

ΑΝΑΡΤΗΤΕΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

**ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ****Α Π Ο Φ Α Σ Η**  
**Αριθ. 225/24.6.2015**

Σήμερα ημέρα Τετάρτη 24 Ιουνίου 2015 και ώρα 11:00 το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης συνήλθε σε συνεδρίαση, στην οποία παρέστησαν η Αντιπρόεδρος Λίνα Αλεξίου και τα μέλη Κωνσταντίνος Αποστολάς, Γεώργιος Στεφανάκης, Δήμητρα Παπαδοπούλου.

**Ιστορικό-Νομική θεμελίωση**

1. Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης κατά τη σημερινή συνεδρίαση ασχολήθηκε με την από της εταιρείας με την επωνυμία **ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ Α.Ε.**, ιδιοκτήτριας του τηλεοπτικού σταθμού με το διακριτικό τίτλο **EPSILON TV (ΠΡΩΗΝ 902 ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ)**, ενδεχομένη παραβίαση της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας.
2. Η συζήτηση της υποθέσεως πραγματοποιήθηκε την 9<sup>η</sup> Ιουνίου 2015.
3. Το Συμβούλιο έλαβε υπόψη του τις ακόλουθες διατάξεις:
  - I. Το άρθρο 15 παρ. 2 του Συντάγματος, κατά το οποίο η ραδιοφωνία και η τηλεόραση υπάγονται στον άμεσο έλεγχο του Κράτους, με σκοπό τη μετάδοση προϊόντων του λόγου και της τέχνης, την εξασφάλιση της ποιοτικής στάθμης των προγραμμάτων που επιβάλλει η κοινωνική αποστολή της τηλεόρασης και η πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας, καθώς και το σεβασμό της αξίας του ανθρώπου και την προστασία της παιδικής ηλικίας και της νεότητας.
  - II. Το άρθρο 20 παρ. 1 και 2, εδ. α' του ΠΔ/τος 109/2010 κατά το οποίο αφενός «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» (παρ. 1) και αφετέρου «τα μεμονωμένα διαφημιστικά μηνύματα και τα μηνύματα τηλεπώλησης πρέπει να μεταδίδονται μόνο κατ' εξαίρεση» (παρ. 2 εδ. α').
  - III. Το άρθρο 23 παρ. 1 του ΠΔ/τος 109/2010 κατά το οποίο «η αναλογία του χρόνου μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων και μηνυμάτων τηλεπώλησης μέσα σε κάθε δεδομένη ωρολογιακή ώρα δεν πρέπει να υπερβαίνει το 20%».
  - IV. Το άρθρο 24 παρ. 1 του ΠΔ/τος 109/2010 κατά το οποίο «η μετάδοση τηλεπωλήσεων από τους τηλεοπτικούς οργανισμούς υπάγεται στους εξής χρονικούς περιορισμούς: Επιτρέπεται η μετάδοση χρονοθυρίδων τηλεπώλησης με ελάχιστη αδιάλειπτη διάρκεια δεκαπέντε (15) πρώτα λεπτά της ώρας. Οι περιορισμοί του άρθρου 23 παρ.1 δεν εφαρμόζονται στις χρονοθυρίδες τηλεπώλησης».

V. Το άρθρο 2 παρ. 1 (ιγ) του ΠΔ/τος 109/2010 κατά το οποίο ως τοποθέτηση προϊόντος νοείται «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».

VI. Την παράγραφο 16 εδ. β' της Οδηγίας 1/2011 ΕΣΡ σε εφαρμογή του άρθρου 2 παρ. 1 (ιγ) του ΠΔ/τος 109/2010 κατά την οποία «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».

VII. Το άρθρο 2 παρ. 1 (ι) του ΠΔ/τος 109/2010 κατά το οποίο ως συγκεκαλυμμένη οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση νοείται «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».

VIII. Το άρθρο 10 παρ. 1 (α), εδ. β' του ΠΔ/τος 109/2010 κατά το οποίο «απαγορεύονται οι συγκεκαλυμμένες οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις».

IX. Την παράγραφο 30 της Οδηγίας 1/2011 ΕΣΡ σε εφαρμογή των διατάξεων του ΠΔ/τος 109/2010 κατά την οποία «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».

X. Το άρθρο 4 παρ. 1, στοιχείο β' και ε' του Ν. 2863/2000, κατά το οποίο το ΕΣΡ ελέγχει την τήρηση των όρων που προβλέπονται στην εκάστοτε ισχύουσα ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία και επιβάλλει τις νόμιμες κυρώσεις.

XI. Το άρθρο 3 παρ. 2 του Ν. 3051/2002 κατά το οποίο «σε περίπτωση που ο Πρόεδρος, ο Αντιπρόεδρος και τα μέλη, καθώς και τα αντίστοιχα αναπληρωματικά μέλη Ανεξάρτητης Αρχής εκλείψουν ή αποχωρήσουν για οποιονδήποτε λόγο ή παραιτηθούν ή απολέσουν την ιδιότητα, βάσει της οποίας ορίστηκαν, η Αρχή συνεχίζει να έχει νόμιμη συγκρότηση μέχρι το διορισμό νέων, εφόσον τα λοιπά μέλη

επαρκούν για το σχηματισμό απαρτίας. Στην περίπτωση αυτή τα καθήκοντα του Προέδρου ασκούνται από τον Αντιπρόεδρο της Αρχής ή σε περίπτωση ελλείψεώς τους από τον αναπληρωτή τους ή από μέλος που ορίζεται από την Ολομέλεια της Αρχής». Εκ των ανωτέρω συνάγεται ότι, μετά τη λήξη της θητείας του Προέδρου και δύο μελών του ΕΣΡ κατά την 16.4.2015, οπότε και συμπληρώθηκε το προβλεπόμενο στο άρθρο 109 του Ν. 4316/2014 χρονικό διάστημα των τριών μηνών παράτασης της θητείας (που είχε λάβει χώρα κατόπιν παρατάσεων δια ετέρων διαδοχικών διατάξεων νόμου), το ΕΣΡ συνεδριάζει νομίμως με τέσσερα μέλη εφόσον διαθέτει την προβλεπόμενη στην ως άνω διάταξη απαρτία.

### Αιτιολογικό

Εκ των στοιχείων του φακέλου, των ισχυρισμών του εκπροσώπου της εταιρείας με την επωνυμία **ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ Α.Ε.**, ιδιοκτήτριας του τηλεοπτικού σταθμού με το διακριτικό τίτλο **EPSILON TV (ΠΡΩΗΝ 902 ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ)**, του υποβληθέντος υπομνήματος και της παρακολούθησής της ροής του προγράμματος, που μεταδόθηκε από τον ως άνω τηλεοπτικό σταθμό την 18<sup>η</sup>.2.2015 από ώρα 06:00 έως 17:00, προέκυψαν τα ακόλουθα:

1. Στην ψυχαγωγική εκπομπή **«Τα λέμε»** που μεταδίδεται από τον τ/σ από τις 6:00':00'' έως τις 6:39':04'' είναι καλεσμένος ο διευθύνων σύμβουλος των κέντρων αισθητικής «Figura», ο οποίος παρουσιάζει τις θεραπείες που λαμβάνουν χώρα στο ινστιτούτο. Στο κάτω μέρος της οθόνης προβάλλονται τα τηλέφωνα και οι περιοχές που βρίσκονται τα κέντρα αισθητικής «Figura», καθώς και προσφορά πακέτου θεραπειών με αναφορά στο κόστος αυτών. Σε παράλληλη οθόνη προβάλλεται εικόνα από διαδικασία αισθητικής θεραπείας. (από 6:34':45'' έως 6:38':15'').
2. Στην ψυχαγωγική εκπομπή **«Με το καλημέρα»** που μεταδίδεται από τον τ/σ από τις 6:42':05'' έως τις 10:02':59'' είναι καλεσμένη εκπρόσωπος των κέντρων αισθητικής «Medi Jeunesse», η οποία παρουσιάζει θεραπείες για τοπικό πάχος και κυτταρίτιδα που λαμβάνουν χώρα στο ινστιτούτο. Στο κάτω μέρος της οθόνης προβάλλονται το τηλέφωνο και η ιστοσελίδα των κέντρων αισθητικής «Medi Jeunesse», καθώς και ειδική προσφορά πακέτου θεραπειών με μειωμένο κόστος για τους τηλεθεατές της εκπομπής. (από 9:15':40'' έως 9:21':35'').
3. Στην εκπομπή μαγειρικής **«Μαγειρεύουμε παρέα»** που μεταδίδεται από τον τ/σ από τις 10:08':01'' έως τις 10:45':57'' πριν την έναρξη και μετά τη λήξη της εκπομπής προβάλλεται καρτέλα περί τοποθέτησης προϊόντων στην εκπομπή. Πριν την έναρξη του πρώτου διαφημιστικού διαλειμματος προβάλλονται πλάνα των super-market ΚΡΗΤΙΚΟΣ ενώ στο κάτω μέρος της οθόνης περνά το εξής crawl: «Επιλέγουμε τα super-market ΚΡΗΤΙΚΟΣ για τις αγορές μας». Στη συνέχεια προβάλλονται πλάνα από τα καταστήματα ΚΟΝΤΟΧΡΗΣΤΟΣ με κοτόπουλα Ναυπάκτου. (από 10:23':04'' έως 10:23':20'').
4. Στην ψυχαγωγική εκπομπή **«Τα λέμε»** που μεταδίδεται από τον τ/σ από τις 13:31':55'' έως τις 16:02':51'' προβάλλεται σε ζωντανή σύνδεση επίδειξη καθαρισμού νερού με το φίλτρο νερού CAMELOT από τον ειδικό νερού, κ. Αθανασίου, ο οποίος διαφημίζει το προϊόν και αναφέρει και το κόστος του. Στο κάτω

μέρος της οθόνης προβάλλεται η ακόλουθη ένδειξη: «ΠΩΣ ΝΑ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΕΤΕ ΚΑΘΑΡΟ ΝΕΡΟ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΣΑΣ!». Στη συνέχεια καλεσμένος της εκπομπής είναι εκπρόσωπος της εταιρείας Collagen Power, που παρουσιάζει τις ευεργετικές ιδιότητες του προϊόντος. Προβάλλεται το site και η σελίδα της εταιρείας στο facebook, όπως και το ίδιο το προϊόν. Στο κάτω μέρος της οθόνης προβάλλονται τα τηλέφωνα και η ιστοσελίδα της εταιρείας και οι ενδείξεις: «ΠΙΝΕΙΣ ΚΟΛΛΑΓΟΝΟ, ΠΙΝΕΙΣ ΖΩΗ!», «ΖΗΤΗΣΤΕ ΤΟ ΑΠΟ ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ». (από 15:42':35'' έως 16:02':10'').

Ο τηλεοπτικός σταθμός κατά την 18<sup>η</sup>.2.2015 προέβαλε διαφημιστικά μηνύματα και μεμονωμένα μηνύματα τηλεπώλησης από **09:00 έως 10:00 ώρας** διάρκειας 13 λεπτών και 16 δευτερολέπτων, από **10:00 έως 11:00 ώρας** διάρκειας 13 λεπτών και 40 δευτερολέπτων, από **12:00 έως 13:00 ώρας** διάρκειας 14 λεπτών και 14 δευτερολέπτων και από **15:00 έως 16:00 ώρας** διάρκειας 14 λεπτών και 36 δευτερολέπτων, καθ' υπέρβαση του νομίμου ορίου των 12 λεπτών ανά ώρα.

Από τη συνδυασμένη ερμηνεία των άρθρων 20 παρ. 1 και 2, εδ. α', 23 παρ. 1 και 24 παρ. 1 του ΠΔ/τος 109/2010 προκύπτει ότι ο εθνικός νομοθέτης διαχωρίζει τη λειτουργία των μεμονωμένων μηνυμάτων τηλεπώλησης από εκείνη των χρονοθυρίδων τηλεπώλησης, εφόσον τους επιβάλλει διακριτούς χρονικούς περιορισμούς. Σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 1 του ΠΔ/τος 109/2010 τα μεμονωμένα μηνύματα τηλεπώλησης υπόκεινται στους αυτούς χρονικούς περιορισμούς με τα διαφημιστικά μηνύματα, εφόσον η συνολική τους διάρκεια εντός του διαστήματος μίας ωρολογιακής ώρας δεν πρέπει να υπερβαίνει το 20% αυτής, ήτοι τα δώδεκα (12') πρώτα λεπτά της ώρας. Ενώ, σύμφωνα με το άρθρο 24 παρ. 1 εδ. β' του ΠΔ/τος 109/2010 οι χρονοθυρίδες τηλεπώλησης ρητώς εξαιρούνται από τους χρονικούς περιορισμούς που εφαρμόζονται στα μεμονωμένα μηνύματα τηλεπώλησης δυνάμει του άρθρου 23 παρ. 1.

Η διακριτή λειτουργία των ανωτέρω μηνυμάτων είχε θεσπιστεί ήδη με την Οδηγία 97/36/ΕΚ σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων που τροποποίησε την Οδηγία 89/552/ΕΟΚ. Έτσι, σύμφωνα με το άρθρο 18 παρ. 1 εδ. α' της τροποποιημένης Οδηγίας 89/552/ΕΟΚ *«η αναλογία του χρόνου μετάδοσης που αφιερώνεται σε μηνύματα τηλεαγοράς, διαφημιστικά μηνύματα και λοιπές μορφές διαφήμισης, εκτός των χρονοθυρίδων της τηλεαγοράς κατά την έννοια του άρθρου 18α, δεν πρέπει να υπερβαίνει το 20% του ημερήσιου χρόνου μετάδοσης»*.

Προς επίρρωση των σκέψεων αυτών σημειώνεται ότι κατά την αιτ. σκ. (51) της Οδηγίας 97/36/ΕΚ σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων *«είναι σημαντικό για τις αρμόδιες εθνικές αρχές, κατά τον έλεγχο της εφαρμογής των σχετικών διατάξεων, να μπορούν να διακρίνουν, όσον αφορά τους σταθμούς που δεν είναι αποκλειστικά αφιερωμένοι στην τηλεαγορά, μεταξύ, αφενός, του χρόνου μετάδοσης που διατίθεται σε μηνύματα της τηλεαγοράς, διαφημιστικά μηνύματα και άλλες μορφές διαφήμισης και, αφετέρου, του χρόνου μετάδοσης που διατίθεται σε χρονοθυρίδες της τηλεαγοράς»*.

Σε νομολογιακό επίπεδο η διάκριση αυτή επιχειρείται το πρώτον με την απόφαση ΔΕΚ της 12ης Δεκεμβρίου 1996 (Reti Televisive Italiane SpA (RTI), υποθέσεις C-

320, 328, 329, 337-339/94, Συλλογή Ι-06471, σημεία 31, 33, 37). Περαιτέρω, η αυτή διάκριση μεταξύ μεμονωμένων μηνυμάτων τηλεπώλησης και χρονοθυρίδων τηλεπώλησης επαναλαμβάνεται στην παράγραφο 28 της Ερμηνευτικής Ανακοίνωσης της Επιτροπής σχετικά με ορισμένες πτυχές των διατάξεων της οδηγίας «τηλεόραση χωρίς σύνορα» όσον αφορά την τηλεοπτική διαφήμιση (2004/C 102/02). Σύμφωνα με την Ερμηνευτική Ανακοίνωση *«είναι σκόπιμο να υπομνησθεί ότι τα μηνύματα τηλεπροσφορών υπόκεινται στα όρια διάρκειας μετάδοσης στο διάστημα μιας δεδομένης ώρας ή ημέρας τα οποία προβλέπονται στο άρθρο 18 της οδηγίας. Από την άλλη πλευρά, η Επιτροπή υπενθύμισε στην προαναφερόμενη δεύτερη έκθεσή της σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας ότι οι τηλεπροσφορές υπόκεινται, ως άλλες μορφές διαφήμισης, στο όριο ημερήσιας διάρκειας μετάδοσης που προβλέπεται από την οδηγία. Όπως προκύπτει από το άρθρο 18 παράγραφος 2, της οδηγίας, το ποσοστό του χρόνου που αφιερώνεται στα μηνύματα τηλεπροσφορών, (όπως και στα μηνύματα τηλεαγοράς και στα διαφημιστικά μηνύματα) στο διάστημα μιας δεδομένης ωρολογιακής ώρας, δεν πρέπει να υπερβαίνει το 20%. Αντίθετα, το εν λόγω άρθρο δεν εφαρμόζεται στις τηλεπροσφορές που παρουσιάζονται όχι στο πλαίσιο μηνυμάτων αλλά στο πλαίσιο εκπομπής».*

Από τα ανωτέρω εκτεθέντα συνάγεται ότι τα μηνύματα τηλεπροσφορών (μεμονωμένα μηνύματα τηλεπώλησης) που μεταδίδονται με τη μορφή spot, νοούνται ως μορφή διαφήμισης και για το λόγο αυτό υπόκεινται τόσο από τον κοινοτικό, όσο και από τον εθνικό νομοθέτη στην ίδια μεταχείριση ως προς την ανώτατη διάρκεια μετάδοσής τους εντός του διαστήματος μίας ωρολογιακής ώρας. Κατ' αποτέλεσμα, τα μεμονωμένα μηνύματα τηλεπώλησης συνυπολογίζονται με τα διαφημιστικά μηνύματα και υπάγονται στον ενιαίο περιορισμό μετάδοσης των δώδεκα (12') πρώτων λεπτών.

Αντιθέτως, οι τηλεπροσφορές που παρουσιάζονται στο πλαίσιο ορισμένης εκπομπής (χρονοθυρίδες τηλεπώλησης) νοούνται ως μορφή εκπομπής και υπόκεινται σε διαφορετικούς χρονικούς περιορισμούς.

Δεν ευσταθούν, επομένως, οι ισχυρισμοί του εγκαλούμενου φορέα, όπως εκτέθηκαν με το υπ' αριθμόν 4832/16.6.2015 υπόμνημά του, περί διακριτικής ευχέρειας των τηλεοπτικών φορέων να εντάσσουν τα μεμονωμένα μηνύματα τηλεπώλησης είτε εντός του χρονικού διαστήματος μετάδοσης των λοιπών διαφημιστικών μηνυμάτων, είτε εντός του χρονικού διαστήματος μετάδοσης των χρονοθυρίδων τηλεπώλησης. Ο διαχωρισμός των δύο αυτών μορφών τηλεπώλησης και συνακόλουθα η διακριτή τους μεταχείριση ως προς τους χρονικούς περιορισμούς εδράζονται στην κοινοτική και εθνική νομοθεσία και νομολογία, όπως ανωτέρω εκτέθηκε. Ορθώς, επομένως, η διάρκεια των μεμονωμένων μηνυμάτων τηλεπώλησης κατά τα ως άνω αναφερόμενα ωριαία διαστήματα συνυπολογίστηκε στη διάρκεια των διαφημιστικών μηνυμάτων.

Πλέον τούτου, ο τηλεοπτικός σταθμός κατά την ως άνω ημερομηνία μετέδωσε τις προαναφερόμενες ψυχαγωγικές εκπομπές, στη διάρκεια των οποίων προβλήθηκαν προϊόντα και υπηρεσίες με αναφορές που υπερέβαιναν το αναγκαίο μέτρο των πληροφοριών που απαιτούνται ώστε να ενημερωθούν επαρκώς οι τηλεθεατές.

Ο τρόπος προβολής των συγκεκριμένων προϊόντων και υπηρεσιών, όπως εμφανίζεται στην έκθεση καταγραφής των πραγματικών περιστατικών, συνιστά μετάδοση

συγκεκριμένων διαφημιστικών μηνυμάτων κατά τους όρους του νόμου. Τούτο διότι στη ροή των ως άνω αναφερόμενων ψυχαγωγικών προγραμμάτων εισήχθησαν μεταξύ άλλων πληροφορίες σχετικές είτε με τα τηλέφωνα επικοινωνίας των προβαλλόμενων εταιρειών με το αγοραστικό κοινό, είτε με το κόστος των προσφερόμενων θεραπειών. Η μετάδοση των πληροφοριών αυτών δεν εισέφερε περισσότερη ενημέρωση στους τηλεθεατές ως προς τη φύση ή την ποιότητα των συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, αλλά λειτούργησε ως συγκεκριμένη διαφημιστική αναφορά ικανή να διαμορφώσει την συναλλακτική τους συμπεριφορά. Η αναφορά ιδίως στο κόστος των υπηρεσιών, καθώς και σε ειδικές προσφορές κατατείνει εμμέσως αφενός στη διαφημιστική προβολή των αναφερόμενων εταιρειών και αφετέρου στην άσκηση επιρροής με σκοπό τη διαμόρφωση της συναλλακτικής συμπεριφοράς του τηλεοπτικού κοινού. Το δε τηλεοπτικό κοινό δεδομένης της φύσης των επίμαχων προγραμμάτων ως ψυχαγωγικών με ενημερωτικά στοιχεία (infotainment) δεν δύναται ευχερώς να αντιληφθεί τη φύση των μηνυμάτων αυτών ως αμιγώς διαφημιστικών, με αποτέλεσμα να υφίσταται κίνδυνος παραπλάνησής του ως προς τον χαρακτήρα του κάθε μηνύματος (για την εφαρμογή των κριτηρίων της συγκεκριμένης διαφήμισης βλ. απόφαση ΔΕΚ C-52/10 της 9ης Ιουνίου 2011 με σχόλιο Χ. Τσίγκου σε ΕΔΔ ΙΙ/2011, 201).

Οι ισχυρισμοί του εγκαλούμενου φορέα, όπως εκτέθηκαν με το υπ' αριθμόν 4832/16.6.2015 υπόμνημά του, περί χαρακτηρισμού των επίμαχων εμπορικών ανακοινώσεων ως τοποθέτηση προϊόντων και όχι ως συγκεκριμένη διαφήμιση δεν ευσταθούν. Τούτο διότι, όπως αναφέρεται στην αιτιολογική σκέψη (91) της Οδηγίας 2010/13/ΕΕ, το καθοριστικό κριτήριο για την τοποθέτηση προϊόντος *«είναι το γεγονός ότι στην τοποθέτηση προϊόντος η αναφορά σε προϊόν είναι ενσωματωμένη στη δράση προγράμματος, αυτός άλλωστε είναι ο λόγος για τον οποίο ο ορισμός στο άρθρο 1 παράγραφος 1 στοιχείο ιγ)», περιέχει τον όρο «εντός».* Το αυτό κριτήριο της ενσωμάτωσης στη δράση του προγράμματος για τον διαχωρισμό της τοποθέτησης προϊόντος από τη διαφήμιση και τη χορηγία υιοθετείται και από την Οδηγία 1/2011 ΕΣΡ (παρ. 16, εδ. β')

Ως τοποθέτηση προϊόντος νοείται, επομένως, η εμπορική ανακοίνωση που εντάσσεται οργανικά στην πλοκή και τη ροή ορισμένου προγράμματος ως απολύτως συνυφασμένη με τη φύση και τη δομή αυτού. Οι αναφορές παρουσιαστών ή προσκεκλημένων ορισμένου προγράμματος σε προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν αποτελούν οργανικό και αναπόσπαστο τμήμα του προγράμματος αυτού ή η εμφάνιση καρτών με πληροφορίες για τα ως άνω προϊόντα ή τις υπηρεσίες που δεν είναι απολύτως αναγκαίες για την εξέλιξη της ροής του προγράμματος δεν νοούνται ως τοποθέτηση προϊόντος. Ο δε χαρακτηρισμός ορισμένης οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης γίνεται από τον εφαρμοστή του δικαίου σύμφωνα με τα οριζόμενα στις οικείες διατάξεις.

Εν προκειμένω και με βάση τα ανωτέρω εκτεθέντα κατά τη διάρκεια των επίμαχων εκπομπών έλαβε χώρα μετάδοση συγκεκριμένων διαφημιστικών μηνυμάτων κατά παράβαση του άρθρου 10 παρ. 1 (α), εδ. β' του ΠΔ/τος 109/2010, ο δε χαρακτηρισμός αυτών των εμπορικών ανακοινώσεων ως τοποθέτηση προϊόντων από τον εγκαλούμενο φορέα δεν συνάδει ούτε με το γράμμα, ούτε με το πνεύμα του άρθρου 2 παρ. 1 (ιγ) του ΠΔ/τος 109/2010 και της εφαρμοστικής αυτού παραγράφου 16 εδ. β' της Οδηγίας 1/2011 ΕΣΡ.

Για τις εν λόγω εκτροπές ενδείκνυται όπως επιβληθεί στον τηλεοπτικό σταθμό η διοικητική κύρωση του προστίμου.

Λαμβανομένης υπόψη της βαρύτητας της παραβάσεως, του εκ 6.606.334,65 ευρώ ύψους της επένδυσης που έχει πραγματοποιηθεί από τον εν λόγω σταθμό και του γεγονότος ότι έχουν επιβληθεί στον σταθμό με τις αποφάσεις 118/5.4.2005, 246/28.6.2005, 53/8.2.2011, 189/2.6.2014, 193/2.6.2014, 195/2.6.2014, 228/2.7.2014, 291/1.9.2014, 359/29.9.2014, 44/9.2.2015, 45/9.2.2015, 46/9.2.2015, 47/9.2.2015, 48/9.2.2015, 49/9.2.2015, 50/9.2.2015, 53/16.2.2015, 67/16.2.2015, 68/16.2.2015, 117/17.3.2015, 118/17.3.2015, 150/30.3.2015, 151/30.3.2015, 152/30.3.2015, 153/30.3.2015, 173/15.4.2015, 179/16.2.2015 (καταχ. 15.4.2015), 224/24.6.2015 διάφορες κυρώσεις, το εν λόγω πρόστιμο καθορίζεται στο ποσό των 15.000 ευρώ.

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

Επιβάλλει στην εταιρεία με την επωνυμία **ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ Α.Ε.**, ιδιοκτήτρια του τηλεοπτικού σταθμού με το διακριτικό τίτλο **EPSILON TV (ΠΡΩΗΝ 902 ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ)**, τη διοικητική κύρωση τη διοικητική κύρωση του προστίμου των 15.000 ευρώ.

Κατά το άρθρο 4 παράγραφος 3 του Ν. 2328/1995, όπως έχει μετά την αντικατάστασή της δια του άρθρου 23 παρ. 5 εδαφ. β' του Ν. 3166/2003, η παρούσα απόφαση κατά την προαναφερόμενη κύρωση, είναι εκτελεστή κατά:

1. Της εταιρείας ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ Α.Ε., που εδρεύει στο Μαρούσι Αττικής, στην οδό Στουρντίου 10-12, με ΑΦΜ 094249653, Δ.Ο.Υ. ΦΑΕ Αθηνών.
2. Του Anseimo Zanzi του Mario, με Α.Φ.Μ. 165546649, Δ.Ο.Υ. Κατοίκων Εξωτερικού, ως νομίμου εκπροσώπου της εταιρείας.

Κρίθηκε και αποφασίστηκε την 24<sup>η</sup> Ιουνίου 2015.

Η ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Ε.Σ.Ρ.

ΛΙΝΑ ΑΛΕΞΙΟΥ

Αναρτήθηκε στην ΔΙΑΥΓΕΙΑ κατά την 11<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016.

Η ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΣΤΥΛΙΑΝΗ ΓΑΛΑΝΗ