπώς η υπόθεση της Αρχής ότι τα γράμματα είναι ιδιαίτερα μικρά εκ των πραγμάτων είναι υποκειμενικός και δεν ευσταθεί. Σημειώνω για ακόμη μια φορά ότι κανένα παράπονο δεν υπεβλήθηκε σε καμία επίσημη Αρχή περί τούτου.

Επίσης η διαπίστωση της Αρχής ότι «... παραμένει στην οθόνη μόνο για περίπου 8 δευτερόλεπτα» αναιρεί την όλη καταγγελία αφού 8 δευτερόλεπτα στην τηλεόραση είναι τεράστιος τηλεοπτικός χρόνος, ενώ τα 8 δευτερόλεπτα σε σχέση με την συνολική διάρκεια του σποτ που ήταν 30 δευτερόλεπτα αντιστοιχεί σε 27% επί της συνολική διάρκειας. Βάσει ερευνών ο χρόνος των 8 δευτερολέπτων είναι υπεραρκετός για τον μέσο τηλεθεατή έτσι ώστε να διαβάσει και ενημερωθεί για μια πρόταση 5 λέξεων ήτοι «όροι & προϋποθέσεις στο omegatv.com.cy». Αυτό άλλωστε αποδεικνύεται και από την επισκεψιμότητα που είχε η ιστοσελίδα του omegatv στην συγκεκριμένη ενότητα που ήταν δημοσιευμένοι οι όροι και κανονισμοί.

η Αρχή σημειώνει τα ακόλουθα:

Σε καμία περίπτωση δεν αμφισβητείται ότι ο οργανισμός παρέθεσε στην οθόνη από *πού* μπορούν οι τηλεθεατές να ενημερωθούν για τους όρους και προϋποθέσεις του διαγωνισμού. Η παράβαση ωστόσο της παραγράφου Δ6 του Παραρτήματος ΙΧ των ανωτέρω κανονισμών προκύπτει από το γεγονός ότι ο περιορισμένος χρόνος των 8 δευτερολέπτων αναιρεί αυτόματα τη σαφήνεια την οποία επιβάλλει η Νομοθεσία. Ακόμη και εάν ο χρόνος των 8 δευτερολέπτων ενδέχεται σε άλλες περιπτώσεις να κρίνεται ότι είναι τεράστιος τηλεοπτικός χρόνος, στην περίπτωση της ενημέρωσης για όρους και προϋποθέσεις ενός διαγωνισμού **δεν είναι** ικανοποιητικός χρόνος. Ειδικά εάν λάβει κανείς υπόψη ότι το όλο λεκτικό και οπτικό περιεχόμενο της διαφήμισης προκαλεί παραπλάνηση για τους λόγους που έχουν ήδη εξηγηθεί πιο πάνω, ο εν λόγω

περιορισμένος χρόνος (8 δευτερόλεπτα) της ενημέρωσης αναφορικά με το από πού μπορεί ο τηλεθεατής να εντοπίσει τους σχετικούς όρους και προϋποθέσεις, δημιουργεί αυτόματα μειονέκτημα στον ενδιαφερόμενο (τηλεθεατή). Εξάλλου, όπως έχει ήδη αναφερθεί η Αρχή έλαβε σχετικό παράπονο και η θέση της εταιρείας ότι δεν υποβλήθηκαν παράπονα σε οποιαδήποτε Αρχή, δεν ευσταθεί.

Στην προκειμένη περίπτωση μετάδοσης της επίδικης διαφήμισης, θα μπορούσε η αναγραφή για τους όρους και προϋποθέσεις του διαγωνισμού να ήταν συνεχής - καθ' όλη δηλ. τη διάρκεια της διαφήμισης - και με μεγαλύτερα γράμματα. Μια τέτοια πρακτική ουδόλως θα επηρέαζε τη δομή της διαφήμισης, αλλά αντίθετα θα προσέδιδε στη σαφήνεια, δίδοντας περισσότερο χρόνο στον τηλεθεατή να αντιληφθεί πώς μπορεί να εντοπίσει τους όρους και προϋποθέσεις του διαγωνισμού.

Ενόψει των ανωτέρω, η Αρχή κρίνει και αποφασίζει ότι υπάρχουν παραβάσεις του **Κανονισμού 36(3)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000) και της **παραγράφου Δ1 και 6** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Η Αρχή έχει δώσει στον οργανισμό το δικαίωμα να ακουσθεί και μπορεί, σύμφωνα με τις πρόνοιες του **άρθρου 3(2)(ζ)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), να προχωρήσει στην επιβολή των, κατά την κρίση της, επιβαλλόμενων κυρώσεων.

Παρά ταύτα και υπό το φως των περιστάσεων της υποθέσεως, η Αρχή δίνει στον οργανισμό την ευκαιρία να ακουσθεί και μετά τη διαπίστωση των παραβάσεων για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Η Αρχή καλεί τον οργανισμό, εάν επιθυμεί, όπως υποβάλει τις απόψεις του εγγράφως και / ή προσωπικώς για σκοπούς επιβολής κυρώσεων μέσα σε δεκατέσσερις (14) μέρες από την λήψη της παρούσας. Σε περίπτωση που δεν ληφθεί απάντηση μέσα στην πιο πάνω προθεσμία, η Αρχή θα προχωρήσει στην επιβολή κυρώσεων.

(ΡΟΝΑ ΚΑΣΑΠΗ)

Πρόεδρος

Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

Χ.Π.

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 34/2023(95)

ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ «ΟΜΕΓΑ CH»
ιδιοκτησίας της εταιρείας «ΟΜΕΓΑ CHANNEL LTD»

Ημερομηνία Απόφασης: 17 Ιανουαρίου, 2024

Ενώπιον: κ.κ. Ρόνας Κασάπη, Προέδρου, Αγγελικής Λαζάρου, Αντιπροέδρου, Σέργιου Ποΐζη, Πάνου Κανελόπουλου, Τάσου Κυρμίτη, Χρύσως Τσόκκου και Γαβριήλ Ιωάννου, Μελών.

ΑΠΟΦΑΣΗ

Στις **6 Σεπτεμβρίου 2023**, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε ότι στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν παραβάσεις του **Κανονισμού 36(3)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000) και της **παραγράφου Δ. 1 και 6** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ.

Ο πιο πάνω Κανονισμός και Παράγραφος, αναφέρουν:

Κανονισμός 36(3):

Λαμβάνεται πρόνοια ώστε οι εκπομπές να μην παραπλανούν ή πανικοβάλλουν τους τηλεθεατές ή ακροατές, ιδιαίτερα με την απομίμηση του δελτίου ειδήσεων.

Παράγραφος Δ.

1. Ψευδείς ή παραπλανητικές διαφημίσεις

Καμία διαφήμιση, εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, δεν παρουσιάζει με λόγια ή οπτικά τα διαφημιζόμενα είδη ή υπηρεσίες ή τις τιμές τους, κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις.

6. Διαγωνισμοί

Σε διαφημίσεις με τις οποίες καλείται το κοινό να συμμετάσχει σε διαγωνισμούς, όταν τούτο επιτρέπεται από την κυπριακή νομοθεσία, πρέπει να αναφέρεται με σαφήνεια πώς μπορούν να προμηθευτούν τους έντυπους όρους__όσοι επιθυμούν να συμμετάσχουν, συμπεριλαμβανομένων των διευθετήσεων για την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων και απονομή των βραβείων. Οι κανονισμοί αυτών των διαγωνισμών πρέπει να έχουν την έγκριση του σταθμού που μεταδίδει τη διαφήμιση στην περίπτωση που ο σταθμός εμπλέκεται στις διαδικασίες.

Η Αρχή είχε δώσει στον οργανισμό το δικαίωμα να υποβάλει τις απόψεις του πριν τη διαπίστωση των παραβάσεων και μπορούσε, σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 3(2)(ζ) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), να προχωρήσει στην επιβολή των, κατά την κρίση της, επιβαλλομένων κυρώσεων.

Παρά ταύτα και υπό το φως των περιστάσεων της υποθέσεως, η Αρχή έδωσε στον οργανισμό την ευκαιρία να ακουστεί και μετά τη διαπίστωση των παραβάσεων για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. **24.10.2023** κάλεσε τον οργανισμό, εάν επιθυμεί, να υποβάλει τις απόψεις του γραπτώς και/ή προσωπικώς, ως επιλέξει, είτε αυτοπροσώπως και/ή μέσω αντιπροσώπου και/ή μέσω δικηγόρου της επιλογής του.

Επιπλέον, η Αρχή ενημέρωσε τον οργανισμό πως εάν επιθυμεί να υποβάλει τις απόψεις του γραπτώς, θα έπρεπε να τις υποβάλει εντός δεκατεσσάρων (14) εργάσιμων ημερών από τη λήψη της πιο πάνω επιστολής.

Σε περίπτωση που ο οργανισμός επιθυμούσε να υποβάλει τις απόψεις του προσωπικώς, κλήθηκε όπως πληροφορήσει σχετικά την Αρχή, το αργότερο εντός δεκατεσσάρων (14) εργάσιμων ημερών από τη λήψη της πιο πάνω επιστολής, ώστε να ειδοποιηθεί ανάλογα με ειδική επιστολή.

Τέλος, η Αρχή ενημέρωσε τον οργανισμό πως εάν δεν λάβει οποιαδήποτε απάντηση εντός της πιο πάνω προθεσμίας, θα προχωρήσει στην επιβολή διοικητικών κυρώσεων.

Ο οργανισμός με επιστολή της δικηγόρου του Δέσποινας Χάσικου, η οποία στάληκε στις 9.11.2023 μέσω τηλεομοιότυπου, αιτήθηκε παράταση χρόνου για υποβολή των γραπτών θέσεων του. Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. 13.11.2023, έκανε αποδεκτό το αίτημα του οργανισμού.

Ακολούθως, ο οργανισμός με επιστολή της δικηγόρου του Δέσποινας Χάσικου ημερομ. 5.12.2023 (**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'**), υπέβαλε τις απόψεις του για σκοπούς επιβολής κυρώσεων. Επιγραμματικά και μεταξύ άλλων, ο οργανισμός αναγνωρίζει τις παραβάσεις, απολογείται και αναφέρει ότι προτίθεται να λάβει μέτρα για μη επανάληψή τους. Σημειώνει επίσης ότι ορισμένα μέτρα είχαν ληφθεί έστω και εάν, όπως αναφέρει, αξιολογήθηκαν ανεπαρκή από την Αρχή, γεγονός που σύμφωνα με τον οργανισμό καταδεικνύει ότι δεν υπήρχε πρόθεση για εσκεμμένες παραβάσεις.

Η Αρχή λαμβάνει σοβαρά υπόψη τη μεταμέλεια του οργανισμού, τη δήλωσή του ότι λαμβάνει τα δέοντα μέτρα αναφορικά με την προβολή τηλεδιαγωνισμών, καθώς και τη δήλωσή του ότι έχει προβεί σε αυστηρές εσωτερικές συστάσεις για επίδειξη ιδιαίτερης προσοχής σε θέματα καταναλωτών, ως αυτά εκφράζονται σε διάφορα σημεία της

ανωτέρω επιστολής του (βλ. παρ. 2, 3, 9, 10 και 16). Περαιτέρω, η Αρχή δεν διαφωνεί με τη θέση του οργανισμού, όπως εκφράζεται στην παρ. 4 ότι είχαν «ληφθεί κάποια μέτρα εκ μέρους του κατά την προβολή του τηλεδιαγωνισμού», ως και με τη θέση του ότι «υπήρχε μερική προσπάθεια συμμόρφωσης», όπως εκφράζεται στην παρ. 8. Ως εκ τούτου, η Αρχή αποδέχεται τη θέση του οργανισμού «...ότι εμφανίζεται η πρόθεσή του να μην παραβεί εσκεμμένα τις σχετικές διατάξεις του Νόμου και της σχετικής Κ.Δ.Π. ...», ως αυτή εκφράζεται στην παρ. 4 της επιστολής του.

Επιπλέον, η Αρχή αναγνωρίζει και λαμβάνει υπόψη, όπως και ο ίδιος ο οργανισμός αναφέρει στην παρ. 5 της επιστολής του, ότι «πρώτη φορά αντιμετωπίζει τις παρούσες παραβάσεις». Επί τούτου, η Αρχή επιθυμεί να πληροφορήσει τον οργανισμό ότι κατά τη διαδικασία της επιβολής κυρώσεων, πάντοτε λαμβάνει υπόψη της και προηγούμενα δεδομένα/στοιχεία, αναφορικά με ίδιας φύσεως παραβάσεις, όπως διαπράχθηκαν από τον οργανισμό. Τα εν λόγω στοιχεία (σε συνάρτηση πάντα με τη βαρύτητα, τη σοβαρότητα και/ή τη φύση των παραβάσεων), τα οποία έχει ενώπιον της η Αρχή, λαμβάνονται σοβαρά υπόψη πριν από τη επιβολή των οποιωνδήποτε κυρώσεων. Στην προκειμένη περίπτωση, πράγματι διαπιστώθηκε ότι ο οργανισμός δεν είχε προβεί σε παρόμοιες παραβάσεις στο παρελθόν.

Ο οργανισμός στην παρ. 6 της επιστολής του αναφέρει:

Άνευ βλάβης των ανωτέρω ο σταθμός θέτει ότι το σύνολο των παραπόνων για τις υπό κρίση παραβάσεις προερχόμενα από 1 και μόνο παράπονο τηλεθεατή, δεδομένης της ελεύθερης μετάδοσης του περιεχομένου του σταθμού σε όλη την επικράτεια της Κύπρου, ακόμη και αν κριθεί ως αντιπροσωπευτικό κριτήριο του μέσου τηλεθεατή-καταναλωτή με το οποίο ευσεβάστως διαφωνούμε (καθότι δεν θα ήταν εύλογη η κατάληξη ότι ο μέσος τηλεθεατής θα κατέληγε στο συμπέρασμα ότι με έκαστο τηλεφώνημα για συμμετοχή θα κέρδιζε αυτομάτως βραβείο¹), δεικνύει εκ πρώτης όψεως ότι δεν υφίσταται σημαντική βλάβη στο καταναλωτικό κοινό που έλαβε γνώση του εν λόγω διαγωνισμού.

Σε ό,τι αφορά στα ανωτέρω, η Αρχή αναφέρει ότι οι πιο πάνω ισχυρισμοί είναι υποθετικοί, εφόσον δεν υπάρχουν και/ή έχουν κατατεθεί από τον οργανισμό οι

οποιοσδήποτε αποδείξεις περί τούτου. Εν πάση περιπτώσει, η Αρχή ξεκαθαρίζει στον οργανισμό ότι στην παρούσα υπόθεση δεν κρίνει και αποφασίζει βάσει του τελικού αποτελέσματος, δηλαδή του εάν έχει προκληθεί ή όχι σημαντική βλάβη, αλλά κρίνει και αποφασίζει βάσει του πιθανού / ενδεχόμενου κινδύνου που υπάρχει / δημιουργείται, εξαιτίας των παραβάσεων, τις οποίες ο οργανισμός δεν αμφισβητεί και έχει ήδη παραδεχτεί, ως ανωτέρω αλλά και στην παρ. 7 της επιστολής του, όπου παραδέχεται ότι «...αποσπασματικά εντοπίζονται μεμονωμένα λεκτικά στιγμιότυπα στον προβαλλόμενο διαγωνισμό τα οποία ενδεχομένως να παραπλανούν...».

Σε ό,τι αφορά στη θέση του οργανισμού, όπως αυτή εκφράζεται στην παρ. 7 της επιστολής του, ότι «...η αναφορά στους όρους της ιστοσελίδας, ακόμη και εάν δεν ήταν ευδιάκριτη, δεν αφήνει ενδεχόμενο παρερμηνείας ως προς το γενικό χαρακτήρα του προβαλλόμενου διαγωνισμού...», η Αρχή επαναλαμβάνει ως και στην παρ. 1, σελ 8 της ταυτάριθμης απόφασής της ημερομ. 6.9.2023, ότι:

«Είναι γεγονός ότι η διαφήμιση παραπέμπει σε ιστοσελίδα, στην οποία ο τηλεθεατής μπορεί να ανατρέξει και να ενημερωθεί με λεπτομέρεια για τους όρους του διαγωνισμού. Ωστόσο το γεγονός ότι η πληροφόρηση αναφορικά με τους όρους του διαγωνισμού είναι πολύ σύντομη και καθόλου ευδιάκριτη (πολύ μικρά γράμματα), σε σχέση με τα υπόλοιπα στοιχεία της διαφήμισης, δεν είναι δηλ. σαφής όπως ορίζεται στην παρ. Δ.6 του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας) των ανωτέρω Κανονισμών, ενισχύει περαιτέρω την πιθανότητα παραπλάνησης ή/και δημιουργία λανθασμένων εντυπώσεων.».

Στην παρ. 9 της επιστολής του, ο οργανισμός αναφέρει, μεταξύ άλλων, τα εξής:

Θεμάτων καταναλωτών. Εν τούτοις δεν δύναται να παραγνωρίσει ότι σε σχέση με το εύρημα της Αρχής για την μικρή-σύνομη διάρκεια σήμανσης του τόπου από τον οποίο θα πληροφορείτο το κοινό για τους όρους και προϋποθέσεις συμμετοχής ως παράλειψη επαρκούς προβολής τους και συνεπώς ως παράγοντα ασάφειας της προβαλλόμενης διαφήμισης, το ζήτημα της περιόδου προβολής δεν έχει ρυθμιστεί από την Αρχή, και ο σταθμός στην απουσία σαφούς ένδειξης - ρύθμισης, δεν δύναται να αντιληφθεί την αξιολόγηση του πως ο τηλεοπτικός χρόνος των 8 δευτερολέπτων ενώ σε άλλες περιπτώσεις κρίνεται ως τεράστιος τηλεοπτικός χρόνος, στην παρούσα υπόθεση δεν έχει προσμετρηθεί ως επαρκής χρόνος προβολής όσο αφορά την ένδειξη των όρων και προϋποθέσεων συμμετοχής, δεδομένου του περιορισμένου τηλεοπτικού χρόνου που υπέχει έκαστη διαφήμιση προς αποφυγή μελλοντικών παραβάσεων. Ούτε στο Νόμο ούτε στην σχετική εσωτερική εναρμονιστική Ευ. Οδηγία δεν αναγνωρίζεται πρόνοια από την οποία να προκύπτει ρητά τοιαύτη εξουσία ρύθμισης, ήτοι χρονικοί περιορισμοί για την σαφήνεια (ελάχιστου χρονικού ορίου των όρων συμμετοχής) για την αξιολόγηση του τηλεδιαγωνισμού ως μη παραπλανητικού.²

Η Αρχή πληροφορεί τον οργανισμό, ότι θέματα που άπτονται της μετάδοσης τηλεδιαγωνισμών από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς είχαν συζητηθεί εις βάθος σε διαδοχικές συναντήσεις που πραγματοποιήθηκαν κατόπιν πρωτοβουλίας της Αρχής, κατά τις ημερομ. 19.2.2015 και 18.3.2015, στα γραφεία της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης. Στις υπό αναφορά συναντήσεις, είχαν λάβει μέρος ορισμένοι τηλεοπτικοί οργανισμοί, αλλά και ο κ. Αντώνης Ινιάτης, εκ μέρους της εταιρείας Golden Telemedia. Κατά τις συναντήσεις, είχαν συζητηθεί διεξοδικά και σε κλίμα συνεργασίας αρκετά ζητήματα, όπως το θέμα του μεγέθους των γραμμάτων της πληροφόρησης αναφορικά με τηλεδιαγωνισμούς, αλλά και το θέμα του χρόνου κατά τον οποίο η σχετική πληροφόρηση παραμένει στην οθόνη, ενώ δόθηκαν και εισηγήσεις από την Αρχή, μεταξύ άλλων και αναφορικά με το θέμα του χρόνου της παραμονής των σχετικών πληροφοριών στην οθόνη.

Εν πάση περιπτώσει, δεν απαιτείται να υπάρχει ειδική πρόνοια στον πιο πάνω Νόμο ή στην σχετική Ευρωπαϊκή Οδηγία αναφορικά με την προβολή του ελάχιστου χρονικού ορίου των όρων συμμετοχής, προκειμένου να μπορεί η Αρχή να διαπιστώσει κατά πόσο ο χρόνος αυτός δεν είναι ικανοποιητικός. Το ζητούμενο είναι να διασφαλίζεται ότι δίνεται πραγματική και εφικτή δυνατότητα σαφούς ενημέρωσης προς τον τηλεθεατή. Επαναλαμβάνεται λοιπόν, ως και στην ταυτάριθμη απόφαση μας ημερομ. 6.9.2023, σελ. 12, παρ. 2 ότι: «...θα μπορούσε η αναγραφή για τους όρους και προϋποθέσεις του διαγωνισμού να ήταν συνεχής - καθ' όλη δηλ. τη διάρκεια της διαφήμισης - και με μεγαλύτερα γράμματα. Μια τέτοια πρακτική ουδόλως θα επηρέαζε τη δομή της διαφήμισης, αλλά αντίθετα θα προσέδιδε στη σαφήνεια, δίδοντας περισσότερο χρόνο στον τηλεθεατή να αντιληφθεί πώς μπορεί να εντοπίσει τους όρους και προϋποθέσεις του διαγωνισμού.».

Ως εκ τούτου, η Αρχή απορρίπτει τα πιο πάνω και ειδικά τον ισχυρισμό του οργανισμού ότι «...ο σταθμός στην απουσία σαφούς ένδειξης -ρύθμισης, δεν δύναται να αντιληφθεί την αξιολόγηση του πώς ο τηλεοπτικός χρόνος των 8 δευτερολέπτων, ενώ σε άλλες περιπτώσεις κρίνεται ως τεράστιος τηλεοπτικός χρόνος, στην παρούσα υπόθεση δεν έχει προσμετρηθεί ως επαρκής χρόνος προβολής όσο αφορά στην ένδειξη των όρων και προϋποθέσεων συμμετοχής, δεδομένου του περιορισμένου τηλεοπτικού χρόνου που υπέχει έκαστη διαφήμιση...».

Σε ό,τι αφορά στις θέσεις του οργανισμού όπως αυτές εκφράζονται στις παρ. 11 – 12 της επιστολής του, όπου θίγεται η αρχή της αναλογικότητας, η Αρχή επισημαίνει ότι σε όλες τις ενώπιόν της υποθέσεις ακολουθεί πιστά τις αρχές που επιβάλλει η φύση της ως διοικητικό όργανο και οι οποίες προβλέπονται στον περί των Γενικών Αρχών του Διοικητικού Δικαίου Νόμο 158(Ι)/99.

Αναφορικά με στις θέσεις του οργανισμού όπως αυτές εκφράζονται στις παρ. 13 – 14 της επιστολής του, αναφορικά με την ομοιότητα συστατικών στοιχείων και γεγονότων,

σημειώνεται ότι εάν η Αρχή διαπιστώσει ομοιότητα γεγονότων και συστατικών στοιχείων των διαπιστωθείσων παραβάσεων, τότε είναι ιδιαίτερα προσεκτική κατά την επιβολή κυρώσεων, ώστε να μην τίθεται θέμα πολλαπλότητας.

Αναφορικά με την υποβολή ανάγκης του οργανισμού, όπως «οιαδήποτε επιβληθείσα ποινή να μην αποτελεί αποτρεπτική στην αρχή της ελεύθερης προβολής τηλεοπτικών διαφημίσεων» ως πηγή εσόδων, όπως εκφράζεται στην παρ. 16 της επιστολής του, σημειώνεται πως η Αρχή, πριν τη λήψη οποιασδήποτε απόφασης, σταθμίζει τα συμφέροντα που διακυβεύονται σε κάθε περίπτωση, ήτοι το δικαίωμα του τηλεοπτικού οργανισμού στην μεταξύ άλλων, προβολή τηλεοπτικών διαφημίσεων από τη μία, αλλά και τα συμφέροντα των τηλεθεατών, από την άλλη, σε συνάρτηση με τον πιο πάνω Νόμο και Κανονισμούς.

Ενόψει των ανωτέρω η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, αφού έλαβε υπόψη της όλα τα ενόπιόν της στοιχεία, ως επίσης **τη φύση, τη βαρύτητα, τη διάρκεια και τη σοβαρότητα των παραβάσεων**, αποφασίζει όπως επιβάλει στον οργανισμό κυρώσεις για τις παραβάσεις που έγιναν στις 11.5.2023, ως ακολούθως:

- Για την παράβαση της **παραγράφου Δ. 1 (υποστοιχείο 2)** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), **την κύρωση της Προειδοποίησης.**
- Για την παράβαση του **κανονισμού 36(3) (υποστοιχείο 1)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), δεν επιβάλλεται κύρωση λόγω ομοιότητας γεγονότων και συστατικών στοιχείων με το υποστοιχείο 2.
- Για την παράβαση της **παραγράφου Δ. 6 (υποστοιχείο 3)** του Παραρτήματος ΙΧ (Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας), των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του

2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), δεν επιβάλλεται κύρωση λόγω ομοιότητας γεγονότων και συστατικών στοιχείων με το υποστοιχείο 2.

Η Αρχή καλεί τον οργανισμό να είναι πιο προσεκτικός στο μέλλον, καθώς σε περίπτωση που υποπέσει σε παρόμοιας φύσεως παραβάσεις, δεν θα επιδείξει την ίδια επιείκεια.

(ΡΟΝΑ ΚΑΣΑΠΗ)
Πρόεδρος
Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου.