

ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

ΑΠΟΦΑΣΗ

67/2024

Η Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, ύστερα από πρόσκληση της Προέδρου, συνήλθε σε συνεδρίαση στον συνήθη γι' αυτό τόπο την 12.3.2024 και ώρα 11:00 προκειμένου να συζητήσει επί της κατωτέρω υποθέσεως. Συγκροτήθηκε από τους: Ευτέρπη Κουτζαμάνη-Δρίλια, πρόεδρο, Ιωάννη Πολίτη, αντιπρόεδρο, και τα μέλη: Σωκράτη Τσιχλιά (με τηλεδιάσκεψη μέσω «epresence.gov.gr»), Δημήτριο Σταυρόπουλο, Ευτύχιο Παλλήκαρη (με τηλεδιάσκεψη μέσω «epresence.gov.gr»), Σπυρίδωνα Χρυσοφώτη (με τηλεδιάσκεψη μέσω «epresence.gov.gr»), Πέτρο Τριανταφυλλίδη, Γεώργιο Βλαβιανό και Ιωάννη Μιχελάκη. Χρέη γραμματέως εκτέλεσε η Αναστασία Μαραζίδου, διοικητική υπάλληλος του ΕΣΡ.

Αντικείμενο της συζήτησης ήταν η ενδεχόμενη παραβίαση της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας από τον ενημερωτικό τηλεοπτικό σταθμό εθνικής εμβέλειας με τον διακριτικό τίτλο «OPEN BEYOND», ιδιοκτησίας της εταιρείας με την επωνυμία «ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ», αναφορικά με διατάξεις περί προβολής παραπλανητικής διαφήμισης, κατά τη διάρκεια της εκπομπής με τίτλο «Αννίτα Κοίτα» που μεταδόθηκε στις 22.11.2020. Η υπόθεση εξετάζεται ύστερα από την με αριθμ. πρωτ. ΕΣΡ 5278/24.11.2020 καταγγελία πολίτη.

Για τον έλεγχο σχηματίστηκε φάκελος με αριθμό 388/30.11.2020 ο οποίος ανατέθηκε στην ειδική επιστήμονα-νομικό Χάρις Τσίγκου. Η Ειδική Επιστήμων υπέβαλε την με αριθμό πρωτοκόλλου 876/ΕΣ/29.9.2022 νομική της εισήγηση.

Κατά τη συζήτηση της υπόθεσης, για λογαριασμό της εγκαλουμένης εταιρείας, παρέστη ο πληρεξούσιος δικηγόρος της Ιωάννης Νικολόπουλος. Ερωτηθείς από την Πρόεδρο, ο 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 29.3.2024, ώρα 14.00, και η συζήτηση κηρύχθηκε περαιωμένη. Η

εγκαλουμένη εταιρεία κατέθεσε στη Γραμματεία του ΕΣΡ το με αριθμό πρωτοκόλλου 1688/28.3.2024 υπόμνημα.

Την 8.4.2024 και ώρα 11.00 η Ολομέλεια συνήλθε σε διάσκεψη επί της υποθέσεως, ύστερα από πρόσκληση της Προέδρου. Συγκροτήθηκε από τους: Ευτέρπη Κουτζαμάνη-Δρίλια, πρόεδρο, Ιωάννη Πολίτη, αντιπρόεδρο, και τα μέλη: Σωκράτη Τσιχλιά (με τηλεδιάσκεψη μέσω «epresence.gov.gr»), Δημήτριο Σταυρόπουλο (με τηλεδιάσκεψη μέσω «epresence.gov.gr»), Σπυρίδωνα Χρυσοφώτη (με τηλεδιάσκεψη μέσω «epresence.gov.gr»), Πέτρο Τριανταφυλλίδη, Γεώργιο Βλαβιανό και Ιωάννη Μιχελάκη. Απόν το μέλος Ευτύχιος Παλλήκαρης, 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 προφορικά και στη συνέχεια 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 σε περίπτωση 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».

3. 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 παρ. 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».

4. Στο άρθρο 2 παρ. 1 περ. η' του ΠΔ/τος 109/2010 δίδεται 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».

5. Στο ίδιο ως άνω άρθρο 2 παρ. 1 περ. θ' του ΠΔ/τος 109/2010 δίνεται ο ορισμός της τηλεοπτικής διαφήμισης: «Κάθε μορφή τηλεοπτικής ανακοίνωσης που μεταδίδεται έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος ή για λόγους αυτοπροβολής από μια δημόσια ή ιδιωτική επιχείρηση (ΝΠΔΔ ή ΝΠΙΔ) 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».

6. Το άρθρο 9α 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 9γ παρ. 1 του ίδιου νόμου ορίζει: «Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές». Το άρθρο 9γ παρ. 4 του ίδιου νόμου ορίζει: «Εμπορικές πρακτικές είναι αθέμιτες, ιδίως όταν είναι παραπλανητικές ...». Το άρθρο 9ε παρ. 1 του ίδιου νόμου ορίζει: «1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.» Περαιτέρω και ειδικώς αναφορικά με τις παραπλανητικές παραλείψεις, στην παράγραφο 2 του άρθρου 9ε παρ. 1 του ίδιου νόμου ορίζεται: «Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο προμηθευτής αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου κατά τα αναφερόμενα στην παράγραφο 1, ή όταν δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι ήδη προφανής από το συγκεκριμένο πλαίσιο και όταν, και στις δύο αυτές περιπτώσεις, τούτο έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει». Τέλος, το άρθρο 9ε παρ. 4, γ' (παραπλανητικές παραλείψεις) του ίδιου νόμου προβλέπει: «Στην περίπτωση της πρόσκλησης για αγορά, θεωρούνται ουσιώδεις οι ακόλουθες πληροφορίες, αν δεν είναι ήδη προφανείς από το συγκεκριμένο πλαίσιο: γ) η τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων ή αν, λόγω της φύσεως του προϊόντος, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή, και, όπου ενδείκνυται, όλες οι πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις ευλόγως δεν μπορούν να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις».

7. Εκτός των ανωτέρω διατάξεων του Ν. 2251/1994 περί προστασίας καταναλωτών, που απαγορεύει τις παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές, η ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία περιέχει τις εξής ειδικές διατάξεις που απαγορεύουν την παραπλάνηση του κοινού κατά τη μετάδοση διαφημίσεων: α) Το άρθρο 2 περ. δ' του Κανονισμού 3/1991 του ΕΣΡ (Κώδικας Δεοντολογίας Διαφημίσεων) ορίζει ως «παραπλανητική

διαφήμιση»: «Κάθε διαφήμιση που με οποιοδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της παρουσιάσεώς της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στων οποίων τη γνώση περιέρχεται και που εξαιτίας του απατηλού χαρακτήρα της είναι ικανή να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ...». β) Το άρθρο 4 παρ. 1 του ίδιου ως άνω Κανονισμού 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). γ) Το άρθρο 5 παρ. 1, α' του ίδιου ως άνω Κανονισμού προβλέπει: «Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να περιέχουν δηλώσεις ή οπτικές παραστάσεις που άμεσα ή έμμεσα, με υπονοούμενα, με παραλείψεις, με διφορούμενα ή με υπερβολικούς ισχυρισμούς μπορούν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή, ειδικότερα σε ό,τι αφορά: α) τις ιδιότητες του προϊόντος, όπως...καταλληλότητα για τον σκοπό που προορίζεται». δ) 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). 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).

8. Τέλος, το άρθρο 4 παρ. 1, περ. 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», ενώ κατά την περ. ε' το ΕΣΡ «επιβάλλει τις διοικητικές κυρώσεις και μέτρα που προβλέπονται στα άρθρα 4 του Ν. 2328/1995 όπως ισχύει και 12 και 15 παρ. 3 του Ν. 2644/1998». Όπως προκύπτει περαιτέρω από το άρθρο 4 παρ. 1 περ. α' του Ν. 2328/1995, η ως άνω αρμοδιότητα επιβολής διοικητικών κυρώσεων υφίσταται και για κάθε περίπτωση παραβίασης των κανόνων δικαίου που διέπουν τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς και γενικότερα τη λειτουργία της ραδιοτηλεόρασης.

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 προφορικά και εγγράφως), προέκυψαν τα εξής:

Την 22^α.11.2020 κατά τη διάρκεια της εκπομπής με τίτλο «Αννίτα Κοίτα» μεταδόθηκε διαφημιστικό μήνυμα σχετικά με φορητό φουρνάκι πωλούμενο σε ορισμένη τιμή. Η τιμή αγοράς του προϊόντος αναφέρθηκε προφορικά από την παρουσιάστρια της εκπομπής, ενώ αναγραφόταν ρητώς και σε κάρτα οθόνης προβαλλόμενη παραλλήλως. Συγκεκριμένα, προβλήθηκε σε αρκετές επαναλήψεις κάρτα οθόνης που συνόδευε το διαφημιστικό μήνυμα με τη ρητή αναγραφή της φράσης «ΜΟΝΟ 49 ευρώ». Ουδεμία άλλη αναφορά σε πρόσθετη χρέωση του καταναλωτή για την αποστολή του προϊόντος ή επιβάρυνση στην τιμή πώλησης έλαβε χώρα κατά τη διάρκεια της επίμαχης εκπομπής με οποιονδήποτε τρόπο πρόσφορο να καταστεί αντιληπτός από τον μέσο τηλεθεατή. Είναι, επομένως, δυνατό ο μέσος τηλεθεατής να παραπλανηθεί αφενός ως προς το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν πρόσθετες επιβαρύνσεις για την αγορά του διαφημιζόμενου προϊόντος και αφετέρου ως προς το κόστος των επιβαρύνσεων αυτών.

III. Υπαγωγή

Η εγκαλούμενη όφειλε και ευχερώς μπορούσε να ελέγξει το περιεχόμενο του μεταδιδόμενου διαφημιστικού μηνύματος ως προς την πιθανότητα ενδεχόμενης παραπλάνησης του κοινού σε σχέση με τις πρόσθετες επιβαρύνσεις για την αγορά του διαφημιζόμενου προϊόντος, αφού η δυνατότητα παραπλάνησης των τηλεθεατών προκύπτει στην συγκεκριμένη περίπτωση εκ πρώτης όψεως και από το περιεχόμενο του ίδιου του μηνύματος, με το οποίο το διαφημιζόμενο προϊόν παρουσιάστηκε ότι διατίθεται προς πώληση χωρίς αναφορά σε έξοδα αποστολής, καίτοι κατά την πάγια πρακτική της αγοράς η εξ' αποστάσεως πώληση αγαθών μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων και η κατ' οίκον αποστολή αυτών συνεπάγεται πρόσθετη χρηματική επιβάρυνση για τον καταναλωτή.

Η ενδεχόμενη παραπλάνηση των τηλεθεατών συνίστατο στην, κατά την παρουσίαση του συγκεκριμένου προϊόντος, ρητή (και συχνή) αναγραφή της φράσης «ΜΟΝΟ 49 ευρώ» στην κάρτα οθόνης που συνόδευε το διαφημιστικό μήνυμα χωρίς μνεία για πρόσθετο κόστος αποστολής. Το στοιχείο αυτό αποτελεί «πληροφορία» ικανή να παραπλανήσει τον μέσο τηλεθεατή κατά τα διδάγματα της κοινής πείρας, τις γνώσεις δηλαδή που έχει ο μέσης μόρφωσης άνθρωπος από τη σχολική του εκπαίδευση και την κοινωνική του πείρα ως προς το τελικό κόστος αγοράς προϊόντος που διαφημίζεται από τους τηλεοπτικούς δέκτες.

Ενόψει των ανωτέρω, η Ολομέλεια κρίνει ομόφωνα ότι η εγκαλουμένη εταιρεία παραβίασε τις αναφερόμενες στο νομικό μέρος της παρούσας διατάξεις και, κατά πλειοψηφία, με ψήφους πέντε (5) έναντι τριών (3), ότι πρέπει να επιβληθεί σ' αυτή (εγκαλουμένη) διοικητική κύρωση και δη εκείνη της συστάσεως. Κατά τη γνώμη των τριών (3) μελών που μειψήφησαν και δη της Προέδρου Ευτέρπης Κουτζαμάνη-Δρίλια, του Αντιπροέδρου Ιωάννη Πολίτη και του μέλους Δημητρίου Σταυρόπουλου έπρεπε να επιβληθεί η διοικητική κύρωση των δεκαπέντε χιλιάδων (15.000) ευρώ.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ Η ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Δέχεται ομόφωνα ότι ο σταθμός της εγκαλουμένης παραβίασε -εκ προθέσεως- τη ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία ως προς τις διατάξεις περί προστασίας των τηλεθεατών από τη μετάδοση παραπλανητικών διαφημιστικών μηνυμάτων, κατά τα αναφερόμενα στο σκεπτικό.

Επιβάλλει, κατά πλειοψηφία, με ψήφους πέντε (5) έναντι τριών (3), στην εταιρεία με την επωνυμία «ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΑΕ», ιδιοκτήτρια του τηλεοπτικού σταθμού εθνικής εμβέλειας με τον διακριτικό τίτλο «OPEN BEYOND», για την ανωτέρω αναφερθείσα παραβίαση, τη διοικητική κύρωση της συστάσεως όπως απέχει από τη μετάδοση παραπλανητικών διαφημιστικών μηνυμάτων.

Κρίθηκε και αποφασίστηκε την 8^η Απριλίου 2024 και δημοσιεύτηκε την 2^α Οκτωβρίου 2025.

Η ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Ε.Σ.Ρ.

Η ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΕΥΤΕΡΙΠΗ ΚΟΥΤΖΑΜΑΝΗ-ΔΡΙΛΙΑ

ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΜΑΡΑΖΙΔΟΥ