

ΑΡΧΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

(ΥΠΟΘΕΣΗ ΑΡ. 30/2005(1))

ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΤΑΘΜΟ «ΑΝΤΕΝΝΑ»

Ημερομηνία Απόφασης: 12 Φεβρουαρίου, 2007

Ενώπιον: κ. Νίκου Παπαιωάννου, Προέδρου, κ. Ανδρέα Ιωάννου, Αντιπροέδρου, κ. Νίκου Παπαμιχαήλ, κ. Μαίρης Κουτσελίνη, κ. Μαρίας Δωρίτη, κ. Α. Κωνσταντινίδη και Άλεξ Ευθυβούλου, Μελών.

Για τον Τηλεοπτικό Σταθμό «ΑΝΤΕΝΝΑ»: κ. Λ. Παπαφιλίππου, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου Σταθμού και κ. Γ. Βαλιαντής, Δικηγόρος Σταθμού.

ΑΠΟΦΑΣΗ

Στην παρούσα υπόθεση η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξετάζει αυτεπάγγελτα τις από μέρους του σταθμού πιθανές παραβάσεις παραγράφων **B1, B5 και Δ1** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000)

Οι πιο πάνω παράγραφοι αναφέρουν τα εξής:

B1 Όλες οι διαφημίσεις και τα τηλεμπορικά μηνύματα από αδειούχους σταθμούς πρέπει να είναι νόμιμα, τίμια, αληθή, καλαίσθητα και να μην περιέχουν υπερβολικούς ή ανυπόστατους ισχυρισμούς.

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

Δ1 Καμιά διαφήμιση, εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, δεν παρουσιάζει με λόγια ή οπτικά τα διαφημιζόμενα είδη ή υπηρεσίες ή τις τιμές τους, κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις.

Κατόπιν σχετικής απόφασης η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου με επιστολή της ημερομηνίας **21.2.2005**, έθεσε ενώπιον του σταθμού τις διερευνώμενες παραβάσεις για οποιεσδήποτε εξηγήσεις και/ή παραστάσεις και κάλεσε τους εκπροσώπους του σταθμού όπως δηλώσουν κατά πόσο επιθυμούν να παρευρεθούν κατά την εξέταση της υπόθεσης. Τονίστηκε επίσης ότι σε περίπτωση που δε ληφθεί οποιαδήποτε απάντηση μέσα στην καθορισμένη προθεσμία, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου θα είναι υποχρεωμένη να προχωρήσει στη λήψη απόφασης χωρίς την απάντηση του σταθμού.

Οι διερευνώμενες παραβάσεις, οι οποίες τέθηκαν ενώπιον του σταθμού εκτίθενται πιο κάτω στα υπό στοιχεία:

1. Στις **08.10.2004** μεταξύ των ωρών **22:25-22:35**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση για προσφορά κρυστάλλινου σετ της Υπεραγοράς Ορφανίδη η οποία περιείχε μη αληθής πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ειδικότερα κατά τη διάρκεια της εν λόγω διαφήμισης αναφέρονται τα εξής:

«Μοναδικά κρύσταλλα αξίας 152 λιρών εντελώς δωρεάν από τις Υπεραγορές Ορφανίδη. Εξηνταένα υπέροχα τεμάχια απαραίτητα για κάθε σπίτι. Αποκτήστε τα στη μισή τιμή με τα καθημερινά σας ψώνια κατευθείαν από την Ιταλία στις Υπεραγορές Ορφανίδη, ποιότητα και στυλ για μια ζωή. Αυθεντικά κρύσταλλα αξίας 152 λιρών εντελώς δωρεάν μόνο στις υπεραγορές Ορφανίδη. ». Επίσης πρέπει να τονιστεί ότι κατά την διάρκεια της διαφήμισης περνά υπό μορφή crowling κείμενο που λει *«περισσότερες πληροφορίες για τις προσφορές στις Υπεραγορές Ορφανίδη».* Κατά την διάρκεια της έρευνας μας πληροφορηθήκαμε ότι η συνολική τιμή του σετ ανέρχεται στις 304 λίρες. Η υπεραγορά προσφέρει το σετ στην μισή τιμή (152λίρες) με την προϋπόθεση ότι ο πελάτης θα αποκτήσει κουπόνια αγορών αξίας άλλων 152 λιρών.

Ένα κουπόνι αντιστοιχεί με αγορά προϊόντων πέντε λιρών. Δηλαδή αν κάποιος πελάτης θελήσει να αποκτήσει τα κρύσταλλα θα πρέπει να έχει συμπληρώσει με τις αγορές του κουπόνια αξίας 152 λιρών και επιπλέον να πληρώσει 152 λίρες.

Το μόνο που αναφέρεται στη διαφήμιση είναι ότι η προσφορά μπορεί να αποκτηθεί με τα καθημερινά ψώνια στη μισή τιμή χωρίς να δίνονται οποιεσδήποτε διευκρινίσεις. Υπάρχει δηλαδή μια σύγχυση για την πραγματική τιμή και την τιμή προσφοράς του προϊόντος . Οι πληροφορίες επομένως χαρακτηρίζονται ελλιπείς και θα μπορούσαν να καταστούν παραπλανητικές. Συγκεκριμένα δεν υπάρχει καμία αναφορά για την συνολική αξία της προσφοράς (304 λίρες) αλλά ούτε και για τους όρους απόκτησης του δώρου (πληρωμή από πελάτη 152 λιρών και κουπόνια αγορών αξίας 152 λιρών).

2. Στις **08.10.2004** μεταξύ των ωρών **22:25-22:35**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση για προσφορά κρυστάλλινου σετ της Υπεραγοράς Ορφανίδη η οποία δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987, όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα και επιπλέον περιέχει περιγραφές ή παραστάσεις, που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία κατά παράβαση της παραγράφου **B5** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υπό στοιχείου 1.

3. Στις **08.10.2004** μεταξύ των ωρών **22:25-22:35**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση για προσφορά κρυστάλλινου σετ της Υπεραγοράς Ορφανίδη η οποία έχει παρουσιάσει την διαφημιζόμενη υπηρεσία και την τιμή της κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις, κατά παράβαση της παραγράφου **Δ1** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Ισχύουν τα γεγονότα του υπό στοιχείου 1.

Σε επιστολή του ημερομηνίας **23/2/2005** ο δικηγόρος του σταθμού αναφέρει τα εξής: «*Η προθεσμία των 14 ημερών είναι ανεπαρκέστατη για να πάρουμε πληροφορίες και παραστάσεις από τους διαφημιζόμενο, τον διαφημιστή του και τον εμπορικό διευθυντή του Σταθμού και να μελετηθεί ο φάκελος από την Διεύθυνση και τους νομικούς συμβούλους του σταθμού. Ζητούμε παράταση προθεσμίας 30 ημερών.*»

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. **24.2.2005** πληροφόρησε το σταθμό ότι του παραχωρείται η αιτούμενη παράταση.

Επιπλέον σε επιστολή του ημερομηνίας **12/3/2005**, ο Εκτελεστικός Πρόεδρος των Υπεραγορών Ορφανίδη, κύριος Χρίστος Ορφανίδης αναφέρει:

«Με αφορμή την διερεύνηση σας αναφορικά με την τηλεοπτική μας διαφήμιση που αφορούσε τα κρύσταλλα, θα θέλαμε να σας αναφέρουμε τα παρακάτω:

- 1. Η διαφήμιση με τον τρόπο που παρουσιάστηκε σε καμία περίπτωση δεν αποσκοπούσε στην περίληψη πληροφοριών οι οποίες να είναι αναληθείς για το κοινό. Αντιθέτως αναφερόταν σε μια προσφορά από σετ κρυστάλλων, των οποίων η αξία είναι τριακόσιες τέσσερις λίρες, αλλά με τα καθημερινά ψώνια και την προσκόμιση των κουπονιών που δίνονταν με τα καθημερινά ψώνια, ο καταναλωτής είχε την ευκαιρία αν το επιθυμούσε να πάρει το σετ των κρυστάλλων, αντί του ποσού των £304 λιρών στην τιμή των £152 λιρών. Δηλαδή οι £152 λίρες με την προσκόμιση των κουπονιών για τα οποία δεν υπήρχε επιπλέον χρέωση, ήταν Δωρεάν στον καταναλωτή και επιχορηγείτο από την Εταιρεία μας.*
- 2. Με το crawling στο οποίο αναφέρεστε και το οποίο παρουσιάζει 'Για περισσότερες πληροφορίες στις Υπεραγορές Ορφανίδη', θα ήθελα να σας αναφέρω ότι η εταιρεία μας για την καλύτερη ενημέρωση όλων των καταναλωτών, προχώρησε στην εκτύπωση 350,000 ενημερωτικών φυλλαδίων από το κάθε είδος και τα οποία σας επισυνάπτω, στα οποία όπως θα δείτε αναφέρονται όλες οι λεπτομέρειες για την προσφορά, καθώς και τον τρόπο απόκτησης της.*
- 3. Θα θέλαμε επίσης να σας αναφέρουμε ότι η προσφορά αυτή για πρώτη φορά έγινε στην Κυπριακή αγορά, και η εταιρεία μας την δημιούργησε με σκοπό να επιβραβεύσει όλους τους πελάτες που την στήριζαν και την στηρίζουν για τόσα χρόνια. Απόδειξη αυτού είναι ότι το καταναλωτικό κοινό την έχει αγκαλιάσει και κατανοήσει πλήρως. Αναφέρουμε ενδεικτικά, ότι ο προϋπολογισμός κόστους*

της όλης προσφοράς ήταν υπολογισμένος σε €300,000 και έχει ξεπεράσει το €1 εκατομμύριο. Δηλαδή η ζήτηση έχει ξεπεραστεί κατά τριακόσια και πλέον τοις εκατό.

Σας ενημερώνουμε ότι είμαστε στην διάθεση σας για οποιαδήποτε επεξήγηση θα χρειαστείτε αλλά σας τονίζουμε και πάλι ότι η εταιρεία μας σε καμία περίπτωση δεν αποσκοπούσε ή είχε σκοπό να παραβιάσει τις παραγράφους Β1, Β5 και Δ1 του κώδικα Διαφημίσεων Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας (Παράρτημα ΙΧ) των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000(Κ.Δ.Π 10/2000).

Τελειώνοντας θα θέλαμε να σας πληροφορήσουμε ότι για 17 χρόνια στην εταιρεία μας πρωτοπορούμε στην ποιότητα και με τιμές που συμφέρουν στον καταναλωτή και αυτό οφείλεται απόλυτα στον σεβασμό μας που έχουμε πάντοτε στο καταναλωτικό κοινό και ουδέποτε προσπαθήσαμε με οποιοδήποτε τρόπο, να εκμεταλλευτούμε τον καταναλωτή.

Είμαστε στη διάθεση σας για περαιτέρω διευκρινήσεις αν χρειαστούν ή και σε προσωπική συνάντηση, για περαιτέρω εξηγήσεις. »

Με την επιστολή του κ. Ορφανίδη επισυνάπτονται το σενάριο της τηλεοπτικής διαφήμισης, η έντυπη διαφήμιση και τα σχετικά κουπόνια.

Επιπρόσθετα, σε επιστολή του με ημερομηνία **24/3/2005**, ο δικηγόρος του σταθμού αναφέρει :

- «1. Ο σταθμός υιοθετεί τις απόψεις των διαφημιζόμενων που σας απεστάλησαν με επιστολή τους ημερ. 12.3.2005*
- 2. Όλοι οι ισχυρισμοί σας απορρίπτονται.*
- 3. Υπάρχει πολλαπλότητα κατηγοριών.*
- 4. Καμία απαγορευτική διάταξη του Νόμου δεν έχει παραβιασθεί.*
- 5. Δεν μπορεί να στοιχειοθετηθεί ο ισχυρισμός για παραπλάνηση του κοινού.»*

Η Αρχή με επιστολή της ημερομ. **30/3/2006** κάλεσε τον σταθμό να εμφανιστεί ενώπιον της για την ακρόαση των καταγγελιών που διατυπώθηκαν εναντίων του σε συνεδρία ημερομηνίας **12/4/2006**.

Σε επιστολή του ημερ. **30/3/2006**, ο πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου του σταθμού κ. Παπαφιλίππου αναφέρει τα εξής:

«Σχετική είναι η σημερινή σας επιστολή με την οποία μας πληροφορείτε ότι η υπόθεση ορίστηκε στις 12.4.2006. εφόσον ο φάκελος είναι ώριμος, παρακαλώ να μας ορίσετε ημερομηνία για επιθεώρηση του διοικητικού φακέλου και παράδοση του πορίσματος του ερευνώντος λειτουργού. Με τη παραλαβή των εγγράφων θα χρειαστούμε λίγες μέρες για τη μελέτη του φακέλου. »

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. **4.4.2006** ενημέρωσε τον σταθμό ότι έκανε δεκτό το αίτημα του για επιθεώρηση του διοικητικού φακέλου καλώντας τον στις **6.4.2006** για πραγματοποίηση της επιθεώρησης. Σε δεύτερη επιστολή την ίδια ημερομηνία η Αρχή ενημέρωσε το σταθμό ότι η εξέταση της υπόθεσης που ήταν προγραμματισμένη για τις 12.4.2006, αναβλήθηκε.

Η Αρχή με επιστολή της ημερ. **1.2.2007** κάλεσε το σταθμό να εμφανιστεί ενώπιον της για την ακρόαση των καταγγελιών που διατυπώθηκαν εναντίων του σε συνεδρία ημερομηνίας **12/2/2007**.

Κατά την ενώπιον της Αρχής ακροαματική διαδικασία στις **12.2.2007** παρευρέθηκαν εκ μέρους του σταθμού οι κ. Λ. Παπαφιλίππου, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου Σταθμού και ο κ. Γ. Βαλιαντής, Δικηγόρος Σταθμού ενώ ως μάρτυρας κλήθηκε ο κ. Χρίστος Ορφανίδης, Εκτελεστικός Πρόεδρος των Υπεραγορών Ορφανίδη.

Ο κύριος Ορφανίδης ανέφερε ότι στα 19 χρόνια που δραστηριοποιείται η εταιρεία Ορφανίδης δεν υπήρξε ποτέ διαφήμιση που να θεωρηθεί παραπλανητική. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ανέφερε ότι η αξία των κρυστάλλων ήταν £304 και παράλληλα υπήρχε η ανάλογη επεξήγηση για τα κουπόνια. Τα κουπόνια προσφέρονταν δωρεάν με κάθε £5 ψώνια = 1 κουπόνι. Παράλληλα στις υπεραγορές προσφέρονταν διαφημιστικά φυλλάδια με τις απαραίτητες λεπτομέρειες. Τέλος ο κ. Ορφανίδης ανέφερε ότι ο καταναλωτής όντως πήρε κρύσταλλα αξίας £152 λιρών.

Στη συνέχεια η Αρχή διευκρίνισε στον κ. Ορφανίδη ότι ασχολείται αποκλειστικά με την τηλεοπτική διαφήμιση και όχι τις γραπτές διαφημίσεις.

Ο κ. Ορφανίδης ανέφερε ότι η διάρκεια μιας τηλεοπτικής διαφήμισης είναι τόσο περιορισμένη που δεν είναι εύκολο να γίνει αναφορά σε όλες τις λεπτομέρειες μιας προσφοράς. Αν γίνει εκτεταμένη αναφορά τότε ο καταναλωτής δεν θα προσλάβει το περιεχόμενο της διαφήμισης. Επίσης λέχθηκε ότι ενώ αρχικά ο προϋπολογισμός της προσφοράς ήταν στις €300.000, είχε τόση επιτυχία που τελικά έφτασε το €1000.000, λόγω του ότι η τιμή της προσφοράς ήταν κατά πολύ μικρότερη από αυτή του εμπορίου.

Επιπλέον, ο κ. Ορφανίδης ανέφερε ότι παράλληλα με την τηλεοπτική διαφήμιση δόθηκαν και χιλιάδες ενημερωτικά φυλλάδια όπως ακριβώς έγινε και στην Ιταλία με μια αντίστοιχη προσφορά. Επίσης ανέφερε ότι αυτού του είδους οι διαφημίσεις προβάλλονται τα τελευταία 8 χρόνια χωρίς να ληφθεί οποιοδήποτε παράπονο, αλλά αν η Αρχή κρίνει ότι υπάρχει οτιδήποτε μεμπτό τότε υπάρχει όλη η καλή διάθεση να διορθωθεί και να τροποποιηθεί ανάλογα, ούτως ώστε να γίνει πιο σαφής και κατανοητή στους καταναλωτές.

Στο σημείο αυτό, η Αρχή έθεσε το ερώτημα στον κ. Ορφανίδη κατά πόσον είναι σαφές στον καταναλωτή το ότι θα πάρει κρύσταλλα αξίας £152 λιρών εντελώς δωρεάν, χωρίς επιπρόσθετη χρέωση, δεδομένου του ότι δεν αναφέρεται πουθενά στη διαφήμιση ο αριθμός £304 που είναι η συνολική τιμή των κρυστάλλων.

Ο κ. Ορφανίδης απάντησε λέγοντας ότι στη τηλεοπτική διαφήμιση δεν αναφέρεται πουθενά ο αριθμός £304. Στα έντυπα και τα διαφημιστικά που μοιράζονταν στους καταναλωτές στις υπεραγορές αλλά και στα σπίτια, δίνονταν όλες οι απαραίτητες λεπτομέρειες, αναλυτικά.

Ο Πρόεδρος της Αρχής ανέφερε ότι στη διαφήμιση ακούγεται η φράση *εντελώς δωρεάν* ενώ ουσιαστικά ο καταναλωτής πρέπει να πληρώσει τα μισά και επισήμανε ότι θα ήταν ακριβές και αληθές αν αντί του εντελώς δωρεάν χρησιμοποιείτο η φράση στη μισή τιμή.

Ο κ. Παπαφιλίππου τέλος εισηγήθηκε ότι η Αρχή θα έπρεπε να αποδεχτεί τις εξηγήσεις του κ. Ορφανίδη καταθέτοντας παράλληλα σημείωμα ημερ. **12.2.2007** με προδικαστικές ενστάσεις και τις θέσεις του επί της ουσίας.

Στο εν λόγω σημείωμα αναφέρονται τα εξής:

«Στην παρούσα υπόθεση υπάρχουν καταγγελίες εναντίον του σταθμού καθόσον αφορά την μετάδοση διαφήμισης για προσφορά σέτ κρυστάλλων από την Υπεραγορά Ορφανίδη. Επισημαίνουμε ότι όλη η υπόθεση αφορά μόνο μια προβολή της επίδικης διαφήμισης.

Οι καταγγελίες αφορούν ισχυριζόμενη παράβαση των παραγράφων Β1, Β5 και Δ1 του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000).

Α) ΠΡΟΔΙΚΑΣΤΙΚΕΣ ΕΝΣΤΑΣΕΙΣ

- 1. Η παρούσα υπόθεση εξετάζεται αυτεπαγγέλτως από την Αρχή (παραπέμπουμε στην επιστολή της Αρχής ημερομηνίας 21/2/2005, με την οποία κοινοποιούνται οι επίδικες καταγγελίες). Στο διοικητικό φάκελο της υπόθεσης (ο οποίος έχει επιθεωρηθεί στις 6/4/2006) δεν υπάρχει οποιοδήποτε πρακτικό από νόμιμη συνεδρίαση της Αρχής, στην οποία να είχε ληφθεί η απόφαση για αυτεπάγγελτη εξέταση της παρούσας υπόθεσης. Προκύπτει λοιπόν ότι στη προκειμένη περίπτωση υπάρχει σοβαρή παράβαση Νόμου, καθώς δεν υπάρχει απόφαση της Αρχής σε νόμιμη συνεδρίαση, ούτε τηρήθηκαν οποιαδήποτε πρακτικά και γενικά δεν τηρήθηκε η προβλεπόμενη νόμιμη διαδικασία λήψεως αποφάσεων από συλλογικά διοικητικά όργανα (άρθρα 20-25 Νόμου 158(1)/99). Ο κανονισμός 42(3) της ΚΔΠ 10/2000, ορίζει ότι «όταν υποβληθεί παράπονο ή υποπέσουν στην αντίληψη της Αρχής παραβάσεις του Νόμου ή των Κανονισμών, η Αρχή για κάθε παράπονο ή παράβαση ορίζει λειτουργό για την διερεύνηση του.» Όταν η σχετική πρόνοια αναφέρει «υποπέσουν στην αντίληψη της Αρχής » εννοείται η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου ως συλλογικό διοικητικό όργανο, η οποία απαρτίζεται από πρόεδρο, αντιπρόεδρο και πέντε μέλη που διορίζονται από το Υπουργικό Συμβούλιο και η οποία λαμβάνει αποφάσεις σε νόμιμη συνεδρίαση (τηρώντας τη προβλεπόμενη διαδικασία του Νόμου 7 (1)/98), και σε καμία περίπτωση δεν εννοείται οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο, οποιοσδήποτε*

υπάλληλος της Αρχής! Η απόφαση για αυτεπάγγελτη διερεύνηση παραβάσεων από σταθμό και η απόφαση για έναρξη διαδικασίας διερεύνησης με την ανάθεση της υπόθεσης σε λειτουργό ραδιοτηλεόρασης, αποτελούν την έναρξη μιας διαδικασίας με την οποία ο σταθμός γίνεται ξαφνικά «κατηγορούμενος». Λόγω της σοβαρότητας των ενδεχομένων κυρώσεων, είναι αυτονόητο ότι τέτοιες αποφάσεις πρέπει να τις λαμβάνει η Αρχή σε νόμιμη συνεδρίαση της και όχι οι υπάλληλοι της! Για τους λόγους αυτούς, η υπόθεση κωλύεται να προχωρήσει, οι καταγγελίες πρέπει να απορριφθούν ως απαράδεκτες.

2. Έλλειψη δέουσας έρευνας.

*Στο εσωτερικό σημείωμα – πόρισμα της ερευνώσας λειτουργού, ημερ. 20/10/2004 προκύπτει ότι η ερευνώσα λειτουργός δεν έχει συλλέξει οποιαδήποτε αναφορά με τα επίδικα γεγονότα. Σύμφωνα με τον κανονισμό 42(4) της ΚΔΠ «ο λειτουργός έχει αρμοδιότητα να ακούσει οποιουσδήποτε μάρτυρες και να πάρει γραπτές καταθέσεις από εμπλεκόμενα πρόσωπα τα οποία οφείλουν να δώσουν κάθε σχετική πληροφορία ή στοιχεία». Με τον τρόπο που ενήργησε η Αρχή μέχρι σήμερα μετακύλυσε ανεπίτρεπτα το βάρος της απόδειξης στον πειθαρχικώς διωκόμενο – κατηγορούμενο διοικούμενο. Σύμφωνα με τον **Δαγτόγλου** (Π.Δ Δαγτόγλου Γενικό Διοικητικό Δίκαιο, 4^η αναθεωρημένη έκδοση παρ. 866-875) «και στις διοικητικές ποινές ισχύουν οι βασικές αρχές του ποινικού δικαίου». Επομένως ισχύει και η βασική αρχή ότι το βάρος απόδειξης το φέρει η κατηγορούσα αρχή, καθώς και η βασική αρχή του τεκμηρίου της αθωότητας.*

*Περαιτέρω, η παράλειψη διεξαγωγής δέουσας έρευνας, η οποία προξενεί έλλειψη γνώσης των ουσιωδών γεγονότων, αποτελεί από μόνη της λόγο ακύρωσης λόγω της παράβασης των αρχών του διοικητικού δικαίου. Η σχετική απόφαση καθίσταται το προϊόν πλημμελούς άσκησης της σχετικής διακριτικής ευχέρειας και ακυρώνεται επειδή ισοδυναμεί με απόφαση αντίθετη προς το νόμο και καθ' υπέρβαση ή κατάχρηση εξουσίας (Βλ. *Xarolytos v. Republic* (1967) 3 CLR703, *Frangides v. Republic* (1968) 3 CLR 90, *Iordanou v. Republic* (1967) 3 CLR 245, *Andreou v. Republic* (1973) 3 CLR 101, *Hadjipaschali v. Republic* (1980) 3 CLR 101, *Zinieris (No.1) v. Republic* (1975) 3 CLR 224, *Economou v. Republic* (1970) 3 CLR 420, *Paphitis v. Republic* (1967) 3 CLR 300, *Ioannides v. Republic* (1972) 3 CLR 318, *Δημοκρατία v. Ματθαίου Α.Ε* 832/12.7.90 και *Φιλίπιδης v. Δημοκρατίας*, Υπόθ. 711/96/ 27.5.97). Η ίδια Αρχή ισχύει σε σχέση με απόφαση που έχει ληφθεί χωρίς επαρκή γνώση και έρευνα όλων των σχετικών παραγόντων (Βλ. *Tryfon v. Republic* (1968) 3 CLR 28, 42, *Carayannis v. Republic* (1966) 3*

CLR 341, *Kyprinides v. Republick* (1965) 3 CLR 519, *Andreou* πιο πάνω και *Φιλιππίδης* πιο πάνω). Η έκταση, ο τρόπος και η διαδικασία που θα παρακολουθηθεί ποικίλλει ανάλογα με το υπό εξέταση ζήτημα, ανάγεται δε στη διακριτική ευχέρεια της διοίκησης (*Δημοκρατία v. Κοινότητας Πυργών κ.α ΑΕ 1518/1.11.96*, *Επιτροπή Εκπαιδευτικής Υπηρεσίας v. Ζάμπουλου ΑΕ 1575/14.7.97* και *Nicolaou v. Minister of Interior and Another* (1974) 3 CLR189). Η μορφή της έρευνας είναι συνυφασμένη με τα περιστατικά της κάθε υπόθεσης. Η τελική εκτίμηση των γεγονότων και η λήψη της σχετικής απόφασης αποτελεί καθήκον και υποχρέωση του αρμόδιου οργάνου. Το κριτήριο για την πληρότητα της έρευνας έγκειται στη συλλογή και διερεύνηση των ουσιωδών στοιχείων τα οποία παρέχουν βάση για ασφαλή συμπεράσματα (βλ. *Επιτροπή Εκπαιδευτικής Υπηρεσίας v. Ζαμπόγλου, ΑΕ 1575/14.7.97*). Η έρευνα είναι επαρκής εφόσον εκτείνεται στη διερεύνηση κάθε γεγονότος που σχετίζεται με το θέμα που εξετάζεται (*Bl. Motorways Ltd v. Δημοκρατίας ΑΕ 2371/25.6.99*).»

Στην παρούσα υπόθεση ο σταθμός κατηγορείται ότι έχει προβάλει διαφήμιση η οποία περιέχει αναληθείς και παραπλανητικούς ισχυρισμούς, οι οποίοι έχουν παραπλανήσει το κοινό και έχουν δημιουργήσει σε αυτό λανθασμένες εντυπώσεις. Η διερεύνηση λοιπόν έπρεπε να περιλαμβάνει λήψη γραπτών καταθέσεων και προσκόμιση μαρτυρίας αναφορικά με την αλήθεια ή όχι των αναφερομένων στην επίδικη διαφήμιση καθώς και αναφορικά με το εάν το κοινό έχει τελικά παραπλανηθεί. Στις επίδικες κατηγορίες εμπεριέχεται ο ισχυρισμός ότι η επίδικη διαφήμιση «περιέχει περιγραφές ή παραστάσεις που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία», χωρίς να υπάρχει οποιαδήποτε μαρτυρία για οποιαδήποτε εν γένει διερεύνηση για το εάν το κοινό έχει όντως παραπλανηθεί.

Επίσης στο πόρισμα της ερευνώσας λειτουργού, αναφέρεται ότι «η διερεύνηση στηρίχθηκε σε στοιχεία από τη AGB». Τα στοιχεία αυτά δεν αναφέρονται στο εν λόγω πόρισμα, ούτε προκύπτουν από το σύνολο του διοικητικού φακέλου. Ανύπαρκτη λοιπόν η διερεύνηση.

B) ΕΠΙ ΤΗΣ ΟΥΣΙΑΣ:

1.Ισχυριζόμενη Παράβαση της παραγράφου Β1:

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

Στην κατηγορία 1 που αφορά ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου Β1, η Αρχή ισχυρίζεται ότι η διαφήμιση περιείχε **μη αληθείς πληροφορίες**. Οπότε δεν υπάρχει ισχυρισμός ότι η διαφήμιση δεν ήταν τίμια, νόμιμη και καλαίσθητη και επομένως θα ασχοληθούμε μόνο με την εξέταση της αλήθειας του περιεχομένου της διαφήμισης (Αναφέρουμε όμως ότι από την διατύπωση της κατηγορίας υπάρχει ουσιώδης αντίφαση καθώς δεν μπορεί από την μια να παραδέχεται η Αρχή ότι η επίδικη διαφήμιση ήταν τίμια, νόμιμη και καλαίσθητη και από την άλλη να ισχυρίζεται ότι περιείχε πληροφορίες μη αληθείς)

Καταρχήν έχω να παρατηρήσω τα εξής: Στις λεπτομέρειες της ως άνω κατηγορίας που δίνει η Αρχή στον Πίνακα Α, δεν αναφέρεται καθόλου ότι η διαφήμιση περιείχε μη αληθείς πληροφορίες (ψευδείς δηλαδή πληροφορίες), αλλά ότι «Υπάρχει μια σύγχυση για την πραγματική τιμή προσφοράς του προϊόντος. Οι πληροφορίες χαρακτηρίζονται ελλιπείς και θα μπορούσαν να καταστούν παραπλανητικές.» Καθίσταται αντιληπτό ότι για να στοιχειοθετηθεί παράβαση της συγκεκριμένης διάταξης η Αρχή έχει το βάρος να αποδείξει (στις διοικητικές ποινές ισχύουν οι αρχές του ποινικού δικαίου. Επομένως η Αρχή, έχει το βάρος να αποδείξει όλα τα συστατικά στοιχεία των απαγορευτικών διατάξεων, όπως και όλες τις ισχυριζόμενες παραβάσεις, πέραν πάσης λογικής αμφιβολίας. Αυτό εξάλλου επιβάλλεται και από την αρχή του κράτους δικαίου καθώς και από την αρχή της χρηστής διοικήσεως. Μόνο με αυτό τον τρόπο αίρεται κατά κάποιο τρόπο η πιθανή αντισυνταγματικότητα Νόμων που δίνουν στη Διοίκηση την εξουσία να επιβάλλει ποινές. Όπως αναφέρει ο Π.Δ. Δαγτόγλου στο σύγγραμμα του «Γενικό Διοικητικό Δίκαιο», 4^η αναθεωρημένη έκδοση παρ. 875, «Η όλη πάντως περιοχή των προστίμων και άλλων διοικητικών ποινών, παρουσιάζει συχνά ερωτηματικά από άποψιν κράτους δικαίου») ότι η διαφήμιση ενέχει μη αληθείς πληροφορίες και όχι ότι η διαφήμιση περιέχει πληροφορίες που **χαρακτηρίζονται ελλιπείς** και που **θα μπορούσαν να καταστούν παραπλανητικές**. Αν βρισκόμασταν ενώπιον ποινικού δικαστηρίου και μας παρέχονταν όλα τα εχέγγυα μιας ποινικής δίκης, η υπόθεση θα απορριπτόταν εκ πρώτης όψεως. Διότι ούτε εκ πρώτης όψεως δεν στοιχειοθετείται παράβαση της παραγράφου Β1. Αυτό συμβαίνει καθώς και αν ακόμα η Αρχή αποδείξει τις λεπτομέρειες κατηγορίες που διατυπώνει στον Πίνακα Α, τα γεγονότα αυτά όταν υπαχθούν στον απαγορευτικό νομικό κανόνα δεν είναι ικανά να στοιχειοθετήσουν παράβασή του. Με λόγια απλά, τα συγκεκριμένα

γεγονότα δεν παραβιάζουν την Β1. η Αρχή λοιπόν (και αυτό άνευ βλάβης της θέσης μας ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση δεν περιείχε ελλιπείς πληροφορίες, ούτε πληροφορίες που θα μπορούσαν να καταστούν παραπλανητικές) δεν μπορεί καν να υπεισέλθει στην εξέταση της ουσίας, αλλά οφείλει να απορρίψει την καταγγελία ως **απαράδεκτη**.

Άνευ βλάβης της θέσεως μας για το απαράδεκτο, **ο ισχυρισμός αυτός είναι και παντελώς αβάσιμος** καθώς όλα όσα προβάλλονται στη διαφήμιση και ότι διαφημίζεται είναι αληθινά και αυτό φαίνεται πάλι και από τις ίδιες τις λεπτομέρειες κατηγορίας του Πίνακα Α.

Πουθενά στη διαφήμιση δεν δίδεται η εντύπωση ότι αν πας στις Υπεραγορές Ορφανίδη θα σου χαρίσουν κρυστάλλα αξίας ΑΚ 152! Αντιθέτως στην ίδια την διαφήμιση αναφέρεται το εξής (παραθέτω απόσπασμα από τις λεπτομέρειες της κατηγορίας του Πίνακα Α): «Αποκτήστε τα στην μισή τιμή με τα καθημερινά σας ψώνια κατευθείαν από...». Η προσφορά των υπεραγορών Ορφανίδη, αναφέρεται σε μια προσφορά σετ κρυστάλλων , των οποίων η αξία είναι ΑΚ 304, αλλά με τα καθημερινά ψώνια και της προσκόμιση των κουπονιών που δίνονταν με τα καθημερινά ψώνια, ο καταναλωτής είχε την ευκαιρία αν το επιθυμούσε να πάρει το σετ των κρυστάλλων, αντί στην τιμή των ΑΚ 304, σ'αυτήν των ΑΚ 152. δηλαδή δωρεάν είναι η επιπλέον χρέωση των ΑΚ 152 και όχι φυσικά όλο το σετ κρυστάλλων. (Πρέπει να επισημανθεί ότι τελικώς ο καταναλωτής για να αποκτήσει το σετ πρέπει να πληρώσει μόνο την μισή τιμή, δηλ ΑΚ152 καθώς για τις υπόλοιπες ΑΚ 152 που θα πληρώσει για να αποκτήσει τα κουπόνια, υπάρχει άλλο **αντάλλαγμα**, η αγορά οποιονδήποτε άλλων προϊόντων .) **Ο μέσος συνετός και σώφρων κοινωνός** μπορεί να καταλάβει ότι αποκλείεται μια Υπεραγορά να χαρίζει σε όλους όλο το ποσό, ακόμα και αν μια διαφήμιση έλεγε ρητά κάτι τέτοιο, πόσο μάλλον που στην προκειμένη περίπτωση κάτι τέτοιο δεν γίνεται, αλλά αντιθέτως στη διαφήμιση λέγεται όλη η αλήθεια και διευκρινίζεται πλήρως ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί η προσφορά. Όπως έχουμε αναφέρει στην σχετική προδικαστική ένσταση, η Αρχή παρέλειψε να ερευνήσει το εάν το τηλεοπτικό κοινό έχει παραπλανηθεί.

Επομένως κατ' ουδένα τρόπο δεν συντρέχει παράβαση της διάταξης αυτής και οι καταγγελίες είναι **και απαράδεκτες και νόμω και ουσία αβάσιμες**.

2. Ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου Β5:

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

Η κατηγορία 2 που αφορά ισχυριζόμενη παραβίαση της παραγράφου Β5, εστιάζεται σε 2 σημεία:

α) ότι η διαφήμιση δεν είναι σύμφωνη με τις πρόνοιες του περί Εμπορικών Περιγραφών Νόμου 5 του 1987 και

β) ότι η διαφήμιση περιείχε περιγραφές ή παραστάσεις που άμεσα ή συμπερασματικά έχουν παραπλανήσει το κοινό για την διαφημιζόμενη υπηρεσία.

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

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

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

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

τηλεοπτικών διαφημίσεων. Επομένως στην περίπτωση μας, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να στοιχειοθετηθεί παραβίαση του άρθρου 3, καθώς και στις τηλεοπτικές διαφημίσεις δεν μπορεί να γίνει λόγος για επίθεση. Περαιτέρω, το **άρθρο 7** με το οποίο επιχειρείται από το νομοθέτη, η σύνδεση απαγορευτικών διατάξεων του άρθρου 3 με τις διαφημίσεις, δεν ισχύει στην περίπτωση μας, και επομένως δεν στοιχειοθετείται ούτε με επίκληση του άρθρου 7, παράβαση του άρθρου 3, καθώς το άρθρο αυτό αναφέρεται στην παροχή, προσφορά, προμήθεια αγαθών και όχι υπηρεσιών. Στο **άρθρο 2** δίδεται ο ορισμός της έννοιας «υπηρεσίες» (επί κέρδει ή επ' αμοιβή ανάληψη και εκτέλεση υποχρεώσεων για οποιονδήποτε θέμα εκτός από την παραγωγή ή προμήθεια αγαθών, αλλά δεν περιλαμβάνει την παροχή υπηρεσιών προς εργοδότη δυνάμει σύμβασης εργοδοτήσεως). Στη διαφήμιση, προβάλλεται παροχή συγκεκριμένης υπηρεσίας των Υπεραγορών Ορφανίδη, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την ίδια τη διατύπωση της κατηγορίας 2 που κάνει λόγο για «διαφημιζόμενη υπηρεσία»

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

(α) Η τιμή είναι μικρότερη από την πραγματικότητα

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

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

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

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

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

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

Προκύπτει λοιπόν με σαφήνεια ότι δεν στοιχειοθετείται καμία από τις ως άνω αναφερόμενες περιπτώσεις, καθώς και στη διαφήμιση δεν παραλείπεται η προβολή

της ένδειξης της τιμής, αλλά αυτή προβάλλεται με σαφήνεια. Περαιτέρω παραπέμπω στα στοιχεία που έχω αναφέρει πιο πάνω για την κατηγορία1.

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

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

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

Σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να στοιχειοθετηθεί ισχυρισμός περί παραπλάνησης του κοινού.

Όπως έχω αναφέρει πιο πάνω, πουθενά στην διαφήμιση δεν υπάρχει παραπλανητικός ισχυρισμός. Πουθενά δεν δίδεται η εντύπωση ότι αν πας στις Υπεραγορές Ορφανίδη θα σου χαρίσουν κρύσταλλα αξίας ΑΚ 152! Αντιθέτως στην ίδια την διαφήμιση αναφέρεται το εξής (παραθέτω απόσπασμα από τις λεπτομέρειες της κατηγορίας του Πίνακος Α): «Αποκτήστε τα στην μισή τιμή με τα καθημερινά σας ψώνια κατευθείαν από...». Η προσφορά των υπεραγορών Ορφανίδη αναφέρεται σε μια προσφορά σετ κρυστάλλων, των οποίων η αξία είναι ΑΚ304, αλλά με τα καθημερινά ψώνια και την προσκόμιση των κουπονιών που δίνονταν με τα καθημερινά ψώνια, ο καταναλωτής είχε την ευκαιρία αν το επιθυμούσε να πάρει το σέτ των κρυστάλλων, αντί στην τιμή των ΑΚ304, σε αυτήν των ΑΚ 152. Δηλαδή δωρεάν είναι η επιπλέον χρέωση των ΑΚ 152 και όχι φυσικά όλο το σετ κρυστάλλων. (Πρέπει να επισημανθεί ότι τελικώς ο καταναλωτής για να αποκτήσει το σετ πρέπει να πληρώσει μόνο την μισή τιμή, δηλ ΑΚ152 καθώς για τις υπόλοιπες ΑΚ152 που θα πληρώσει για να αποκτήσει τα κουπόνια, υπάρχει άλλο **αντάλλαγμα**, η αγορά οποιονδήποτε άλλων προϊόντων).

Όπως έχω πιο πάνω αναφέρει έχω την εντύπωση ότι ο μέσος σώφρων πολίτης, θα μπορούσε να καταλάβει ότι αποκλείεται μια Υπεραγορά να χαρίζει σε όλους όλο το ποσό, ακόμα και αν μια διαφήμιση έλεγε ρητά κάτι τέτοιο, πόσο μάλλον που στην προκειμένη περίπτωση κάτι τέτοιο δεν γίνεται, αλλά αντιθέτως στη διαφήμιση λέγεται όλη η αλήθεια και διευκρινίζεται πλήρως ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί η προσφορά. Όπως έχουμε αναφέρει στην σχετική προδικαστική ένσταση, η Αρχή παρέλειψε να ερευνήσει το εάν το τηλεοπτικό κοινό έχει παραπλανηθεί.

Επιπροσθέτως εμφανίζεται στην διαφήμιση υπό μορφή crowling κείμενο που λέει «Περισσότερες πληροφορίες για τις προσφορές στις Υπεραγορές Ορφανίδη.» οποιοσδήποτε λοιπόν επισκεπτόταν τις υπεραγορές, μπορούσε να προμηθευτεί σχετικό ενημερωτικό φυλλάδιο στο οποίο αναφέρονται όλες οι λεπτομέρειες για την προσφορά.

Για όλους τους πιο πάνω λόγους δεν ευσταθεί η κατηγορία για παραπλανητική πληροφόρηση.

Αξιοσημείωτο είναι και το εξής: στην διατύπωση της κατηγορίας, η Αρχή χρησιμοποιεί μόνο παρακείμενο (οι περιγραφές ή οι παραστάσεις **έχουν παραπλανήσει** το κοινό). Επομένως ισχύει ισχυρισμός από την αρχή ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση, όχι μόνο θα μπορούσε να παραπλανήσει το κοινό (ενέχει δηλαδή την δυναμική για κάτι τέτοιο), αλλά έχει ήδη παραπλανήσει συγκεκριμένα άτομα. Καθίσταται λοιπόν αντιληπτό ότι ένας τέτοιος ισχυρισμός πρέπει να αποδειχθεί δεόντως, έχει το βάρος δηλαδή η Αρχή να αποδείξει πόσοι και ποιοι συγκεκριμένα έχουν παραπλανηθεί. Όπως έχουμε αναφέρει στην σχετική προδικαστική ένσταση, η Αρχή παρέλειψε να ερευνήσει το εάν το τηλεοπτικό κοινό έχει παραπλανηθεί, άρα τα συμπεράσματα είναι αυθαίρετα.

3. Ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου Δ1.

«Ψευδείς ή παραπλανητικές διαφημίσεις:

Καμία διαφήμιση, εξεταζόμενη ως σύνολο ή εν μέρει, δεν παρουσιάζει με λόγια ή οπτικά τα διαφημιζόμενα είδη ή υπηρεσίες ή τις τιμές τους, κατά τρόπο που άμεσα ή συμπερασματικά δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις...»

Η κατηγορία 3 ως προς την παράγραφο Δ1 αφορά ακριβώς τον ισχυρισμό ότι στη διαφήμιση παρουσιάστηκε η διαφημιζόμενη **υπηρεσία** (και το τονίζω για να ενισχύσω

την θέση που προβάλλω πιο πάνω ότι η ίδια η Αρχή κάνει λόγο για υπηρεσία) και η τιμή τους που άμεσα ή συμπερασματικά έχει δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις.

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

Προς αντίκρουση της κατηγορίας αυτής, παραπέμπω στις ως άνω θέσεις μου, όπου επεξηγώ γιατί η συγκεκριμένη διαφήμιση δεν μπορούσε κατουδένα τρόπο να δημιουργήσει λανθασμένες εντυπώσεις στον μέσο συνετό πολίτη καθώς αναφέρει με σαφήνεια μόνο αληθές και ακριβείς πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο που μπορεί να προσκομίσει όφελος ο καταναλωτής, αγοράζοντας τα διαφημιζόμενα προϊόντα στη μισή τιμή ουσιαστικά.

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

Αναφορικά με την πρώτη προδικαστική ένσταση του σταθμού που αναφέρει ότι η υπόθεση εξετάστηκε αυτεπαγγέλτως και ότι στο διοικητικό φάκελο της υπόθεσης δεν υπάρχει πρακτικό από νόμιμη συνεδρίαση της Αρχής στην οποία να είχε ληφθεί απόφαση για αυτεπάγγελτη διερεύνηση, άρα δεν τηρήθηκε η νόμιμη διαδικασία λήψης απόφασης, η Αρχή επισημαίνει ότι σύμφωνα με το άρθρο 9.-(7) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα), «η Αρχή μπορεί να μεταβιβάζει αρμοδιότητες της στο διευθυντή ή σε επιτροπές οι οποίες αποτελούνται από μέλη της Αρχής και στις οποίες μπορεί να συμμετέχει και ο διευθυντής ή και άλλοι λειτουργοί της Αρχής. Η πιο πάνω μεταβίβαση αρμοδιοτήτων μπορεί να ανακαλείται από την Αρχή οποτεδήποτε αυτή το κρίνει σκόπιμο». Με βάση τα πιο πάνω, στη Συνεδρία της αρ. 34/2001 και ημερομ. 4.7.2001, και σε σχέση με τον Κανονισμό 42 «η Αρχή αποφάσισε όπως, χωρίς επηρεασμό της εξουσίας που της παρέχει ο Νόμος, μεταβιβάσει στο Διευθυντή την εξουσία να ορίζει Λειτουργό της Αρχής για διερεύνηση παραπόνου ή παράβασης».

Οι πρόνοιες του άρθρου 9(7) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7 (I) του 1998 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) αναφέρονται σε αρμοδιότητες της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου και τις οποίες έχει ως ένα συλλογικό όργανο, όπως έχει θεσπισθεί δυνάμει του προαναφερθέντος Νόμου. Ο

Νομοθέτης που θέσπισε το συγκεκριμένο συλλογικό όργανο, την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, με τις πρόνοιες του άρθρου 9(7) πρόθεσή του ήταν, όπως και έπραξε, να παραχωρήσει τη δυνατότητα στην Αρχή να μεταβιβάζει αρμοδιότητες της, ως ένα συλλογικό όργανο, μεταξύ άλλων και στον διευθυντή. Ο Νομοθέτης κανένα περιορισμό δεν έθεσε ως προς τις αρμοδιότητες που η Αρχή μπορεί να μεταβιβάζει. Η Αρχή με την απόφασή της ημερομ. **4.7.2001** συνεδρία **αρ. 34/2001**, όπως σαφώς προκύπτει από το περιεχόμενό της, μεταβίβασε στο διευθυντή την εξουσία να ορίζει λειτουργό της Αρχής για διερεύνηση παραπόνου (το οποίο υποβάλλεται στην Αρχή γραπτώς ή προφορικά) ή παραβάσεως εφόσον αυτή περιέλθει στην αντίληψη του διευθυντή οπότε η διερεύνηση ξεκινά αυτεπάγγελτα.

Αναφορικά με τη δεύτερη προδικαστική ένσταση του σταθμού ότι «η λειτουργός δεν έχει συλλέξει καμία μαρτυρία αναφορικά με τα επίδικα γεγονότα» και ότι «υπήρξε παράληψη διεξαγωγής δέουσας έρευνας», διευκρινίζεται ότι με βάση τον Κανονισμό **42.-(4)** των προαναφερθέντων Κανονισμών, «ο λειτουργός έχει αρμοδιότητα να ακούσει οποιουσδήποτε μάρτυρες και να πάρει γραπτές καταθέσεις από εμπλεκόμενα πρόσωπα τα οποία οφείλουν να δώσουν κάθε σχετική πληροφορία ή στοιχεία». Επομένως ο Λειτουργός έχει τη δυνατότητα, εάν και εφόσον κρίνει απαραίτητο με βάση τα ενώπιον του στοιχεία και ασκώντας τις αρμοδιότητες που του παρέχει η υφιστάμενη νομοθεσία, να συλλέξει περαιτέρω μαρτυρίες και πληροφορίες, **χωρίς όμως η ως άνω νομοθετική πρόνοια να το καθιστά υποχρεωτικό**. Στην προκειμένη περίπτωση και κατόπιν προσεκτικής παρακολούθησης της βιντεοκασέτας με την επίδικη διαφήμιση, η Λειτουργός έκρινε ότι το περιεχόμενο της εν λόγω βιντεοκασέτας είναι αρκετή μαρτυρία για να στοιχειοθετηθούν οι διερευνώμενες παραβάσεις.

Βάσει λοιπόν των πιο πάνω, οι δυο προδικαστικές ενστάσεις του σταθμού απορρίπτονται.

Έχουμε μελετήσει με μεγάλη προσοχή όλα τα ενώπιόν μας στοιχεία και περιστατικά της υπό εξέταση υπόθεσης, συμπεριλαμβανομένων και των γραπτών και προφορικών εξηγήσεων / παραστάσεων του σταθμού και κρίνουμε ότι:

Στις **08.10.2004** μεταξύ των ωρών **22:25-22:35**, κατά την διάρκεια διαφημιστικού διαλείμματος, μεταδόθηκε διαφήμιση για προσφορά κρυστάλλινου σετ της Υπεραγοράς Ορφανίδη η οποία περιείχε μη αληθής πληροφορίες για το κοινό, κατά παράβαση της παραγράφου **B1 (υποστοιχείο 1)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο

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

Η Αρχή θεωρεί ότι ο σταθμός υπέπεσε σε παράβαση της παραγράφου **B1** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000), λόγω του ότι στο περιεχόμενο της διαφήμισης υπάρχουν στοιχεία του προϊόντος όπως η αρχική τιμή, η τιμή προσφοράς και το ποσό που δίνεται δωρεάν, τα οποία ο τηλεθεατής δεν γνωρίζει και του δημιουργούνται λανθασμένες εντυπώσεις. Η Αρχή θεωρεί ότι από τη στιγμή που σε μια διαφήμιση γίνεται λόγος για κάτι εντελώς δωρεάν, αυτό πρέπει να είναι εντελώς δωρεάν και όχι σχεδόν δωρεάν ή στη μισή τιμή.

Σχετικά με τις επί της ουσίας θέσεις του σταθμού η Αρχή επισημαίνει τα εξής:

- ♦ Όσον αφορά τον ισχυρισμό του σταθμού ότι «στην κατηγορία 1 που αφορά ισχυριζόμενη παράβαση της παραγράφου B1, η Αρχή ισχυρίζεται ότι η διαφήμιση περιείχε **μη αληθείς πληροφορίες**. Οπότε δεν υπάρχει ισχυρισμός ότι η διαφήμιση δεν ήταν τίμια, νόμιμη και καλαίσθητη...», η Αρχή δεν τον κάνει δεκτό και επισημαίνει ότι για να στοιχειοθετηθεί παράβαση για την εν λόγω παράγραφο δεν πρέπει να παραβιάζονται παράλληλα όλα τα σημεία ανεξαιρέτως (δηλαδή να μην είναι νόμιμη, να μην είναι τίμια, να μην είναι αληθής, να μην είναι καλαίσθητη να μην περιέχει υπερβολικούς ή ανυπόστατους ισχυρισμούς). Το ότι η διαφήμιση περιείχε μη αληθείς πληροφορίες δεν εξυπακούει ότι πρέπει παράλληλα να παραβιάζει **όλα** τα υπόλοιπα σημεία της παραγράφου. Όμως επισημαίνεται ότι συνεπάγεται ότι ο μη αληθής δεν είναι τίμιος (Λεξικό Μπαμπινιώτη = μη σύμφωνος με το νόμο) κατά συνέπεια και μη νόμιμος και ότι περιέχει υπερβολικούς ισχυρισμούς (όπως “εντελώς” δωρεάν). Το γεγονός ότι η Αρχή επεσήμανε στην καταγγελία της το “μη αληθείς” δεν συνεπάγεται ότι για όλους τους υπόλοιπους χαρακτηρισμούς ο Σταθμός κρίνεται αθώος. Απλώς δεν είναι αντικείμενο εξέτασης από την Αρχή.

- ♦ Όσον αφορά τον ισχυρισμό του σταθμού που αναφέρει ότι «Στις λεπτομέρειες της ως άνω κατηγορίας που δίνει η Αρχή στον Πίνακα Α, δεν αναφέρεται καθόλου ότι η διαφήμιση περιείχε μη αληθείς πληροφορίες (ψευδείς δηλαδή πληροφορίες), αλλά ότι «Υπάρχει μια σύγχυση για την πραγματική τιμή προσφοράς του προϊόντος. Οι πληροφορίες χαρακτηρίζονται ελλιπείς και θα μπορούσαν να καταστούν παραπλανητικές.», η Αρχή τον απορρίπτει και επισημαίνει ότι στο υπόστοιχείο 1 του Πίνακα Α αναφέρεται επακριβώς η φράση, **μεταδόθηκε διαφήμιση για προσφορά κρυστάλλινου σέτ της Υπεραγοράς Ορφανίδη η οποία περιείχε μη αληθής**

*πληροφορίες για το κοινό. Επιπλέον η φράση **υπάρχει μια σύγκριση για την πραγματική τιμή προσφοράς του προϊόντος** είναι γεγονός, από τη στιγμή που δεν αναφέρεται ξεκάθαρα στην διαφήμιση, ποια είναι η αρχική τιμή, ποια η τιμή προσφοράς, ποιο ποσό δίνεται δωρεάν και ποιες είναι οι πραγματικές τιμές γενικά.*

♦ Όσον αφορά τον ισχυρισμό του σταθμού ότι *«Η προσφορά των υπεραγορών Ορφανίδη, αναφέρεται σε μια προσφορά σετ κρυστάλλων, των οποίων η αξία είναι ΑΚ 304, αλλά με τα καθημερινά ψώνια και τη προσκόμιση των κουπονιών που δίνονταν με τα καθημερινά ψώνια, ο καταναλωτής είχε την ευκαιρία αν το επιθυμούσε να πάρει το σετ των κρυστάλλων, αντί στην τιμή των ΑΚ 304, σ' αυτήν των ΑΚ 152.»*, η Αρχή τον απορρίπτει αναφέροντας ότι όπως είχε γίνει παραδεκτό και από τον ίδιο τον κύριο Ορφανίδη, πουθενά στη διαφήμιση δεν αναφέρεται ότι η κανονική τιμή του σέτ είναι £304, άρα η αρχική τιμή και το κανονικό ποσό της προσφοράς δεν είναι κάτι που μπορεί να προκύψει από το λεκτικό της διαφήμισης.

♦ Όσον αφορά τη θέση του σταθμού που αναφέρει ότι *«η Αρχή χρησιμοποιεί μόνο παρακείμενο (οι περιγραφές ή οι παραστάσεις **έχουν παραπλανήσει το κοινό**).* Επομένως ισχύει ισχυρισμός από την αρχή ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση, όχι μόνο θα μπορούσε να παραπλανήσει το κοινό (ενέχει δηλαδή την δυναμική για κάτι τέτοιο), αλλά έχει ήδη παραπλανήσει συγκεκριμένα άτομα. Καθίσταται λοιπόν αντιληπτό ότι ένας τέτοιος ισχυρισμός πρέπει να αποδειχθεί δεόντως, έχει το βάρος δηλαδή η Αρχή να αποδείξει πόσοι και ποιοι συγκεκριμένα έχουν παραπλανηθεί.» , η Αρχή την απορρίπτει. Περαιτέρω δε επισημαίνει ότι όπως αναφέρεται και στο Πόρισμα της ερευνώσας λειτουργού ημερ. **20/10/2004**, το περιεχόμενο του οποίου γνωρίζει ο σταθμός μετά την επιθεώρηση φακέλου, η διερεύνηση προέκυψε μετά από ανώνυμο παράπονο καταγγελία τηλεθεατή που υποβλήθηκε στην Αρχή και αφορούσε την προβολή της εν λόγω διαφήμισης από όλους τους παγκύπριους τηλεοπτικούς σταθμούς.

Όσον αφορά τις πιθανές παραβάσεις των παραγράφων **B5(υποστοιχείο 2)** και **Δ1(υποστοιχείο 3)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000 (Κ.Δ.Π 10/2000) η Αρχή κρίνει ότι δεν στοιχειοθετούνται παραβάσεις, καθώς γίνεται αναφορά σε διαφημιζόμενη υπηρεσία αντί σε διαφημιζόμενο προϊόν.

Εν όψει των ανωτέρω, η Αρχή κρίνει και αποφασίζει ότι υπάρχει παράβαση της παραγράφου **B1 (υποστοιχείο 1)** του Κώδικα Διαφημίσεων, Τηλεμπορικών Μηνυμάτων και Προγραμμάτων Χορηγίας όπως εκτίθενται στο Παράρτημα ΙΧ των

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

Η Αρχή έδωσε την ευκαιρία στο σταθμό να ακουσθεί και μετά την διαπίστωση των παραβάσεων για σκοπούς επιβολής κυρώσεων.

Οι Αντιπρόσωποι του σταθμού επανέλαβαν τις θέσεις τους και ο κ. Ορφανίδης τόνισε ότι δεν υπήρχε οποιαδήποτε πρόθεση εξαπάτησης ή δημιουργίας λανθασμένων εντυπώσεων στους καταναλωτές και φάνηκε έτοιμος να επανορθώσει.

Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, αφού έλαβε υπόψη της όλα τα ενώπιόν της στοιχεία συμπεριλαμβανομένων και των προφορικών απόψεων του σταθμού για σκοπούς επιβολής κυρώσεων κρίνει και αποφασίζει, όπως μη επιβάλει οιαδήποτε κύρωση για την εν λόγω παράβαση, λαμβάνοντας υπόψη τη προθυμία του κ. Ορφανίδη να επανορθώσει.

Η Αρχή καλεί τον σταθμό να είναι πιο προσεκτικός στο μέλλον ως προς την διάπραξη παρόμοιας φύσεως παραβάσεων.



(Ν. ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ)

Πρόεδρος

Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου