

ΑΝΑΡΤΗΤΕΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

**ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ****Α Π Ο Φ Α Σ Η  
100/2019**

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, ύστερα από πρόσκληση του Προέδρου, συνήλθε στον συνήθη γι' αυτό τόπο την 5.3.2019 και ώρα 10:00, προκειμένου να συζητήσει επί των κατωτέρω υποθέσεων. Συγκροτήθηκε από τους: Αθανάσιο Κουτρομάνο, πρόεδρο, Ξενοφόντα Μορώνη, αντιπρόεδρο και τα μέλη: Καλλιόπη Διαμαντάκου, Βασίλειο Καραποστόλη, Νικόλαο Κιάο, Ευαγγελία Μήτρου, Γεώργιο Πλειό, Γεώργιο Σαρειδάκη και Δήμητρα Παπαδοπούλου. Χρέη γραμματέως εκτέλεσε η Αναστασία Μαραζίδου, διοικητική υπάλληλος του ΕΣΡ.

Αντικείμενο της συζήτησης ήταν η ενδεχόμενη παραβίαση της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας από τον τηλεοπτικό σταθμό με τον διακριτικό τίτλο OPEN BEYOND TV (πρώην EPSILON TV), ιδιοκτησίας της εταιρείας με την επωνυμία ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ, αναφορικά με:

α) την παραπλάνηση του κοινού: 1) κατά την τηλεπώληση του καλλυντικού «THERABEE» κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» την 28.9.2017, 4.10.2017 και 12.10.2017 μεταξύ 07.45 και 11.30, στο οποίο αποδόθηκαν θεραπευτικές ιδιότητες φαρμάκου, 2) κατά την τηλεπώληση του σοκολατούχου ροφήματος αδυνατίσματος «HOLLYWOOD ALL STAR FAST SLIM» κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» την 28.9.2017, 4.10.2017 και 12.10.2017 μεταξύ 07.45 και 11.30, 3) κατά την τηλεπώληση του σοκολατούχου ροφήματος αδυνατίσματος «CHOCO SLIM» κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 1.7.2017 μεταξύ 13.40 και 17.05, 4) κατά την τηλεπώληση του σοκολατούχου ροφήματος αδυνατίσματος «CHOCO SLIM» ι) κατά τη μετάδοση της εκπομπής «SK Σαββατοκύριακο» την 2.7.2017 μεταξύ 9.40 και 13.35 και ιι) κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ANNITA.GR» την 2.7.2017 στις 18.04.07 και 19.27.46, 5) κατά την τηλεπώληση του προϊόντος «ABEXINE GEL» κατά τη μετάδοση των εκπομπών ι) «SK Σαββατοκύριακο» την

2.7.2017 μεταξύ 12.48.25 και 12.53.32 και υ) ANNITA GR την 2.7.2017 μεταξύ 19.13.16 και 19.19.45 και β) κατά την τηλεπώληση των προϊόντων «VERSACE 1969» και «VERSACE HYALUREN 1969» στο πλαίσιο μετάδοσης μεμονωμένων μηνυμάτων τηλεπώλησης και μετάδοσης των εκπομπών ι) «ΤΑΤΙΑΝΑ LIVE» την 17.11.2015 μεταξύ 15.45 και 18.45, ii) «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 14.11.2015 μεταξύ 13.48 και 16.49, iii) «ΜΕ ΤΟ ΚΑΛΗΜΕΡΑ» την 17.11.2015 μεταξύ 07.28 και 10.44, iv) «NaMaste» την 17.11.2015 μεταξύ 12.49 και 15.49, v) «TOP TEN» την 14.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.08 και vi) «ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΜΑΣ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ» την 15.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.24.

β) την αρχή του διαχωρισμού προγράμματος και διαφημίσεων - τηλεπωλήσεων, κατά τη μετάδοση των εκπομπών ι) «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» την 28.9.2017, 4.10.2017 και 12.10.2017 μεταξύ 07.45 και 11.30, ii) «ΤΑΤΙΑΝΑ LIVE» την 17.11.2015 μεταξύ 15.45 και 18.45, iii) «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 14.11.2015 μεταξύ 13.48 και 16.49, iv) «ΜΕ ΤΟ ΚΑΛΗΜΕΡΑ» την 17.11.2015 μεταξύ 07.28 και 10.44, v) «NaMaste» την 17.11.2015 μεταξύ 12.49 και 15.49, vi) «TOP TEN» την 14.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.08, vii) «ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΜΑΣ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ» την 15.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.24, κατά τη μετάδοση της εκπομπής, viii) «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 1.7.2017 μεταξύ 13.40 και 17.05, ix) «SK Σαββατοκύριακο» την 2.7.2017 μεταξύ 9.40 και 13.35 και x) «ANNITA.GR» την 2.7.2017 μεταξύ 17.00 και 19.32,

γ) τη μη εμφάνιση του αριθμού γνωστοποίησης του συμπληρώματος διατροφής «START & UP» κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» την 12.10.2017 μεταξύ 9.10.10 και 9.16.32 και

δ) την χορηγία κατά τη μετάδοση των εκπομπών ι) «ΤΑΤΙΑΝΑ LIVE» την 17.11.2015 μεταξύ 15.45 και 18.45, ii) «TOP TEN» την 14.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.00 και iii) «ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΜΑΣ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ» την 15.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.24.

Για τον έλεγχο σχηματίστηκαν φάκελοι με αριθμό 629/27.11.2015, 400/21.7.2017, 359/10.7.2017 και 472/16.10.2017 οι οποίοι ανατέθηκαν στις διοικητικές υπαλλήλους Ε. Κεραμήτσου, Κ. Κοντοπούλου, Μ. Κοντογιάννη και στην ειδική επιστήμονα - νομικό Όλγα Γαρουφαλιά. Οι Διοικητικές Υπάλληλοι υπέβαλαν στο ΕΣΡ τις με αριθμό πρωτοκόλλου 136/ΕΣ/16.2.2016, 1022/ΕΣ/31.10.2017, 926/ΕΣ/5.10.2017,

1058/ΕΣ/10.11.2017 εκθέσεις καταγραφής των πραγματικών περιστατικών των υποθέσεων. Στην συνέχεια, η Ειδική Επιστήμων υπέβαλε στο ΕΣΡ τις με αριθμό πρωτοκόλλου 236/ΕΣ/29.3.2016, 1128/ΕΣ/1.12.2017, 962/ΕΣ/16.10.2017, 1129/ΕΣ/1.12.2017 νομικές της εισηγήσεις.

Κατά τη συζήτηση των υποθέσεων παρέστησαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι της εγκαλουμένης Μαρία Μπάρλα, Ιωάννης Νικολόπουλος και Βασιλική Σουλτανιά. Ερωτηθέντες από τον Πρόεδρο, οι εκπρόσωποι του σταθμού δήλωσαν ότι γνωρίζουν το περιεχόμενο των φακέλων, έλαβαν δε τον λόγο και ανέπτυξαν τους ισχυρισμούς τους. Ζήτησαν στη συνέχεια -και η Ολομέλεια δέχτηκε- να τους παρασχεθεί προθεσμία για την κατάθεση εγγράφου υπομνήματος μέχρι και την 1.4.2019 και ώρα 14.00 και η συζήτηση κηρύχθηκε περαιωμένη. Ο σταθμός κατέθεσε στη Γραμματεία τα με αριθμό πρωτοκόλλου 1923/1.4.2019 και 2110/8.4.2019 υπομνήματα.

Την 13.5.2019 και ώρα 10.00 η Ολομέλεια συνήλθε σε διάσκεψη επί της υποθέσεως, ύστερα από πρόσκληση του Προέδρου. Συγκροτήθηκε από τους: Αθανάσιο Κουτρομάνο, πρόεδρο, Ξενοφώντα Μορώνη, αντιπρόεδρο και τα μέλη: Καλλιόπη Διαμαντάκου, Βασίλειο Καραποστόλη, Νικόλαο Κιάο, Ευαγγελία Μήτρου, Γεώργιο Σαρειδάκη και Δήμητρα Παπαδοπούλου. Από το μέλος Γεώργιος Πλειός, ο οποίος είχε κληθεί νομίμως Χρέη γραμματέως εκτέλεσε η Αναστασία Μαραζίδου, διοικητική υπάλληλος του ΕΣΡ. Παρέστη επίσης και η ανωτέρω εισηγήτρια, η οποία ανέπτυξε τα ζητήματα προφορικά και αποχώρησε. Η Ολομέλεια, αφού παρακολούθησε την επίμαχη ροή προγράμματος και μελέτησε το σύνολο των στοιχείων των φακέλων:

### **ΣΚΕΦΤΗΚΕ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΝΟΜΟ ΚΑΙ ΑΠΟΦΑΣΙΣΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:**

#### **I. Νομικό Μέρος:**

1. Το ΕΣΡ είναι η αρμόδια κατά το Σύνταγμα Αρχή (άρθρο 15 παρ. 2) για την άσκηση του άμεσου ελέγχου του κράτους επί της ραδιοφωνίας και της

τηλεοράσεως και την επιβολή των προβλεπόμενων διοικητικών κυρώσεων σε περιπτώσεις διοικητικών παραβάσεων.

2. Το άρθρο 3 παρ. 17 του Ν. 2328/1995 ορίζει: «Οι ακροατές του ραδιοφώνου και οι τηλεθεατές θεωρούνται καταναλωτές των υπηρεσιών που προσφέρουν οι ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί αντίστοιχα και έχουν όλα τα δικαιώματα που προβλέπει η νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών». Το άρθρο 1 παρ. 4 α του Ν. 2251/1994 περί προστασίας καταναλωτή, όπως τροποποιήθηκε με την παρ. 5 του άρθρου 1 του Ν. 3587/2007, ορίζει: «Με την επιφύλαξη των ειδικών διατάξεων του παρόντος νόμου νοούνται: α) Καταναλωτής, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα για τα οποία προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά και τα οποία κάνουν χρήση των προϊόντων ή των υπηρεσιών αυτών, εφόσον αποτελούν τον τελικό αποδέκτη τους. Καταναλωτής είναι και: αα) κάθε αποδέκτης διαφημιστικού μηνύματος, ββ) κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εγγυάται υπέρ καταναλωτή, εφόσον δεν ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του. β) Προμηθευτής, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο, κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής νοείται και ο διαφημιζόμενος». Η διάταξη αυτή εφαρμόζεται και στα μηνύματα τηλεπώλησης, αφού και οι δύο αυτές κατηγορίες μηνυμάτων υπάγονται στην ευρύτερη έννοια των οπτικοακουστικών εμπορικών ανακοινώσεων σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1 η εδ. γ του Π.Δ. 109/2010 που ορίζει: «Μορφές οπτικοακουστικών εμπορικών ανακοινώσεων συνιστούν, ιδίως, η τηλεοπτική διαφήμιση, η χορηγία, η τηλεπώληση και η τοποθέτηση προϊόντος». Το άρθρο 2 παρ. 1 ιβ του Π.Δ. 109/2010 ορίζει ότι νοείται ως τηλεπώληση: «Η άμεση προσφορά προς το κοινό αγαθών, έναντι πληρωμής, ανεξάρτητα από τη διαδικασία καθορισμού του τμήματος ή τον τρόπο πληρωμής». Εξάλλου, διάταξη που αφορούσε σε διαφημιστικά μηνύματα (άρθρο 5 παρ. 4 του Π.Δ. 100/2000) εφαρμόζεται και σε εκπομπή τηλεπώλησης, επειδή συντρέχει η αυτή ανάγκη προστασίας του τηλεοπτικού κοινού (Βλ. ΣτΕ 1030/2011, 1584/2017, 5024/2012, 5025/2012 και 5026/2012).
3. Το άρθρο 9 α περ. δ του Ν. 2251/1994 που προστέθηκε με το άρθρο 12 του Ν. 3587/2007 περί προστασίας καταναλωτή ορίζει: «Για τους σκοπούς των

διατάξεων του παρόντος Μέρους νοούνται: «Εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές «κάθε πράξη ....., συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές». Το άρθρο 9 γ παρ. 1 του Ν. 2251/1994 που προστέθηκε με το άρθρο 12 του Ν. 3587/2007 ορίζει: «Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές». Το άρθρο 9 γ παρ. 4 του ίδιου νόμου ορίζει: «Εμπορικές πρακτικές είναι αθέμιτες, ιδίως όταν είναι παραπλανητικές ...». Το άρθρο 9 δ παρ. 1 του Ν. 2251/1994 που προστέθηκε με το άρθρο 12 του Ν. 3587/2007 ορίζει: «Μία εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι, συνεπώς, αναληθής, ή όταν με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίας της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα κι εάν οι πληροφορίες, είναι, αντικειμενικά ορθές όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία τα οποία παρατίθενται κατωτέρω και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε. Τα στοιχεία αυτά είναι .... β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως είναι ....η σύνθεση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα....».

4. Πέρα από τις πιο πάνω υπό 3 διατάξεις του Ν. 3587/2007 που απαγορεύει τις παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές, η ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία περιέχει τις εξής ειδικές διατάξεις που απαγορεύουν την παραπλάνηση του κοινού κατά τη μετάδοση διαφημίσεων, οι οποίες εφαρμόζονται και στις τηλεπωλήσεις: α) Το άρθρο 7 περ. α του Κανονισμού 2/1991 του ΕΣΡ περί Κώδικα Δεοντολογίας Προγράμματος προβλέπει: «Μία εκπομπή στο σύνολό της δεν πρέπει να παραπλανά ..... τους τηλεθεατές ....». β) Το άρθρο 2 παρ. δ του Κανονισμού 3/1991 του ΕΣΡ περί Κώδικα Δεοντολογίας Διαφημίσεων ορίζει ότι νοείται ως «παραπλανητική διαφήμιση»: «Κάθε διαφήμιση που με οποιοδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της παρουσιάσεώς της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στον οποίων τη γνώση περιέρχεται και που εξαιτίας του απατηλού χαρακτήρα της είναι ικανή να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ...». Οι διατάξεις του Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας και του Κώδικα Δεοντολογίας Προγράμματος εφαρμόζονται ανάλογα και στις ραδιοτηλεοπτικές διαφημίσεις, επειδή υφίσταται

προφανής ταυτότητα νομικού λόγου (βλ. και άρθρο 11 του Κανονισμού 3/1991 του ΕΣΡ). γ) Το άρθρο 3 παρ. 8 εδ. γ του Ν. 1730/1987 για την ΕΡΤ Α.Ε., το οποίο δεν έχει καταργηθεί, εφαρμόζεται και στους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς δυνάμει του άρθρου 3 παρ. 1α του Ν. 2328/1995 και προβλέπει: «Παραπλανητική είναι κάθε διαφήμιση που με οποιοδήποτε τρόπο, ακόμη και με την παρουσίασή της, δημιουργεί ή μπορεί να δημιουργήσει απατηλές εντυπώσεις και να επηρεάσει με τον τρόπο αυτόν την οικονομική συμπεριφορά των τηλεθεατών ή των ακροατών ή να βλάψει τους ανταγωνιστές». δ) Το άρθρο 4 παρ. 1 του Κανονισμού 3/1991 του ΕΣΡ ορίζει: «Οι διαφημίσεις πρέπει να είναι νόμιμες, ευπρεπείς, έντιμες και ειλικρινείς». Αντίστοιχη διάταξη υπάρχει και στο άρθρο 5 παρ. 1 α του Ελληνικού Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας (ΕΚΔ - Ε). ε) Το άρθρο 5 παρ. 1 του Κανονισμού 3/1991 του ΕΣΡ προβλέπει: «Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να περιέχουν δηλώσεις ή οπτικές παραστάσεις, που είτε άμεσα είτε έμμεσα, με υπονοούμενα, με παραλείψεις, με διφορούμενα ή με υπερβολικούς ισχυρισμούς μπορούν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή σε ό,τι αφορά: α) τις ιδιότητες του προϊόντος.....». στ) Το άρθρο 3 παρ. 8 εδ. γ του Ν. 1730/1987 για την ΕΡΤ Α.Ε., το οποίο δεν έχει καταργηθεί, προβλέπει: «Η ΕΡΤ Α.Ε. μπορεί να αρνηθεί τη μετάδοση οποιασδήποτε διαφήμισης και οφείλει να μη μεταδίδει διαφημίσεις, οι οποίες ... είναι παραπλανητικές». Περαιτέρω, από τις διατάξεις των άρθρων 2 περ. δ, 4 παρ. 1 και 5 παρ. 1 του Κανονισμού 3/1991 του ΕΣΡ συνάγεται ότι υφίσταται υποχρέωση – και αντίστοιχη ευθύνη – των ραδιοτηλεοπτικών μέσων να ελέγχουν το περιεχόμενο των διαφημιστικών μηνυμάτων και από την άποψη της δυνατότητας παραπλάνησης των αποδεκτών τους, όταν τούτο προκύπτει εκ πρώτης όψεως και από το περιεχόμενο του ίδιου του μηνύματος (ΣτΕ 4009/2014).

5. Το άρθρο 2 παρ. 1 α του Κανονισμού 1223/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 30.11.2009 για τα καλλυντικά προϊόντα ορίζει: «Ως καλλυντικό προϊόν νοείται κάθε ουσία ή μείγμα που προορίζεται να έλθει σε επαφή με εξωτερικά μέρη του ανθρώπινου σώματος (επιδερμίδα, τριχωτά μέρη του σώματος και της κεφαλής, νύχια, χείλη και εξωτερικά γεννητικά όργανα) ή με τα δόντια και τους βλεννογόνους της στοματικής κοιλότητας, με αποκλειστικό ή κύριο σκοπό τον καθαρισμό τους, τον αρωματισμό τους, τη μεταβολή της εμφάνισής τους, την προστασία τους, τη διατήρησή τους σε καλή κατάσταση ή τη

διόρθωση των σωματικών οσμών». Στο προοίμιο 7 εδ. β του ίδιου Κανονισμού προβλέπεται: «Στα καλλυντικά μπορούν να περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων και οι γέλες για το δέρμα». Το άρθρο 20 παρ. 1 του ίδιου Κανονισμού προβλέπει: «Στην επισήμανση, τη διάθεση στην αγορά και τη διαφήμιση των καλλυντικών προϊόντων, το κείμενο, οι ονομασίες, τα εμπορικά σήματα, τα εικονίδια, τα σχήματα ή τα άλλα σύμβολα, παραστατικά ή μη, δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για να αποδώσουν στα προϊόντα αυτά ιδιότητες που δεν έχουν». Στο προοίμιο 51 του ίδιου Κανονισμού προβλέπεται: «Ο καταναλωτής θα πρέπει να προστατεύεται από παραπλανητικούς ισχυρισμούς όσον αφορά την αποτελεσματικότητα και άλλα χαρακτηριστικά των καλλυντικών προϊόντων. Συγκεκριμένα, εφαρμόζεται η οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 11.5.2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά, η οποία ενσωματώθηκε στο ελληνικό δίκαιο με το Ν. 3587/2007 περί προστασίας καταναλωτή».

6. Εξάλλου, οι τηλεοπτικοί σταθμοί οφείλουν να σέβονται την αρχή του διαχωρισμού προγράμματος και διαφημιστικού χρόνου. Ειδικότερα, το άρθρο 20 παρ. 1 του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Η τηλεοπτική διαφήμιση και η τηλεπώληση πρέπει να είναι εύκολα αναγνωρίσιμες και σαφώς διακριτές από το συντακτικό περιεχόμενο του προγράμματος μέσω οπτικών ή / και ακουστικών ή / και χωρικών μέσων, με την επιφύλαξη της χρήσης νέων διαφημιστικών τεχνικών». Το άρθρο 10 παρ. 1 α εδ. α του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις οφείλουν να αναγνωρίζονται εύκολα ως τέτοιες». Το άρθρο 3 παρ. 1 του Κανονισμού 3/1991 του ΕΣΡ ορίζει: «Η ραδιοτηλεοπτική διαφήμιση πρέπει να αναγνωρίζεται εύκολα ως διαφήμιση και να διαχωρίζεται σαφώς από το υπόλοιπο πρόγραμμα με τη χρησιμοποίηση οπτικών ή/και ακουστικών μέσων επισημάνσεως». Η διάταξη αυτή εφαρμόζεται και στις τηλεπωλήσεις, γιατί συντρέχει η αυτή ανάγκη προστασίας του τηλεοπτικού κοινού (ΣτΕ 1584/2017, 5024/2012, 5025/2012 και 5026/2012, 1030/2011). Το άρθρο 2 παρ. 1 περ. η εδ. γ του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Μορφές οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης συνιστούν ιδίως η τηλεοπτική διαφήμιση, η χορηγία, η τηλεπώληση και η τοποθέτηση προϊόντος».
7. Το άρθρο 1 παρ. 1 της ΥΑ ΓΠ/οικ. 103499/2013 Τροποποίηση της Υ1/ΓΠ 127962/03/2004 «Εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας προς την αντίστοιχη

κοινοτική ΟΔ/2002/46/ΕΚ, σχετικά με τα συμπληρώματα διατροφής» ορίζει ως συμπλήρωμα διατροφής: «Κάθε διατροφικό προϊόν αρμοδιότητας ΕΟΦ με σκοπό τη συμπλήρωση της συνήθους δίαιτας, το οποίο αποτελεί συμπυκνωμένη πηγή θρεπτικών συστατικών ή άλλων ουσιών με θρεπτικές ή φυσιολογικές επιδράσεις μεμονωμένων ή σε συνδυασμό και τα οποία διατίθενται στο εμπόριο σε δοσιμετρικές μορφές, .... που προορίζονται να ληφθούν σε προσμετρημένες μικρές μοναδιαίες ποσότητες». Το άρθρο 10 παρ. 1 της ίδιας Υπουργικής Απόφασης ορίζει: «Ο παρασκευαστής ή ο θέτων σε κυκλοφορία στην Ελλάδα συμπληρώματα διατροφής γνωστοποιεί άμεσα στον ΕΟΦ την εν λόγω θέση σε κυκλοφορία και στη συνέχεια το εκάστοτε προϊόν λαμβάνει αριθμό γνωστοποίησης από τον ΕΟΦ, ο οποίος πρέπει να εμφανίζεται σε κάθε διαφήμισή του, χωρίς όμως να επέχει θέση άδειας κυκλοφορίας του ΕΟΦ» σύμφωνα με το άρθρο 2 της ίδιας ΥΑ.

8. Το άρθρο 11 του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα που λαμβάνουν χορηγία πρέπει να πληρούν τις ακόλουθες προϋποθέσεις: α) το περιεχόμενό τους και όσον αφορά στις τηλεοπτικές μεταδόσεις, ο προγραμματισμός τους δεν επιτρέπεται να επηρεάζονται κατά τρόπο που θίγει την ευθύνη και τη συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων, β) δεν πρέπει να παρακινούν ευθέως σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω συγκεκριμένων διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, γ) οι θεατές πρέπει να ενημερώνονται σαφώς ότι τα συγκεκριμένα προγράμματα αποτελούν αντικείμενο χορηγίας. Τα προγράμματα αυτά πρέπει να επισημαίνονται σαφώς με την επωνυμία, το λογότυπο ή/και κάθε άλλο σύμβολο του χορηγού, όπως για παράδειγμα αναφορά στο προϊόν ή τα προϊόντα ή στην υπηρεσία ή τις υπηρεσίες με διακριτικό σήμα, κατά την έναρξη, το τέλος των προγραμμάτων και μία φορά κατά τη διάρκεια αυτών». Το άρθρο 11 παρ. 5 του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Δεν επιτρέπεται η χορηγία σε προγράμματα ειδησεογραφίας και επικαιρότητας».
9. Τέλος, το άρθρο 4 παρ. 1 β του Ν. 2863/2000 ορίζει: «Το ΕΣΡ ελέγχει την τήρηση των όρων και των προϋποθέσεων, καθώς και των εν γένει κανόνων και αρχών, που προβλέπονται στην εκάστοτε ισχύουσα ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία για τη νόμιμη, διαφανή και ποιοτική λειτουργία των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων οι οποίοι δραστηριοποιούνται στον τομέα παροχής ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών



υπηρεσιών». Το άρθρο 4 παρ 1 ε του Ν. 2863/2000 ορίζει: «Επιβάλλει τις διοικητικές κυρώσεις και μέτρα που προβλέπονται στα άρθρα 4 παρ. 1 του ν. 2328/1995 (ΦΕΚ 159 Α`), όπως ισχύει, και 12 και 15 παρ. 3 του ν. 2644/1998 (ΦΕΚ 233 Α`»).

## II. Πραγματικό Μέρος

Από τα έγγραφα του φακέλου, την παρακολούθηση της επίμαχης ροής προγράμματος και τους ισχυρισμούς της εγκαλουμένης (προβληθέντες προφορικά και εγγράφως), προκύπτουν τα εξής:

### α) Ως προς την παραπλάνηση του κοινού:

1) Κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» προβλήθηκε τηλεπώληση του καλλυντικού «THERABEE», στο οποίο αποδόθηκαν θεραπευτικές ιδιότητες φαρμάκου και αναφέρθηκαν ενδεικτικά τα εξής για τα συστατικά του προϊόντος, τον τρόπο χρήσης του και τις θεραπευτικές του ιδιότητες:

Την 28.9.2017:

«Η μόνη εναλλακτική λύση σε σχέση με ό,τι έχει να κάνει με ρευματοειδείς παθήσεις, αυτοάνοσα νοσήματα, οσφυαλγίες, μυαλγίες, τενοντίτιδες και πόνους, το δηλητήριο της μέλισσας με το βασικό συστατικό την αμιπιτοξίνη, είναι το πιο δραστικό πράγμα της φύσης για να φύγει ο πόνος από πάνω σας. Θα σας δώσω την αμιπιτοξίνη που περιέχεται μέσα σ' αυτό το καταπληκτικό τζελ και απαλά το αλείψετε στο σημείο που πονάτε, απορροφάται άμεσα και νιώθετε την τεράστια αναλγητική, αντιφλεγμονώδη δράση του δηλητηρίου της μέλισσας να εισχωρεί μέσα στο δέρμα σας και να διώχνει τον πόνο....., η οποία αμιπιτοξίνη πρέπει να γνωρίζετε ότι αυτή, το δηλητήριο της μέλισσας, είναι 60 φορές πιο δυνατό και πιο δραστικό, αναλγητικό αντιφλεγμονώδες στοιχείο από την κορτιζόνη».

Την 4.10.2017:

«Λοιπόν η μόνη εναλλακτική θεραπεία σε σχέση με όλες αυτές τις παθήσεις, ρευματοειδείς παθήσεις, ποδάγρα, αρθρίτιδα, ρευματοειδή αρθρίτιδα και όλα αυτά τα αυτοάνοσα νοσήματα που δημιουργούν πόνους στις αρθρώσεις σας. Η λύση είναι η μελισσοθεραπεία. Δηλαδή είναι το δηλητήριο της μέλισσας, το οποίο σ' αυτές τις

παθήσεις είναι 60 φορές πιο δραστικό από την κορτιζόνη... Που σημαίνει ότι με ένα φυσικό προϊόν, με ένα 100% φυσικό προϊόν, έχετε το αποτέλεσμα το αναλγητικό και το αντιφλεγμονώδες που έχει αυτή η αμπιτοξίνη μέσα στο τζελ».

Την 12.10.2017:

«Το δηλητήριο της μέλισσας λοιπόν είναι πάρα πολύ δραστικό συστατικό και το βασικό συστατικό του είναι η αμπιτοξίνη, η οποία αμπιτοξίνη είναι πιο δραστική, 60 φορές πιο δραστική από την κορτιζόνη σ' αυτού του είδους τις παθήσεις. Αρθρίτιδα, οστεοαρθρίτιδα, ποδάγρα, ρευματοειδείς παθήσεις, ρευματοειδείς αρθρίτιδες, αυτοάνοσα νοσήματα, όλοι αυτοί οι πόνοι που μας δημιουργούνται στο σώμα μας, έχουνε τη λύση τους. Η λύση είναι το δηλητήριο της μέλισσας. Αυτό το τζελ λοιπόν είναι το τζελ TheraBee. Είναι δραστικό, πάρα πολύ δραστικό, αναλγητικό, αντιφλεγμονώδες συστατικό, το οποίο βρίσκεται μέσα σ' αυτό το τζελ που απορροφάται άμεσα, μέσα σε πέντε λεπτά βλέπετε ότι η αναλγητική του δράση σας πιάνει, το νιώθετε και νιώθετε πολύ καλύτερα».

Όπως αναφέρεται και στην υπ' αριθμ. 90/2019 απόφαση του ΕΣΡ το προϊόν «THERABEE» κυκλοφορεί και με το όνομα «Gel ABEXINE plus» και «ABEXINE». Το προϊόν «ABEXINE PLUS», συνιστά καλλυντικό προϊόν, σύμφωνα με την από 6.3.2017 απάντηση του Εθνικού Οργανισμού Φαρμάκων (ΕΟΦ) προς το ΕΣΡ και έχει γνωστοποιηθεί στην ευρωπαϊκή δικτυακή πύλη (CPNP) δυνάμει του Κανονισμού 1223/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 30.11.2009 για τα καλλυντικά προϊόντα. Ο ΕΟΦ με την με αρ. πρωτοκ. 36084/11.4.2017 απόφασή του απαγόρευσε τη διαφημιστική προώθηση του προϊόντος «ABEXINE κρέμα gel honey Session» και «ABEXINE menthol Session», στα ΜΜΕ και σε όλα τα σημεία προβολής, με την αιτιολογία ότι παρουσιάζονται ως φαρμακευτικά προϊόντα χωρίς την προβλεπόμενη άδεια κυκλοφορίας φαρμάκων από τον ΕΟΦ. Στη συνέχεια, ο ΕΟΦ προώθησε το με αρ. πρωτοκ. 63882/13.7.2017 έγγραφό του στο Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας γνωστοποιώντας του τη συνέχιση της διαφήμισης του προϊόντος «ABEXINE» παρά την πιο πάνω απόφασή του και ζητώντας του να προβεί σε ενέργειες στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων του. Έπειτα, ο ΕΟΦ εξέδωσε το από 18.10.2017 δελτίο τύπου για τα προϊόντα «ABEXINE PLUS GEL» και «THERABEE GEL», με το οποίο προειδοποιεί το κοινό ως εξής: «Τα προϊόντα αυτά που διαφημίζονται στα τηλεοπτικά κανάλια και διακινούνται/προωθούνται ως φάρμακα

για τη θεραπεία της αρθρίτιδας, της οστεοαρθρίτιδας, της ποδάγρας, των ρευματισμών, των εκφυλιστικών παθήσεων, δεν διαθέτουν την έγκριση του ΕΟΦ. Πρόκειται για προϊόντα των οποίων οι αναφερόμενοι θεραπευτικοί ισχυρισμοί δεν έχουν αξιολογηθεί από τον ΕΟΦ για την αποτελεσματικότητα και την ασφάλειά τους».

2) Κατά την τηλεπώληση του σοκολατούχου ροφήματος αδυνατίσματος «HOLLYWOOD ALL STAR FAST SLIM» κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» αναφέρθηκαν από την παρουσιάστρια της εκπομπής ενδεικτικά τα εξής:

ι) Την 28.9.2017:

«18338 τηλεφωνήστε τώρα. 18338 για να αποκτήσετε αγαπημένες μου φίλες και φίλοι το φανταστικό Hollywood Fast Slim. Ουσιαστικά μιλάμε για ένα σοκολατούχο ρόφημα το οποίο το πίνετε τρεις φορές την ημέρα, μια κουταλιά του γλυκού αρκεί σ' ένα ποτήρι νερό, λίγο πριν το γεύμα σας δημιουργεί κορεσμό και πηγαίνει και δρα εκεί που έχετε λίπος. Χτυπά τα λιποκύτταρα. Θα δείτε θεαματικά αποτελέσματα σε δύο εβδομάδες..... Σας βοηθά στο να χάσετε τα περιττά κιλά. Πηγαίνει κατευθείαν στο λίπος. Θα βρείτε το σώμα σας να στεγνώνει. Είναι διουρητικό και έτσι διώχνει και τα περιττά υγρά και σας βοηθάει σ' αυτό που λέμε, που έχετε κατακράτηση υγρών», Σοκολατούχο ρόφημα το οποίο περιέχει φυτικές ίνες πάντα, φυτικές ουσίες, που δρουν και διασπών κατευθείαν στην περιοχή που έχετε λίπος».

Την 4.10.2017:

«Θέλετε να χάσετε κιλά; Θέλετε να αποτοξινωθείτε; Θέλετε να φύγουν τα περιττά υγρά από το σώμα σας; Θέλετε να στοχεύσετε στην περιοχή που είναι το λίπος; Πολύ ωραία. Με έναν πολύ γευστικό και φυτικό τρόπο.... Αδυνατίστε, έχει μέσα μία φυτική ουσία που λέγεται γανόδερμα που πηγαίνει και στοχεύει κατευθείαν στην περιοχή του λίπους. «Hollywood Fast Slim. Έχει φυτικά συστατικά που δρουν κατευθείαν στις περιοχές που έχετε λίπος, το διασπών και μετά φεύγει με τη διούρηση».

Σύμφωνα με την από 17.11.2017 απάντηση που λάβαμε από τον Εθνικό Οργανισμό φαρμάκων (ΕΟΦ) κατόπιν εγγράφου ερωτήματος που υπέβαλε η Υπηρεσία μας στον ΕΟΦ «ο τρόπος προώθησης του προϊόντος είναι παραπλανητικός και δεν είναι

σύμφωνος με την επισήμανση του προϊόντος, όπως αυτή γνωστοποιήθηκε στον ΕΟΦ». Στην επισήμανση του εν λόγω προϊόντος που μας απέστειλε ο ΕΟΦ αναφέρεται ότι πρόκειται για «πολυβιταμινούχο συμπλήρωμα διατροφής με γλυκομαννάνη, η οποία συμβάλλει στην απώλεια βάρους στο πλαίσιο δίαιτας μειωμένων θερμίδων, με αλόη και εκχυλίσματα πράσινου τσαγιού και κανέλας». Επίσης, αναφέρονται όλα τα συστατικά του προϊόντος, η συνιστώμενη ημερήσια δόση, το όνομα και η διεύθυνση της παραγωγού εταιρείας, χωρίς να αναφέρονται πουθενά όσα ισχυρίζεται η παρουσιάστρια της εκπομπής και αναφέρθηκαν πιο πάνω ειδικά ως προς τη δράση και τα αποτελέσματά του.

3) Κατά την τηλεπώληση του σοκολατούχου ροφήματος αδυνατίσματος «CHOCO SLIM» κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 1.7.2017 μεταξύ 13.40 και 17.05 αναφέρθηκαν τα εξής:

«Με ένα προϊόν το οποίο είναι ελεγμένο από την Ευρωπαϊκή Ένωση και έχει την πιστοποίηση του ESFA το οποίο είναι αυτό το οποίο μπορεί να σας δώσει την εγγύηση, είναι το νούμερο ένα προϊόν το οποίο σας βοηθά, κυρίες και κύριοι, όχι μόνο να χάσετε κιλά αλλά να τρώτε κανονικά και να τρώτε όλες τις τροφές. .... Είναι άφοβο, ελεγμένο και μπορείτε να χάσετε άμεσα κιλά ....., το έχω δοκιμάσει είναι πιστοποιημένο. Είναι φυτικό, .... είναι όλα φυσικά τα συστατικά του. Έχει την έγκριση όλων των φορέων και την Ευρώπης, του Λονδίνου, της Ελλάδας, ...τα φέρνουμε από το Λονδίνο πιστοποιημένα και από την Αγγλία .... είναι πάρα πολύ αγνό, είναι βιολογικό, είναι φυτικό και δεν δημιουργεί κανένα πρόβλημα, δημιουργεί κορεσμό. Η EFSA είναι η αρμόδια αρχή πιστοποίησης τροφίμων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι ένας οργανισμός ο οποίος ουσιαστικά τι κάνει; Πιστοποιεί την ασφάλεια των τροφίμων σε όλα τα κράτη-μέλη, στα 28 κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης που σημαίνει ότι ένα προϊόν το οποίο είναι εγκεκριμένο από την EFSA, πληροί όλες τις προϋποθέσεις και τις προδιαγραφές, μπορεί να καταναλωθεί με ασφάλεια από τους καταναλωτές ....., Από την στιγμή που ο EFSA έχει βάλει την υπογραφή του σε ένα προϊόν σημαίνει ότι αυτό το προϊόν μπορεί να καταναλωθεί χωρίς κανένα απολύτως πρόβλημα.... έχει την εγγύηση, τον έλεγχο και την σφραγίδα του EFSA, του διεθνούς οργανισμού, .... είναι κατάλληλο για το κοινό και δεν έχει παρενέργειες.....Το προϊόν είναι πιστοποιημένο ... είναι εγγυημένο, το έχουμε ελέγξει ....., Έχει βιολογικό κακάο, ξυλόπη, ρίζα Gonyak, κανέλα, βιολογικό

γανόδερμα, βιολογικό ακαάι, βιολογικό μείτεϊ, βιολογικό βανίλια, βιολογική αλόη, .... είναι πιστοποιημένο και ελεγμένο.. Είναι ελεγμένο από τον EFSA».

Σύμφωνα με το από 4.10.2017 δελτίο τύπου του Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ) αποφασίστηκε η απόσυρση του προϊόντος «CHOCO SLIM», επειδή περιείχε δύο συστατικά μη εγκεκριμένα για τα τρόφιμα. Επίσης, επισημαίνεται ότι σύμφωνα με το προαναφερθέν δελτίο τύπου του ΕΦΕΤ, ο ΕΦΕΤ και η EFSA, δεν πιστοποιούν, ούτε εγκρίνουν τρόφιμα, και άρα δόθηκε ψευδώς η εντύπωση στους τηλεθεατές ότι επρόκειτο για τρόφιμο εγκεκριμένο από τις συγκεκριμένες Αρχές. Οι πληροφορίες, συνεπώς, που μεταδόθηκαν κατά την τηλεπώληση του προϊόντος «CHOCO SLIM», όπως βεβαιώνεται και με την από 20.7.2017 ανακοίνωση του ΕΦΕΤ και με το από 4.10.2017 δελτίο τύπου του ΕΦΕΤ ήταν εσφαλμένες και αναληθείς.

4) α) Κατά την τηλεπώληση του σοκολατούχου ροφήματος αδυνατίσματος «CHOCO SLIM»

ι) κατά τη μετάδοση της εκπομπής «SK Σαββατοκύριακο» την 2.7.2017 αναφέρθηκαν τα εξής:

«Είναι πάρα πολύ καλό προϊόν, γιατί έχει βιολογικά συστατικά, όπως είναι το γανόδερμα, το φυροκόντζεκτ, τα οποία μας βοηθάνε, εκτός του να χάσουμε κιλά, μας βοηθάει και αποτρέπει το να έχουμε πάνω μας κυτταρίτιδα και περιττά λίπη..... Το Choco Slim, είναι όπως σου είπα πριν, εάν διαβάσεις εδώ πέρα τα συστατικά του, γι' αυτό δε θα 'βγαινα και 'γω να πω και να μιλήσω για ένα προϊόν εάν δεν ήμουν 100% σίγουρη ότι αυτό το προϊόν λειτουργεί. Πίνω μια γουλιά, υπέροχη σοκολάτα να ξεκινήσει η μέρα μου καλά, να γεμίσω ευεξία και να σπιντάρει και ο μεταβολισμός μου, να καίω τριπλάσιες θερμίδες από ότι αν δεν πίνω Choco Slim, ..... έτσι ξεφορτώνονται πολύ νόστιμα τα περιττά κιλά με φυσικό τρόπο, χωρίς να λαμβάνονται περίεργα φαρμακευτικά σκευάσματα για τα οποία δε γνωρίζουν τι προέλευσης είναι και χωρίς να πίνουν ροφήματα αδυνατίσματος με απαίσια γεύση και

ιι) κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ANNITA.GR» την 2.7.2017 μεταξύ 19.13.16 και 19.19.45 αναφέρθηκαν τα εξής:

«Το Choco Slim αδυνατίζει και ανεβάζει την ενέργεια..... το Choco Slim είναι βιολογικό προϊόν..... είναι φυσικό προϊόν και απευθύνομαι σ' εσάς που μπορεί να

έχετε κάποια θεματάκια υγείας ή να είστε παραπάνω καχύποπτοι από ανθρώπους που αγόγγυστα και αβασάνιστα μπορεί να παίρνουν εύκολα πράγματα, να καταναλώνουν εύκολα πράγματα. Και επειδή και εγώ ανήκω σε αυτή την κατηγορία ανθρώπων που είμαι φιλύποπη σε αυτά τα πράγματα..... Εγώ έχω μείνει στο βιολογικό προϊόν. Αυτό είναι. Ό,τι συστατικό υπάρχει εδώ μέσα είναι βιολογικής, είναι βιολογικής καλλιέργειας 100%», «είναι επιβεβαιωμένο, είναι έγκυρο, είναι εγκεκριμένο ήθελα να πω και έχει πάρει από τον ΕΦΕΤ την έγκριση. Άρα, λοιπόν, είναι βρετανικό το προϊόν, είναι μία σοκολάτα, ένα ρόφημα σοκολάτας, το οποίο ανεβάζει την ενέργεια, με πολύ καλά συστατικά, βιολογικά, το οποίο βοηθάει, την ίδια στιγμή να χάσετε βάρος.

Το προϊόν «CHOCO SLIM» κατά την τηλεπώλησή του που έγινε και από τις δύο εκπομπές εκθειάστηκε και παρουσιάστηκε ως φυσικό, βιολογικό προϊόν που έχει θεαματικά αποτελέσματα στην απώλεια βάρους, ενώ υπήρξε έντονη προτροπή του κοινού στην αγορά και χρησιμοποίησή του ανεπιφύλακτα και χωρίς ενδοιασμούς για τη σύνθεση και την αποτελεσματικότητά του. Το προϊόν «CHOCO SLIM», όμως, αποτελεί σύμφωνα με τον ΕΦΕΤ, όπως ήδη αναφέρθηκε και πιο πάνω, τρόφιμο επικίνδυνο για την υγεία επειδή περιέχει δύο συστατικά μη εγκεκριμένα για τα τρόφιμα, γι αυτό και ζητήθηκε η απόσυρσή του από την κυκλοφορία και η μη κατανάλωσή του από το κοινό.

Η τηλεπώληση του προϊόντος «CHOCO SLIM» περιείχε αναληθείς πληροφορίες για το προϊόν, γι αυτό σε συνδυασμό με τον συνολικό τρόπο παρουσιάσής του ήταν πιθανό να παραπλανήσει τους τηλεθεατές – καταναλωτές, δημιουργώντας σ' αυτούς απατηλές εντυπώσεις ως προς τις ιδιότητες και τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα και να επηρεάσει έτσι τη συναλλακτική τους συμπεριφορά, οδηγώντας τους να λάβουν απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβαναν.

β) Κατά την τηλεπώληση του προϊόντος «ABEXINE GEL»

ι) κατά τη μετάδοση της εκπομπής «SK Σαββατοκύριακο» την 2.7.2017 μεταξύ 12.48.25 και 12.53.32 αναφέρθηκαν τα εξής:

«Λοιπόν, ρευματισμούς, αρθρίτιδες, οστεοαρθρίτιδες, οστεοποιήσεις συνδέσμων.... Η αμπιτοξίνη είναι το πολύ δραστικό συστατικό που έχει το δηλητήριο της μέλισσας. Τώρα λοιπόν όλη αυτή η θεραπευτική ιδιότητα του δηλητηρίου της μέλισσας είναι μέσα σε αυτό το τζελ με την αμπιτοξίνη, όπου πονάς βάζεις τζελ, ... η αμπιτοξίνη είναι σχεδόν και 60 φορές πιο δυνατή από την κορτιζόνη σε μερικές παθήσεις... Είναι πάρα πολύ δυνατό φάρμακο, όλες οι επιστημονικές μελέτες λένε ότι είναι η μόνη εναλλακτική θεραπεία στους πόνους των αρθρώσεων».

και υ) Κατά τη μετάδοση της εκπομπής «ANNITA.GR» την 2.7.2017 αναφέρθηκαν τα εξής:

«Δε θα πονάτε πια. Τέλος ο πόνος των αρθρώσεων. Η δύναμη της μελισσοθεραπείας λοιπόν είναι όλη εδώ μέσα. Abexine Plus. Η μελισσοθεραπεία. Με το που το βάζεις στο οποιοδήποτε σημείο, σε πέντε λεπτά μέσα έχει φύγει ο πόνος και ανακουφίζεσαι και μπορείς να κινηθείς, κόβεις τη δυσκαμψία που νιώθεις. Δεν είναι μόνο οι πόνοι των αρθρώσεων, είναι και οι πόνοι οι μυϊκοί.... Είναι όλα φυσικά προϊόντα, φυσικά προϊόντα. .... Η αμπιτοξίνη, το δηλητήριο της μέλισσας, είναι 60 φορές πιο δραστικό και πιο δυνατό, σε μερικές παθήσεις και από την κορτιζόνη. Η μόνη εναλλακτική θεραπεία κατά των ρευματικών παθήσεων. Όλοι οι ρευματισμοί και ότι έχει να κάνει με αρθρίτιδες, σώζεται με ευεργετικά οφέλη από αυτό το απλό τζελ».

Το προϊόν «ABEXINE PLUS», συνιστά καλλυντικό προϊόν, τη διαφημιστική προώθηση του οποίου απαγόρευσε ο ΕΟΦ με την με αρ. πρωτοκ. 36084/11.4.2017 απόφασή του, σύμφωνα με όσα αναλυτικά αναφέρθηκαν και πιο πάνω υπό Π α για το ίδιο προϊόν THERABEE.

6) α) Κατά τη μετάδοση από την εγκαλούμενη μηνύματος τηλεπώλησης των προϊόντων «VERSACE» και «VERSACE HYALUREN 1969» την 17.11.2015 τρεις (3) φορές (9.08.12 - 9.10.20, 15.33.02 - 15.35.10 και 15.55.30 - 15.57.38) έγινε άμεση προσφορά στους τηλεθεατές από την τηλεόραση, μέσω κλήσης πενταψήφιου αριθμού, του ορού προσώπου Versace 1969 Hyaluren και αναφέρθηκαν τα αποτελέσματα από τη χρήση του προϊόντος.

β) Κατά την τηλεπώληση των προϊόντων «VERSACE» και «VERSACE HYALUREN 1969» κατά τη διάρκεια μετάδοσης των εκπομπών «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 14.11.2015 μεταξύ 13.48 και 16.49, «ΤΑΤΙΑΝΑ LIVE» την 17.11.2015 μεταξύ 15.45 και 18.45, «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 14.11.2015 μεταξύ 13.48 και 16.49, «ΜΕ ΤΟ ΚΑΛΗΜΕΡΑ» την 17.11.2015 μεταξύ 07.28 και 10.44, «NaMaste» την 17.11.2015 μεταξύ 12.49 και 15.49, «TOP TEN» την 14.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.08 και «ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΜΑΣ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ» την 15.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.24, όπου οι παρουσιαστές των εκπομπών παρουσίαζαν τα προϊόντα στους τηλεθεατές, επαινώντας τα και παρακινώντας τους να τα αγοράσουν μέσω κλήσης πενταψήφιου αριθμού.

Η ονομασία των προϊόντων αυτών μπορούσε να δημιουργήσει στον μέσο τηλεθεατή την εσφαλμένη εντύπωση ότι επρόκειτο για προϊόντα της γνωστής ιταλικής εταιρείας «Gianni Versace Spa». Επομένως, η παρουσίαση αυτών των προϊόντων ήταν πιθανό να προκαλέσει σύγχυση στους τηλεθεατές ως προς τον πραγματικό πάροχο των διαφημιζόμενων προϊόντων (βλ. ΣτΕ 4009/2014).

**β) Ως προς την αρχή διαχωρισμού προγράμματος και διαφημίσεων – τηλεπωλήσεων:**

Κατά τη μετάδοση των εκπομπών i) «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» την 28.9.2017, 4.10.2017 και 12.10.2017 μεταξύ 07.45 και 11.30, ii) «ΤΑΤΙΑΝΑ LIVE» την 17.11.2015 μεταξύ 15.45 και 18.45, iii) «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 14.11.2015 μεταξύ 13.48 και 16.49, iv) «ΜΕ ΤΟ ΚΑΛΗΜΕΡΑ» την 17.11.2015 μεταξύ 07.28 και 10.44, v) «NaMaste» την 17.11.2015 μεταξύ 12.49 και 15.49, vi) «TOP TEN» την 14.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.08, vii) «ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΜΑΣ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ» την 15.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.24, viii) «ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΙΚΑ» την 1.7.2017 μεταξύ 13.40 και 17.05, ix) «SK Σαββατοκύριακο» την 2.7.2017 μεταξύ 9.40 και 13.35 και x) «ANNITA.GR» την 2.7.2017 μεταξύ 17.00 και 19.32, έγινε παρουσίαση και προώθηση της πώλησης των προαναφερόμενων υπό α προϊόντων THERABEE, ABEXINE GEL, HOLLYWOOD ALL STAR FAST SLIM, CHOCO SLIM, VERSACE 1969, HYALUREN 1969 από την τηλεόραση, με τη μορφή δηλαδή τηλεπώλησης, χωρίς την χρήση οπτικών ή ακουστικών μέσων επισήμανσης. Κατ'



αυτό τον τρόπο, υπήρξε παραβίαση της αρχής διαχωρισμού διαφημίσεων και τηλεπωλήσεων από το πρόγραμμα, σύμφωνα με τις οποίες τα διαφημιστικά μηνύματα και τα μηνύματα τηλεπώλησης πρέπει να αναγνωρίζονται εύκολα και να διακρίνονται σαφώς από το συντακτικό περιεχόμενο του προγράμματος, ώστε να διασφαλίζεται η ακεραιότητα του προγράμματος και η ενημέρωση του τηλεθεατή για τον ενημερωτικό ή διαφημιστικό χαρακτήρα του μεταδιδόμενου προγράμματος και να αποφεύγεται η πρόκληση σύγχυσης σ' αυτόν.

**γ) Ως προς τη μη εμφάνιση του αριθμού γνωστοποίησης του συμπληρώματος διατροφής «START & UP» (πολυβιταμίνης) κατά την τηλεπώληση αυτού κατά τη διάρκεια μετάδοσης της εκπομπής «ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ» την 12.10.2017 μεταξύ 9.10.10 και 9.16.32.**

Το προϊόν «FAST & UP» αποτελεί συμπλήρωμα διατροφής και έχει λάβει από τον Εθνικό Οργανισμό Φαρμάκων (ΕΟΦ) αριθμό γνωστοποίησης 3787/15.1.2013. Στην προκειμένη περίπτωση δεν αναγράφηκε, ούτε αναφέρθηκε ο αριθμός γνωστοποίησης του εν λόγω προϊόντος στον ΕΟΦ, ούτε αναφέρθηκε από τους συμμετέχοντες στην εκπομπή ότι το προϊόν αυτό έχει γνωστοποιηθεί στον ΕΟΦ.

**δ) Ως προς τη χορηγία κατά τη μετάδοση των εκπομπών:**

i) «TATIANA LIVE» την 17.11.2015 μεταξύ 15.45 και 18.45

Χορηγός της εκπομπής ήταν τα σουπερμάκετ ΚΡΗΤΙΚΟΣ. Τα θέματα που παρουσιάστηκαν κατά τη μετάδοση της εκπομπής αφορούσαν στην πλειοψηφία τους την επικαιρότητα και τον σχολιασμό αυτής. Επομένως, η εν λόγω εκπομπή συνιστούσε λόγω του περιεχομένου της εκπομπή επικαιρότητας, η οποία δεν επιδέχεται χορηγία.

ii) «TOP TEN» την 14.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.00

Η εκπομπή συνιστά ψυχαγωγική εκπομπή ποικίλης ύλης και άρα επιδέχεται χορηγία. Η παρουσιάστρια της εκπομπής κατά τη διάρκεια της μετάδοσής της αναφέρθηκε τρεις (3) φορές στον χορηγό της εκπομπής «Versace 1969 Hyaluren» ως εξής: «Να σας δώσω την προσφορά του μεγάλου μας χορηγού «Versace 1969 Hyaluren», «μεγάλη προσφορά του «Versace 1969 Hyaluren ... και ο χορηγός μας φροντίζει για

όλους εσάς με την πιο δυνατή προσφορά», «Να σας θυμίσω την προσφορά του καινοτόμου προϊόντος διπλής χρήσεως «Versace 1969 Hyaluren».

Προκύπτει, συνεπώς, ότι η αναφορά στον χορηγό της εκπομπής έγινε περισσότερες από μία (1) φορές που προβλέπει ο νόμος. Σημειώνεται πρόσθετα ότι δεν υπήρξε επισήμανση του χορηγού στην αρχή και στο τέλος της εκπομπής.

και iii) «ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΜΑΣ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ» την 15.11.2015 μεταξύ 20.30 και 21.24. Η εξεταζόμενη εκπομπή ασχολείται με την παρουσίαση ιατρικών θεμάτων και αποτελεί δημοσιογραφική εκπομπή, δηλαδή εκπομπή λόγου με ενημερωτικό χαρακτήρα (άρθρο 1 εδ. β του Π.Δ. 77/2003) και επιδέχεται χορηγία. Η παρουσιάστρια της εκπομπής κατά τη διάρκεια της μετάδοσής της αναφέρθηκε πέντε (5) φορές στον χορηγό της εκπομπής «Versace 1969» ως εξής: «Να θυμίσω τον χορηγό της εκπομπής το «Versace 1969», «Ο χορηγός της εκπομπής μας είναι το «Versace 1969», «Θυμίζουμε το χορηγό της εκπομπής που δεν είναι άλλος από το «Versace 1969», «Θυμίζουμε τον χορηγό ... κοντά μας είναι το «Versace 1969», «Να σας θυμίσω το χορηγό της εκπομπής, είναι το «Versace 1969».

Προκύπτει, συνεπώς, ότι η αναφορά στον χορηγό της εκπομπής έγινε περισσότερες από μία (1) φορές που προβλέπει ο νόμος. Σημειώνεται πρόσθετα ότι δεν υπήρξε επισήμανση του χορηγού στην αρχή και στο τέλος της εκπομπής.

### **III. Υπαγωγή**

Η εγκαλούμενη προέβη στην τηλεπώληση, δηλαδή στην προώθηση της πώλησης προϊόντων στο κοινό μέσω άμεσης προσφοράς τους από την τηλεόραση με την κλήση συγκεκριμένων αριθμών που εμφανίζονταν στην οθόνη και αναφέρονταν προφορικά. Ο τρόπος που παρουσιάστηκαν τα προϊόντα THERABEE, ABEXINE GEL, CHOCO SLIM και HOLLYWOOD ALL STAR FAST SLIM ήταν πιθανό να παραπλανήσει το κοινό σε σχέση με τις θεραπευτικές τους ιδιότητες και τα αναμενόμενα αποτελέσματα από τη χρήση τους, αφού η δυνατότητα παραπλάνησης των τηλεθεατών προκύπτει στις συγκεκριμένες περιπτώσεις εκ πρώτης όψεως και από το περιεχόμενο των μηνυμάτων (βλ. παρόμοια περίπτωση εις ΣτΕ 4009/2014), με το οποίο τα προϊόντα

παρουσιάστηκαν ότι έχουν τις προαναφερθείσες (προφανώς εκτός πραγματικότητας) ιδιότητες.

Η ενδεχόμενη παραπλάνηση των τηλεθεατών συνίστατο στην, κατά την παρουσίαση των προϊόντων THERABEE και ABEXINE GEL (που δεν συνιστούσαν φάρμακα, αλλά το ένα εξ αυτών καλλυντικό), απόδοση σ' αυτά θεραπευτικών και αναλγητικών ιδιοτήτων για σοβαρές ασθένειες των αρθρώσεων και στην κατά την παρουσίαση των προϊόντων CHOCO SLIM και HOLLYWOOD ALL STAR FAST SLIM υπερβολικών ιδιοτήτων ταχείας και άμεσης απώλειας βάρους.

Η ενδεχόμενη παραπλάνηση των τηλεθεατών κατά την τηλεπώληση των προϊόντων VERSACE HYALUREN 1969 και VERSACE 1969 συνίστατο στην πιθανότητα πρόκλησης σύγχυσης σ' αυτούς ως προς τον πραγματικό πάροχο των προϊόντων.

Τα στοιχεία όλων των παραπάνω προϊόντων αποτελούν «πληροφορίες» ικανές να παραπλανήσουν τον μέσο τηλεθεατή, κατά τα διδάγματα της κοινής πείρας, τις γνώσεις δηλαδή που έχει ο «Μέσος Άνθρωπος» από τη σχολική του εκπαίδευση και την κοινωνική του πείρα ως προς τα αναμενόμενα αποτελέσματα των προϊόντων.

Ενόψει όλων αυτών, καθίσταται σαφές ότι η εγκαλούμενη εταιρεία παραβίασε - εκ προθέσεως - τις αναφερόμενες στο νομικό μέρος της παρούσας διατάξεις περί παραπλάνησης του κοινού. Επομένως, πρέπει να επιβληθεί στην εγκαλουμένη διοικητική κύρωση και δη εκείνη του προστίμου.

Καθίσταται, περαιτέρω, σαφές ότι η εγκαλούμενη εταιρεία παραβίασε εκ προθέσεως τις αναφερόμενες στο νομικό μέρος της παρούσας διατάξεις περί αρχής διαχωρισμού προγράμματος και διαφημίσεων – τηλεπωλήσεων, επειδή προώθησε την πώληση προϊόντων κατά τη διάρκεια εκπομπών, χωρίς να χρησιμοποιήσει οπτικά ή ακουστικά μέσα επίσημανσης. Επομένως, πρέπει να επιβληθεί στην εγκαλούμενη η διοικητική κύρωση και δη εκείνη του προστίμου.

Όσον αφορά στη μη αναγραφή ή προφορική αναφορά κατά τη διάρκεια μετάδοσης της εκπομπής ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΦΕ ΝΑ ΣΤΑ ΠΩ του αριθμού γνωστοποίησης του ΕΟΦ

του συμπληρώματος διατροφής FAST & UP, καθίσταται σαφές ότι η εγκαλούμενη εταιρεία παραβίασε - εκ προθέσεως - τις αναφερόμενες στο νομικό μέρος της παρούσας διατάξεις. Επομένως, πρέπει να επιβληθεί στην εγκαλουμένη διοικητική κύρωση και δη εκείνη της συστάσεως.

Τέλος, καθίσταται σαφές ότι η εγκαλούμενη παραβίασε εκ προθέσεως τις διατάξεις περί χορηγίας εκπομπών που αναφέρονται στο νομικό μέρος της παρούσας, επειδή έγινε αναφορά του χορηγού κατά τη διάρκεια των συγκεκριμένων εκπομπών περισσότερες από τις προβλεπόμενες στο νόμο φορές, επειδή δεν επισημάνθηκε μία εκπομπή με το σύμβολο του χορηγού στην αρχή και στο τέλος των εκπομπών και επειδή μία εκπομπή λόγω του περιεχομένου της δεν επιδεχόταν χορηγό. Επομένως, πρέπει να επιβληθεί στην εγκαλούμενη διοικητική κύρωση, και δη εκείνη της συστάσεως.

Περαιτέρω, με βάση τη βαρύτητα της παραβάσεως, το κοινώς γνωστό μερίδιο τηλεθεάσεως του συγκεκριμένου τηλεοπτικού σταθμού και το γεγονός ότι η εγκαλουμένη υπήρξε πολλαπλώς υπότροπη (και) κατά το πρόσφατο παρελθόν για παραβάσεις της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας (όπως προκύπτει από τα τηρούμενα στο ΕΣΡ στοιχεία), κρίνεται ότι το επιβλητέ πρόστιμο είναι εκείνο των 40.000 (σαράντα χιλιάδων) ευρώ για παραπλάνηση κοινού και 20.000 (είκοσι χιλιάδων) ευρώ για μη διαχωρισμό προγράμματος και διαφημίσεων – τηλεπωλήσεων.

### **ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ**

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης δέχεται, κατά τα ειδικότερα αναφερόμενα στο σκεπτικό, ότι η εγκαλούμενη εταιρεία (εκ προθέσεως): α) μετέδωσε εκπομπές τηλεπώλησης που μπορούσαν να παραπλανήσουν το τηλεοπτικό κοινό, β) παραβίασε την αρχή διαχωρισμού προγράμματος και διαφημίσεων – τηλεπωλήσεων, γ) παραβίασε τις διατάξεις περί εμφάνισης του αριθμού γνωστοποίησης συμπληρώματος διατροφής και δ) παραβίασε τις διατάξεις περί χορηγίας.

Επιβάλλει στην εταιρεία με την επωνυμία ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ, ιδιοκτήτρια του τηλεοπτικού σταθμού OPEN BEYOND TV, 1) τη διοικητική κύρωση της

συστάσεως όπως μην παραλείπει την αναφορά του αριθμού γνωστοποίησης στον ΕΟΦ συμπληρωμάτων διατροφής και 2) τη διοικητική κύρωση της συστάσεως όπως μην παραβιάζει τις διατάξεις περί χορηγίας εκπομπών σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο σκεπτικό.

Επιβάλλει στην εταιρεία με την επωνυμία ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ, ιδιοκτήτρια του τηλεοπτικού σταθμού OPEN BEYOND TV (πρώην EPSILON TV), 1) τη διοικητική κύρωση του προστίμου των 40.000 (σαράντα χιλιάδων) ευρώ για παραπλάνηση κοινού και 2) τη διοικητική κύρωση του προστίμου των 20.000 (είκοσι χιλιάδων) ευρώ για μη διαχωρισμό προγράμματος και διαφημίσεων – τηλεπωλήσεων.

Κατά το άρθρο 4 παρ. 3 του Ν. 2328/1995, όπως έχει μετά την δια του άρθρου 23 παρ. 5 εδ. β' του Ν. 3166/2003 αντικατάστασή του, η παρούσα απόφαση κατά την προαναφερόμενη κύρωση, είναι εκτελεστή κατά:

1. Της εταιρείας ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ Α.Ε., που εδρεύει στο Κορωπί Αττικής, στο 2ο χιλιόμετρο Λεωφ. Παιανίας - Μαρκοπούλου, με ΑΦΜ 094249653, Δ.Ο.Υ. ΦΑΕ Αθηνών.
2. Της Μποροντίνα Λιουντμίλα (Borodina Liudmila) του Αλεξάντερ (Aleksandr) με ΑΦΜ 173311781, ΔΟΥ Κατοίκων Εξωτερικού, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.

Κρίθηκε και αποφασίστηκε την 13<sup>η</sup> Μαΐου 2019 και δημοσιεύτηκε την 8<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2021.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Ε.Σ.Ρ.

Η ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΟΜΑΝΟΣ

ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΜΑΡΑΖΙΔΟΥ