

## ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 109/2007(3))

### ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΤΑΘΜΟ «ΣΙΓΜΑ»

Ημερομηνία Απόφασης: 23 Σεπτεμβρίου, 2009

Ενώπιον: κ.κ. Νίκου Παπαϊωάννου, Προέδρου, Ανδρέα Ιωάννου, Αντιπροέδρου, Αντρου Μιχαηλίδη, Μαίρης Κουτσελίνη, Μαρίας Δωρίτη, Ανδρέα Κωνσταντινίδη και Αλεξ Ευθυβούλου, Μελών.

### ΑΠΟΦΑΣΗ

Στην παρούσα υπόθεση η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξετάζει αυτεπάγγελτα τις από μέρους του σταθμού πιθανές παραβάσεις των άρθρων **33(3)(ε)** και **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) και της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφήμισεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Τα πιο πάνω άρθρα αναφέρουν:

**33(3)(ε)** *Η διαφήμιση και η τηλεμπορία δεν πρέπει να ενθαρρύνουν τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιας για την υγεία ή την ασφάλεια.*

**33(6)** Η διαφήμιση και η τηλεμπορία αλκοολούχων ποτών πρέπει να πληρούν τους ακόλουθους όρους:

**(β)** Να μη συσχετίζουν την κατανάλωση αλκοολούχων ποτών με βελτιωμένες σωματικές επιδόσεις ή με την οδήγηση οχήματος.

Η πιο πάνω παράγραφος αναφέρει:

**ΣΤ2(α)** Οινοπνευματώδη ποτά που περιέχουν 1,2% αλκοόλ ή περισσότερο ανά μονάδα όγκου δεν πρέπει να διαφημίζονται σε διαλείμματα ενδιάμεσα, πριν ή μετά από προγράμματα που απευθύνονται σε άτομα κάτω των 18 χρόνων.

Κατόπιν σχετικής απόφασης, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου με επιστολή της ημερομ. **12.10.2007** έθεσε ενώπιον του σταθμού τις διερευνώμενες παραβάσεις για οποιοσδήποτε εξηγήσεις ή / και παραστάσεις και κάλεσε τους εκπροσώπους του σταθμού να δηλώσουν κατά πόσο επιθυμούν να παρευρεθούν κατά την εξέταση της υπόθεσης.

Στην προαναφερθείσα επιστολή τονίστηκε επίσης ότι σε περίπτωση που δε ληφθεί οποιαδήποτε απάντηση μέσα στην καθορισμένη προθεσμία, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου θα είναι υποχρεωμένη να προχωρήσει στη λήψη απόφασης χωρίς την απάντηση του σταθμού.

Οι διερευνώμενες παραβάσεις οι οποίες τέθηκαν ενώπιον του σταθμού εκτίθενται στα πιο κάτω υποστοιχεία:

1. Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **22:15 – 22:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την υγεία ή την ασφάλεια, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

**Συγκεκριμένα, στην εν λόγω διαφήμιση προβάλλεται σκηνή στην οποία συνδυάζεται η οδήγηση και το αλκοόλ. Ειδικότερα παρουσιάζεται μία παρέα 4 ατόμων τα οποία βρίσκονται σε ένα ανοικτό αυτοκίνητο, γελούν, τραγουδούν,**

ακούν μουσική και κρατούν μπουκάλια της μύρας ΚΕΟ. Σε κάποια στιγμή μία κοπέλα προσφέρει ένα μπουκάλι στον οδηγό και τον συνοδηγό αλλά αυτοί αρνούνται να τα πάρουν. Στη συνέχεια το αυτοκίνητο χάνεται πίσω από μία στροφή και όταν εμφανίζεται βρίσκεται πάνω σε ένα ρυμουλκό με τα άτομα που επιβαίνουν σε αυτό να διασκεδάζουν και να πίνουν μύρα ακούγοντας το γνωστό τραγούδι «Χέρια Ψηλά». Στο κάτω μέρος της οθόνης αναγράφεται «χέρια ψηλά από το τιμόνι αν θα πιείτε».

2. Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **22:15 – 22:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

3. Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **22:15 – 22:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από **1,2% αλκοόλ (4,5% όπως αναγράφεται στη συσκευασία του προϊόντος)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

4. Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **23:50 – 23:59**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την υγεία ή την ασφάλεια, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

5. Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **23:50 – 23:59**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος**, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

6. Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **23:50 – 23:59**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από 1,2% αλκοόλ (4,5% όπως αναγράφεται στη συσκευασία του προϊόντος)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

7. Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **17:15 – 17:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την ασφάλεια**, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

8. Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **17:15 – 17:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος**, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

9. Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **17:15 – 17:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος πριν την έναρξη της σειράς «**Προδομένες Καρδιές**» που έφερε σήμανση (**K**), ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από 1,2% αλκοόλ (4,5%)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

10. Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **20:50 – 21:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την ασφάλεια**, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

11. Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **20:50 – 21:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος**, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

12. Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **20:50 – 21:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος του κεντρικού δελτίου ειδήσεων, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ, **η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από 1,2% αλκοόλ (4,5%)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

Ο δικηγόρος του σταθμού κ. Τσάρκατζης σε επιστολή του ημερ. **16/10/2007** ανέφερε τα εξής (**Παράρτημα Γ**):

*«Με την παρούσα σας πληροφορούμε ότι επιθυμούμε να παρευρεθούμε κατά την εξέταση της ως άνω υπόθεσης εκ μέρους των πελατών μας SIGMA RADIO TV PUBLIC LTD, οπότε και θα παραθέσουμε τις θέσεις των πελατών μας.»*

Σημειώνεται ότι στην Αρχή κοινοποιήθηκε στις **7/11/2007**, επιστολή από το δικηγορικό γραφείο Χρύση Δημητριάδη και Σια προς όλους τους τηλεοπτικούς σταθμούς παγκύπριας εμβέλειας, το οποίο αντιπροσωπεύει την ΚΕΟ Δημόσια Εταιρεία Λτδ και στην οποία αναφέρονται τα εξής:

*«Έχουμε οδηγίες από τους πελάτες μας ΚΕΟ Δημόσια Εταιρεία Λτδ να αναφερθούμε στην υπό εξέταση υπόθεση σχετικά με την τηλεοπτική διαφήμιση για την μπίρα ΚΕΟ με τίτλο «Χέρια Ψηλά», και να σας πληροφορήσουμε τα ακόλουθα:*

*Η ΚΕΟ, σαν δημόσια εταιρεία, λειτουργεί πέραν από κερδοσκοπική εταιρεία και σαν ένας από τους σημαντικότερους οργανισμούς στον τομέα της παραγωγής και της διανομής ποτών, είναι από τους μεγαλύτερους βιομηχανικούς και εμπορικούς εργοδότες στην Κύπρο. Ως εκ τούτου αισθάνεται την κοινωνική της ευθύνη και θεωρεί ότι είναι χρέος της να συμβάλλει με κάθε τρόπο στην σωστή ενημέρωση και διαπαιδαγώγηση ιδιαίτερα σε θέματα ασφάλειας και προστασίας του κοινού.*

*Μέσα σ' αυτά τα πλαίσια, και δεδομένης της ετήσιας επικοινωνιακής της πολιτικής, η εταιρεία επέλεξε για την διαφημιστική εκστρατεία της μπίρας ΚΕΟ, για το καλοκαίρι του 2007, να προχωρήσει στην δημιουργία τηλεοπτικού σπότ που να επιτελεί κοινωνικό έργο, και πιο συγκεκριμένα να ενώσει τη φωνή της με τις προσπάθειες της πολιτείας για την ασφαλή οδήγηση, ειδικότερα των νέων.*

*Το σενάριο που δημιούργησε για λογαριασμό της η εταιρεία DDB Cyprus, προβάλλει ξεκάθαρα την αποφυγή κατανάλωσης αλκοόλ σε σχέση με την οδήγηση. Στην*

συγκεκριμένη διαφήμιση, η κατανάλωση μύρας συμβαίνει όταν κανένας από τους επιβαίνοντες του οχήματος δεν οδηγεί, δηλαδή μόνο όταν το όχημα βρίσκεται πάνω σε πλατφόρμα / ρυμουλκό. Το οπτικό αυτό μήνυμα ενισχύεται με την γραπτή προειδοποίηση στην οθόνη: **“ΧΕΡΙΑ ΨΗΛΑ ΑΠΟ ΤΟ ΤΙΜΟΝΙ ΑΝ ΘΑ ΠΙΕΙΤΕ”** και με το τραγούδι «Χέρια Ψηλά» του Μιχάλη Χατζηγιάννη.

Πιστεύουμε ακράδαντα ότι αυτή η διαφημιστική εκστρατεία έχει αδιαμφισβήτητα στείλει ένα μήνυμα ζωής, καθαρό χωρίς υπονοούμενα, και δεν αφήνει κανένα περιθώριο παρεξήγησης, αντίθετα με τους ισχυρισμούς της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης. Η συγκεκριμένη διαφήμιση έτυχε θερμής αποδοχής τόσο από την κοινωνία στο σύνολο της και αυτό είναι εμφανές και από τα σχετικά άρθρα που δημοσιεύτηκαν στον ημερήσιο τύπο αλλά και τις φιλοξενίες / αφιερώματα που έγιναν σχετικά με το μήνυμα της διαφήμισης από το κύρια δελτία ειδήσεων όλων των καναλιών παγκύπριας εμβέλειας. Εσωκλείουμε σχετικό DVD με αποσπάσματα από τα κύρια δελτία ειδήσεων καθώς και σχετικά άρθρα από τον σχετικό ημερήσιο τύπο.

Είμαστε στη διάθεση σας να παραστούμε ενώπιον της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης και/ή να βοηθήσουμε με οποιοδήποτε άλλο τρόπο κρίνετε σκόπιμο σχετικά με οποιαδήποτε σχετική διαδικασία δυνατό να ακολουθήσει η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης πάνω στο θέμα αυτό.»

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. **26/8/2009** κάλεσε τους εκπροσώπους του σταθμού όπως εμφανιστούν στη συνεδρία της ημερ. 7/9/2009 για την ακρόαση των καταγγελιών που διατυπώθηκαν εναντίον του σταθμού.

Ο δικηγόρος του σταθμού κ. Τσάρκατζις σε επιστολή του ημερ. **2/9/2009** ανέφερε τα εξής:

«Καθότι δεν θα μπορούσαμε να παρευρεθούμε ενώπιον σας, αποστέλλουμε γραπτώς τις θέσεις των πελατών μας.

Ως προς την 1<sup>η</sup>, 2<sup>η</sup>, 4<sup>η</sup>, 5<sup>η</sup>, 7<sup>η</sup>, 8<sup>η</sup>, 10<sup>η</sup> και 11<sup>η</sup> κατηγορία που αντιμετωπίζουν οι πελάτες μου παρακαλώ σημειώστε τα πιο κάτω:

*Η διαφήμιση σε ουδεμία περίπτωση ενθαρρύνει τρόπους επιζήμιας συμπεριφοράς και/ή συσχετίζει την κατανάλωση ποτού με την οδήγηση αλλά το μήνυμα της διαφήμισης είναι εντελώς το αντίθετο. Χαρακτηριστικότερη είναι η σκηνή κατά την οποία ο οδηγός και ο συνοδηγός αρνούνται να πάρουν το μπουκάλι μύρας που τους προσφέρεται. Χαρακτηριστικότερη επίσης είναι η φράση που αναγράφεται στο τέλος της διαφήμισης «χέρια ψηλά από το τιμόνι αν θα πιείτε». Συνεπώς, το μήνυμα που θέλει να μεταδώσει η διαφήμιση είναι ακριβώς το αντίθετο από αυτό για το οποίο κατηγορείται ο σταθμός. Η διαφήμιση σε ουδεμία περίπτωση συσχετίζει την κατανάλωση ποτού με την οδήγηση καθότι σε ουδεμία σκηνή παρουσιάζεται ο οδηγός ή ο συνοδηγός να καταναλώνουν μύρες κατά την οδήγηση.*

*Ως προς τις κατηγορίες 3, 6 και 9 που αντιμετωπίζουν οι πελάτες μου σημειώστε τα πιο κάτω:*

*Είναι ισχυρισμός μας ότι ο κανονισμός ΣΤ2(α) είναι ultra vires του Ν.7(Ι)/98 καθότι ο νόμος ο ίδιος καταρχήν επιτρέπει την διαφήμιση αλκοολούχων ποτών σε οποιαδήποτε ώρα. Το άρθρο 33(6) του Ν.7(Ι)/98 απλώς θέτει κάποιους όρους οι οποίοι πρέπει να πληρούνται κατά την μετάδοση τέτοιων διαφημίσεων. Οι όροι αυτοί έχουν να κάνουν με το περιεχόμενο τη διαφήμισης και όχι με το πότε μπορούν να μεταδίδονται. Ο κανονισμός ΣΤ2(α) με το να απαγορεύει την μετάδοση διαφήμιση αλκοολούχων ποτών πριν ή μετά από προγράμματα που απευθύνονται σε άτομα κάτω των 18 χρόνων έρχεται σε σύγκρουση με τον Ν.7(Ι)/98. Ο περιορισμός που θέτει ο κανονισμός ως προς τον χρόνο διαφήμισης ισοδυναμεί με απαγόρευση μετάδοσης διαφήμισης αλκοολούχων ποτών αφού ως επί το πλείστον τα προγράμματα που μεταδίδονται από τους σταθμούς απευθύνονται σε άτομα διαφόρων ηλικιών (συμπεριλαμβανομένων και σε άτομα κάτω των 18 χρόνων) και/ή είναι κατάλληλα και για άτομα κάτω των 18 ετών.*

*Ενόψει των ανωτέρω, ευσεβάστως υποβάλλω ότι οι κατηγορίες που αντιμετωπίζουν οι πελάτες μου πρέπει να αποσυρθούν ως νομικά και πραγματικά αβάσιμες. »*

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. **3/9/2009** ενημέρωσε το σταθμό ότι η εξέταση της εν λόγω υπόθεσης που ήταν ορισμένη στις 7/9/2009 αναβλήθηκε και ορίστηκε εκ νέου στις 21/9/2009.



Η εξέταση της εν λόγω υπόθεσης που ήταν προγραμματισμένη στις 21/9/2009 αναβλήθηκε λόγω απουσίας του Μέλους της Αρχής κ. Μαρίας Δωρίτη λόγω ασθένειας και πραγματοποιήθηκε στην επόμενη συνεδρία της Αρχής ήτοι στις 23/9/2009.

Έχουμε μελετήσει με μεγάλη προσοχή όλα τα ενώπιον μας στοιχεία και περιστατικά συμπεριλαμβανομένων των γραπτών απόψεων του σταθμού και κατόπιν παρακολούθησης των βιντεοκασετών με την εν λόγω διαφήμιση κρίνουμε ότι:

Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **22:15 – 22:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπύρας ΚΕΟ, **η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την υγεία ή την ασφάλεια**, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 1)**

Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **22:15 – 22:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπύρας ΚΕΟ, **η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος**, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 2)**

Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **22:15 – 22:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπύρας ΚΕΟ, **η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από 1,2% αλκοόλ (4,5% όπως αναγράφεται στη συσκευασία του προϊόντος)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000). **(Υποστοιχείο 3)**

Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **23:50 – 23:59**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπύρας ΚΕΟ, **η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την υγεία ή την ασφάλεια**, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 4)**

Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **23:50 – 23:59**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος**, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 5)**

Στις **20.6.2007**, μεταξύ των ωρών **23:50 – 23:59**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από 1,2% αλκοόλ (4,5% όπως αναγράφεται στη συσκευασία του προϊόντος)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000). **(Υποστοιχείο 6)**

Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **17:15 – 17:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την ασφάλεια**, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 7)**

Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **17:15 – 17:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος**, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 8)**

Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **17:15 – 17:25**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος πριν την έναρξη της σειράς «**Προδομένες Καρδιές**» που έφερε σήμανση **(Κ)**, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από 1,2% αλκοόλ (4,5%)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000). **(Υποστοιχείο 9)**

Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **20:50 – 21:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία ενθαρρύνει τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιους για την ασφάλεια**, κατά παράβαση του άρθρου **33(3)(ε)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 10)**

Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **20:50 – 21:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία συσχετίζει την κατανάλωση αλκοολούχου ποτού με την οδήγηση οχήματος**, κατά παράβαση του άρθρου **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα). **(Υποστοιχείο 11)**

Στις **21.6.2007**, μεταξύ των ωρών **20:50 – 21:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος του κεντρικού δελτίου ειδήσεων, ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της μπίρας ΚΕΟ, **η οποία έχει περιεκτικότητα πάνω από 1,2% αλκοόλ (4,5%)**, κατά παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000). **(Υποστοιχείο 12)**

Αναφορικά με την θέση του δικηγόρου του σταθμού ότι *η διαφήμιση σε ουδεμία περίπτωση ενθαρρύνει τρόπους επιζήμιους στη συμπεριφορά και/η συσχετίζει την κατανάλωση ποτού με την οδήγηση αλλά το μήνυμα της διαφήμισης είναι εντελώς αντίθετο*, η Αρχή δεν αμφισβητεί την καλή πρόθεση των δημιουργών της διαφήμισης και του σταθμού, όμως θεωρεί ότι ο τρόπος που παρουσιάζεται το εν λόγω προϊόν μπορεί να επιφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα. Συγκεκριμένα παρουσιάζεται μια παρέα νεαρών να βρίσκονται σε ένα αυτοκίνητο και να διασκεδάζουν, να πίνουν και να τραγουδούν. Ήδη από την πρώτη σκηνή της διαφήμισης η Αρχή θεωρεί ότι γίνεται παρακίνηση για χρήση αλκοολούχων ποτών σε συνδυασμό με την οδήγηση, αφού το όλο ευχάριστο περιβάλλον που υπάρχει μέσα στο αυτοκίνητο συνδυάζεται και με την κατανάλωση αλκοόλ. Επίσης παρόλο που ο οδηγός δεν πίνει, αυτός παρενοχλείται και παρακινείται από την κοπέλα που βρίσκεται το αυτοκίνητο να καταναλώσει αλκοόλ. Η Αρχή σημειώνει ότι παρά το γεγονός ότι το όλο σκεπτικό της διαφήμισης είναι η πρόληψη των τροχαίων ατυχημάτων και η αποτροπή του συνδυασμού της

κατανάλωσης αλκοόλ και οδήγησης, εντούτοις η διαφήμιση με τον τρόπο που παρουσιάζεται αναπόφευκτα συσχετίζει την κατανάλωση αλκοόλ με την οδήγηση οχήματος.

Επιπλέον η Αρχή επισημαίνει ότι οι εκπομπές κατά την διάρκεια των οποίων προβλήθηκε η εν λόγω διαφήμιση ήταν εκπομπές οι οποίες αν και μερικές από αυτές προβλήθηκαν εκτός οικογενειακής ζώνης, έφεραν σήμανση κάτω των 18 κατά παράβαση της παραγράφου ΣΤ2(α) όπου αναφέρει ότι *Οινοπνευματώδη ποτά που περιέχουν 1,2% αλκοόλ ή περισσότερο ανά μονάδα όγκου δεν πρέπει να διαφημίζονται σε διαλείμματα ενδιάμεσα, πριν ή μετά από προγράμματα που απευθύνονται σε άτομα κάτω των 18 χρόνων.* Συγκεκριμένα οι εκπομπές κατά τη διάρκεια των οποίων προβλήθηκε η διαφήμιση της μύρας ΚΕΟ έφεραν τις εξής σημάνσεις:

20/6/2007 – Βεντέτα – Σήμανση (Κ)

20/6/2007 – Μόνο Εσύ – Σήμανση (Κ)

21/6/2007 – Προδομένες Καρδιές (Κ)

21/6/2007 – Κεντρικό δελτίο ειδήσεων

Τέλος και αναφορικά με τον ισχυρισμό ότι ο κανονισμός ΣΤ2(α) είναι ultra vires του Ν.7(1)98, η Αρχή δεν συμφωνεί ότι υφίσταται οποιαδήποτε σύγκρουση του πιο πάνω κανονισμού με τον εξουσιοδοτούντα Νόμο. Εν πάσει περιπτώσει, παρόλο που η Αρχή ως διοικητικό όργανο, δεν έχει αρμοδιότητα να κρίνει και αποφασίζει κατά πόσο οι κανονιστικές διατάξεις είναι ultra vires, έχει την υποχρέωση να εφαρμόζει τους Κανονισμούς μέχρι αυτοί τροποποιηθούν ή κηρυχθούν ultra vires από το Δικαστήριο.

Ενόψει των ανωτέρω, η Αρχή κρίνει και αποφασίζει ότι υπάρχουν παραβάσεις των άρθρων **33(3)(ε)(υποστοιχεία 1, 4, 7, 10), 33(6)(β) (υποστοιχεία 2, 5, 8, 11)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (Ι) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) και της παραγράφου **ΣΤ2(α)(υποστοιχεία 3, 6, 9, 12)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Η Αρχή, σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 3(2)(ζ), έχει δώσει στο σταθμό το δικαίωμα να ακουσθεί και μπορεί να προχωρήσει στην επιβολή των, κατά την κρίση της επιβαλλόμενων κυρώσεων.

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

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



(N. ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ)

Πρόεδρος

Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

## ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 109/2007(3))

### ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΤΑΘΜΟ «ΣΙΓΜΑ»

Ημερομηνία Απόφασης: 10 Μαρτίου, 2010

Ενώπιον: κ. Νίκου Παπαιωάννου, Προέδρου, κ. Ανδρέα Ιωάννου, Αντιπροέδρου, κ. Αντρου Μιχαηλίδη, κ. Μαίρης Κουτσελίνη, κ. Μαρίας Δωρίτη, κ. Ανδρέα Κωνσταντινίδη και κ. Άλεξ Ευθυβούλου, Μελών.

### ΑΠΟΦΑΣΗ

Στις **23 Σεπτεμβρίου 2009**, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε ότι στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν παραβάσεις των άρθρων **33(3)(ε)** και **33(6)(β)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) και της παραγράφου **ΣΤ2(α)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Τα πιο πάνω άρθρα αναφέρουν:

**33(3)(ε)** *Η διαφήμιση και η τηλεμπορία δεν πρέπει να ενθαρρύνουν τρόπους συμπεριφοράς επιζήμιας για την υγεία ή την ασφάλεια.*

**33(6)** Η διαφήμιση και η τηλεμπορία αλκοολούχων ποτών πρέπει να πληρούν τους ακόλουθους όρους:

**(β)** Να μη συσχετίζουν την κατανάλωση αλκοολούχων ποτών με βελτιωμένες σωματικές επιδόσεις ή με την οδήγηση οχήματος.

Η πιο πάνω παράγραφος αναφέρει:

**ΣΤ2(α)** Οινοπνευματώδη ποτά που περιέχουν 1,2% αλκοόλ ή περισσότερο ανά μονάδα όγκου δεν πρέπει να διαφημίζονται σε διαλείμματα ενδιάμεσα, πριν ή μετά από προγράμματα που απευθύνονται σε άτομα κάτω των 18 χρόνων.

Η Αρχή, σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 3(2)(ζ), είχε δώσει στο σταθμό το δικαίωμα να ακουσθεί και μπορούσε να προχωρήσει στην επιβολή των, κατά την κρίση της, επιβαλλόμενων κυρώσεων.

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

Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. **10.2.2010** κάλεσε το σταθμό, εάν επιθυμεί, όπως υποβάλει τις εισηγήσεις και απόψεις του εγγράφως για σκοπούς επιβολής κυρώσεων μέσα σε δεκατέσσερις (14) μέρες από τη λήψη της επιστολής. Τονίστηκε επίσης ότι σε περίπτωση που δεν ληφθεί οποιαδήποτε απάντηση μέσα στην πιο πάνω προθεσμία, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου θα προχωρήσει στην επιβολή κυρώσεων.

Ο δικηγόρος του σταθμού κος Ανδρέας Παρασκευά, με επιστολή του ημερομηνίας **16.2.2010** αναφέρει τα εξής:

*«Ενεργώντας εκ μέρους των πελατών μας SIGMA RADIO TV LTD παρακαλώ όπως λάβετε υπόψη τα πιο κάτω για σκοπούς μετριάσεως της ποινής:-*

*Παρακαλώ λάβετε υπόψη ότι η εν λόγω διαφήμιση σε ουδεμία περίπτωση ενθαρρύνει τρόπους επιζήμιας συμπεριφοράς και/ή συσχετίζει την κατανάλωση ποτού με την οδήγηση αλλά το μήνυμά της διαφήμισης αλλά και η προθέσεις του σταθμού είναι εντελώς το αντίθετες. Χαρακτηριστικότερη είναι η σκηνή κατά την οποία ο οδηγός και ο συνοδηγός αρνούνται να πάρουν το μπουκάλι μπίρας που τους προσφέρεται. Χαρακτηριστικότερη επίσης είναι φράση που αναγράφεται στο τέλος της διαφήμισης «χέρια ψηλά από το τιμόνι αν θα πιείτε». Συνεπώς, το μήνυμά που θέλει να μεταδώσει η διαφήμιση είναι ακριβώς αντίθετο από αυτό για το οποίο κατηγορείται ο σταθμός, ο οποίος εξέτασε πολύ προσεκτικά την εν λόγω διαφήμιση πριν την προβάλει, αφού αναγνωρίζει ότι τα δυστυχήματα που οφείλονται στην υπερκατανάλωση αλκοόλ αποτελούν μάλιστα στον τόπο μας τα τελευταία χρόνια.*

*Παρακαλώ όπως ληφθεί υπόψη κατά την επιβολή της ποινής ότι οι παραβιάσεις στις οποίες κρίθηκαν ένοχοι οι πελάτες μας στηρίζονται στα ίδια ακριβώς γεγονότα και ως εκ τούτου τυχόν επιβολής ξεχωριστής ποινής για κάθε μια παραβίαση θα οδηγούσε στο να τιμωρηθούν οι πελάτες μας δυο και/ή περισσότερες φορές για το ίδιο αδίκημα.*

*Περαιτέρω, παρακαλώ όπως λάβετε υπόψη το γεγονός ότι έχουν παρέλθει σχεδόν 3 χρόνια από τη διάπραξη των εν λόγω παραβάσεων. Είναι πάγια νομολογία των Δικαστηρίων μας ότι αποτελεί μετριάστικο παράγοντα η παρέλευση μεγάλου χρονικού διαστήματος από τη διάπραξη κάποιου αδικήματος και της τιμωρίας. Στην υπόθεση **Αντώνης Βασιλείου ν. Δημοκρατίας Ποινική Έφεση αρ.6937**, το Ανώτατο Δικαστήριο τόνισε τα εξής: «Η αποτίμηση κατά το πέρας της διαδικασίας της καθυστέρησης ως παράγοντα ελαφρυντικού της ποινής τείνει να μετριάσει την απόσταση που δημιουργείται, ως προς το άτομο του παραβάτη, μεταξύ του χρόνου που διαπράττεται το αδίκημα και του χρόνου τιμωρίας του.»*



*Ο σταθμός απολογείται για τη διάπραξη του εν λόγω αδικήματος και υπόσχεται ότι από τούδε και στο εξής θα είναι πιο προσεκτικός κατά την μετάδοση παρόμοιων διαφημίσεων ειδικότερα κατά την διάρκεια προγραμμάτων που απευθύνονται σε άτομα κάτω των 18 χρόνων. Ο σταθμός υπόσχεται ότι θα συμμορφώνεται με τη σχετική νομοθεσία και ζητά την επιείκεια σας. Ο σταθμός προβαίνει στην παρούσα απολογία άνευ βλάβης των δικαιωμάτων του για τυχόν λήψη δικαστικών μέτρων. »*

*Στη θέση του σταθμού ότι το μήνυμα που ήθελε να μεταδώσει η διαφήμιση ήταν εντελώς αντίθετο από αυτό που κατηγορείται, η Αρχή, όπως ανέφερε και στην απόφαση της ημερ. 23.9.2009, δεν αμφισβητεί την καλή πρόθεση των δημιουργών της διαφήμισης και του σταθμού, όμως θεωρεί ότι ο τρόπος που παρουσιάστηκε το εν λόγω προϊόν μπορεί να επιφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα. Ήδη από την πρώτη σκηνή της διαφήμισης η Αρχή θεωρεί ότι γίνεται παρακίνηση για χρήση αλκοολούχων ποτών σε συνδυασμό με την οδήγηση, αφού το όλο ευχάριστο περιβάλλον που υπάρχει μέσα στο αυτοκίνητο συνδυάζεται και με την κατανάλωση αλκοόλ. Επίσης παρόλο που ο οδηγός δεν πίνει, αυτός παρενοχλείται και παρακινείται από την κοπέλα που βρίσκεται στο αυτοκίνητο να καταναλώσει αλκοόλ. Η Αρχή επαναλαμβάνει ότι παρά το γεγονός ότι το όλο σκεπτικό της διαφήμισης είναι η πρόληψη των τροχαίων ατυχημάτων και η αποτροπή του συνδυασμού της κατανάλωσης αλκοόλ και οδήγησης, εντούτοις η διαφήμιση με τον τρόπο που παρουσιάστηκε αναπόφευκτα συσχετίζει την κατανάλωση αλκοόλ με την οδήγηση οχήματος και είναι δυνατόν να μεταδώσει αντίθετα μηνύματα από αυτά που οι δημιουργοί της και ο σταθμός είχαν πρόθεση – όπως αναφέρουν – να μεταδώσουν.*

*Αναφορικά με την θέση του σταθμού ότι έχουν παρέλθει σχεδόν 3 χρόνια από τη διάπραξη των εν λόγω παραβάσεων και ότι είναι πάγια νομολογία των Δικαστηρίων μας ότι αποτελεί μετριαστικό παράγοντα η προέλευση μεγάλου χρονικού διαστήματος από την διάπραξη κάποιου αδικήματος και της τιμωρίας,*

*η Αρχή επισημαίνει ότι εξετάζει υποθέσεις και επιβάλλει διοικητικές κυρώσεις ακολουθώντας τις διαδικασίες, όπως αυτές καθορίζονται από τη νομοθεσία της. Ταυτόχρονα ως διοικητικό όργανο οφείλει να συμμορφώνεται προς τις πρόνοιες του περί Γενικών Αρχών του Διοικητικού Δικαίου Νόμου 158 (I) του 1999 και την*

υπάρχουσα νομολογία του Ανωτάτου Δικαστηρίου σε πλείστα όσα θέματα, όπως σύνθεσης και λήψης αποφάσεων κατά τα διάφορα στάδια της ενώπιον της διαδικασίας.

Το διοικητικό όργανο πρέπει, σύμφωνα με το άρθρο 10 του περί Γενικών Αρχών του Διοικητικού Δικαίου Νόμου, να ασκεί την αρμοδιότητά του μέσα σε εύλογο χρόνο. Ο εύλογος χρόνος δεν είναι έννοια αμιγώς χρονολογική. Ο καθορισμός του εύλογου χρόνου, σύμφωνα πάντα με το άρθρο 10 του εν λόγω Νόμου, εξαρτάται από τις εκάστοτε ειδικές συνθήκες.

Λαμβάνοντας υπόψη τα πιο πάνω, ως επίσης και το μεγάλο αριθμό υποθέσεων που η Αρχή καλείται να εξετάσει αυτεπάγγελτα ή κατόπιν παραπόνων του κοινού, το διαρρέυσαν διάστημα από τη διάπραξη των επιδίκων παραβάσεων μέχρι την τελική απόφαση της Αρχής ήταν το ευλόγως και δικαιολογημένα αναγκαίο.

Κατ' ακολουθίαν των ανωτέρω, η Αρχή δεν κάνει δεκτό τον ισχυρισμό περί διαρρέυσαντος μεγάλου χρονικού διαστήματος

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, αφού έλαβε σοβαρά υπόψη όλα τα γεγονότα και περιστατικά της υπόθεσης συμπεριλαμβανομένων και των απόψεων του σταθμού για σκοπούς επιβολής κυρώσεων, κρίνει και αποφασίζει όπως επιβάλει στον σταθμό κυρώσεις ως ακολούθως:

Για τις παραβάσεις που έγιναν στις **20.6.2007** το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **€1700** όπως αναφέρεται πιο κάτω:

- Για την παράβαση του άρθρου **33(6)(β) (υποστοιχείο 2)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το διοικητικό πρόστιμο των **€850**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(6)(β) (υποστοιχείο 5)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το διοικητικό πρόστιμο των **€850**.

- Για την παράβαση του άρθρου **33(3)(ε) (υποστοιχείο 1)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), η Αρχή δεν επιβάλλει οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων της παρούσας παράβασης με εκείνα του υποστοιχείου 2.
- Για την παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α) (υποστοιχείο 3)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000), την κύρωση της **προειδοποίησης**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(3)(ε) (υποστοιχείο 4)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), η Αρχή δεν επιβάλλει οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων της παρούσας παράβασης με εκείνα του υποστοιχείου 5.
- Για την παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α) (υποστοιχείο 6)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000), την κύρωση της **προειδοποίησης**.

Για τις παραβάσεις που έγιναν στις **21.6.2007** το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **€1700** όπως αναφέρεται πιο κάτω:

- Για την παράβαση του άρθρου **33(6)(β) (υποστοιχείο 8)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το διοικητικό πρόστιμο των **€850**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(6)(β) (υποστοιχείο 11)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το διοικητικό πρόστιμο των **€850**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(3)(ε) (υποστοιχείο 7)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), η Αρχή δεν επιβάλλει οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων της παρούσας παράβασης με εκείνα του υποστοιχείου 8.
- Για την παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α) (υποστοιχείο 9)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000), την κύρωση της **προειδοποίησης**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(3)(ε) (υποστοιχείο 10)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), η Αρχή δεν επιβάλλει οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων της παρούσας παράβασης με εκείνα του υποστοιχείου 11.
- Για την παράβαση της παραγράφου **ΣΤ2(α) (υποστοιχείο 12)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων

Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000), την κύρωση της **προειδοποίησης**.

Ο σταθμός καλείται να εμβάσει προς την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **€3400** που του έχει επιβληθεί μέσα σε τριάντα (30) μέρες από την κοινοποίηση σ' αυτόν της παρούσας απόφασης.



(Ν. ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ)

Πρόεδρος

Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου