

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 27/2018(57-1))

ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΙΘΑΝΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ «CAPITAL TV»

Ημερομηνία Απόφασης: 27 Ιουνίου, 2018

Ενώπιον: κ.κ. Ρόνας Πετρή Κασάπη, Προέδρου, Ξενοφώντος Χαραλάμπους Αντιπροέδρου, Σέργιου Ποΐζη, Τάσου Κυρμίτη, Αγγελικής Λαζάρου και Μαρίας Κούσιου, Μελών.

Ο κ. Ισίδωρος Κολώτας, Μέλος, ειδοποιήθηκε κανονικά για τη συνεδρία, αλλά δεν παρευρέθηκε για προσωπικούς λόγους.

ΑΠΟΦΑΣΗ

Στην παρούσα υπόθεση η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξετάζει αυτεπάγγελα τις από μέρους του οργανισμού πιθανές παραβάσεις των **Παραγράφων Β.1, Β.3, Β.4, Δ.1, Δ.3 και Δ.5** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Οι πιο πάνω Παράγραφοι αναφέρουν:

Β.1. Όλες οι διαφημίσεις και τα τηλεμπορικά μηνύματα από αδειούχους σταθμούς πρέπει να είναι νόμιμα, τίμια, αληθή, καλαίσθητα και να μην περιέχουν υπερβολικούς ή ανυπόστατους ισχυρισμούς.

Β.3. Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να κάνουν άδικη αναφορά ή να δυσφημούν άλλα προϊόντα ή διαφημίσεις ή αυτούς που διαφημίζουν.

Β.4. Στις διαφημίσεις δεν επιτρέπεται η εκμετάλλευση δεισιδαιμονιών και του αισθήματος φόβου.

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.

Δ.3. Δυσφημιστικές και συγκριτικές διαφημίσεις

Τεκμηριωμένοι ανταγωνιστικοί ισχυρισμοί μπορούν να γίνονται δεκτοί, αλλά οι ισχυρισμοί αυτοί δεν παρουσιάζονται κατά τρόπο που με διαστρέβλωση ή ανοίκεια έμφαση πιθανόν να παραπλανούν. Οι διαφημίσεις δεν περιέχουν δυσφημιστικές αναφορές σε άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες.

Δ.5. Εγγυήσεις

Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να περιέχουν τη λέξη «εγγύηση» ή «εγγυημένος» ή λέξεις με την ίδια σημασία, εκτός αν οι πλήρεις όροι είναι διαθέσιμοι για έλεγχο και αναφέρονται καθαρά στη διαφήμιση. Σε όλες τις περιπτώσεις οι όροι πρέπει να περιέχουν λεπτομέρειες του τρόπου αποζημίωσης του αγοραστή, σε περίπτωση που βρεθεί στην ανάγκη να κάνει χρήση της εγγύησης.

Ύστερα από σχετική απόφαση, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου με επιστολή της ημερομ. **14.05.2018** έθεσε ενώπιον του οργανισμού τις διερευνώμενες παραβάσεις. Στην εν λόγω επιστολή αναφέρονται, μεταξύ άλλων και τα πιο κάτω:

«Εάν επιθυμείτε να υποβάλετε οποιοσδήποτε εξηγήσεις και/ή παραστάσεις και/ή τις θέσεις σας αναφορικά με τις ως άνω πιθανές παραβάσεις, καλείσθε όπως τις υποβάλετε υποχρεωτικά γραπτώς στην Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, το αργότερο εντός δεκαπέντε (15) ημερών, από τη λήψη της παρούσας επιστολής.

Σε περίπτωση που επιθυμείτε να επιθεωρήσετε, προς τον πιο πάνω σκοπό, το διοικητικό φάκελο της υπόθεσης, παρακαλείσθε όπως ενημερώσετε άμεσα την Αρχή και εν πάση περιπτώσει, εντός επτά (7) ημερών από την ημερομηνία λήψης της παρούσας επιστολής, για να καθοριστεί η ημερομηνία και η ώρα της επιθεώρησης.

Εάν η Αρχή δεν λάβει οποιαδήποτε απάντηση μέσα στην καθορισμένη προθεσμία, δύναται να προχωρήσει στη λήψη απόφασης χωρίς την απάντησή σας».

Οι διερευνώμενες παραβάσεις εκτίθενται πιο κάτω στα υποστοιχεία 1 - 6:

1. Στις **26.09.2017**, μεταξύ των ωρών **16:30 - 17:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**Capital TV**» μετέδωσε διαφημιστικό μήνυμα που αφορούσε στο **σύστημα φιλτραρίσματος νερού μπάνιου Imperial, της εταιρείας Camelot International Health Organization που περιείχε υπερβολικούς και ανυπόστατους ισχυρισμούς**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Β.1** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Συγκεκριμένα, στο πλαίσιο της εν λόγω διαφήμισης, μεταδόθηκε το ακόλουθο λεκτικό και οπτικό υλικό:

«Όλες οι επιστημονικές έρευνες λένε ότι κάνοντας μπάνιο με χλωριωμένο νερό παίρνουμε μέσα μας όλο το χλώριο που έχει το νερό **με όλες τις συνέπειες για την υγεία μας**. [οθόνη: πλάνο από εργαστήριο όπου γίνονται πειράματα. Πλάνο από μια γυναίκα που λούζεται και δίπλα της στο μπάνιο υπάρχει **σύμβολο για επικίνδυνα χημικά**, κι αναγράφεται η λέξη «χλώριο»]. Το χλώριο μας καταστρέφει τα νεφρά μας και δημιουργεί μεγάλα προβλήματα στην υγεία μας. Δέστε το στην πράξη, βάζοντας δύο ποτήρια νερό στη βρύση και πλένοντας στο ένα τα δάχτυλά μας, βλέπουμε ότι απορροφά όλο το χλώριο. Γι' αυτό όταν βάζουμε ανιχνευτή χλωρίου στο ένα, αλλάζει το χρώμα, ενώ στο άλλο δεν αλλάζει. [στην οθόνη τοποθετούνται δύο ποτήρια με νερό και διενεργεί το πείραμα ως αναφέρεται πιο πάνω, το δεύτερο νερό εμφανίζεται να αλλάζει χρώμα].

Γι' αυτό η Camelot International Health Organization κατασκεύασε στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής το τέλειο σύστημα φιλτραρίσματος νερού μπάνιου, το Imperial, με μοναδική τεχνολογία από ανοξείδωτο χειρουργικό ατσάλι **για να απομακρύνει το χλώριο κι όλα τα επικίνδυνα χημικά που έχει το νερό**. [Στην οθόνη επισημαίνονται τα μέρη του προϊόντος κι αναγράφονται τα εξής: (1) ΘΕΠΙΚΟ ΑΣΒΕΣΤΙΟ: Απομακρύνει χλώριο, βακτήρια, άλγη και επιβλαβείς χημικές ουσίες. (2) Imperial ΕΝΕΡΓΟΥ ΑΝΘΡΑΚΑ παγιδεύει ζιζανιοκτόνα, φυτοφάρμακα, κι άλλες ακαθαρσίες. (3) KDF 55 εξαλείφει υδρόθειο – αρσενικό. (4) Imperial ΦΙΛΤΡΟ ΒΑΜΒΑΚΙΟΥ φίλτράρει σκόνη, ιζήματα και σκουριά. (5) Imperial ΕΙΔΙΚΟ ΠΛΕΓΜΑ ΦΙΛΤΡΟΥ Αποτρέπει σκόνη και ιζήματα.]. Το Imperial είναι και για ζεστό και για κρύο μπάνιο και μπορούμε να το χρησιμοποιούμε και κάτω από το πάγκο του νιπτήρα, που πλένουμε το πρόσωπο και τα δόντια μας. Κι εδώ η Camelot πρωτοπορεί. Σας δίνει εντελώς δωρεάν για όσα χρόνια επιθυμείτε την εξολοκλήρου από χειρουργικό ανοξείδωτο ατσάλι

συσκευή Imperial αξίας 400 ευρώ και πληρώνετε μόνο 59 ευρώ τον πρώτο χρόνο, ενώ τον δεύτερο και κάθε χρόνο μετά μόνο 49 ευρώ, για την αλλαγή του νέου φίλτρου του [οι σχετικές πληροφορίες αναγράφονται και στην οθόνη. Επίσης αναγράφεται το εξής: «Οι πλήρεις όροι της εγγύησης είναι αναρτημένοι στην ιστοσελίδα μας»].

Καλά ακούσατε. **Και σας εγγυόμαστε ότι θα έχετε στο μπάνιο σας καθαρό και υγιεινό νερό** για ένα ολόκληρο χρόνο. Imperial, το αξιόπιστο σύστημα φιλτραρίσματος του νερού και στο μπάνιο σας. Μην χάνετε ούτε λεπτό, τηλεφωνήστε τώρα στο 25350716 για να δείτε το Imperial μπάνιου από κοντά, χωρίς καμία υποχρέωση. Ενημερωθείτε κι από την ιστοσελίδα μας στο www.camelot.gr. Camelot, συνώνυμο με το καθαρό, υγιεινό νερό. Κάντε το καλύτερο δώρο στον εαυτό σας και σ' αυτούς που αγαπάτε. Και θα με θυμηθείτε Imperial. [Στην οθόνη αναγράφεται «Από €400.00 μόνο €59.00»].

2. Στις **26.09.2017**, μεταξύ των ωρών **16:30 - 17:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**Capital TV**» μετέδωσε διαφημιστικό μήνυμα που αφορούσε στο **σύστημα φιλτραρίσματος νερού μπάνιου Imperial, της εταιρείας Camelot International Health Organization που έκανε άδικη αναφορά και δυσφημούσε άλλα προϊόντα και συγκεκριμένα το πόσιμο νερό**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Β.3** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

3. Στις **26.09.2017**, μεταξύ των ωρών **16:30 - 17:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**Capital TV**» μετέδωσε διαφημιστικό μήνυμα που αφορούσε στο **σύστημα φιλτραρίσματος νερού μπάνιου Imperial, της εταιρείας Camelot International Health Organization, το οποίο περιείχε οπτικάκουστικό υλικό που εκμεταλλεύεται το αίσθημα του φόβου**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Β.4** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

4. Στις **26.09.2017**, μεταξύ των ωρών **16:30 - 17:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**Capital TV**» μετέδωσε διαφημιστικό μήνυμα που αφορούσε στο **σύστημα**

φιλτραρίσματος νερού μάνιου **Imperial**, της εταιρείας **Camelot International Health Organization**, το οποίο παρουσίασε το διαφημιζόμενο είδος κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργούσε λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.1** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

5. Στις **26.09.2017**, μεταξύ των ωρών **16:30 - 17:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**Capital TV**» μετέδωσε διαφημιστικό μήνυμα που αφορούσε στο **σύστημα φιλτραρίσματος νερού μάνιου Imperial**, της εταιρείας **Camelot International Health Organization** το οποίο περιείχε **δυσφημιστικές αναφορές σε άλλα προϊόντα και υπηρεσίες συγκεκριμένα στο πόσιμο νερό**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.3** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

6. Στις **26.09.2017**, μεταξύ των ωρών **16:30 - 17:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**Capital TV**» μετέδωσε διαφημιστικό μήνυμα που αφορούσε στο **σύστημα φιλτραρίσματος νερού μάνιου Imperial**, της εταιρείας **Camelot International Health Organization** το οποίο περιείχε τις λέξεις «εγγύηση» και «εγγυημένα», χωρίς οι πλήρεις όροι να είναι διαθέσιμοι για έλεγχο και να αναφέρονται στη **διαφήμιση**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.5** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

Ο τηλεοπτικός οργανισμός δεν έχει υποβάλει οποιεσδήποτε θέσεις ή/και απόψεις, σε σχέση με την εν λόγω υπόθεση. Ούτε εξέφρασε την επιθυμία να επιθεωρήσει τον διοικητικό φάκελο της υπόθεσης.

Έχουμε μελετήσει με μεγάλη προσοχή όλα τα ενόπιόν μας στοιχεία και περιστατικά της υπό εξέταση υπόθεσης, συμπεριλαμβανομένων των γραπτών εξηγήσεων που είχε υποβάλει στο στάδιο της διερεύνησης ο οργανισμός, με επιστολή του ημερομ. **17.11.2017**, κατόπιν επιστολής της ερευνώσας Λειτουργού, και μετά από προσεκτική παρακολούθησης της εν λόγω διαφήμισης, κρίνουμε ότι:

Στις **26.09.2017**, μεταξύ των ωρών **16:30 - 17:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «Capital TV» μετέδωσε **διαφημιστικό μήνυμα που αφορούσε στο σύστημα φιλτραρίσματος νερού μάνιου Imperial**, της εταιρείας Camelot International Health Organization, το οποίο:

- Περιείχε υπερβολικούς και ανυπόστατους ισχυρισμούς (υποστοιχείο **1**)
- Έκανε άδικη αναφορά και δυσφημούσε άλλα προϊόντα και συγκεκριμένα το πόσιμο νερό (υποστοιχείο **2**).
- Περιείχε λεκτικό και οπτικό υλικό που εκμεταλλεύεται το αίσθημα του φόβου (υποστοιχείο **3**)
- Παρουσίαζε με λόγια και οπτικά προσφορά της εταιρείας του διαφημιζόμενου προϊόντος με τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις (υποστοιχείο **4**).
- Το οποίο περιείχε δυσφημιστικές αναφορές σε άλλα προϊόντα και υπηρεσίες συγκεκριμένα στο πόσιμο νερό (υποστοιχείο **5**)
- Περιείχε τις λέξεις «εγγύηση» και «εγγυημένα», χωρίς οι πλήρεις όροι να αναφέρονται καθαρά στη διαφήμιση και χωρίς οι όροι να περιέχουν λεπτομέρειες του τρόπου αποζημίωσης του αγοραστή, σε περίπτωση που βρεθεί στην ανάγκη να κάνει χρήση της εγγύησης (υποστοιχείο **6**).

(Τα γεγονότα των πιο πάνω υποστοιχείων εκτίθενται στις σελίδες 3 - 4 της παρούσας απόφασης).

Η Αρχή επισημαίνει ότι το περιεχόμενο της υπό αναφορά διαφήμισης την απασχολεί ιδιαίτερα λόγω του ότι περιλαμβάνει ισχυρισμούς που αφορούν σε απαραίτητο αγαθό για τη ζωή και την ανάπτυξη του ανθρώπινου οργανισμού. Ακριβώς λόγω της σημασίας του, οι όποιες αναφορές για την καταλληλότητα του πόσιμου νερού μέσα από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης πρέπει να γίνονται με ιδιαίτερη προσοχή και με την ενδεδειγμένη επιστημονική τεκμηρίωση, δεδομένου ότι μπορεί να δημιουργήσουν λανθασμένες εντυπώσεις, να παραπληροφορήσουν, να παραπλανήσουν ακόμα και να σπείρουν την ανησυχία και τον πανικό ανάμεσα στο κοινό.

Το ασφαλές πόσιμο νερό είναι πρωτεύουσας και ζωτικής σημασίας για τον ανθρώπινο οργανισμό και ως εκ τούτου, σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει, προκειμένου να προωθήσει μια εταιρεία ή ένας οργανισμός τα προϊόντα του, να χρησιμοποιεί ατεκμηρίωτους / αβάσιμους ισχυρισμούς που θέτουν σε αμφιβολία την ποιότητα του πόσιμου νερού που παρέχεται από το κρατικό δίκτυο ύδρευσης.

Παρά το γεγονός ότι ο οργανισμός είχε αποστείλει στο στάδιο της διερεύνησης και κατόπιν σχετικής επιστολής της ερευνώσας Λειτουργού, επιστολή ημερομ. **17.11.2017** και ογκώδες υλικό ως τεκμήρια (**Ερυθρο 23 - 16Α** στον σχετικό διοικητικό φάκελο), προς επιβεβαίωση των ισχυρισμών που περιλαμβάνονται στην υπό αναφορά διαφήμιση, εντούτοις, δεν φαίνεται να υπάρχει κάποιο στοιχείο που να τεκμηριώνει τους ισχυρισμούς όπως αναφέρονται ή αφήνονται να νοηθούν στη διαφήμιση σχετικά με την ποιότητα του νερού στην Κύπρο. Ως προς ορισμένες μετρήσεις από περιοχές της Κύπρου που περιλαμβάνονται στα τεκμήρια και τον ισχυρισμό ότι «βάσει των αποτελεσμάτων του Χημείου του Κράτους στο πέρα του 30% των περιοχών της Κύπρου το νερό δεν συνάδει με νόμους Ν87(1/2001) και Ν275(1/2004)» η Αρχή παραπέμπει στην μαρτυρία του Προϊσταμένου των Υγειονομικών Υπηρεσιών, κ. Αλβέρτου Καρή (όπως εκτίθεται στο Πόρισμα της ερευνώσας Λειτουργού, ημερομ. 04.04.2018, Ερυθρό 129, στον σχετικό διοικητικό φάκελο). Σύμφωνα με τον κ. Καρή «**η ποιότητα του νερού είναι ασφαλής και τόσο ο ισχυρισμός του κ. Δημητρίου όσο και οι ισχυρισμοί που διατυπώνονται στη διαφήμιση δεν τεκμηριώνονται**». Ως προς τις αποκλίσεις διευκρίνισε καταρχάς ότι **αφορούν στα χλωριούχα άλατα και δεν έχουν σχέση με την προσθήκη χλωρίου στο νερό**, για την οποία γίνεται αναφορά στη διαφήμιση. «Τα άλατα είναι συστατικό του νερού και της σύστασης του υπεδάφους και δεν έχουν σχέση με τη χλωρίωση», όπως εξήγησε. Οι δε αποκλίσεις αφορούν μεμονωμένες περιπτώσεις κοινοτήτων της Κύπρου, για τις οποίες γίνεται άμεσα διερεύνηση, ενημερώνονται οι κοινότητες και λαμβάνονται μέτρα ώστε το πρόβλημα (π.χ. σπάσιμο σωλήνας, καθάρισμα υδατοδεξαμενής) να επιλύεται σε σύντομο χρονικό διάστημα. Ο κ. Καρής σημείωσε ότι οι μετρήσεις γίνονται για να διαπιστώνεται η ποιότητα του παρεχόμενου νερού και τα αποτελέσματα είναι αναρτημένα στον ιστότοπο των Υγειονομικών Υπηρεσιών. «**Φυσικά θα υπάρξουν αποκλίσεις, γι' αυτό το λόγο γίνονται οι μετρήσεις για να εντοπίζουμε τυχόν προβλήματα και να τα επιλύουμε, γι' αυτό άλλωστε το λόγο θα προσέξετε ότι στις επόμενες μετρήσεις δεν υφίστανται τα ίδια προβλήματα**», σημείωσε. «**Συνεπώς, δεν μπορείς να πεις ότι το νερό είναι ακατάλληλο γιατί μεμονωμένη περίπτωση σε κοινότητα έδειξε απόκλιση. Στην περίπτωση που εντοπιστεί συνεχές πρόβλημα τότε αποκόπτεται η πηγή και δεν αφήνονται οι κάτοικοι να καταναλώνουν για μεγάλο διάστημα νερό που έχει αποκλίσεις. Ως εκ τούτου δεν είναι δυνατό να αναγάγει κανείς το μεμονωμένο σε γενικό και μάλιστα να γίνεται αναφορά στο χλώριο, που δεν έχει σχέση με τις αποκλίσεις αυτές**», προσέθεσε ο κ.

Καρής. Ως προς την προσθήκη χλωρίου, για την οποία γίνεται αναφορά στη διαφήμιση, ο κ. Καρής επισήμανε ότι γίνεται μόνο στο ποσοστό που είναι επιτρεπτό και δεν είναι επιβλαβές για την υγεία. *Το ποσοστό της χλωρίωσης δεν είναι σε επίπεδα που να είναι βλαβερά για τον άνθρωπο*, είπε.

Περαιτέρω, η Αρχή σημειώνει ότι από την στιγμή που ο οργανισμός αποφασίζει να κάνει χρήση συγκεκριμένων ερευνών για να προωθήσει τα προϊόντα του, οφείλει να θέτει ενώπιον των τηλεθεατών όλα τα στοιχεία των υπό αναφορά ερευνών. Αποσπασματικές και αόριστες αναφορές σε «έρευνες» δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτές ως νομικά ορθή πρακτική.

Στο Πόρισμα της ερευνώσας Λειτουργού, ημερομ. **04.04.2018**, εκτίθενται ή/και επισυνάπτονται ως Παραρτήματα (και) οι απαντήσεις αρμοδίων φορέων σχετικά με τους ισχυρισμούς που διατυπώνονται στην υπό αναφορά διαφήμιση. Συγκεκριμένα, ο Διευθυντής του Τμήματος Αναπτύξεως Υδάτων, Αντρέας Μανώλης, σε επιστολή του ημερομ. 17.11.2017 (**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α**), σημειώνει ότι οι αναφορές στη διαφήμιση της συγκεκριμένης εταιρείας για την ποιότητα του πόσιμου νερού [...] *είναι ανακριβείς και παραπλανητικές και εμπεριέχουν σοβαρούς κινδύνους υποβάθμισης της εμπιστοσύνης του κοινού σε ό,τι αφορά στην καταλληλότητα του πόσιμου νερού. Ειδικότερα οι αναφορές σε «...συνέπειες για την υγεία μας» και «...επικίνδυνα χημικά που έχει το νερό» είναι εντελώς απαράδεκτες και ανυπόστατες. Το πόσιμο νερό που παρέχεται από τις εγκαταστάσεις του Τμήματος Αναπτύξεως Υδάτων, ικανοποιεί πλήρως τις απαιτήσεις του περί της Ποιότητας του Νερού Ανθρώπινης Κατανάλωσης Νόμου (Ν. 87(Ι) 2001) και αυτό επιβεβαιώνεται τόσο από τους ελέγχους στα εργαστήρια του Τμήματος, όσο και από τους ανεξάρτητους δειγματοληπτικούς ελέγχους που διεξάγουν οι Ιατρικές Υπηρεσίες και Υπηρεσίες Δημόσιας Υγείας του Υπουργείου Υγείας, που έχουν και την αρμοδιότητα εφαρμογής της αναφερόμενης νομοθεσίας. Ειδικότερα, οι αναφορές για συνέπειες στην υγεία κάνοντας μπάνιο με χλωριωμένο νερό δεν ευσταθούν διότι τα όρια του Ελεύθερου Χλωρίου στο πόσιμο νερό διατηρούνται σε επίπεδα που δεν προκαλούν προβλήματα στην ανθρώπινη υγεία. Προσθέτει δε ότι ο τρόπος με τον οποίο η διαφήμιση παρουσιάζει τα προϊόντα, χρησιμοποιώντας εκφράσεις «...όλα τα επικίνδυνα χημικά που έχει το νερό» υποβάλλει στον τηλεθεατή ότι το νερό ακατάλληλο για χρήση στο μπάνιο χωρίς τα διαφημιζόμενα προϊόντα. Αυτό αποτελεί παραπλάνηση του κοινού με κίνδυνο την πρόκληση πανικού, με απώτερο στόχο την αποτελεσματικότερη προώθηση των διαφημιζόμενων προϊόντων [...].*

Επιπλέον, ο Διευθυντής του Συμβουλίου Υδατοπρομήθειας Λευκωσίας, Νίκος Ζαμπακίδης, στην επιστολή του ημερομ. **08.11.2017 (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β')**, αναφέρει ανάμεσα σε άλλα, ότι [...] *δεν υπάρχει τεκμηρίωση ότι το νερό που παρέχεται από το Συμβούλιο*

υδατοπρομήθειας Λευκωσίας περιέχει «επιβλαβείς χημικές ουσίες», ως εκ τούτου δεν μπορεί να χρησιμοποιείται στη διαφήμιση ως δεδομένο [...]. Περαιτέρω, χαρακτήρισε ως **υπερβολή** τον ισχυρισμό για απορρόφηση του χλωρίου από το δέρμα και ως **υπερβολικό** το πείραμα με το νερό καθώς δεν αποτελεί απόδειξη ότι το χλώριο απορροφήθηκε από το δέρμα: *Γίνεται χημική αντίδραση του χλωρίου με ουσίες που μπαίνουν στο νερό λόγω της επαφής των δακτύλων με το νερό (μικροοργανισμοί και γι' αυτό δεν ανιχνεύεται το χλώριο στο νερό, όπως αναφέρεται στην επιστολή.*

Ως προς τον ισχυρισμό για τη διενέργεια του πειράματος η Αρχή παραπέμπει στην απάντηση του Διευθυντή του Συμβουλίου Υδατοπρομήθειας Λευκωσίας, Νίκου Ζαμπακίδης, όπως εκτίθεται στην προαναφερθείσα επιστολή του ημερομ. 08.11.2017, όπου χαρακτήρισε ως **υπερβολή** τον ισχυρισμό για απορρόφηση του χλωρίου από το δέρμα και ως **υπερβολικό** το πείραμα με το νερό καθώς δεν αποτελεί απόδειξη ότι το χλώριο απορροφήθηκε από το δέρμα: *Γίνεται χημική αντίδραση του χλωρίου με ουσίες που μπαίνουν στο νερό λόγω της επαφής των δακτύλων με το νερό (μικροοργανισμοί και γι' αυτό δεν ανιχνεύεται το χλώριο στο νερό, όπως αναφέρεται στην επιστολή.* Για το θέμα του πειράματος εξέφρασε την επιφύλαξη του και ο Διευθυντής του Τμήματος Αναπτύξεως Υδάτων, Αντρέας Μανώλης, στην προαναφερθείσα επιστολή του.

Συνεπώς, η Αρχή, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα ενώπιόν της στοιχεία θεωρεί ότι ο ισχυρισμός που διατυπώνεται στη διαφήμιση για την ποιότητα του νερού, όπως αναφέρεται στην πρόταση «[...] **για να απομακρύνει το χλώριο κι όλα τα επικίνδυνα χημικά που έχει το νερό**» φαίνεται να είναι υπερβολικός, ανυπόστατος και παραπλανητικός, καθώς δεν επιβεβαιώνεται από τα ενώπιόν της στοιχεία, περιλαμβανομένων των τεκμηρίων που υπέβαλε ο οργανισμός, ειδικότερα σε ό,τι αφορά στα κυπριακά δεδομένα. Περαιτέρω, το λεκτικό της διαφήμισης εκμεταλλεύεται το αίσθημα του φόβου και προσπαθεί να δημιουργήσει την εντύπωση ότι χωρίς το διαφημιζόμενο προϊόν το κοινό δεν θα μπορεί να απολαύσει υγιεινό νερό.

Επιπλέον, στη διαφήμιση αναφέρεται επί λέξει ότι «Οι πλήρεις όροι της εγγύησης είναι αναρτημένοι στην ιστοσελίδα μας», ωστόσο, στην πραγματικότητα δεν είναι. Πέραν τούτου και να υπήρχαν οι σχετικοί όροι αναρτημένοι, η Νομοθεσία είναι σαφής και αναφέρει ότι οι «*πλήρεις όροι*» της οποιας εγγύησης πρέπει να είναι «*διαθέσιμοι για έλεγχο και αναφέρονται καθαρά στη διαφήμιση*». Η παραπομπή σε ιστοσελίδα, στην οποία ούτως ή άλλως δεν υπάρχουν οι όροι, δεν είναι «*καθαρή αναφορά*» στους πλήρεις όρους της διαφήμισης και ο οργανισμός οφείλει να διασφαλίσει ότι όταν γίνονται τέτοιες αναφορές πρέπει να τίθενται ενώπιον του τηλεθεατή (κατά τη διάρκεια της διαφήμισης) και οι όροι της εγγύησης.

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή κρίνει και αποφασίζει ότι υπάρχουν παραβάσεις των **Παραγράφων Β.1** (υποστοιχείο **1**), **Β.3** (υποστοιχείο **2**), **Β.4** (υποστοιχείο **3**), **Δ.1** (υποστοιχείο **4**), **Δ.3** (υποστοιχείο **5**) και **Δ.5** (υποστοιχείο **6**) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Η Αρχή, σύμφωνα με τις πρόνοιες του **άρθρου 3(2)(ζ)**, έχει δώσει στον οργανισμό το δικαίωμα να υποβάλει τις απόψεις του 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 στον οργανισμό την ευκαιρία να υποβάλει τις απόψεις του και μετά τη διαπίστωση των παραβάσεων για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Η Αρχή καλεί τον οργανισμό, εάν επιθυμεί, όπως υποβάλει τις απόψεις του εγγράφως για σκοπούς επιβολής κυρώσεων μέσα σε **δέκα (10) μέρες** από τη λήψη της παρούσας. Σε περίπτωση που δε ληφθεί απάντηση μέσα στην πιο πάνω προθεσμία, η Αρχή θα προχωρήσει στην επιβολή κυρώσεων.

(ΡΟΝΑ ΠΕΤΡΗ ΚΑΣΑΠΗ)
Πρόεδρος
Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

N.X.

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 27/2018(57-1)

ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ «CAPITAL TV»

Ημερομηνία Απόφασης: 26 Σεπτεμβρίου, 2018

Ενώπιον: κ.κ. Ρόνας Πετρή Κασάπη, Προέδρου, Ξενοφώντος Χαραλάμπους Αντιπροέδρου, Σέργιου Ποΐζη, Τάσου Κυρμίτση, Αγγελικής Λαζάρου και Μαρίας Κούσιου, Μελών.

Το Μέλος της Αρχής κ. Ισίδωρος Κολώτας, αν και παρευρέθηκε κανονικά στη συνεδρία, αποχώρησε κατά την εξέταση της υπόθεσης, με βάση τις αρχές που αποφασίστηκαν στην απόφαση της Ολομέλειας του Ανωτάτου Δικαστηρίου στην Αναθεωρητική Έφεση αρ. 140/2009.

ΑΠΟΦΑΣΗ

Στις **27 Ιουνίου 2018** η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε ότι στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν παραβάσεις των **Παραγράφων Β.1, Β.3, Β.4, Δ.1, Δ.3 και Δ.5** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Οι πιο πάνω Παράγραφοι αναφέρουν:

Β.1. Όλες οι διαφημίσεις και τα τηλεμπορικά μηνύματα από αδειούχους σταθμούς πρέπει να είναι νόμιμα, τίμια, αληθή, καλαίσθητα και να μην περιέχουν υπερβολικούς ή ανυπόστατους ισχυρισμούς.

Β.3. Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να κάνουν άδικο αναφορά ή να δυσφημούν άλλα προϊόντα ή διαφημίσεις ή αυτούς που διαφημίζουν.

Β.4. Στις διαφημίσεις δεν επιτρέπεται η εκμετάλλευση δεισιδαιμονιών και του αισθήματος φόβου.

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.

Δ.3. Δυσφημιστικές και συγκριτικές διαφημίσεις

Τεκμηριωμένοι ανταγωνιστικοί ισχυρισμοί μπορούν να γίνονται δεκτοί, αλλά οι ισχυρισμοί αυτοί δεν παρουσιάζονται κατά τρόπο που με διαστρέβλωση ή ανοίκεια έμφαση πιθανόν να παραπλανούν. Οι διαφημίσεις δεν περιέχουν δυσφημιστικές αναφορές σε άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες.

Δ.5. Εγγυήσεις

Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να περιέχουν τη λέξη «εγγύηση» ή «εγγυημένος» ή λέξεις με την ίδια σημασία, εκτός αν οι πλήρεις όροι είναι διαθέσιμοι για έλεγχο και αναφέρονται καθαρά στη διαφήμιση. Σε όλες τις περιπτώσεις οι όροι πρέπει να περιέχουν λεπτομέρειες του τρόπου αποζημίωσης του αγοραστή, σε περίπτωση που βρεθεί στην ανάγκη να κάνει χρήση της εγγύησης.

Η Αρχή, σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 3(2)(ζ), είχε δώσει στον οργανισμό 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 στον οργανισμό την ευκαιρία να υποβάλει τις απόψεις του και μετά τη διαπίστωση των παραβάσεων για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. 20.07.2018 κάλεσε τον οργανισμό, εάν επιθυμεί, να υποβάλει τις απόψεις του εγγράφως για σκοπούς επιβολής κυρώσεων μέσα σε δέκα (10) 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 οργανισμός δεν απέστειλε οποιεσδήποτε θέσεις / απόψεις για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Η Αρχή επαναλαμβάνει, ως και στην προηγούμενη Απόφασή της, ημερομ. **27 Ιουνίου 2018**, ότι την απασχολεί ιδιαίτερα το περιεχόμενο της υπό αναφορά διαφήμισης εξαιτίας του ότι περιλαμβάνει ισχυρισμούς που αφορούν στο νερό, σε ένα απαραίτητο, δηλαδή, αγαθό για τη ζωή και την ανάπτυξη του ανθρώπινου οργανισμού. Ακριβώς επειδή το ασφαλές πόσιμο νερό είναι πρωτεύουσας και ζωτικής σημασίας για τον ανθρώπινο οργανισμό, οι όποιες αναφορές για την καταλληλότητα του πόσιμου νερού μέσα από τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς πρέπει να γίνονται με ιδιαίτερη προσοχή και με την ενδεδειγμένη επιστημονική τεκμηρίωση, διότι δυνατόν να δημιουργήσουν λανθασμένες εντυπώσεις, να παραπληροφορήσουν, να παραπλανήσουν ακόμα και να προκαλέσουν ανησυχία και πανικό ανάμεσα στο κοινό. Περαιτέρω, σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει, προκειμένου να προωθήσει μια εταιρεία ή ένας οργανισμός τα προϊόντα του, να χρησιμοποιεί ατεκμηρίωτους / αβάσιμους ισχυρισμούς που θέτουν σε αμφιβολία την ποιότητα του πόσιμου νερού που παρέχεται από το κρατικό δίκτυο ύδρευσης.

Η Αρχή λαμβάνοντας υπόψη όλα τα ενώπιόν της στοιχεία θεωρεί ότι ο ισχυρισμός που διατυπώνεται στη διαφήμιση για την ποιότητα του νερού, όπως αναφέρεται στην πρόταση «[...] **για να απομακρύνει το χλώριο κι όλα τα επικίνδυνα χημικά που έχει το νερό**» φαίνεται να είναι υπερβολικός, ανυπόστατος και παραπλανητικός, καθώς δεν επιβεβαιώνεται από τα ενώπιόν της στοιχεία, περιλαμβανομένων των τεκμηρίων που υπέβαλε ο οργανισμός, ειδικότερα σε ό,τι αφορά στα κυπριακά δεδομένα. Περαιτέρω, το λεκτικό της διαφήμισης εκμεταλλεύεται το αίσθημα του φόβου και προσπαθεί να δημιουργήσει την εντύπωση ότι χωρίς το διαφημιζόμενο προϊόν το κοινό δεν θα μπορεί να απολαύσει υγιεινό νερό.

Επιπλέον, στη διαφήμιση αναφέρεται επί λέξει ότι «Οι πλήρεις όροι της εγγύησης είναι αναρτημένοι στην ιστοσελίδα μας», ωστόσο, στην πραγματικότητα δεν είναι. Πέραν τούτου και να υπήρχαν οι σχετικοί όροι αναρτημένοι, η Νομοθεσία είναι σαφής και αναφέρει ότι οι «*πλήρεις όροι*» της οποιας εγγύησης πρέπει να είναι «*διαθέσιμοι για έλεγχο και αναφέρονται καθαρά στη διαφήμιση*». Η παραπομπή σε ιστοσελίδα, στην οποία ούτως ή άλλως δεν υπάρχουν οι όροι, δεν είναι «*καθαρή αναφορά*» στους πλήρεις όρους της διαφήμισης και ο οργανισμός οφείλει να διασφαλίσει ότι όταν γίνονται τέτοιες αναφορές πρέπει να τίθενται ενώπιον του τηλεθεατή (κατά τη διάρκεια της διαφήμισης) και οι όροι της εγγύησης.

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, αφού έλαβε σοβαρά υπόψη της όλα τα ενόπιον της στοιχεία αποφασίζει όπως επιβάλει στον οργανισμό για τις παραβάσεις που έγιναν στις **26 Σεπτεμβρίου 2017**, κυρώσεις ως ακολούθως:

- Για την παράβαση της Παραγράφου Β.1 (υποστοιχείο 1) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), το διοικητικό πρόστιμο των €250.
- Για την παράβαση της Παραγράφου Β.3 (υποστοιχείο 2) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), το διοικητικό πρόστιμο των €250.
- Για την παράβαση της Παραγράφου Β.4 (υποστοιχείο 3) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), το διοικητικό πρόστιμο των €250.
- Για την παράβαση της Παραγράφου Δ.1 (υποστοιχείο 4) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), η Αρχή δεν επιβάλλει οιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων των παραβάσεων με εκείνων του υποστοιχείου 1, στο οποίο έχει ήδη επιβληθεί κύρωση.
- Για την παράβαση της Παραγράφου Δ.3 (υποστοιχείο 5) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000), η Αρχή δεν επιβάλλει οιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων των παραβάσεων με εκείνων του υποστοιχείου 2, στο οποίο έχει ήδη επιβληθεί κύρωση.

- Για την παράβαση της Παραγράφου Δ.5 του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000) (υποστοιχείο 6) την κύρωση της Προειδοποίησης.

Ο οργανισμός καλείται να εμβάσει προς την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου το διοικητικό πρόστιμο των **€750** που του έχει επιβληθεί μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από την κοινοποίηση σ' αυτόν της παρούσας απόφασης.

(ΡΟΝΑ ΠΕΤΡΗ ΚΑΣΑΠΗ)
Πρόεδρος
Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

N.X.