

ΑΝΑΡΤΗΤΕΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

**ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ****Α Π Ο Φ Α Σ Η  
8/2019**

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, ύστερα από πρόσκληση του Προέδρου, συνήλθε σε συνεδρίαση στον συνήθη γι' αυτό τόπο την 6<sup>η</sup>.12.2016 και ώρα 11:00 προκειμένου να συζητήσει επί της κατωτέρω υποθέσεως. Συγκροτήθηκε από τους: Αθανάσιο Κουτρομάνο, πρόεδρο, Ξενοφόντα Μορώνη, αντιπρόεδρο, και τα μέλη Καλλιόπη Διαμαντάκου, Βασίλειο Καραποστόλη, Νικόλαο Κιάο, Ευαγγελία Μήτρου, Γιώργο Πλειό, Γεώργιο Σαρειδάκη και Δήμητρα Παπαδοπούλου. Χρέη γραμματέως εκτέλεσε η Στυλιανή Γαλάνη, διοικητική υπάλληλος του ΕΣΡ.

Αντικείμενο της συζήτησης ήταν η ενδεχόμενη παραβίαση της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας από τον ιδιωτικό τηλεοπτικό φορέα περιφερειακής εμβέλειας ελεύθερης λήψης με τον διακριτικό τίτλο «α. Epsilon» (πρώην ΑΕ Channel, πρώην ΝΕΟ ΚΑΝΑΛΙ, πρώην EXTRA CHANNEL, πρώην ZOOM, πρώην Body in Balance, πρώην Shop tv, πρώην STV) Ν. Αττικής, ιδιοκτησίας της εταιρείας με την επωνυμία «ΣΤΑΡ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ», αναφορικά με τον τρόπο μετάδοσης πληροφοριών σχετικά με ορισμένο εμπορικό προϊόν πόσιμου κολλαγόνου.

Για τον έλεγχο σχηματίστηκε φάκελος με αριθμό 364/21.5.2015, ο οποίος ανατέθηκε στη διοικητική υπάλληλο Τριάδα Τσαμπούκα και την ειδική επιστήμονα-νομικό Χάρι Τσίγκου. Η διοικητική υπάλληλος υπέβαλε στο ΕΣΡ την με αριθμό πρωτοκόλλου 805/4.6.2015 πρώτη έκθεση καταγραφής των πραγματικών περιστατικών και ακολούθως την με αριθμό πρωτοκόλλου 1023/21.7.2015 αναλυτικότερη έκθεση καταγραφής των πραγματικών περιστατικών της υπόθεσης. Στη συνέχεια, η ειδική επιστήμων-νομικός υπέβαλε στο ΕΣΡ την με αριθμό πρωτοκόλλου 944/22.7.2015 νομική εισήγηση.

Κατά τη συζήτηση της υπόθεσης παρέστη η πληρεξούσια δικηγόρος της εγκαλουμένης Μαρία Κωστοπούλου. Ερωτηθείσα από τον Πρόεδρο, η πληρεξούσια δικηγόρος δήλωσε ότι γνωρίζει το περιεχόμενο του φακέλου, έλαβε δε το λόγο και ανέπτυξε τους ισχυρισμούς της. Ζήτησε στη συνέχεια -και η Ολομέλεια δέχτηκε- να της παρασχεθεί προθεσμία για την κατάθεση εγγράφου υπομνήματος μέχρι και την 9<sup>η</sup>.12.2016 και ώρα 14.00 και η συζήτηση κηρύχθηκε περαιωμένη. Ο σταθμός κατέθεσε στη Γραμματεία το με αριθμό πρωτοκόλλου 4756/9.12.2016 υπόμνημα.

Την 14<sup>η</sup>.1.2019 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, Νικόλαο Κιάο, Ευαγγελία Μήτρου, Γιώργιο Πλειό, Γεώργιο Σαρειδάκη, και Δήμητρα Παπαδοπούλου. Απόν το μέλος Βασίλειος Καραποστόλης, ο οποίος είχε κληθεί νομίμως. Χρέη γραμματέως εκτέλεσε η Αναστασία Μαραζίδου, διοικητική υπάλληλος του ΕΣΡ. Παρέστη επίσης και η ανωτέρω εισηγήτρια, η οποία ανέπτυξε το ζήτημα προφορικός και αποχώρησε. Η Ολομέλεια, αφού παρακολούθησε την επίμαχη ροή προγράμματος και μελέτησε το σύνολο των στοιχείων του φακέλου:

## **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 τηλεόρασεως και την επιβολή των προβλεπόμενων διοικητικών κυρώσεων.
2. Οι τηλεοπτικοί σταθμοί απαγορεύεται να προβαίνουν σε τοποθέτηση προϊόντος κατά τη διάρκεια μετάδοσης ορισμένου προγράμματος. Εξαιρέσεις επιτρέπονται μόνο για ορισμένες κατηγορίες προγραμμάτων και υπό τις προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος. Συγκεκριμένα, το άρθρο 2 παρ. 1 στοιχείο γ' του ΠΔ/τος 109/2010 ως τοποθέτηση προϊόντος ορίζει: *«κάθε μορφή οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης που συνίσταται στην παρουσίαση ή στην αναφορά προϊόντος, υπηρεσίας ή του εμπορικού σήματος, ώστε να εμφανίζεται μέσα σε συγκεκριμένο πρόγραμμα, έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος».*

3. Ειδικότερα, ως προς τις προϋποθέσεις της τοποθέτησης προϊόντος το άρθρο 12 παρ. 1 και 2 του Π.Δ. 109/2010 προβλέπει τα εξής: *«Η τοποθέτηση προϊόντος απαγορεύεται (παρ. 1). Κατ' εξαίρεση η τοποθέτηση προϊόντος επιτρέπεται σε κινηματογραφικά ή τηλεοπτικά έργα και σειρές που δημιουργήθηκαν για να διανεμηθούν από υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, καθώς και σε αθλητικά και σε ελαφράς ψυχαγωγίας προγράμματα, αποκλειστικά και μόνο εφόσον πληρούνται σωρευτικά οι ακόλουθες προϋποθέσεις: α) το περιεχόμενό τους και, όσον αφορά στις τηλεοπτικές μεταδόσεις, ο προγραμματισμός τους να μην επηρεάζεται κατά τρόπο που να θίγει την ευθύνη και τη συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων, β) να μην εμπεριέχεται ευθεία προτροπή σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω ειδικών διαφημιστικών αναφορών σε αυτά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, γ) να μην δίδεται υπερβολική προβολή σε αυτά τα προϊόντα (παρ. 2)».*
4. Στο ίδιο θέμα αφορά και η Οδηγία 1/2011 ΕΣΡ, η παράγραφος 21.1. της οποίας ορίζει: *«Απαγορεύεται το περιεχόμενο ενός προγράμματος να δομείται ή να δημιουργείται με βάση συγκεκριμένο προϊόν, υπηρεσία ή εμπορικό σήμα και να στοχεύει στην προώθησή τους (θεματική τοποθέτηση)».*
5. Επίσης στην παράγραφο 21.2. της ίδιας Οδηγίας προβλέπεται: *«Απαγορεύεται η ευθεία προτροπή σε αγορά ή μίσθωση προϊόντων ή υπηρεσιών, ιδίως μέσω της αναφοράς της τιμής ή/και της διαθεσιμότητας του προϊόντος, μέσω της επίμονης παρουσίασης των πλεονεκτημάτων και χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας κ.ά.».*
6. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 17 του Ν. 2328/1995 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.
7. Η ισχύουσα νομοθεσία περί προστασίας των καταναλωτών απαγορεύει σε ορισμένες περιπτώσεις τη συγκριτική διαφήμιση. Ειδικότερα, με το άρθρο 9 παρ. 2 στοιχείο δ' του Ν. 3587/2007 ορίζεται: *«Συγκριτική διαφήμιση είναι κάθε διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα ή έμμεσα ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή ή τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αυτός προσφέρει. Η διαφήμιση αυτή, όσον αφορά τη σύγκριση, επιτρέπεται εφόσον: α) δεν είναι παραπλανητική κατά την έννοια των διατάξεων των άρθρων 9δ και 9ε, β) συγκρίνει προϊόντα ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους*

στόχους, γ) συγκρίνει, κατά τρόπο αντικειμενικό, ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή, δ) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή, ε) για προϊόντα με ονομασία προέλευσης αφορά, σε κάθε περίπτωση, προϊόντα με την ίδια ονομασία προέλευσης, στ) δεν επωφελείται αθέμιτα από την φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων ανταγωνιστή ή από τα δηλωτικά καταγωγής ανταγωνιστικών προϊόντων, ζ) δεν παρουσιάζει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία ως απομίμηση ή αντίγραφο προϊόντος ή υπηρεσίας που φέρουν σήμα κατατεθέν ή εμπορική επωνυμία και η) δεν δημιουργεί σύγχυση μεταξύ προμηθευτών, μεταξύ διαφημιστή και ανταγωνιστή ή μεταξύ των εμπορικών σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών γνωρισμάτων, προϊόντων ή υπηρεσιών του διαφημιστή και του ανταγωνιστή».

8. Επίσης, η ισχύουσα νομοθεσία περί προστασίας των καταναλωτών απαγορεύει την άσκηση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, στις οποίες συγκαταλέγεται και η παραπλανητική διαφήμιση. Συγκεκριμένα, με το άρθρο 9γ παρ. 1 του Ν. 3587/2007 ορίζεται: «Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που υιοθετούνται πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν», ενώ η παράγραφος 4 του ίδιου άρθρου ορίζει: «Εμπορικές πρακτικές είναι αθέμιτες, ιδίως όταν είναι παραπλανητικές ή επιθετικές, όπως αυτές καθορίζονται στα άρθρα 9δ, 9ε, 9στ και στα άρθρα 9ζ και 9η, αντίστοιχα».
9. Ειδικότερα, στο άρθρο 9δ παρ. 2, α' του Ν. 3587/2007 προβλέπεται: «Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επίσης παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψιν όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, και η πρακτική περιλαμβάνει: α) κάθε προσπάθεια προώθησης προϊόντος (μάρκετινγκ), συμπεριλαμβανομένης της συγκριτικής διαφήμισης, που δημιουργεί σύγχυση με προϊόντα, εμπορικά σήματα, εμπορικές επωνυμίες και άλλα διακριτικά γνωρίσματα ενός ανταγωνιστή, β) μη συμμόρφωση του προμηθευτή προς τις δεσμεύσεις που περιέχουν κώδικες συμπεριφοράς με τους οποίους ανέλαβε να δεσμευτεί, όταν η

*δέσμευση είναι ρητή και όχι προγραμματική, και μπορεί να εξακριβωθεί και ο προμηθευτής αναφέρει σε μια εμπορική πρακτική ότι δεσμεύεται από τον κώδικα».*

10. Τέλος, κατά τα στοιχεία β' και ε' της παραγράφου 1 του άρθρου 4 του Ν. 2863/2000, το ΕΣΡ ελέγχει την τήρηση των όρων που προβλέπονται στην εκάστοτε ισχύουσα ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία και επιβάλλει τις από το άρθρο 4 του Ν. 2328/1995 προβλεπόμενες κυρώσεις.
11. Επιπροσθέτως, δυνάμει του άρθρου 4 παρ. 1 στοιχείο α' του Ν. 2328/1995, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, το ΕΣΡ μπορεί να επιβάλει στους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς οργανισμούς τις προβλεπόμενες διοικητικές κυρώσεις βάσει οποιασδήποτε διάταξης της εθνικής νομοθεσίας που διέπει άμεσα ή έμμεσα τη λειτουργία της ιδιωτικής τηλεόρασης.
12. Από το συνδυασμό των ως άνω διατάξεων προκύπτει ότι απαγορεύεται απολύτως η τοποθέτηση προϊόντος εντός ορισμένου προγράμματος κατά τρόπο που θίγει τη συντακτική ανεξαρτησία του τηλεοπτικού φορέα (θεματική τοποθέτηση), δίνει υπερβολική προβολή στα προϊόντα που αποτελούν το αντικείμενο της τοποθέτησης και παράλληλα εμπεριέχει ευθεία προτροπή για την αγορά τους, ιδίως μέσω ειδικών διαφημιστικών αναφορών. Απαγορεύεται, επίσης, η συγκριτική διαφήμιση προϊόντων όταν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των προϊόντων ή υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή και για το λόγο αυτό λειτουργεί παραπλανητικά, ήτοι οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

## **II. Πραγματικό Μέρος**

Από τα έγγραφα του φακέλου, στα οποία περιλαμβάνονται και η υπ' αριθμ. πρωτ. ΕΣΡ 4079/14.5.2015 καταγγελία της Ιαπωνικής Πρεσβείας στην Αθήνα, καθώς και οι ευρισκόμενοι στο αρχείο του ΕΣΡ ψηφιακοί δίσκοι με την επίμαχη ροή προγράμματος, και από τους ισχυρισμούς της εγκαλουμένης (προβληθέντες προφορικά και εγγράφως), προκύπτουν τα εξής:

Την 15<sup>η</sup>.4.2015 μεταδόθηκε από τον τηλεοπτικό σταθμό «α. Epsilon» (πρώην AE Channel, πρώην NEO ΚΑΝΑΛΙ, πρώην EXTRA CHANNEL, πρώην ZOOM, πρώην Body in Balance, πρώην Shop tv, πρώην STV) Ν. Αττικής εκπομπή, κατά τη

διάρκεια της οποίας υπήρξε συνομιλία μεταξύ της παρουσιάστριας Ε. Παπαγγελή και του εκπροσώπου εταιρείας εμπορίας του συμπληρώματος διατροφής Collagen Pro-Active Γ. Τσουκαλαδάκη. Η εκπομπή, παρόλο που είχε διαρθρωθεί και υποτίθεται ότι ήταν ενημερωτική, στην πραγματικότητα στόχευε αποκλειστικά στην παρουσίαση του συγκεκριμένου προϊόντος. Η εικόνα του επίμαχου προϊόντος μεταδιδόταν συχνότατα στην οθόνη, ενώ προβλήθηκε διαφημιστικό βίντεο όπου «εκθειάστηκε» η θετική επίδραση που υποτίθεται ότι έχει η κατανάλωση του συγκεκριμένου σκευάσματος πόσιμου κολλαγόνου στην υγεία και την ομορφιά του ατόμου. Σε όλη τη διάρκεια της εκπομπής δείγματα του επίμαχου προϊόντος ήταν τοποθετημένα πάνω στο τραπέζι ανάμεσα από τους συνομιλητές, στον ίδιο χώρο ήταν αναρτημένη αφίσα της παρουσιάστριας της εκπομπής που διαφήμιζε το εν λόγω προϊόν και παράλληλα μεταδιδόταν κατά διαστήματα στην οθόνη το τηλέφωνο επικοινωνίας του κοινού με την εταιρεία εμπορίας του επίμαχου προϊόντος. Ομοίως, σε όλη τη διάρκεια της εκπομπής οι συνομιλητές εκθειάζαν με κάθε τρόπο τις ιδιότητες και τα οφέλη από τη χρήση του εν λόγω προϊόντος εστιάζοντας στη θετική επίδρασή του σε σωρεία προβλημάτων υγείας, καθώς και στην υγεία της επιδερμίδας. Σε ορισμένο σημείο της εκπομπής η παρουσιάστρια Ε. Παπαγγελή έκανε ειδική αναφορά σε αντίστοιχα πόσιμα σκευάσματα που περιέχουν κολλαγόνο και υαλουρονικό οξύ προερχόμενο από ψάρια και υστερούν, κατά την άποψή της, σε αποτελεσματικότητα σε σχέση με το επίμαχο προϊόν. Ο προσκεκλημένος της εκπομπής Γ. Τσουκαλαδάκης με την ευκαιρία αυτή διευκρίνισε ότι η εταιρεία του εμπορεύεται επίσης κολλαγόνο από ψάρι, αλλά όπως προσέθεσε είναι «το καλύτερο κολλαγόνο από ψάρι, το οποίο .... δεν είναι ούτε από εργοστάσια γιαπωνέζικα».

Από τα ανωτέρω σαφώς προκύπτει ότι η επίμαχη παρουσίαση συνιστά παράνομη θεματική τοποθέτηση προϊόντος, εφόσον το περιεχόμενο της συγκεκριμένης εκπομπής δομήθηκε με μοναδική βάση το επίμαχο προϊόν και είχε ως προφανή στόχο την εμπορική του προώθηση. Αυτό προκύπτει προεχόντως από το γεγονός ότι αντικείμενο συζήτησης της εν λόγω εκπομπής αποτέλεσε μόνο το επίμαχο σκεύασμα πόσιμου κολλαγόνου, δείγματα του σκευάσματος ήταν τοποθετημένα σε εμφανές σημείο μπροστά από τους συνομιλητές, αφίσα διαφημιστική του σκευάσματος ήταν τοποθετημένη στον ίδιο χώρο, οι συνομιλητές εκθειάζαν με κάθε δυνατό τρόπο τα πολλαπλά οφέλη του επίμαχου σκευάσματος, ενώ παράλληλα μεταδιδόταν σε τακτά διαστήματα το τηλέφωνο επικοινωνίας του κοινού με την εταιρεία εμπορίας αυτού.

Ταυτόχρονα, στο πλαίσιο της ίδιας εκπομπής έλαβε χώρα αθέμιτη συγκριτική διαφήμιση σε βάρος των προϊόντων πόσιμου κολλαγόνου που παράγονται στην Ιαπωνία. Αυτό προκύπτει από το γεγονός ότι αφενός έγινε ρητή δυσφημιστική αναφορά και προσδιορίστηκε έμμεσα η ταυτότητα συγκεκριμένων ανταγωνιστών, ήτοι των εταιρειών που εμπορεύονται πόσιμο κολλαγόνο από ψάρι, το οποίο προέρχεται από ιαπωνικά εργοστάσια. Με τη χρήση αυτής της συγκριτικής αναφοράς, η οποία ανακοινώθηκε χωρίς τεκμηρίωση, δημιουργήθηκε στον μέσο τηλεθατή-καταναλωτή μια εσφαλμένη και παραπλανητική αρνητική εντύπωση για την ποιότητα των ανταγωνιστικών ιαπωνικών προϊόντων πόσιμου κολλαγόνου.

### **III. Υπαγωγή**

Ενόψει όλων αυτών, καθίσταται σαφές ότι η εγκαλούμενη εταιρεία, προβαίνοντας αφενός στη θεματική τοποθέτηση του επίμαχου σκευάσματος πόσιμου κολλαγόνου κατά τη διάρκεια της εκπομπής της 15<sup>ης</sup>.4.2015 και αφετέρου στη μετάδοση αθέμιτης συγκριτικής διαφήμισης σε βάρος των ανταγωνιστικών προϊόντων που παράγονται από ιαπωνικά εργοστάσια παραβίασε - εκ προθέσεως - τις αναφερόμενες στο νομικό μέρος της παρούσας διατάξεις. Επομένως, πρέπει να επιβληθεί στην εγκαλούμενη εταιρεία διοικητική κύρωση και δη εκείνη του προστίμου.

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 επιβλητέο πρόστιμο είναι εκείνο των 15.000 ευρώ για εκάστη παράβαση.

### **ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ**

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης δέχεται ότι ο σταθμός της εγκαλουμένης μετέδωσε -εκ προθέσεως- εκπομπή που περιείχε θεματική τοποθέτηση

προϊόντος κατά τη διάρκεια δε αυτής προέβη στη μετάδοση αθέμιτης συγκριτικής διαφήμισης σε βάρος ανταγωνιστικών προϊόντων, κατά τα αναφερόμενα στο σκεπτικό.

Επιβάλλει στην εταιρεία με την επωνυμία «ΣΤΑΡ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ», ιδιοκτήτρια του τηλεοπτικού σταθμού με τον διακριτικό τίτλο «α. Epsilon» Ν.Αττικής τη διοικητική κύρωση του προστίμου των δέκα πέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για κάθε ένα από τα δύο επιμέρους αδικήματα.

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 STAR ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, που εδρεύει στο Περιστέρι Αττικής, στην οδό Γουμενίτσης 24, με ΑΦΜ 999842897, Δ.Ο.Υ. ΦΑΕ Αθηνών.
2. Του IVAN PETROU του Georgiev, με ΑΦΜ 153459575, Δ.Ο.Υ. ΙΖ' Αθηνών, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.

Κρίθηκε και αποφασίστηκε την 14<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2019 και δημοσιεύτηκε την 1<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου 2020.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Ε.Σ.Ρ.

Η ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΟΜΑΝΟΣ

ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΜΑΡΑΖΙΔΟΥ