

ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ**Α Π Ο Φ Α Σ Η
110/2019**

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, ύστερα από πρόσκληση του Προέδρου, συνήλθε στον συνήθη γι' αυτό τόπο την 12.2.2019 και ώρα 10:00, προκειμένου να συζητήσει επί της κατωτέρω υποθέσεως. Συγκροτήθηκε από τους: Αθανάσιο Κουτρομάνο, πρόεδρο, Ξενοφόντα Μορώνη, αντιπρόεδρο και τα μέλη: Βασίλειο Καραποστόλη, Νικόλαο Κιάο, Γεώργιο Πλειό, Γεώργιο Σαρειδάκη και Δήμητρα Παπαδοπούλου. Απόντα τα μέλη Καλλιόπη Διαμαντάκου και Ευαγγελία Μήτρου, τα οποία είχαν κληθεί νομίμως. 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 ΣΚΑΪ, ιδιοκτησίας της εταιρείας με την επωνυμία ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΝΤΟΤ ΚΟΜ ΑΝΩΝΥΜΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ & ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ, αναφορικά με: α) τοποθέτηση προϊόντων, β) συγκεκριμένη διαφήμιση και γ) διαφήμιση ιατρών.

Για τον έλεγχο σχηματίστηκε φάκελος με αριθμό 299/5.7.2016, ο οποίος ανατέθηκε στη διοικητική υπάλληλο Αικατερίνη Κοντοπούλου και την ειδική επιστήμονα Όλγα Γαρουφαλιά. Η Διοικητική Υπάλληλος υπέβαλε στο ΕΣΡ την με αριθμό πρωτοκόλλου 616/ΕΣ/9.8.2016 έκθεση καταγραφής των πραγματικών περιστατικών της υπόθεσης. Στη συνέχεια, η Ειδική Επιστήμων υπέβαλε στο ΕΣΡ τις με αριθμό πρωτοκόλλου 818 και 819/ΕΣ/8.11.2016 νομικές της εισηγήσεις.

Κατά τη συζήτηση των υποθέσεων, για λογαριασμό της λειτουργούσης τον σταθμό ως άνω εταιρείας παρέστη ο πληρεξούσιος δικηγόρος της Στάθης Γεωργόπουλος. Ερωτηθείς από τον Πρόεδρο, ο πληρεξούσιος δικηγόρος δήλωσε ότι γνωρίζει το

περιεχόμενο του φακέλου, έλαβε δε τον λόγο και ανέπτυξε τους ισχυρισμούς του. Ζήτησε στη συνέχεια -και η Ολομέλεια δέχτηκε- να του παρασχεθεί προθεσμία για την κατάθεση εγγράφου υπομνήματος μέχρι και την 19.2.2019 και ώρα 14.00 και η συζήτηση κηρύχθηκε περαιωμένη. Ο σταθμός κατέθεσε στη Γραμματεία το με αριθμό πρωτοκόλλου 829/18.2.2019 υπόμνημά του.

Την 20.5.2019 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 Δήμητρα Παπαδοπούλου, Ευαγγελία Μήτρου, Καλλιόπη Διαμαντάκου, Βασίλειο Καραποστόλη, Νικόλαο Κιάο, Γεώργιο Πλειό και Γεώργιο Σαρειδάκη. Ο Πρόεδρος ενημέρωσε αναλυτικά τις απούσες κατά την συζήτηση Καλλιόπη Διαμαντάκου και Ευαγγελία Μήτρου, αναγιγνώσκοντας το σύνολο των εγγράφων του φακέλου για την υπόθεση. Χρέη γραμματέως εκτέλεσε η Αναστασία Μαραζίδου, διοικητική υπάλληλος του ΕΣΡ. Παρέστη επίσης και η ανωτέρω εισηγήτρια-νομικός, η οποία ανέπτυξε τα ζητήματα προφορικά 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 τηλεόρασης και την επιβολή των προβλεπόμενων διοικητικών κυρώσεων.
2. Το άρθρο 2 περ. ιγ του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Τοποθέτηση προϊόντος είναι κάθε μορφή οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης που συνίσταται στην παρουσίαση ή στην αναφορά του προϊόντος, υπηρεσίας ή του εμπορικού σήματος ώστε να εμφανίζεται μέσα σε συγκεκριμένο πρόγραμμα, έναντι πληρωμής ή ανάλογου ανταλλάγματος». Το άρθρο 12 του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Απαγορεύεται η τοποθέτηση προϊόντος. 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».

3. Από τον συνδυασμό των διατάξεων αυτών προκύπτει ότι η τοποθέτηση προϊόντων επιτρέπεται κατ' εξαίρεση σε συγκεκριμένες κατηγορίες εκπομπών και υπό την πλήρωση σωρευτικά των τριών προϋποθέσεων που προαναφέρθηκαν. Η τοποθέτηση προϊόντος δεν πρέπει να θίγει την συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου, η οποία εξασφαλίζεται όταν δεν δίνεται προβάδισμα στην τοποθέτηση προϊόντος εις βάρος των συντακτικών αναγκών του προγράμματος, καθώς και όταν ένα πρόγραμμα δεν λειτουργεί μονοθεματικά και δεν δημιουργείται με στόχο την προώθηση συγκεκριμένων μόνο προϊόντων ή υπηρεσιών. Το προϊόν που ενσωματώνεται σε ένα πρόγραμμα πρέπει να έχει άμεση σχέση με αυτό, να υπάρχει, δηλαδή, έκδηλη και επαρκής συντακτική δικαιολόγηση μεταξύ προγράμματος και προϊόντος και η προβολή ή η αναφορά στο προϊόν να μην είναι «υπερβολική».

4. Οι τηλεοπτικοί σταθμοί οφείλουν να μη μεταδίδουν συγκεκριμένες οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις. 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». Ειδικότερα, το άρθρο 2 παρ. 1 περ. ι του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Για την εφαρμογή των διατάξεων του παρόντος νοούνται ως:... ι) "Συγκεκριμενοποιημένη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση": Η λεκτική ή με εικόνες παρουσίαση σε προγράμματα εμπορευμάτων, υπηρεσιών, της επωνυμίας, του εμπορικού σήματος ή των δραστηριοτήτων ενός παραγωγού εμπορευμάτων ή ενός πάροχου υπηρεσιών, εφόσον η παρουσίαση αυτή γίνεται από τον πάροχο υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων για διαφημιστικό σκοπό και ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά στο χαρακτήρα αυτής της παρουσίασης. Η παρουσίαση αυτού του είδους θεωρείται ότι γίνεται σκοπίμως, ιδίως όταν γίνεται έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος». Εξάλλου, το άρθρο 10 παρ. 1 περ. α του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις οφείλουν: α) να αναγνωρίζονται εύκολα

ως τέτοιες. Απαγορεύονται οι συγκεκαλυμμένες οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις». Κατά δε το άρθρο 20 παρ. 1 του Π.Δ. 109/2010: «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».

5. Από τον συνδυασμό των διατάξεων αυτών προκύπτει ότι απαγορεύεται απολύτως η προβολή συγκεκαλυμμένων εμπορικών ανακοινώσεων και γενικότερα η χρήση τεχνικών που προκαλούν σύγχυση στο κοινό μεταξύ του συντακτικού περιεχομένου του προβαλλόμενου προγράμματος και της εμπορικής προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών. Για την ύπαρξη συγκεκαλυμμένης εμπορικής ανακοίνωσης, πρέπει να συντρέχουν σωρευτικά δύο προϋποθέσεις: η παρουσίαση να γίνεται με εμπορικό σκοπό και να συντρέχει παράλληλα κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού όσον αφορά τον εμπορικό χαρακτήρα της. Δεν απαιτείται αντιθέτως να αποδεικνύεται και η παροχή προς τον σταθμού χρηματικής αμοιβής και άλλου αναλόγου ανταλλάγματος (όπως ενδεικτικώς, ΔΕΕ C-52/2010, Εφαρμογές ΔΔ Π/2011, 199 με σχόλιο Χ. Τσίγκου και ΣτΕ 1314/2012).

6. Το άρθρο 4 παρ. 1 α του Ν. 2328/1995 ορίζει: «Σε περίπτωση παραβίασης των διατάξεων της εθνικής νομοθεσίας, της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του διεθνούς δικαίου που διέπουν άμεσα ή έμμεσα τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς και γενικότερα τη λειτουργία της ιδιωτικής τηλεόρασης, ... το ΕΣΡ αποφασίζει την επιβολή μίας ή περισσότερων από τις παρακάτω κυρώσεις.....». Ο Ν. 3418/2005 (Κώδικας Ιατρικής Δεοντολογίας) εφαρμόζεται δυνάμει του άρθρου 4 παρ. 1 α του Ν. 2328/1995 και στην εξεταζόμενη περίπτωση που αφορά στην παρουσία και διαφήμιση γιατρών στην τηλεόραση, γιατί υπάρχει παραβίαση διατάξεων της εθνικής νομοθεσίας που διέπουν έμμεσα τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς και γενικότερα τη λειτουργία της ιδιωτικής τηλεόρασης.

7. Το άρθρο 17 παρ. 1 του Ν. 3418/2005 ορίζει: «Απαγορεύεται οποιαδήποτε προσωπική διαφήμιση ή συστηματική δημόσια παρουσία ή αναφορά του ονόματος του ιατρού, άμεσα ή έμμεσα, η οποία είτε προέρχεται από αυτόν, είτε διενεργείται με δική του υποκίνηση». Το άρθρο 17 παρ. 8 γ του Ν. 3418/2005 (Κώδικας Ιατρικής Δεοντολογίας) ορίζει: «Δεν συνιστούν ανεπίτρεπτη διαφήμιση ...β) η συμμετοχή σε δημόσιες συζητήσεις, στο γραπτό ή ηλεκτρονικό Τύπο, με σκοπό την ενημέρωση της κοινής γνώμης γύρω από θέματα αρμοδιότητας ή ειδικότητας του ιατρού ή του πεδίου

ευθύνης του, επίκαιρα ή μη, που την απασχολούν, εφόσον βεβαίως τηρούνται οι αρχές της αβρότητας, της έντιμης εκφοράς κρίσεων και επιχειρημάτων και του σεβασμού της άλλης άποψης, που διατυπώνεται με τους ίδιους κανόνες, γ) η ενημερωτική καταχώριση στα έντυπα μέσα μαζικής ενημέρωσης του ονοματεπώνυμου του ιατρού, της ειδικότητάς του, της διεύθυνσέως και των ωρών λειτουργίας του ιατρείου του». Το άρθρο 17 παρ. 9 του ίδιου νόμου ορίζει: «Η ενημέρωση του κοινού από τους ιατρούς σε θέματα της ειδικότητας ή του γνωστικού τους αντικειμένου πρέπει να γίνεται σύμφωνα με τις αρχές και τις κείμενες διατάξεις που διέπουν την άσκηση του ιατρικού επαγγέλματος και την Ιατρική Δεοντολογία. Η ενημέρωση πρέπει να στηρίζεται αποκλειστικά σε στοιχεία απόλυτα τεκμηριωμένα και διεθνώς παραδεδεγμένα. Η παρουσία του ιατρού πρέπει να περιορίζεται στα αναγκαία για την ενημέρωση πλαίσια και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να υποκρύπτεται σκοπός διαφήμισης».

8. Από τον συνδυασμό των διατάξεων αυτών προκύπτει απαγόρευση οποιασδήποτε προσωπικής διαφήμισης ιατρών, άρα και αυτής που πραγματοποιείται από την τηλεόραση. Επιτρέπεται, όμως, η συμμετοχή σε δημόσιες συζητήσεις με σκοπό την ενημέρωση του κοινού, χωρίς υπέρβαση του αναγκαίου μέτρου, γύρω από ιατρικά θέματα της ειδικότητας του ιατρού, υπό την προϋπόθεση ότι δεν υποκρύπτεται διαφημιστικός σκοπός.

9. Το άρθρο 2 παρ. 1 ια του Π.Δ. 109/2010 ορίζει ως χορηγία: «Κάθε συνεισφορά δημόσιας ή ιδιωτικής επιχείρησης (ΝΠΔΔ ή ΝΠΙΔ) ή φυσικού προσώπου, που δεν παρέχει υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή δεν παράγει οπτικοακουστικά έργα, για τη χρηματοδότηση υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων ή προγραμμάτων, με σκοπό την προώθηση της επωνυμίας, του εμπορικού σήματος, της εικόνας, των δραστηριοτήτων ή των προϊόντων του». Το άρθρο 11 παρ. 5 του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Δεν επιτρέπεται η χορηγία σε προγράμματα ειδησεογραφίας και επικαιρότητας». Το άρθρο 11 παρ. 1γ του Π.Δ. 109/2010 ορίζει: «Οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων ή τα προγράμματα που λαμβάνουν χορηγία πρέπει να πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις: 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».

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.

II. Πραγματικό Μέρος

Από τα έγγραφα του φακέλου, στα οποία περιλαμβάνονται και οι ευρισκόμενοι στο αρχείο του ΕΣΡ ψηφιακοί δίσκοι με την επίμαχη ροή προγράμματος, και τους ισχυρισμούς της εγκαλουμένης (προβληθέντες προφορικώς και εγγράφως), προκύπτουν τα εξής:

α) Ως προς την τοποθέτηση προϊόντος:

ι) Κατά τη μετάδοση της εκπομπής «JOIN US» την 29.5.2019 μεταξύ 18.06 και 19.59 προβλήθηκε ένα ένθετο μαγειρικής με παρουσίαση των προϊόντων «NEFF» και «ΒΑΛΣΑΜΙΚΟ ΞΥΔΙ ΜΕ ΡΟΔΙ ΠΑΝ» και ένθετα με παρουσίαση των προϊόντων «KIRI», «FREZYDERM», «BABYLINO SENSITIVE», «RAID» και «KK JEWELERY LAB».

Η εκπομπή αποτελεί εκπομπή ποικίλης ύλης, με ψυχαγωγικό και ενημερωτικό χαρακτήρα, εμπίπτει συνεπώς στην κατηγορία των εκπομπών ελαφράς ψυχαγωγίας και άρα επιδέχεται τοποθέτηση προϊόντων σύμφωνα με το άρθρο 12 παρ. 2 του Π.Δ. 109/2010. Από την ενσωμάτωση στη φυσική ροή της εκπομπής των προαναφερθέντων προϊόντων και από τον τρόπο παρουσίασής τους σ' αυτή συνάγεται ότι υπάρχει τοποθέτηση προϊόντος. Διαπιστώνεται, όμως, ότι στο ένθετο μαγειρικής της εκπομπής «JOIN US» υπήρξε υπερβολική προβολή: α) του τοποθετούμενου προϊόντος «NEFF», λόγω της μεγάλης συχνότητας, με την οποία εμφανίστηκε το σήμα του τοποθετούμενου προϊόντος και της προβολής κοντινών πλάνων του σήματος του προϊόντος και β) του τοποθετούμενου προϊόντος «ΒΑΛΣΑΜΙΚΟ ΞΥΔΙ ΜΕ ΡΟΔΙ ΠΑΝ», λόγω προβολής πολλών κοντινών πλάνων του σήματος του προϊόντος και εμφάνισης πολλών συσκευασιών του ίδιου προϊόντος (έξι).

Επίσης, από τον τρόπο προβολής και ενσωμάτωσης των προϊόντων «KIRI», «FREZYDERM», «BABYLINO SENSITIVE», «RAID» και «KK JEWELERY LAB» στα ένθετα της εκπομπής και από το γεγονός ότι στα ένθετα αυτά παρουσιάζονταν αποκλειστικά και μόνο συγκεκριμένα κάθε φορά προϊόντα, των οποίων η πώληση προωθείτο, συνάγεται ότι το περιεχόμενο της εκπομπής και ο προγραμματισμός της επηρεάστηκε κατά τρόπο που εθίγη η ευθύνη και η συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων. Συνεπώς, πρόκειται για θεματική τοποθέτηση που ανήρесе τη συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου, επειδή δόθηκε προτεραιότητα στην προβολή των διαφημιζόμενων προϊόντων και επειδή ο στόχος της κατ' αυτό τον τρόπο δημιουργίας της εκπομπής ήταν η προώθηση των συγκεκριμένων ειδών, η οποία απαγορεύεται κατά τα ανωτέρω. Επίσης, διαπιστώθηκε ότι υπήρξε υπερβολική προβολή των τοποθετούμενων προϊόντων: α) «KIRI», λόγω της μετάδοσης κοντινών πλάνων των προϊόντων και της υποστηρικτικής στάσης του παρουσιαστή της εκπομπής σε σχέση με τα προϊόντα, β) «FREZYDERM», λόγω της μετάδοσης κοντινών πλάνων των προϊόντων, της προβολής πολλών συσκευασιών των ίδιων προϊόντων και της υποστηρικτικής στάσης του παρουσιαστή της εκπομπής σε σχέση με τα προϊόντα, γ) «BABYLINO SENSITIVE», λόγω της μετάδοσης κοντινών πλάνων των προϊόντων, της προβολής πολλών συσκευασιών των ίδιων προϊόντων και της εμφάνισης στοιχείων επικοινωνίας του πωλητή – ιστοσελίδα, δ) «RAID», λόγω της μετάδοσης κοντινών πλάνων των προϊόντων και της προβολής πολλών συσκευασιών των ίδιων προϊόντων και ε) «KK JEWELERY LAB», λόγω της μετάδοσης κοντινών πλάνων των προϊόντων και της προβολής πολλών συσκευασιών των ίδιων προϊόντων, κατά παραβίαση του άρθρου 12 παρ. 2 γ του Π.Δ. 109/2010.

ι) Κατά τη μετάδοση της εκπομπής «X- FACTOR» την 27.5.2019 μεταξύ 21.20 και 01.07 προβλήθηκαν τα προϊόντα «BIKOS COLA», «PRINCE OLIVER», «ZINI» και «MIGATO».

Η εκπομπή αποτελεί διαγωνιστική - ψυχαγωγική εκπομπή, εμπίπτει συνεπώς στην κατηγορία των εκπομπών ελαφράς ψυχαγωγίας και άρα επιδέχεται τοποθέτηση προϊόντων σύμφωνα με το άρθρο 12 παρ. 2 του Π.Δ. 109/2010. Από την ενσωμάτωση στη φυσική ροή της εκπομπής των προαναφερθέντων προϊόντων και από τον τρόπο παρουσιάσής τους σ' αυτή συνάγεται ότι υπάρχει τοποθέτηση προϊόντος.

Διαπιστώνεται, όμως, ότι υπήρξε υπερβολική προβολή των προϊόντων και του σήματος: α) «ΒΙΚΟΣ COLA», λόγω της μεγάλης συχνότητας, με την οποία εμφανίστηκαν τα προϊόντα και το σήμα αυτών, β) «PRINCE OLIVER», λόγω της πολλαπλής εμφάνισης του σήματος με κόκκινους χαρακτήρες σε μεγάλο μαύρο πανό και γ) «MIGATO», λόγω της προβολής κοντινών πλάνων σε αφίσες με το σήμα των προϊόντων, κατά παραβίαση του άρθρου 12 παρ. 2 γ του Π.Δ. 109/2010.

β) Ως προς την συγκεκριμένη διαφήμιση:

Κατά τη διάρκεια μετάδοσης της εκπομπής «JOIN US» την 29.5.2019 μεταξύ 18.06 και 19.59 διαπιστώθηκε:

ι) Προβολή ενδυμάτων και σήματος «Tommy Hilfiger»

Προβλήθηκε ένθετο με θέμα τις καλύτερες ανδρικές εμφανίσεις για το καλοκαίρι του 2016. Η παρουσιάστρια της εκπομπής μετέβη στο κατάστημα ανδρικών ενδυμάτων «Tommy Hilfiger» στο «Golden Hall», όπως προκύπτει από την αναγραφή επί της οθόνης στο τέλος της εκπομπής λεζάντας με την τοποθεσία όπου πραγματοποιήθηκε η εκπομπή: «Location Tommy Hilfiger, Golden Hall». Προς το τέλος του ένθετου έγινε κοντινό πλάνο στο σήμα «Tommy Hilfiger» σε ετικέτα ενδύματος, σε πλεκτό πουλόβερ της εταιρίας και σε πακέτο εσωρούχων αυτής. Τέλος, λίγο πριν ολοκληρωθεί η εκπομπή προβλήθηκαν μπλούζες κρεμασμένες σε κρεμάστρες πάνω στις οποίες αναγραφόταν με μεγάλα κεφαλαία γράμματα το σήμα «HILFIGER».

Η κατά τον προαναφερθέντα τρόπο κατά τη διάρκεια της εκπομπής προβολή του εν λόγω σήματος με το πρόσχημα της ενημέρωσης του κοινού, στόχευε στην συγκεκριμένη προβολή των επίμαχων αγαθών και είχε ουσιαστικώς διαφημιστικό χαρακτήρα. Τουτοιούτως δε, οι συγκεκριμένες παρουσιάσεις κατέλυαν την συντακτική ανεξαρτησία του παρόχου του προγράμματος και προκαλούσαν σύγχυση στο κοινό ως προς τον ενημερωτικό ή εμπορικό χαρακτήρα των προβαλλόμενων.

ιι) Προβολή κολάρου «FUTURO»

Η παρουσιάστρια της εκπομπής είχε ως καλεσμένο έναν φυσιοθεραπευτή, με τον οποίο συζήτησε για το αυχενικό σύνδρομο. Κατά τη διάρκεια της συζήτησης προβλήθηκε η συσκευασία του ειδικού κολάρου «Futuro» για αυχενικό σύνδρομο της εταιρίας «3M» ο διακριτικός τίτλος της οποίας ήταν τοποθετημένος σταθερά ως «φόντο» πίσω από την παρουσιάστρια και προβαλλόταν όταν η κάμερα εστίαζε σ'

αυτόν. Το κολάρο «Futuro» προβλήθηκε και σε κοντινό πλάνο μόνο του, ενώ εμφανίστηκε και η εξής λεζάντα: «ΕΝΑ ΕΙΔΙΚΟ ΚΟΛΑΡΟ ΘΑ ΣΕ ΒΟΗΘΗΣΕΙ». Επίσης, στο τέλος της εκπομπής ο φυσιοθεραπευτής κρατούσε στα χέρια του μία συσκευασία από αυτό το κολάρο (έγινε κοντινό πλάνο στο σήμα του), επέδειξε πώς αυτό τοποθετείται – εφαρμόζει, χρησιμοποιώντας ως μοντέλο την παρουσιάστρια της εκπομπής και προβλήθηκε η διεύθυνση της εταιρείας στο facebook: «facebook.com/futuro».

Παρόλο που η συζήτηση της παρουσιάστριας με τον φυσιοθεραπευτή για το αυχενικό σύνδρομο εμφανιζόταν ότι είχε ως στόχο την ενημέρωση των τηλεθεατών για ένα σύνηθες πρόβλημα υγείας, η κατά τη διάρκεια της εκπομπής προβολή της συσκευασίας του ειδικού κολάρου «Futuro», της διεύθυνσης της εταιρείας στο facebook και η δοκιμή του συγκεκριμένου κολάρου από την παρουσιάστρια δεν ήταν αναγκαία για την ενημέρωση του κοινού και είχαν προφανή στόχο την εμπορική προβολή της πώλησης του προϊόντος αυτού, δηλαδή την διαφήμισή του.

ιι) Προβολή προϊόντων και καταστημάτων «PUBLIC»

Σε ένα τμήμα της εκπομπής μεταδόθηκαν εικόνες από το εσωτερικό του καταστήματος «PUBLIC» και παρουσιάστηκαν εικόνες της κεντρικής εισόδου του καταστήματος και της επιγραφής του «PUBLIC» Επίσης, έγιναν κοντινά πλάνα στα εξής προϊόντα: α) σε επιτραπέζια παιχνίδια, στις σελίδες ενός βιβλίου, στο εξώφυλλο και στον τίτλο αυτού, β) σε τηλεκατευθυνόμενο όχημα «Starwars», γ) στο επιτραπέζιο «ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΟ» και δ) σε δεύτερο τηλεκατευθυνόμενο όχημα «Starwars».

Η εμφάνιση της επιγραφής του καταστήματος «PUBLIC» και η προβολή των προαναφερθέντων παιχνιδιών κατά τη διάρκεια μετάδοσης του ένθετου της εκπομπής συνιστούσε συγκεκριμένη διαφήμιση, γιατί διαπλέχθηκε με το πρόγραμμα, με αποτέλεσμα την πρόκληση σύγχυσης στον τηλεθεατή ως προς τον ενημερωτικό ή διαφημιστικό χαρακτήρα του μεταδιδόμενου μηνύματος.

ιγ) Προβολή διαφημιστικού μηνύματος του περιοδικού «DOWN TOWN»

Κατά τη διάρκεια της εκπομπής μεταδόθηκε εμβόλιμα τέσσερις (4) φορές μήνυμα του περιοδικού «Down Town», με προβολή εικόνων από σελίδες του περιοδικού και στο τέλος εμφανίστηκε η λεζάντα: «Κάθε Πέμπτη στα περίπτερα. «Το Down Town»

κυκλοφορεί πάλι κάθε Πέμπτη στα περίπτερα». Παρόλο που το περιοδικό «Down Town» εμπεριέχεται στη λίστα των προϊόντων που έχουν τοποθετηθεί στην εκπομπή, εσφαλμένα, χαρακτηρίστηκε η προβολή του ως τοποθέτηση προϊόντος, δεδομένου ότι από το περιεχόμενό του και τον τρόπο παρουσίασής του (μη ενσωμάτωσή του στη φυσική ροή του προγράμματος) προκύπτει ότι το μήνυμα αυτό συνιστά διαφημιστικό μήνυμα του περιοδικού «Down Town». Η προβολή του μηνύματος διέκοψε τη φυσική ροή του προγράμματος, χωρίς να μεταδοθεί ειδικό οπτικό ή ηχητικό σήμα για τη διάκριση του μεταδιδόμενου προγράμματος και την σχετική ενημέρωση των τηλεθεατών ως προς τον διαφημιστικό χαρακτήρα του μηνύματος κατά παραβίαση των άρθρων 20 παρ. 1 και 10 παρ. 1 α εδ. α του Π.Δ. 109/2010.

γ) Ως προς την διαφήμιση ιατρών:

Κατά τη μετάδοση της εκπομπής «JOIN US» την 29.5.2019 μεταξύ 18.06 και 19.59 προβλήθηκε ένθετο για την πλαστική αισθητική χειρουργική και συγκεκριμένα την υψηλής ευκρίνειας λιποαναρρόφηση. Καλεσμένος ήταν ένας πλαστικός χειρουργός, ο οποίος εξήγησε την τεχνική που χρησιμοποιεί για την αφαίρεση λίπους, με προβολή και σχετικών φωτογραφιών. Ο γιατρός ανέφερε πληροφορίες για την επέμβαση και τα εξαιρετικά αποτελέσματα αυτής.

Κατά την έναρξη του ένθετου εμφανίστηκε η παρουσιάστρια της εκπομπής στο χώρο της κλινικής πλαστικής χειρουργικής «ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ» και πίσω στο φόντο υπήρχε επιγραφή «ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ». Προβλήθηκε σε λεζάντα η ιστοσελίδα του γιατρού «www.dr boukouvalas.gr» και λεζάντα στο κάτω και αριστερό τμήμα της οθόνης: «ΚΑΝΕ ΛΙΠΟΑΝΑΡΡΟΦΗΣΗ ΥΨΗΛΗΣ ΕΥΚΡΙΝΕΙΑΣ ΓΙΑ ΕΝΑ ΤΕΛΕΙΟ ΣΩΜΑ». Στο τέλος της εκπομπής εμφανίστηκε η ένδειξη: «Location ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ. Πλαστική χειρουργική ιατρική αισθητική».

Σκοπός της παρουσίασης ιατρικών θεμάτων είναι πρωτίστως η ενημέρωση του κοινού. Εν προκειμένω, η αναλυτική και λεπτομερής παρουσίαση και επεξήγηση στο κοινό της διαδικασίας της συγκεκριμένης τεχνικής λιποαναρρόφησης από τον συμμετέχοντα στην εκπομπή ιατρό, η προβολή φωτογραφιών ασθενών του, η προβολή της διεύθυνσης της ιστοσελίδας του και η επιγραφή της χειρουργικής του κλινικής αποτελούν πληροφορίες που υπερέβαιναν προφανώς το αναγκαίο μέτρο για την ενημέρωση του κοινού και η παρουσίασή τους υπέκρυπτε διαφημιστικό σκοπό, καταλήγοντας σε προβολή της παρεχόμενης ιατρικής υπηρεσίας. Εξάλλου, η

συγκεκριμένη παρουσίαση συνιστούσε συγκεκριαλυμμένη διαφήμιση, υπό την προεκτεθείσα έννοια, επειδή διαπλέχθηκε με το πρόγραμμα και προκάλεσε στον τηλεθεατή σύγχυση ως προς τον ενημερωτικό ή μη χαρακτήρα της.

δ) Ως προς την χορηγία:

Κατά τη μετάδοση της εκπομπής «X- FACTOR» την 27.5.2019 μεταξύ 21.20 και 01.07 εμφανίστηκαν τα σήματα των χορηγών της εκπομπής «COSMOTE» (111 φορές), «ΒΙΚΟΣ COLA» (6 φορές), SYOSS (4 φορές), «SMART FOR FOUR» (48 φορές). Η προβολή των σημάτων των χορηγών της εκπομπής έγινε περισσότερες από μία φορά κατά τη διάρκεια της εκπομπής κατά παραβίαση του άρθρου 11 παρ. 1 γ του Π.Δ. 109/2010.

III. Υπαγωγή

Ενόψει όλων των ανωτέρω, καθίσταται σαφές ότι ο σταθμός της εγκαλουμένης, παραβίασε - εκ προθέσεως - τις αναφερόμενες στο νομικό μέρος της παρούσας διατάξεις. Επομένως, πρέπει να επιβληθεί στην εγκαλούμενη εταιρεία διοικητικές κυρώσεις και δη: πρόστιμο για (εξακολουθητική) α) τοποθέτηση προϊόντων, β) συγκεκριαλυμμένη διαφήμιση και γ) διαφήμιση ιατρών και σύσταση για χορηγία.

Με βάση δε τη βαρύτητα των παραβάσεων, το κοινώς γνωστό μερίδιο τηλεθέασης του συγκεκριμένου τηλεοπτικού σταθμού (όπως προκύπτει από τα τηρούμενα στο ΕΣΡ στοιχεία) και την εθνική εμβέλεια του εν λόγω σταθμού, κρίνεται ότι το επιβλητέο πρόστιμο είναι εκείνο των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για την τοποθέτηση προϊόντων, των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για την συγκεκριαλυμμένη διαφήμιση και των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για την διαφήμιση ιατρού.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης δέχεται ότι ο σταθμός της εγκαλουμένης παραβίασε - εκ προθέσεως - τη ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία ως προς α) την τοποθέτηση προϊόντων, β) τη συγκεκριαλυμμένη διαφήμιση, γ) τη διαφήμιση ιατρών και δ) τη χορηγία, κατά τα αναφερόμενα στο σκεπτικό.

Επιβάλλει στην εταιρεία με την επωνυμία ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΝΤΟΤ ΚΟΜ ΑΝΩΝΥΜΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ & ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ, ιδιοκτήτρια του τηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΙ: 1) τη διοικητική κύρωση του προστίμου των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για τοποθέτηση προϊόντων, 2) τη διοικητική κύρωση του προστίμου των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για συγκεκριαλυμμένη διαφήμιση, 3) τη διοικητική κύρωση του προστίμου των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για διαφήμιση ιατρού και 4) τη διοικητική κύρωση της συστάσεως: να τηρεί τους κανόνες της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας σχετικά με τη χορηγία.

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 ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΝΤΟΤ ΚΟΜ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ, που εδρεύει στο Φάληρο, στην οδό Εθνάρχου Μακαρίου και Φαληρέως 2, με ΑΦΜ 998921252, Δ.Ο.Υ. ΦΑΕ Πειραιά.
2. Του Ιωάννη Αλαφούζου του Αριστείδη, κατοίκου Φαλήρου, στην οδό Εθνάρχου Μακαρίου και Φαληρέως 2, με ΑΦΜ 022253837, Δ.Ο.Υ. Κηφισιάς, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.
3. Του Ιωάννη Σπανολιού του Κωνσταντίνου, με ΑΦΜ 007698074, Δ.Ο.Υ. Γλυφάδας, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.
4. Της Ευαγγελίας Κουτσαυτάκη του Κωνσταντίνου, με ΑΦΜ 075618967, Δ.Ο.Υ. Κορυδαλλού, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.

Κρίθηκε και αποφασίστηκε την 20^η Μαΐου 2019 και δημοσιεύτηκε την 7^η Ιουλίου 2020.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Ε.Σ.Ρ.

Η ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΟΜΑΝΟΣ

ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΜΑΡΑΖΙΔΟΥ