

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ
(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 8/2018(19))

**ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΙΘΑΝΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ «PLUS TV» (εφεξής ο Οργανισμός)**

Ημερομηνία Απόφασης: 21 Μαρτίου, 2018

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

ΑΠΟΦΑΣΗ

Στην παρούσα υπόθεση η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξετάζει αυτεπάγγελτα, τις από μέρους του Οργανισμού πιθανές παραβάσεις των **άρθρων 34Α(1)** και **33(1)(α)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) και των **Παραγράφων Β.1** και **Δ.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).

Τα πιο πάνω Άρθρα αναφέρουν:

34Α.-(1) *Τα παράθυρα τηλεαγοράς διακρίνονται σαφώς ως τέτοια με οπτικά και ακουστικά μέσα και έχουν ελάχιστη αδιάλειπτη διάρκεια 15 λεπτών.*

33.-(1) *Οι τηλεοπτικοί οργανισμοί οι οποίοι υπάγονται στη δικαιοδοσία της Δημοκρατίας υποχρεούνται να τηρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις:*

(α) *Η τηλεοπτική διαφήμιση και οι τηλεαγορές πρέπει να είναι άμεσα αναγνωρίσιμες και διακριτές από το συντακτικό περιεχόμενο. Με την επιφύλαξη της χρήσης νέων διαφημιστικών τεχνικών, οι τηλεοπτικοί οργανισμοί διασφαλίζουν ότι η τηλεοπτική διαφήμιση και οι τηλεαγορές πρέπει να διακρίνονται σαφώς από τα άλλα μέρη της υπηρεσίας του προγράμματος μέσω οπτικών ή/και ακουστικών ή/και χωρικών μέσων.*

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.

Δ1. 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.

Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, με επιστολή της ημερομηνίας 22/1/2018, 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 την ως άνω πιθανή παράβαση, 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 που τέθηκαν υπόψη του Οργανισμού, εκτίθενται πιο κάτω:

1. Στις **17.10.2017**, μεταξύ των ωρών **23:00 – 00:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**PLUS TV**» μετέδωσε παράθυρο τηλεαγοράς με τίτλο «**Ιατρική και Βοτανολογία**» που αφορούσε στην παρουσίαση και προώθηση πώλησης του προϊόντος Ashwagandha της Herbal Power, **χωρίς να διακρίνεται σαφώς ως τέτοιο**, κατά παράβαση του **άρθρου 34Α(1)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Οργανισμών του 1998 μέχρι 2017.

Συγκεκριμένα κατά τη διάρκεια του παρατηρήθηκαν τα ακόλουθα:

Το πρόγραμμα έχει διάρκεια περίπου 30 λεπτών, και υπήρξε διαδοχική επανάληψή του τρεις φορές. Σημειώνεται ότι η τρίτη επανάληψη είχε διάρκεια 20 λεπτών και κατά τη διάρκειά της επαναπροβλήθηκε μέρος του αρχικού προγράμματος (δεν είχε προβληθεί το ένθετο βίντεο με την παρουσία του Βιολόγου να επεξηγεί τα οφέλη από τη χρήση του εν λόγω βοτάνου). Ως εκ τούτου το πρόγραμμα είχε συνολική διάρκεια περίπου 80 λεπτών.

Πριν την έναρξη του προγράμματος (πρώτη προβολή) προβλήθηκε η σήμανση (K) – πρόγραμμα κατάλληλο για γενική παρακολούθηση και η ένδειξη: **THΛE MAGAZINO** και στη συνέχεια σήμα του

προγράμματος με τίτλο: *Ιατρική & Βοτανολογία*, χωρίς οποιοδήποτε άλλο ακουστικό ή οπτικό μέσο που να διακρίνει ότι πρόκειται για παράθυρο τηλεαγοράς.

Κατά την έναρξη του προγράμματος η παρουσιάστρια αναφέρει τα ακόλουθα:

Σήμερα θα μιλήσουμε για το προσαρμογόνο βότανο ashwagandha που συμβάλλει στη ψυχική και σωματική μας υγεία. Δρα στο νευρικό σύστημα και μας βοηθά στο άγχος, στο στρες, στις αϋπνίες, τη μειωμένη διάθεση και γενικότερα τον οργανισμό μας. Το Ashwagandha είναι ένα φυτό το οποίο φύεται στην Ινδία κυρίως εδώ και πάρα πολλά χρόνια και το χρησιμοποιούμε για πάρα πολλές παθήσεις. Οι ιδιότητες του βοτάνου αυτού θεωρούνται προσαρμογόνες, είναι ένα προσαρμογόνο βότανο.

Καλεσμένοι στο πρόγραμμα ήταν οι Γιώργος Παπαϊωάννου, Φαρμακοποιός και Πρόεδρος της Ελληνικής Εταιρείας Ομοιοπαθητικών Φαρμακοποιών και Πασχάλης Καλούδης, ομοιοπαθητικός, στρατιωτικός γιατρός. Η παρουσιάστρια ζητά από τους καλεσμένους της να διευκρινίσουν τι είναι ακριβώς το προσαρμογόνο βότανο Ashwagandha.

Ακολουθεί επεξήγηση από τον κ. Παπαϊωάννου για το τι ακριβώς σημαίνει προσαρμογόνο βότανο, δηλαδή ότι πρόκειται για εκείνα τα βότανα που προσαρμόζουν τη δράση τους ανάλογα με τις ανάγκες μας, δηλαδή προσφέρουν στον οργανισμό μας αυτό που χρειάζεται τη δεδομένη στιγμή.

Στη συνέχεια μεταδόθηκε συζήτηση μεταξύ των δύο σε μορφή ερώτησης-απάντησης, κατά τη διάρκεια της οποίας δόθηκαν ιδιαίτερες επεξηγήσεις αναφορικά με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες του εν λόγω προϊόντος.

Ο καλεσμένος, κ. Παπαϊωάννου, αναφέρει ανάμεσα σε άλλα και τα ακόλουθα:

- *Μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από άνδρες και από γυναίκες όλων των ηλικιών.*
- *Έχει πολλά οφέλη, δίνει ενέργεια δύναμη και αντοχή όλη την ημέρα.*
- *Μας βοηθά απίστευτα στη διάθεσή μας και μας χαρίζει μια αίσθηση ευεξίας.*
- *Ελέγχουμε άμεσα το άγχος, την ανησυχία, το θυμό και την κατάθλιψη.*

Στην ερώτηση της παρουσιάστριας για τις ασθένειες και τα προβλήματα που μπορεί να έχει ο άνθρωπος και στα οποία το βότανο αυτό βοηθά ο καλεσμένος (κ. Παπαϊωάννου) απάντησε και ταυτόχρονα εμφανιζόταν στην οθόνη κάρτα στην οποία αναγράφονται τα όσα ο ίδιος έλεγε.

Επίσης, στην οθόνη καταγραφόταν: *Η HERBAL LIFE ΣΑΣ ΠΑΡΕΧΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΒΟΗΘΗΣΟΥΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ Ή ΔΥΣΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΟΠΩΣ*

(τα πιο κάτω εμφανίζονταν στην οθόνη και εκφωνούνταν και από τον καλεσμένο)

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΣΤΗ ΨΥΧΙΚΗ ΜΑΣ ΥΓΕΙΑ (ΑΝΔΡΕΣ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ)

1. *ΕΝΤΟΝΟ ΣΤΡΕΣ*
2. *ΕΝΤΟΝΟ ΑΓΧΟΣ*
3. *ΚΑΤΑΘΛΙΨΗ*
4. *ΕΝΤΟΝΑ ΝΕΥΡΑ Ή ΘΥΜΟΣ*
5. *ΕΛΛΕΙΨΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ*
6. *ΑΠΩΛΕΙΑ ΜΝΗΜΗΣ*
7. *ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΔΙΑΘΕΣΗ*
8. *ΑΪΠΝΙΑ*

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΣΤΗ ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΗ ΜΑΣ ΥΓΕΙΑ (ΑΝΔΡΕΣ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ)

1. *ΣΤΥΤΙΚΗ ΔΥΣΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ*
2. *ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ – ΛΙΜΠΙΝΤΟ*
3. *ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΗ ΚΟΠΩΣΗ*
4. *ΜΕΙΩΜΕΝΟ ΣΠΕΡΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ*

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΣΤΗ ΣΩΜΑΤΙΚΗ ΜΑΣ ΥΓΕΙΑ (ΑΝΔΡΕΣ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ)

1. *ΕΥΑΙΣΘΗΤΟ ΑΝΟΣΟΠΟΙΗΤΙΚΟ*
2. *ΥΨΗΛΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΣΑΚΧΑΡΟΥ*
3. *ΥΨΗΛΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΧΟΛΗΣΤΕΡΟΛΗΣ*
4. *ΚΑΡΔΙΑΓΓΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΝΕΥΣΤΙΚΗ ΚΟΠΩΣΗ*
5. *ΑΡΤΗΡΙΑΚΗ ΑΝΤΟΧΗ*
6. *ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΑΝΤΟΧΗ*
7. *ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ*
8. *ΕΝΤΟΝΑ ΣΗΜΑΔΙΑ ΚΟΠΩΣΗΣ*

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ ΝΕΥΡΙΚΟ ΜΑΣ ΣΥΣΤΗΜΑ ΟΠΩΣ

1. *ALZHEIMER*
2. *PARKISON*
3. *ΑΝΟΙΑ*

Ο καλεσμένος αφού σημείωσε ότι η χρήση του συγκεκριμένου βοτάνου βοηθά σε προβλήματα που αφορούν κυρίως την ψυχική υγεία και επανέλαβε τα όσα καταγράφονται στις κάρτες, πρόσθεσε ότι όλα αυτά τα οφέλη προκύπτουν επειδή το φυτό είναι προσαρμογόνο και δρα κυρίως στο νευρικό σύστημα.

Στο σημείο αυτό του προγράμματος παρεμβλήθηκε βίντεο στο οποίο παρουσιάστηκε βιολόγος (προφανώς ήταν καλεσμένος σε προηγούμενο πρόγραμμα) ο οποίος μίλησε για το Ashwagandha και τις θεραπευτικές του ιδιότητες και επανέλαβε τα όσα λέχθηκαν ήδη από τον καλεσμένο και παρουσιάστηκαν οπτικά με κάρτες στην οθόνη. Ανέφερε επίσης ότι σύμφωνα με πολλές μελέτες που έγιναν, χωρίς ωστόσο να δίνει περισσότερες πληροφορίες και στοιχεία για τις εν λόγω έρευνες, αν παίρνει κανείς 2 κάψουλες καθημερινά πριν το μεσημεριανό γεύμα με άδειο στομάχι, το αποτέλεσμα θα είναι άμεσο γιατί το συγκεκριμένο προϊόν περιέχει καθαρή Ashwagandha.

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος προβάλλονται σε τακτά χρονικά διαστήματα υπότιτλοι ως εξής

Τηλ. Εκπομπής 22 052802

(αστική χρέωση)

HERBAL POWER

MONO 38 €

Δωρεάν Έξοδα Αποστολής.

ΜΕΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΑΡΤΗΡΙΑΚΗ ΠΙΕΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΧΟΛΗΣΤΕΡΙΝΗ

Καταπολεμήστε άμεσα το ΑΓΧΟΣ, την ΚΑΤΑΘΛΙΨΗ, τις ΑΨΙΝΙΕΣ

Δώστε Ενέργεια και Ζωτικότητα στον Οργανισμό σας.

ΔΥΝΑΜΗ, ΕΥΕΞΙΑ, ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΗ ΥΓΕΙΑ

ΣΕΞΟΥΑΛΙΚΗ ΥΓΕΙΑ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ

100% ΚΑΘΑΡΗ ASHWAGANDHA

Ακολούθως, η παρουσιάστρια απευθύνθηκε στον κ. Καλούδη, τον οποίο ρώτησε αν συμβάλλει το Ashwagandha στη ψυχική μας υγεία. Σημειώνεται ότι ο κ. Καλούδης, όπως αναφέρθηκε στην έναρξη του προγράμματος είναι φυσίατρος.

Ο καλεσμένος αναφέρει ανάμεσα σε άλλα «ιδιαιτέρα στις μέρες μας με την κρίση που περνάμε όλοι οι άνθρωποι έχουν περισσότερο άγχος, περισσότερο στρες, περισσότερα νεύρα. Τις περισσότερες από τις μισές

μέρες της βδομάδας οι άνθρωποι παθαίνουν κρίσεις θυμού, με παράλληλα προβλήματα μνήμης, συγκέντρωσης, προσοχής και με προβλήματα στον ύπνο. Σε αυτά μπορεί να μας βοηθήσει».

Στη συνέχεια η παρουσιάστρια ρώτησε αν «μπορούμε να πούμε ότι μπορεί να μας βοηθήσει όσο αφορά τη σεξουαλική μας υγεία» και ο καλεσμένος απάντησε «με την έννοια της αυξημένης αντοχής και της καλύτερης συναισθηματικής διάθεσης».

Έπειτα, η παρουσιάστρια ρώτησε αν μπορούν να δοθούν κάποιες οδηγίες, για παράδειγμα ποια η ποσότητα και πόσο συχνά μπορεί κάποιος να το παίρνει και ο καλεσμένος ανέφερε ότι «συνήθως κυκλοφορεί σε κάψουλες των 400 ή 500mg και πρόσθεσε ότι αρχικά ξεκινά κανείς με 2 κάψουλες την ημέρα σε άδειο στομάχι, μισή ή μια ώρα πριν το φαγητό, κατά κύριο λόγο μεσημέρι πριν το γεύμα, και μέσα σε 7 ως 20 μέρες περιμένουμε να έχουμε τα πρώτα αποτελέσματα. Στη συνέχεια και εξατομικευμένα ανάλογα με τον ασθενή και τα προβλήματά του μπορούμε να φτάσουμε τη δοσολογία και στις 6 κάψουλες την ημέρα».

Στη συνέχεια η παρουσιάστρια ανέφερε «δηλαδή γιατρέ είναι λίγες οι αντενδείξεις, είναι περισσότερα τα οφέλη;» και ο ομοιοπαθητικός γιατρός το επιβεβαίωσε.

Ακολούθησε διάλογος της παρουσιάστριας με τους καλεσμένους ως εξής:

Καλεσμένος: Πρέπει να τονίσουμε μια ιδιότητα όχι μόνο του Ashwagandha αλλά και άλλων προσαρμογόνων φαρμάκων ότι η χρήση τους επιτρέπει στον άνθρωπο να λειτουργεί φυσιολογικά, πιο ήρεμος.

Παρουσιάστρια: Άρα, ελεύθερα κάποιος μπορεί να το παίρνει και τα οφέλη είναι πολύ περισσότερα από τα αρνητικά;

Καλεσμένος: Βέβαια, δεν έχει τις παρενέργειες άλλων βοτάνων...

Παρουσιάστρια: Άρα λοιπόν το συστήνετε ανεπιφύλακτα;

Καλεσμένος: Ναι, ναι.

Παρουσιάστρια: Κύριε Παπαϊωάννου, πριν κλείσουμε θέλετε να δώσετε μια συμβουλή στον κόσμο που μας ακούει, να προσθέσετε κάτι;

Καλεσμένος: Νομίζω με την κρίση που περνάμε σήμερα κυρίως ο ελληνικός λαός όλοι έχουμε ανάγκη ενός τέτοιου θεραπευτικού βοτάνου, προσαρμογόνου βοτάνου. Άρα ας το χρησιμοποιήσουμε όλοι να έχουμε μια ψυχική καλύτερη υγεία.

Παρουσιάστρια: *Κύριε Καλούδη τη γνώμη σας;*

Καλεσμένος: *Εγώ θέλω να τονίσω ότι η ιατρική είναι μια και ενιαία και ότι πρέπει οι γιατροί να έχουνε κατάρτιση και στα βότανα και στα ομοιοπαθητικά και στα ανθοϊάματα και όχι μόνο στα χημικά φάρμακα. Και πρέπει να πούμε ότι τα προσαρμογόνα φάρμακα όπως το Ashwagandha μπορούν άνετα να χρησιμοποιηθούν και με τα χημικά φάρμακα και με τα ομοιοπαθητικά.*

Παρουσιάστρια: *Συμπερασματικά λοιπόν το Ashwagandha είναι ένα βότανο που προσαρμόζει τη δράση του ανάλογα με τις ανάγκες του οργανισμού μας. Χαρίζει μια ζωή γεμάτη ενέργεια, αντοχή, χωρίς άγχος, χωρίς στρες, και μας βελτιώνει κατακόρυφα τη σωματική, σεξουαλική και ψυχική υγεία δημιουργώντας μας μια έντονη αίσθηση ευεξίας. Δεν έχει καμία παρενέργεια και μπορούμε να παίρνουμε 2 κάψουλες την ημέρα 1 ώρα πριν από το μεσημεριανό φαγητό εφ' όρου ζωής. Θα είναι ο εφ' όρου ζωής σύμμαχός μας για καλύτερη ψυχική, σωματική και σεξουαλική υγεία. Προσοχή όμως στα προϊόντα που δεν περιέχουν καθαρή ασβανταγκάνα 100%.*

Σημειώνεται ότι το σήμα της εταιρείας **Herbal Power**, προβάλλόταν **συνεχώς** στην οθόνη, είτε σε μεγαλύτερο είτε σε μικρότερο μέγεθος.

Ακολούθησε η πιο κάτω διαφήμιση, πριν τους τίτλους τέλους του προγράμματος:

«Άγχος, στρες, κατάθλιψη, αϋπνίες, μειωμένη λίμπιντο, στυτική δυσλειτουργία; Ashwagandha το μοναδικό προσαρμογόνο βότανο. Προσαρμόζει τη δράση του ανάλογα με τις ανάγκες του οργανισμού μας. Δρα άμεσα στο νευρικό μας σύστημα και κατευθύνεται εκεί που έχουμε περισσότερο ανάγκη. Για τόνωση, ενέργεια, ευεξία και σεξουαλική υγεία. Ashwagandha. Δώστε τέλος στο πρόβλημά σας 100% φυσικά, χωρίς παρενέργειες.

Κατά τη διάρκεια της διαφήμισης προβαλλόταν το τηλέφωνο παραγγελιών 22052802 καθώς και κουτί του συγκεκριμένου προϊόντος και αναγραφόταν η τιμή του προϊόντος που είναι 38 ευρώ.

2. Στις 17.10.2017, μεταξύ των ωρών 23:00 – 00:30, ο τηλεοπτικός οργανισμός «PLUS TV» μετέδωσε παράθυρο τηλεαγοράς με τίτλο «Ιατρική και Βοτανολογία» που αφορούσε στην παρουσίαση και προώθηση πώλησης του προϊόντος Ashwagandha της Herbal Power, χωρίς να είναι άμεσα αναγνωρίσιμο και διακριτό από το συντακτικό περιεχόμενο, κατά παράβαση του άρθρου 33(1)(α) των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Οργανισμών του 1998 μέχρι 2017.

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

3. Στις **17.10.2017**, μεταξύ των ωρών **23:00 – 00:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**PLUS TV**» στα πλαίσια του παράθυρου τηλεαγοράς με τίτλο «**Ιατρική και Βοτανολογία**», μετέδωσε μήνυμα τηλεαγοράς του προϊόντος Ashwagandha της Herbal Power, το οποίο **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).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

4. Στις **17.10.2017**, μεταξύ των ωρών **23:00 – 00:30**, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**PLUS TV**» στα πλαίσια του παράθυρου τηλεαγοράς με τίτλο «**Ιατρική και Βοτανολογία**», μετέδωσε διαφήμιση του προϊόντος Ashwagandha της Herbal Power, η οποία **παρουσίαζε με λόγια και οπτικά, το διαφημιζόμενο είδος (προϊόν) με τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις**, κατά παράβαση της **Παραγράφου Δ.1** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

Ο Οργανισμός, με επιστολή της Διευθύντριας του κ. Κωνσταντίνος Χριστοδούλου Δρουσιώτη, ημερομ. 7/2/2018, (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄), υπέβαλε τις θέσεις και τις απόψεις του σε σχέση με την εν λόγω υπόθεση. Σημειώνεται ότι ο Οργανισμός απέστειλε εκ νέου (ταυτόσημες) απόψεις στις 15/2/2018. Επίσης, ο Οργανισμός δεν εξέφρασε την επιθυμία να επιθεωρήσει το διοικητικό φάκελο της εν λόγω υπόθεσης.

Έχουμε μελετήσει με μεγάλη προσοχή όλα τα ενώπιόν μας στοιχεία και περιστατικά συμπεριλαμβανομένων των γραπτών εξηγήσεων του Οργανισμού, όπως έχουν εκφρασθεί από τη Διευθύντριά του, και κατόπιν προσεκτικής παρακολούθησης του εν λόγω προγράμματος, κρίνουμε ότι:

Στις **17.10.2017**, μεταξύ των ωρών 23:00 – 00:30, ο τηλεοπτικός οργανισμός «**PLUS TV**» μετέδωσε παράθυρο τηλεαγοράς με τίτλο «**Ιατρική και Βοτανολογία**» που αφορούσε στην παρουσίαση και προώθηση πώλησης του προϊόντος Ashwagandha της Herbal Power, χωρίς να διακρίνεται σαφώς ως τέτοιο, κατά παράβαση του άρθρου 34Α(1) και χωρίς να είναι άμεσα αναγνωρίσιμο και διακριτό από το

συντακτικό περιεχόμενο του προγράμματος κατά παράβαση του άρθρου 33(1)(α) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Περαιτέρω, στις **17.10.2017**, μεταξύ των ωρών 23:00 – 00:30, ο τηλεοπτικός οργανισμός «PLUS TV» στα πλαίσια του παράθυρου τηλεαγοράς με τίτλο «Ιατρική και Βοτανολογία», μετέδωσε μήνυμα τηλεαγοράς του προϊόντος Ashwagandha της Herbal Power, το οποίο περιείχε υπερβολικούς και ανυπόστατους ισχυρισμούς, κατά παράβαση της Παραγράφου Β.1. και το οποίο παρουσίαζε με λόγια και οπτικά το διαφημιζόμενο είδος (προϊόν) με τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί 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).

Αναφορικά με τον ισχυρισμό του Οργανισμού όπως καταγράφεται στην παράγραφο 3 της επιστολής ημερομ. 7/2/2018, της Διευθύντριας του προς την Αρχή, η Αρχή επισημαίνει ότι οι αναφορές κατά τη διάρκεια του προγράμματος ότι το εν λόγω προϊόν – δηλαδή το βότανο Ashwagandha της εταιρείας Herbal Power – θεραπεύει πλήθος ασθενειών, σωματικών και ψυχολογικών / ψυχικών, όπως καταγράφονται στον Πίνακα Α' ημερομ. 17/1/2018 και χωρίς οποιεσδήποτε μαρτυρίες – αναφορές σε ιατρικές έρευνες είναι αστήρικτες και αβάσιμες, αφού δεν στοιχειοθετούνται από οποιεσδήποτε επιστημονικές μαρτυρίες ή αποδείξεις, ούτε υποστηρίζονται από τα ευρήματα ιατρικών ερευνών ή/και μελετών. Το γεγονός ότι το εν λόγω προϊόν παρασκευάζεται στην Αγγλία δεν υποδηλώνει και δεν εξυπακούεται ότι οι αναφορές που έγιναν δεν δημιουργούν άμεσα ή συμπερασματικά λανθασμένες εντυπώσεις.

Η Αρχή δεν θα σχολιάσει περαιτέρω την επισυναπτόμενη Διαδικασία Γνωστοποίησης στο Διευθυντή Ιατρικών Υπηρεσιών και Υπηρεσιών Υγείας για κυκλοφορία σκευασμάτων διατροφής στην Κυπριακή Δημοκρατία τα οποία κυκλοφορούν νόμιμα σε άλλο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας καθώς το θέμα δεν την αφορά και είναι εκτός των αρμοδιοτήτων της. Η Αρχή επιλαμβάνεται του ραδιοτηλεοπτικού προϊόντος που προβάλλεται στην Κυπριακή Δημοκρατία.

Η Αρχή υπογραμμίζει την ανάγκη κάθε πρόγραμμα που περιλαμβάνει διαφημιστικές αναφορές και μηνύματα να διαχωρίζεται σαφώς και να είναι άμεσα διακριτό και αναγνωρίσιμο από το υπόλοιπο συντακτικό περιεχόμενο που ο Οργανισμός προβάλλει, έτσι ώστε οι τηλεθεατές να είναι σε θέση εύκολα

να το αναγνωρίζουν ως τέτοιο, δηλαδή ως πρόγραμμα διαφήμισης ή/ και τηλεαγοράς. Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης επισημαίνει ότι η μετάδοση διαφημίσεων που δεν είναι άμεσα αναγνωρίσιμες και διακριτές από το συντακτικό περιεχόμενο συνιστά σοβαρή παράβαση της νομοθεσίας και επισύρει την προσοχή του Οργανισμού στο γεγονός ότι η υιοθέτηση μιας τέτοιας πρακτικής πλήττει τα συμφέροντα τόσο των τηλεθεατών, όσο και των δημοσιογράφων και γενικότερα τον υγιή ανταγωνισμό.

Πιο συγκεκριμένα, ως προς τους τηλεθεατές, η Αρχή έχει επανειλημμένα υποδείξει ότι η ανάμειξη είτε της παρουσιάστριας είτε των μελών του πάνελ (πρόσωπα με τα οποία είναι εξοικειωμένοι οι τηλεθεατές και επομένως επηρεάζουν πολύ περισσότερο την κρίση τους) στην παρουσίαση/προώθηση προϊόντων αποτελεί μορφή εκμετάλλευσης της εμπιστοσύνης που αναπτύσσεται μεταξύ της παρουσιάστριας ή των μελών του πάνελ και του τηλεθεατή, με σκοπό την προώθηση προϊόντων έξω από το θεσμοθετημένο πλαίσιο διαφήμισης. Ενδεικτικό παράδειγμα στην προκειμένη περίπτωση, οι εξής αναφορές μέλους του πάνελ για τα διαφημιζόμενα προϊόντα: *«έχει πολλά οφέλη, δίνει ενέργεια δύναμη και αντοχή όλη μέρα»*, *«μας βοηθά απίστευτα στη διάθεσή μας και μας χαρίζει μια αίσθηση ευεξίας»*.

Περαιτέρω, η Αρχή επισημαίνει ότι στην περίπτωση που η διαφήμιση δεν είναι σαφώς διαχωρισμένη από τα άλλα μέρη της υπηρεσίας του προγράμματος μέσω οπτικών ή/και ακουστικών ή/και χωρικών μέσων και συγχέεται με το συντακτικό πρόγραμμα, ο μέσος τηλεθεατής δεν είναι σε θέση να ενεργοποιήσει τους μηχανισμούς κριτικής πρόσληψης μιας διαφήμισης, με αποτέλεσμα να δυσκολεύεται να κατανοήσει κατά πόσο τα όσα λέγονται αποτελούν μέρος μιας διαφήμισης ή μεταδίδονται ως γεγονότα, στο πλαίσιο του προγράμματος.

Επιπλέον, η μετάδοση διαφημίσεων που δεν είναι άμεσα αναγνωρίσιμες δημιουργεί αφενός αθέμιτο ανταγωνισμό και αφετέρου επηρεάζει το συντακτικό περιεχόμενο, με αποτέλεσμα να θίγεται η αρτιότητα των προγραμμάτων, αλλά και η δημοσιογραφική και δημιουργική ανεξαρτησία των δημοσιογράφων, παραγωγών ή άλλων δημιουργών των οργανισμών.

Επομένως, κάθε μορφής διαφήμιση θα πρέπει να γίνεται με θεμιτά μέσα και να τηρεί τις πρόνοιες της Νομοθεσίας. Εξάλλου, η μετάδοση διαφημίσεων ή/και προγραμμάτων τηλεμπορίας δεν απαγορεύεται εξ ολοκλήρου από τη νομοθεσία.

Αναφορικά με τη θέση του Οργανισμού και την ενημέρωση που παρείχε στην Αρχή ότι ο Οργανισμός συμμορφώθηκε με την παρατήρηση της Αρχής και ότι άμεσα άρχισε να προβάλλει πριν από την έναρξη του σχετικού προγράμματος, δηλαδή του προγράμματος «Ιατρική και Βοτανολογία», κάρτα με την ένδειξη «ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ», το οποίο συνοδεύεται από φωνητικό/ηχητικό μήνυμα «ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ» και τα οποία είναι άμεσα αναγνωρίσιμα και διακριτά, η Αρχή χαιρετίζει τη στάση του Οργανισμού.

Ενόψει των ανωτέρω, η Αρχή κρίνει και αποφασίζει ότι υπάρχουν παραβάσεις των Άρθρων 34Α(1) (υποστοιχείο 1) και 33(1)(α) (υποστοιχείο 2) του Νόμου 7(Ι)/1998 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), και των Παραγράφων Β.1 (υποστοιχείο 3) και 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).

Σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 3(2)(ζ), η Αρχή έχει δώσει στον Οργανισμό 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 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 για σκοπούς επιβολής κυρώσεων μέσα σε δέκα (10) 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 ΠΕΤΡΗ ΚΑΣΑΠΗ)
Πρόεδρος
Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 8/2018(19))

ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΙΘΑΝΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ «PLUS TV» (εφεξής ο Οργανισμός)

Ημερομηνία Απόφασης: 11 Ιουλίου 2018

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

ΑΠΟΦΑΣΗ

Στις **21 Μαρτίου 2018** η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε ότι στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν παραβάσεις των **άρθρων 34Α(1)** και **33(1)(α)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) και των **Παραγράφων Β.1** και **Δ.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).

Τα πιο πάνω Άρθρα αναφέρουν:

34Α.-(1) Τα παράθυρα τηλεαγοράς διακρίνονται σαφώς ως τέτοια με οπτικά και ακουστικά μέσα και έχουν ελάχιστη αδιάλειπτη διάρκεια 15 λεπτών.

33.-(1) Οι τηλεοπτικοί οργανισμοί οι οποίοι υπάγονται στη δικαιοδοσία της Δημοκρατίας υποχρεούνται να τηρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις:

(α) Η τηλεοπτική διαφήμιση και οι τηλεαγορές πρέπει να είναι άμεσα αναγνωρίσιμες και διακριτές από το συντακτικό περιεχόμενο. Με την επιφύλαξη της χρήσης νέων διαφημιστικών τεχνικών, οι τηλεοπτικοί οργανισμοί διασφαλίζουν ότι η τηλεοπτική διαφήμιση και οι τηλεαγορές πρέπει να διακρίνονται σαφώς από τα άλλα μέρη της υπηρεσίας του προγράμματος μέσω οπτικών ή/και ακουστικών ή/και χωρικών μέσων.

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.

Δ1. 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.

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, επιβαλλομένων κυρώσεων.

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

Η Αρχή με επιστολή της ημερομηνίας **4.6.2018** κάλεσε τον Οργανισμό, εάν επιθυμεί, να υποβάλει τις απόψεις του εγγράφως για σκοπούς επιβολής κυρώσεων μέσα σε δέκα (10) ημέρες 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 στη διαδικασία επιβολής κυρώσεων.

Ο Οργανισμός δεν έχει υποβάλει οποιεσδήποτε γραπτές εξηγήσεις και/ή παραστάσεις και/ή τις θέσεις του αναφορικά με την εν λόγω υπόθεση.

Η Αρχή επαναλαμβάνει την αναγκαιότητα όπως κάθε πρόγραμμα που περιλαμβάνει διαφημιστικές αναφορές και μηνύματα διαχωρίζεται σαφώς και να είναι άμεσα διακριτό και αναγνωρίσιμο από το υπόλοιπο συντακτικό περιεχόμενο που ο Οργανισμός προβάλλει, έτσι ώστε οι τηλεθεατές να είναι σε θέση εύκολα να το αναγνωρίζουν ως τέτοιο, δηλαδή ως πρόγραμμα διαφήμισης ή/ και τηλεαγοράς. Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης επισημαίνει ότι η μετάδοση διαφημίσεων που δεν είναι άμεσα αναγνωρίσιμες και διακριτές από το συντακτικό περιεχόμενο συνιστά σοβαρή παράβαση της νομοθεσίας και επισύρει την προσοχή του Οργανισμού στο γεγονός ότι η υιοθέτηση μιας τέτοιας πρακτικής πλήττει τα συμφέροντα τόσο των τηλεθεατών, όσο και των δημοσιογράφων και γενικότερα τον υγιή ανταγωνισμό. Η Αρχή επισημαίνει εκ νέου ότι η μετάδοση διαφημίσεων που δεν είναι άμεσα αναγνωρίσιμες δημιουργεί αφενός αθέμιτο ανταγωνισμό και αφετέρου επηρεάζει το συντακτικό περιεχόμενο, με αποτέλεσμα να θίγεται η αρτιότητα των προγραμμάτων, αλλά και η δημοσιογραφική και δημιουργική ανεξαρτησία των δημοσιογράφων, παραγωγών ή άλλων δημιουργών των οργανισμών.

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, αφού έλαβε σοβαρά υπόψη της όλα τα ενόπιόν της στοιχεία, όπως τη σοβαρότητα, τη φύση, τη διάρκεια και τη βαρύτητα των παραβάσεων καθώς και τη συμπεριφορά του Οργανισμού ως προς τη διάπραξη παρόμοιας φύσεως παραβάσεων, η Αρχή αποφασίζει να επιβάλει στον Οργανισμό, κυρώσεις ως ακολούθως:

Για τις παραβάσεις που έγιναν στις **17.10.2017**, κυρώσεις ως εξής:

- Για την παράβαση του **άρθρου 34Α(1)** (υποστοιχείο **1**) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), δεν επιβάλλεται οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας γεγονότων με το υποστοιχείο 2.
- Για την παράβαση του **άρθρου 33(1)(α)** (υποστοιχείο **2**) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), **το διοικητικό πρόστιμο των €3.100.**
- Για την παράβαση της παραγράφου **B.1** (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 €1.500.**
- 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), δεν επιβάλλεται οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας γεγονότων με το υποστοιχείο 3.

Ο οργανισμός καλείται να εμβάσει προς την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου το διοικητικό πρόστιμο των **€4.600** που του έχει επιβληθεί μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από την κοινοποίηση σ' αυτόν της παρούσας απόφασης.

(Ρόνα Πετρή Κασάπη)
Πρόεδρος
Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου