

## ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 68/2005(2))

### ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΤΑΘΜΟ «Ο ΛΟΓΟΣ»

Ημερομηνία Απόφασης: 28 Φεβρουαρίου, 2007

Ενώπιον: κ. Νίκου Παπαιωάννου, Προέδρου, κ. Νίκου Παπαμιχαήλ, κ. Μαίρης Κουτσελίτη, κ. Μαρίας Δωρίτη, κ. Ανδρέα Κωνσταντινίδη και κ. Άλεξ Ευθυβούλου, Μελών.

#### ΑΠΟΦΑΣΗ

Στην παρούσα υπόθεση η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξετάζει τις από μέρους του σταθμού πιθανές παραβάσεις του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και των Παραγράφων **Δ.10(γ)**, **Δ.10(ια)** και **Δ.10(ιστ)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000).

Τα πιο πάνω αναφέρουν:

**33(7)(α)** *Η διαφήμιση δεν πρέπει να θίγει ηθικά ή σωματικά τους ανήλικους και ειδικά πρέπει, με σκοπό την προστασία τους, να πληρεί τους ακόλουθους όρους:*

*i) να μην παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας, εκμεταλλεζόμενη την απειρία και την ευπιστία τους.*

**Δ.10(γ)** *Δεν επιτρέπεται η μετάδοση οποιασδήποτε διαφήμισης η οποία καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται, θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από άλλα παιδιά ή ότι υπόκεινται σε περιφρόνηση ή σαρκασμό, επειδή δεν το απέκτησαν.*

**Δ.10(ια)** *Διαφημίσεις για παιχνίδια ή άλλα προϊόντα που ενδιαφέρουν παιδιά δεν πρέπει να αφήνουν περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού.*

**Δ.10(ιστ)** Τα παιδιά δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για να παρουσιάζουν με επιχειρηματολογία προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν αναμένεται να αγοράσουν τα ίδια ή να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν αναμένεται να έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις.

Κατόπιν σχετικής απόφασης, Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, με επιστολή της ημερομ. **20.4.2005** έθεσε ενώπιον του σταθμού τις διερευνώμενες παραβάσεις για οποιεσδήποτε εξηγήσεις ή / και παραστάσεις και κάλεσε τους εκπροσώπους του σταθμού όπως δηλώσουν κατά πόσο επιθυμούν να παρευρεθούν κατά την εξέταση της υπόθεσης.

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

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

1. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **10.45-10.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).
- Στη συγκεκριμένη διαφήμιση παρουσιάζεται ένα παιδί το οποίο είναι ιδιαίτερα καλοντυμένο να κοιτάζει εξεταστικά, με ύφος επιχειρηματία μια σειρά από παιδιά. Απέναντι από τα παιδιά βρίσκεται μια χρωματιστή πόρτα από την οποία περνάνε τα παιδιά που εγκρίνει το παιδί που έχει τον πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαφήμιση. Κάποια στιγμή προσπαθεί να περάσει ένας ενήλικας αλλά το παιδί δείχνοντας του την κάρτα **Generation Youth Kids** , του κλείνει το δρόμο και λέει: **«Μόνο για παιδιά»**.
2. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **10.45-10.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

3. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **11.50-11.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

4. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **11.50-11.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.**

5. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.00-12.05** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

6. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.00-12.05** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

7. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.40-12.45** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του

άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

- 8.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.40-12.45** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

- 9.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **20.15-20.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).**

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

- 10.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **20.15-20.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

- 11.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **20.45-20.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).**

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

12. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **20.45-20.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

13. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **21.15-21.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

14. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **21.15-21.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

15. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **22.05-22.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

16. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **22.05-22.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά**

κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

#### **Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

17. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **22.15-22.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεύομενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

18. Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **22.15-22.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

#### **Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

19. Στις **21.11.2004** μεταξύ των ωρών **00.05-00.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεύομενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

20. Στις **21.11.2004** μεταξύ των ωρών **00.05-00.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

### **Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

**21.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **19.35-19.40** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεζόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

**22.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **19.35-19.40** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα IX του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

### **Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

**23.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **21.45-21.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεζόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

**24.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **21.45-21.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα IX του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

### **Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

**25.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **22.15-22.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεύομενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

**26.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **22.15-22.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

**27.** Στις **25.11.2004** μεταξύ των ωρών **19.15-19.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεύομενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

**28.** Στις **25.11.2004** μεταξύ των ωρών **19.15-19.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

**29.** Στις **25.11.2004** μεταξύ των ωρών **21.10-21.15** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεύομενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του



άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1.

**30.** Στις **25.11.2004** μεταξύ των ωρών **21.10-21.15** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 1**

**31.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **09.50-09.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Στη διαφήμιση αυτή παρουσιάζονται δυο παιδιά τα οποία μόλις έχουν τελειώσει μια παρτίδα τένις να συνομιλούν.

Παιδί Α: « Άσε πήγα για shopping και ξόδεψα μια περιουσία.

Παιδί Β: «Ναι;»

Παιδί Α: « Το χαρτζιλίκι πια δεν φτάνει»

**Παιδί Β (με ειρωνικό ύφος): « Εγώ και ψώνισα με έκπτωση και πήγα σ' εκδηλώσεις και κέρδισα και δώρα.»**

Παιδί Α: « Τι λες;»

Παιδί Β: « Να είναι καλά το team.»

Παιδί Α: « Ποιο team είπες;»

Παιδί Β: « Δεν είπα.»

Εκείνη τη στιγμή το παιδί άνοιξε ένα ντουλάπι και εμφανίστηκαν δύο μασκότ της συγκεκριμένης κάρτας οι οποίες έλεγαν: «**Winners Team. Από την Ελληνική Τράπεζα.**»

Στο τέλος της διαφήμισης ο εκφωνητής είπε: « **Από μικρός στα προνόμια. Ο νέος λογαριασμός που εξελίσσει τα προνόμια των παιδιών. Ελληνική Τράπεζα. Η εξέλιξη στη φύση μας.**»

**32.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **09.50-09.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που**

**διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.

**33.Στις 20.11.2004** μεταξύ των ωρών **09.50-09.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού** κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ια) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**34.Στις 20.11.2004** μεταξύ των ωρών **09.50-09.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις** κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ιστ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**35.Στις 20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.25-12.30** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**36.Στις 20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.25-12.30** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά

παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**37.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.25-12.30** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ια) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**38.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **12.25-12.30** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ιστ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31**

**39.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **14.50-14.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**40.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **14.50-14.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας**

των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31..**

**41.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **14.50-14.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ια) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**42.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **14.50-14.55** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ιστ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**43.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **15.20-15.25** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**44.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **15.20-15.25** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**45.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **15.20-15.25** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ια)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**46.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **15.20-15.25** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ιστ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**47.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.05-16.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**48.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.05-16.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**49.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.05-16.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ια) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**50.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.05-16.10** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ιστ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**51.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **17.15-17.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**52.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **17.15-17.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιον τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**53.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **17.15-17.20** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας**

**στην κρίση και στην πείρα του παιδιού κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ια) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**54. Στις 20.11.2004 μεταξύ των ωρών 17.15-17.20 μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ιστ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**55. Στις 20.11.2004 μεταξύ των ωρών 18.40-18.45 μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεζόμενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**56. Στις 20.11.2004 μεταξύ των ωρών 18.40-18.45 μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**57. Στις 20.11.2004 μεταξύ των ωρών 18.40-18.45 μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ια) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί**

Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**58.** Στις **20.11.2004** μεταξύ των ωρών **18.40-18.45** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ιστ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**59.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.45-16.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους** κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**60.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.45-16.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιον τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(γ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**61.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.45-16.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ια)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).



**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**62.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **16.45-16.50** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ιστ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**63.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **17.55-18.00** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**64.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **17.55-18.00** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(γ) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**65.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **17.55-18.00** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού κατά παράβαση της Παραγράφου Δ.10(ια) όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).**

**Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

**66.** Στις **23.11.2004** μεταξύ των ωρών **17.55-18.00** μεταδόθηκε από τον σταθμό διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας. **Η διαφήμιση χρησιμοποιεί παιδιά να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις** κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ιστ)** όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

### **Ισχύουν τα γεγονότα του υποστοιχείου 31.**

Σε επιστολή του ημερομ. **27.4.2005**, ο Δικηγόρος του σταθμού κ. Άρισ. Χατζηπαναγιώτου ανέφερε τα ακόλουθα:

*«(...) Το υπό εξέταση θέμα αφορά τη μετάδοση από το σταθμό των πελατών δύο διαφορετικών διαφημιστικών μηνυμάτων κατά την περίοδο από 20 έως 25 Νοεμβρίου 2004, σε διάφορες ώρες. Πρόκειται συγκεκριμένα για τη διαφήμιση της κάρτας Generation Youth Kids της Τράπεζας Κύπρου και της κάρτας Winners Team της Ελληνικής Τράπεζας.*

*Αμέσως με τη λήψη της επιστολής της Αρχής, επικοινωνήσαμε με τους διαφημιζόμενους πελάτες του σταθμού, προκειμένου να μας εκθέσουν τις απόψεις τους αναφορικά με το εξεταζόμενο στην παρούσα υπόθεση θέμα.*

*Σε απάντηση, λάβαμε μία επιστολή από την υπηρεσία Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Ελληνικής Τράπεζας και μία επιστολή από την διαφημιστική εταιρία Gnomi εκ μέρους της Τράπεζας Κύπρου, τις οποίες επισυνάπτουμε ως Παραρτήματα Α και Β και παρακαλούμε όπως θεωρηθούν μέρος της υπεράσπισης των πελατών μας στην υπόθεση αυτή.*

*Περαιτέρω και ανεξάρτητα από τα όσα αναφέρονται στις εν λόγω επιστολές υποβάλλουμε τα πιο κάτω:*

*Όσον αφορά την υπό διερεύνηση πιθανή παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998, είναι η άποψη μας ότι σε καμία περίπτωση, οι διαφημίσεις που προβλήθηκαν δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι παρακινούν ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας, εκμεταλλεζόμενες την απειρία και την ευπιστία τους.*

*Σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ορθή η θέση ότι η υπό αναφορά διαφήμιση εκμεταλλεύεται την απειρία και την ευπιστία των παιδιών για να αποκτήσουν τις διαφημιζόμενες κάρτες.*

*Τούτο θα ίσχυε μόνο σε περίπτωση που ένα προϊόν δεν ήταν αυτό που διαφημιζόταν αλλά κάτι διαφορετικό, ίσως και κατώτερο, και η διαφήμιση του στόχευε στην παραπλάνηση των ανηλίκων. Κάτι τέτοιο όμως απορρίπτεται τόσο από τους διαφημιζόμενους όσο και από τους πελάτες μας ως εντελώς ξένο προς τις αντιλήψεις και τις πρακτικές τους.*

*Είναι προφανές ότι, αν και τα διαφημιζόμενα τραπεζικά προϊόντα αφορούν ανήλικους, εντούτοις η αγορά τους δεν προτείνεται στα παιδιά, αλλά στους ενήλικους γονείς τους. Κανένα παιδί δεν έχει και δεν θα μπορούσε να έχει απευθείας πρόσβαση στην αγορά οποιουδήποτε τραπεζικού προϊόντος.*

Δεν πρόκειται για διαφήμιση κάποιου είδους που πωλείται ευρέως, για παράδειγμα σε περίπτερα και το οποίο τα παιδιά θα μπορούσαν να αγοράσουν μόνα τους, χωρίς την έγκριση κάποιου ενήλικα με το χαρτζιλίκι τους.

Η απόκτηση των εν λόγω καρτών που διαφημίστηκαν δεν απαιτεί απλώς την έγκριση των γονιών, αλλά την ουσιαστική απόφαση τους να αγοράσουν το προϊόν αυτό. Είναι εκείνοι στους οποίους απευθύνεται η διαφήμιση και τους παρακινεί σε αγορά προϊόντος και όχι οι ανήλικοι.

Όσον αφορά τις πιθανές παραβάσεις των παραγράφων Δ.10(γ), Δ.10(ια) και Δ.10(ιστ) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000(ΚΔΠ 10/2000), πιστεύουμε ότι το περιεχόμενο των συνημμένων επιστολών εκ μέρους των πελατών του σταθμού δίδει ικανοποιητικές εξηγήσεις και καθιστά σαφές ότι η προβολή των εν λόγω διαφημίσεων δεν αντίκειται σε κανένα από τους προαναφερόμενους κανονισμούς.

Επιπλέον, με όλο το σεβασμό προς την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης, πιστεύουμε ότι θα αποτελούσε πιο ενδεδειγμένο χειρισμό του θέματος η αντιμετώπιση των διαφημίσεων αυτών σύμφωνα με την παράγραφο Α.3 του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας, όπως εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000(ΚΔΠ 10/2000).

Θα μπορούσε δηλαδή η Αρχή να ζητήσει έγκαιρα την απόσυρση ή τροποποίηση των υπό εξέταση διαφημιστικών μηνυμάτων. Σε μια τέτοια περίπτωση ο σταθμός των πελατών μας, ανεξάρτητα αν είχε αντίθετη άποψη επί του θέματος, θα ακολουθούσε τις οδηγίες της Αρχής και αν οι πελάτες θεωρούσαν ότι η Αρχή έσφαλλε, θα είχαν το δικαίωμα προσφυγής στη Δικαιοσύνη.

Εάν επίσης η Αρχή ζητούσε την άμεση διακοπή ή τροποποίηση των διαφημίσεων, τότε θα ετίθετο και θέμα ευθύνης του σταθμού των πελατών για πιθανή μη συμμόρφωση στην απόφαση και οδηγία της Αρχής.

Ενόψει των ανωτέρω, πιστεύουμε ότι καμία παράβαση Νόμου ή κανονισμού δεν στοιχειοθετείται σε βάρος του σταθμού των πελατών μας και εισηγούμαστε όπως η Αρχή κρίνει ορθή την εισήγηση μα και ανάλογη είναι και η απόφαση της.»

Επιπρόσθετα, στην επισυνημμένη ως **Παράρτημα Α'** επιστολή του Γενικού Διευθυντή της Διαφημιστικής Εταιρίας «Γνώμη», κ. Κυριάκου Ιωάννου με ημερομ. **25.4.2005** αναφέρονται τα εξής:

«(...) Με αυτή την επιστολή θα θέλαμε να απαντήσουμε στους ισχυρισμούς της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου για τις υποτιθέμενες παραβάσεις της διαφήμισης *Generation Kids* Γενική 27', με βάση το άρθρο 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) και της Παραγράφου Δ.10(γ) του Κώδικα Διαφημίσεων Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000(Κ.Δ.Π 10/2000).

Σχετικά με τις πιο πάνω υπό διερεύνηση υποτιθέμενες παραβάσεις όπως διατυπώθηκαν από την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου για την τηλεοπτική διαφήμιση της Τράπεζας Κύπρου *Generation Kids* Γενική 27' έχουμε να δηλώσουμε τα ακόλουθα:

Περιγραφή και σκεπτικό της διαφήμισης. Γενικά η διαφήμιση χαρακτηρίζεται από λεπτό και έξυπνο χιούμορ που προκαλεί ζεστό χαμόγελο και θετικά αισθήματα σε όποιον την παρακολουθήσει.

**A.** Παρουσιάζεται ο μικρός μας πρωταγωνιστής, ο οποίος επιβλέπει τη σειρά και την τάξη των παιδιών που πρόκειται να μπουν στον παραμυθένιο κόσμο των παιδιών του *Generation Kid*. Το ύφος του μικρού φαίνεται χιουμοριστικά «εξεταστικό» ακριβώς για να διατηρεί τη σειρά και την τάξη των παιδιών.

**ΣΧΟΛΙΟ:** Τη σκηνή αυτή τη θεωρούμε εκπαιδευτική, γιατί μέσω της τα παιδιά μπορούν να μάθουν ότι είναι πολύ σημαντικό όταν περιμένουν να μπουν κάπου πρέπει να διατηρούν γραμμές, να περιμένουν τη σειρά τους και να μη μαθαίνουν στην οχλαγωγία και έλλειψη σεβασμού προς τα άλλα παιδιά ή και μεγαλύτερους τους. Επίσης το γεγονός ότι ο πρωταγωνιστής μας είναι καλοντυμένος έχει να κάνει απλά και μόνο με θέματα καλαισθησίας. Τα παιδιά δεν πρέπει να ντύνονται με καλαισθησία;

**B.** Καθώς επιβλέπει τα παιδιά στη σειρά, κάθε φορά ανοίγει στο *ΚΑΘΕ ΠΑΙΔΙ* της διαφήμισης την πόρτα του κύβου *Generation Kids*, για να μπει στον παραμυθένιο / μαγικό κόσμο του *Generation Kids*. Γι' αυτό και βλέπουμε σκηνές από παιδιά να μπαίνουν μέσα στον κύβο. Στη συνέχεια βλέπουμε σε πρώτο πλάνο το πρόσωπο του πρωταγωνιστή μας να είναι σκεπτικός καθώς κοιτάζει κάτι.

Αυτό που βλέπει είναι ένα κοριτσάκι να έρχεται και εκείνο προς το μέρος του, συνοδευόμενο από τον πατέρα του, για να μπει και αυτό στον παραμυθένιο / μαγικό κόσμο του *Generation Kids*.

**ΣΧΟΛΙΟ:** Το γεγονός ότι παρουσιάστηκε το κοριτσάκι να συνοδεύεται από ένα γονιό / κηδεμόνα, υπονοεί ότι και τα υπόλοιπα παιδιά που ήρθαν και στάθηκαν στη σειρά, είχαν ήδη συνοδευτεί από τους γονείς / κηδεμόνες τους (αν παρουσιάζαμε όλους τους γονείς, τότε η διαφήμιση δεν θα ήταν διαφήμιση αλλά ντοκιμαντέρ). Επίσης, η συνοδεία του κοριτσιού από το γονιό του προς τον κύβο του *Generation Kids* γίνεται το παιδί μέλος, μόνο με τη συγκατάθεση του γονιού / κηδεμόνα.

**Κύβος *Generation Kids*:** Συμβολίζει **ΕΝΑ** παραμυθένιο / μαγικό, αθώο κόσμο του παιδιού. Μέσω της διαφήμισης δεν ισχυριζόμαστε (είτε άμεσα είτε έμμεσα) ότι το *Generation Kids* είναι ο μοναδικός παραμυθένιος κόσμος των παιδιών αλλά ένας από τους πολλούς. Ένα παιδί μπορεί να έχει πολλούς παραμυθένιους / μαγικούς κόσμους. Στη διαφήμιση, όταν τα παιδιά μπαίνουν στον κύβο του *Generation Kids* η ατμόσφαιρα (φωτισμός –φωτεινό κτίριο) υποδηλώνει την παραμυθένια μαγικότητα του χώρου, την οποία όμως δεν παρουσιάζουμε άμεσα. Επίσης δεν θέλαμε να βάλουμε σε πλαίσια τη φαντασία ενός παιδιού, η οποία θα ήταν καλό να παραμένει αμόλυντη, όμορφη και δημιουργική.

**Γ.** Καθώς πλησιάζει το κοριτσάκι βλέπουμε τον πρωταγωνιστή μας να της χαμογελάει, υπονοώντας ότι συμπάθησε το κοριτσάκι. Στη συνέχεια βλέπουμε τον πρωταγωνιστή μας να ανοίγει στο κοριτσάκι την πόρτα του παραμυθένιου / μαγικού κόσμου του *Generation Kids* για να μπει μέσα.

*Δ. Στην επόμενη σκηνή βλέπουμε τον πατέρα, αφού αφήνει το κοριτσάκι του να μπει μέσα στον κύβο του Generation Kids, να κοιτάζει γύρω από τον κύβο και να διερωτάται πώς είναι αυτός ο παραμυθένιος / μαγικός κόσμος του Generation Kids.*

**ΣΧΟΛΙΟ:** *Ο κάθε γονιός διερωτάται τι μπορεί να φαντάζεται το παιδί του με βάση τα καθημερινά ερεθίσματα που συμβαίνουν γύρω του παιδιού του, αλλά και όλοι οι μεγάλοι εκπλήσσονται συνεχώς από τη φαντασία, τη δημιουργικότητα και τον τρόπο σκέψης των παιδιών σήμερα.*

*Ε. Στη συνέχεια βλέπουμε τον πατέρα να συνεχίζει (με χιουμοριστική περιέργεια) την προσπάθεια του για να δει μέσα από την πόρτα του κύβου και πιο συγκεκριμένα τι υπάρχει σε αυτόν τον παραμυθένιο / μαγικό κόσμο του Generation Kids. Τη στιγμή που προσπαθεί να μπει και εκείνος σε αυτό τον κόσμο, ο μικρός πρωταγωνιστής μας του κλείνει την πόρτα με χιουμοριστικό τρόπο.*

**ΣΧΟΛΙΟ:** *Εδώ ο συμβολισμός υποδηλώνει ότι ο παραμυθένιος / μαγικός και πάνω από όλα ο αθώος κόσμος του παιδιού είναι ένας κόσμος που ανήκει στα παιδιά.*

*Ζ. Μόλις ο μικρός πρωταγωνιστής κλείνει την πόρτα στο γονιό / κηδεμόνα προτάσσει την κάρτα μέλους του Generation Kids στο φακό (όχι στο γονιό) και λέει «μόνο για παιδιά». Στο τέλος παρουσιάζεται το λογότυπο του Generation Kids και το συνηθισμένο κλείσιμο των διαφημίσεων της Τράπεζας Κύπρου (λογότυπο και σλόγκαν).*

**ΣΧΟΛΙΟ:** *Με αυτή τη φράση υπονοείται ότι ο φανταστικός παραμυθένιος / μαγικός κόσμος του Generation Kids είναι ένας κόσμος για όλα τα παιδιά αλλά μόνο για αυτά. Δεν υπονοεί ότι ο γονιός δεν δίνει τη συγκατάθεση του για το Generation Kids, γιατί ο ίδιος συνόδεψε και άφησε το παιδί του να μπει. Άρα γνωρίζει για την ύπαρξη του συγκεκριμένου «κόσμου». Τι είναι το περιεχόμενο του όμως δεν γνωρίζει, γιατί απλά αυτό αντιπροσωπεύεται από τη φαντασία κάθε παιδιού.*

*Σημεία διαφωνίας στον τρόπο που επεξηγείται η συγκεκριμένη διαφήμιση από την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου:*

*Α. «...παρουσιάζεται ένα παιδί το οποίο είναι ιδιαίτερα καλοντυμένο να κοιτάζει εξεταστικά, με ύφος επιχειρηματία μια σειρά από παιδιά...»*

**ΣΧΟΛΙΟ:** *Δεν είναι ιδιαίτερα καλοντυμένο για σκοπούς διάκρισης από άλλα παιδιά, αλλά για σκοπούς καλαισθησίας. Επίσης, δεν συμφωνούμε με την ερμηνεία που δόθηκε στο ύφος του. Δεν έχει καθόλου ύφος επιχειρηματία, αλλά ύφος όπως έχουμε προαναφέρει χιουμοριστικά «εξεταστικό», επειδή είναι ο υπεύθυνος για να διατηρεί τα παιδιά στη σειρά και να μη δημιουργείται οχλαγωγία. Αυτό ακριβώς είναι το ύφος που θα έπαιρνε οποιοδήποτε παιδί έμπαινε υπεύθυνο για άλλα παιδιά π.χ σε ένα νηπιαγωγείο ή δημοτικό σχολείο.*

**Β.** «...Απέναντι από τα παιδιά βρίσκεται μια χρωματιστή πόρτα από την οποία περνάνε τα παιδιά που εγκρίνει το παιδί που έχει τον πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαφήμιση...» (Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, Πίνακας Α, Σελ.1)

**ΣΧΟΛΙΟ:** Ο πρωταγωνιστής δεν εγκρίνει ποιά παιδιά θα μπουν στο παραμυθένιο / μαγικό κόσμο του *Generation Kids*. Αφήνει όλα τα παιδιά να περάσουν. Τον μόνο που δεν αφήνει να περάσει είναι τον γονιό / κηδεμόνα, διότι στους παραμυθένιους χώρους των παιδιών δεν χωράνε οι μεγάλοι, γιατί είναι φτιαγμένοι για παιδιά. Επίσης, δεν υπάρχει άμεσος / ούτε υπονοείται ισχυρισμός στη διαφήμιση ότι ο παραμυθένιος / μαγικός κόσμος του *Generation Kids* είναι ο μοναδικός παραμυθένιος / μαγικός κόσμος που υπάρχει. Άρα με βάση τα πιο πάνω, η διαφήμιση δεν καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν την κάρτα που διαφημίζεται, θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά. Στο κάτω κάτω, δεν γίνεται καμία απολύτως σύγκριση, ούτε μεταξύ παιδιών, ούτε μεταξύ παραμυθένιων / μαγικών κόσμων. Παραμυθένιοι / μαγικοί κόσμοι υπάρχουν πάρα πολλοί (π.χ τα ζώα της ζούγκλας «*The lion King*», τα παραμύθια της *Barbie*, ο κόσμος των κλασικών παραμυθιών του *Walt Disney*, «*Η Αλίκη στη Χώρα των Θαυμάτων*» κ.α).

**Γ.** «..Κάποια στιγμή προσπαθεί να περάσει ένας ενήλικας, αλλά το παιδί δείχνοντας του την κάρτα *Generation Kids*, του κλείνει το δρόμο και λέει: «Μόνο για παιδιά...» (Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, Πίνακας Α, σελ. 1)

**ΣΧΟΛΙΟ:** Η περιγραφή αυτού του σημείου δεν είναι ακριβής (έχει διαφορετική σειρά πλοκής). Το παιδί πρώτα κλείνει την πόρτα στον ενήλικα και μετά δείχνει στο φακό την κάρτα *Generation Kids* λέγοντας «Μόνο για παιδιά». Στο σημείο αυτό δεν πιστεύουμε ότι παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεύομενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), γιατί πρώτα από όλα δείξαμε ένα γονιό να συνοδεύει και να αφήνει το κοριτσάκι του να μπαίνει στον παραμυθένιο / μαγικό κόσμο του *Generation Kids*, άρα για να το αφήσει, σημαίνει ότι πρώτα από όλα το εγκρίνει / δίνει τη συγκατάθεση του. Για να αποκτήσουν τα παιδιά αυτή την κάρτα, θα πρέπει πρώτα να συμφωνήσει ο γονιός (κάτι που υπονοείται στη διαφήμιση) και να υπογράψει. Δεν έχουμε σκοπό αλλά και ούτε υπονοούμε μέσω αυτής της διαφήμισης να πείσουμε ένα παιδάκι να αποφασίσει από μόνο του ότι θέλει ένα προϊόν, να πάει στην τράπεζα, να ανοίξει την πόρτα, να ζητήσει αυτό το προϊόν, να υπογράψει και να το αγοράσει, χωρίς τη συγκατάθεση του γονιού. Ακριβώς μέσα από τη διαφήμιση, φαίνεται καθαρά ότι υπάρχει και απαιτείται η γονική συναίνεση και εποπτεία.

Συνοψίζοντας, πιστεύουμε ότι η διαφήμιση μας δεν παραβιάζει το άρθρο 33(7)(α)(i), δηλαδή δεν παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος εκμεταλλεύομενη την απειρία και την ευπιστία τους κατά παράβαση του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) για τους εξής λόγους:

**Α.** Εφόσον παρουσιάζεται γονιός / κηδεμόνας που συνοδεύει και επιτρέπει στο παιδί του να μπει και αυτό στον παραμυθένιο / μαγικό χώρο του *Generation Kids*, τα παιδιά βλέπουν άμεσα τη γονική συναίνεση που απαιτείται για να γίνουν μέλη.

**B.** Για να του παρακινεί ευθέως στην αγορά του προϊόντος, θα πρέπει να έχουν και άμεση πρόσβαση σε ένα τραπεζικό προϊόν (όπως έχουμε ήδη αναλύσει προηγουμένως); Ασφαλώς όχι. Αυτό θα ίσχυε αν ήταν ένα καταναλωτικό προϊόν, που θα μπορούσαν τα παιδιά να έχουν πρόσβαση π.χ παγωτό σε περίπτερα.

Επίσης δεν πιστεύουμε ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση παραβιάζει την παράγραφο Δ.10(γ) του Κώδικα Διαφημίσεων Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000), δηλαδή δεν καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται, θα είναι κατά κάποιο τρόπο κατώτερα από τα άλλα παιδιά για τους εξής λόγους:

**A.** Όλα τα παιδιά της διαφήμισης μπαίνουν στον παραμυθένιο / μαγικό χώρο του *Generation Kids*. Δεν προβάλλονται μερικά παιδιά να απορρίπτονται και να μην μπαίνουν.

**B.** Δεν προβάλλονται μερικά παιδιά να κρατούν την κάρτα και άλλα όχι ή /και να λέγεται κάτι στην εκφώνηση, που να υπονοεί το προηγούμενο, έτσι ώστε να τίθεται θέμα διάκρισης μεταξύ των παιδιών αν δεν αποκτήσουν το προϊόν.

**Γ.** Όλα τα παιδιά πιστεύουν σε παραμυθένιους / μαγικούς κόσμους ή /και άτομα. Δεν προβάλαμε (με κάποιο οπτικό ή λεκτικό τρόπο) ή / και δεν υπονοήσαμε (οπτικά ή λεκτικά) ότι ο παραμυθένιος / μαγικός κόσμος του *Generation Kids* είναι ο μοναδικός παραμυθένιος / μαγικός χώρος που υπάρχει και άρα μόνο τα παιδιά που είναι μέλη του μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτόν, άρα είναι προνομιούχα –ανώτερα από τα υπόλοιπα και κατά συνέπεια να καθοδηγούμε τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν την κάρτα τότε θα είναι κατώτερα από άλλα παιδιά.»

Σε επισυνημμένη ως **Παράρτημα Β'** επιστολή της Υπηρεσίας Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας της Ελληνικής Τράπεζας ημερομ. **26.4.2005**, αναφέρονται τα ακόλουθα:

«(...) Αναφερόμαστε στο πιο πάνω θέμα και ανταποκρινόμενοι στην παράκληση σας όπως έχετε τις θέσεις μας επί των σχετικών παραγράφων της επιστολής της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης, ημερομ. 20/4/2005, σημειώνουμε τα ακόλουθα:

**Τα βασικά χαρακτηριστικά του *Winners Team* προνοούν ότι:**

- Μέλη του *Winners Team* είναι τα παιδιά στο όνομα των οποίων ανοίγεται αποταμιευτικός λογαριασμός δμηνης προειδοποίησης με ψηλό επιτόκιο. Με το άνοιγμα του λογαριασμού το παιδί παίρνει δώρο τον Κύπρο ή την Αφροδίτη, ένα από τους κουμπαράδες της Ελληνικής Τράπεζας. Μόλις οι καταθέσεις φθάσουν τις 100 Λ.Κ παίρνει δώρο ένα άλλο κουμπαρά, τον Φλουρή ή τη Διαμάντω.
- Περαιτέρω, το σχέδιο προνοεί τη λήψη μιας κάρτας μέλους με το όνομα του παιδιού. Τονίζεται ότι η κάρτα αυτή δεν είναι πιστωτική ή χρεωστική κάρτα ούτε και γίνονται οποιεσδήποτε πληρωμές με την κάρτα αυτή. Με την παρουσίαση της κάρτας αυτής το παιδί δικαιούται έκπτωση σε προϊόντα και υπηρεσίες συγκεκριμένων καταστημάτων.
- Επίσης η συμμετοχή στο *Winners Team* που παρέχει τη δυνατότητα συμμετοχής σε κληρώσεις που κατά καιρούς εξαγγέλλει η τράπεζα.

Επομένως, λαμβάνοντας υπ'όψη την πιο πάνω περιγραφή του *Winners Team*, η θέση μας είναι ότι δεν ευσταθούν οι ισχυρισμοί της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης περί παραβίασης του

άρθρου 33(7)(α)(i) του Νόμου 7(I) του 1998 και των παραγράφων Δ.10(γ), Δ.10(ια) και Δ.10(ιστ) του Παραρτήματος ΙΧ της Κ.Δ.Π 10/2000.

Η εν λόγω διαφήμιση προβάλλει τη συμμετοχή στο εν λόγω σχέδιο *Winners Team* και τα ωφέληματα / προνόμια που του δίνει αυτή η συμμετοχή. Δεν αφορά αγορά προϊόντος, κατά την άποψη μας δεν καθοδηγεί τα παιδιά να πιστεύουν ότι αν δεν αποκτήσουν το είδος που διαφημίζεται θα είναι κατώτερα από τα άλλα παιδιά ούτε και είναι καθ'οιονδήποτε τρόπο παραπλανητική.

Είμαστε στη διάθεση σας για ο,τιδήποτε άλλο χρειαστεί.»

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

Κατά τις ημερομηνίες **20, 21 και 23 και 25/11/2004 (υποστοιχεία 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27 και 29)** ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της κάρτας **Generation Youth Kids** της Τράπεζας Κύπρου, η οποία παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντων εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους, κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Στη συγκεκριμένη διαφήμιση παρουσιάζεται ένα παιδί το οποίο είναι ιδιαίτερα καλοντυμένο να κοιτάζει εξεταστικά , με ύφος επιχειρηματία μια σειρά από παιδιά. Απέναντι από τα παιδιά βρίσκεται μια χρωματιστή πόρτα από την οποία περνάνε τα παιδιά που εγκρίνει το παιδί που έχει τον πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαφήμιση. Κάποια στιγμή προσπαθεί να περάσει ένας ενήλικας αλλά το παιδί δείχνοντας του την κάρτα **Generation Youth Kids** ,του κλείνει το δρόμο και λέει: «**Μόνο για παιδιά**».

Κατά τις ημερομηνίες **20 και 23/11/2004 (υποστοιχεία 31, 35, 39, 43, 47, 51, 55, 59 και 63,)** ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας, η οποία παρακινεί ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντων εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους, κατά παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα).

Κατά τις ημερομηνίες **20 και 23/11/2004 (υποστοιχεία 33, 37, 41, 45, 49, 53, 57, 61 και 65)** ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας, η οποία αφήνει περιθώρια παραπλάνησης λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ια)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000).



Κατά τις ημερομηνίες **20 και 23/11/2004 (υποστοιχεία 34, 38, 42, 46, 50, 54, 58, 62 και 66)**,

ο σταθμός μετέδωσε διαφήμιση της κάρτας **Winners Team** της Ελληνικής Τράπεζας, κατά τη διάρκεια της οποίας τα παιδιά έκαναν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες για τα οποία δεν είχαν τις απαιτούμενες γνώσεις κατά παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ιστ)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000).

Συγκεκριμένα, στη διαφήμιση αυτή παρουσιάζονται δυο παιδιά τα οποία μόλις έχουν τελειώσει μια παρτίδα τένις να συνομιλούν.

Παιδί Α: « Άσε πήγα για shopping και ξόδεψα μια περιουσία.

Παιδί Β: «Ναι;»

Παιδί Α: « Το χαρτζιλίκι πια δεν φτάνει»

**Παιδί Β (με ειρωνικό ύφος): « Εγώ και ψώνισα με έκπτωση και πήγα σ' εκδηλώσεις και κέρδισα και δώρα.»**

Παιδί Α: « Τι λες;»

Παιδί Β: « Να είναι καλά το team.»

Παιδί Α: « Ποιο team είπες;»

Παιδί Β: « Δεν είπα.»

Εκείνη τη στιγμή το παιδί άνοιξε ένα ντουλάπι και εμφανίστηκαν δύο μασκότ της συγκεκριμένης κάρτας οι οποίες έλεγαν: «**Winners Team. Από την Ελληνική Τράπεζα.**»

Στο τέλος της διαφήμισης ο εκφωνητής είπε: « **Από μικρός στα προνόμια. Ο νέος λογαριασμός που εξελίσσει τα προνόμια των παιδιών. Ελληνική Τράπεζα. Η εξέλιξη στη φύση μας.**»

Όσον αφορά τους ισχυρισμούς του σταθμού ότι οι εν λόγω διαφημίσεις που προβλήθηκαν δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι παρακινούν ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας, η Αρχή επισημαίνει ότι τα παιδιά λόγω του νεαρού της ηλικίας και της απειρίας που τα διακρίνει, δεν είναι σε θέση να κάνουν συνειδητές επιλογές, με αποτέλεσμα να θεωρούνται η εύκολη λεία και οι άμεσοι αποδέκτες των διαφημιστικών μηνυμάτων.

Τόσο στη διαφήμιση της κάρτας της Τράπεζας Κύπρου όσο και στη διαφήμιση της κάρτας της Ελληνικής Τράπεζας, πρωταγωνιστικό ρόλο έχουν παιδιά και όχι οι γονείς τους.

Επιπλέον, τα παιδιά είναι πολύ πιο εύπιστοι αποδέκτες από τους ενήλικες γονείς τους, δεν έχουν τα απαραίτητα βιώματα και τις κατάλληλες εμπειρίες, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι πρωταγωνιστές –παιδιά στις εν λόγω διαφημίσεις χρησιμοποιούνται για να παρακινήσουν τα υπόλοιπα παιδιά να «αγοράσουν» τα συγκεκριμένα προϊόντα/ υπηρεσίες.

Επίσης, το γεγονός ότι τα παιδιά λόγω του νεαρού της ηλικίας τους και της έλλειψης στοιχειωδών εμπειριών και βιωμάτων δεν κατανοούν τους όρους των διαφημίσεων,

ενισχύει την άποψη ότι οι διαφημίσεις εκμεταλλεύονται την απειρία και την ευπιστία των παιδιών.

Ανεξαρτήτως των ανωτέρω, η θέση της Αρχής είναι ότι η παραπλάνηση των παιδιών για αγορά προϊόντων/ υπηρεσιών συνιστά εκμετάλλευση της άγνοιας τους, άρα ηθική εκμετάλλευση και επομένως τα παιδιά πρέπει να προστατεύονται.

Συγκεκριμένα, στην επιστολή του Γενικού Διευθυντή της εταιρίας «ΓΝΩΜΗ» γίνεται αναφορά για «παραμυθένιο κόσμο των παιδιών του Generation Kids», γεγονός που ενισχύει τη θέση της Αρχής ότι η εν λόγω διαφήμιση αφήνει περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού επειδή έμμεσα δίνεται το μήνυμα στα παιδιά που ενδέχεται να την παρακολουθούν, ότι αυτόματα με την απόκτηση της κάρτας Generation Youth Kids της Τράπεζας Κύπρου η ζωή τους θα γίνει μαγική και παραμυθένια.

Οι ισχυρισμοί του Γενικού Διευθυντή της Διαφημιστικής Εταιρίας «ΓΝΩΜΗ» ότι το ύφος του παιδιού/ πρωταγωνιστή είναι «εξεταστικό» επειδή είναι ο υπεύθυνος για να διατηρεί τα παιδιά στη σειρά και να μην δημιουργείται οχλαγωγία, ισχύει τόσο όσο και η ερμηνεία ότι το ύφος του παιδιού είναι εξεταστικό επειδή ελέγχει αν τα παιδιά τα οποία στέκονται σε σειρά για να περάσουν από τη μαγική πόρτα, είναι κατάλληλα και/ ή πληρούν τις προϋποθέσεις για να γίνουν μέλη του Generation Youth Kids. Άρα είναι δυνατόν να ξεγελάσει τα παιδιά δημιουργώντας την εντύπωση –μεταξύ πιθανώς και άλλων– ότι όποιος επιλέγεται είναι και προνομιούχος.

Ειδικότερα, η συγκεκριμένη διαφήμιση με τον τρόπο που προβάλλει το εν λόγω προϊόν, που στην προκειμένη περίπτωση είναι η κάρτα Generation Youth Kids, παρακινεί ευθέως τα παιδιά στην αγορά προϊόντος, εκμεταλλεζόμενη την απειρία και την ευπιστία τους. Το γεγονός ότι το παιδί στο τέλος δεν επιτρέπει την είσοδο σε ένα ενήλικα, ενώ την επιτρέπει σε όλα τα παιδιά, ενισχύει την άποψη ότι η διαφήμιση απευθύνεται κατεξοχήν στα παιδιά.

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή κρίνει και αποφασίζει ότι υπάρχουν παραβάσεις του άρθρου **33(7)(α)(i)** (υποστοιχεία **1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29** και **31**) και των Παραγράφων **Δ.10(ια)** (υποστοιχεία **33, 37, 41, 45, 49, 53, 57, 61** και **65**) και **Δ.10(ιστ)** (υποστοιχεία **34, 38, 42, 46, 50, 54, 58, 62** και **66**) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Όσον αφορά την Παράγραφο **Δ.10(γ)** (υποστοιχεία **2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 20, 22, 24, 26, 28, 30, 32, 36, 40, 44, 48, 52, 56, 60** και **64**), δεν στοιχειοθετούνται οποιεσδήποτε παραβάσεις.

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



(ΝΙΚΟΣ ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ)  
Πρόεδρος  
Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

Λ.Σ.

## ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 68/2005(2))

**ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ  
ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΤΑΘΜΟ «Ο ΛΟΓΟΣ»**

**Ημερομηνία Απόφασης: 23 Ιανουαρίου, 2008**

**Ενώπιον:** κ.κ. Νίκου Παπαϊωάννου, Προέδρου, κ. Μαίρης Κουτσελίνη, Μαρίας Δωρίτη, κ. Ανδρέα Κωνσταντινίδη και κ. Άλεξ Ευθυβούλου, Μελών.

### **ΑΠΟΦΑΣΗ**

Στις 28 Φεβρουαρίου 2007, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε ότι στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν παραβάσεις του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και των Παραγράφων Δ.10(ια) και Δ.10(ιστ) του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000).

Το πιο πάνω άρθρο αναφέρει:

**33(7)(α)** Η διαφήμιση δεν πρέπει να θίγει ηθικά ή σωματικά τους ανήλικους και ειδικά πρέπει, με σκοπό την προστασία τους, να πληρεί τους ακόλουθους όρους:

i) να μην παρακινεί ευθέως τους ανηλικούς στην αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας, εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους.

Οι πιο πάνω Παράγραφοι αναφέρουν:

**Δ.10(ια)** Διαφημίσεις για παιχνίδια ή άλλα προϊόντα που ενδιαφέρουν παιδιά δεν πρέπει να αφήνουν περιθώρια παραπλάνησης, λαμβανομένης υπόψη της ανωριμότητας στην κρίση και στην πείρα του παιδιού.

**Δ.10(ιστ)** Τα παιδιά δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για να παρουσιάζουν με επιχειρηματολογία προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν αναμένεται να αγοράσουν τα ίδια ή να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν αναμένεται να έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις.

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 επιβαλλομένων κυρώσεων.

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

Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. **12.11.2007** κάλεσε τον σταθμό, εάν επιθυμεί, όπως υποβάλει τις εισηγήσεις και απόψεις του εγγράφως για σκοπούς επιβολής κυρώσεων μέσα σε δεκατέσσερις (14) μέρες από την 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 κ.Αρις Χατζηπαναγιώτου σε απαντητική του επιστολή ημερομ. **28.11.2007** ανέφερε τα ακόλουθα για σκοπούς επιβολής κυρώσεων:

«(...) Στο παρόν στάδιο της διαδικασίας και πριν την επιβολή οποιονδήποτε κυρώσεων σε βάρος του σταθμού των πελατών μας, θα θέλαμε να αναφέρουμε τα κάτωθι, συμπληρωματικά με τα όσα έχουμε αναφέρει στην επιστολή μας ημερομ. 27.04.05, τα οποία και υιοθετούμε πλήρως για τους σκοπούς της παρούσας.

Ο σταθμός των πελατών μας είχε την αντίληψη ότι με την προβολή των επίδικων διαφημιστικών μηνυμάτων δεν υπέπεσε σε καμία παράβαση είτε του Νόμου είτε των δυνάμει αυτού εκδοθέντων κανονισμών, την οποία, με όλο το σεβασμό προς την Αρχή, διατηρεί και σήμερα. Οι πελάτες μας, κατά την προβολή των μηνυμάτων αυτών είχαν την πεποίθηση ότι βρίσκονταν εντός των πλαισίων της νομοθεσίας και η καλή τους πίστη θα πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά την επιβολή τυχόν κυρώσεων σε βάρος τους.

Περαιτέρω επαναλαμβάνουμε την θέση των πελατών μας ότι είναι αδύνατο ένα διαφημιστικό μήνυμα το οποίο διαφημίζει προϊόντα που λόγω της φύσης τους δεν μπορούν να αγοραστούν από παιδιά, να θεωρείται ότι παρακινεί τα παιδιά στην αγορά των προϊόντων αυτών.

Ως εκ τούτου αν και στις εν λόγω διαφημίσεις παρουσιάζονται παιδιά, τούτο δεν αναιρεί ότι επρόκειτο για διαφημίσεις τραπεζικών προϊόντων, η αγορά των οποίων είναι δυνατόν να γίνει μόνο από ενήλικους.

Έστω και εάν θεωρητικά υποθέσουμε ότι στόχος των διαφημίσεων αυτών ήταν η παρακίνηση των ανηλίκων προς αγορά προϊόντων και η εκμετάλλευση της απειρίας του, το μέσο που χρησιμοποιήθηκε προς τον υποτιθέμενο αυτό στόχο, ήταν αν μη τι άλλο απρόσφορο. Και τούτο γιατί αν και πάλι υποθέσουμε ότι κάποιος ανήλικος παρακινήθηκε προς την αγορά των προϊόντων αυτών, δεν θα ήταν σε θέση να τα αγοράσει, ήτοι, κατά την αντίληψη της Αρχής, παρακινήθηκε προς κάτι ανέφικτο.

Όσα πιο πάνω αναφέρονται, επιβεβαιώνονται ουσιαστικά και από το γεγονός ότι ο σταθμός των πελατών μας κρίθηκε ένοχος παραβάσεων και της Παραγράφου Δ.10(ιστ) σύμφωνα με την οποία «Τα παιδιά δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για να παρουσιάζουν με επιχειρηματολογία προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν αναμένεται να αγοράσουν τα ίδια ή να κάνουν σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία δεν αναμένεται να έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις.»

Εδώ ακριβώς πρόκειται για προϊόντα που όχι απλώς δεν αναμένεται αλλά είναι αδύνατον να αγοράσουν τα ίδια τα παιδιά. Παρενθετικά σημειώνουμε εδώ ότι, για άγνωστους σε εμάς λόγους, κατά την αναφορά της Αρχής στον Πίνακα Α' σε παραβάσεις του προαναφερόμενου Κανονισμού γίνεται λόγος μόνο για προϊόντα ή υπηρεσίες «για τα οποία δεν αναμένεται να έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις.»

Εν πάση περιπτώσει πιστεύουμε ότι, έστω και στο στάδιο αυτό, θα πρέπει να γίνει αποδεκτό από την Αρχή ότι οι επίδικες διαφημίσεις προβάλλουν προϊόντα που δεν μπορούν με κανένα τρόπο να αγοραστούν από παιδιά.

Τούτο και μόνο θα αρκούσε για να καταστεί αυταπόδεικτο ότι δεν είναι δυνατόν να υπάρχουν παραβάσεις του άρθρου 33(7)(α)(i) του Ν. 7(Ι)/98 και του Κανονισμού Δ.10(ια).

Επαναλαμβάνουμε την θέση μας ότι η αγορά των διαφημιζομένων προϊόντων δεν απαιτεί απλώς την έγκριση των γονιών, αλλά την ουσιαστική απόφαση τους να αγοράσουν το προϊόν αυτό. Είναι εκείνοι στους οποίους απευθύνεται η διαφήμιση και τους παρακινεί σε αγορά κάποιου προϊόντος και όχι οι ανήλικοι.

Συμπερασματικά θεωρούμε ότι θα πρέπει η Αρχή, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα ανωτέρω να επανεξετάσει την απόφαση της και να μην οδηγηθεί στην επιβολή οποιασδήποτε κυρώσεων σε βάρος του σταθμού των πελατών μας και/ ή εν πάση περιπτώσει αν ήθελε αποφασιστεί η επιβολή οποιασδήποτε κύρωσης, η αρμόζουσα υπό τις περιστάσεις θα ήταν εκείνη της προειδοποίησης.

Με αυτόν τον τρόπο δίδεται και η ευκαιρία στους σταθμούς να γνωρίσουν τις απόψεις της Αρχής για το συγκεκριμένο θέμα και να ενεργούν μελλοντικά σύμφωνα με αυτές σε άλλα παρόμοια θέματα, έτσι ώστε να μην έρχονται σε σύγκρουση με την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης, πράγμα που δεν είναι ευχάριστο και/ ή επιθυμητό τουλάχιστον για το σταθμό των πελατών μας.»

Όσον αφορά τους ισχυρισμούς του σταθμού ότι οι εν λόγω διαφημίσεις που προβλήθηκαν δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι παρακινούν ευθέως τους ανήλικους στην αγορά προϊόντος ή

υπηρεσίας, η Αρχή επισημαίνει ότι το όλο σκηνικό και ο λόγος στη διαφήμιση απευθύνεται σε παιδιά και τους προκαλεί να αποκτήσουν την διαφημιζόμενη υπηρεσία.

Τόσο στη διαφήμιση της κάρτας της Τράπεζας Κύπρου όσο και στη διαφήμιση της κάρτας της Ελληνικής Τράπεζας, πρωταγωνιστικό ρόλο έχουν παιδιά και όχι οι γονείς τους. Τα παιδιά λόγω του νεαρού της ηλικίας και της απειρίας που τα διακρίνει, δεν είναι σε θέση να κάνουν συνειδητές επιλογές, με αποτέλεσμα να θεωρούνται η εύκολη λεία και οι άμεσοι αποδέκτες των διαφημιστικών μηνυμάτων.

Επιπλέον, τα παιδιά είναι πολύ πιο εύπιστοι αποδέκτες από τους ενήλικες γονείς τους, δεν έχουν τα απαραίτητα βιώματα και τις κατάλληλες εμπειρίες, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι πρωταγωνιστές –παιδιά στις εν λόγω διαφημίσεις χρησιμοποιούνται για να παρακινήσουν τα υπόλοιπα παιδιά να «αγοράσουν» τα συγκεκριμένα προϊόντα/ υπηρεσίες.

Επίσης, το γεγονός ότι τα παιδιά λόγω του νεαρού της ηλικίας τους και της έλλειψης στοιχειωδών εμπειριών και βιωμάτων δεν κατανοούν τους όρους των διαφημίσεων, ενισχύει την άποψη ότι οι διαφημίσεις εκμεταλλεύονται την απειρία και την ευπιστία των παιδιών.

Ειδικότερα, η συγκεκριμένη διαφήμιση με τον τρόπο που προβάλλει το εν λόγω προϊόν, που στην προκειμένη περίπτωση είναι η κάρτα Generation Youth Kids, παρακινεί ευθέως τα παιδιά στην αγορά προϊόντος, εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους. Το γεγονός ότι το παιδί στο τέλος δεν επιτρέπει την είσοδο σε ένα ενήλικα, ενώ την επιτρέπει σε όλα τα παιδιά, ενισχύει την άποψη ότι η διαφήμιση απευθύνεται κατεξοχήν στα παιδιά.

Επομένως, η άποψη ότι δεν υπάρχει παρακίνηση «ευθέως» δεν μας βρίσκει σύμφωνους. Η φράση «μόνο για παιδιά» είναι άμεση πρόσκληση προς τα παιδιά. Στην πρόσκληση αυτή συνηγορεί το όλο σκηνικό με τα παιδιά πρωταγωνιστές. Η λέξη «ευθέως» ερμηνεύεται «χωρίς υπεκφυγές» ή περιστροφές, άμεσα: η πρόσκληση για την απόκτηση της κάρτας «Generation Youth Kids» είναι σαφής και άμεση.

Γενικότερα, το «παρακινεί ευθέως» του άρθρου 33(7)(α)(i) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) δεν αναφέρεται στη δυνατότητα του παιδιού να αγοράσει το ίδιο ή από μόνο του το προϊόν αλλά στην παρακίνηση της επιθυμίας του να το αποκτήσει.

Το στοιχείο της παραπλάνησης είναι έκδηλο τόσο στη διαφήμιση της κάρτας Generation Youth Kids της Τράπεζας Κύπρου όσο και στη διαφήμιση της κάρτας Winners Team της Ελληνικής Τράπεζας.

Συγκεκριμένα, η διαφήμιση της κάρτας Generation Youth Kids της Τράπεζας Κύπρου προκαλεί στα παιδιά την παραπλανητική εντύπωση ότι αυτόματα με την απόκτηση της εν λόγω κάρτας, η ζωή τους θα αλλάξει και θα γίνει μαγική και παραμυθένια, όπως αναφέρεται στην επιστολή του Γενικού Διευθυντή της Διαφημιστικής Εταιρίας ΓΝΩΜΗ ημερομ. 25.4.2005.

Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται όταν κατά τη διάρκεια της διαφήμισης εμφανίζεται ένα παιδί το οποίο είναι ιδιαίτερα καλοντυμένο και αποφασίζει ποιά παιδιά θα περάσουν την «μαγική» πόρτα του Generation Youth Kids.

Όσον αφορά στη διαφήμιση της κάρτας Winners Team της Ελληνικής Τράπεζας, επισημαίνεται ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση αφήνει στους ανήλικους περιθώρια παραπλάνησης ότι το παιδί-κάτοχος της κάρτας απολαμβάνει μια ιδιαίτερη προνομιακή μεταχείριση όσον αφορά στη συμμετοχή του σε εκδηλώσεις και στην αγορά προϊόντων με έκπτωση.

Το γεγονός αυτό ενισχύεται όταν κατά τη διάρκεια της διαφήμισης εμφανίζονται δύο παιδιά, τα οποία μόλις έχουν τελειώσει μια παρτίδα τένις να συζητούν και το ένα από αυτά να υποστηρίζει ότι με την συγκεκριμένη κάρτα ψώνισε με έκπτωση, πήγε σε εκδηλώσεις και κέρδισε και πλούσια δώρα σε αντίθεση με το άλλο παιδί που δεν του φτάνει το χαρτζιλίκι του για όλα αυτά τα «αγαθά».

Η Αρχή επισημαίνει ότι η παραπλάνηση των παιδιών για αγορά προϊόντων/ υπηρεσιών συνιστά εκμετάλλευση της άγνοιας τους, άρα ηθική εκμετάλλευση και επομένως τα παιδιά πρέπει να προστατεύονται.

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, αφού έλαβε σοβαρά υπόψη της όλα τα ενόπιον της στοιχεία, συμπεριλαμβανομένων των γραπτών παραστάσεων του σταθμού για σκοπούς επιβολής κυρώσεων, ως επίσης τη σοβαρότητα των παραβάσεων και την όλη συμπεριφορά του σταθμού ως προς τη διάπραξη παρόμοιας φύσεως παραβάσεων, κρίνει και αποφασίζει να επιβάλει στο σταθμό κυρώσεις ως ακολούθως:

Για τις παραβάσεις που έγιναν στις **20.11.2004** το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **6000 €** όπως αναφέρεται πιο κάτω:

- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 1)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 3)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 5)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.

- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 7)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 9)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 11)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 13)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για τις παραβάσεις του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 15)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για τις παραβάσεις του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 17)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για τις παραβάσεις του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 31)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ια) (υποστοιχεία 33, 37, 41, 45, 49, 53 και 57)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000), η Αρχή δεν επιβάλλει οποιαδήποτε κύρωση, λόγω ομοιότητας των γεγονότων και συστατικών στοιχείων των παραβάσεων αυτών με εκείνη του υποστοιχείου **31**, για την οποία επέβαλε κύρωση.
- Για τις παραβάσεις της Παραγράφου **Δ.10(ιστ) (υποστοιχεία 34, 38, 42, 46, 50, 54 και 58)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000), η Αρχή επιβάλλει την κύρωση της προειδοποίησης για την κάθε μία εξ αυτών.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 19)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε



μεταγενέστερα), που έγινε στις **21.11.2004**, η Αρχή επιβάλλει το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.

Για τις παραβάσεις που έγιναν στις **23.11.2004**, η Αρχή επιβάλλει το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **3000 €** όπως αναφέρεται πιο κάτω:

- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 21)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 23)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 25)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για την παράβαση της Παραγράφου **Δ.10(ια) (υποστοιχείο 61)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για τις παραβάσεις της Παραγράφου **Δ.10(ια) (υποστοιχείο 65)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.
- Για τις παραβάσεις της Παραγράφου **Δ.10(ιστ) (υποστοιχεία 62 και 66)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως αυτός εκτίθεται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π.10/2000), η Αρχή επιβάλλει την κύρωση της **προειδοποίησης** για την κάθε μία εξ αυτών.

Για τις παραβάσεις που έγιναν στις **25.11.2004**, η Αρχή επιβάλλει το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **1200 €** όπως αναφέρεται πιο κάτω:

- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 27)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.

- Για την παράβαση του άρθρου **33(7)(α)(i) (υποστοιχείο 29)** του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), το Διοικητικό Πρόστιμο των **600 €**.

Ο σταθμός καλείται να εμβάσει προς την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου το συνολικό διοικητικό πρόστιμο των **10,800 €** που του έχει επιβληθεί μέσα σε τριάντα (30) μέρες από την κοινοποίηση σ' αυτόν της παρούσας απόφασης.



(Ν. ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ)

Πρόεδρος

Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου