

## **ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ**

### **ΟΔΗΓΙΑ** **Αριθ. 3/22.7.2003**

*Σήμερα ημέρα Τρίτη 22 Ιουλίου 2002 και ώρα 11:00 το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης συνήλθε σε συνεδρίαση, στην οποία παρέστησαν ο Πρόεδρος του ΕΣΡ Ιωάννης Λασκαρίδης, ο Αντιπρόεδρος Δημήτριος Χαραλάμπης και τα μέλη Γιάννης Παπακώστας, Τριδα Αυδή-Καλκάνη, Αργύρης Καρράς, Ροδόλφος Μορώνης. Απούσα η κ. Εύη Δεμίρη.*

Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης λαμβάνοντας υπόψη την υπό των τηλεοπτικών σταθμών διατυπωθείσα αμφισβήτηση περί της εννοίας και του περιεχομένου των συμβάσεων αφενός της «τηλεοπτικής διαφήμισης» και αφετέρου της «τηλεπώλησης» προβαίνει, κατά το άρθρο 4, παρ. 2 του Ν. 2863/2000, στην έκδοση της παρούσης Οδηγίας.

Κατά τη διάταξη του άρθρου 2, στοιχ. γ, του Π.Δ/τος 100/2000, «τηλεοπτική διαφήμιση» θεωρείται κάθε μορφή τηλεοπτικού μηνύματος που μεταδίδεται έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος ή για λόγους αυτοπροβολής από μια δημόσια ή ιδιωτική επιχείρηση στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής ή βιοτεχνικής δραστηριότητας ή άσκησης ελεύθερου επαγγέλματος, με σκοπό την προώθηση της παροχής αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων ακινήτων, δικαιωμάτων και υποχρεώσεων, έναντι πληρωμής ή αναλόγου τιμήματος, ενώ κατά την υπό στοιχείο στ' διάταξη του αυτού άρθρου, «τηλεπώληση» θεωρείται η μετάδοση αμέσων προσφορών προς το κοινό με σκοπό την παροχή, έναντι πληρωμής, αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων ακινήτων, δικαιωμάτων και υποχρεώσεων.

Εκ της αντιπαραβολής αυτών των δύο διατάξεων του νόμου προκύπτει ότι αναγκαία στοιχεία της «τηλεπώλησης» είναι α) **άμεση** προσφορά προς το κοινό αγαθών ή υπηρεσιών και β) **πληρωμή** του τιμήματος, ενώ αναγκαία στοιχεία της «τηλεοπτικής διαφήμισης» είναι α) **μετάδοση** κάθε μορφής μηνυμάτων, β) **σκοπός προωθήσεως** δια αυτών αγαθών ή υπηρεσιών, γ) **πληρωμή** τιμήματος ή **αναλόγου ανταλλάγματος** ή **αυτοπροβολή** δημοσίας ή ιδιωτικής επιχειρήσεως στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής ή βιοτεχνικής δραστηριότητος ή ασκήσεως ελεύθερου επαγγέλματος.

Πρόδηλον είναι ότι η έννοια της «τηλεοπτικής διαφήμισης» είναι ευρύτερα της εννοίας της «τηλεπώλησης», α) περιλαμβάνουσα, κατά το άρθρο 5, παρ. 2, στοιχ. α,στ, και παρ. 4 του αυτού νόμου, διαφημίσεις αγαθών, υπηρεσιών ή μηνύματα, σήματα προϊόντων ή υπηρεσιών ή επωνυμιών επιχειρήσεων, διακριτικούς τίτλους επιχειρήσεων, αναγγελίες γεγονότων καλλιτεχνικού και εμπορικού χαρακτήρα, διαφημίσεις **άλλων** υπηρεσιών και β) μη αξιούσα πάντοτε πληρωμή τιμήματος αλλά αρκουμένη και σε ανάλογο **αντάλλαγμα**.

Εν όψει τούτων η προβολή μηνυμάτων και η παροχή υπηρεσιών μέσω **90, SMS, MMS, RINGTONES, CHAT, και άλλων συναφών μέσων επικοινωνίας** με

αντάλλαγμα τη συμμετοχή του τηλεοπτικού σταθμού στα αυξημένα τέλη επικοινωνίας που καταβάλουν οι καταναλωτές, συνιστά «τηλεοπτική διαφήμιση». Η εν λόγω διαφήμιση υπόκειται στους από την παρ. 2 του αυτού άρθρου οριζόμενους περιορισμούς του χρόνου προβολής αυτών και στην από την παρ. 4 του αυτού άρθρου οριζόμενη υποχρέωση αναφοράς στην ελληνική γλώσσα και σε ευρώ της τιμής χρέωσης ανά πρώτο λεπτό της ώρας, με τρόπο ώστε να παρέχεται στον καταναλωτή η πραγματική δυνατότητα πληροφόρησης της τιμής των προσφερομένων υπηρεσιών. Η ανακοίνωση αυτής της τιμής πρέπει να γίνεται σταθερά και τουλάχιστον με την ίδια συχνότητα, ένταση, διάρκεια, μορφή και μέγεθος γραμματοσειράς, με την οποίαν ανακοινώνεται ο αριθμός της τηλεπικοινωνιακής γραμμής που παρέχει τις υπηρεσίες.

Ο Πρόεδρος

Ιωάννης Λασκαρίδης