

ΑΝΑΡΤΗΤΕΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ**Α Π Ο Φ Α Σ Η
165/2019**

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, ύστερα από πρόσκληση του Προέδρου, συνήλθε στον συνήθη γι' αυτό τόπο την 22.4.2019 και ώρα 10:00, προκειμένου να συζητήσει επί της κατωτέρω υποθέσεως. Συγκροτήθηκε από τους: Αθανάσιο Κουτρομάνο, πρόεδρο, Ξενοφόντα Μορώνη, αντιπρόεδρο και τα μέλη: Δήμητρα Παπαδοπούλου, Γεώργιο Σαρειδάκη, Βασίλειο Καραποστόλη, Ευαγγελία Μήτρου, Γεώργιο Πλειό και Νικόλαο Κιάο. Απόν το μέλος Καλλιόπη Διαμαντάκου, το οποίο είχε προσκληθεί 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 OPEN BEYOND TV (πρώην EPSILON TV), ιδιοκτησίας της εταιρείας με την επωνυμία ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ, αναφορικά με την υπέρβαση του νομίμου χρονικού ορίου μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης ανά ώρα, τη μη σύννομη τοποθέτηση προϊόντος, τη μη τήρηση της αρχής διαχωρισμού των διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης από το λοιπό πρόγραμμα, τη συγκεκαλυμμένη διαφήμιση επιχειρήσεων στη διάρκεια ροής προγράμματος.

Για τον έλεγχο σχηματίστηκε φάκελος με αριθμό 15/25.1.2016, ο οποίος χρεώθηκε στη διοικητική υπάλληλο Κατερίνα Κοντοπούλου και στην ειδική επιστήμονα - νομικό Ρέα Λαμπροπούλου. Η διοικητική υπάλληλος υπέβαλε στο ΕΣΡ τις με αριθμό πρωτοκόλλου 103/ΕΣ/8.2.2016 και 135/ΕΣ/16.2.2016 εκθέσεις καταγραφής των πραγματικών περιστατικών της υπόθεσης. Στην συνέχεια, η ειδική επιστήμονας υπέβαλε στο ΕΣΡ την με αριθμό πρωτοκόλλου 224/ΕΣ/23.3.2016 νομική της εισήγηση.

Κατά τη συζήτηση της υπόθεσης παρέστησαν ο Ιωάννης Λαμπρόπουλος, εκπρόσωπος του σταθμού της εγκαλουμένης, καθώς και οι πληρεξούσιοι δικηγόροι του σταθμού Ιωάννης Νικολόπουλος, Μαρία Μπάρλα και Γιώργος Λαμπριανός. Ερωτηθέντες από τον Πρόεδρο, οι εκπρόσωποι του σταθμού της εγκαλουμένης δήλωσαν ότι γνωρίζουν το περιεχόμενο του φακέλου, 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 17.5.2019 και ώρας 14.00 και η συζήτηση κηρύχθηκε περαιωμένη. Ο σταθμός κατέθεσε στη Γραμματεία το με αριθμό πρωτοκόλλου 2841/17.5.2019 υπόμνημα.

Την 14.10.2019 και ώρα 10.30 η Ολομέλεια συνήλθε σε διάσκεψη επί της υποθέσεως, ύστερα από πρόσκληση του Προέδρου. Συγκροτήθηκε από τους: Αθανάσιο Κουτρομάνο, πρόεδρο και τα μέλη: Καλλιόπη Διαμαντάκου, Βασίλειο Καραποστόλη, Ευαγγελία Μήτρου, Γεώργιο Πλειό και Νικόλαο Κιάο. Από το μέλος Γεώργιος Σαρειδάκης, το οποίο είχε προσκληθεί νομίμως. Ο Πρόεδρος ενημέρωσε αναλυτικά την απύσα κατά την συζήτηση Καλλιόπη Διαμαντάκου αναγιγνώσκοντας το υπόμνημα της εγκαλουμένης και το σύνολο των λοιπών εγγράφων του φακέλου για την υπόθεση. Χρή 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 Ανεξάρτητη 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.
2. Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ. 1α του Ν. 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών(που τροποποιήθηκε με το Ν. 3587/2007 και εφαρμόζεται βάσει του άρθρου 3 § 17 του Ν. 2328/1995) «διαφήμιση κατά την έννοια του παρόντος νόμου είναι κάθε ανακοίνωση που γίνεται με κάθε μέσο στα πλαίσια εμπορικής,

βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων».

3. Στο άρθρο 2 παρ. 1 περ. η' του Π.Δ. 109/2010 δίνεται ο ορισμός της οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης: «εικόνες με ή χωρίς ήχο που προορίζονται για άμεση ή έμμεση προώθηση εμπορευμάτων, υπηρεσιών ή της εικόνας ενός φυσικού ή νομικού προσώπου που ασκεί οικονομική δραστηριότητα. Οι εικόνες αυτές συνοδεύουν ή περιλαμβάνονται σε πρόγραμμα έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος ή για λόγους αυτοπροβολής. Μορφές οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης συνιστούν ιδίως η τηλεοπτική διαφήμιση, η χορηγία, η τηλεπώληση και η τοποθέτηση προϊόντος».

4. Κατά το άρθρο 10 παρ. 1 περ. α' του Π.Δ. 109/2010 «οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις οφείλουν να αναγνωρίζονται εύκολα ως τέτοιες».

5. Κατά το άρθρο 20 παρ. 1 του ως άνω προεδρικού διατάγματος «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».

6. Κατά το άρθρο 23 παρ. 1 του Π.Δ. 109/2010 «η αναλογία του χρόνου μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης μέσα σε κάθε δεδομένη ωρολογιακή ώρα δεν πρέπει να υπερβαίνει το 20%».

7. Το άρθρο 2 περ. ιγ' του Π.Δ. 109/2010 σχετικά με τους ορισμούς, αναφέρει ως τοποθέτηση προϊόντος: «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».

8. Κατά το άρθρο 12 παρ. 1 του αυτού ως άνω προεδρικού διατάγματος «η τοποθέτηση προϊόντος απαγορεύεται». Στην παρ. 2 του αυτού άρθρου ορίζεται ότι «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 περιεχόμενο 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».

9. Στην παρ. 5 εδ. α' και β' του αυτού άρθρου αναφέρεται ότι «οι πάροχοι υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων οφείλουν να ενημερώνουν τους θεατές ευκρινώς για την ύπαρξη τοποθέτησης προϊόντος. Προγράμματα τα οποία περιλαμβάνουν τοποθέτηση προϊόντος πρέπει να επισημαίνονται καταλλήλως κατά την έναρξη, το τέλος καθώς και μετά από κάθε διακοπή του προγράμματος για την αποφυγή οποιασδήποτε σύγχυσης εκ μέρους των θεατών».

10. Κατά το άρθρο 2 παρ. 1 περ. ι' του ανωτέρω προεδρικού διατάγματος συγκεκριμένη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση είναι «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».

11. Κατά το άρθρο 10 παρ. 1 περ. α' εδ. β' του Π.Δ. 109/5.11.2010 «απαγορεύονται οι συγκεκριμένες οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις».

12. Τέλος, κατά τα στοιχεία β και ε της παραγράφου 1 του άρθρου 4 του Ν. 2863/2000, το Ε.Σ.Ρ 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. Όπως προκύπτει περαιτέρω από το άρθρο 4 παρ. 1 στοιχείο α του Ν. 2328/1995, η ως άνω αρμοδιότητα επιβολής διοικητικών κυρώσεων υφίσταται και για κάθε περίπτωση παραβίασης των νομοθετικών κανόνων που διέπουν τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς και γενικότερα τη λειτουργία της ραδιοτηλεόρασης.

Από τις διατάξεις αυτές συνάγεται: α) Ότι βαρύνουσα σημασία έχει η προστασία των καταναλωτών, δηλαδή των τηλεθεατών (επί τη βάση του άρθρου 3 παρ. 17 Ν.

2328/1995). β) Ότι οι δραστηριότητες προώθησης επιχειρήσεων, προϊόντων και υπηρεσιών μέσω των διαφημιστικών μηνυμάτων και των μηνυμάτων τηλεπώλησης πρέπει να διακρίνονται από άλλα προγράμματα και να είναι σαφώς αναγνωρίσιμες από τους τηλεθεατές-καταναλωτές καθώς η προστασία αυτών από την υπερβολική διαφήμιση αποτελεί ουσιώδη πτυχή του σκοπού της ευρωπαϊκής νομοθεσίας(απόφ. ΔΕΕ της 18.10.2007-υπόθ. C-195/06).

γ) Ότι «δεν επιτρέπεται στα κράτη μέλη να μειώνουν προς όφελος στοιχείων διαφημιστικού χαρακτήρα, τον ελάχιστο χρόνο καθαρού προγράμματος ο οποίος πρέπει να διατίθεται για τη μετάδοση προγραμμάτων ή λοιπού συντακτικού περιεχομένου, πέραν του 80% κάθε ωρολογιακής ώρας» (απόφ. ΔΕΕ της 17.2.2016-υπόθ. C-314/14, σημ. 60) και ότι είναι απαραίτητο η αναλογία του χρόνου μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης μέσα σε κάθε δεδομένη ωρολογιακή ώρα να μην υπερβαίνει το 20%, ήτοι τα 12' που είναι το ανώτατο επιτρεπόμενο όριο (ΣτΕ 822/2018, 1258/2015, 636/2017, 827/2018).

δ) Ότι η τοποθέτηση προϊόντος αποτελεί μορφή οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης που προορίζεται για άμεση ή έμμεση προώθηση εμπορευμάτων, υπηρεσιών ή της εικόνας ενός προσώπου που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, διακρίνεται δε από τις λοιπές οπτικοακουστικές ανακοινώσεις καθώς η προβολή και η αναφορά του προϊόντος πρέπει να είναι ενσωματωμένη στη φυσική ροή και δράση του προγράμματος, να αποτελεί τμήμα της πλοκής του και να είναι οργανικά συνδεδεμένη με αυτό. Ταυτόχρονα δεν πρέπει να υπάρχει ευθεία προτροπή σε αγορά του ούτε υπερβολική προβολή του(ΣτΕ 988/2017, 4586/2015). Τοποθέτηση προϊόντος επιτρέπεται σε κινηματογραφικά ή τηλεοπτικά έργα και σειρές, σε αθλητικά και σε ελαφράς ψυχαγωγίας προγράμματα. Εξ αυτού συνάγεται περαιτέρω ότι δεν επιτρέπεται τοποθέτηση προϊόντος σε ενημερωτικές εκπομπές, για την τοποθέτηση δε προϊόντος οι τηλεθεατές πρέπει να ενημερώνονται ευκρινώς(ΣτΕ 201/2016).

ε) Για να υπάρχει συγκεκριμένη διαφήμιση μιας επιχείρησης πρέπει αυτή να γίνεται σκοπίμως από το ραδιοτηλεοπτικό φορέα με διαφημιστικό σκοπό και να ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό όσον αφορά τον χαρακτήρα αυτής της

παρουσίασης, η δε παρουσίαση θεωρείται ότι γίνεται σκοπίμως όταν γίνεται έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος.

Διαφημιστικός σκοπός μπορεί να υφίσταται και στην περίπτωση ελλείψεως αμοιβής ή άλλου αναλόγου ανταλλάγματος σε σχέση με διαφήμιση(ΔΕΕ απόφ. 9.6.2011, C-52/2010, σκέψεις 18 επόμε.), το ενδεχόμενο δε παραπλάνησης ως προς το χαρακτήρα παρουσίασης επιχείρησης εν μέσω εκπομπής, λαμβανομένων υπόψη των συνθηκών σε συνδυασμό με τα δεδομένα της κοινής πείρας, αναφέρεται στο ευρύ τηλεοπτικό κοινό προς το οποίο απευθύνεται η παρουσίαση(ΣτΕ 2646 και 2647/2006, 1028/2012).

Η συγκεκριμένη διαφήμιση γίνεται αντιληπτή υποχρεωτικά από τους καταναλωτές[τηλεθεατές ή/και ακροατές] που παρακολουθούν το πρόγραμμα στο οποίο είναι ενσωματωμένη δίνοντας την εντύπωση ενημέρωσης(ΣτΕ 888/2015, 4586/2015, 4977/2014, 201 και 202/2016, 1360/2017, 1424/2017, 3814/2014, 4421/2014).

Ο ισχυρισμός της εγκαλούσας περί παρόδου χρόνου υπέρ το εύλογο μεταξύ της διάπραξης της παράβασης και της έκδοσης της διοικητικής πράξης από το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης(αρχή χρηστής διοίκησης και δικαιολογημένης/προστατευομένης εμπιστοσύνης του διοικούμενου) δεν γίνεται δεκτός καθώς η αρχή της προστατευομένης εμπιστοσύνης δεν έχει εφαρμογή προκειμένου περί επιβολής διοικητικής κύρωσης για παράβαση νόμου(ΣτΕ 3915 και 3918/2011, 3920/2006, 332/2017), δεν θεσπίζεται από τις σχετικές διατάξεις συγκεκριμένη αποκλειστική προθεσμία εντός της οποίας το Ε.Σ.Ρ. υποχρεούται να ασκήσει την αρμοδιότητα του να επιβάλει κύρωση(ΣτΕ 2358/2013, 2775/2017, 2758/2015) και δεν δημιούργησε το Ε.Σ.Ρ. με θετική ενέργεια του στον διοικούμενο τη σταθερή και εύλογη πεποίθηση ότι ορισμένη συμπεριφορά του είναι νόμιμη(ΣτΕ 37/2019, 2674/2013).

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: Στη διάρκεια ροής προγράμματος της 23.12.2015 που

μεταδόθηκε από τον τηλεοπτικό σταθμό EPSILON TV(νυν OPEN BEYOND TV)από ώρα 12.00΄ έως 24.00΄ διαπιστώθηκαν τα ακόλουθα:

α) η αναλογία του χρόνου μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης σε κάθε δεδομένη ωρολογιακή ώρα υπερέβαινε το 20%, ήτοι τα 12΄ ανά ώρα στις εξής περιπτώσεις:

-12.00΄-13.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 13΄(υπέρβαση 1΄)

-14.00΄-15.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 14΄(υπέρβαση 2΄)

-15.00΄-16.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 23΄(υπέρβαση 11΄)

-17.00΄-18.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 14΄(υπέρβαση 2΄)

-18.00΄-19.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 13΄(υπέρβαση 1΄)

-21.00΄-22.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 40΄(υπέρβαση 28΄)

-22.00΄-23.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 25΄(υπέρβαση 13΄)

-23.00΄-24.00΄:διάρκεια διαφημίσεων και μηνυμάτων τηλεπώλησης 21΄(υπέρβαση 9΄)

β) Στη διάρκεια της υπό έλεγχο 12ωρης ροής προγράμματος μεταδόθηκαν: η ποικίλης ύλης εκπομπή «Namaste» στο τέλος της οποίας αναγράφηκε «η εκπομπή περιείχε τοποθέτηση προϊόντος» χωρίς να επισημαίνεται σε ποια προϊόντα υπήρξε τοποθέτηση. Επίσης μεταδόθηκε η ενημερωτική εκπομπή «Tatiana Live» στην αρχή και στο τέλος της οποίας αναγράφηκε «η εκπομπή περιέχει τοποθέτηση προϊόντος». Η εκπομπή ήταν δημοσιογραφική με στοιχεία πολιτικής επικαιρότητας για την οποία δεν επιτρέπεται τοποθέτηση προϊόντος.

γ) Στη διάρκεια της εκπομπής «Namaste» και εντός της ροής της προβλήθηκε από την παρουσιάστρια τρεις φορές το μήνυμα τηλεπώλησης της κρέμας Versace 19.69 με αναφορά τηλεφωνικής γραμμής και τιμής αγοράς του προϊόντος κατά τρόπο που διαφήμιζε το προϊόν, επαινούσε τις ιδιότητες του και προέτρεπε στην αγορά του. Με τον ίδιο τρόπο η παρουσιάστρια πρόβαλε τρεις φορές στη διάρκεια της εκπομπής το μήνυμα τηλεπώλησης του υγρού πόσιμου κολλαγόνου της εταιρείας Versace 19.69. Επίσης προβλήθηκε δύο φορές εντός της εκπομπής το μήνυμα τηλεπώλησης μηχανής εσπρέσο της εταιρείας Water Fresh Hellas και διαφημιστικό μήνυμα της εταιρείας Βασιλόπουλος. Στη διάρκεια της εκπομπής «Tatiana Live» και εντός της ροής της

προβλήθηκε από την παρουσιάστρια δύο φορές το μήνυμα τηλεπώλησης του υγρού πόσιμου κολλαγόνου της εταιρείας Versace 19.69 κατά τρόπο που διαφήμιζε το προϊόν, επαινούσε τις ιδιότητες του και προέτρεπε στην αγορά του. Τέλος στη διάρκεια της εκπομπής ποικίλης ύλης «Parole» και εντός της ροής της προβλήθηκε από την παρουσιάστρια μήνυμα τηλεπώλησης της σόμπας Kumtel με αναφορά τηλεφωνικής γραμμής και τιμής αγοράς του προϊόντος κατά τρόπο που διαφήμιζε το προϊόν, επαινούσε τις ιδιότητες του και προέτρεπε στην αγορά του.

Εξάλλου τα προϊόντα (η κρέμα, το υγρό πόσιμο κολλαγόνο, η μηχανή εσπρέσο και τα τρόφιμα Βασιλόπουλου) των εταιρειών ουδόλως ενσωματώνονταν στη φυσική ροή του προγράμματος, ούτε ήταν οργανικά συνδεδεμένα με αυτό, ενώ υπήρχε ευθεία προτροπή σε αγορά αυτών και υπερβολική προβολή τους. Επίσης δεν υπήρχε καμία ενημέρωση για ποια προϊόντα υπήρχε τοποθέτηση.

δ) Στη διάρκεια της εκπομπής «Namaste» είναι καλεσμένη στο στούντιο εκπρόσωπος της εταιρείας Medi Jeunesse που συζητά με την παρουσιάστρια και τους συνεργάτες της προβάλλοντας την εταιρεία, παρουσιάζοντας αναλυτικά τις υπηρεσίες που παρέχει και προσφέροντας μια μέθοδο αδυνατίσματος σε πιο προσιτή τιμή με αναγραφή τηλεφωνικής γραμμής. Ο τρόπος παρουσίασης της εταιρείας δίνει την εντύπωση ενημέρωσης, αλλά αποτελεί προφανές συγκεκαλυμμένο μήνυμα τηλεπώλησης. Στη διάρκεια της εκπομπής «Tatiana Live» η παρουσιάστρια, με αφορμή την προσφορά ως δώρου μέσω tweeter ενός κινητού τηλεφώνου της εταιρείας Huawei, συνομιλεί με τη διευθύντρια μάρκετινγκ της εταιρείας η οποία προβάλλει την εταιρεία και τις θετικές ιδιότητες του κινητού. Η παρουσιάστρια θέτει διευκρινιστικά ερωτήματα συμβάλλοντας στην παροχή περισσότερης πληροφόρησης σχετικά με το κινητό τηλέφωνο. Ο τρόπος παρουσίασης της εταιρείας δίνει την εντύπωση ενημέρωσης, αλλά αποτελεί συγκεκαλυμμένη διαφήμιση αυτής.

III. Υπαγωγή

Ενόψει όλων αυτών, καθίσταται σαφές ότι η εγκαλούμενη εταιρεία παραβίασε - εκ προθέσεως - τις αναφερόμενες στο νομικό μέρος της παρούσας διατάξεις. Επομένως, πρέπει να επιβληθούν στην εγκαλουμένη διοικητικές κυρώσεις και δη αυτή του προστίμου και αυτή της σύστασης.

Περαιτέρω, με βάση τη βαρύτητα των παραβάσεων και το κοινώς γνωστό μερίδιο τηλεθέασης του συγκεκριμένου τηλεοπτικού σταθμού, κρίνεται ότι για τη μη τήρηση του επιτρεπόμενου χρονικού ορίου διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης ανά ώρα το επιβλητέο πρόστιμο είναι εκείνο των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ. Για τον μη σύννομο τρόπο τοποθέτησης προϊόντος κρίνεται ότι πρέπει να επιβληθεί σύσταση, για τη μη τήρηση της αρχής του διαχωρισμού διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης από το λοιπό πρόγραμμα επιβλητέα κύρωση είναι η σύσταση, ομοίως δε και για τη συγκεκριμενισμένη διαφήμιση και το συγκεκριμενισμένο μήνυμα τηλεπώλησης.

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 υποχρέωση τήρησης του νομίμου ορίου διαφημιστικού χρόνου ανά ώρα, β) την τοποθέτηση προϊόντων γ) τον διαχωρισμό διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης από το λοιπό πρόγραμμα και δ) τη συγκεκριμενισμένη διαφήμιση και το συγκεκριμενισμένο μήνυμα τηλεπώλησης.

Επιβάλλει στην εταιρεία με την επωνυμία ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ, ιδιοκτήτρια του τηλεοπτικού σταθμού OPEN BEYOND TV(πρώην EPSILON TV) α) τη διοικητική κύρωση του προστίμου των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ για μη τήρηση της υποχρέωσης του νομίμου ορίου διαφημιστικού χρόνου ανά ώρα β) τη διοικητική κύρωση τη σύστασης όπως αποφεύγει ο σταθμός στο μέλλον να μεταδίδει μη σύννομη τοποθέτηση προϊόντος γ) τη διοικητική κύρωση τη σύστασης όπως αποφεύγει ο σταθμός στο μέλλον τον μη διαχωρισμό διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης από το λοιπό πρόγραμμα και δ) τη διοικητική κύρωση της σύστασης όπως αποφεύγει ο σταθμός στο μέλλον να μεταδίδει συγκεκριμενισμένη διαφήμιση και συγκεκριμενισμένο μήνυμα τηλεπώλησης.

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 εκτελεστική κατά:

1. Της εταιρείας ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ, που εδρεύει στο Κορωπί Αττικής, στο 2^ο χλμ. Λεωφ. Παιανίας-Μαρκοπούλου , με ΑΦΜ 094249653, Δ.Ο.Υ. ΦΑΕ Αθηνών.
2. Του Ιωάννη Καλημέρη του Εδουάρδου, με ΑΦΜ 028125760, Δ.Ο.Υ. Ψυχικού, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.
3. Της Μποροντίνα Λιουντμίλα (Borodina Liudmila) του Αλεξάντερ (Aleksandr) με ΑΦΜ 173311781, ΔΟΥ Κατοίκων Εξωτερικού, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.

Κρίθηκε και αποφασίστηκε την 14^η Οκτωβρίου 2019 και δημοσιεύτηκε την 4^η Νοεμβρίου 2019.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Ε.Σ.Ρ.

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΟΜΑΝΟΣ

Η ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΜΑΡΑΖΙΔΟΥ