

*Αναρτητέα στο*

*διαδίκτυο*

**ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ**

**ΟΔΗΓΙΑ**  
**Αριθ. 1/12.07.2011**

*Σήμερα ημέρα Τρίτη 12 Ιουλίου 2011 και ώρα 12:00 το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης συνήλθε σε συνεδρίαση, στην οποία παρέστησαν ο Πρόεδρος του ΕΣΡ Ιωάννης Λασκαρίδης, η Αντιπρόεδρος Λίνα Αλεξίου και τα μέλη Εύη Δεμίρη, Κωνσταντίνος Τσουράκης, Γιώργος Στεφανάκης και Κωνσταντίνος Αποστολάς. Απόν ο Γιάννης Παπακώστας.*

**Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης έχοντας υπόψη:**

1. Τη διάταξη του άρθρου 15 παρ. 2 του Συντάγματος 1975/2001
2. Τη διάταξη του άρθρου 4 παρ. 2 του Ν. 2863/2000 σχετικά με το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης και άλλες αρχές και όργανα του τομέα παροχής ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών (ΦΕΚ Α' 262/29.11.2000)
3. Τις διατάξεις της Οδηγίας 2007/65/ΕΕ και της Οδηγίας 2010/13/ΕΕ για τις οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις
4. Τις διατάξεις του ΠΔ/τος 109/2010 σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (ΦΕΚ Α' 190/5.11.2010)

**Αιτιολογικό**

Εν όψει των προβλημάτων που ανέκυψαν κατά την εφαρμογή του Π.Δ. 109/2010 και της εντεύθεν ανάγκης έκδοσης σχετικής οδηγίας.

***Για τους λόγους αυτούς  
το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης***

**Απευθύνει προς όλους τους ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς της χώρας την εξής οδηγία:**

Τα πάσης φύσεως προγράμματα των δημοσίων και ιδιωτικών τηλεοπτικών φορέων, ελεύθερης ή συνδρομητικής λήψης, καθώς και οι παροχές κατά παραγγελία υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων οφείλουν να τηρούν τους ακόλουθους κανόνες και περιορισμούς:

#### (Α) ΧΟΡΗΓΙΑ

1. Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1, ια' του ΠΔ/τος 109/2010 η χορηγία αποτελεί μορφή χρηματοδότησης υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή προγραμμάτων με σκοπό την προώθηση της επωνυμίας, του εμπορικού σήματος, της εικόνας, των δραστηριοτήτων ή των προϊόντων ορισμένης επιχείρησης ή φυσικού προσώπου. Οι χορηγοί χρηματοδοτούν την παραγωγή ορισμένου προγράμματος είτε στο σύνολό του, είτε σε συγκεκριμένο στάδιο της παραγωγής του. Είναι επίσης δυνατό να χρηματοδοτείται η παραγωγή περισσότερων προγραμμάτων, ομοειδών ή μη.
2. Χορηγία δεν επιτρέπεται σε προγράμματα ειδησεογραφίας και επικαιρότητας, καθώς και στις ανακοινώσεις του φορέα για τα προγράμματα αυτά (τρέιλερς). Ως τέτοια λογίζονται ιδίως τα δελτία ειδήσεων και οι εκπομπές πολιτικού σχολιασμού της επικαιρότητας είτε αυτές εντάσσονται σε δελτία ειδήσεων, είτε λειτουργούν αυτονόμως. Τα δελτία καιρού, καθώς και τα δελτία αθλητικών εκδηλώσεων εξαιρούνται από την ως άνω απαγόρευση.
3. Σε εφαρμογή του άρθρου 11 παρ. 1, α' του ΠΔ/τος 109/2010 και προκειμένου να διασφαλίζεται η συντακτική ανεξαρτησία του παροχέα των υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων απαγορεύεται η θεματική λειτουργία της χορηγίας, ήτοι ο σχεδιασμός, η δημιουργία και η μετάδοση προγράμματος με άμεσο ή έμμεσο σκοπό την διαφημιστική προβολή προϊόντων ή υπηρεσιών ορισμένου χορηγού.
4. Σε εφαρμογή του άρθρου 11 παρ. 1, γ' του ΠΔ/τος 109/2010 η επισήμανση του προγράμματος που επιδέχεται χορηγία (εφεξής «σύμβολο του χορηγού») αποτελεί ανακοίνωση ουδέτερη και διακριτή τόσο από το περιεχόμενο του προγράμματος που συνοδεύει, όσο και από τα διαφημιστικά μηνύματα, ώστε να μην δημιουργείται σύγχυση στο μέσο τηλεθεατή ως προς τη φύση του μηνύματος χορηγίας.
5. Η εμφάνιση του συμβόλου του χορηγού (ή των χορηγών) πρέπει να λαμβάνει μορφή σταθερής ανακοίνωσης, με κάρτα πλήρους οθόνης ή σταθερή ταινία ή με άλλο ισοδύναμο μέσο, ώστε να διασφαλίζεται η απρόσκοπτη ροή του προγράμματος και να μην προσβάλλεται η ακεραιότητά του. Σε καμία περίπτωση η εμφάνιση του συμβόλου του χορηγού δεν μπορεί να αποτελεί ή να εμπεριέχει διαφημιστικό μήνυμα.
6. Σε εφαρμογή του άρθρου 11 παρ. 1, γ' του ΠΔ/τος 109/2010 η εμφάνιση του συμβόλου του χορηγού μπορεί να πραγματοποιείται στην έναρξη και το τέλος κάθε προγράμματος, καθώς και μία μόνο φορά κατά τη διάρκεια αυτού είτε εντός της ροής του, είτε πριν ή μετά από διαφημιστική διακοπή. Το σύμβολο του χορηγού τίθεται με τους τρόπους που ορίζονται στην παράγραφο 5 της παρούσας Οδηγίας.

7. Κατ'εξαιρέση επιτρέπεται η εμφάνιση του συμβόλου του χορηγού με κάρτα πλήρους οθόνης στις ανακοινώσεις του φορέα για τα δικά του προγράμματα (τρέιλερς), εφόσον η ανακοίνωση αφορά στο πρόγραμμα που επιδέχεται τη συγκεκριμένη χορηγία και δεν συνοδεύεται από εμφάνιση ορισμένου προϊόντος ή μετάδοση διαφημιστικού μηνύματος για προϊόν ή υπηρεσία του χορηγού.
8. Σύμφωνα με το άρθρο 20 παρ. 1 του ΠΔ/τος 109/2010 η χρήση χωρικών μέσων επισήμανσης αφορά περιοριστικώς την τηλεοπτική διαφήμιση και τα μεμονωμένα μηνύματα τηλεπώλησης και επομένως δεν τυγχάνει εφαρμογής στην περίπτωση της χορηγίας.
9. Οι θεατές των προγραμμάτων που επιδέχονται χορηγία δεν επιτρέπεται να παρακινούνται ευθέως σε αγορά ή μίσθωση των προϊόντων ή των υπηρεσιών των χορηγών, ιδίως μέσω συγκεκριμένων αναφορών με τις οποίες διαφημίζονται ή εξάγονται ή προβάλλονται κατά τρόπο μονομερή, υπερβολικό και συστηματικό οι ιδιαίτερες ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά των εν λόγω προϊόντων ή υπηρεσιών. Ομοίως, οι θεατές των προγραμμάτων που επιδέχονται χορηγία δεν επιτρέπεται να προτρέπονται σε άμεση επικοινωνία με τον χορηγό.
10. Ως αθέμιτη διαφημιστική προβολή των προϊόντων ή υπηρεσιών του χορηγού νοείται και η συστηματική εμφάνιση του συμβόλου του χορηγού (επωνυμία, σήμα, λογότυπο ή άλλο σύμβολο) σε όλη τη διάρκεια μετάδοσης ορισμένου προγράμματος με τρόπους ή μέσα άλλα, πλην όσων αναφέρονται στην παράγραφο 5 της παρούσας Οδηγίας. Ενδεικτικά αναφέρονται η ένταξη του συμβόλου του χορηγού στο σκηνικό του προγράμματος, καθώς και η εμφάνισή του κατά την ενημέρωση των θεατών για στοιχεία του προγράμματος (υλικά συνταγής μαγειρικής, στοιχεία επικοινωνίας με τους υπεύθυνους του προγράμματος ή στοιχεία συμμετοχής σε κλήρωση, ψηφοφορία, διαγωνισμό κ.ά.).
11. Δεν επιτρέπεται η εμφάνιση λογοτύπου χορηγίας κατά τη διάρκεια παιδικών προγραμμάτων, ντοκιμαντέρ και μεταδόσεων θρησκευτικών εκδηλώσεων. Αντιθέτως, είναι θεμιτή η εμφάνιση του συμβόλου του χορηγού κατά την έναρξη και το τέλος των εν λόγω προγραμμάτων.
12. Σε εφαρμογή του άρθρου 11 παρ. 3 του ΠΔ/τος 109/2010 προγράμματα το περιεχόμενο των οποίων απευθύνεται κατά τεκμήριο σε ανηλικούς απαγορεύεται απολύτως να δέχονται χορηγία από επιχειρήσεις αλκοολούχων ποτών. Ως τέτοια νοούνται τα προγράμματα που μεταδίδονται κατά τη διάρκεια της παιδικής ζώνης, όπως αυτή καθορίζεται από κάθε τηλεοπτικό φορέα, καθώς και τα προγράμματα που το περιεχόμενό τους απευθύνεται σε ανηλικούς ή τα οποία μεταδίδονται σε ζώνη που κατά τεκμήριο παρακολουθούν και ανήλικοι θεατές.
13. Σε εφαρμογή του άρθρου 11 παρ. 4 του ΠΔ/τος 109/2010 ως θεραπευτικές αγωγές νοούνται και οι αγωγές που κατατείνουν στην αντιμετώπιση αισθητικών προβλημάτων, ζητημάτων εξάρτησης ή άλλων προβλημάτων, η θεραπεία των οποίων επιτρέπεται μόνο σε ειδικευμένους επιστήμονες.

14. Η χορηγία μπορεί να συνίσταται στη διάθεση βραβείων ή άλλων παροχών που προσφέρονται δωρεάν κατά τη διάρκεια διαγωνιστικού προγράμματος, εφόσον ουδεμία άμεση ή έμμεση διαφημιστική αναφορά πραγματοποιείται για το χορηγό, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του.
15. Απαγορεύεται η τοποθέτηση προϊόντων ή υπηρεσιών του χορηγού ορισμένου προγράμματος ή συνόλου προγραμμάτων.

## **(Β) ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

16. Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1, γ' του ΠΔ/τος 109/2010 τοποθέτηση προϊόντος συνιστά κάθε παρουσίαση ή αναφορά προϊόντος, υπηρεσίας ή εμπορικού σήματος που γίνεται μέσα σε συγκεκριμένο πρόγραμμα, έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος. Η τοποθέτηση προϊόντος διαφοροποιείται από τη χορηγία και τη διαφήμιση ως προς το ότι ενσωματώνεται στη φυσική ροή του προγράμματος και εμφανίζεται οργανικά συνδεδεμένη με αυτό. Ειδικότερα, καθοριστικό κριτήριο για τη διάκριση μεταξύ χορηγίας και τοποθέτησης προϊόντος αποτελεί το γεγονός ότι στην τοποθέτηση προϊόντος η αναφορά σε προϊόν είναι ενσωματωμένη στη δράση του προγράμματος, ενώ οι αναφορές στη χορηγία είναι δυνατόν να εμφανίζονται κατά τη διάρκεια του προγράμματος χωρίς να αποτελούν τμήμα της πλοκής.
17. Η τοποθέτηση προϊόντος απαγορεύεται καταρχήν. Συγκεκριμένα, απαγορεύεται στα προγράμματα που απευθύνονται σε ανηλίκους, τις δημοσιογραφικές, ειδησεογραφικές και πολιτικές εκπομπές, τα ντοκιμαντέρ, τις πολιτιστικές εκπομπές και τις εκπομπές θρησκευτικού περιεχομένου.
18. Η τοποθέτηση προϊόντος επιτρέπεται κατ' εξαίρεση στα κινηματογραφικά ή τηλεοπτικά έργα και σειρές, στα αθλητικά προγράμματα και στα προγράμματα ελαφράς ψυχαγωγίας. Ως ελαφράς ψυχαγωγίας νοούνται ιδίως οι κωμικές και σατιρικές εκπομπές, οι διαγωνιστικές εκπομπές, τα τηλεπαιχνίδια, τα μουσικά προγράμματα (συμπεριλαμβανομένων των μουσικών video clips), οι εκπομπές τηλεοπτικής αναπαράστασης της πραγματικότητας (reality shows), οι ταξιδιωτικές εκπομπές, οι εκπομπές ποικίλης ύλης με ψυχαγωγικό και ενημερωτικό χαρακτήρα (infotainment) κ.ά.
19. Συνιστά τοποθέτηση προϊόντος η προβολή προϊόντων ή υπηρεσιών που παρέχονται δωρεάν, σχετίζονται με το περιεχόμενο του προγράμματος και διευκολύνουν ή εξυπηρετούν την πραγματοποίησή του ή προσφέρονται ως βραβεία με σκοπό να περιληφθούν σε αυτό.
20. Απαγορεύεται η συγκεκριμένη τοποθέτηση προϊόντος.
21. Σε εφαρμογή του άρθρου 12 παρ. 2 α', β' και γ' του Π.Δ/τος 109/2010 ισχύουν τα εξής:

21.1. 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).

21.2. 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.

21.3. Στοιχεία καθορισμού της «υπερβολικής προβολής» προϊόντων, υπηρεσιών ή σημάτων αποτελούν ιδίως:

- (α) η μεγάλη διάρκεια ή η μεγάλη συχνότητα παρουσιάσής τους,
- (β) η ιδιαίτερη έμφαση ή η λεπτομερής προβολή των ιδιοτήτων ή χαρακτηριστικών τους χωρίς να δικαιολογείται από το περιεχόμενο του προγράμματος,
- (γ) η ρητή ή σιωπηρή υποστήριξή τους μέσα από τη συμπεριφορά του παρουσιαστή ή του πρωταγωνιστή ενός προγράμματος,
- (δ) η σταθερά επαναλαμβανόμενη προβολή τους με τη χρήση τεχνικών μέσων, όπως κοντινά πλάνα με κάμερα κ.ά.,
- (ε) η μονομερής παρουσίαση συγκεκριμένων μόνο προϊόντων, υπηρεσιών ή σημάτων,
- (στ) η εμφάνιση μεγάλου αριθμού του ίδιου προϊόντος ή/και του σήματός του,
- (ζ) η εμφάνιση στοιχείων επικοινωνίας του πωλητή ή προμηθευτή τους,
- (η) η διαφημιστική αναφορά σε αυτά,
- (θ) η εμφάνισή τους κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να διακόπτεται η φυσική ροή του προγράμματος ή η αφηγηματική του ενότητα.

22. Σε εφαρμογή του άρθρου 12 παρ. 5 του Π.Δ/τος 109/2010 η σήμανση των προγραμμάτων που περιέχουν τοποθέτηση προϊόντος πρέπει να γίνεται κατά τρόπο ενιαίο για όλους τους τηλεοπτικούς οργανισμούς ως εξής:

22.1. Κατά την έναρξη προγράμματος που περιέχει τοποθέτηση προϊόντος προβάλλεται για διάρκεια τουλάχιστον δέκα (10'') δευτερολέπτων, ευκρινώς, σταθερά επί ολόκληρης της οθόνης και όχι σε μορφή κυλιόμενου μηνύματος, με μεγάλους και ευανάγνωστους χαρακτήρες η εξής κάρτα: «Το πρόγραμμα που ακολουθεί περιέχει τοποθέτηση προϊόντος». Η ίδια επισήμανση γίνεται και ακουστικά. Ταυτόχρονα με την εμφάνιση της κάρτας αυτής προβάλλεται, επίσης, εμφανώς, σε ακραίο τμήμα της οθόνης (δεξιά ή αριστερά, πάνω ή κάτω) οπτικό σύμβολο, το οποίο αποτελείται από τα αρχικά των λέξεων τοποθέτηση προϊόντος «ΤΠ». Το οπτικό αυτό σύμβολο («ΤΠ») εμφανίζεται για την ίδια διάρκεια, τουλάχιστον δέκα (10'') δευτερολέπτων μετά από κάθε διαφημιστική ή άλλης φύσης διακοπή του προγράμματος αυτού. Στο τέλος του προγράμματος εμφανίζεται κάρτα με την επισήμανση «Η εκπομπή περιείχε τοποθέτηση προϊόντος», η οποία περιέχει τα ονόματα των προϊόντων ή υπηρεσιών που χρησιμοποιήθηκαν.

22.2. Τα μουσικά βίντεο κλιπ που περιέχουν τοποθέτηση προϊόντος σημαίνονται με το οπτικό σύμβολο «ΤΠ» καθ' όλη τη διάρκεια μετάδοσής τους.

- 22.3. Προτείνεται σε όλους τους τηλεοπτικούς οργανισμούς η κάρτα και το οπτικό σύμβολο «ΤΠ» να συνθέτονται από τα εξής δύο χρώματα: μαύρο και άσπρο.
- 22.4. Επιβάλλεται η εμφάνιση στους ηλεκτρονικούς οδηγούς προγράμματος του οπτικού συμβόλου («ΤΠ») δίπλα στα προγράμματα που περιέχουν τοποθέτηση προϊόντος.
23. Σε εφαρμογή του άρθρου 12 παρ. 6 εδ. γ' του Π.Δ/τος 109/2010 απαγορεύεται η τοποθέτηση παιδικών παιχνιδιών μεταξύ 07:00 και 22:00.
24. Απαγορεύεται η τοποθέτηση προϊόντων, υπηρεσιών ή σημάτων επιχειρήσεων, των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι η διοργάνωση ή/και η διεξαγωγή τυχερών παιχνιδιών.
25. Σε περίπτωση μετάδοσης ανακοίνωσης του τηλεοπτικού οργανισμού για δικά του προγράμματα (τρέϊλερ), κατά τη διάρκεια της οποίας περιέχεται τοποθέτηση προϊόντος, απαιτείται η εμφάνιση του οπτικού συμβόλου «ΤΠ» κατά την έναρξη και στο τέλος αυτής για διάρκεια πέντε (5') δευτερολέπτων.
26. Σε εφαρμογή του άρθρου 12 παρ. 7 του Π.Δ/τος 109/2010 επισημαίνεται ότι είναι δυνατή η εφαρμογή των κανόνων που διέπουν την τοποθέτηση προϊόντος και σε προγράμματα που έχουν παραχθεί πριν από την 19.12.2009, εφόσον εκ των υστέρων, δηλαδή μετά την ανωτέρω ημερομηνία, πραγματοποιήθηκε σε αυτά τοποθέτηση προϊόντος με τη χρήση νέων τεχνολογικών μέσων από τον ίδιο τον τηλεοπτικό οργανισμό ή συνδεδεμένη με αυτόν επιχείρηση.

#### **(Γ) ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΤΗΛΕΠΩΛΗΣΗΣ**

27. Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1, θ' του Π.Δ/τος 109/2010 ως τηλεοπτική διαφήμιση νοείται κάθε μορφή τηλεοπτικής ανακοίνωσης που μεταδίδεται έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος ή για λόγους αυτοπροβολής από μια δημόσια ή ιδιωτική επιχείρηση ή φυσικό πρόσωπο στο πλαίσιο εμπορικής, βιομηχανικής ή βιοτεχνικής δραστηριότητας ή άσκησης επαγγέλματος, με σκοπό την προώθηση της παροχής αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων ακινήτων, δικαιωμάτων και υποχρεώσεων έναντι πληρωμής.
28. Η τηλεοπτική διαφήμιση και η τηλεπώληση πρέπει να αναγνωρίζονται εύκολα ως τέτοιες και να διακρίνονται σαφώς από τα άλλα μέρη του προγράμματος με τη χρησιμοποίηση οπτικών, ακουστικών ή/και χωρικών μέσων επισήμανσης.
29. Σε εφαρμογή του άρθρου 20 παρ. 1 του Π.Δ/τος 109/2010 επισημαίνεται ότι η χρήση χωρικών μέσων επισήμανσης ή νέων τεχνικών διαφήμισης, όπως η διαίρεση οθόνης (split screen) και η εικονική διαφήμιση (virtual advertisement), δεν μπορεί να θίγει την ακεραιότητα των προγραμμάτων, ούτε να διαταράσσει τη νοηματική ροή και τις φυσικές παύσεις αυτών. Σε κάθε περίπτωση διασφαλίζεται ότι οι ανωτέρω τεχνικές δεν παρεμποδίζουν τους θεατές από την απρόσκοπτη παρακολούθηση όλων των επιμέρους στοιχείων του μεταδιδόμενου προγράμματος.

30. Απαγορεύεται η μετάδοση συγκεκαλυμμένων διαφημιστικών μηνυμάτων ή μηνυμάτων τηλεπώλησης. Ως συγκεκαλυμμένη διαφήμιση λογίζεται ιδίως η με οποιοδήποτε ακουστικό ή οπτικό μέσο παρουσίαση εντός ορισμένου προγράμματος προϊόντων, υπηρεσιών, καθώς και της επωνυμίας ή του σήματος δημόσιας ή ιδιωτικής επιχείρησης υπό την προϋπόθεση ότι η παρουσίαση αυτή (α) προτρέπει με άμεσο ή έμμεσο τρόπο το κοινό στην έναντι οικονομικού ανταλλάγματος αγορά ή χρήση των παρουσιαζόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών, (β) είναι υπερβολική ή ασύνδετη με το πρόγραμμα εντός του οποίου μεταδίδεται και (γ) παραλείπει να καταστήσει σαφή πέραν πάσης αμφιβολίας το διαφημιστικό χαρακτήρα της.
31. Η μετάδοση πληροφοριών σχετικά με το διαφημιζόμενη υπηρεσία ή προϊόν που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή, όπως ιδίως πληροφορίες για τα χαρακτηριστικά, τις ιδιότητες, το κόστος, την επικινδυνότητα, τη λειτουργικότητα, τη νομιμότητα, τους όρους εγγύησης ή τα δικαιώματα πνευματικής και βιομηχανικής ιδιοκτησίας, πρέπει να είναι ακριβής και αληθής σύμφωνα με τα οριζόμενα από την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία περί προστασίας καταναλωτών. Οι αυτές ρυθμίσεις ισχύουν και για τη μετάδοση των μεμονωμένων μηνυμάτων ή των χρονοθυρίδων τηλεπώλησης.
32. Η μετάδοση των διαφημιστικών μηνυμάτων και των μηνυμάτων τηλεπώλησης δεν υπόκειται στην υποχρέωση σήμανσης καταλληλότητας. Ωστόσο, σε εφαρμογή του άρθρου 10 παρ. 1 και 3 του Π.Δ/τος 109/2010, το περιεχόμενο των μηνυμάτων αυτών δεν μπορεί να θίγει την σωματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων εάν μεταδίδεται κατά τη διάρκεια της παιδικής ζώνης ή σε ζώνη που κατά τεκμήριο παρακολουθούν και ανήλικοι θεατές.
33. Η απαγόρευση του άρθρου 21 παρ. 4 του Π.Δ/τος 109/2010 περί υπηρεσιών σεξουαλικού χαρακτήρα καταλαμβάνει και τις υπηρεσίες τηλεκειμενογραφίας (teletext) των τηλεοπτικών οργανισμών, καθώς και τα μηνύματα τηλεπώλησης.
34. Η διοργάνωση και διεξαγωγή τυχηρών παιγνίων αποτελεί δραστηριότητα υποκείμενη σε άδεια της Διοικήσεως. Για τον λόγο αυτό απαγορεύεται η μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων που αφορούν στην προβολή επιχειρήσεων, χώρων ή διαδικτυακών τόπων διοργάνωσης και διεξαγωγής τυχηρών παιγνίων για τα οποία δεν υφίσταται σχετική άδεια.
35. Η μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης για παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών με χρήση Υπηρεσιών Πολυμεσικής Πληροφόρησης (ΥΠΠ) υπόκειται στους αυτούς όρους και περιορισμούς που επιβάλλονται στους παρόχους δικτύου από την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία. Στις ανωτέρω διατάξεις υπόκειται ομοίως η μετάδοση πληροφοριών για τη χρήση ΥΠΠ από το κοινό με σκοπό είτε την επικοινωνία με ορισμένο τηλεοπτικό οργανισμό, είτε τη συμμετοχή σε διαγωνισμό, κλήρωση ή ψηφοφορία.
36. Σε εφαρμογή των άρθρων 7 παρ. 1, β' και 10 παρ. 1, εδ. ζ' του Π.Δ/τος 109/2010 απαγορεύεται η μετάδοση διαφημιστικών μηνυμάτων, μηνυμάτων τηλεπώλησης και χρονοθυρίδων τηλεπώλησης σχετικά με την παροχή υπηρεσιών μελλοντολογικών προβλέψεων.

37. Η αναφορά σε δώρα, προσφορές ή βραβεία, η απόκτηση των οποίων προϋποθέτει τη χρήση ΥΠΠ από το κοινό, συνοδεύεται υποχρεωτικά από αναγραφή ή αναφορά της συνολικής χρέωσης που επιβαρύνει το χρήστη ανά κλήση.
38. Η επικοινωνία του κοινού με ορισμένο πρόγραμμα που πραγματοποιείται είτε με χρήση τηλεφωνικών γραμμών πρόσθετης χρέωσης, είτε με αποστολή τετραψήφιου κωδικού (sms) μέσω κινητού τηλεφώνου θεωρείται ότι υπάγεται στις διατάξεις περί τηλεπώλησεων, εφόσον αυτό συνάδει αφενός με το σκοπό του προγράμματος όπου εντάσσεται το εκάστοτε μήνυμα και αφετέρου με τη σπουδαιότητα του οικονομικού οφέλους που ο τηλεοπτικός οργανισμός προσδοκά να προσποριστεί από τη χρήση των υπηρεσιών αυτών σε αντιστοιχία με τα αναμενόμενα οικονομικά οφέλη του προγράμματος στο σύνολό του.
39. Σε εφαρμογή του άρθρου 23 παρ. 3 του Π.Δ/τος 109/2010 τα δευτερεύοντα προϊόντα είναι δυνατό να αποτελούν αντικείμενο διαφημιστικού μηνύματος και δεν προσμετρώνται στον διαφημιστικό χρόνο. Ως δευτερεύοντα προϊόντα νοούνται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες τα οποία αφενός αποτελούν άμεσα παράγωγα ορισμένου προγράμματος και αφετέρου αποσκοπούν στο να παρέχουν στους τηλεθεατές τη δυνατότητα να επωφελούνται πλήρως από το πρόγραμμα αυτό ή να έχουν αμφίδρομη επικοινωνία με αυτό.
40. Στην έννοια των δευτερευόντων προϊόντων ή υπηρεσιών εντάσσονται ιδίως προϊόντα που προκύπτουν λόγω της μετάδοσης ορισμένου προγράμματος (CD, DVD κ.ά), οι Υπηρεσίες Πολυμεσικής Πληροφόρησης (ΥΠΠ) που χρησιμοποιούνται από τους θεατές κατά τη διάρκεια της μετάδοσης ορισμένου προγράμματος, καθώς και οι δωρεάν διαδικτυακές εφαρμογές στις οποίες ο τηλεοπτικός οργανισμός παραπέμπει τους θεατές προκειμένου να επικοινωνήσουν με το συγκεκριμένο πρόγραμμα ή να συμμετάσχουν σε αυτό.
41. Η χρήση ή η διαφημιστική προβολή δευτερευόντων προϊόντων ή υπηρεσιών γίνεται μόνο σε συνάρτηση με το πρόγραμμα στο οποίο αφορούν και υπό την προϋπόθεση ότι σχετίζεται άμεσα με το συντακτικό του περιεχόμενο.
42. Η πρόσκληση του κοινού για συμμετοχή σε διαγωνισμό, κλήρωση ή ψηφοφορία, καθώς και η περιγραφή των δώρων ή βραβείων που προσφέρονται πρέπει να είναι απαλλαγμένες από κάθε διαφημιστική αναφορά σε συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία, ώστε να μην επηρεάζεται η συναλλακτική του συμπεριφορά.

#### **(Δ) ΧΡΟΝΟΘΥΡΙΔΕΣ ΤΗΛΕΠΩΛΗΣΗΣ**

43. Η συνολική ημερήσια διάρκεια μετάδοσης χρονοθυρίδων τηλεπώλησης δεν πρέπει να αλλοιώνει ουσιωδώς τη φυσιογνωμία του προγράμματος (ενημερωτικού ή μη) του τηλεοπτικού οργανισμού που τις μεταδίδει, όπως αυτή έχει δηλωθεί στο ΕΣΡ βάσει του άρθρου 6 παρ. 13 του Ν. 3592/2007.
44. Σε εφαρμογή του άρθρου 24 παρ. 4 του Π.Δ/τος 109/2010 απαγορεύεται η μετάδοση χρονοθυρίδων τηλεπώλησης παιδικών παιχνιδιών.



**(Ε) ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ**

45. Οι όροι και οι προϋποθέσεις μετάδοσης των οπτικοακουστικών εμπορικών ανακοινώσεων που περιέχονται στην παρούσα Οδηγία εφαρμόζονται αναλόγως σε περίπτωση επαναληπτικής μετάδοσης ενός προγράμματος είτε αυτό καλύπτει το σύνολό του, είτε απόσπασμά του, καθώς και στη μετάδοση προγραμμάτων μέσω κατά παραγγελία υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή από κατόχους άδειας παροχής συνδρομητικών τηλεοπτικών υπηρεσιών.

**(ΣΤ) ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ**

46. Σε εφαρμογή του άρθρου 31 του Π.Δ/τος 109/2010 και δεδομένου ότι οι διατάξεις αυτού δεν προβλέπουν αναλογική εφαρμογή των ρυθμίσεων του στην παροχή ραδιοφωνικών υπηρεσιών, γίνεται δεκτό ότι για τη μετάδοση διαφημίσεων, χορηγιών και τηλεπωλήσεων από το ραδιόφωνο εξακολουθούν να ισχύουν οι σχετικές διατάξεις του Π.Δ/τος 100/2000 έως τη θέσπιση ειδικότερων νομοθετικών ρυθμίσεων.

Ο Πρόεδρος του Ε.Σ.Ρ

ΙΩΑΝΝΗΣ ΛΑΣΚΑΡΙΔΗΣ