



Μ Ε Λ Ε Τ Η

ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ

A) ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

B) ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Γ) ΣΥΓΚΑΛΥΜΜΕΝΗΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗΣ

ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗΣ

ΟΚΤΩΒΡΗΣ 2014

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή	4
A. Τοποθέτηση Προϊόντων	5
A.1 Νομοθετικές Διατάξεις	6
A.1.1 Οδηγία 2010/13/ΕΕ	6
A.1.2 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμοι του 1998 μέχρι 2014	8
A.1.3 Ο περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος Κεφ.300Α	11
A.2 Κυριότερες Παραβάσεις	14
A.2.I Μη σαφής επισήμανση οπτικά και ακουστικά είτε της ύπαρξης τοποθέτησης, είτε της επωνυμίας των προϊόντων που τοποθετούνται	14
A.2.II Ενσωμάτωση τοποθέτησης προϊόντων μετά την ολοκλήρωση της παραγωγής	18
A.2.III Παρακίνηση ευθέως σε αγορά των προϊόντων, μέσω διαφημιστικών αναφορών	21
A.2.IV Υπέρβαση του συνολικού χρόνου προβολής και /ή αναφοράς σε προϊόντα σε μηνύματα τοποθέτησης προϊόντων	24
A.2.V Κοντινή εστίαση και /ή παρατεταμένη προβολή των προϊόντων	25
B. Χορηγία Προγραμμάτων	26
B.1 Νομοθετικές Διατάξεις	27
B.1.1 Οδηγία 2010/13/ΕΕ	27
B.1.2 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμοι του 1998 μέχρι 2014	28
B.1.3 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμοί του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000) - Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, Παράρτημα ΙΧ	29
B.1.4 Ο περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος Κεφ.300Α	31

B.2 Κυριότερες Παραβάσεις	33
B.2.I Μη σαφής ενημέρωση των τηλεθεατών για την ύπαρξη χορηγίας	33
B.2.II Παρακίνηση ευθέως για αγορά των προϊόντων, μέσω διαφημιστικών αναφορών	34
Γ. Συγκαλυμμένη Οπτικοακουστική Εμπορική Ανακοίνωση	39
Γ.1 Νομοθετικές Διατάξεις	40
Γ.1.1 Οδηγία 2010/13/ΕΕ	40
Γ.1.2 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμοι του 1998 μέχρι 2014	41
Γ.1.3 Ο περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος Κεφ.300Α	42
Γ.2 Κυριότερες Παραβάσεις	42
Γ.2.1. Προφορική ή οπτική παρουσίαση, κατά τη διάρκεια των προγραμμάτων, προϊόντων, υπηρεσιών ή της επωνυμίας τους εφόσον η παρουσίαση αυτή γίνεται με διαφημιστικό σκοπό και ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά το χαρακτήρα αυτής της παρουσίασης	42
Παράρτημα Ι	45

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου ετοίμασε την παρούσα Μελέτη ασκώντας τις αρμοδιότητες που της παρέχει ο Νόμος και ειδικότερα το άρθρο **3(2)(ι)** των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμων 1998 μέχρι 2014, σύμφωνα με το οποίο η Αρχή έχει την αρμοδιότητα, μεταξύ άλλων, να *«επιλαμβάνεται θεμάτων που αφορούν την καλύτερη εφαρμογή της νομοθεσίας που διέπει τους παρόχους υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων.»* Η παρούσα Μελέτη αποκοπεί στο να δώσει μια όσο το δυνατό σαφέστερη και πληρέστερη εικόνα του τηλεοπτικού πεδίου σε θέματα διαφήμισης, προκειμένου να βοηθηθούν οι τηλεοπτικοί οργανισμοί στην υιοθέτηση έννομων πρακτικών.

Οι Θεματικές Ενότητες της Μελέτης είναι οι ακόλουθες:

A) Τοποθέτηση Προϊόντων

B) Χορηγία Προγραμμάτων και

Γ) Συγκαλυμμένη Οπτικοακουστική Εμπορική Ανακοίνωση

Η κάθε ενότητα περιλαμβάνει τις σχετικές με αυτή νομοθετικές διατάξεις (πρόνοιες της Ευρωπαϊκής Οδηγίας 2010/13/ΕΕ, των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμων 1998 μέχρι 2014, του περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος Κεφ. 300Α (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) και των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π. 10/2000)), τις κυριότερες παραβάσεις της ισχύουσας νομοθεσίας που εντοπίστηκαν από την παρακολούθηση του οπτικοακουστικού υλικού καθώς και συγκεκριμένα παραδείγματα των παραβάσεων.

Για τους σκοπούς ετοιμασίας της παρούσας Μελέτης, έγινε παρακολούθηση συνολικά 25 προγραμμάτων όπως αυτά μεταδόθηκαν από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς κατά την περίοδο Μαΐου – Ιουνίου 2014. Ο κατάλογος των προγραμμάτων που παρακολουθήθηκαν επισυνάπτεται ως Παράρτημα Ι.

Α. ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Α. ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Α.1 Νομοθετικές Διατάξεις

Α.1.1 Οδηγία 2010/13/ΕΕ για τις Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων (AVMS Directive)

Προοίμιο

(81) Οι εμπορικές και τεχνολογικές εξελίξεις διευρύνουν τη δυνατότητα επιλογής και την ευθύνη των χρηστών κατά τη χρήση υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων. Για να παραμείνει ανάλογη προς τους στόχους γενικού συμφέροντος, η κανονιστική ρύθμιση θα πρέπει να επιτρέπει ορισμένο βαθμό ευελιξίας όσον αφορά τις τηλεοπτικές μεταδόσεις. Η αρχή του διαχωρισμού θα πρέπει να περιορίζεται στην τηλεοπτική διαφήμιση και τις τηλεαγορές, και η τοποθέτηση προϊόντων θα πρέπει να επιτρέπεται υπό ορισμένες περιστάσεις, εκτός εάν ένα κράτος μέλος αποφασίζει άλλως. Ωστόσο, θα πρέπει να απαγορεύεται η συγκαλυμμένη τοποθέτηση προϊόντων. Η αρχή του διαχωρισμού δεν θα πρέπει να εμποδίζει τη χρήση νέων διαφημιστικών τεχνικών.

(91) Το καθοριστικό κριτήριο για τη διάκριση μεταξύ χορηγίας και τοποθέτησης προϊόντος είναι το γεγονός ότι στην τοποθέτηση προϊόντος η αναφορά σε προϊόν είναι ενσωματωμένη στη δράση προγράμματος· αυτός άλλωστε είναι ο λόγος για τον οποίο ο ορισμός στο άρθρο 1 παράγραφος 1 στοιχείο γ), περιέχει τον όρο «εντός». Αντίθετα, οι αναφορές σε χορηγό είναι δυνατόν να εμφανίζονται, κατά τη διάρκεια προγράμματος, αλλά δεν αποτελούν τμήμα της πλοκής.

(93) Περαιτέρω, η χορηγία και η τοποθέτηση προϊόντων θα πρέπει να απαγορεύονται όταν επηρεάζουν το περιεχόμενο προγραμμάτων κατά τρόπο ώστε να θίγουν την ευθύνη και τη συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων. Αυτό συμβαίνει με τη θεματική τοποθέτηση.

Ορισμός 1. (ιγ) «τοποθέτηση προϊόντος»: κάθε μορφή οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης που συνίσταται στην παρουσίαση ή στην αναφορά προϊόντος, υπηρεσίας ή του αντίστοιχου εμπορικού σήματος ώστε να εμφανίζεται εντός προγράμματος, έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος·

Άρθρο 11

1. Οι παράγραφοι 2, 3 και 4 έχουν εφαρμογή μόνον σε προγράμματα που δημιουργήθηκαν μετά τη 19η Δεκεμβρίου 2009.

2. Απαγορεύεται η τοποθέτηση προϊόντος.

3. Κατά παρέκκλιση από την παράγραφο 2, η τοποθέτηση προϊόντος είναι αποδεκτή, εκτός αν ένα κράτος μέλος αποφασίσει διαφορετικά στις κατωτέρω περιπτώσεις:

α) σε κινηματογραφικά έργα, ταινίες και σίριαλ για υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, αθλητικά προγράμματα και ελαφρά ψυχαγωγικά προγράμματα·

β) σε περιπτώσεις που δεν υπάρχει πληρωμή αλλά μόνο δωρεάν παροχή ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, όπως διευκολύνσεις στην παραγωγή ή βραβεία, με σκοπό να περιληφθούν σε πρόγραμμα.

Η παρέκκλιση που προβλέπεται στο στοιχείο α) δεν ισχύει για τα προγράμματα για παιδιά.

Τα προγράμματα που περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντος πληρούν τουλάχιστον όλες τις ακόλουθες απαιτήσεις:

α) το περιεχόμενό τους και, όσον αφορά τις τηλεοπτικές εκπομπές, ο προγραμματισμός τους σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζεται κατά τρόπον ώστε να θίγεται η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων·

β) δεν παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω ειδικών διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες·

γ) δεν δίνουν υπερβολική προβολή σε αυτά τα προϊόντα· EL L 95/16 Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης 15.4.2010

δ) οι θεατές ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη τοποθέτησης προϊόντος. Προγράμματα τα οποία περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντος επισημαίνονται σαφώς με την επωνυμία, κατά την έναρξη και το τέλος του προγράμματος και όταν το πρόγραμμα ξαναρχίσει έπειτα από διαφημιστικό διάλειμμα για την αποφυγή οποιασδήποτε σύγχυσης εκ μέρους των θεατών.

Κατ' εξαίρεση, τα κράτη μέλη μπορούν να επιλέξουν την παρέκκλιση από τις απαιτήσεις του στοιχείου δ), υπό τον όρο ότι το εν λόγω πρόγραμμα δεν είναι παραγωγή ούτε ανάθεση του ίδιου του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή επιχείρησης συνδεδεμένης με τον πάροχο υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων.

4. Εν πάση περιπτώσει, τα προγράμματα δεν περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντος:

α) για προϊόντα καπνού ή τσιγάρων ή τοποθέτηση προϊόντων από επιχειρήσεις των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι η παρασκευή ή πώληση τσιγάρων και λοιπών προϊόντων καπνού,

β) ειδικών φαρμακευτικών προϊόντων ή θεραπευτικών αγωγών που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή στο κράτος μέλος στη δικαιοδοσία του οποίου υπάγεται ο πάροχος υπηρεσιών μέσων.

A.1.2 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμοι του 1998 μέχρι 2014

Άρθρο 30Z.-(1) Η τοποθέτηση προϊόντων σε προγράμματα απαγορεύεται.

(2) Κατ' εξαίρεση από την απαγόρευση που αναφέρεται στο εδάφιο (1), η τοποθέτηση προϊόντων επιτρέπεται στις πιο κάτω περιπτώσεις:

- (α) Σε κινηματογραφικά έργα, ταινίες και σίριαλ για υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, αθλητικά προγράμματα και ελαφρά ψυχαγωγικά προγράμματα
- (β) σε περιπτώσεις που δεν υπάρχει πληρωμή αλλά μόνο δωρεάν παροχή ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, όπως διευκολύνσεις στην παραγωγή ή βραβεία, με σκοπό να περιληφθούν σε πρόγραμμα:

Νοείται ότι, οι περιπτώσεις εξαιρέσεων που αναφέρονται στις παραγράφους (α) και (β) δεν ισχύουν σε ό,τι αφορά τα προγράμματα για παιδιά.

(3) Τα προγράμματα που περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντων οφείλουν να πληρούν σωρευτικά όλες τις ακόλουθες απαιτήσεις:

- (α) Το περιεχόμενό τους και, όσον αφορά τις τηλεοπτικές εκπομπές, ο προγραμματισμός τους σε καμία περίπτωση δεν επιτρέπεται να επηρεάζεται κατά τρόπον ώστε να θίγεται η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων
- (β) δεν επιτρέπεται να παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω ειδικών διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες
- (γ) δεν επιτρέπεται να δίνουν υπερβολική προβολή σε αυτά τα προϊόντα, περιλαμβανομένης της κοντινής και / ή παρατεταμένης προβολής.
- (δ) Οι θεατές ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη τοποθέτησης προϊόντων ως εξής:
 - (i) προγράμματα τα οποία περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντων επισημαίνονται σαφώς, οπτικά και ακουστικά, με την επωνυμία, κατά την έναρξη και το τέλος του προγράμματος, καθώς και όταν το πρόγραμμα ξαναρχίζει μετά από

διαφημιστικό διάλειμμα ή από οποιαδήποτε άλλη διακοπή προς αποφυγή οποιασδήποτε σύγχυσης εκ μέρους των θεατών·

- (ii) ο συνολικός χρόνος προβολής και/ή αναφοράς σε προϊόντα/υπηρεσίες, σε μηνύματα τοποθέτησης προϊόντων περιορίζεται στο ελάχιστο του συνολικού χρόνου του προγράμματος στο οποίο έχουν τοποθετηθεί και, εν πάση περιπτώσει, σε καμιά περίπτωση δεν δύναται να υπερβαίνει τα τρία (3) λεπτά, στις περιπτώσεις κινηματογραφικών έργων και τηλεταινιών και τα ένα (1) λεπτό, στις περιπτώσεις επεισοδίων σειρών, αθλητικών και ελαφράς ψυχαγωγίας προγραμμάτων:

Νοείται ότι, από τις διατάξεις του παρόντος εδαφίου εξαιρούνται προγράμματα που δεν είναι παραγωγή ή ανάθεση του ίδιου του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή επιχείρησης συνδεδεμένης με τον πάροχο υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων, με την προϋπόθεση ότι ο πάροχος δεν ωφελείται οικονομικά ή με άλλο τρόπο από την τοποθέτηση προϊόντων.

(4) Ανεξαρτήτως οποιασδήποτε άλλης διάταξης, απαγορεύεται η τοποθέτηση σε προγράμματα των ακόλουθων προϊόντων:

- (α) προϊόντων καπνού ή τσιγάρων ή προϊόντων από επιχειρήσεις των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι η παρασκευή ή πώληση τσιγάρων και λοιπών προϊόντων καπνού·
- (β) ειδικών φαρμακευτικών προϊόντων ή θεραπευτικών αγωγών που διατίθενται στη Δημοκρατία μόνο με ιατρική συνταγή·
- (γ) παιδικών παιχνιδιών, σύμφωνα με τις διατάξεις του εδαφίου (5) του άρθρου 33 του παρόντος Νόμου·

(δ) οποιουδήποτε άλλου προϊόντος, εμπορεύματος ή υπηρεσίας, του οποίου ή της οποίας η διαφήμιση δεν επιτρέπεται βάσει του παρόντος Νόμου και των κανονισμών που εκδίδονται δυνάμει αυτού.

(5) Απαγορεύεται ρητώς η ενσωμάτωση μηνύματος τοποθέτησης προϊόντος σε κάθε στάδιο μετά την ολοκλήρωση της παραγωγής οπτικοακουστικών έργων.

(6) Απαγορεύεται η δωρεάν παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών στις περιπτώσεις που δεν επιτρέπεται η χορηγία.

(7) Απαγορεύεται η κοντινή εστίαση και/ή η παρατεταμένη προβολή των προϊόντων:

(8) Οι διατάξεις των πιο πάνω εδαφίων (2) μέχρι (7) εφαρμόζονται μόνο για προγράμματα που παράγονται μετά την ημερομηνία έναρξης της ισχύος του παρόντος Νόμου.

A.1.3 Ο περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος Κεφ. 300Α

(όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα)

Άρθρο 18Η (1) Η τοποθέτηση προϊόντων απαγορεύεται.

(2) Κατά παρέκκλιση από την απαγόρευση που αναφέρεται στο εδάφιο (1), η τοποθέτηση προϊόντων επιτρέπεται στις πιο κάτω περιπτώσεις:

(α) Σε κινηματογραφικά έργα, ταινίες και σίριαλ για υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, αθλητικά προγράμματα και ελαφρά ψυχαγωγικά προγράμματα·

(β) σε περιπτώσεις που δεν υπάρχει πληρωμή αλλά μόνο δωρεάν παροχή ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, όπως διευκολύνσεις στην παραγωγή ή βραβεία, με σκοπό να περιληφθούν σε πρόγραμμα:

Νοείται ότι, τα προγράμματα για παιδιά δεν εμπίπτουν στις εξαιρέσεις που αναφέρονται στο παρόν εδάφιο.

(3) Τα προγράμματα που περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντων πρέπει να πληρούν σωρευτικά όλες τις ακόλουθες απαιτήσεις:

(α) Το περιεχόμενό τους και, όσον αφορά τις τηλεοπτικές εκπομπές, ο προγραμματισμός τους σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζεται κατά τρόπον ώστε να θίγεται η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του Ιδρύματος·

(β) δεν επιτρέπεται να παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω ειδικών διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες·

(γ) δεν επιτρέπεται να δίνουν υπερβολική προβολή σε αυτά τα προϊόντα, περιλαμβανομένης της κοντινής και/ή παρατεταμένης προβολής·

(δ) Οι θεατές ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη τοποθέτησης προϊόντων ως εξής:

(i) Προγράμματα τα οποία περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντων πρέπει να επισημαίνονται σαφώς, οπτικά και ακουστικά, με την επωνυμία, κατά την έναρξη και το τέλος του προγράμματος και όταν το πρόγραμμα ξαναρχίσει μετά από διαφημιστικό διάλειμμα ή οποιαδήποτε άλλη διακοπή για την αποφυγή οποιασδήποτε σύγχυσης εκ μέρους των θεατών·

(ii) ο συνολικός χρόνος προβολής και ή αναφοράς σε προϊόντα/υπηρεσίες σε μηνύματα τοποθέτησης προϊόντων πρέπει να περιορίζεται στο ελάχιστο του συνολικού χρόνου του προγράμματος στο οποίο έχουν τοποθετηθεί και εν πάση περιπτώσει, σε καμία περίπτωση δεν δύναται να υπερβαίνει τα τρία (3) λεπτά, στις περιπτώσεις κινηματογραφικών έργων και τηλεταινιών και το ένα (1) λεπτό, στις περιπτώσεις επεισοδίων σειρών, αθλητικών και ελαφράς ψυχαγωγίας προγραμμάτων·

Νοείται ότι, από τις διατάξεις του παρόντος εδαφίου εξαιρούνται προγράμματα που δεν είναι παραγωγή ή ανάθεση του Ιδρύματος ή επιχείρησης συνδεδεμένης με το Ίδρυμα, με την προϋπόθεση ότι αυτό δεν ωφελείται οικονομικά ή με άλλο τρόπο από την τοποθέτηση προϊόντων.

(4) Απαγορεύεται η τοποθέτηση των ακόλουθων προϊόντων:

(α) Προϊόντων καπνού ή τσιγάρων ή προϊόντων από επιχειρήσεις, των οποίων η παρασκευή και η πώληση τσιγάρων και λοιπών προϊόντων καπνού

(β) ειδικών φαρμακευτικών προϊόντων ή θεραπευτικών αγωγών που διατίθενται στη Δημοκρατία μόνο με ιατρική συνταγή

(γ) παιδικών παιχνιδιών, σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος Νόμου

(δ) οποιουδήποτε άλλου προϊόντος, εμπορεύματος ή υπηρεσίας των οποίων δεν επιτρέπεται η διαφήμιση βάσει του παρόντος Νόμου και των κανονισμών που εκδίδονται δυνάμει αυτού.

(5) Απαγορεύεται ρητώς η ενσωμάτωση μηνύματος τοποθέτησης προϊόντος σε κάθε στάδιο μετά την ολοκλήρωση της παραγωγής οπτικοακουστικών έργων.

(6) Απαγορεύεται η δωρεάν παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών στις περιπτώσεις που δεν επιτρέπεται η χορηγία.

(7) Απαγορεύεται η κοντινή εστίαση και/ή η παρατεταμένη προβολή των προϊόντων.

(8) Οι διατάξεις των πιο πάνω εδαφίων (2) μέχρι (7) εφαρμόζονται μόνο για προγράμματα που παράγονται μετά την ημερομηνία έναρξης της ισχύος του περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου (Τροποποιητικού) Νόμου του 2010.

Α.2 Παραβάσεις της Νομοθεσίας

Οι κυριότερες παραβάσεις της νομοθεσίας σχετικά με την τοποθέτηση προϊόντων προγραμμάτων αφορούν:

Α.2.Ι Τη μη σαφή επισήμανση οπτικά και ακουστικά είτε της ύπαρξης τοποθέτησης, είτε της επωνυμίας των προϊόντων που τοποθετούνται.

Παρατηρήθηκαν τα ακόλουθα:

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «Απόλλωνας – ΑΠΟΕΛ» (Prime Sports, 3.5.14, 17.00 –21.00)

Δεν μεταδίδεται οποιαδήποτε ανακοίνωση αναφορικά με τοποθέτηση προϊόντων. Εντούτοις, εμφανίζονται προϊόντα (ΑΛΦΑ-ΜΕΓΑ υπεραγορές, Petrolina, Mr. Brown Coffee, Lay's πατατάκια) πάνω στην οθόνη.

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «ΑΕΛ - ΑΠΟΛΛΩΝ» (Cytavision Sports 1, 7.5.14, 17.30 –20.10)

Κατά τη διάρκεια του αγώνα εμφανίζεται κατ' επανάληψη για 10 δευτερόλεπτα στο κάτω μέρος της οθόνης εικόνα /λογότυπο Coffee Beanery και κινούμενος τίτλος στον οποίο αναγράφονται: «*Νέο Menu... Χαμηλότερες Τιμές!!! Delivery στην Αγλαντζιά 22340434*».

Πρωινό Πρόγραμμα Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας «Καλημέρα Κύπρος»,

(MEGA, 13.5.14, 07.00 – 10.00)

Κατά την έναρξη του Ένθετου για τη Μαγειρική, μεταδόθηκε κάρτα στην οποία αναγραφόταν «*Τι να ΜΑΓΕΙΡΕΨΩ*» και από κάτω υπήρχε το λογότυπο του ζωμού MAGGI, διάρκειας 4''. Προκύπτει ότι έγινε τοποθέτηση του κύβου από ζωμό λαχανικών MAGGI, χωρίς να προηγηθεί ακουστική ενημέρωση για την τοποθέτηση προϊόντος.

Απογευματινό Πρόγραμμα Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας «Για Σένα»

(MEGA, 13/5/2014, 16.00 – 18.05)

Κατά τη διάρκεια του ένθετου μαγειρικής, προβλήθηκε κάρτα με τα υλικά για το γλυκό που θα φτιάξουν και στο πλάι της κάρτας εμφανίζεται λογότυπο της υπεραγοράς «ΑΛΦΑ - ΜΕΓΑ», η οποία είχε διάρκεια 1.07'. Επιπλέον κατά τη διάρκεια εκτέλεσης της συνταγής, αναφέρθηκε το εξής λεκτικό: «στις υπεραγορές άλφα-μέγα θα βρεις τα κουζινικά». Επομένως δεν υπήρξε σαφής ακουστική ανακοίνωση της τοποθέτησης προϊόντος.

Τηλεπαιχνίδι «Παίζουμε Κυπριακά» (ΡΙΚ-1, 20.5.14, 19.28 – 20.00)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος, μετά από το διαφημιστικό διάλειμμα και κατά τη λήξη του προγράμματος μεταδόθηκε η εξής ακουστική και οπτική ανακοίνωση: «*Το πρόγραμμα περιλαμβάνει τοποθέτηση προϊόντων.*» Παρά το ότι μεταδόθηκε σαφής οπτική και ακουστική επισήμανση για την τοποθέτηση προϊόντων, εντούτοις δεν αναφέρθηκε η επωνυμία των προϊόντων.

Talent Show «Your Song - Live», (MEGA, 18.5.14, 21.15 – 24.45)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος, μετά από διαφημιστικό διάλειμμα και στη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική ανακοίνωση: «*Η εκπομπή περιέχει τοποθέτηση προϊόντος.*». Ταυτόχρονα μεταδόθηκε η αντίστοιχη οπτική ανακοίνωση και από κάτω η επωνυμία της εταιρείας UNILEVER. Παρά το ότι μεταδόθηκε σαφής οπτική και ακουστική επισήμανση για την τοποθέτηση προϊόντων καθώς και η επωνυμία της εταιρείας, εντούτοις δεν αναφέρθηκε η επωνυμία των συγκεκριμένων προϊόντων που τοποθετήθηκαν.

Talk Show «Τετ-α-Τετ» (PIK-1, 12.5.2014, 23.15.00 – 00.45.00)

Κατά την έναρξη του προγράμματος και μετά το διαφημιστικό διάλειμμα υπάρχει ηχητική/λεκτική ανακοίνωση και ταυτόχρονα εμφανίζεται κάρτα στην οθόνη όπου λέγεται και αναγράφεται, αντίστοιχα, η φράση: –«*Το πρόγραμμα περιλαμβάνει τοποθέτηση προϊόντων*», χωρίς να αναφέρονται τα προϊόντα που τοποθετούνται. [Σχετική επισήμανση για την επωνυμία του προϊόντος που τοποθετήθηκε υπήρχε μόνο κατά τη λήξη του προγράμματος.]

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Καυτές Πιπεριές», (PIK-1, 14.5.14, 18.28 – 19.20)

Πριν από την έναρξη και κατά τη λήξη του προγράμματος μεταδόθηκε η εξής ακουστική ανακοίνωση: «*Η εκπομπή περιέχει τοποθέτηση προϊόντων.*» Ταυτόχρονα μεταδόθηκε κάρτα με το όνομα του προγράμματος και την αντίστοιχη οπτική ανακοίνωση. Παρά το ότι μεταδόθηκε σαφής οπτική και ακουστική επισήμανση για την τοποθέτηση προϊόντων, εντούτοις δεν αναφέρθηκε η επωνυμία των προϊόντων που τοποθετήθηκαν.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Μαγειρεύοντας με Carrefour», (SIGMA, 16.5.14, 16.40 – 16.50)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος μεταδόθηκε η εξής ακουστική ανακοίνωση: «*Πρόγραμμα με τοποθέτηση προϊόντων.*» Ταυτόχρονα μεταδόθηκε κάρτα με την αντίστοιχη οπτική ανακοίνωση και το λογότυπο των υπεραγορών Carrefour. Παρά το ότι μεταδόθηκε σαφής οπτική και ακουστική επισήμανση για την τοποθέτηση προϊόντων, εντούτοις δεν έγινε σαφής ακουστική ανακοίνωση της επωνυμίας των προϊόντων που τοποθετήθηκαν. Επιπλέον, δεν υπήρξε ανακοίνωση (οπτική ή ακουστική) για τοποθέτηση προϊόντων κατά τη λήξη του προγράμματος.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Τι θα φάμε σήμερα μαμά;», (SIGMA, 19.6.14, 11.10 – 11.45)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος και μετά από διαφημιστικό διάλειμμα μεταδόθηκε η εξής ακουστική ανακοίνωση: «*Πρόγραμμα με τοποθέτηση προϊόντων.*» Ταυτόχρονα

μεταδόθηκε κάρτα με την αντίστοιχη οπτική ανακοίνωση και τα λογότυπα των εξής εταιρειών: “Kania”, «κυπάρι», «ΑΡΧΑΪΚΑ», “Golden Sun”, “Marlene”, «νούφαρα», “Rovercode”, “vitafit”, “W5”, “Milbona” και “LIDL”.

Παρά το ότι μεταδόθηκε σαφής οπτική και ακουστική επισήμανση για την τοποθέτηση προϊόντων και οπτική ανακοίνωση της επωνυμίας των προϊόντων, εντούτοις δεν έγινε σαφής ακουστική ανακοίνωση της επωνυμίας των προϊόντων που τοποθετήθηκαν.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Κουζίνα με Άποψη» (CAPITAL, 13.5.14, 11.00 – 11.30)

Κατά την έναρξη του προγράμματος υπάρχει ηχητική/λεκτική ανακοίνωση και ταυτόχρονα εμφανίζεται κάρτα στην οθόνη όπου λέγεται και αναγράφεται, αντίστοιχα, η φράση: «*Η εκπομπή περιέχει τοποθέτηση προϊόντων*».

Ωστόσο, δεν γίνεται σαφής και ονομαστική αναφορά για ποια συγκεκριμένα προϊόντα υπάρχει τοποθέτηση.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «The cooKing» (SIGMA, 19.6.2014, 10.40 – 11.10)

Πριν την έναρξη του προγράμματος και μετά το διαφημιστικό διάλειμμα, μεταδίδεται λεκτική/ακουστική ανακοίνωση και εμφανίζεται σχετική κάρτα στην οθόνη στην οποία αναγράφεται «*Πρόγραμμα με τοποθέτηση προϊόντων*», φράση η οποία λέγεται και στην λεκτική ανακοίνωση. Στην οθόνη αναγράφεται η σχετική φράση, όπως και η επωνυμία του προϊόντος – Schwartz. Υπάρχει οπτική και ακουστική ανακοίνωση της τοποθέτησης των προϊόντων, καθώς και η επωνυμία του προϊόντος που τοποθετήθηκε. Εντούτοις δεν έγινε σαφής ακουστική ανακοίνωση της επωνυμίας των προϊόντων που τοποθετήθηκαν.

Α.2.Π Την ενσωμάτωση τοποθέτησης προϊόντων μετά την ολοκλήρωση της παραγωγής.

Παρατηρήθηκαν τα πιο κάτω:

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «Απόλλωνας – ΑΠΟΕΛ» (Prime Sports, 3.5.14, 17.00 –21.00)

Πριν και μετά το κάθε ημίχρονο εμφανίζονται κατ' επανάληψη στην οθόνη προϊόντα (ΑΛΦΑ-ΜΕΓΑ υπεραγορές, Petrolina, Mr. Brown Coffee, Lay's πατατάκια).

Κατά τη διάρκεια του αγώνα και συγκεκριμένα όταν μεταδιδόταν σε επανάληψη (slow-motion) μια φάση εμφανιζόταν σε ολόκληρη την οθόνη για 2 δευτερόλεπτα το λογότυπο Mr. Brown coffee. Συνολικά σε όλη τη διάρκεια του αγώνα αυτό επαναλήφθηκε 125 φορές.

Επιπλέον, καθ' όλη τη διάρκεια του αγώνα αναγράφεται πάνω αριστερά στην οθόνη το μέχρι στιγμής αποτέλεσμα και το λεπτό του αγώνα. Κάτω από την κάρτα εμφανίζεται το λογότυπο της Petrolina.

Περαιτέρω, κατά διαστήματα εμφανίζεται σε κάρτα στο κέντρο της οθόνης το μέχρι στιγμής αποτέλεσμα, οι παίκτες που πέτυχαν τέρμα και το λεπτό του αγώνα. Κάτω από αυτό υπάρχει το λογότυπο Mr.Brown. Αυτό προβλήθηκε συνολικά 13 φορές.

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «ΑΠΟΕΛ - ΟΜΟΝΟΙΑ» (LTV-1, 7.5.14, 17.30 –20.10)

Κατά τη διάρκεια του αγώνα εμφανίζονται κατ' επανάληψη τα τοποθετημένα προϊόντα (Nescafe frappe, Paperworks Philippides, Balloons for all, NIVEA MEN) υπό μορφή super-imposition πάνω στην οθόνη.

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «ΑΕΛ - ΑΠΟΛΛΩΝ» (Cytavision Sports 1, 7.5.14, 17.30 –20.10)

Κατά τη διάρκεια του αγώνα εμφανίζεται κατ' επανάληψη για 10 δευτερόλεπτα στο κάτω μέρος της οθόνης εικόνα /λογότυπο Coffee Beanery και κινούμενος τίτλος στον οποίο αναγράφονται: «*Νέο Menu... Χαμηλότερες Τιμές!!! Delivery στην Αγλαντζιά 22340434*». Αυτό επαναλαμβάνεται 4 φορές κατά τη διάρκεια της μετάδοσης του αγώνα.

Τηλεπαιχνίδι «Παίζουμε Κυπριακά» (ΡΙΚ-1, 20.5.14, 19.28 – 20.00)

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος εμφανίζεται περιστασιακά στα αριστερά της οθόνης ένα χέρι να κρατεί τα εξής προϊόντα. Κάθε παρουσίαση διαρκεί 5''. Κάποιες από τις προβολές επαναλαμβάνονται.

- μπουκάλι νερού με την επιγραφή PERIC NEPO ΑΓΡΟΥ
- κάρτα στην οποία αναγράφονται τα εξής «*ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΑ. Σταθερά χαμηλές τιμές! Λευκωσία Αγ. Ομολογητές: Σπετσών 22 Ανθούπολη Λακατάμεια: Σποράδων 33*»
- κάρτα στην οποία αναγράφονται τα εξής “*Alpaco DOORS – AUTOMATIONS*”
- χέρι να βαστά μια κάρτα στην οποία αναγράφονται τα εξής “*PALSON household appliances*”

Η προβολή προϊόντων υπό τη μορφή super-imposition (τοποθέτηση ενός πλάνου πάνω από άλλο) στην προκειμένη περίπτωση εισαγωγής χεριού το οποίο εισέρχεται από το πλάι της οθόνης κρατώντας διάφορα προϊόντα και στη συνέχεια εξέρχεται) δεν συνιστά ενσωμάτωση των προϊόντων στο πρόγραμμα.

Τηλεπαιχνίδι «Joker» (SIGMA, 7/5/2014, 16.55.00 – 17.50.00)

Αφού προηγήθηκε ανακοίνωση τοποθέτησης προϊόντος, κατά τη διάρκεια του προγράμματος εμφανίστηκε καρτέλα στο κάτω δεξιά μέρος της οθόνης στην οποία αναγράφονται:

10-14 ΜΑΪΟΥ super Clearance

Λευκωσία – Λεωφόρος Αθαλάσσης 130

Ακολούθως η εν λόγω καρτέλα περιστρέφεται και εμφανίζεται το λογότυπο και το όνομα της επιχείρησης για την οποία γίνεται η τοποθέτηση προϊόντος, δηλαδή:

Gasa di Gusto furnishing and interiors

Λεμεσός – Λεωφόρος Πάφου 7.

Στη συνέχεια, η καρτέλα περιστρέφεται εκ νέου και αναγράφονται:

10-14 ΜΑΪΟΥ super Clearance

Λεμεσός – Λεωφόρος Πάφου 7.

Η καρτέλα περιστρέφεται για τρίτη φορά και εμφανίζεται το λογότυπο και το όνομα της επιχείρησης για την οποία γίνεται η τοποθέτηση προϊόντος, δηλαδή:

Gasa di Gusto furnishing and interiors

Βιομηχανική Περιοχή Τσερίου.

Στη συνέχεια το λογότυπο αναγράφει:

Gasa di Gusto furnishing and interiors

Παραλίμνι - Σωτήρα

Η προβολή καρτέλας πάνω στην οθόνη, με την αναγραφή του υπό αναφορά προϊόντος δεν συνιστά ενσωμάτωση του προϊόντος στο εν λόγω πρόγραμμα.

Talk Show «Τετ-α-Τετ» (PIK-1, 12.5.2014, 23.15.00 – 00.45.00)

Σε πέντε σημεία κατά τη διάρκεια του προγράμματος εμφανίζεται στην οθόνη στο κάτω αριστερά άκρο χάρτινο κουτί συσκευασίας Admiral gel, συνολικής διάρκειας 35΄΄.

Η προβολή προϊόντων υπό τη μορφή super-imposition (τοποθέτηση ενός πλάνου πάνω από άλλο) - στην προκειμένη περίπτωση εισαγωγής κουτιού συσκευασίας Admiral gel το οποίο εμφανίζεται στην οθόνη - δεν συνιστά ενσωμάτωση των προϊόντων στο πρόγραμμα.

A.2.III Την παρακίνηση ευθέως σε αγορά των προϊόντων, μέσω διαφημιστικών αναφορών.

Συγκεκριμένα παρατηρήθηκαν τα πιο κάτω:

Talent Show «Your Song - Live», (MEGA, 18.5.14, 21.15 – 24.45)

Ο παρουσιαστής προαναγγέλλοντας το διαφημιστικό διάλειμμα αναφέρει τα εξής: *«Πάμε προς τα διαφημιστικά. Μετά θα σας πω πότε τελειώνουν τα τηλεφωνήματα. Αυτό όμως που μπορώ να σας πω για τα διαφημιστικά θα σας πω τι πάω να κάνω. Θέλετε να μάθετε ή δεν αντέχετε έτσι shocking καταστάσεις. Θέλετε; Ναι ή όχι; Δεν ακούω. Θέλετε. Μάλιστα. Πάω να απολαύσω ένα MAGNUM.»* Επομένως υπήρξε διαφημιστική αναφορά για το προϊόν που τοποθετήθηκε (παγωτό MAGNUM).

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Καντές Πιπεριές», (PIK-1, 14.5.14, 18.28 – 19.20)

Κατά την ετοιμασία της σάλτσας ντομάτας, μεταδόθηκε κοντινό πλάνο του παρουσιαστή να ανοίγει το τενεκεδάκι με τα ντοματάκια Pelargos και να ρίχνει το περιεχόμενο του στο τηγάνι. Παράλληλα αναφέρει τα εξής: *«Την ντομάτα μας, τα ντοματάκια μας τα οποία είναι ψιλοκομμένα ήδη και ομολογώ αρκετά καλή ποιότητα.»* Στη συνέχεια, ο παρουσιαστής αναφέρει τα εξής: *«Η σάλτσα της ντομάτας είναι έτοιμη. Είπαμε 2-3 βράσεις να πάρει με τον βασιλικό. Την έχω δοκιμάσει. Άλλη μυρωδιά, άλλη γεύση. Και αυτό σίγουρα εξαρτάται και από την ποιότητα της ντομάτας. Έστω και αν είναι εκείνο το κουτάκι, είναι πάρα πολύ νόστιμη και πάρα πολύ καλής ποιότητας.»*

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Μαγειρεύοντας με Carrefour», (SIGMA, 16.5.14, 16.40 – 16.50)

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος, ο παρουσιαστής αναφέρει τα ακόλουθα: «Έχουμε εδώ τις ελιές μας, τις οποίες μπορείτε να αγοράσετε από την υπεραγορά Carrefour χωρίς κουκούτσι.». Στη συνέχεια, ο παρουσιαστής αναφέρει: «Πάμε εδώ με τη φέτα μας, η οποία θα είναι... καλό θα είναι να είναι φέτα Carrefour». Επιπλέον, ο παρουσιαστής ανακατεύει την σάλτσα αναφέροντας τα εξής: «Και η σάλτσα μας είναι έτοιμη. Βλέπετε πως η φρέσκια κρέμα του Carrefour Discount δίνει πολύ πολύ εύκολα τη σάλτσα μας και έχουμε αυτό το ωραίο αποτέλεσμα... ».

Επομένως υπήρξε ευθεία παρακίνηση σε αγορά προϊόντων, μέσω διαφημιστικών αναφορών.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Κουζίνα με Άποψη» (CAPITAL, 13.5.14, 11.00 – 11.30)

Κατά την έναρξη και τη λήξη του προγράμματος, προβλήθηκε σε τύπο split screen στην οθόνη το λογότυπο της εκπομπής ‘Κουζίνα με άποψη’ και πλάνο με ταμπλέτα (tablet) και την αναγραφή του ιστοχώρου www.flora.gr ενώ ταυτόχρονα μεταδόθηκε το ακόλουθο λεκτικό «Μπείτε στο flora.com.gr και δοκιμάστε όλες τις υπέροχες συνταγές για πουρέ με φλόρα».

Επιπλέον, κατά τη διάρκεια του προγράμματος, μεταδίδεται ο ακόλουθος διάλογος ανάμεσα στους δυο συμμετέχοντες στο πρόγραμμα (ένας παρουσιαστής και 2 μάγειρες) στο πρόγραμμα:

- Λοιπόν, θες βούτυρο να βάλεις από πάνω;
- Ναι.
- Βούτυρο ή λάδι;
- Βούτυρο, βούτυρο.
- Η κροκέτα μας είναι έτοιμη...
- Θα σου φέρω φλόρα με βούτυρο.
- Μάλιστα.

- Και εύχομαι και ελπίζω όταν θα πάμε στην Κορέα να δω ότι χρησιμοποιείς φλόρα με βούτυρο.
- Μάλιστα.

Επιπλέον, σε άλλο σημείο του προγράμματος λέγονται τα πιο κάτω:

- Να σου φέρω βούτυρο να δέσεις τη σάλτσα Κυριάκο;
- Ναι πρέπει να είναι παγωμένος αρκετά.
- Έλα παγωμένος απ' το ψυγείο flora soft. Ένα καινούργιο προϊόν που έχουμε τώρα στην εκπομπή Κυριάκο πολύ ωραίο με 60% λιγότερα λιπαρά σε παρακαλώ.
- Μάλιστα.

Από τα προαναφερθέντα προκύπτει ότι υπήρξε ευθεία παρακίνηση στην αγορά προϊόντων, μέσω διαφημιστικών αναφορών.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «The cooKing» (SIGMA, 19.6.2014, 10.40 – 11.10)

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος ο παρουσιαστής αναφέρει «για να δω τι μπαχαρικό να βάλω εδώ... κοτόπουλο, έχουμε κοτόπουλο..... Και ψάχνω εδώ το μπαχαρικό. Έχει η Schwartz ένα φοβερό που είναι για κοτόπουλο το οποίο το έχω εγώ εδώ, να το, αυτό εδώ είναι λοιπόν και με αυτό θα φτιάξουμε τη σημερινή μας συνταγή»

Στη συνέχεια, κατά την ανάγνωση των προϊόντων που θα χρειαστούν για την ετοιμασία της συνταγής, ο παρουσιαστής αναφέρει μεταξύ άλλων: «...1 κουταλιά Schwartz chicken, είναι το seasoning το οποίο θα δώσει γεύση και θα κάνει όλη τη διαφορά στη συνταγή μας...».

Κατά την εκτέλεση της συνταγής, ο παρουσιαστής αναφέρει «είμαστε έτοιμοι, το έχουμε κόψει, θα προσθέσουμε 1-2 κουταλιές ελαιόλαδο και θα πάρω ένα κουτάλι της σούπας και θα γεμίσω 1 κουταλιά από το chicken seasoning. Το chicken seasoning λοιπόν που θα μου δώσει όλη τη γεύση στο φαγητό...»

Λίγο πριν το τέλος του προγράμματος, ο παρουσιαστής επαναλαμβάνει τα υλικά που χρησιμοποιούνται στη συνταγή και ανάμεσα σε άλλα λέει «1 κουταλιά της σούπας chicken seasoning, αυτό που έδωσε όλη τη γεύση στο ωραίο κοτόπουλο»

A.2.IV Την υπέρβαση του συνολικού χρόνου προβολής και / ή αναφοράς σε προϊόντα σε μηνύματα τοποθέτησης προϊόντων.

Συγκεκριμένα παρατηρήθηκαν τα πιο κάτω:

Talent Show «Your Song - Live», (MEGA, 18.5.14, 21.15 – 24.45)

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος, προβάλλονται βίντεο με πλάνα από δηλώσεις των διαγωνιζομένων ενώ πίσω στο background (φόντο) αναγράφεται το λογότυπο των παγωτών ALGIDA διάρκειας 2.05΄΄.

Επίσης, σε άλλες περιπτώσεις, κατά τη διάρκεια του προγράμματος, μεταδόθηκε βίντεο με πλάνα από δηλώσεις των διαγωνιζομένων ενώ πίσω στο background (φόντο) αναγράφεται το λογότυπο των παγωτών MAGNUM (και σε κάποιες περιπτώσεις εμφανίζεται και η επιγραφή «CELEBRATING 25 YEARS») καθώς και πλάνα από την προετοιμασία τους στο στούντιο ηχογράφησης στο οποίο υπάρχει πινακίδα με το λογότυπο των παγωτών MAGNUM και την επιγραφή “CELEBRATIONS 25 YEARS OF PLEASURE”, συνολικής διάρκειας 2.26΄΄.

Ωστόσο, η συνολική διάρκεια των βίντεο στα οποία περιέχεται τοποθέτηση προϊόντων ήταν 4.31΄΄, ενώ με βάση τη νομοθεσία, ο συνολικός χρόνος της προβολής και / η αναφοράς σε προϊόντα / υπηρεσίες, δεν μπορεί να υπερβαίνει το ένα λεπτό για ελαφράς ψυχαγωγίας προγράμματα.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Κουζίνα με Άποψη» (CAPITAL, 13.5.14, 11.00 – 11.30)

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος προβάλλονται πλάνα στο οποία εμφανίζεται μπουκάλι λαδιού με την επωνυμία Άλτις. Το εν λόγω προϊόν είναι τοποθετημένο στον πάγκο

μαγειρέματος και επαναπροβάλλεται στα πλάνα αρκετές φορές. Συγκεκριμένα, τα πλάνα προβάλλονται για συνολικά περίπου 2.56'', ενώ με βάση τη νομοθεσία, ο συνολικός χρόνος της προβολής και / η αναφοράς σε προϊόντα / υπηρεσίες, δεν μπορεί να υπερβαίνει το ένα λεπτό για ελαφράς ψυχαγωγίας προγράμματα.

A.2.V Την κοντινή εστίαση και / ή παρατεταμένη προβολή των προϊόντων.

Συγκεκριμένα παρατηρήθηκαν τα πιο κάτω:

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Μαγειρεύοντας με Carrefour», (SIGMA, 16.5.14, 16.40 – 16.50)

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος, προβλήθηκαν κοντινά πλάνα των υλικών, μεταξύ των οποίων διαφαίνεται η φέτα Carrefour, η φρέσκια κρέμα Carrefour Discount, το πιπέρι Carrefour και το ελαιόλαδο Carrefour.

Β. ΧΟΡΗΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

B. ΧΟΡΗΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

B.1 Νομοθετικές Διατάξεις

B.1.1 Οδηγία 2010/13/ΕΕ για τις Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων (AVMS Directive)

Προοίμιο

(93) Περαιτέρω, η χορηγία και η τοποθέτηση προϊόντων θα πρέπει να απαγορεύονται όταν επηρεάζουν το περιεχόμενο προγραμμάτων κατά τρόπο ώστε να θίγουν την ευθύνη και τη συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων. Αυτό συμβαίνει με τη θεματική τοποθέτηση.

Ορισμός 1. (ια) «χορηγία»: κάθε συνεισφορά δημοσίων ή ιδιωτικών επιχειρήσεων ή φυσικών προσώπων, που δεν παρέχουν υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή δεν παράγουν οπτικοακουστικά έργα, για τη χρηματοδότηση υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή προγραμμάτων, με σκοπό την προώθηση της επωνυμίας, του εμπορικού σήματος, της εικόνας, των δραστηριοτήτων ή των προϊόντων τους·

Άρθρο 10

1. Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα που δέχονται χορηγία πρέπει να πληρούν τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

α) το περιεχόμενό τους και, όσον αφορά τις τηλεοπτικές εκπομπές, ο προγραμματισμός τους δεν επιτρέπεται σε καμία περίπτωση να επηρεάζεται κατά τρόπον ώστε να θίγεται η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων·

β) δεν επιτρέπεται να παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω συγκεκριμένων διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες·

γ) οι θεατές πρέπει να ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη συμφωνίας χορηγίας. Προγράμματα τα οποία δέχονται χορηγία πρέπει να επισημαίνονται σαφώς με την επωνυμία, το λογότυπο ή/και κάθε άλλο σύμβολο του χορηγού, όπως π.χ. αναφορά στο προϊόν ή τα προϊόντα ή στην υπηρεσία ή τις υπηρεσίες με διακριτικό σήμα κατά κατάλληλο τρόπο για προγράμματα, κατά την έναρξη, τη διάρκεια ή/και το τέλος των προγραμμάτων.

2. Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα δεν επιτρέπεται να δέχονται χορηγία από επιχειρήσεις, των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι η παρασκευή ή πώληση τσιγάρων και λοιπών προϊόντων καπνού.

3. Η χορηγία υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή προγραμμάτων από επιχειρήσεις των οποίων οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν την παρασκευή ή πώληση φαρμάκων και θεραπευτικών αγωγών δύναται να προωθεί το όνομα ή την εικόνα της επιχείρησης, αλλά όχι συγκεκριμένα φάρμακα ή θεραπευτικές αγωγές που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή στο κράτος μέλος, στη δικαιοδοσία του οποίου υπάγεται ο πάροχος υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων.

4. Προγράμματα ειδησεογραφίας και επικαιρότητας δεν δέχονται χορηγία. Τα κράτη μέλη μπορούν να επιλέξουν την απαγόρευση της εμφάνισης λογότυπου χορηγίας κατά τη διάρκεια παιδικών προγραμμάτων, ντοκιμαντέρ και θρησκευτικών προγραμμάτων.

B.1.2 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμοι του 1998 μέχρι 2014

Άρθρο 30Η. Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα που δέχονται χορηγία πρέπει να πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις:

- (α) το περιεχόμενο τους και, όσον αφορά στις τηλεοπτικές εκπομπές, ο προγραμματισμός τους δεν επιτρέπεται σε καμία περίπτωση να επηρεάζεται κατά τρόπο ώστε να θίγεται η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων·
- (β) δεν επιτρέπεται να παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω συγκεκριμένων διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες·
- (γ) οι θεατές πρέπει να ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη συμφωνίας χορηγίας. Προγράμματα τα οποία δέχονται χορηγία πρέπει να επισημαίνονται σαφώς με την επωνυμία, το λογότυπο ή/και κάθε άλλο σύμβολο του χορηγού, όπως αναφορά στο προϊόν ή τα προϊόντα ή στην υπηρεσία ή τις υπηρεσίες με διακριτικό σήμα κατά κατάλληλο τρόπο για προγράμματα, κατά την έναρξη, τη διάρκεια ή/και το τέλος των προγραμμάτων.

B.1.3 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμοί του 2000
(Κ.Δ.Π. 10/2000) - Κώδικας Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και
Προγραμμάτων Χορηγίας, Παράρτημα ΙΧ

Παράγραφος Ε. - ΧΟΡΗΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

1. Μπορεί να εξασφαλισθεί χορηγός για οποιοδήποτε πρόγραμμα εκτός από τα πιο κάτω:

- Ειδήσεις, ενημερωτικά και επικαιρικά προγράμματα
- Πολιτικές ενημερωτικές εκπομπές
- Εκκλησιαστικές αναμεταδόσεις

2. Οι σταθμοί οφείλουν να μη μεταδίδουν πριν, κατά ή μετά τα προγράμματα στα οποία απαγορεύεται η χορηγία σήματα ή εμβλήματα, τα οποία είναι δυνατόν άμεσα ή έμμεσα ή καθ' οιονδήποτε τρόπο με ανάπλαση παραστάσεως να συνδέονται με οργανισμούς, προϊόντα ή υπηρεσίες.

3. Τα προγράμματα που αποτελούν αντικείμενο χορηγίας πρέπει να αναγνωρίζονται από το όνομα ή/και το λογότυπο του χορηγού, το οποίο εμφανίζεται στην αρχή ή/και στο τέλος των προγραμμάτων. Η διαρκής ή κατά διαστήματα αναγραφή της επωνυμίας, του διακριτικού τίτλου ή/και του σήματος προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει ο χορηγός στην οθόνη απαγορεύεται και πάντως συνιστά διαφήμιση που υπάγεται σε όλους τους σχετικούς περιορισμούς.

4. Απαγορεύεται η παρακίνηση για αγορά ή μίσθωση των προϊόντων ή υπηρεσιών του χορηγού ή τρίτων με αναφορές στα χαρακτηριστικά ή στις τιμές ή δίνοντας πληροφορίες για τον τρόπο ή τόπο αγοράς τους.

5. Το όνομα του χορηγού μπορεί να αναφέρεται επίσης σε trailer και σε ανακοινώσεις που σχετίζονται με το προσφερόμενο πρόγραμμα.

6. Δεν επιτρέπεται η χορηγία εκ μέρους προωθητών - χορηγών των προϊόντων που αναφέρονται στο Δ(2) του παρόντος Κώδικα.

7. Απαγορεύεται η χορηγία προγραμμάτων από πολιτικά κόμματα.

8. Η μυστική χορηγία απαγορεύεται. Όλες οι χορηγίες πρέπει να ανακοινώνονται.

9. Απαγορεύεται εκφώνηση ανακοινώσεων για χορηγίες από παρουσιαστές ή ηθοποιούς από το χορηγούμενο πρόγραμμα.

10. Οι ανακοινώσεις δεν πρέπει να επεμβαίνουν ή να συγχέονται με τα προγράμματα.

11. Οι ανακοινώσεις για χορηγίες δίνουν πληροφορίες μόνο για τη σχέση του χορηγού με το πρόγραμμα. Σλόγκαν τα οποία χρησιμοποιούνται στις διαφημίσεις του χορηγού τηλεοπτικού προγράμματος μπορούν να μεταδίδονται μόνο γραπτώς.

12. Απαγορεύεται η χορηγία εκπομπών οι οποίες περιέχουν ανασκοπήσεις ή συμβουλές για τη χρήση προϊόντων ή υπηρεσιών από φυσικά ή νομικά πρόσωπα τα οποία ασχολούνται με την κατασκευή ή πώληση των συγκεκριμένων προϊόντων.

13. Ανακοινώσεις για χορηγίες μετάδοσης εκδηλώσεων και γεγονότων πρέπει να γίνονται, με τρόπο που να μη δίνει την εντύπωση ότι ο χορηγός χορηγεί την εκδήλωση ή το γεγονός και όχι τη μετάδοσή της.

B.1.4 Ο περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος Κεφ. 300Α

(όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα)

Άρθρο 17Γ.-(1) Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων που μεταδίδει το Ίδρυμα, καθώς και τα προγράμματα του που δέχονται χορηγία πρέπει να πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις:

α) Το περιεχόμενό τους και, όσον αφορά στις τηλεοπτικές εκπομπές, ο προγραμματισμός τους, δεν επιτρέπεται σε καμία περίπτωση να επηρεάζεται κατά τρόπο ώστε να θίγεται η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του Ιδρύματος·

β) δεν επιτρέπεται να παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω συγκεκριμένων διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες·

γ) οι θεατές πρέπει να ενημερώνονται σαφώς για την ύπαρξη συμφωνίας χορηγίας. Προγράμματα τα οποία δέχονται χορηγία πρέπει να επισημαίνονται σαφώς με την επωνυμία, το λογότυπο ή/και κάθε άλλο σύμβολο του χορηγού, όπως αναφορά στο προϊόν ή τα προϊόντα ή στην υπηρεσία ή τις υπηρεσίες με διακριτικό σήμα κατά κατάλληλο τρόπο για προγράμματα, κατά την έναρξη, τη διάρκεια ή/και το τέλος των προγραμμάτων.

(2) Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων που μεταδίδει το Ίδρυμα ή τα προγράμματα του δεν επιτρέπεται να δέχονται χορηγία από επιχειρήσεις, των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι η παρασκευή ή πώληση τσιγάρων και λοιπών προϊόντων καπνού.

(3) Η χορηγία υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων που μεταδίδει το Ίδρυμα ή προγραμμάτων από επιχειρήσεις των οποίων οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν την παρασκευή ή πώληση φαρμάκων και θεραπευτικών αγωγών δύναται να προωθεί το όνομα ή την εικόνα της επιχείρησης, αλλά όχι συγκεκριμένα φάρμακα ή θεραπευτικές αγωγές που διατίθενται μόνο με ιατρική συνταγή στη Δημοκρατία.

(4) Το Ίδρυμα δεν δύναται να δέχεται χορηγία για τα προγράμματα ειδησεογραφίας και επικαιρότητας, όπως δελτία ειδήσεων και πολιτικές ενημερωτικές εκπομπές: Νοείται ότι, από την πιο πάνω απαγόρευση εξαιρούνται τα δελτία καιρού, τα χρηματιστηριακά δελτία και τα δελτία συναλλάγματος, καθώς και η αθλητική ενημέρωση.

(5) Η εμφάνιση λογότυπου χορηγίας κατά τη διάρκεια παιδικών προγραμμάτων, ντοκιμαντέρ και θρησκευτικών προγραμμάτων επιτρέπεται μόνο για διάρκεια τριών λεπτών στην έναρξη του προγράμματος και τριών λεπτών πριν από τη λήξη του προγράμματος.

B.2 Παραβάσεις της Νομοθεσίας

Οι κυριότερες παραβάσεις της νομοθεσίας σχετικά με τη χορηγία προγραμμάτων αφορούν:

B.2.I Τη μη σαφή ενημέρωση των τηλεθεατών για την ύπαρξη χορηγίας, καθότι χρησιμοποιούνται σε αρκετές περιπτώσεις μη ξεκάθαροι όροι για να δηλώσουν τη χορηγία.

Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκαν τα πιο κάτω:

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «Απόλλωνας – ΑΠΟΕΛ» (Prime Sports, 3.5.14, 17.00 –21.00)

Κατά την έναρξη του pre-game και του post-game υπάρχει ηχητική ανακοίνωση *«απολαύστε το pre-game παρέα με Lay’s απλά ακαταμάχητα»*, στην οθόνη εμφανίστηκε εικόνα/λογότυπο των Lay’s και ακολούθησε διαφήμιση για τα πατατάκια Lay’s. Δεν υπήρξε σαφής και ξεκάθαρη αναφορά-ανακοίνωση του χορηγού. Συμπεραίνεται ότι τα πατατάκια Lay’s πιθανόν να είναι ο χορηγός.

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «ΑΕΛ - ΑΠΟΛΛΩΝ» (Cytavision Sports 1, 7.5.14, 17.30 –20.10)

Πριν την έναρξη και μετά τη λήξη του αγώνα, καθώς και μετά τη μετάδοση δηλώσεων από παράγοντες των ομάδων, μεταδόθηκε ηχητική ανακοίνωση *«απολαύστε το πρωτάθλημα παρέα με τον αυθεντικό έτοιμο καφέ Mr. Brown»* και ακολούθησε διαφήμιση του συγκεκριμένου προϊόντος.

Πρωινό Πρόγραμμα Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας «Καλημέρα Κύπρος»,
(MEGA, 13.5.14, 07.00 – 10.00)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος και μετά από τη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: *«Απολαύστε την εκπομπή με NESCAFE FRAPPE.*

Όλα ξεκινούν με NESCAFE». Ταυτόχρονα μεταδόθηκε κάρτα με το λογότυπο NESCAFE και ένα ποτήρι με φραπέ.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Τι θα φάμε σήμερα μαμά;», (SIGMA, 19.6.14, 11.10 – 11.45)

Πριν από την έναρξη και κατά τη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: *«Τι θα φάμε σήμερα μαμά; ' Μια εκπομπή που δημιουργήθηκε για σας με προϊόντα από τα LIDL, γιατί μοιραζόμαστε το ίδιο πάθος για ποιοτικό φαγητό.»* Ταυτόχρονα μεταδόθηκε κάρτα στην οποία αναγράφεται ο τίτλος του προγράμματος (*«Τι θα φάμε σήμερα μαμά;»*), το λογότυπο των υπεραγορών LIDL και το πιο πάνω λεκτικό. Επιπλέον, κατά την έναρξη του προγράμματος, μεταδόθηκε, μεταξύ άλλων, κάρτα – πίνακας στην οποία αναγράφονται τα εξής: *“Η LIDL παρουσιάζει την Νταϊάν Κόχυλα, σεφ – συγγραφέας βιβλίων μαγειρικής – μαμά. Τι θα φάμε σήμερα μαμά;»*

Επομένως, δεν ανακοινώθηκε ξεκάθαρα ότι το πρόγραμμα χορηγεί η υπεραγορά LIDL, αλλά από το λεκτικό υπονοείται ότι πρόκειται για το χορηγό.

B.2.Π Την παρακίνηση ευθέως για αγορά των προϊόντων, μέσω διαφημιστικών αναφορών.

Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκαν τα πιο κάτω:

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «Απόλλωνας – ΑΠΟΕΛ» (Prime Sports, 3.5.14, 17.00 –21.00)

Κατά την έναρξη του pre-game και του post-game υπάρχει ηχητική ανακοίνωση *«απολαύστε το pre-game παρέα με Lay's απλά ακαταμάχητα»*. Προκύπτει ότι η ανακοίνωση της (ενδεχόμενης) χορηγίας συνοδεύτηκε από διαφημιστική αναφορά.

Επιπλέον, κατά τη διάρκεια συζήτησης για τον αγώνα εμφανίζεται επανειλημμένα στο κάτω μέρος της οθόνης εικόνα–λογότυπο (super imposed) των Lay's με πατατάκια να κινούνται και

να ακινητοποιούνται στο κάτω μέρος της οθόνης. Παράλληλα, αναγράφεται η φράση ΑΠΛΑ ΑΚΑΤΑΜΑΧΗΤΑ.

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «ΑΠΟΕΛ - ΟΜΟΝΟΙΑ» (LTV-1, 7.5.14, 17.30 –20.10)

Κατά την έναρξη και λήξη του προγράμματος μεταδόθηκε η ηχητική ανακοίνωση: «*Τον αγώνα σας προσφέρει το NESCAFE FRAPPE. Όλα ξεκινούν με NESCAFE*».

Επιπλέον, σε τακτά χρονικά διαστήματα (τόσο κατά τη διάρκεια του α΄ ημιχρόνου όσο και κατά τη διάρκεια του β΄ ημιχρόνου), εμφανίζεται κορδέλα πάνω στην οποία αναγράφονται τα εξής: «*Τον αγώνα σας προσφέρει το Nescafe Frappe...όλα ξεκινούν με Nescafe*».

Ποδοσφαιρικός Αγώνας «ΑΕΛ - ΑΠΟΛΛΩΝ» (Cytavision Sports 1, 7.5.14, 17.30 –20.10)

Πριν την έναρξη και μετά τη λήξη του αγώνα, καθώς και μετά τη μετάδοση δηλώσεων από παράγοντες των ομάδων, μεταδόθηκε ηχητική ανακοίνωση «απολαύστε το πρωτάθλημα παρέα με τον αυθεντικό έτοιμο καφέ Mr. Brown» και ακολούθησε διαφήμιση του συγκεκριμένου προϊόντος.

Πρωινό Πρόγραμμα Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας «Καλημέρα Κύπρος»,
(MEGA, 13.5.14, 07.00 – 10.00)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος και μετά από τη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: «Απολαύστε την εκπομπή με NESCAFE FRAPPE. Όλα ξεκινούν με NESCAFE». Ταυτόχρονα μεταδόθηκε κάρτα με το λογότυπο NESCAFE και ένα ποτήρι με φραπέ.

Απογευματινό Πρόγραμμα Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας «Για Σένα»

(MEGA, 13/5/2014, 16.00 – 18.05)

Κατά την έναρξη και τη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η λεκτική ανακοίνωση: *«Τη μετάδοση της σειράς φέρνει κοντά σας το Dove. Το Dove είναι διαφορετικό με τεχνολογία nutrium moisture που ενυδατώνει και θρέφει σε βάθος»* και προβλήθηκε πλάνο των προϊόντων Dove κατά τη διάρκεια του πιο πάνω λεκτικού. Η ανακοίνωση του χορηγού συνοδεύτηκε από διαφημιστική αναφορά (αναφορά στα χαρακτηριστικά του προϊόντος).

Τηλεπαιχνίδι «Παίζουμε Κυπριακά» (PIK-1, 20.5.14, 19.28 – 20.00)

Πριν από την έναρξη και κατά τη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: *«Το τηλεπαιχνίδι ‘Παίζουμε Κυπριακά’ φέρνει κοντά σας το LUX, το δικό σας μυστικό ομορφιάς».* Παράλληλα μεταδόθηκε πλάνο με υγροσάπουνα LUX και δεύτερο πλάνο με μια κοπέλα να χαμογελά. Κατά τη διάρκεια και των δύο πλάνων, αναγράφεται στο κάτω μέρος της οθόνης η επιγραφή: *«Ανακαλύψτε τη STAR που κρύβεται μέσα σας!»* Ακολούθησε διαφήμιση του σαπουνιού LUX. Προκύπτει ότι η ανακοίνωση του χορηγού συνοδεύτηκε με διαφημιστικές αναφορές.

Τηλεπαιχνίδι «Joker» (SIGMA, 7/5/2014, 16.55.00 – 17.50.00)

Πριν την έναρξη και στο τέλος του προγράμματος η ηχητική / λεκτική ανακοίνωση: *«Την εκπομπή προσφέρουν τα νέα απολαυστικά Handy Cyprus potato chips»* και στην οθόνη ταυτόχρονα προβαλλόταν πλάνο με τα πατατάκια και το σχετικό λογότυπο. Ακολούθησε η διαφήμιση του εν λόγω προϊόντος. Στην εν λόγω περίπτωση, η ανακοίνωση του χορηγού συνοδεύτηκε από διαφημιστικές αναφορές.

Τηλεπαιχνίδι «Που σου Νέφκω» (MEGA, 20/5/2014, 18.30 – 19.30)

Κατά την έναρξη και στο τέλος του προγράμματος, υπάρχει ακουστική και λεκτική ανακοίνωση: «Την εκπομπή φέρνει κοντά σας το Lux. Το δικό σας μυστικό ομορφιάς» και ταυτόχρονα προβάλλεται στην οθόνη εικόνα γυναίκας και προϊόντα Lux. Ακολουθεί διαφήμιση των προϊόντων Lux. Επομένως η ανακοίνωση η ανακοίνωση του χορηγού περιέχει διαφημιστική αναφορά.

Talent Show «Your Song - Live», (MEGA, 18.5.14, 21.15 – 24.45)

Πριν από την έναρξη και κατά τη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: «Το 'YOUR SONG' φέρνει κοντά σας το MAGNUM. Έκρηξη απόλαυσης. Παγωτά MAGNUM - κορυφαία γεύση που σας απογειώνει. Παράλληλα μεταδόθηκε κάρτα με ένα παγωτό να εκρήγνυται, το λογότυπο MAGNUM και την επιγραφή "for pleasure seekers". Επομένως, η ανακοίνωση του χορηγού συνοδεύτηκε με διαφημιστικές αναφορές.

Κυπριακή Σειρά «Βαλς με 12 Θεούς», (ANTENNA, 29.5.14, 22.20 – 23.30)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: «Τη σειρά φέρνει κοντά σας το κοινωνικό πρόγραμμα DIXAN, για λαμπρό μέλλον!» Παράλληλα μεταδόθηκε κάρτα με τον τίτλο της σειράς και ένα παράθυρο μέσα στο οποίο αναγράφεται το λογότυπο DIXAN, η επιγραφή «στηρίζει την εκπαίδευση» και εικόνες κινουμένων σχεδίων – ένα λεωφορείο σταθμευμένο έξω από ένα σχολικό κτήριο, πάνω στο οποίο επιβιβάζονται οι μαθητές και πάνε στην εξοχή, με το λογότυπο του DIXAN να παραμένει στην οθόνη. Προκύπτει ότι η ανακοίνωση του χορηγού συνοδεύτηκε με διαφημιστικές αναφορές.

Κυπριακή Σειρά «Όνειρο ήταν» (MEGA, 27.5.2014, 21.20.00 – 22.40)

Κατά την έναρξη και στο τέλος του προγράμματος υπήρχε ηχητική/λεκτική ανακοίνωση «*Τη σειρά 'Όνειρο Ήταν' φέρνει κοντά σας ο αυθεντικός έτοιμος καφές Mr. Brown*» και ταυτόχρονα προβαλλόταν πλάνο με τη συσκευασία του καφέ. Συμπεραίνεται ότι η ανακοίνωση του χορηγού περιλάμβανε και διαφημιστικές αναφορές.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Καυτές Πιπεριές», (PIK-1, 14.5.14, 18.28 – 19.20)

Πριν από την έναρξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: «*Τα υλικά της συνταγής είναι μια προσφορά των υπεραγορών Carrefour. Πραγματικές προσφορές στα Carrefour*». Ταυτόχρονα μεταδόθηκε κάρτα με το στην οποία αναγράφεται το ως άνω λεκτικό και το λογότυπο των υπεραγορών Carrefour. Ως εκ τούτου, η ανακοίνωση του χορηγού ακολουθείται από διαφημιστικές αναφορές.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «Τι θα φάμε σήμερα μαμά;», (SIGMA, 19.6.14, 11.10 – 11.45)

Πριν από την έναρξη και κατά τη λήξη του προγράμματος, μεταδόθηκε η εξής ακουστική (λεκτική) ανακοίνωση: «*Τι θα φάμε σήμερα μαμά; ' Μια εκπομπή που δημιουργήθηκε για σας με προϊόντα από τα LIDL, γιατί μοιραζόμαστε το ίδιο πάθος για ποιοτικό φαγητό.*» Ακολούθησε κάρτα με το λογότυπο των υπεραγορών LIDL και τη διαφημιστική αναφορά “*Quality for less.*”

Η ανακοίνωση του χορηγού συνοδεύτηκε από διαφημιστικές αναφορές.

Πρόγραμμα Μαγειρικής «The cooKing» (SIGMA, 19.6.2014, 10.40 – 11.10)

Πριν την έναρξη και στο τέλος του προγράμματος υπάρχει λεκτική/ακουστική ανακοίνωση «*την εκπομπή σας προσφέρει η Coca-cola. Coca-cola γεύση από χαρά στο τραπέζι σας*» και ταυτόχρονα προβάλλεται πλάνο με συσκευασίες-μπουκάλια του εν λόγω αναψυκτικού και το σχετικό λογότυπο. Επομένως η ανακοίνωση του χορηγού συνοδεύτηκε από διαφημιστικές αναφορές.

**Γ. ΣΥΓΚΑΛΥΜΜΕΝΗ
ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ
ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ**

Γ. ΣΥΓΚΑΛΥΜΜΕΝΗ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Γ.1 Νομοθετικές Διατάξεις

Γ.1.1 Οδηγία 2010/13/ΕΕ για τις Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων (AVMS Directive)

Προοίμιο

(90) Η συγκεκριμενόμενη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση είναι πρακτική που απαγορεύεται από την παρούσα οδηγία εξαιτίας της αρνητικής επίδρασής της στους καταναλωτές. Η απαγόρευση συγκεκριμενόμενης οπτικοακουστικής εμπορικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει θεμιτή τοποθέτηση προϊόντος στο πλαίσιο της παρούσας οδηγίας, όταν ο θεατής ενημερώνεται επαρκώς για την ύπαρξη τοποθέτησης προϊόντων. Αυτό μπορεί να γίνεται με επισήμανση του γεγονότος ότι η τοποθέτηση προϊόντος πραγματοποιείται στα πλαίσια συγκεκριμένου προγράμματος, παραδείγματος χάριν μέσω της χρήσης ουδέτερου λογότυπου.

Ορισμός 1.(ι) «συγκεκριμενόμενη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση»: η προφορική ή οπτική παρουσίαση σε προγράμματα εμπορευμάτων, υπηρεσιών, της επωνυμίας, του εμπορικού σήματος ή των δραστηριοτήτων ενός παραγωγού εμπορευμάτων ή ενός παρόχου υπηρεσιών, εφόσον η παρουσίαση αυτή γίνεται από τον πάροχο υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων για διαφημιστικό σκοπό και ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά τον χαρακτήρα αυτής της παρουσίασης. Παρουσίαση αυτού του είδους θεωρείται ότι γίνεται σκοπίμως, ιδίως όταν γίνεται έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος·

Άρθρο 9

1. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις που μεταδίδονται από παρόχους που βρίσκονται υπό τη δικαιοδοσία τους να πληρούν τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

α) οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις να αναγνωρίζονται εύκολα ως τέτοιες. Οι συγκεκριμενικές οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις απαγορεύονται·

Γ.1.2 Οι περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Οργανισμών Νόμοι του 1998 μέχρι 2014

Άρθρο 2. «συγκαλυμμένη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση» σημαίνει την προφορική ή οπτική παρουσίαση σε προγράμματα εμπορευμάτων, υπηρεσιών, της επωνυμίας, του εμπορικού σήματος ή των δραστηριοτήτων ενός παραγωγού εμπορευμάτων ή ενός παρόχου υπηρεσιών, εφόσον η παρουσίαση αυτή γίνεται από τον πάροχο υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων για διαφημιστικό σκοπό και ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά το χαρακτήρα αυτής της παρουσίασης. Παρουσίαση αυτού του είδους θεωρείται ότι γίνεται σκόπιμα ιδίως όταν γίνεται έναντι πληρωμής ή ανάλογου ανταλλάγματος·

Άρθρο 30Ε. Οι πάροχοι υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων διασφαλίζουν ότι οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις που μεταδίδουν συμμορφώνονται προς τις προϋποθέσεις και/ή τους περιορισμούς που αναφέρονται πιο κάτω:

(α) Οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις πρέπει να αναγνωρίζονται εύκολα ως τέτοιες. Απαγορεύονται οι συγκαλυμμένες οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις·

Γ.1.3 Ο περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος Κεφ. 300^A

(όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα)

Άρθρο 18ΣΤ.-(1) Το Ίδρυμα διασφαλίζει ότι οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις που μεταδίδει συμμορφώνονται προς τις προϋποθέσεις ή/ και τους περιορισμούς που αναφέρονται στα εδάφια (2) μέχρι (6).

(2) Οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις πρέπει να αναγνωρίζονται εύκολα ως τέτοιες. Οι συγκαλυμμένες οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις απαγορεύονται.

Γ.2 Παραβάσεις της Νομοθεσίας

Οι κυριότερες παραβάσεις της νομοθεσίας σχετικά με την συγκαλυμμένη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση αφορούν:

Γ.2.1 Την προφορική ή οπτική παρουσίαση, κατά τη διάρκεια των προγραμμάτων, προϊόντων, υπηρεσιών ή της επωνυμίας τους, εφόσον η παρουσίαση αυτή γίνεται για διαφημιστικό σκοπό και ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά το χαρακτήρα αυτής της παρουσίασης.

Παρατηρήθηκαν τα ακόλουθα:

Απογευματινό Πρόγραμμα Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας «Για Σένα»

(MEGA, 13/5/2014, 16.00 – 18.05)

Η παρουσιάστρια αναφέρθηκε σε προσφορά του οργανισμού λέγοντας τα ακόλουθα: *«Λοιπόν εμείς πάμε να δούμε για την υποτροφία μας με το Alexander. Πώς μπορείτε να διεκδικήσετε αυτό το υπέροχο δώρο, μια υποτροφία μια πλήρης υποτροφία μέσω των διαγωνισμών μας. Εδώ*

είμαστε εμείς συνεχίζουμε με τις έρευνές μας αμέσως μετά... Πάμε να δούμε πως διεκδικείτε το δώρο μας». Ακολούθησε βίντεο με πλάνα από το Alexander college. Ταυτόχρονα με την προβολή των πλάνων, μεταδόθηκε το ακόλουθο λεκτικό: «Το MEGA σε συνεργασία με το Alexander college και το West of England του Bristol προσφέρουν μια πλήρη υποτροφία αξίας 21.000 ευρώ. Στείλτε sms στο 7373 γράφοντας Alexander και διεκδικείτε μια πλήρη τριετή υποτροφία αποκτώντας πτυχία BA (Hons). Alexander college, το δικό σου μέλλον!»

Ακολούθως η παρουσιάστρια συνεχίζει με τα εξής: «Ένα δώρο ζωής, ένα δώρο για το δικό σας μέλλον η υποτροφία, πολύ πολύ σημαντικό δώρο, πάρα πολύ» ενώ ταυτόχρονα μεταδίδεται σε split screen η παρουσιάστρια (στη μια πλευρά της οθόνης) και η επιγραφή και το λογότυπο Alexander college (στην άλλη πλευρά).

Επίσης κατά τη διάρκεια της προβολής του ηχητικού ενημερωτικού για την προσφορά, αναγράφονται στο κάτω μέρος της οθόνης τα πιο κάτω:

ΣΤΕΙΛΤΕ ΣΜΣ ΣΤΟ 7373 – ΓΡΑΦΟΝΤΑΣ – ALEXANDER COLLEGE

Χρέωση 2.03 ευρώ +ΦΠΑ Netsmart – Γραμμή Επικοινωνίας 77772909

Από τα πιο πάνω προκύπτει ότι έγινε προφορική και οπτική παρουσίαση του Alexander College, με διαφημιστικό σκοπό.

Τηλεπαιχνίδι «Που σου Νέφκω» (MEGA, 20/5/2014, 18.30 – 19.30)

Ο παρουσιαστής, κατά τη διάρκεια του προγράμματος αναφέρει «έχουμε ωραιότατες κρουαζιέρες για τον τελικό από τη Salamis Tours τους οποίους ευχαριστούμε και πάρα πάρα πολύ...». Η ανακοίνωση του δώρου συνοδεύεται από την ανακοίνωση της επωνυμίας του δωροθέτη για διαφημιστικό σκοπό.

Μεταδόθηκε σκηνή όπου μια παρέα γευματίζει σε εστιατόριο. Σε κάποιο σημείο μεταδόθηκε πλάνο του ηθοποιού καθώς αποχωρεί και πάνω στη γυάλινη πόρτα αναγράφεται το όνομα του εστιατορίου Just Italian. Στη συνέχεια, μεταδόθηκε πλάνο με άνδρα να φορεί πουκάμισο στο πλαϊνό μανίκι του οποίου αναγράφεται με μεγάλα γράμματα η επωνυμία ALFA INDUSTRIES. Δεδομένου ότι δεν μεταδόθηκε οιαδήποτε ανακοίνωση για τοποθέτηση προϊόντων, η οπτική προβολή του εστιατορίου Just Italian και των ειδών ένδυσης Alpha Industries συνιστούν συγκαλυμμένη διαφήμιση.

Κατάλογος Προγραμμάτων που Παρακολογήθηκαν

Ποδοσφαιρικοί Αγώνες

ΑΠΟΛΛΩΝΑΣ - ΑΠΟΕΛ (Pre- Game, Αγώνας και Post-Game) - PRIME SPORTS (3.5.14)

ΑΠΟΕΛ - ΟΜΟΝΟΙΑ (Pre- Game, Αγώνας και Post-Game) – LTV 1 (7.5.14)

ΑΕΛ - ΑΠΟΛΛΩΝΑΣ (Pre- Game, Αγώνας και Post-Game) – CYTAVISION SPORTS 1
(7.5.14)

Πρωινά Προγράμματα Ενημέρωσης & Ψυχαγωγίας

«Καλημέρα Κύπρος» - MEGA (13.5.14)

«Καλή σας Μέρα» - ΡΙΚ-1 (13.5.14)

«Πρωτοσέλιδο» - SIGMA (13.5.14)

Απογευματινά Προγράμματα Ενημέρωσης & Ψυχαγωγίας

«Για Σένα» - MEGA (13.5.14)

«Μαζί στο ΡΙΚ» - ΡΙΚ-1 (13.5.14)

Τηλεπαιγνίδια & Talent Shows

«Παίζουμε Κυπριακά» - ΡΙΚ-1 (20.5.14)

«Joker» - SIGMA (7.5.14)

«Που σου Νέφκω» - MEGA (20.5.14)

«Μουσικό κουτί» –(MEGA (10.5.14)

«Your Song Live» - MEGA (18.5.14)

Talk Shows

«Τετ-α-Τετ» - ΡΙΚ-1 (12.5.14)

Αστρολογικά προγράμματα

«Στον Αστερισμό της Ημέρας» - CAPITAL (30.5.14)

Κυριακές σειρές

«7 Ουρανοί και Σύννεφα Αλήτες» - SIGMA (27.5.14)

«Βαλς με 12 Θεούς» - ANTENNA (29.5.14)

«Νιώσε με» - ANTENNA (27.5.14)

«Όνειρο Ήταν» - MEGA (27.5.14)

Προγράμματα Μαγειρικής

«Καυτές Πιπεριές» - PIK-1 (14.5.14)

«Μαγειρεύοντας με Carrefour» - SIGMA (16.5.14)

«Τι θα Φάμε Σήμερα Μαμά» - (SIGMA (19.6.14)

«Κουζίνα με Αποψη» - CAPITAL (13.5.14)

«The cooking» - SIGMA (19.6.14)

«Στην Κουζίνα» - EXTRA (12.5.14)

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

Διεύθυνση: Λεωφόρος Αθαλάσσας 42, 2012 Λευκωσία,

Τ.Θ. 23377, 1682 Λευκωσία

Τηλέφωνο: ++ 357-22-512 468

Τηλεομοιότυπο: ++ 357-22-512 473

Ιστοσελίδα: www.crta.org.cy

Ηλεκτρονική Διεύθυνση: crtauthority@cytanet.com.cy

Σύνταξη και Επιμέλεια: Μαριάννα Αλετράρη και Αντιγόνη Θεμιστοκλέους