

## ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 9/2005(1))

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

Ημερομηνία Απόφασης: 12 Δεκεμβρίου, 2005

Ενώπιον: κ.κ. Νίκου Παπαϊωάννου, Προέδρου, Ανδρέα Ιωάννου, Αντιπροέδρου, Μαίρης Κουτσελίνη και Μαρίας Δωρίτη, Μελών.

Εκ μέρους του σταθμού: κος. Λ. Παπαφιλίππου, Δικηγόρος Σταθμού

### ΑΠΟΦΑΣΗ

Στην παρούσα υπόθεση η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξετάζει αυτεπάγγελτα τις από μέρους του σταθμού πιθανές παραβάσεις των παραγράφων **B1, B5 και Δ1** 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).

Οι πιο πάνω παράγραφοι αναφέρουν τα εξής :

***B1** 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.*

***B5** Οι διαφημίσεις πρέπει να είναι σύμφωνες με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου. Καμία διαφήμιση δεν επιτρέπεται να περιέχει οποιαδήποτε περιγραφή, ισχυρισμό ή παράσταση που άμεσα ή συμπερασματικά παραπλανά για το*

*προϊόν ή την υπηρεσία που διαφημίζεται ή για την καταλληλότητα του για το σκοπό που διαφημίζεται.*

***Δ1** 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 διερεύνηση προέκυψε μετά από δύο ανώνυμα παράπονα/ καταγγελίες τηλεθεατών, ημερομηνίας **4.8.2004** και **20.8.2004**. Τα παράπονα αφορούσαν γενικά όλους τους τηλεοπτικούς σταθμούς παγκύπριας εμβέλειας και συγκεκριμένα την προβολή διαφημίσεων για τηλεφωνικούς διαγωνισμούς τηλεξυπηρέτησης. Ο πρώτος παραπονούμενος υποστηρίζει ότι **αναφέρεται η τιμή ανά λεπτό (πχ 144 σ/λ) αλλά δεν αναφέρεται η διάρκεια του διαγωνισμού (διάρκεια κλήσης)**. Η προσωπική του άποψη είναι ότι αυτές οι διαφημίσεις είναι παράνομες. Ο δεύτερος παραπονούμενος υποστηρίζει ότι σε αυτού του είδους τις διαφημίσεις **το ποσό μπαίνει με μικρά γράμματα ούτως ώστε να μην το αντιλαμβάνονται οι ανήλικοι και να τηλεφωνούν επανελημμένα με αποτέλεσμα να έχει πληρώσει το ποσό των 250 λιρών.**

Δυνάμει του κανονισμού **41(1)** των προαναφερθέντων Κανονισμών, **οι διαφημίσεις δεν εμπίπτουν στα είδη παραπόνων του κοινού** για τα οποία η Αρχή έχει αρμοδιότητα να εξετάζει και ως εκ τούτου, κατόπιν της πιο πάνω πληροφορίας η Αρχή έχει προβεί, με βάση τον κανονισμό **41(2)**, σε **αυτεπάγγελτη διερεύνηση.**

Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, με επιστολή της ημερομ. **26/1/2005** έθεσε ενώπιον του σταθμού τις διερευνώμενες παραβάσεις για οποιεσδήποτε 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 **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:55-10:05** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα*** η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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).

**Ειδικότερα η διαφήμιση παρακινεί το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει τα τελευταία ξεκαρδιστικά ανέκδοτα. Αρχίζει παρουσιάζοντας στιγμιότυπα από τους νικηφόρους αγώνες της εθνικής Ελλάδος, κατά την διάρκεια του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος και συνεχίζει με ένα χιουμοριστικό διάλογο τριών «οπαδών» που κατά την διάρκεια των επευφημιών τους παρακινούνται από τον ένα, να σταματήσουν να ζητωκραυγάζουν και να τηλεφωνήσουν στον εν λόγω αριθμό για να ξεκουραστούν και να ακούσουν «ευρωπαϊκά ανέκδοτα». Καθ' όλη την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλεται στην οθόνη ο αριθμός του τηλεφώνου που πρέπει να καλούν οι τηλεθεατές με πολύ μεγάλα και ευανάγνωστα γράμματα, το όνομα της εταιρείας που οργανώνει τη διαφήμιση με μικρότερα γράμματα και τέλος τη χρέωση ανά λεπτό (86 σ/λ) με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα Δεν αναγράφεται πότε μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στο εν λόγω τηλέφωνο και δεν φαίνεται στην οθόνη με καθαρά και ευανάγνωστα γράμματα η χρέωση των τηλεφωνημάτων και ο χρόνος που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος.**

2. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:55-10:05**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία δεν είναι

σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 1.

3. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:55-10:05 π.μ.**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 1.

4. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **12:20-12:30** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 1.

5. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **12:20-12:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 1.

6. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **12:20-12:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 1.

7. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:40-09:50** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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).

Ειδικότερα η διαφήμιση προκαλεί τους φίλους του ποδοσφαίρου να τηλεφωνήσουν και να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό για να κερδίσουν ένα εισιτήριο για τον ποδοσφαιρικό αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας. Κατά την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλονται στιγμιότυπα από τα τέρματα που πέτυχε η εθνική ομάδα της Ελλάδας στο Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα και παράλληλα ακούγεται μια φωνή που θυμίζει ανταποκριτή αγώνα να παρακινεί τους τηλεθεατές να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό. Επίσης περνούν στην οθόνη υπό μορφή crowling λεπτομέρειες όπως «κερδίστε αεροπορικό εισιτήριο με επιστροφή και εισιτήριο του αγώνα...». Προς το τέλος της διαφήμισης παρουσιάζεται η ερώτηση του διαγωνισμού με τρεις πιθανές απαντήσεις. Κατά την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλεται ο αριθμός του τηλεφώνου που μπορούν να καλούν οι τηλεθεατές με αρκετά μεγάλα γράμματα. Το όνομα της εταιρείας που διοργανώνει τον διαγωνισμό και η χρέωση προβάλλονται με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα. Δεν αναγράφεται πότε μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στο εν λόγω τηλέφωνο και δεν φαίνεται στην οθόνη με καθαρά και ευανάγνωστα γράμματα η χρέωση των τηλεφωνημάτων και ο χρόνος που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος.

8. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:40-09:50**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 7.

9. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:40-09:50**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 7.

10. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **10:30-10:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 οι παρατηρήσεις του υποστοιχείου 7.

11. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **10:30-10:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 7.

12. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **10:30-10:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 7.

13. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **15:30-15:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, κατά παράβαση της παραγράφου **Β1** 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 οι παρατηρήσεις του υποστοιχείου 7.

14. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **15:30-15:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη



υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 7.

15. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **15:30-15:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 7.

16. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **18:10-18:20** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 οι παρατηρήσεις του υποστοιχείου 7.

17. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **18:10-18:20**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών

Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 7.

18. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **18:10-18:20**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 7.

19. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:40-11:50**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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).

**Ειδικότερα η διαφήμιση αυτή παρακινεί τους τηλεθεατές να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό και να κερδίσουν ένα ταξίδι για τέσσερα άτομα στην**

**Eurodisney. Κατά την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλονται φωτογραφίες με διάφορους ήρωες, στιγμιότυπα από την Eurodisney και οι σχετικές ερωτήσεις. Παρουσιάζεται, σχεδόν καθ'όλη την διάρκεια, το τηλέφωνο επικοινωνίας με πολύ μεγάλα και καθαρά γράμματα ενώ το όνομα της εταιρείας και η χρέωση ανά λεπτό (144 σ/λ) με πάρα πολύ μικρά και θολά γράμματα. Δεν αναγράφεται πότε μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στο εν λόγω τηλέφωνο και δεν φαίνεται στην οθόνη με καθαρά και ευανάγνωστα γράμματα η χρέωση των τηλεφωνημάτων και ο χρόνος που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος.**

20. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:40-11:50**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει **Εισιτήριο για τη Eurodisney**, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

21. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:40-11:50**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει **Εισιτήριο για τη Eurodisney**, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

22. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:00-09:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

23. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:00-09:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

24. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:00-09:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει

παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου Δ1 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 υπό στοιχείου 19.

25. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:20-16:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου Β1 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 υπό στοιχείου 19.

26. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:20-16:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου Β5 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 υπό στοιχείου 19.

27. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:20-16:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

28. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:30-16:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

29. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:30-16:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

30. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:30-16:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

31. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **19:30-19:40** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **Β1** 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 υπό στοιχείου 19.

32. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **19:30-19:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε

περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

33. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **19:30-19:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

34. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:30-09:40** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 1.

35. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:30-09:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό



να τηλεφωνήσει και να ακούσει *Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα*, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 1.

36. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:30-09:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει *Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα*, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 1.

37. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **12:30-12:40** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει *Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα*, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 1.

38. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **12:30-12:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση για πού καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 1.

39. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **12:30-12:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 1.

40. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **14:30-14:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε τα κοινά να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 1.

41. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **14:30-14:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 1.

42. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **14:30-14:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει ***Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 1.

43. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:20-11:30** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό

να τηλεφωνήσει και να κερδίσει *Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας*, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 7.

44. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:20-11:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει *Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας*, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 7.

45. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:20-11:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει *Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας*, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 7.

46. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:30-16:40** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 7.

47. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:30-16:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 7.

48. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:30-16:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τον αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 7.

49. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **01:00-01:10** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

50. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **01:00-01:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

51. Στις **19.8.2004** μεταξύ των ωρών **01:00-01:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό

να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

52. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:00-09:10** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

53. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:00-09:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

54. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **09:00-09:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

55. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **10:00-10:10** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **Β1** 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 υπό στοιχείου 19.

56. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **10:00-10:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν



παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

57. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **10:00-10:10**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

58. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:30-11:40** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

59. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:30-11:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν

είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

60. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **11:30-11:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

61. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:20-16:30** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

62. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:20-16:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

63. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **16:20-16:30**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

64. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **17:10-17:20** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

65. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **17:10-17:20**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

66. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **17:10-17:20**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

67. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **19:40-19:50** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

68. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **19:40-19:50**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει **Εισιτήριο για τη Eurodisney**, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

69. Στις **20.8.2004** στις **19.41.05 μ.μ.**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση για τηλεοπτικό διαγωνισμό η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

70. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **21:50-22:00** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

71. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **21:50-22:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

72. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **21:50-22:00**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** 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 υπό στοιχείου 19.

73. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **17:30-17:40** κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία περιείχε μη αληθή πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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 υπό στοιχείου 19.

74. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **17:30-17:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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 υπό στοιχείου 19.

75. Στις **20.8.2004** μεταξύ των ωρών **17:30-17:40**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση που καλούσε το κοινό να τηλεφωνήσει και να κερδίσει ***Εισιτήριο για τη Eurodisney***, η οποία έχει

παρουσιάσει τη διαφημιζόμενη υπηρεσία και τη τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου Δ1 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 υπό στοιχείου 19.

Ο σταθμός υπέβαλε την πιο κάτω επιστολή του Δικηγόρου του ημερομηνίας **1/3/2005**, αναφέροντας τα ακόλουθα:

*«Σχετικά με την πιο πάνω υπόθεση, έχουμε ζητήσει έκθεση από τον σταθμό και από τους δημιουργούς των ανεκδότην και περιμένουμε απάντηση τους, γι αυτό παρακαλούμε όπως μας δοθεί παράταση μέχρι 20 Μαρτίου, 2005 για να μπορέσουμε να συγκεντρώσουμε το απαραίτητο υλικό. Ο σταθμός θα υποβάλει παραστάσεις κατά την εξέταση.»*

Σε συνέχεια της πιο πάνω επιστολής ο δικηγόρος του σταθμού, σε δεύτερη επιστολή ίδιας ημερομηνίας συμπληρώνει τα εξής:

*«Περαιτέρω προς τη σημερινή μου επιστολή σας αποστέλλω τις απόψεις των δημιουργών των ξεκαρδιστικών ανεκδότην- εταιρείας Golden Telemedia που ελήφθησαν σήμερα.*

*Εντός της εβδομάδας θα έχω και τις απόψεις του σταθμού οι οποίες θα μελετηθούν και θα υποβάλω εντός της προθεσμίας που ζήτησα παραστάσεις και την νομική μας θέση.»*

Οι απόψεις του αντιπροσώπου της Golden Telemedia που επισυνάπτονται με την πιο πάνω επιστολή αναφέρουν τα εξής:

*«Η εν λόγω καταγγελία αφορά ουσιαστικά την μετάδοση των τριών πιο κάτω διαφημιστικών σποτ:*

*1. Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα.*



2. Διαγωνισμός με δώρο αεροπορικό εισιτήριο για Αθήνα μαζί με εισιτήριο του ποδοσφαιρικού αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας.
3. Διαγωνισμός με δώρο ταξιδιωτικό πακέτο για την Eurodisney.

Η καταγγελία που αφορά και τα τρία διαφημιστικά σπότ είναι η ακόλουθη:

«... καθ'όλη την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλεται στην οθόνη ο αριθμός του τηλεφώνου που πρέπει να καλούν οι τηλεθεατές με πολύ μεγάλα και ευανάγνωστα γράμματα, το όνομα της εταιρείας που οργανώνει τη διαφήμιση με μικρότερα γράμματα και τέλος τη χρέωση ανά λεπτό με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα. Δεν αναγράφεται πότε μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στο εν λόγω τηλέφωνο και δεν φαίνεται στην οθόνη με καθαρά και ευανάγνωστα γράμματα η χρέωση των τηλεφωνημάτων και ο χρόνος που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος.

#### ΣΧΟΛΙΑ

1. Η Α.Ρ.Κ πρέπει να καταλάβει επιτέλους ότι οι διαφημίσεις της τηλεπληροφόρησης (audiotex ή premium rate services ή υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας) και πολύ σύντομα οι διαφημίσεις του Υπερτιμημένου SMS (premium SMS) δεν διαφέρουν σε τίποτα από τις διαφημίσεις προϊόντων π.χ καθαριστικά, υπεραγορές, τράπεζες κλπ. Απλά οι διαφημίσεις των premium rate services πουλούν υπηρεσίες ενώ άλλες πουλούν προϊόντα.

Απορρίπτω παντελώς και κατηγορηματικά ότι οι διαφημίσεις υπο καταγγελία περιείχαν μη αληθής πληροφορίες για το κοινό.

Όπως και πολλές διαφημίσεις προϊόντων (ειδικά αν είναι διαφημίσεις που προωθούν τα προϊόντα τους μέσω διαγωνισμών (βλέπε Τράπεζες και Υπεραγορά Ορφανίδη που κάθε λίγο κληρώνουν αυτοκίνητα σε αυτούς που χρησιμοποιούν τα προϊόντα τους) έτσι και στις διαφημίσεις/ διαγωνισμούς

*υπηρεσιών είναι αδύνατο σε 30 δευτερόλεπτα να αναλύσεις όλους τους όρους του διαγωνισμού.*

*Συνήθως σε 30 δευτερόλεπτα ο διαφημιζόμενος προβάλλει το δώρο/ έπαθλο, την ημερομηνία λήξης του διαγωνισμού και το πώς μπορεί κάποιος να λάβει μέρος στο διαγωνισμό (π.χ κάθε φορά που χρησιμοποιείς την πιστωτική σου κάρτα αποκτάς ένα δικαίωμα συμμετοχής στην κλήρωση για ένα μεγάλο δώρο).*

- 2. Εξ' όσο γνωρίζω όταν κάποιος προκηρύσσει ένα διαγωνισμό δεν είναι υποχρεωμένος να «βάλει» όλους τους όρους στο τηλεοπτικό σποτάκι αφού όπως εξήγησα πιο πάνω είναι αδύνατο να γίνει αυτό σε 30 δευτερόλεπτα. Είναι υπόχρεος όμως να γνωστοποιήσει σε όλους τους συμμετέχοντες το που μπορούν να βρουν τους όρους του διαγωνισμού.*

*Η Golden Telemedia σε όλους τους διαγωνισμούς της το πράττει τούτο (α) μέσω ηχογραφημένου μηνύματος και μάλιστα κατά την διάρκεια συμμετοχής στον διαγωνισμό (β) μέσω ζωντανής εξυπηρέτησης στο τηλεφωνικό κέντρο του γραφείου της και (γ) μέσω του διαδικτύου.*

- 3. «...δεν αναγράφεται πότε μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στο εν λόγω τηλέφωνο»*

*Είναι πασίγνωστο ότι οι υπηρεσίες τηλεπληροφόρησης και γενικότερα οι τηλεφωνικές υπηρεσίες είναι ανοικτές 24 ώρες το 24ωρο.*

*Άρα στις υπό καταγγελίες διαφημίσεις / διαγωνισμούς κάποιος μπορεί να λάβει μέρος 24 ώρες το 24ωρο.*

4. «...δεν φαίνεται στη οθόνη με καθαρά και ευαναγνωστα γράμματα η χρέωση των τηλεφωνημάτων.»

*Αυτό είναι υποκειμενικό.*

*Η Golden Telemedia φροντίζει και ελέγχει πάντα όλες τις διαφημίσεις της έτσι ώστε η χρέωση να φαίνεται και να διαβάζεται ικανοποιητικά.*

*Σίγουρα η χρέωση δεν μπορεί να έχει το ίδιο size με τον τηλεφωνικό αριθμό.*

*Επιπλέον δεν υπάρχει ξεκάθαρη νομοθεσία που να καθορίζει την σχέση χρέωσης και μεγέθους.*

*Παρά ταύτα η Golden Telemedia έχει ζητήσει (και δώσει συγκεκριμένες εισηγήσεις) από τον Επίτροπο Τηλεπικοινωνιών με δύο επιστολές της να ρυθμίσει το θέμα αυτό έως πιο κάτω:*

*Μέγεθος Χρέωσης: να καθοριστεί το min size, γραμματοσειρά και σχέση χρέωσης VS τηλεφωνικού αριθμού.*

*Τοποθέτηση Χρέωσης: να καθοριστεί η θέση της χρέωσης π.χ για τηλεόραση κάτω αριστερά έτσι ώστε να ξέρει που θα την βρεί.*

*Αντιλαμβάνεστε ότι εφ'όσο δεν υπάρχει νομοθεσία περί του θέματος θα έχουμε το φαινόμενο του φούρνου του Χότζα, δηλαδή όπου και την τοποθετήσουμε και όπως την τοποθετήσουμε σε κάποιους θα αρέσει και σε κάποιους όχι.*

*Συνοψίζοντας λοιπόν θεωρώ την συγκεκριμένη καταγγελία άδικη και ατεκμηρίωτη για τους πιο κάτω λόγους:*

1. Οι διαφημίσεις/ διαγωνισμοί του 900... λειτουργούν και με μεγάλη επιτυχία σε όλη την Ευρώπη.
2. ο τρόπος προβολής τους από την Golden Telemedia μέσω του ANTI (άρα και τα υπό καταγγελία) είναι βασισμένος στις Ευρωπαϊκές προδιαγραφές (βλέπε ICTIS, τους οποίους κανονισμούς τους παραδώσαμε παλαιότερα στην Α.Ρ.Κ )

Σημειώνω ότι η Golden Telemedia χρησιμοποιεί μεθόδους προώθησης βασισμένους πάνω σε ευρωπαϊκά standards, παρά το γεγονός ότι δεν είναι υποχρεωμένη να πράξει τούτο αφού δεν υπάρχει συγκεκριμένη νομοθεσία.

3. Οι διαγωνισμοί του 900... δεν διαφέρουν δε τίποτα από τους άλλους διαγωνισμούς εταιρειών που προωθούν τα προϊόντα τους μέσω διαγωνισμών βλέπε ΟΡΦΑΝΙΔΗΣ, Coca Cola, Τράπεζες, Macdonalds κλπ. Βάση της συγκεκριμένης καταγγελίας η Α.Ρ.Κ θα πρέπει να απαγορεύσει και τις διαφημίσεις των πιο πάνω εταιρειών αφού καμία από αυτές δεν παρουσιάζει τα τηλεοπτικά σποτ της, τους όρους του διαγωνισμού (αυτό άλλωστε είναι αδύνατο).
4. Η χρέωση πάντα αναγράφεται στα τηλεοπτικά σποτ καθαρά. Είμαστε οι πρώτοι που θα επικροτήσουμε και ταυτόχρονα να υιοθετήσουμε την θέσπιση νομοθεσίας/διατάγματος από τον Ρυθμιστή Τηλεπικοινωνιών για αυτό το θέμα.»

Η Αρχή με επιστολή της ημερομηνίας **3/3/2005** πληροφόρησε το σταθμό ότι έκανε δεκτό το αίτημα του και του παραχώρησε παράταση μέχρι τις **20/3/2005**.

Ο πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου του σταθμού κ. Παπαφιλίππου υπέβαλε τις θέσεις του σταθμού σε επιστολή του ημερομηνίας **10/3/2005** αναφέροντας τα εξής:

*«Υποβάλλω τις θέσεις του Σταθμού για την ως άνω υπόθεση.*

- 1. Υιοθετώ τις απόψεις της εταιρείας Golden Telemedia που σας έχουν υποβληθεί.*
- 2. Ο Σταθμός περαιτέρω τονίζει πως δεν υπάρχει παράβαση της ΚΔΠ 10/2000.*
- 3. Η Αρχή δεν έχει εξουσία να ενεργεί και δικάζει για παράβαση άλλων Νόμων ή Κανονισμών όπως π.χ ο Νόμος 5(1)/1987 για σωρεία λόγων όπως έλλειψη προσλαμβανουσών παραστάσεων, πείρας, τεχνογνωσίας, δικαϊκής προσέγγισης προσέγγισης και άλλοι που θα αναφέρω κατά την εξέταση.*
- 4. Η Αρχή έχει και πραγματική και νομική πλάνη.*
- 5. Ο σταθμός υποβάλλει τη Γνωμοδότηση του δικηγόρου της κ. Γιώργου Βαλιαντή ημερ. 10.3.2005.*

*Ο Σταθμός θα εκπροσωπηθεί κατά την ακρόαση της υπόθεσης (αν αποφασισθεί η συνέχιση της παράνομης σωρευτικής πολλαπλής καταγγελίας για 75 αθεμελιώτες κατηγορίες για δύο συνεχόμενες ημέρες μετάδοσης.) »*

Η γνωμοδότηση του δικηγόρου του σταθμού κ. Βαλιαντή η οποία επισυναπτόταν στην πιο πάνω επιστολή αναφέρει τα εξής:

*«Υποβάλλω τις παραστάσεις του σταθμού για την ως άνω υπόθεση.*

- 1. Υιοθετώ τις απόψεις της εταιρείας Golden Telemedia που σας έχουν υποβληθεί.*
- 2. ο σταθμός περαιτέρω τονίζει ότι δεν υπάρχει παράβαση της ΚΔΠ 10/2000.*
- 3. Η Αρχή δεν έχει εξουσία να ενεργεί και δικάζει για παράβαση άλλων Νόμων ή Κανονισμών όπως π.χ ο Νόμος 5(1)/1987 για σωρεία λόγων όπως έλλειψη προσλαμβανουσών παραστάσεων, πείρας, τεχνογνωσίας, δικαϊκής προσέγγισης και άλλοι που θα αναφέρω κατά την εξέταση.*
- 4. Η Αρχή έχει και πραγματική και νομική πλάνη.*
- 5. Ο Σταθμός υποβάλλει τη Γνωμοδότηση του δικηγόρου της κ. Γιώργου Βαλιαντή ημερ. 10.3.2005.*

*Ο σταθμός θα εκπροσωπηθεί κατά την ακρόαση της υπόθεσης (αν αποφασισθεί η συνέχιση της παράνομης σωρευτικής πολλαπλής καταγγελίας για 75 αθεμελίωτες κατηγορίες για δυο συνεχόμενες ημέρες μετάδοσης). »*

Η γνωμάτευση του κ. Βαλιαντή αναφέρει τα εξής:

*«Στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν καταγγελίες εναντίον του σταθμού καθόσον αφορά την μετάδοση 3 διαφημίσεων:*

*α) Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα*

*β) Διαγωνισμός με δώρο εισιτήριο του ποδοσφαιρικού αγώνα Ελλάδας - Τουρκίας συμπεριλαμβανομένου του αεροπορικού εισιτηρίου για Αθήνα.*

*γ) Διαγωνισμός με δώρο ταξιδιωτικό πακέτο για την Eurodisney.*

*Οι καταγγελίες αφορούν ισχυριζόμενη παραβίαση των παραγράφων Β1, Β5 και Δ1 του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας( παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000, ΚΔΠ10/2000).*

*Υπάρχουν εναντίον του σταθμού συνολικά 75 «κατηγορίες»:*

- Οι κατηγορίες 1-6 (για την 19/8/04) και 35-42 (για την 20/8/04) αφορούν την διαφήμιση α, ως άνω.*
- Οι κατηγορίες 7 ως 18 (για την 19/8/04) και 43-48 (για την 20/8/04) αφορούν την διαφήμιση β, ως άνω.*
- Οι κατηγορίες 19-34 για την (19/8/04) και 49-75 (για την 20/8/04) αφορούν την διαφήμιση γ, ως άνω.*

*Και για τις 3 διαφημίσεις οι καταγγελίες εστιάζονται στους εξής ισχυρισμούς*

- Το όνομα της εταιρείας που οργανώνει τη διαφήμιση προβάλλεται με μικρότερα γράμματα από τον αριθμό του τηλεφώνου που πρέπει να καλούν οι τηλεθεατές.*
- Η χρέωση ανά λεπτό προβάλλεται με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα.*

- Δεν αναγράφεται **πότε** μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στον αριθμό τηλεφώνου που προβάλλεται.
- Δεν αναγράφεται **ο χρόνος** που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος.

Καταρχήν έχω να παρατηρήσω ότι για τους ίδιους ισχυρισμούς **γεγονότων**, υπάρχει καταγγελία για 3 παραβιάσεις του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας (παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000, ΚΔΠ10/2000) και συγκεκριμένα των παραγράφων Β1, Β5 και Δ1.

Παραπέμπω στην Υπόθεση **Παναγιώτης Βασιλείου ν. Αστυνομίας (Ποινική Έφεση Αρ. 5455)** όπου αναφέρονται τα εξής: « Ορισμένη συμπεριφορά είναι δυνατόν να στοιχειοθετεί περισσότερα από ένα αδικήματα. Το κάθε ένα από τα συστατικά στοιχεία ενός αδικήματος είναι δυνατόν να είναι και από μόνο του αυτοτελής αξιόποινη πράξη. Τα γεγονότα πάνω στα οποία στηρίζεται μια κατηγορία είναι δυνατόν να μην διαφέρουν από τα γεγονότα άλλης ή είναι δυνατόν να περιλαμβάνουν και τα γεγονότα πάνω στα οποία στηρίζεται άλλη κατηγορία. Όσο και να είναι, ανάλογα με τις συνθήκες της κάθε υπόθεσης, ενδεδεδιγμένο να προσάπτεται ξεχωριστή κατηγορία για το καθένα από τα αδικήματα που στοιχειοθετούνται ,στο τέλος, αναζητείται το μέγεθος της κύρωσης που αρμόζει, σημείο αναφορά θα πρέπει να είναι το συνολικό αποτέλεσμα της αξιόποινης συμπεριφοράς και όχι τα επί μέρους αδικήματα στα οποία αυτή η συμπεριφορά μπορεί να διασπαστεί. Όταν λοιπόν προσάπτονται περισσότερες της μιας κατηγορίες και τα γεγονότα της μιας από αυτές υπερκαλύπτουν ή ενσωματώνουν ή εμπεριέχουν τα γεγονότα των υπολοίπων, το ορθό είναι να επιβάλλεται ποινή μόνο σ' αυτή. Διαφορετικά, ουσιαστικά ο κατηγορούμενος θα τιμωρείται διπλά για τα επί μέρους αδικήματα και επομένως για την ίδια πράξη».

Προκύπτει λοιπόν ότι και αν ακόμα ο σταθμός, αδίκως και παρανόμως, καταδικασθεί τότε πρέπει να του επιβληθεί **μια** ποινή. Αυτό εξάλλου, προκύπτει και από το άρθρο **40(3) του Περί Ποινικής Δικονομίας Νόμου Κεφ.155** {«Νοείται ότι, σε κάθε περίπτωση, δεν επιβάλλεται σε οποιονδήποτε πρόσωπο με βάση τα ίδια

γεγονότα, πέραν της μιας ποινής»), αλλά κυρίως από το άρθρο **12(2) του Συντάγματος** που καθιερώνει την Αρχή **ne bis in idem**.

Η αρχή *ne bis in idem* ισχύει και στο Διοικητικό δίκαιο καθόσον αφορά τις Διοικητικές κυρώσεις. Σύμφωνα με τον Δαγτόγλου (Π. Δ. Δαγτόγλου, Γενικό Διοικητικό Δίκαιο, 4<sup>η</sup> αναθεωρημένη έκδοση παρ. 866-875), και στις διοικητικές ποινές ισχύουν οι βασικές αρχές του ποινικού δικαίου. Π.χ. ισχύει η αρχή της υπαιτιότητας, όπως άλλωστε και η αρχή *nullum crimen nulla poena sine lege* και η αρχή *ne bis in idem*. Επίσης, το είδος της διοικητικής ποινής πρέπει να έχει αντικειμενική συνάφεια με τη συμπεριφορά του ιδιώτη την οποία σκοπεύει να εξαναγκάσει. Ο Δαγτόγλου παρατηρεί και το εξής: **Οι διοικητικές κυρώσεις επιβάλλονται από την διοίκηση και γ' αυτό επιτρέπονται μόνο όταν δεν αποσκοπούν ή επιφέρουν την τιμώρηση αδικήματος, αλλά απλώς την διασφάλιση της λειτουργίας της διοικήσεως και της συμμόρφωσης προς τις πράξεις της».**

Αναφορικά με τις ισχυριζόμενες παραβάσεις:

**A) Ισχυριζόμενη παραβίαση της παραγράφου Β1:**

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

Σε όλες τις κατηγορίες που αφορούν ισχυριζόμενη παραβίαση της παραγράφου Β1, η Αρχή ισχυρίζεται ότι και οι 3 διαφημίσεις περιείχαν **μη αληθή πληροφόρηση**.

**Ο ισχυρισμός αυτός είναι παντελώς αβάσιμος.** Και στις 3 διαφημίσεις, όλα όσα προβάλλονται και ό,τι διαφημίζεται είναι αληθινό:

Όσον αφορά στην πρώτη διαφήμιση, είναι αλήθεια ότι όταν τηλεφωνήσεις στον διαφημιζόμενο αριθμό, θα σου παρασχεθεί η συγκεκριμένη υπηρεσία, δηλαδή θα πληρώσεις το τηλεφώνημα για να ακούσεις ανέκδοτα. Δεν υπάρχει σε καμία περίπτωση ίχνος ψεύδους. Επίσης, συμφωνώ με όσα αναφέρει στην επιστολή της η Golden Telemedia, και συγκεκριμένα στο ότι είναι γενικό το φαινόμενο, σε όλες τις διαφημίσεις να είναι



αδύνατον στα ελάχιστα δευτερόλεπτα που διαρκεί μια διαφήμιση να αναλύσεις όλους του όρους της συγκεκριμένης παροχής υπηρεσιών.

Τα ίδια συμβαίνουν και με όλες τις διαφημίσεις που σε παρακινούν στην αγορά οποιουδήποτε προϊόντος. Όταν όμως τηλεφωνήσεις στον συγκεκριμένο αριθμό (όπως π.χ. όταν πας σε συγκεκριμένο κατάστημα για να αγοράσεις το προϊόν που σου έκανε εντύπωση σε κάποια διαφήμιση), αμέσως θα πληροφορηθείς για τους υπόλοιπους όρους μέσω ηχογραφημένου μηνύματος.

Όσον αφορά στις άλλες 2 διαφημίσεις οι οποίες σε πληροφορούν για την ύπαρξη διαγωνισμών στις οποίες αν θέλεις μπορείς να λάβεις μέρος, όλα όσα προβάλλονται είναι επίσης αληθή. Ο διαγωνισμός είναι αληθινός και τα έπαθλα είναι αληθινά. Όσον αφορά τους όρους του διαγωνισμού, μπορεί κάποιος να τους πληροφορηθεί μέσω του ηχογραφημένου μηνύματος και μάλιστα κατά τη διάρκεια συμμετοχής στο διαγωνισμό, καθώς και μέσω ζωντανής εξυπηρέτησης στο τηλεφωνικό κέντρο του γραφείου της Golden Telemedia, ή και μέσω διαδικτύου.

Ο καθένας από μας αντιμετωπίζει καθημερινά την πρόκληση να λάβει μέρος σε διάφορους διαγωνισμούς. Την ύπαρξη των διαγωνισμών αυτών μπορεί να την πληροφορηθεί είτε από διαφημιστικά έντυπα, είτε μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας, είτε από οποιονδήποτε άτομο, κτλ. Εφόσον οι διαγωνισμοί αυτοί είναι νόμιμοι, στο χέρι του είναι να πληροφορηθεί εκτενέστερα για τους όρους του διαγωνισμού αυτού από την συγκεκριμένη πηγή πληροφόρησης. Στην προκειμένη περίπτωση, πηγή πληροφοριών, πως έχω αναφέρει, ήταν, εκτός από το ως άνω αναφερόμενο ηχογραφημένο μήνυμα, και η ζωντανή εξυπηρέτηση στο τηλεφωνικό κέντρο του γραφείου της Golden Telemedia, ή και το διαδίκτυο.

**B) Ισχυριζόμενη παραβίαση της παραγράφου Β5:**

«Οι διαφημίσεις πρέπει να είναι σύμφωνες με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου. Καμία διαφήμιση δεν επιτρέπεται να περιέχει οποιαδήποτε περιγραφή, ισχυρισμό ή παράσταση που άμεσα ή συμπερασματικά παραπλανά για το προϊόν ή την υπηρεσία που διαφημίζεται ή για την καταλληλότητα του για το σκοπό που διαφημίζεται».

Οι κατηγορίες που αφορούν ισχυριζόμενη παραβίαση της παραγράφου Β5, εστιάζονται σε 2 σημεία:

α) ότι οι διαφημίσεις δεν είναι σύμφωνες με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987 και

β) ότι οι διαφημίσεις περιείχαν περιγραφές ή παραστάσεις που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν **παραπλανήσει** το κοινό για τις διαφημιζόμενες υπηρεσίες.

• Καταρχήν πρέπει να λεχθεί ότι το **πρώτο σημείο** της κατηγορίας είναι αόριστο και επομένως καθίσταται ως προς το σημείο αυτό και η κατηγορία αόριστη. Ναι μεν η παράγραφος Β5 παραπέμπει στον περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμο, αλλά είναι επιτακτική η ανάγκη, η κατηγορία που διατυπώνεται να αναφέρεται σε συγκεκριμένο άρθρο του εν λόγω Νόμου. Σε περίπτωση παραλείψεως τέτοιας αναφοράς, παραβιάζεται η αρχή nullum crimen nulla poena sine lege stricta et certa. Η κατηγορία πρέπει να είναι ορισμένη (stricta) και ακριβής(certa) για να γνωρίζει ο κατηγορούμενος ακριβώς τι έχει να αντιμετωπίσει. ( Για το πώς εφαρμόζονται και στις διοικητικές κυρώσεις οι αρχές του ποινικού δικαίου, ισχύουν όσα έχω αναφέρει προηγουμένως) .

Επομένως, το σημείο α της κατηγορίας αυτής πρέπει να απορριφθεί ως απαράδεκτο.

Κι αν ακόμα όμως κάνουμε υποθέσεις ως προς το ποια διάταξη του εν λόγω Νόμου παραβιάστηκε, παρατηρούμε ότι **καμία απαγορευτική διάταξη του νόμου αυτού δεν παραβιάστηκε:**

Στο **άρθρο 3** του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, απαγορεύεται η επίθεση ανακριβής εμπορικής περιγραφής. Ο Νόμος χρησιμοποιεί στο άρθρο 3 το ρήμα «επιθέτω» και στο **άρθρο 6** δίδεται ο ορισμός της έννοιας «επίθεση εμπορικής περιγραφής σε αγαθά». Στις περιπτώσεις που αναφέρει το άρθρο 6 λοιπόν, δεν περιλαμβάνεται η προβολή ανακριβών (στις οποίες σύμφωνα με το άρθρο 5(2) περιλαμβάνεται και η παραπλανητική περιγραφή) περιγραφών μέσω τηλεοπτικών διαφημίσεων. Επομένως στην περίπτωση μας, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να

στοιχειοθετηθεί παραβίαση του άρθρου 3, καθώς στις τηλεοπτικές διαφημίσεις δεν μπορεί να γίνει λόγος για επίθεση. Περαιτέρω, το **άρθρο 7** με το οποίο επιχειρείται από τον νομοθέτη, η σύνδεση των απαγορευτικών διατάξεων του άρθρου 3 με τις διαφημίσεις, δεν ισχύει στην περίπτωση μας, και επομένως δεν στοιχειοθετείται ούτε με επίκληση του άρθρου 7, παραβίαση του άρθρου 3, καθώς το άρθρο αυτό αναφέρεται στην παροχή, προσφορά, προμήθεια αγαθών **και όχι υπηρεσιών**. Στο **άρθρο 2** δίδεται ο ορισμός της έννοιας «υπηρεσίες» (επί κέρδει ή επ' αμοιβή ανάληψη και εκτέλεση υποχρεώσεων για οποιονδήποτε θέμα εκτός από την παραγωγή ή προμήθεια αγαθών, αλλά δεν περιλαμβάνει την παροχή υπηρεσιών προς εργοδότη δυνάμει σύμβασης εργοδοτήσεως). Και στις 3 διαφημίσεις, διαφημιζόταν η παροχή υπηρεσιών, με αμοιβή την τηλεφωνική χρέωση και υποχρέωση της εταιρείας να παρέχει ανέκδοτα στην πρώτη διαφήμιση και να συμπεριλάβει, όσους εξεδήλωσαν ενδιαφέρον, στους διαγωνισμούς των διαφημίσεων 2 και 3.

Στο **άρθρο 9<sup>Α</sup>** υπάρχει άλλη απαγορευτική διάταξη, η οποία αναφέρεται σε αδικήματα παραπλανητικής ένδειξης τιμής. Στο **άρθρο 9B**, δίδεται ο ορισμός της έννοιας «**παραπλανητική ένδειξη τιμής**», στα στοιχεία α-ε.

Συγκεκριμένα «ένδειξη η οποία παρέχεται σε καταναλωτή είναι παραπλανητική ως προς την τιμή αν οτιδήποτε μεταδίδεται με την ένδειξη ή οτιδήποτε θα αναμενόταν λογικά από τους καταναλωτές αυτούς να συμπεράνουν από τη ένδειξη ή οποιαδήποτε παράλειψη από αυτή, περιλαμβάνει οποιοδήποτε από τα ακόλουθα, ότι δηλαδή

(α) Η τιμή είναι μικρότερη απ'ό,τι είναι στη πραγματικότητα

(β) η εφαρμογή της τιμής δεν εξαρτάται από γεγονότα ή περιστάσεις από τις οποίες στην πραγματικότητα εξαρτάται

(γ) η τιμή καλύπτει θέματα για τα οποία στην πραγματικότητα επιβάλλεται επιπρόσθετη χρέωση

(δ) πρόσωπο το οποίο δεν έχει στην πραγματικότητα τέτοια προσδοκία:

(i) Αναμένει ότι η τιμή θα αυξηθεί ή θα μειωθεί, είτε μέσα σε ορισμένο ή μη χρόνο είτε κατά ορισμένο ή μη ποσό, ή

(ii) αναμένει ότι η τιμή ή η τιμή όπως έχει αυξηθεί ή μειωθεί, θα διατηρηθεί για ορισμένη ή μη περίοδο

(ε) τα γεγονότα ή οι περιστάσεις με βάση τις οποίες οι καταναλωτές θα αναμενόταν λογικά να κρίνουν το κύρος οποιασδήποτε σχετικής σύγκρισης που έγινε ή υπονοείται με την ένδειξη δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα.»

Προκύπτει λοιπόν με σαφήνεια ότι δεν στοιχειοθετείται καμία από τις ως άνω αναφερόμενες περιπτώσεις, καθώς και στις 3 διαφημίσεις δεν παραλείπεται η προβολή της ένδειξης της τιμής, αλλά αυτή προβάλλεται με σαφήνεια. Περαιτέρω, συμφωνώ με όσα αναφέρει στην επιστολή της η Golden Telemedia αναφορικά με το ότι δεν προκύπτει από κανένα κανονισμό ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να προβάλλεται η τιμή των διαφημιζομένων υπηρεσιών και συγκεκριμένα δεν καθορίζεται η σχέση χρέωσης και μεγέθους.

Στο **άρθρο 10** υπάρχει άλλη απαγορευτική διάταξη η οποία αφορά την απαγόρευση ανακριβών παραστάσεων, η οποία όμως δεν αφορά τις εξεταζόμενες περιπτώσεις καθώς αναφέρεται σε παραπλάνηση ως προς το «είδος» των αγαθών ή υπηρεσιών και την παροχή σε οποιοδήποτε πρόσωπο.

Το **άρθρο 11** που απαγορεύει τις παραπλανητικές δηλώσεις για υπηρεσίες, επίσης δεν αφορά τις εξεταζόμενες περιπτώσεις, καθώς όπως έχει ήδη αναφερθεί και όπως θα αναφερθεί και πιο κάτω όλες οι δηλώσεις οι οποίες έχουν προβληθεί είναι αληθείς.

• Όσον αφορά τώρα το δεύτερο σημείο της κατηγορίας (« οι διαφημίσεις περιείχαν περιγραφές ή παραστάσεις που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν **παραπλανήσει** το κοινό για τις διαφημιζόμενες υπηρεσίες»), έχω να αναφέρω τα εξής:

**Σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να στοιχειοθετηθεί ο ισχυρισμός περί παραπλάνησης του κοινού.** Προς υποστήριξη του γεγονότος αυτού, μπορούμε να επικαλεστούμε όλα όσα αναφέρει στην επιστολή της η Golden Telemedia, αναφορικά με τις καταγγελίες οι οποίες όπως έχω αναφέρει, και για τις 3 διαφημίσεις εστιάζονται στους εξής ισχυρισμούς:

1. **Το όνομα της εταιρείας** που οργανώνει τη διαφήμιση προβάλλεται με μικρότερα γράμματα από τον αριθμό του τηλεφώνου που πρέπει να καλούν οι τηλεθεατές.
2. **Η χρέωση** ανά λεπτό προβάλλεται με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα.
3. Δεν αναγράφεται **πότε** μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στον αριθμό τηλεφώνου που προβάλλεται.

4. Δεν αναγράφεται ο χρόνος που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος.

Συγκεκριμένα στην επιστολή της η Golden Telemedia αναφέρει:

Ως προς το ως άνω 3:

Είναι πασίγνωστο ότι οι υπηρεσίες τηλεπληροφόρησης και γενικότερα οι τηλεφωνικές υπηρεσίες είναι «ανοικτές» 24 ώρες το 24ωρο. Επομένως για όλα όσα προβάλλονται στις 3 διαφημίσεις, κάποιος μπορεί να τηλεφωνήσει οποτεδήποτε μέσα στο 24ωρο.

Εξάλλου, και αν δεν ήταν πασίγνωστο το πιο πάνω γεγονός, σε καμία περίπτωση η μή αναγραφή του **πότε** μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στον αριθμό τηλεφώνου που προβάλλεται, μπορεί να παραπλανήσει για οποιονδήποτε θέμα το κοινό!

Ως προς το ως άνω 2:

Συμφωνώ με όσα αναφέρει στην επιστολή της η Golden Telemedia αναφορικά με το ότι δεν προκύπτει από κανένα κανονισμό ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να προβάλλεται η τιμή των διαφημιζομένων υπηρεσιών και συγκεκριμένα δεν καθορίζεται η σχέση χρέωσης και μεγέθους.

Ως προς το ως άνω 4:

Τον χρόνο που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος τον ακούει ο καλών μόλις καλέσει τον τηλεφωνικό αριθμό μαζί με την χρέωση, πχ «Η χρέωση της υπηρεσίας που καλέσατε είναι 86σ/λ και η διάρκεια του μηνύματος δεν υπερβαίνει τα 3 λεπτά».

Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω, είναι αδύνατον εντός των λίγων δευτερολέπτων που διαρκεί μια διαφήμιση, να μπορέσουν να προβληθούν τηλεοπτικά όλοι οι όροι των παρεχομένων υπηρεσιών.

Αξιοσημείωτο είναι και το εξής: Στην διατύπωση της κατηγορίας , η Αρχή χρησιμοποιεί χρόνο παρακείμενο( οι διαφημίσεις **έχουν παραπλανήσει** το κοινό). Επομένως υπάρχει ο ισχυρισμός από την αρχή ότι οι συγκεκριμένες διαφημίσεις, όχι μόνο θα μπορούσαν να παραπλανήσουν το κοινό (ενέχουν δηλαδή την δυναμική για κάτι τέτοιο), αλλά έχουν ήδη παραπλανήσει συγκεκριμένα άτομα. Καθίσταται λοιπόν αντιληπτό, ότι ένας τέτοιος ισχυρισμός πρέπει να αποδειχθεί δεόντως, έχει το βάρος δηλαδή η Αρχή να αποδείξει πόσοι και ποιοι συγκεκριμένα έχουν παραπλανηθεί.

Πρέπει να παρατηρηθεί και το γεγονός ότι οι η Αρχή, **αυτεπάγγελα** εξετάζει εν προκειμένω τις ισχυριζόμενες παραβάσεις και επομένως όχι κατόπιν παραπόνων από οποιοδήποτε πρόσωπο.

### **Γ) Ισχυριζόμενη παραβίαση της παραγράφου ΔΙ**

«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 ....»

Οι καταγγελίες ως προς την παραγράφου ΔΙ αφορούν ακριβώς τον ισχυρισμό ότι και στις 3 διαφημίσεις παρουσιάστηκαν οι διαφημιζόμενες υπηρεσίες και η τιμή τους κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις.

Για να στοιχειοθετηθεί λοιπόν παραβίαση του άρθρου αυτού, πρέπει η διαφήμιση να είναι **ψευδής και παραπλανητική**, ώστε να μπορεί να δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις.

Όσον αφορά τις θέσεις μας προς υποστήριξη ου γεγονότος ότι και οι 3 διαφημίσεις περιείχαν μόνο αλήθειες, παραπέμπω στα όσα έχω αναφέρει για την ισχυριζόμενη παραβίαση της παραγράφου Β1. Όσο δε αφορά τις θέσεις μας προς υποστήριξη ου γεγονότος ότι καμία από τις 3 διαφημίσεις δεν θα μπορούσαν να προκαλέσουν παραπλάνηση του κοινού, παραπέμπω σε όσα έχω αναφέρει πιο πάνω αναφορικά με το 2° σημείο της κατηγορίας για παραβίαση της παραγράφου Β5.

*Επίσης, παρατηρώ ότι και σε αυτήν την περίπτωση η Αρχή χρησιμοποιεί παρακείμενο (έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις) και επομένως ισχύουν και εδώ τα ίδια που έχω αναφέρει πιο πάνω για το βάρος απόδειξης της Αρχής.»*

Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. **24/11/2005** κάλεσε τον σταθμό να εμφανιστεί ενώπιον της για την ακρόαση των καταγγελιών που διατυπώθηκαν εναντίων του σε συνεδρία ημερομηνίας **5/12/2005**.

Εν τω μεταξύ ο σταθμός με επιστολή του ημερ. **25/11/2005** υπέβαλε αίτημα για επιθεώρηση του διοικητικού φακέλου και παράδοση του πορίσματος του ερευνώντος λειτουργού. Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. **25/11/2005** πληροφόρησε το σταθμό ότι έκανε δεκτό το αίτημα του για επιθεώρηση του διοικητικού φακέλου της υπόθεσης, επισυνάπτοντας το πόρισμα του ερευνώντος λειτουργού και κάλεσε τους εκπροσώπους του σταθμού να προσέλθουν στα γραφεία της Αρχής στις **29/11/2005** για επιθεώρηση του διοικητικού φακέλου. Ως εκ τούτου εκπρόσωπος του σταθμού προσήλθε στα γραφεία της Αρχής στις **29.11.2005** και επιθεώρησε το διοικητικό φάκελο της υπόθεσης.

Στις **5/12/2005** ο δικηγόρος του σταθμού κος Παπαφιλίππου κατέθεσε γραπτή αγόρευση η οποία περιλάμβανε προδικαστικές ενστάσεις και θέσεις επί της ουσίας για την εν λόγω υπόθεση.

### **ΓΡΑΠΤΗ ΑΓΟΡΕΥΣΗ:**

*«Στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν καταγγελίες εναντίον του σταθμού καθόσον αφορά την μετάδοση των εξής 3 διαφημίσεων που μεταδόθηκαν στις 19/8/2004, ημέρα Πέμπτη και 20/8/2004, ημέρα Παρασκευή:*

- α) Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα*
- β) Διαγωνισμός με δώρο εισιτήριο του ποδοσφαιρικού αγώνα Ελλάδας - Τουρκίας συμπεριλαμβανομένου του αεροπορικού εισιτηρίου για Αθήνα, γ) Διαγωνισμός με δώρο ταξιδιωτικό πακέτο για την Eurodisney.*

Οι καταγγελίες αφορούν ισχυριζόμενη παραβίαση των παραγράφων Β1, Β5 και Δ1 του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας (Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000, ΚΔΠ10/2000).

**Α) ΠΡΟΔΙΚΑΣΤΙΚΕΣ ΕΝΣΤΑΣΕΙΣ:**

- Η Αρχή ειδοποίησε στις 26/01/2005 το σταθμό ότι εξετάζει αυτεπαγγέλτως, ισχυριζόμενες πιθανές παραβάσεις εκ μέρους του σταθμού, σχετικά με τρεις διαφημίσεις που ο σταθμός προέβαλε στις 19/8/2004, ημέρα Πέμπτη και 20/8/2004, ημέρα Παρασκευή. Μετά από επιθεώρηση του διοικητικού φακέλου, ανευρέθησαν σ' αυτόν δύο έντυπα, τα οποία φέρουν τον τίτλο «Διερεύνηση Παραβάσεων». Και στα δυο πιο πάνω έντυπα, αναγράφεται ότι στις 24/08/2004, ανατέθηκε σε Λειτουργό Ραδιοτηλεόρασης, η διερεύνηση της υπόθεσης. Και τα δυο έντυπα, φαίνεται να υπογράφονται από τον διευθυντή της Αρχής: Προκύπτει λοιπόν ότι στην προκειμένη περίπτωση υπάρχει σοβαρή παράβαση Νόμου, καθώς δεν υπάρχει απόφαση της Αρχής σε νόμιμη συνεδρίαση, ούτε τηρήθηκαν οποιαδήποτε πρακτικά και γενικά δεν τηρήθηκε η προβλεπόμενη νόμιμη διαδικασία λήψεως αποφάσεων από συλλογικά διοικητικά όργανα (άρθρα 20 - 25 Νόμου 158fIV99V Ο κανονισμός 42(3) της ΚΔΠ 10/2000, ορίζει ότι «όταν υποβληθεί παράπονο ή υποπέσουν στην αντίληψη της Αρχής παραβάσεις του Νόμου ή των Κανονισμών, η Αρχή για κάθε παράπονο ή παράβαση ορίζει λειτουργό για τη διερεύνηση του».

**Περαιτέρω ο Σταθμός ισχυρίζεται ότι στις 24.8.2004 δεν υπήρχε Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου και ως εκ τούτου ούτε Διευθυντής.**

Ο σταθμός στις 26/01/2005, πληροφορήθηκε από την Αρχή ότι η υπόθεση εξετάζεται αυτεπάγγελτα. Από το διοικητικό φάκελο και συγκεκριμένα από τα έντυπα «Διερεύνηση Παραβάσεων», φαίνεται ότι η Αρχή στήριξε την υπόθεση της σε δυο ανώνυμα παράπονα τα οποία υποβλήθηκαν στις 04/08/2004 και στις 20/08/2004. Στο πόρισμα του ερευνώντος λειτουργού ημερομηνίας 16/09/2004, αναφέρεται ότι η Αρχή θα προχωρήσει σε αυτεπάγγελτη διερεύνηση διότι η συγκεκριμένη υπόθεση δεν εντάσσεται στην περιπτώσιολογία του κανονισμού 41(1). Συμφωνούμε ότι η Αρχή



μπορεί να εξετάζει υποθέσεις αυτεπαγγέλτως βάσει του κανονισμού 41(2), αλλά τονίζουμε ότι όταν υπάρχουν παράπονα από το κοινό και ιδιαίτερα όταν φαίνεται ότι η Αρχή επηρεάστηκε από αυτά (αυτό φαίνεται καθαρά από τα εσωτερικά σημειώματα του ερευνώντος λειτουργού, ημερομηνιών 16/09/2004 και 13/4/2005) παρόλο που αυτά ήταν ανώνυμα, επιβάλλεται από τις αρχές Της **χρηστής διοίκησης** όπως η Αρχή κοινοποιήσει τα παράπονα στο σταθμό, διότι αυτός έχει κάθε έννομο συμφέρον να το γνωρίζει, πόσο μάλλον όταν συντρέχουν οι ιδιάζουσες περιστάσεις της παρούσας υπόθεσης.

**Προκύπτει λοιπόν ότι η προδικασία που έχει ακολουθήσει η Αρχή είναι παράνομη και άκυρη. Συγχρόνως, η όλη διοικητική ενέργεια της Αρχής αντίκειται στην Αργή της Χρηστής Διοίκησης και στην Αρχή της καλής πίστης, όπως αυτές βρίσκονται κωδικοποιημένες στα άρθρα 50 και 51 του Νόμου 158(1)/99.**

- Στο εσωτερικό σημείωμα της ερευνούσας λειτουργού προς τον Πρόεδρο και τα Μέλη της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, ημερ. 13/4/2005, αναφέρονται οι απόψεις του αντιπροσώπου της Golden Telemedia, και παραστάσεις του σταθμού που έχουν υποβληθεί προς την Αρχή με σχετικές επιστολές.

Σύμφωνα με τον κανονισμό 42(41 της ΚΔΠ 10/2000 «Ο λειτουργός έχει αρμοδιότητα να ακούσει οποιοσδήποτε μάρτυρες και να πάρει γραπτές καταθέσεις από εμπλεκόμενα πρόσωπα τα οποία οφείλουν να δώσουν κάθε σχετική πληροφορία ή στοιχεία ». Και τίθεται το εύλογο ερώτημα: Πως μπορεί ο ερευνών λειτουργός να θεωρεί ότι η υπόθεση είναι ώριμη για να ακουσθεί από την Αρχή, από την στιγμή που στο διοικητικό φάκελο δεν υπάρχει καμία κατάθεση; Ο ερευνών λειτουργός φαίνεται πως δεν έχει συλλέξει καμία **μαρτυρία** αναφορικά με τα επίδικα γεγονότα, παρά το γεγονός ότι όφειλε να είχε προσκομίσει την δέουσα μαρτυρία και μετά να κρίνει πως εκ πρώτης όψεως υπάρχει υπόθεση εναντίον του σταθμού, ιδιαιτέρως μετά που έλαβε γνώση των απόψεων του αντιπροσώπου της Golden Telemedia και των παραστάσεων του σταθμού.

## **B) ΕΠΙ ΤΗΣ ΟΥΣΙΑΣ:**

### **1. Ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου Β1:**

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

Σε όλες τις κατηγορίες που αφορούν ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου Β1, η Αρχή ισχυρίζεται ότι και οι 3 διαφημίσεις περιείχαν **μη αληθή πληροφόρηση**.

**Ο ισχυρισμός αυτός είναι παντελώς αβάσιμος.** Και στις 3 διαφημίσεις, όλα όσα προβάλλονται και ό,τι διαφημίζεται είναι αληθινά:

Όσον αφορά στην πρώτη διαφήμιση, είναι αλήθεια ότι όταν τηλεφωνήσεις στον διαφημιζόμενο αριθμό, θα σου παρασχεθεί η συγκεκριμένη υπηρεσία , δηλαδή θα πληρώσεις το τηλεφώνημα για να ακούσεις ανέκδοτα. Δεν υπάρχει σε καμία περίπτωση ίχνος ψεύδους. Είναι αντικειμενικά αδύνατον στα ελάχιστα δευτερόλεπτα που διαρκεί μια διαφήμιση να αναλυθούν όλοι οι όροι της συγκεκριμένης παροχής υπηρεσιών. Η αντικειμενική αυτή αδυναμία είναι γενικό φαινόμενο τόσο των διαφημίσεων προϊόντων, όσο και των διαφημίσεων υπηρεσιών. Όταν όμως τηλεφωνήσεις στον αριθμό που δίνεται,( όπως πχ όταν πας σε συγκεκριμένο κατάστημα για να αγοράσεις το προϊόν που σου έκανε εντύπωση σε κάποια διαφήμιση), αμέσως θα πληροφορηθείς για τους υπόλοιπους όρους μέσω ηχογραφημένου μηνύματος. Η Αρχή οφείλει να αντιμετωπίζει τις διαφημίσεις τηλεπληροφόρησης και Υπερτιμημένου sms, κατά τον ίδιο τρόπο που αντιμετωπίζει της διαφημίσεις προϊόντων και να μην προβαίνει σε δυσμενή διάκριση αυτών.

Όσον αφορά στις άλλες 2 διαφημίσεις ,οι οποίες σε πληροφορούν για την ύπαρξη διαγωνισμών στις οποίες αν θέλεις μπορείς να λάβεις μέρος, όλα όσα προβάλλονται είναι επίσης αληθή. Τόσο οι διαγωνισμοί όσο και τα έπαθλα είναι αληθινά. Όσον αφορά τους όρους του διαγωνισμού, μπορεί κάποιος να τους πληροφορηθεί μέσω του ηχογραφημένου μηνύματος και μάλιστα κατά τη

διάρκεια συμμετοχής στο διαγωνισμό, καθώς και μέσω ζωντανής εξυπηρέτησης στο τηλεφωνικό κέντρο του γραφείου της Golden Telemedia ή και μέσω διαδικτύου.

Όλοι οι καταναλωτές - τηλεθεατές, αντιμετωπίζουν καθημερινά την πρόκληση να λάβουν μέρος σε διάφορους διαγωνισμούς. Την ύπαρξη των διαγωνισμών αυτών μπορεί κανείς να την πληροφορηθεί είτε από διαφημιστικά έντυπα, είτε μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας, είτε από το συγγενικό ή κοινωνικό του περιβάλλον κτλ. Εφόσον οι διαγωνισμοί αυτοί είναι νόμιμοι, ο καταναλωτής έχει στη διάθεση του όλα τα μέσα για να πληροφορηθεί εκτενέστερα για τους όρους των επιδίκων διαγωνισμών, από την συγκεκριμένη πηγή πληροφόρησης. Στην προκειμένη περίπτωση, πηγή πληροφοριών, όπως έχουμε πιο πάνω αναφέρει, ήταν, εκτός από το ως άνω αναφερόμενο ηχογραφημένο μήνυμα, και η ζωντανή εξυπηρέτηση στο τηλεφωνικό κέντρο του γραφείου της Golden Telemedia, ή και το διαδίκτυο.

## **2. Ισχυριζόμενη παράβαση Της παραγράφου Β5:**

«Οι διαφημίσεις πρέπει να είναι σύμφωνα με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου. Καμία διαφήμιση δεν επιτρέπεται να περιέχει οποιαδήποτε περιγραφή, ισχυρισμό ή παράσταση που άμεσα ή συμπερασματικά παραπλανά για το προϊόν ή την υπηρεσία που διαφημίζεται ή για την καταλληλότητα του για το σκοπό που διαφημίζεται».

Οι κατηγορίες που αφορούν ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου Β5, εστιάζονται σε 2 σημεία:

α) **ότι οι διαφημίσεις δεν είναι σύμφωνες με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987 και**

β) **ότι οι διαφημίσεις περιείχαν περιγραφές ή παραστάσεις που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για τις διαφημιζόμενες υπηρεσίες.**

- Καταρχήν πρέπει να λεχθεί ότι το **πρώτο σκέλος** της κατηγορίας είναι **αόριστο και επομένως καθίσταται ως προς το σημείο αυτό και η κατηγορία αόριστη και συνεπώς απαράδεκτη.** Ναι μεν η παράγραφος Β5 παραπέμπει

στον περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμο, αλλά είναι επιτακτική η ανάγκη, η κατηγορία που διατυπώνεται να αναφέρεται σε συγκεκριμένο άρθρο του εν λόγω Νόμου.

**Επομένως, το πρώτο σκέλος της κατηγορίας αυτής πρέπει να απορριφθεί ως απαράδεκτο.**

- Άνευ βλάβης της πιο πάνω θέσης μας, υποστηρίζουμε περαιτέρω πως κι αν ακόμα όμως κάνουμε υποθέσεις ως προς το ποια διάταξη του εν λόγω Νόμου παραβιάστηκε, παρατηρούμε ότι **καμία απαγορευτική διάταξη του νόμου αυτού δεν παραβιάστηκε:**

Στο **άρθρο 3** του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, απαγορεύεται η επίθεση ανακριβής εμπορικής περιγραφής. Ο Νόμος χρησιμοποιεί στο άρθρο 3 το ρήμα «επιθέτω» και στο **άρθρο 6** δίδεται ο ορισμός της έννοιας «επίθεση εμπορικής περιγραφής σε αγαθά». Στις περιπτώσεις που αναφέρει το άρθρο 6 λοιπόν, δεν περιλαμβάνεται η προβολή ανακριβών (στις οποίες σύμφωνα με το άρθρο 5(2) περιλαμβάνεται και η παραπλανητική περιγραφή) περιγραφών μέσω τηλεοπτικών διαφημίσεων. Επομένως στην περίπτωση μας, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να στοιχειοθετηθεί παραβίαση του άρθρου 3, καθώς στις τηλεοπτικές διαφημίσεις δεν μπορεί να γίνει λόγος για επίθεση.

Περαιτέρω, το **άρθρο 7** με το οποίο επιχειρείται από τον νομοθέτη, η σύνδεση των απαγορευτικών διατάξεων του άρθρου 3 με τις διαφημίσεις, δεν ισχύει στην περίπτωση μας, και επομένως δεν στοιχειοθετείται ούτε με επίκληση του άρθρου 7, παραβίαση του άρθρου 3, καθώς το άρθρο αυτό αναφέρεται στην παροχή, προσφορά, προμήθεια αγαθών **και όχι υπηρεσιών**. Στο **άρθρο 2** δίδεται ο ορισμός της έννοιας «υπηρεσίες» (επί κέρδει ή επ' αμοιβή ανάληψη και εκτέλεση υποχρεώσεων για οποιονδήποτε θέμα εκτός από την παραγωγή ή προμήθεια αγαθών, αλλά δεν περιλαμβάνει την παροχή υπηρεσιών προς εργοδότη δυνάμει σύμβασης εργοδοτήσεως). Και στις 3 διαφημίσεις, διαφημιζόταν η παροχή υπηρεσιών, με αμοιβή την τηλεφωνική χρέωση και υποχρέωση της εταιρείας να παρέχει ανέκδοτα στην πρώτη διαφήμιση και να συμπεριλάβει, όσους εξεδήλωσαν ενδιαφέρον, στους διαγωνισμούς των διαφημίσεων 2 και 3.

Στο **άρθρο 9<sup>A</sup>** υπάρχει άλλη απαγορευτική διάταξη, η οποία αναφέρεται σε αδικήματα παραπλανητικής ένδειξης τιμής. Στο **άρθρο 9B**, δίδεται ο ορισμός της έννοιας «**παραπλανητική ένδειξη τιμής**», στα στοιχεία α-ε. Συγκεκριμένα «ένδειξη η οποία παρέχεται σε καταναλωτή είναι παραπλανητική ως προς την τιμή αν οτιδήποτε μεταδίδεται με την ένδειξη ή οτιδήποτε θα αναμενόταν λογικά από τους καταναλωτές αυτούς να συμπεράνουν από τη ένδειξη ή οποιαδήποτε παράλειψη από αυτή, περιλαμβάνει οποιοδήποτε από τα ακόλουθα, ότι δηλαδή

(α) Η τιμή είναι μικρότερη απ' ό,τι είναι στη πραγματικότητα

(β) η εφαρμογή της τιμής δεν εξαρτάται από γεγονότα ή περιστάσεις από τις οποίες στην πραγματικότητα εξαρτάται

(γ) η τιμή καλύπτει θέματα για τα οποία στην πραγματικότητα επιβάλλεται επιπρόσθετη χρέωση

(δ) πρόσωπο το οποίο δεν έχει στην πραγματικότητα τέτοια προσδοκία:

(i) Αναμένει ότι η τιμή θα αυξηθεί ή θα μειωθεί, είτε μέσα σε ορισμένο ή μη χρόνο είτε κατά ορισμένο ή μη ποσό, ή

(ii) αναμένει ότι η τιμή ή η τιμή όπως έχει αυξηθεί ή μειωθεί, θα διατηρηθεί για ορισμένη ή μη περίοδο

(ε) τα γεγονότα ή οι περιστάσεις με βάση τις οποίες οι καταναλωτές θα αναμενόταν λογικό να κρίνουν το κύρος οποιασδήποτε σχετικής σύγκρισης που έγινε ή υπονοείτο με την ένδειξη δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα.»

Προκύπτει λοιπόν με σαφήνεια ότι δεν στοιχειοθετείται καμία από τις ως άνω αναφερόμενες περιπτώσεις, καθώς και στις 3 διαφημίσεις δεν παραλείπεται η προβολή της ένδειξης της τιμής, αλλά αυτή προβάλλεται με σαφήνεια. Εφιστούμε περαιτέρω την προσοχή σας στο γεγονός, ότι καμία διάταξη της σχετικής με την Ραδιοτηλεόραση Νομοθεσίας δεν προβλέπει τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να προβάλλεται η τιμή των διαφημιζόμενων υπηρεσιών και ειδικότερα τον τρόπο καθορισμού της σχέσης χρέωσης και μεγέθους.

Στο **άρθρο 10** υπάρχει άλλη απαγορευτική διάταξη η οποία αφορά την απαγόρευση ανακριβών παραστάσεων, η οποία όμως δεν αφορά τις εξεταζόμενες περιπτώσεις καθώς αναφέρεται σε παραπλάνηση ως προς το «είδος» των αγαθών ή υπηρεσιών και την παροχή σε οποιοδήποτε πρόσωπο.

**Το άρθρο 11** που απαγορεύει τις παραπλανητικές δηλώσεις για υπηρεσίες, επίσης δεν αφορά τις εξεταζόμενες περιπτώσεις, καθώς όπως έχει ήδη αναφερθεί και όπως θα αναφερθεί και πιο κάτω όλες οι δηλώσεις οι οποίες έχουν προβληθεί είναι αληθείς.

• Όσον αφορά τώρα το δεύτερο σκέλος της κατηγορίας («οι διαφημίσεις περιείχαν περιγραφές ή παραστάσεις που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν **παραπλανήσει** το κοινό για τις διαφημιζόμενες υπηρεσίες»), έχω να αναφέρω τα εξής: Όλες οι κατηγορίες οι οποίες αφορούν ισχυριζόμενη παραπλάνηση του κοινού, εστιάζονται και για τις 3 διαφημίσεις στους εξής ισχυρισμούς:

**1** Το όνομα της εταιρείας που οργανώνει τη διαφήμιση προβάλλεται με μικρότερα γράμματα από τον αριθμό του τηλεφώνου που πρέπει να καλούν οι τηλεθεατές.

**2.** Η χρέωση ανά λεπτό προβάλλεται με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα.

**3.** Δεν αναγράφεται **πότε** μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στον αριθμό τηλεφώνου που προβάλλεται.

**4.** Δεν αναγράφεται **ο χρόνος** που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος.

**Σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να στοιχειοθετηθεί ο ισχυρισμός περί παραπλάνησης του κοινού για τους εξής λόγους:**

1. Σε καμία διάταξη της σχετικής με την Ραδιοτηλεόραση Νομοθεσίας, δεν ρυθμίζεται ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να προβάλλεται το όνομα της εταιρείας που οργανώνει τη διαφήμιση. Ελλείπει σχετικής νομοθετικής διάταξης που να προβλέπει ειδικά το θέμα αυτό, τυχόν καταδίκη του σταθμού ήταν παράνομη. Σχετική με το θέμα αυτό είναι και η επιστολή του κ. Ινιάτη της Golden Telemedia προς την Αρχή, ημερομηνίας 1/3/2005, στην οποία αναφέρεται ότι η Golden Telemedia, είχε ζητήσει από τον Επίτροπο Τηλεπικοινωνιών με επιστολές της να ρυθμίσει το θέμα της σχέσης χρέωσης και μεγέθους (ο προτεινόμενος τρόπος ρύθμισης ευρίσκεται στην εν λόγω επιστολή) και αναφέρεται επίσης το γεγονός ότι ο τρόπος προβολής των διαφημίσεων από την Golden Telemedia, είναι βασισμένος στις Ευρωπαϊκές προδιαγραφές συγκεκριμένων

κανονισμών (βλ. ICTIS) καθώς και ότι τους κανονισμούς αυτούς η Golden Telemedia τους είχε παραδώσει στην Αρχή, σε χρόνο προγενέστερο των καταγγελιών

2. Σε καμία διάταξη της σχετικής με την Ραδιοτηλεόραση Νομοθεσίας, δεν ρυθμίζεται ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να προβάλλεται η τιμή των διαφημιζομένων υπηρεσιών και ειδικότερα σε καμία διάταξη δεν προβλέπεται ο καθορισμός της σχέσης χρέωσης και μεγέθους. Ελλείψει σχετικής νομοθετικής διάταξης που να προβλέπει ειδικά το θέμα αυτό, τυχόν καταδίκη του σταθμού θα αποτελούσε κατάφωρη παράβαση της συνταγματικώς κατοχυρωμένης αρχής nullum crimen nulla poena sine lege. Σχετική με το θέμα αυτό είναι και η επιστολή του κ. Ινιάτη της Golden Telemedia προς την Αρχή, ημερομηνίας 1/3/2005, στην οποία αναφέρεται ότι η Golden Telemedia, είχε ζητήσει από τον Επίτροπο Τηλεπικοινωνιών με επιστολές της να ρυθμίσει το θέμα της σχέσης χρέωσης και μεγέθους, (ο προτεινόμενος τρόπος ρύθμισης ευρίσκεται στην εν λόγω επιστολή) και αναφέρεται επίσης το γεγονός ότι ο τρόπος προβολής των διαφημίσεων από την Golden Telemedia, είναι βασισμένος στις Ευρωπαϊκές προδιαγραφές συγκεκριμένων κανονισμών (βλ. ICTIS) καθώς και ότι τους κανονισμούς αυτούς η Golden Telemedia τους είχε παραδώσει στην Αρχή, σε χρόνο προγενέστερο των καταγγελιών.
3. Είναι πασίγνωστο ότι οι υπηρεσίες τηλεπληροφόρησης και γενικότερα οι τηλεφωνικές υπηρεσίες είναι «ανοικτές» 24 ώρες το 24ωρο. Επομένως για όλα όσα προβάλλονται στις 3 διαφημίσεις, ο καταναλωτής μπορεί να τηλεφωνήσει οποτεδήποτε μέσα στο 24ωρο. Εξάλλου, και αν ακόμα δεν ήταν πασίγνωστο το πιο πάνω γεγονός, σε καμία περίπτωση η μή αναγραφή του **πότε** μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στον αριθμό τηλεφώνου που προβάλλεται, μπορεί να παραπλανήσει για οποιονδήποτε θέμα το κοινό! Επιπροσθέτως, δεν υπάρχει σχετική νομοθετική διάταξη.
4. Τον χρόνο που χρειάζεται κάποιος για τη διεξαγωγή ενός τηλεφωνήματος τον ακούει ο καταναλωτής - τηλεθεατής, μόλις καλέσει τον τηλεφωνικό αριθμό μαζί με την χρέωση, π.χ. «Η χρέωση της υπηρεσίας που καλέσατε είναι 86σ/λ και η διάρκεια του μηνύματος δεν υπερβαίνει τα 3 λεπτά» Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω, είναι αντικειμενικά αδύνατον εντός των λίγων δευτερολέπτων που διαρκεί μια διαφήμιση, να μπορέσουν να προβληθούν τηλεοπτικά όλοι οι όροι των παρεχομένων υπηρεσιών, χωρίς αυτό να συνιστά παρανομία, για τους λόγους που αναφέραμε πιο πάνω.

- *Αξιοσημείωτο είναι και το εξής: Στην διατύπωση της κατηγορίας , η Αρχή χρησιμοποιεί χρόνο παρακείμενο (οι διαφημίσεις έχουν παραπλανήσει το κοινό). Επομένως υπάρχει ο ισχυρισμός από την αρχή ότι οι συγκεκριμένες διαφημίσεις, όχι μόνο θα μπορούσαν να παραπλανήσουν το κοινό (ενέχουν δηλαδή την δυναμική για κάτι τέτοιο), αλλά έχουν ήδη παραπλανήσει συγκεκριμένα άτομα. Καθίσταται λοιπόν αντιληπτό, ότι ένας τέτοιος ισχυρισμός πρέπει να αποδειχθεί δεόντως, έχει το βάρος δηλαδή η Αρχή να αποδείξει πόσοι και ποιοι συγκεκριμένα έχουν παραπλανηθεί. Έχει γίνει πιο πάνω λόγος (βλ. προδικαστικές ενστάσεις) για το γεγονός ότι στο διοικητικό φάκελο δεν υπάρχει οποιαδήποτε κατάθεση ή μαρτυρία που να θεμελιώνουν τον ισχυρισμό της Αρχής ότι συγκεκριμένα άτομα έχουν παραπλανηθεί. Η Αρχή ανεπίτρεπτα μετακυλίνει το βάρος απόδειξης στον οιονεί κατηγορούμενο σταθμό.*

### **3. Ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου ΔΙ**

*«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...»*

*Οι καταγγελίες οι οποίες αναφέρονται σε ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου ΔΙ , εμπεριέχουν όλες τον ισχυρισμό ότι και στις 3 διαφημίσεις, οι διαφημιζόμενες υπηρεσίες και η τιμή αυτών, παρουσιάστηκαν κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις. Για να στοιχειοθετηθεί λοιπόν παράβαση της διάταξης αυτής, πρέπει οι διαφημίσεις να είναι **ψευδείς και παραπλανητικές**, ώστε να μπορούν να δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις.*

*Υιοθετούμε όλα όσα έχουμε εκτενώς αναφέρει για την ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου ΒΙ, όπου φαίνεται ότι και οι 3 διαφημίσεις είναι αληθείς και εμπεριέχουν αληθείς ισχυρισμούς.*



Περαιτέρω, υιοθετούμε όλα όσα έχουμε εκτενώς αναφέρει στο δεύτερο σκέλος της ισχυριζόμενης παράβασης της παραγράφου Β5, όπου φαίνεται ότι καμία από τις 3 διαφημίσεις, δεν θα μπορούσαν να προκαλέσουν παραπλάνηση του κοινού.

Τονίζουμε τέλος για ακόμη μια φορά, ότι και σε αυτήν την περίπτωση η Αρχή χρησιμοποιεί παρακείμενο (έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις) και επομένως, υπάρχει ο ισχυρισμός από την αρχή ότι οι επίδικες διαφημίσεις, όχι μόνο θα μπορούσαν να δημιουργήσουν λανθασμένες διαφημίσεις( ενέχουν δηλαδή την δυναμική για κάτι τέτοιο), αλλά έχουν ήδη δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις σε συγκεκριμένα άτομα. Καθίσταται λοιπόν αντιληπτό, ότι ένας τέτοιος ισχυρισμός πρέπει να αποδειχθεί δεόντως, έχει το **βάρος** δηλαδή η **Αρχή να αποδείξει** σε πόσους και σε ποιούς έχουν δημιουργηθεί λανθασμένες εντυπώσεις. Έχει γίνει πιο πάνω λόγος ( βλ. προδικαστικές ενστάσεις) για το γεγονός ότι στο διοικητικό φάκελο δεν υπάρχει οποιαδήποτε κατάθεση ή μαρτυρία που να θεμελιώνουν τον ισχυρισμό της Αρχής ότι συγκεκριμένα άτομα έχουν παραπλανηθεί. Η Αρχή ανεπίτρεπτα μετακυλίζει το βάρος απόδειξης στον οιονεί κατηγορούμενο σταθμό.

Για όλους τους πιο πάνω λόγους, όλες οι κατηγορίες πρέπει να απορριφθούν ως απαράδεκτες και αβάσιμες.»

Κατά την ακροαματική διαδικασία στις **5/12/2005** ενώπιον της Αρχής, παρέστησαν εκ μέρους του τηλεοπτικού σταθμού ο κος. Λ. Παπαφιλίππου, Δικηγόρος Σταθμού και ο κος Α. Ινιάτης, εκπρόσωπος της Golden Telemedia.

Για τις προδικαστικές ενστάσεις που ήγειρε ο δικηγόρος του σταθμού, η Αρχή επεφύλαξε την απάντηση της για την επόμενη συνεδρία που ορίστηκε στις **12.12.2005**.

Πέραν της πιο πάνω γραπτής αγόρευσης ο κ. Παπαφιλίππου συνόψισε τις θέσεις του σταθμού ως εξής:

- Δεν υπάρχει καμία παράβαση του Νόμου στη συγκεκριμένη υπόθεση από τη στιγμή που δεν υπάρχουν γραπτές ή προφορικές μαρτυρίες οι οποίες συλλέχθηκαν από μέρους της Αρχής. Από την επιθεώρηση του φακέλου παρατηρήθηκε ότι δεν

υπήρξε προσπάθεια εξεύρεσης μαρτυρίας. Η παρούσα διαδικασία πάσχει από τη στιγμή που δεν υπάρχει αποδεικτικό υλικό.

- Οι εν λόγω διαφημίσεις διαφέρουν από τις υπόλοιπες διαφημίσεις που ορίζονται μέσα από τον Νόμο.
- Η ανάθεση για διερεύνηση πιθανών παραβάσεων έγινε στη λειτουργό από τον διευθυντή της Αρχής σε περίοδο που δεν υφίστατο Αρχή, γεγονός που ακυρώνει την διαδικασία.
- Για λόγους διαφάνειας, τα ανώνυμα παράπονα θα πρέπει να αγνοούνται και τα επώνυμα να γνωστοποιούνται στο σταθμό με όλες τις λεπτομέρειες.
- Όλα τα υποστοιχεία του πίνακα Α είναι αναμάσημα του νόμου και υπάρχει πολλαπλότητα κατηγοριών.
- Όταν το θέμα τέθηκε στον Επίτροπο Τηλεπικοινωνιών, είχε εκδοθεί απόφαση η οποία αθώωνε το σταθμό από οποιαδήποτε αδικήματα-παραβάσεις. Οι ερωτήσεις και σχέδια των διαφημίσεων είναι συμμορφωμένα με τους κανονισμούς της ICTIS, όπου και υπάρχει πρόνοια για το μέγεθος των γραμμάτων.

Η εξέταση της εν λόγω υπόθεσης συνεχίστηκε στις **12/12/2005** όπου κατά την ενώπιον της Αρχής ακροαματική διαδικασία παρευρέθηκε εκ μέρους τους σταθμού ο κος Α. Παπαφιλίππου.

Σε ό,τι αφορά τις προδικαστικές ενστάσεις του σταθμού, η Αρχή απάντησε στο σταθμό ως ακολούθως:

Στην πρώτη προδικαστική ένσταση του σταθμού που αναφέρει ότι κατά την ημερομηνία (24/8/04) που έγινε η ανάθεση για διερεύνηση από τον διευθυντή στην λειτουργό δεν υπήρχε Αρχή άρα ούτε και διευθυντής και ότι η ανάθεση στη λειτουργό έγινε από το διευθυντή χωρίς απόφαση της Αρχής, η Αρχή επισημαίνει τα εξής:

- βάσει απόφασης του Υπουργικού Συμβουλίου με αριθμό **60.421** στις **16/6/2004** διορίστηκαν ο Πρόεδρος , ο Αντιπρόεδρος και τα Μέλη της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου πράγμα που σημαίνει ότι στις **24/8/2004** που πραγματοποιήθηκε η ανάθεση για διερεύνηση υπήρχε Αρχή.

- στο άρθρο 9(7) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998, όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα αναφέρεται: « η Αρχή μπορεί να μεταβιβάζει αρμοδιότητες της στο διευθυντή ή σε επιτροπές οι οποίες αποτελούνται από μέλη της Αρχής και στις οποίες μπορεί να συμμετέχει και ο διευθυντής ή και άλλοι λειτουργοί της Αρχής. Η πιο πάνω μεταβίβαση αρμοδιοτήτων μπορεί να ανακαλείται από την Αρχή οποτεδήποτε αυτή το κρίνει σκόπιμο». Η Αρχή σε συνεδρία της με ημερομηνία **4/7/2001** αποφάσισε όπως, μεταβιβάσει στο Διευθυντή την εξουσία να ορίζει εκάστοτε Λειτουργό της Αρχής για διερεύνηση παραπόνου ή παράβασης.

Στην δεύτερη προδικαστική ένσταση του σταθμού που αναφέρει ότι όταν υπάρχουν παράπονα από το κοινό και ιδιαίτερα όταν φαίνεται ότι η Αρχή επηρεάστηκε από αυτά (αυτό φαίνεται καθαρά από τα εσωτερικά σημειώματα του ερευνώντος λειτουργού, ημερομηνιών 16/09/2004 και 13/4/2005) παρόλο που αυτά ήταν ανώνυμα, επιβάλλεται από τις αρχές της χρηστής διοίκησης όπως η Αρχή κοινοποιήσει τα παράπονα στο σταθμό, διότι αυτός έχει κάθε έννομο συμφέρον να το γνωρίζει, πόσο μάλλον όταν συντρέχουν οι ιδιάζουσες περιστάσεις της παρούσας υπόθεσης, η Αρχή σημειώνει ότι η όλη διαδικασία έγινε σύμφωνα με τον Νόμο και τους κανονισμούς. Επιπλέον από το γεγονός ότι η Αρχή έδωσε στο σταθμό το δικαίωμα επιθεώρησης του διοικητικού φακέλου, προκύπτει ότι όλα τα στοιχεία που υπήρχαν ενώπιον της ήταν εν γνώσει του σταθμού πριν ακόμα πραγματοποιηθεί η ακροαματική διαδικασία για την υπόθεση. Περαιτέρω η Αρχή επισημαίνει ότι κρίνει και αποφασίζει πάντοτε βάσει των στοιχείων που έχει ενώπιον της και εφόσον έχει δώσει το δικαίωμα στο σταθμό να ακουσθεί.

Τέλος στην τρίτη προδικαστική ένσταση που αναφέρει ότι η λειτουργός δεν έχει συλλέξει καμία μαρτυρία και κατάθεση πριν κρίνει ότι υπάρχει παράβαση εκ μέρους του σταθμού η Αρχή επισημαίνει ότι σύμφωνα με τον κανονισμό 42(4) που αναφέρει ότι «Ο λειτουργός έχει αρμοδιότητα να ακούσει οποιουσδήποτε μάρτυρες και να πάρει γραπτές καταθέσεις από εμπλεκόμενα πρόσωπα τα οποία οφείλουν να δώσουν κάθε σχετική πληροφορία ή στοιχεία » ο κανονισμός δίνει μεν την αρμοδιότητα στο λειτουργό να προχωρήσει στη λήψη μαρτυριών και καταθέσεων αλλά δεν τον υποχρεώνει να το κάνει σε όλες τις περιπτώσεις από τη στιγμή που μπορεί να

κρίνει ότι το περιεχόμενο της κασέτας είναι αρκετή μαρτυρία για να στοιχειοθετηθούν παραβάσεις.

Εν όψει των ανωτέρω η Αρχή πληροφόρησε το σταθμό ότι οι προδικαστικές ενστάσεις του απορρίπτονται. Στη συνέχεια ο κ. Παπαφιλίππου επανέλαβε τις θέσεις του επί της ουσίας θίγοντας εκ νέου κάποια από τα σημεία που τέθηκαν ενώπιον της Αρχής και γραπτώς.

Έχουμε μελετήσει με μεγάλη προσοχή όλα τα ενώπιον μας στοιχεία και περιστατικά, συμπεριλαμβανομένων και των γραπτών εξηγήσεων του σταθμού και κατόπιν παρακολούθησης της βιντεοκασέτας με τις εν λόγω διαφημίσεις κρίνουμε ότι:

Στις **19.8.2004** και **20.8.2004** ο σταθμός μετέδωσε :

- Διαφημίσεις, οι οποίες περιείχαν μη αληθείς πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** 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).  
**(υποστοιχεία:1,4,7,10,13,16,19,22,25,28,31,34,37,40,43,46,49,52,55,58,61,64,67, 70,73)**
- Διαφημίσεις, οι οποίες περιείχαν περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** 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).  
**(υποστοιχεία:2,5,8,11,14,17,20,23,26,29,32,35,38,41,44,47,50,53,56,59,62,65,68, 71,74)**
- Διαφημίσεις, οι οποίες έχουν παρουσιάσει τις διαφημιζόμενες υπηρεσίες και τις τιμές τους κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν δημιουργήσει

λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου Δ1 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).

**(υποστοιχεία:3,6,9,12,15,18,21,24,27,30,33,36,39,42,45,48,51,54,57,60,63,66,69, 72,75).**

Συγκεκριμένα κατά τις πιο πάνω ημερομηνίες προβάλλονται τρεις διαφημίσεις:

### **Διαφήμιση για Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα**

Η πρώτη διαφήμιση παρακινεί το κοινό να τηλεφωνήσει και να ακούσει τα τελευταία ξεκαρδιστικά ανέκδοτα. Αρχίζει παρουσιάζοντας στιγμιότυπα από τους νικηφόρους αγώνες της εθνικής Ελλάδος, κατά την διάρκεια του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος και συνεχίζει με ένα χιουμοριστικό διάλογο τριών «οπαδών» που κατά την διάρκεια των επευφημιών τους παρακινούνται από τον ένα να σταματήσουν να ζητωκραυγάζουν και να τηλεφωνήσουν στον εν λόγω αριθμό για να ξεκουραστούν και να ακούσουν «ευρωπαϊκά ανέκδοτα». Καθ' όλη την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλεται στην οθόνη ο αριθμός του τηλεφώνου που πρέπει να καλούν οι τηλεθεατές με πολύ μεγάλα και ευανάγνωστα γράμματα, το όνομα της εταιρείας που οργανώνει τη διαφήμιση με μικρότερα γράμματα και τέλος τη χρέωση ανά λεπτό (86 σ/λ) με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα

### **Διαφήμιση για εισιτήριο του Αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας.**

Η δεύτερη διαφήμιση προκαλεί τους φίλους του ποδοσφαίρου να τηλεφωνήσουν και να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό για να κερδίσουν ένα εισιτήριο για τον ποδοσφαιρικό αγώνα Ελλάδας-Τουρκίας. Κατά την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλονται στιγμιότυπα από τα τέρματα που πέτυχε η εθνική ομάδα της Ελλάδας στο Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα και παράλληλα ακούγεται μια φωνή που θυμίζει ανταποκριτή αγώνα να παρακινεί τους τηλεθεατές να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό. Επίσης περνούν στην οθόνη υπό μορφή crawling λεπτομέρειες όπως «κερδίστε αεροπορικό εισιτήριο με επιστροφή και εισιτήριο του αγώνα...». Προς το τέλος της διαφήμισης παρουσιάζεται η ερώτηση του διαγωνισμού με τρεις

πιθανές απαντήσεις. Κατά την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλεται ο αριθμός του τηλεφώνου που μπορούν να καλούν οι τηλεθεατές με αρκετά μεγάλα γράμματα. Το όνομα της εταιρείας που διοργανώνει τον διαγωνισμό και η χρέωση προβάλλονται με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα γράμματα.

### Διαφήμιση για εισιτήριο για την Eurodisney

Η τρίτη διαφήμιση παρακινεί όλο το κοινό αλλά και τα μικρά παιδιά να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό και να κερδίσουν ένα ταξίδι για τέσσερα άτομα στην Eurodisney. Κατά την διάρκεια της διαφήμισης προβάλλονται φωτογραφίες με διάφορους ήρωες, στιγμιότυπα από την Eurodisney και οι σχετικές ερωτήσεις.. Παρουσιάζεται, σχεδόν καθ'όλη την διάρκεια, το τηλέφωνο επικοινωνίας με πολύ μεγάλα και καθαρά γράμματα ενώ το όνομα της εταιρείας και η χρέωση ανά λεπτό (144 σ/λ) με πάρα πολύ μικρά και θολά γράμματα.

Το γεγονός ότι δεν αναγράφεται πότε μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει στα εν λόγω τηλέφωνα και δεν φαίνεται στην οθόνη με καθαρά και ευανάγνωστα γράμματα η χρέωση των τηλεφωνημάτων και ο χρόνος που χρειάζεται κάποιος για να λάβει μέρος σε ένα διαγωνισμό ή να λάβει κάποιο προϊόν τηλεξυπηρέτησης θα μπορούσαν να θεωρηθούν άκρως παραπλανητικά, ειδικά για ένα ανήλικο τηλεθεατή που μπορεί να δελεαστεί από κάποιο δώρο και να μην προσέξει τα υπόλοιπα.

Στους ισχυρισμούς του σταθμού επί της ουσίας η Αρχή επισημαίνει τα εξής:

- Από τη στιγμή που η χρέωση που προβάλλεται είναι ανά σεπτ το λεπτό, τουλάχιστον όπου είναι δυνατόν θα έπρεπε οι τηλεθεατές να ενημερώνονται για το χρόνο που χρειάζεται για να τους υποβληθούν οι ερωτήσεις, αφού πρόκειται για σταθερό χρόνο σε ηχογραφημένα μηνύματα.
- Η παραπλάνηση έγκειται στο γεγονός ότι όλες οι πληροφορίες πλην της χρέωσης παρουσιάζονται με τέτοιο τρόπο που συγκεντρώνουν την προσοχή. Η χρέωση παρουσιάζεται με ασυγκρίτως μικρότερους χαρακτήρες από το τηλέφωνο και τα άλλα γράμματα, που αποσπούν την προσοχή σε τέτοιο βαθμό που δεν μπορεί να δοθεί προσοχή στη χρέωση, ειδικά από τους ανήλικους. Η

γραμματοσειρά της χρέωσης είναι τόσο μικρή που δεν είναι δυνατόν να διαβαστεί έστω και εάν απομονωθεί από τις υπόλοιπες πληροφορίες.

- Η διαδικασία συμμετοχής των τηλεθεατών (πότε μπορεί κάποιος να τηλεφωνήσει, αν είναι διαθέσιμες οι γραμμές όλο το 24ωρο, πόσος χρόνος χρειάζεται για να διεκπεραιωθεί ένα τηλ) δεν είναι ξεκάθαρη γεγονός που επιβάλλεται αφού πρόκειται για διαφημίσεις που προβάλλονται σε ώρα που παρακολουθούν ανήλικοι (οικογενειακή ζώνη), καθώς επίσης και σε χρονική περίοδο που οι ανήλικοι είναι σε σχολικές διακοπές (19/8/2005 και 20/8/2005).
- Για την διαφήμιση που το έπαθλο είναι ένα εισιτήριο για την Eurodisney η Αρχή θεωρεί ότι πρόκειται για διαφήμιση αγοράς υπηρεσίας διαγωνισμού η οποία εκμεταλλεύεται την ευπιστία των ανηλίκων, αφού δίνεται η εντύπωση πως με ένα τηλεφώνημα μπορεί να κερδίσει αεροπορικό εισιτήριο για την Eurodisney.
- Δεν μπορεί να θεωρηθεί αυτονόητο ότι το κοινό γνωρίζει ότι οι εν λόγω υπηρεσίες είναι διαθέσιμες όλο το 24ωρο από τη στιγμή που μια τέτοια πληροφορία δεν αναφέρεται και δεν προβάλλεται σε καμία από τις εν λόγω διαφημίσεις.

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή κρίνει και αποφασίζει ότι υπάρχουν παραβάσεις :

- της παραγράφου **B1** 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).

(υποστοιχεία:1,4,7,10,13,16,19,22,25,28,31,34,37,40,43,46,49,52,55,58,61,64,67,70,73)

- της παραγράφου **B5** 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).

(υποστοιχεία:2,5,8,11,14,17,20,23,26,29,32,35,38,41,44,47,50,53,56,59,62,65,68,71,74)

- και της παραγράφου Δ1 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).

**(υποστοιχεία:3,6,9,12,15,18,21,24,27,30,33,36,39,42,45,48,51,54,57,60,63,66,69, 72,75).**

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.



(Ν. ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ)

Πρόεδρος

Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου



## ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 9/2005(1))

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

Ημερομηνία Απόφασης: 31 Ιανουαρίου, 2007

Ενώπιον: κ. Νίκου Παπαιωάννου, Προέδρου, κ. Ανδρέα Ιωάννου, Αντιπροέδρου,  
κ. Μαίρης Κουτσελίνη και κ. Μαρίας Δωρίτη, Μελών.

Εκ Μέρους του Σταθμού: κ. Γιώργος Βαλιαντής, Δικηγόρος.

### ΑΠΟΦΑΣΗ

*Στις 12 Δεκεμβρίου 2005, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε ότι στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν παραβάσεις των παραγράφων **B1, B5 και Δ1** 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).*

*Οι πιο πάνω παράγραφοι αναφέρουν τα εξής :*

***B1** 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.*

***B5** Οι διαφημίσεις πρέπει να είναι σύμφωνες με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου. Καμία διαφήμιση δεν επιτρέπεται να περιέχει οποιαδήποτε περιγραφή, ισχυρισμό ή παράσταση που άμεσα ή συμπερασματικά παραπλανά για το προϊόν ή την υπηρεσία που διαφημίζεται ή για την καταλληλότητα του για το σκοπό που διαφημίζεται.*

***Δ1** 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.*

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 της παράβασης για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. **7.9.2006** 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 Χρ. Χριστοφίδης, με επιστολή του ημερομηνίας **11.9.2006** αναφέρει τα εξής:

*«Ενεργούμε για τον τηλεοπτικό σταθμό ANTENNA. Είναι με έκπληξη που οι πελάτες μας έχουν πληροφορηθεί ότι έχετε εκδόσει απόφαση στις 12.12.2005 και τους έχετε κοινοποιήσει αντίγραφο της απόφασης στις 7.9.2006 από 64 σελίδες.*

*Οι πελάτες μας θα μελετήσουν και την πολυσέλιδη απόφαση αλλά και την πρόσφατα εκδηλωθείσα τακτική κοινοποίησης των αποφάσεων της Αρχής μετά πάροδο έξι, οκτώ και δέκα μηνών από την έκδοσή τους.*

*Θα χρειασθούν τουλάχιστον ένα μήνα και θα υποβάλουν προφορικές παραστάσεις. Παρακαλούμε να μας ειδοποιήσετε έγκαιρα με προθεσμία τουλάχιστον 15-20 ημερών για να μην υπάρξει αναβολή.»*

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. **13.9.2006** ενημέρωσε το σταθμό ότι του παραχωρείται η απαιτούμενη προθεσμία των 20 ημερών.

Ο σταθμός σε επιστολή του δικηγόρου του κ. Παπαφιλίππου ημερ. **6.10.2006** αναφέρει:

*«Σχετική η επιστολή σας ημερ. 13.9.2006. Είμαι υποχρεωμένος να τονίσω ότι δεν εζήτησα να καταθέσω γραπτώς τις θέσεις μας. Αποστέλλω εκ νέου την επιστολή μας ημερ. 11.9.2006 για να έχετε υπόψη σας το αίτημα μας. »*

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. **24.11.2006** κάλεσε το σταθμό να παρευρεθεί ενώπιον της σε συνεδρία 18.12.2006, για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Ο δικηγόρος του σταθμού σε επιστολή του ημερ. **27.11.2006** αναφέρει τα εξής:

*«Δυστυχώς είμαι υποχρεωμένος να ζητήσω αναβολή, την πρώτη που ζητώ μέσα στο 2006 για τους ακόλουθους λόγους:*

1. Βασικός μάρτυρας έχει σοβαρό εμπόδιο για τις 18.12.2006. Δεν μπορεί να είναι ενώπιον της Αρχής.
2. Προσωπικά έχω πελάτες από το εξωτερικό για συνεχιζόμενη υπόθεση διεθνούς διαιτησίας.

Αν δεν μας δοθεί αναβολή θα μείνουν αρκετά αναπάντητα ερωτήματα μερικά των οποίων σας έχω θέσει με την επιστολή μου ημερ. 11.9.2006.

Η παράκληση μου είναι η Νέα ημερομηνία να είναι μετά τις 15.1.2007. »

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. 28.11.2006 πληροφόρησε το σταθμό ότι το αίτημα του έγινε δεκτό και τον κάλεσε να παρευρεθεί ενώπιον της σε συνεδρία ημερ. 31.1.2007 για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Κατά την ενώπιον της Αρχής ακροαματική διαδικασία, εκ μέρους του σταθμού παρευρέθηκε ο κ. Γ. Βαλιαντής, Δικηγόρος.

Ο κ. Βαλιαντής ανέφερε προς την Αρχή ότι εμμένει στις επί της ουσίας θέσεις του σταθμού όπως είχαν εκφραστεί καθ' όλη την διαδικασία εξέτασης της υπόθεσης και δεν παραδέχτηκε την ενοχή του σταθμού σε καμία από τις κατηγορίες. Παράλληλα κατέθεσε γραπτή αγόρευση ημερ. 31.1.2007 με απόψεις και εισηγήσεις για αποφυγή ή/και μετριασμό της ποινής/ κύρωσης.

Στην εν λόγω γραπτή αγόρευση αναγράφονται τα εξής:

«Α) **ΓΕΓΟΝΟΤΑ:**

Η παρούσα υπόθεση αφορά την μετάδοση 3 διαφημίσεων (19/8/2004 και 20/8/2004):

α) Ξεκαρδιστικά Ανέκδοτα

*β) Διαγωνισμός με δώρο εισιτήριο του ποδοσφαιρικού αγώνα Ελλάδας – Τουρκίας συμπεριλαμβανομένου του αεροπορικού εισιτηρίου για Αθήνα.*

*γ) Διαγωνισμός με δώρο ταξιδιωτικό πακέτο για την Eurodisney.*

*Οι καταγγελίες αφορούν ισχυριζόμενη παραβίαση των παραγράφων Β1, Β5 και Δ1 του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμαρτυρικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας (παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000, ΚΔΠ 10/2000).*

*Με επιστολή της ημερ. 7/9/2006 η Αρχή κοινοποίησε απόφαση της ημερ. 12/12/2006 (εννέα ολόκληρους μήνες μετά δηλαδή, σχετική επιστολή μας ημερ. 11/9/2006).*

**B) Εισήγηση για ανάκληση:**

*Η Αρχή δεν έχει λάβει υπόψη της το πραγματικό και νομικό υπόβαθρο που σταθμός υπέβαλε:*

- ♦ Με την επιστολή του ημερ. 1/3/2005, με την οποία επισυναπτόταν επιστολή της Golden Telemedia ίδιας ημερομηνίας,*
- ♦ Με την επιστολή του ημερ. 10/3/2005, με την οποία επισυναπτόταν γραπτή αγόρευση ίδιας ημερομηνίας,*
- ♦ Με την προφορικές παραστάσεις που δόθηκαν στις 5/12/2005 κατά την ακροαματική διαδικασία,*
- ♦ Με γραπτή αγόρευση ημερ. 5/12/2006, το περιεχόμενο της οποίας υιοθετήθηκε κατά την ακροαματική διαδικασία στις 5/12/2005,*
- ♦ Με τις προφορικές παραστάσεις δόθηκαν στις 12/12/2005 κατά την συνέχιση της ακροαματικής διαδικασίας.*

Βάσει του οποίου ο σταθμός έχει ήδη αποδείξει ότι όλες οι κατηγορίες είναι απαράδεκτα αβάσιμες.

Έστω και την υστάτη ο σταθμός καλεί την Αρχή να ανακαλέσει την απόφαση της ημερ. 12/12/2005, βάσει όλων των αρχών του διοικητικού δικαίου που συνθέτουν την γενική αρχή της Χρηστής Διοίκησης καθώς βάσει των αρχών που διέπουν τα της ανάκλησης παρανόμων διοικητικών πράξεων (παραπέμπουμε ενδεικτικά στα άρθρα 50 και 54 του Νόμου 158(1)/99)

Επισημαίνουμε ότι ο σταθμός ως διοικούμενος, έχει κάθε δικαίωμα να προβάλει δια των εκπροσώπων του την αθωότητα του και να καλεί μια διοικητική αρχή, όπως είναι η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου να ανακαλέει έστω και την υστάτη παράνομες διοικητικές της πράξεις, καθώς η ίδια η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου έχει από μόνη της την υποχρέωση να ανακαλέει σε οποιοδήποτε στάδιο παράνομες και δυσμενείς για τον παραπονούμενο διοικητικές πράξεις.

**Γ) Εισηγήσεις για αποφυγή και/ή μετριασμό της ποινής/κύρωσης:**

Άνευ βλάβης των πιο πάνω, έχουμε να αναφέρουμε τα εξής:

Σύμφωνα με το άρθρο 41B(2) του Νόμου 7(1)/98, «τα πιο πάνω προβλεπόμενα διοικητικά πρόστιμα επιβάλλονται από την Αρχή λαμβάνοντας υπόψη τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια της παράβασης τηρουμένης της Αρχής της Αναλογικότητας.»

Η Αρχή της Αναλογικότητας όμως είναι βασικότατη αρχή του διοικητικού δικαίου και τυγχάνει γενικής εφαρμογής.

Σύμφωνα με τον Δαγτόγλου (Π.Δ Δαγτόγλου Γενική Διοικητικό Δίκαιο, 4<sup>η</sup> αναθεωρημένη έκδοση περ.394), «Η αρχή της αναλογικότητας επιτάσσει ότι μεταξύ του συγκεκριμένου μέτρου και του επιδιωκόμενου νόμιμου σκοπού πρέπει να

*υπάρχει εύλογη σχέση. Η σχέση αυτή υπάρχει μόνον όταν το λαμβανόμενο μέτρο είναι κατάλληλο για την επίτευξη του επιδιωκόμενου σκοπού (καταλληλότητα), συνεπάγεται κατ' ένταση και διάρκεια τα λιγότερα δυνατά μειονεκτήματα για τον ιδιώτη και το κοινό (αναγκαιότητα) και, τέλος, τα συνεπαγόμενα μειονεκτήματα δεν υπερσκελίζουν τα πλεονεκτήματα (αναλογικότητα).» Ο Δαγτόγλου αναφέρει επίσης (όπως πιο πάνω, παρ. 874,875), ότι η Αρχή της Αναλογικότητας **ισχύει και επί διοικητικών μέτρων**. Μεταξύ αυτών και των επιδιωκόμενων (νόμιμων) σκοπών πρέπει να υπάρχει εύλογη σχέση.*

*Σύμφωνα με τον συγγραφέα , η αρχή της αναλογικότητας **τυγχάνει ιδιαίτερης εφαρμογής στην όλη περιοχή των προστίμων και άλλων διοικητικών ποινών, διότι η περιοχή αυτή παρουσιάζει ερωτηματικά από απόψεως κράτους δικαίου.***

*Η Αρχή της αναλογικότητας προβλέπεται και στο **άρθρο 52 του Νόμου 158(1)/99:***

*«(1) Το διοικητικό όργανο, κατά την άσκηση της διακριτικής του εξουσίας, οφείλει να λαμβάνει υπόψη και να **σταθμίζει όλα τα άμεσα αναμιγμένα στην υπόθεση συμφέροντα.***

*(2) Τα μέσα που χρησιμοποιεί η διοίκηση στις ενέργειες της πρέπει να είναι ανάλογα με τον επιδιωκόμενο σκοπό. Επέμβαση στα δικαιώματα των πολιτών επιτρέπεται μόνο στην έκταση που αυτό είναι απαραίτητο για την προστασία του δημοσίου συμφέροντος.*

*(3) Αν η διοίκηση έχει να επιλέξει μεταξύ δυο ή περισσότερων νόμιμων λύσεων, οφείλει να **προτιμήσει εκείνη που είναι λιγότερο επαχθής για το διοικούμενο.***

*(4) Κάθε πειθαρχικό ή διοικητικό μέτρο που λαμβάνει η διοίκηση πρέπει να έχει **αντικειμενική συνάφεια με την υποχρέωση που παραβιάστηκε και να βρίσκεται σε εύλογη σχέση με τον επιδιωκόμενο σκοπό.***

*(5) Οι δυσμενείς για έναν ή περισσότερους διοικούμενους συνέπειες μιας διοικητικής πράξης δεν πρέπει να είναι δυσανάλογες με τον επιδιωκόμενο σκοπό.»*

Στην προκειμένη περίπτωση λοιπόν, η Αρχή οφείλει να επιβάλει μια εκ των προβλεπόμενων διοικητικών κυρώσεων, η οποία να είναι **ανάλογη** της φύσης, της **βαρύτητας** και της **διάρκειας** της παράβασης και να είναι **αναγκαία** και **κατάλληλη** προς επίτευξη του επιδιωκόμενου σκοπού.

Για να επιβάλει την κατάλληλη, ανάλογη και αναγκαία ποινή η Αρχή οφείλει να λάβει υπόψη της τα ακόλουθα:

- ♦ Η Αρχή δεν έχει αποδείξει κανένα από τους ισχυρισμούς της.
- ♦ Οι επίδικες διαφημίσεις δεν έχουν προξενήσει καμία βλάβη και/ή ζημιά σε τηλεθεατή ή σε οποιοδήποτε εμπλεκόμενο πρόσωπο.
- ♦ Οι επίδικες διαφημίσεις ήταν συμμορφωμένες με τους κανονισμούς της ICTIS και ο αρμόδιος Επίτροπος Τηλεπικοινωνιών ποτέ μέχρι σήμερα δεν έχει διαπιστώσει οποιαδήποτε παράβαση.

Σύμφωνα με όλα τα πιο πάνω αναφερθέντα, η διοικητική κύρωση του διοικητικού προστίμου, **ούτε αναγκαία είναι, ούτε κατάλληλη**, το δυσμενέστερο μέτρο – κύρωση του προστίμου μπορεί να επιβληθεί, μόνο στην περίπτωση που η Αρχή αιτιολογημένα αποδείξει ότι ο επιδιωκόμενος σκοπός της διοικητικής κύρωσης, δεν μπορεί να επιτευχθεί με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, παρά μόνο με την κύρωση του προστίμου.

Η επιβολή του διοικητικού προστίμου που καταλήγει στην κυριότητα της Αρχής δεν είναι νόμιμη κύρωση σύμφωνα με το διοικητικό δίκαιο και τι ευρωπαϊκό κεκτημένο. Δεν μπορεί η Αρχή να ωφελείται από αποφάσεις δικές της.

Για όλους τους λόγους αυτούς η Αρχή οφείλει να μην επιβάλει την κύρωση του διοικητικού προστίμου, αλλά να αφήσει ατιμώρητο το σταθμό ή να επιβάλει σε αυτόν την διοικητική κύρωση της απλής συστάσεως.»



Όσον αφορά τη θέση του σταθμού ότι «η Αρχή δεν έχει λάβει υπόψη της το πραγματικό και νομικό υπόβαθρο που ο σταθμός υπέβαλε», η Αρχή παραπέμπει στην απόφαση της ημερομηνίας **12.12.2005** , στην οποία διαφαίνονται οι θέσεις και τοποθετήσεις της επί των θεμάτων που ήγειρε ο σταθμός. Περαιτέρω και σε σχέση με την εισήγηση του σταθμού για ανάκληση της απόφασης της ημερ. **12.12.2005** η Αρχή κρίνει ότι ο σταθμός δεν υπέβαλε οποιαδήποτε νέα στοιχεία που να δικαιολογούν καθιονδήποτε τρόπο την ανάκληση της πιο πάνω καθ' όλα νόμιμης απόφασης της Αρχής.

Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, αφού έλαβε σοβαρά υπόψη όλα τα γεγονότα και περιστατικά της υπόθεσης, συμπεριλαμβανομένων και των προφορικών και γραπτών απόψεων του σταθμού, για σκοπούς επιβολής κυρώσεων, ως επίσης και τη σοβαρότητα των παραβάσεων, κρίνει και αποφασίζει όπως επιβάλει στον σταθμό κυρώσεις ως ακολούθως:

- Για τις παραβάσεις της παραγράφου **Δ1** 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) (**υποστοιχεία 3, 6, 9, 12, 15, 18, 21, 24, 27, 30, 33**) που έγιναν στις **19.8.2004**, το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **Λ.Κ. 1,650** ως εξής:

- **Υποστοιχείο 3**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 6**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 9**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 12**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 15**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 18**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 21**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**

- **Υποστοιχείο 24**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 27**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 30**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 33**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**

Όσον αφορά τις παραβάσεις της παραγράφου **B1 (υποστοιχεία 1, 4, 7, 10, 13, 16, 19, 22, 25, 28, 31)** και της παραγράφου **B5 (υποστοιχεία 2, 5, 8, 11, 14, 17, 20, 23, 26, 29, 32)** 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), που έγιναν στις **19.8.2004** η Αρχή δεν επιβάλλει οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων των εν λόγω παραβάσεων με εκείνες των υποστοιχείων **3, 6, 9, 12, 15, 18, 21, 24, 27, 30, 33** στα οποία έχουν ήδη επιβληθεί κυρώσεις.

- Για τις παραβάσεις της παραγράφου **Δ1** 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) (**υποστοιχεία 36, 39, 42, 45, 48, 51, 54, 57, 60, 63, 66, 69, 72, 75** ) που έγιναν στις **20.8.2004** το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **Λ.Κ. 2,100** ως εξής:

- **Υποστοιχείο 36**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 39**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 42**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 45**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 48**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 51**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**

- **Υποστοιχείο 54**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 57**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 60**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 63**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 66**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 69**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 72**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**
- **Υποστοιχείο 75**, Διοικητικό πρόστιμο **Λ.Κ. 150.**

Όσον αφορά τις παραβάσεις της παραγράφου **B1 (υποστοιχεία 34, 37, 40, 43, 46, 49, 52, 55, 58, 61, 64, 67, 70, 73)** και της παραγράφου **B5 (υποστοιχεία 35, 38, 41, 44, 47, 50, 53, 56, 59, 62, 65, 68, 71, 74)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθεται στο Παράρτημα IX των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000) που έγιναν στις **20.8.2004**, η Αρχή δεν επιβάλλει οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων των εν λόγω παραβάσεων με εκείνες των υποστοιχείων **36, 39, 42, 45, 48, 51, 54, 57, 60, 63, 66, 69, 72, 75** στα οποία έχουν ήδη επιβληθεί κυρώσεις.

Ο σταθμός καλείται να εμβάσει προς την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου το διοικητικό πρόστιμο των **€3750** που του έχει επιβληθεί μέσα σε τριάντα (30) μέρες από την κοινοποίηση σ' αυτόν της παρούσας απόφασης.



(N. ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ)

Πρόεδρος

Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου