



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΓΕΙΑΣ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΥΓΕΙΑΣ & ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
ΖΩΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ Β΄ – ΛΟΙΠΩΝ ΕΞΑΡΤΗΣΕΩΝ

Αθήνα, 16 / 05 / 2018

Αριθμ. Πρωτ.: Γ.Π. /Δ2β/οικ.38000

ΠΡΟΣ : ΟΠΩΣ Ο ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Ταχ. Δνση : Αριστοτέλους 19
Τ.Κ. : 104 33, Αθήνα
Πληροφορίες : Ε. Σκοπελίτης, Ι. Λιάκουρας
Τηλέφωνα : 2132161418, 1302
Email : exartiseis_b@moh.gov.gr

Ε Γ Κ Υ Κ Λ Ι Ο Σ**ΘΕΜΑ :** «Απαγορεύσεις της διαφήμισης, προώθησης και προβολής των προϊόντων καπνού».

- Σχετικά :**
1. Ο Ν. 3420/2005 (ΦΕΚ 298/ τ. Α 2005) «Κύρωση της Σύμβασης Πλαίσιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας για τον έλεγχο του καπνού».
 2. Ο Ν. 3730/2008 (ΦΕΚ 262/ τ. Ά/ 2008) «Προστασία ανηλίκων από τον καπνό & αλκοόλ και άλλες διατάξεις».
 3. Ο Νόμος 3868/2010 (ΦΕΚ 129/ τ. Α΄ /2010) «Αναβάθμιση του Εθνικού Συστήματος Υγείας και λοιπές διατάξεις αρμοδιότητας του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης».
 4. Ο Ν. 4419/2016 (ΦΕΚ 174/ τ. Ά/ 2016) με τον οποίον έγινε η προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την Οδηγία 2014/40/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 3ης Απριλίου 2014 για την προσέγγιση των νομοθετικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την κατασκευή, την παρουσίαση και την πώληση προϊόντων καπνού και συναφών προϊόντων και την κατάργηση της οδηγίας 2001/37/ΕΚ.
 5. Ο Ν.1802/1988 (ΦΕΚ 172/ τ. Ά/1988) «Τροποποίηση διατάξεων του κώδικα νόμων "περί φορολογίας του οινοπνεύματος" και άλλες διατάξεις»
 6. Ο Ν. 1943/1991 (ΦΕΚ 50/ τ. Ά/ 1991) «Εκσυγχρονισμός της οργάνωσης και λειτουργίας της δημόσιας διοίκησης»
 7. Το ΠΔ 100/2000 (ΦΕΚ 98/ τ. Α/2000) «Εναρμόνιση της ελληνικής ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας στις διατάξεις της Οδηγίας 97/36 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 30ης Ιουνίου 1997 (ΕΕ αριθ. L202 της Οδηγίας 89/552/ΕΟΚ του Συμβουλίου (ΕΕ αριθ. L 298 της 17.10.89 σ. 23) σχετικά με τη παροχή υπηρεσιών.»
 8. Το ΠΔ 109/2010 (ΦΕΚ 190/ τ. Ά/ 2010) «Εναρμόνιση της ελληνικής ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας στις διατάξεις της Οδηγίας 2010/13/ΕΕ (ΕΕ L 95 της 15.4.2010) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, με την οποία κωδικοποιήθηκαν οι διατάξεις της Οδηγίας 89/552/ΕΟΚ (ΕΕ L 298 της 17.10.1989) του Συμβουλίου, όπως ίσχυε μετά την τελευταία τροποποίηση της από την Οδηγία 2007/65/ΕΚ (ΕΕ L 332 της 18.12.2007) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων.»
 9. Το ΠΔ 121/2017 (ΦΕΚ 148/ τ. Α΄/ 2017) «Οργανισμός του Υπουργείου Υγείας».
 10. Η Κ.Υ.Α. 104720 (ΦΕΚ 1315/τ. Β/ 2010) «Καθορισμός των οργάνων, της διαδικασίας ελέγχου

πιστοποίησης των παραβάσεων και επιβολής των προβλεπόμενων κυρώσεων, καθώς και των κριτηρίων προσδιορισμού του ύψους του προστίμου, της διαδικασίας είσπραξης των προστίμων, καθώς και κάθε άλλης αναγκαίας λεπτομέρειας για την εφαρμογή του Νόμου 3868/2010».

11. Η ΚΥΑ Υ1/Γ.Π. οικ. 81348/2005 (ΦΕΚ 1075/ τ. Β/ 2005) «Διαφήμιση και χορηγία προϊόντων καπνού σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 2003/33/ΕΚ (152/20.6.2003) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου.»

12. Η εγκύκλιος με αρ. πρωτ. οικ.10790/13-03-2017 (ΑΔΑ: 61Γ0465ΦΥΟ-Ζ7Ε) του Υπουργείου Υγείας.

13. Η εγκύκλιος με αρ. πρωτ. οικ. 8809/31-01-2018 (ΑΔΑ:6ΙΓΩ465ΦΥΟ-ΚΔΦ) «Απαγόρευση του καπνίσματος - Εφαρμογή της αντικαπνιστικής νομοθεσίας.»

14. Το προοίμιο του Καταστατικού του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας που δηλώνεται ότι η απόλαυση του υψηλότερου δυνατού επιπέδου υγείας είναι ένα από τα θεμελιώδη δικαιώματα κάθε ανθρώπου χωρίς διάκριση λόγω φυλής, θρησκείας, πολιτικών πεποιθήσεων, νομικών ή κοινωνικών συνθηκών.

15. Η συνθήκη της Λισσαβόνας, που υπεγράφη στις 13-12-2007.

16. Η Οικουμενική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου (ΟΔΔΑ) (1948).

17. Το Διεθνές Σύμφωνο για τα Ατομικά και Πολιτικά Δικαιώματα (Νέα Υόρκη-19 -12-1966 με σύνταξη από την Επιτροπή για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα).

18. Το Διεθνές Σύμφωνο για τα Οικονομικά, Κοινωνικά και Πολιτιστικά Δικαιώματα (Νέα Υόρκη – 19-12-1966 με σύνταξη από την Επιτροπή για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα).

19. Η Συνθήκη για τα Δικαιώματα του Παιδιού (CRC, 1989).

Κατόπιν σειράς παραβατικών περιστατικών που έχουν λάβει χώρα το τελευταίο διάστημα και έγιναν γνωστά στην υπηρεσία μας, και έχοντας υπόψη την πρόσφατη έκδοση της ως άνω 13. σχετικής εγκυκλίου περί των γενικών διατάξεων της νομοθεσίας για τις απαγορεύσεις αναφορικά με τη χρήση, πώληση, προβολή, κ.λπ. προϊόντων καπνού και συναφών προϊόντων, το Υπουργείο υπενθυμίζει αυστηρά και εφιστά την προσοχή στην ορθή τήρηση των διατάξεων που αφορούν στη διαφήμιση και προβολή με βάση τα ακόλουθα :

A. ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ – ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΕΙΣ :

Τηρουμένων των γενικών και λοιπών διατάξεων περί της διαφήμισης, ισχύουν οι ακόλουθες απαγορεύσεις :

1. Ν. 4419/2016 άρθρο 18 παρ. 5 : Σε σχέση με τα ηλεκτρονικά τσιγάρα και τους περιέκτες επαναπλήρωσης ισχύουν οι εξής απαγορεύσεις: α) απαγορεύονται οι εμπορικές επικοινωνίες στο διαδίκτυο, στον τύπο και σε άλλα έντυπα, με σκοπό ή άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την προώθηση ηλεκτρονικών τσιγάρων και περιεκτών επαναπλήρωσης, εξαιρουμένων των εντύπων που προορίζονται αποκλειστικά για επαγγελματίες του εμπορίου ηλεκτρονικών τσιγάρων ή περιεκτών επαναπλήρωσης και των εντύπων που τυπώνονται και κυκλοφορούν σε τρίτες χώρες, όπου τα εν λόγω έντυπα δεν προορίζονται πρωτίστως για την αγορά της Ένωσης, β) απαγορεύονται οι εμπορικές επικοινωνίες στην τηλεόραση και στο ραδιόφωνο με σκοπό ή άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την προώθηση ηλεκτρονικών τσιγάρων και περιεκτών επαναπλήρωσης, γ) απαγορεύεται κάθε μορφή δημόσιας ή ιδιωτικής συνεισφοράς σε ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά προγράμματα με σκοπό ή άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την προώθηση ηλεκτρονικών τσιγάρων και περιεκτών επαναπλήρωσης, δ) απαγορεύεται κάθε μορφή δημόσιας ή

ιδιωτικής συνεισφοράς σε οποιαδήποτε εκδήλωση, δραστηριότητα ή πρόσωπο με σκοπό ή άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την προώθηση των ηλεκτρονικών τσιγάρων και περιεκτών επαναπλήρωσης, η οποία πραγματοποιείται σε περισσότερα του ενός κράτη - μέλη ή στην οποία συμμετέχουν περισσότερα του ενός κράτη - μέλη ή έχει κατ' άλλο τρόπο διασυννοριακές επιπτώσεις, ε) απαγορεύονται για τα ηλεκτρονικά τσιγάρα και τους περιέκτες επαναπλήρωσης οι οπτικοακουστικές εμπορικές επικοινωνίες στις οποίες εφαρμόζεται το Π.Δ. 109/2010 (Α'190).

άρθρο 24 παρ. 1 : Για την πώληση και **διαφήμιση προϊόντων καπνού, νέων προϊόντων καπνού, ηλεκτρονικού τσιγάρου και φυτικών προϊόντων για κάπνισμα** εφαρμόζονται οι διατάξεις του άρθρου 2 του ν. 3730/2008 (Α'262) και οι διατάξεις του άρθρου 3 της υπ' αριθμ. Γ.Π. οικ. 104720/2010 απόφασης των Υπουργών Εσωτερικών, Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Προστασίας του Πολίτη, Πολιτισμού και Τουρισμού (Β'315). Επίσης, έχουν **εφαρμογή στα προϊόντα καπνού, στα νέα προϊόντα καπνού, στο ηλεκτρονικό τσιγάρο και στα φυτικά προϊόντα για κάπνισμα** και οι διατάξεις της υπ' αριθμ. Υ1/Γ.Π.οικ. 81348/2005 απόφασης των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Οικονομίας και Οικονομικών, Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Επικρατείας (Β'1075).

2. Ν. 3730/2008 άρθρο 2 :

Απαγορεύεται :

- η προβολή –όπως και η πώληση, κατασκευή κι εμπορία- αντικειμένων που έχουν την εξωτερική μορφή προϊόντων καπνού (συμπεριλαμβανομένων στην έννοια των προϊόντων καπνού και **των ηλεκτρονικών τσιγάρων και των νέων προϊόντων καπνού και των φυτικών προϊόντων για κάπνισμα**, βάσει του άρθρου 24 παρ. 1 του Ν. 4419/2016).

- η διαφήμιση (και πώληση) προϊόντων καπνού σε χώρους Υπηρεσιών Υγείας και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων όλων των βαθμίδων Δημοσίου και Ιδιωτικού Δικαίου, καθώς και στα κυλικεία των Ιδρυμάτων και των Υπηρεσιών αυτών,

- **Η κάθε είδους διαφήμιση και προώθηση προϊόντων καπνού** σε όλους τους εξωτερικούς, υπαίθριους και εσωτερικούς χώρους. Εξαιρούνται οι εσωτερικοί χώροι των σημείων πώλησης προϊόντων καπνού. Ως εξωτερικός χώρος νοείται και η πρόσοψη και λοιπές πλευρές του κουβουκλίου, οι τέντες και ο περιβάλλον χώρος του περιπτέρου. Οι υπαίθριοι χώροι λογίζονται κατά την έννοια του άρθρου 1 του ν. 2946/2001 (ΦΕΚ 224 Α). Στους εσωτερικούς χώρους περιλαμβάνονται ενδεικτικά οι κινηματογράφοι, τα θέατρα, οι στρατιωτικές μονάδες, τα Δικαστήρια, όλα τα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος, τα ξενοδοχεία και πάσης φύσεως τουριστικά καταλύματα, καθώς και τα εμπορικά καταστήματα, η) Απαγορεύεται η προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων προϊόντων καπνού στους κινηματογράφους.

- η χωρίς την προηγούμενη έγκριση του Υπουργείου Υγείας (α) κάθε συνοδευτικής ένδειξης σε συσκευασίες προϊόντων καπνού, **καθώς και κάθε μορφή διαφημιστικής προβολής ή καταχώρισης, σύμφωνα με τις οποίες η χρήση των προϊόντων καπνού εμφανίζει μειωμένο κίνδυνο για την υγεία** και (β) η κυκλοφορία προϊόντων, που διατίθενται για τη διακοπή του καπνίσματος.

Κατά συνέπεια, υφίσταται ρητή απαγόρευση, οποιασδήποτε αναφοράς που νομίμως εκλαμβάνεται ως διαφήμιση, είτε πρόκειται για άμεση ή για έμμεση, **είτε γίνεται στα πλαίσια τηλεοπτικής εκπομπής, εμπορικών, επιχειρηματικών, βιομηχανικών ανακοινώσεων, μέσω τύπου, έντυπου ή ραδιοφωνικού ή τηλεόρασης ή στην κοινωνία της πληροφορίας, είτε στα πλαίσια συνεντεύξεων ή αρθρογραφίας στα μέσα αυτά**, για οποιοδήποτε προϊόν καπνού και συναφούς προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων και των νέων προϊόντων καπνού που έχουν αδειοδοτηθεί και

κυκλοφορούν νομίμως, κατά το άρθρο 17 του Ν. 4419/2016, **περί του μειωμένου κινδύνου για την υγεία, ή και η κυκλοφορία προϊόντων με δηλούμενο σκοπό τη διακοπή του καπνίσματος, εκτός αν έχει δοθεί σχετική άδεια – για την αναφορά αυτή - από τον αρμόδιο Υπουργό.**

- η **δωρεάν διανομή** προϊόντων καπνού, με εξαίρεση τη διανομή που γίνεται για **σκοπούς έρευνας αγοράς**. (Ως έρευνα αγοράς νοείται η **συστηματική** συλλογή και **ανάλυση** των απόψεων ή θέσεων ατόμων ή οργανισμών με τη **χρήση μεθόδων των εφαρμοσμένων κοινωνικών επιστημών** και στόχο την υποβολή προσώπων ή φορέων στη λήψη αποφάσεων.)

Κατά συνέπεια, στην ανωτέρω απαγορευτική διάταξη εμπίπτουν και οι **περιπτώσεις προσφορών μέσω διαδικτύου (και όχι μόνο) προϊόντων καπνού και συναφών προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων και των νέων προϊόντων καπνού και των ηλεκτρονικών τσιγάρων, δωρεάν ή του τύπου δύο ή παραπάνω στην τιμή του ενός**, ειδικότερα αν δεν πιστοποιείται η έννοια της έρευνας αγοράς κατά τα προηγούμενα.

3. ΚΥΑ Υ1/Γ.Π. οικ. 81348/2005 «Διαφήμιση και χορηγία προϊόντων καπνού σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 2003/33/ΕΚ (ΕΕΛ 152/20.6.2003) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου»

άρθρο 2 : «**προϊόντα καπνού**»: όλα τα προϊόντα που προορίζονται για κάπνισμα, εισρόφηση από τη μύτη, εκμύζηση ή μάσηση, εφόσον αποτελούνται, έστω και εν μέρει, από καπνό.

«**διαφήμιση**»: **κάθε μορφή εμπορικής ανακοίνωσης με σκοπό ή με άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την προώθηση ενός προϊόντος καπνού.**

«**χορηγία**»: **κάθε δημόσια ή ιδιωτική συμβολή σε εκδήλωση, δραστηριότητα, ή σε άτομο με σκοπό ή με άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την προώθηση ενός προϊόντος καπνού.**

Συνάγεται από τα ανωτέρω ότι ακόμα και η διαφήμιση προϊόντος συμπληρωματικού σε προϊόν καπνού, εφόσον η χρήση του πρώτου αποτελεί **ουσιαστική προϋπόθεση για τη χρήση του δεύτερου**, η οποία δεν είναι δυνατό να τελεστεί με διαφορετικό τρόπο, και κατά συνέπεια αυτά ταυτίζονται κατά την κοινή αντίληψη, θεωρείται ότι έχει ως σκοπό ή αποτέλεσμα τη διαφήμιση και του προϊόντος καπνού.

Επιπρόσθετα, κάθε συμβολή με οποιοδήποτε τρόπο σε εκδήλωση ή δραστηριότητα, ανεξαρτήτως του σκοπού της, που ευλόγως θεωρείται ότι έχει ως αποτέλεσμα, έμμεσο ή άμεσο, την προώθηση ενός προϊόντος καπνού και ιδίως όταν στα πλαίσια των εκδηλώσεων αυτών (π.χ. εμπορικών ανακοινώσεων στα μέσα) γίνεται και ρητή αναφορά στα ίδια τα προϊόντα καπνού (συμπεριλαμβανομένων και των νέων προϊόντων καπνού και ηλεκτρονικών τσιγάρων) εντάσσεται στην παραπάνω έννοια της χορηγίας.

άρθρο 3 παρ. 1 : Η διαφήμιση στον τύπο και σε άλλα έντυπα μέσα περιορίζεται **μόνο** σε έντυπα που προορίζονται αποκλειστικά για τους επαγγελματίες του εμπορίου καπνού και σε έντυπα που τυπώνονται και εκδίδονται σε τρίτες χώρες, εφόσον η κοινοτική αγορά δεν είναι ο κύριος προορισμός των εντύπων αυτών. Κάθε άλλη διαφήμιση στον τύπο και σε άλλα έντυπα μέσα απαγορεύεται.

παρ. 2 : Η διαφήμιση που δεν επιτρέπεται στον τύπο και σε άλλα έντυπα μέσα, **δεν επιτρέπεται ούτε στις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.**

Ως κοινωνία της πληροφορίας, λαμβανομένης υπόψη και της αιτιολογικής σκέψης (6) της Οδηγίας 2003/33/ΕΚ, νοείται τόσο το διαδίκτυο, όσο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ειδικότερα όταν αυτά χρησιμοποιούνται κατά τρόπο που διευκολύνει ή δεν περιορίζει την πρόσβαση στην πληροφορία (σχετικά με προϊόντα καπνού και συναφή προϊόντα) του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού χρηστών, χωρίς γεωγραφικούς, ηλικιακούς ή άλλους περιορισμούς.

(Οδηγία 2003/33/ΕΚ της 26ης Μαΐου 2003 για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών, όσον αφορά τη διαφήμιση και τη χορηγία υπέρ των προϊόντων καπνού, Αιτιολογική Σκέψη (6)) : «Οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας αποτελούν ένα μέσο διαφήμισης των προϊόντων καπνού η χρήση του οποίου αυξάνεται με την αύξηση της πρόσβασης του κοινού στις υπηρεσίες αυτές και τη διάδοση της χρήσης τους. Οι εν λόγω υπηρεσίες, καθώς και οι ραδιοφωνικές εκπομπές, που μπορούν να μεταδίδονται και μέσω των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας προσελκύουν ιδιαίτερα τους νέους καταναλωτές και είναι εύκολα προσπελάσιμες από αυτούς. Η διαφήμιση του καπνού και από τα δύο αυτά μέσα έχει από τη φύση της διασυνοριακό χαρακτήρα και θα πρέπει να ρυθμισθεί σε **κοινοτικό επίπεδο.**»)

Άρθρο 4, παρ. 1 : Απαγορεύεται κάθε μορφή ραδιοφωνικής διαφήμισης των προϊόντων καπνού.

παρ. 2. : Τα ραδιοφωνικά προγράμματα δεν λαμβάνουν χορηγίες από επιχειρήσεις η κύρια δραστηριότητα των οποίων είναι η παραγωγή ή πώληση προϊόντων καπνού.

Άρθρο 5, παρ. 1 : Απαγορεύεται η χορηγία υπέρ εκδηλώσεων ή δραστηριοτήτων στις οποίες συμμετέχουν περισσότερα του ενός κράτη μέλη, ή οι οποίες διεξάγονται σε περισσότερα του ενός κράτη μέλη, ή έχουν με άλλο τρόπο **διασυνοριακό αντίκτυπο.**

παρ. 2 : Απαγορεύεται η διανομή προϊόντων καπνού δωρεάν στα πλαίσια χορηγίας των εκδηλώσεων που αναφέρονται στην παράγραφο 1 και αποσκοπούν ή έχουν ως άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο την προώθηση των εν λόγω προϊόντων.

άρθρο 6, παρ. 1 : Η παρούσα Απόφαση δεν θίγει την ισχύουσα απαγόρευση της διαφήμισης προϊόντων καπνού, ιδίως των τσιγάρων, **συμπεριλαμβανομένης και της έμμεσης διαφήμισης**, όπως καθορίζεται στην παρ. 2 του άρθρου 85 του ν. 1943/1991 (Φ.Ε.Κ. Α' 50), σε αντικατάσταση του άρθρου 9 του ν. 1730/1987 (Φ.Ε.Κ. Α' 145) περί Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης, Ανώνυμης Εταιρείας (Ε.Ρ.Τ. Α.Ε.).

παρ. 2 : Η παρούσα Απόφαση δεν θίγει την ισχύουσα **απαγόρευση κάθε μορφής τηλεοπτικής διαφήμισης τσιγάρων και άλλων προϊόντων καπνού**, όπως καθορίζεται στο Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμ. 236/1992 (Φ.Ε.Κ. Α' 124), περί άσκησης τηλεοπτικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 89/552/Ε.Ο.Κ. του Συμβουλίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων της 3.10.1989.

άρθρο 9 : Οι παραβάτες των διατάξεων της παρούσης, τιμωρούνται με τις προβλεπόμενες στο **άρθρο 12, παρ. 3, του ν. 1802/1988 (Φ.Ε.Κ. Α' 172) ποινές.**

Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η χρήση μέσων της Κοινωνίας της Πληροφορίας, όπως είναι το **διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**, απαγορεύεται να έχει ακόμα και ως έμμεσο αποτέλεσμα (πόσο μάλλον σκοπό ή άμεσο αποτέλεσμα) την προώθηση ενός προϊόντος καπνού, μέσω οποιωνδήποτε εμπορικών ανακοινώσεων, οποιασδήποτε μορφής.

Επιπλέον, κάθε συμβολή που ευλόγως θεωρείται ότι έχει ως αποτέλεσμα, έμμεσο ή άμεσο, την προώθηση ενός προϊόντος καπνού, ιδίως στα πλαίσια **εκδηλώσεων (π.χ. εμπορικών ή επιχειρηματικών ανακοινώσεων στα Μ.Μ.Ε.)**, και ιδίως όταν γίνεται και ρητή αναφορά στο προϊόν αυτό (συμπεριλαμβανομένων και των νέων προϊόντων καπνού και ηλεκτρονικών τσιγάρων) και εντάσσεται σε αντίστοιχες δράσεις με το ίδιο περιεχόμενο σε διάφορα Κράτη - Μέλη, θεωρείται ότι έχει διασυνοριακό αντίκτυπο και απαγορεύεται.

4. Ν. 1943/1991

άρθρο 85 : *Απαγορεύεται η διαφήμιση των προϊόντων του καπνού, ιδίως των τσιγάρων και των πολεμικών παιδικών παιχνιδιών. Επίσης απαγορεύεται η έμμεση διαφήμιση.»*

5. ΠΔ 109/2010 (ΦΕΚ Α' 190/ 05.11.2010) «Εναρμόνιση της ελληνικής ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας στις διατάξεις της Οδηγίας 2010/13/ΕΕ (ΕΕ L 95 της 15.4.2010) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, με την οποία κωδικοποιήθηκαν οι διατάξεις της Οδηγίας 89/552/ΕΟΚ (ΕΕ L 298 της 17.10.1989) του Συμβουλίου, όπως ίσχυε μετά την τελευταία τροποποίηση της από την Οδηγία 2007/65/ ΕΚ (ΕΕ L 332 της 18.12.2007) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων.»

άρθρο 2, παρ. 1 : η) «*Οπτικοακουστική εμπορική ανακοίνωση*»: *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 ανάλογου ανταλλάγματος ή για λόγους αυτοπροβολής. Μορφές οπτικοακουστικής εμπορικής ανακοίνωσης συνιστούν ιδίως η τηλεοπτική διαφήμιση, η χορηγία, η τηλεπώληση και η τοποθέτηση προϊόντος.*

θ) «*Τηλεοπτική διαφήμιση*»: *Κάθε μορφή τηλεοπτικής ανακοίνωσης που μεταδίδεται έναντι πληρωμής ή ανάλογου 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.*

ι) «*Συγκεκριαυμμένη 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.*

ιγ) «*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 ανάλογου ανταλλάγματος.*

άρθρο 10, παρ. 1 : *Οι οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις οφείλουν: α) να αναγνωρίζονται εύκολα ως τέτοιες. Απαγορεύονται οι συγκεκριαυμμένες οπτικοακουστικές εμπορικές ανακοινώσεις ...*

παρ. 2 : Απαγορεύονται **όλες οι μορφές οπτικοακουστικών εμπορικών ανακοινώσεων που αφορούν σε τσιγάρα και λοιπά προϊόντα καπνού.**

άρθρο 12, παρ. 6 : Απαγορεύεται απολύτως η τοποθέτηση προϊόντων καπνού ή τσιγάρων ή προϊόντων από επιχειρήσεις των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι η παρασκευή ή πώληση τσιγάρων και λοιπών προϊόντων καπνού.

6. ΠΔ 100/2000, άρθρο 5, παρ. 2 : στ) Η αναγραφή του **σήματος προϊόντος ή υπηρεσίας ή της επωνυμίας ή του διακριτικού τίτλου επιχείρησης**, ή η αναγγελία γεγονότος καλλιτεχνικού και **εμπορικού χαρακτήρα στην οθόνη** κατά τη διάρκεια οποιασδήποτε εκπομπής, **συνιστά διαφήμιση που εμπίπτει σε όλους τους σχετικούς περιορισμούς ως προς το περιεχόμενο και τη διάρκειά της.**

Από τα ανωτέρω καθίσταται απολύτως σαφές ότι οποιαδήποτε οπτικοακουστική αναφορά, είτε στο εμπορικό σήμα του προϊόντος, είτε της επωνυμίας / διακριτικού τίτλου επιχείρησης στην τηλεοπτική οθόνη, ή οποιαδήποτε εικόνα, με ή χωρίς ήχο, ακόμα και για λόγους αυτοπροβολής (πόσο μάλλον για λόγους άμεσης ή έμμεσης προώθησης προϊόντων) μιας επιχείρησης (νομικού ή φυσικού προσώπου που ασκεί οικονομική δραστηριότητα) ή (αμέσως ή εμμέσως) του προϊόντος, αναφορικά με τα προϊόντα καπνού, συμπεριλαμβανομένων και των νέων προϊόντων καπνού και των ηλεκτρονικών τσιγάρων απαγορεύεται αυστηρά.

Επισημαίνονται ιδιαιτέρως οι ακόλουθες απαγορεύσεις του νόμου σχετικά με την **προστασία των καταναλωτών** από τις διαφημιστικές κι εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων :

- **Υπ. αρ. 5338/ 18-01-2018 Απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης «Κωδικοποίηση του ν. 2251/1994 (Α' 191) «Προστασία των Καταναλωτών» σε ενιαίο κείμενο. (ΦΕΚ 40/ τ. Β/2018)»**

Άρθρο 9

Διαφήμιση

1. 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,**

Άρθρο 9α

Για τους σκοπούς των διατάξεων του παρόντος μέρους νοούνται: **α) προϊόν, κάθε αγαθό ή υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένης της ακίνητης περιουσίας και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων, β) εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή, που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές, γ) ουσιώδης στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς των καταναλωτών, η χρήση εμπορικής πρακτικής με σκοπό τη σημαντική μείωση της ικανότητας του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση, με επακόλουθο ο καταναλωτής να λάβει μια απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, ... ζ) πρόσκληση για αγορά, η εμπορική επικοινωνία**

στην οποία αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και η τιμή με τρόπο που ενδείκνυται για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας τα οποία χρησιμοποιούνται, έτσι ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την αγορά ...

Άρθρο 9γ

Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών

1. Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που υιοθετούνται πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν.

2. Μια εμπορική πρακτική είναι **αθέμιτη**, όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας και **στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή, στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών.**

3. Εμπορικές πρακτικές οι οποίες ενδέχεται να στρεβλώνουν ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά μόνο μιας **σαφώς προσδιοριζόμενης ομάδας καταναλωτών που είναι ιδιαιτέρως ευάλωτοι ως προς την πρακτική αυτή ή ως προς το συγκεκριμένο προϊόν** λόγω πνευματικής ή σωματικής αναπηρίας, ηλικίας ή απειρίας, με τέτοιο τρόπο ώστε ο προμηθευτής να μπορεί ευλόγως να το προβλέψει, εκτιμώνται υπό το πρίσμα του μέσου μέλους της συγκεκριμένης ομάδας. Το προηγούμενο εδάφιο εφαρμόζεται με την επιφύλαξη της κοινής και θεμιτής διαφημιστικής πρακτικής της διατύπωσης δηλώσεων που ενέχουν υπερβολές ή δηλώσεων οι οποίες δεν αναμένεται να εκληφθούν, ως έχουν, στην κυριολεξία τους.

4. Εμπορικές πρακτικές είναι **αθέμιτες, ιδίως όταν είναι παραπλανητικές ή επιθετικές, όπως αυτές καθορίζονται στα άρθρα 9δ, 9ε, 9στ και στα άρθρα 9ζ και 9η, αντίστοιχα.**

Άρθρο 9δ

Παραπλανητικές πράξεις

1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν **περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι, συνεπώς, αναληθής ή, όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίας της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές** όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία τα οποία παρατίθενται κατωτέρω και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή **ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε.** Τα στοιχεία αυτά είναι: α) η ύπαρξη ή η φύση του προϊόντος, β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως είναι η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι κίνδυνοι, η εκτέλεση, η σύνθεση, τα συνοδευτικά εξαρτήματα, η μετά την πώληση υποστήριξη προς τον καταναλωτή και η αντιμετώπιση των παραπόνων, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, η παράδοση, η καταλληλότητα, η χρήση, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική ή εμπορική προέλευση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δοκιμών ή ελέγχων του προϊόντος, ...

2. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επίσης παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψιν όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, **οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε και η πρακτική περιλαμβάνει: α) κάθε προσπάθεια προώθησης προϊόντος (μάρκετινγκ), συμπεριλαμβανομένης της συγκριτικής διαφήμισης, που δημιουργεί σύγχυση με προϊόντα, εμπορικά σήματα, εμπορικές επωνυμίες και άλλα διακριτικά γνωρίσματα ενός ανταγωνιστή ...**

Άρθρο 9ε**Παραπλανητικές παραλείψεις**

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.**

2. 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.

4. Στην περίπτωση της πρόσκλησης για αγορά, θεωρούνται ουσιώδεις οι ακόλουθες πληροφορίες, αν δεν είναι ήδη προφανείς από το συγκεκριμένο πλαίσιο: α) **τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, στο βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και το προϊόν, ...**

5. Οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών που θεσπίζονται από το κοινοτικό δίκαιο, σχετικά με την εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης ή του μάρκετινγκ, θεωρούνται ουσιώδεις.

Άρθρο 9στ**Περιπτώσεις παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών**

Απαγορεύονται, σε κάθε περίπτωση, ως **παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές που συνίστανται ιδίως σε: ... γ) ισχυρισμό, ότι ένας κώδικας συμπεριφοράς έχει την έγκριση δημόσιου ή άλλου φορέα, ενώ δεν την έχει, δ) ισχυρισμό, ότι ο προμηθευτής συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών πρακτικών του, ή ένα προϊόν έχει την έγκριση, την πιστοποίηση ή την άδεια δημόσιου ή ιδιωτικού φορέα, ενώ δεν την έχει, ή παρόμοιο ισχυρισμό ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης της πιστοποίησης ή της άδειας, ... κ) χρήση κειμένου στα μέσα, για την προώθηση ενός προϊόντος πληρωμένου από τον προμηθευτή, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενό του ή από εικόνα ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση), με την επιφύλαξη των διατάξεων του Π.Δ. 100/2000 (Α' 98), όπως ισχύει, κα) διατύπωση ουσιωδώς ανακριβούς ισχυρισμού όσον αφορά στη φύση ή στην έκταση του κινδύνου για την προσωπική ασφάλεια του καταναλωτή ή της οικογένειάς του, αν ο καταναλωτής δεν αγοράσει το προϊόν, ...**

Κατόπιν των ανωτέρω, καθίσταται απολύτως σαφές ότι γενικότερα απαγορεύεται, για λόγους προστασίας του καταναλωτικού κοινού από αθέμιτες και ιδιαίτερα παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές των εταιρειών, **κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή, που συνδέεται άμεσα με την προώθηση ενός προϊόντος, ανεξαρτήτου χρόνου τελέσεως, και**

- **στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή, στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας καταναλωτών (εν προκειμένω την ομάδα των χρηστών προϊόντων καπνού και συναφών προϊόντων ή την ομάδα αυτών που θέλουν να διακόψουν τη χρήση με νόμιμους εγκεκριμένους από τις**

αρμόδιες εθνικές αρχές τρόπους διακοπής τους) ή ομάδων ευάλωτων λόγω ηλικίας ή απειρίας (όπως είναι οι ανήλικοι ως προς την προστασία τους από τον καπνό)

- **είναι αναληθής και ενδέχεται να παραπλανήσει** (πόσο μάλλον όταν δεδομένα και ρητά παραπλανά) το μέσο καταναλωτή, ώστε να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε, διαμέσου της φύσης του προϊόντος, των χαρακτηριστικών, των ενδεχομένων οφελών ή κινδύνων, της καταλληλότητας, των αναμενόμενων από τη χρήση του προϊόντος αποτελεσμάτων, ή των αποτελεσμάτων και τα ουσιωδών χαρακτηριστικών των δοκιμών ή ελέγχων του προϊόντος (όπως για παράδειγμα σε προϊόντα καπνού και συναφή προϊόντα που παρουσιάζονται ως προϊόντα μειωμένου κινδύνου, με οφέλη συνεπώς για τη δημόσια υγεία, χωρίς να έχουν λάβει σχετική έγκριση από την αρμόδια Εθνική Αρχή, βάσει του άρθρου 2 του Ν. 3730/2008, αλλά και χωρίς την επικαλούμενη σε πολλές περιπτώσεις αδειοδότηση από άλλον φορέα άλλου κράτους ή την ύπαρξη θετικών εκθέσεων ανεξάρτητων επιστημονικών οργάνων ως προς τα αποτελέσματα των δοκιμών του)
- **παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου** και ως εκ τούτου οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει σε απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά ο καταναλωτής δεν θα ελάμβανε, ιδιαίτερα ως προς τα χαρακτηριστικά του προϊόντος (όπως σε περιπτώσεις προϊόντων καπνού που είναι εθιστικά και βλάπτουν την υγεία και για τα οποία γίνεται επίκληση ότι αναμένεται να λάβουν ειδική έγκριση από αλλοδαπή αρχή, χωρίς την ύπαρξη αντίστοιχων ενδείξεων),
- **προβάλλει ως επιχείρημα τον ισχυρισμό ότι ένα προϊόν έχει την έγκριση, την πιστοποίηση ή την άδεια δημόσιου ή ιδιωτικού φορέα, ενώ δεν την έχει**, ή παρόμοιο ισχυρισμό ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης της πιστοποίησης ή της άδειας (όπως για παράδειγμα την επίκληση – πιθανής, στο μέλλον μάλιστα – αδειοδότησης από φορέα ή αρχή άλλης χώρας, που ούτως ή άλλως δεν επιφέρει νομικές συνέπειες στο εγχώριο καθεστώς που ισχύει για το προϊόν αυτό).

B. ΚΥΡΩΣΕΙΣ

Τονίζεται, ιδιαίτερα, ότι το κυρωτικό πλαίσιο για τις παραβάσεις της νομοθεσίας, είναι αυστηρότατο και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων :

1. Ν. 1802/1988, άρθρο 12 : *Οι παραβαίνοντες τις πιο πάνω διατάξεις καθώς και τους όρους, τις προϋποθέσεις και τις διαδικασίες της προηγούμενης παραγράφου τιμωρούνται με φυλάκιση έως έξι (6) μήνες ή με χρηματική ποινή έως δέκα εκατομμύρια (10.000.000) δραχμές και σε κάθε περίπτωση, όχι κατώτερη του 100% (εκατό τοις εκατό) του συνολικού ποσού που διατίθεται για τη συγκεκριμένη διαφήμιση ή και με τις δύο (2) ποινές.*

Σε περίπτωση υποτροπής τα ανωτέρω όρια των ποινών διπλασιάζονται.

Τα έσοδα από τις χρηματικές ποινές που επιβάλλονται για παραβάσεις της διάταξης αυτής κατατίθενται σε ειδικό Λογ/σμό στην Τράπεζα της Ελλάδος και θα διατίθενται με απόφαση του Υπουργού Υγείας, Πρόνοιας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων για την ανάπτυξη προγραμμάτων αγωγής υγείας.»

Αφορά στις περιπτώσεις παράβασης των διατάξεων της ΚΥΑ Υ1/Γ.Π. οικ. 81348/2005 «Διαφήμιση και χορηγία προϊόντων καπνού σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 2003/33/ΕΚ (ΕΕL 152/20.6.2003) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου», που εφαρμόζεται σε όλα τα προϊόντα καπνού, νέα προϊόντα καπνού, ηλεκτρονικά τσιγάρα και φυτικά προϊόντα για κάπνισμα.

2. Ν. 4419/2016, άρθρο 24, παρ. 4 : Σε περίπτωση παράβασης των υποχρεώσεων των άρθρων ... 18 παράγραφοι 1 έως 6 του παρόντος νόμου επιβάλλονται, με απόφαση του Υπουργού Υγείας, τα πρόστιμα που προβλέπονται στο άρθρου 3 παράγραφος 1 περίπτωση Δ' της υπ' αριθμόν Γ.Π. οικ. 104720/2010 απόφασης των Υπουργών Εσωτερικών, Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Προστασίας του Πολίτη, Πολιτισμού και Τουρισμού (Β'1315).

Τηρουμένων των προηγούμενων διατάξεων, αφορά σε ειδικότερη πρόβλεψη για τα ηλεκτρονικά τσιγάρα και τους περιέκτες επαναπλήρωσης, σύμφωνα με την οποία, μεταξύ άλλων, με Υπουργική Απόφαση, έπειτα από διαπιστωμένη παράβαση των διατάξεων περί διαφήμισης, κατά τις νόμιμες διαδικασίες, επιβάλλεται διοικητικό πρόστιμο, σύμφωνα με τον πίνακα της ΚΥΑ υπ' αριθμόν Γ.Π. οικ. 104720/2010.

3. Ν. 3730/2008 (όπως ισχύει), άρθρο 6, παρ. 5 : Σε όσους παραβιάζουν τις διατάξεις του παρόντος σχετικά με τη διαφήμιση προϊόντων καπνού επιβάλλεται πρόστιμο από πεντακόσια (500) έως δέκα χιλιάδες (10.000) ευρώ. Η υποτροπή λαμβάνεται υπόψη για το ύψος του επιβαλλόμενου προστίμου. Πέραν των ανωτέρω, κυρώσεις που προβλέπονται από άλλους νόμους διατηρούνται.

παρ. 6 : Με απόφαση των Υπουργών Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Οικονομικών, Εσωτερικών, Προστασίας του Πολίτη και άλλων συναρμόδιων Υπουργών καθορίζονται τα όργανα, η διαδικασία ελέγχου, πιστοποίησης των παραβάσεων και επιβολής των πιο πάνω προστίμων, το ύψος των προστίμων, τα κριτήρια επιμέτρησης του ύψους του προστίμου, η διαδικασία είσπραξης των προστίμων, όπως και η διάθεση των εσόδων και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

4. Υπ. αρ. πρωτ. ΚΥΑ 104720/2010 (ΦΕΚ 1315/τ. Β/ 2010) «Καθορισμός των οργάνων, της διαδικασίας ελέγχου πιστοποίησης των παραβάσεων και επιβολής των προβλεπόμενων κυρώσεων, καθώς και των κριτηρίων προσδιορισμού του ύψους του προστίμου, της διαδικασίας είσπραξης των προστίμων, καθώς και κάθε άλλης αναγκαίας λεπτομέρειας για την εφαρμογή του Νόμου 3868/2010».

άρθρο 3, παρ. 1 : Σε όσους παραβιάζουν τις διατάξεις του Ν. 3868/2010 σχετικά με τη διαφήμιση προϊόντων καπνού επιβάλλεται πρόστιμο από 500 έως 10.000 ευρώ για κάθε παράβαση, το ύψος οποίου εξειδικεύεται στο Παράρτημα Α', ΠΙΝΑΚΑΣ 3, που επισυνάπτεται στην παρούσα και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της.

Τηρουμένης της παραπάνω (υπ. αρ. 2) πρόβλεψης για τα ηλεκτρονικά τσιγάρα και τους περιέκτες επαναπλήρωσης, αναλογικά και για όλα τα προϊόντα καπνού και συναφή προϊόντα καπνού, επιβάλλονται τα πρόστιμα που προβλέπονται στην ανωτέρω ΚΥΑ από τα αρμόδια ελεγκτικά όργανα που έχουν καθοριστεί σε αυτήν και σύμφωνα με τις προβλεπόμενες διαδικασίες.

- **Υπ. αρ. 5338/ 18-01-2018 Απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης «Κωδικοποίηση του ν. 2251/1994 (Α' 191) «Προστασία των Καταναλωτών» σε ενιαίο κείμενο. (ΦΕΚ 40/ τ. Β/2018)»**

Άρθρο 9 θ – Κυρώσεις

1. Όταν παραβιάζονται οι διατάξεις του παρόντος μέρους εφαρμόζονται, συμπληρωματικά με τις κυρώσεις του άρθρου 13α του παρόντος νόμου, οι διατάξεις των επόμενων παραγράφων.

2. Κάθε καταναλωτής ή ένωση καταναλωτών έχει το δικαίωμα, όταν παραβιάζονται οι διατάξεις των άρθρων 9 και 9γ έως 9η, να ζητά την δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και αποζημίωση για τη ζημία που υπέστη εξαιτίας της πρακτικής αυτής.

3. Το Δικαστήριο μπορεί, μετά από σχετική αίτηση, να διατάξει, δια του τύπου ή με άλλο πρόσφορο τρόπο, τη δημοσίευση της απόφασης που διατάσσει την παύση της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, στο σύνολό της, ή εν μέρει, καθώς και τη δημοσίευση σχετικής επανορθωτικής δήλωσης του παραβάτη.

4. Ο προμηθευτής στον οποίο αποδίδεται παράβαση των διατάξεων του παρόντος μέρους, υποχρεούται να προσκομίζει στο Δικαστήριο αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που αφορούν εμπορική πρακτική, εφόσον αυτό κριθεί αναγκαίο από το Δικαστήριο, εν όψει των δεδομένων της συγκεκριμένης περίπτωσης, λαμβανομένων υπόψιν των έννομων συμφερόντων όλων των διαδίκων. Αν δεν προσκομισθούν τα στοιχεία αυτά ή κριθούν ανεπαρκή, οι ισχυρισμοί του ενάγοντος ή των εναγόντων καταναλωτών τεκμαίρονται αληθείς.

5. Ο έλεγχος των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών μπορεί να γίνει και από ιδιοκτήτες κωδίκων συμπεριφοράς, εφόσον προβλέπονται σχετικές διαδικασίες προσφυγής ενώπιον των φορέων αυτών. Η προσφυγή στις διαδικασίες του προηγούμενου εδαφίου δεν συνεπάγεται παραίτηση από το δικαίωμα δικαστικής προσφυγής.

6. Ο Υπουργός Οικονομίας και Ανάπτυξης μπορεί να διατάξει, με απόφασή του, για λόγους δημοσίου συμφέροντος, την άμεση παύση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς την απόφαση αυτή επιβάλλονται, σε βάρος του παραβάτη, οι κυρώσεις του άρθρου 13α του παρόντος νόμου.

Άρθρο 13α – Κυρώσεις

1. Οι καταγγελίες των καταναλωτών εναντίον προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού ή διανομέα που υποβάλλονται στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος, κοινοποιούνται, με απόδειξη παραλαβής, στον προμηθευτή, πωλητή, παραγωγό ή διανομέα με πρόσκληση για απάντηση, με κάθε πρόσφορο τρόπο, συμπεριλαμβανομένης και της επίδοσης δια του ταχυδρομείου, της τηλεομοιοτυπίας και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ο προμηθευτής, πωλητής, παραγωγός ή διανομέας υποχρεούται να απαντά εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο, στις καταγγελίες μέσα στην προθεσμία που τάσσεται από τη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, η οποία αρχίζει από την επίδοση της σχετικής πρόσκλησης.

2. Με την επιφύλαξη των διατάξεων του Ποινικού Κώδικα και των Κανόνων Ρύθμισης της Αγοράς Προϊόντων και της Παροχής Υπηρεσιών σε βάρος των προμηθευτών, πωλητών, παραγωγών ή διανομέων

που παραβαίνουν τις διατάξεις του παρόντος νόμου επιβάλλεται, με απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης, κατόπιν καταγγελίας ή και αυτεπαγγέλτως, μια ή περισσότερες από τις παρακάτω κυρώσεις: α) σύσταση για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας, άρση της προσβολής και παράλειψή της στο μέλλον ή, αν ο προμηθευτής, πωλητής, παραγωγός ή διανομέας έχει ήδη συμμορφωθεί, πριν από τη σύσταση, σύσταση παράλειψης της προσβολής στο μέλλον, β) πρόστιμο από χίλια πεντακόσια (1.500) έως ένα εκατομμύριο (1.000.000) ευρώ. Σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού ή διανομέα περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου, το ανώτατο όριο προστίμου διπλασιάζεται, γ) προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης ή τμήματος της για χρονικό διάστημα από τρεις (3) μήνες έως ένα (1) έτος σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού ή διανομέα περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου.

3. Σε βάρος του προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού ή διανομέα, ο οποίος δεν απαντά σε καταγγελίες καταναλωτών σύμφωνα με την παρ. 1, ο Υπουργός Οικονομίας και Ανάπτυξης μπορεί να προβεί σε: α) σύσταση για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας, άρση της προσβολής και παράλειψη της στο μέλλον ή, αν ο προμηθευτής, πωλητής, παραγωγός ή διανομέας έχει ήδη συμμορφωθεί, πριν από τη σύσταση, σύσταση παράλειψης της προσβολής στο μέλλον με προειδοποίηση επιβολής προστίμου, β) επιβολή προστίμου από πεντακόσια (500) ευρώ έως πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ.

4. Τα ποσά των προστίμων που επιβάλλονται κατά τις παραγράφους 2 και 3 εισπράττονται σύμφωνα με τις διατάξεις του Κ.Ε.Δ.Ε. (ν. δ. 356/1974, ΦΕΚ 90 Α΄) και μπορεί να αναπροσαρμόζονται με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης.

5. Ο Υπουργός Οικονομίας και Ανάπτυξης, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του παρόντος, μπορεί, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση και τη βαρύτητα της παράβασης καθώς και τις συνέπειές της στο ευρύτερο καταναλωτικό κοινό, να δημοσιοποιεί, δια του τύπου ή με άλλο πρόσφορο τρόπο, τις κυρώσεις που επιβάλλονται κατά τις προηγούμενες παραγράφους 2 και 3, καθώς και τα περιοριστικά μέτρα που λαμβάνονται κατά τις κείμενες διατάξεις από αρμόδιες διοικητικές αρχές ή τους προμηθευτές, πωλητές, παραγωγούς ή διανομείς σχετικά με τη διάθεση καταναλωτικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά.

Κατόπιν των ανωτέρω,

α) Οι αποδέκτες της παρούσης καλούνται όπως ενημερώσουν υπεύθυνα τους φορείς, φυσικά ή νομικά πρόσωπα που υπάγονται σε αυτούς, ώστε να λαμβάνουν υπόψη, σύμφωνα με τα παραπάνω, τη σχετική νομοθεσία περί των απαγορεύσεων της διαφήμισης, προβολής, προώθησης προϊόντων καπνού και συναφών προϊόντων, κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων τους.

β) Οι αρμόδιες αρχές και όργανα, που έχουν επιφορτιστεί με τον έλεγχο της εφαρμογής της σχετικής νομοθεσίας, παρακαλούνται όπως εντείνουν τους ελέγχους τα δε ελεγκτικά όργανα και αρχές, που στο πλαίσιο του παρεμπόπτοντος ελέγχου της αγοράς διαπιστώνουν περιπτώσεις παραβάσεων της νομοθεσίας, όπως αποστέλλουν τα σχετικά στοιχεία, άμεσα, στους αρμόδιους από το νόμο φορείς.

γ) το Υπουργείο Υγείας γνωστοποιεί και καθιστά σαφές προς πάσα κατεύθυνση πως κάθε περίπτωση παράβασης της κείμενης νομοθεσίας, όπως αναλύθηκε παραπάνω, εφόσον διαπιστώνεται και βεβαιώνεται κατά τις νόμιμες διαδικασίες, αντιμετωπίζεται και θα αντιμετωπίζεται άμεσα και με τον

προσέχοντα τρόπο, με γνώμονα την προστασία της δημόσιας υγείας και ιδιαίτερα των ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού. Για το λόγο αυτό ενθαρρύνονται όλες οι οργανώσεις, φορείς, αλλά και μεμονωμένα πρόσωπα, που συμβάλλουν με ίδιες δυνάμεις στην καταπολέμηση της μάστιγας του καπνίσματος, να γνωστοποιούν όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με τις περιπτώσεις αυτές.

Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

Α. ΞΑΝΘΟΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Α. Αποδέκτες :

1. Σύνδεσμος Ελληνικών Καπνοβιομηχανιών
Πανεπιστημίου 6, Τ.Κ. 10671, Αθήνα
2. Παπαστράτος ΑΒΕΣ (Phillip Morris International)
Ήμερος Τόπος – Θέση Κορορέμι, Τ.Κ. 19300, Ασπρόπυργος
3. Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Ηλεκτρονικού Τσιγάρου (Σ.Ε.Ε.Η.Τ.)
3ης Σεπτεμβρίου 144, Τ.Κ. 11251, Αθήνα
4. Ελληνικός Σύνδεσμος Καπνικών Εταιρειών Ευρώπης (Ε.Σ.Κ.Ε.Ε.)
Λεωφόρος Αναπαύσεως & Αγιάσου 45, Τ.Κ. 15235, Βριλήσσια, Αθήνα
5. Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου (ΕΝ.Ε.Δ.)
Μεσογείων 2-4, Πύργος Αθηνών, Κτίριο Β', Τ.Κ. 11527, Αθήνα
6. Ένωση Ενημερωτικών Τηλεοράσεων Ελληνικής Περιφέρειας
Πανεπιστημίου 39, Τ.Κ. 10564, Αθήνα
7. Ένωση Ιδιωτικών Τηλεοπτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας (Ε.Ι.ΤΗ.Σ.Ε.Ε.)
Ιπποκράτους 9, Τ.Κ. 10679, Αθήνα
8. Πανελλήνια Ένωση Ιδιοκτητών Ραδιοφωνικών Σταθμών (Π.Ε.Ι.ΡΑ.Σ.)
Πατριάρχου Γρηγορίου Ε' 34, Τ.Κ. 15122, Μαρούσι
9. Ένωση Ιδιοκτητών Ιδιωτικών Ραδιοφωνικών Σταθμών Αθηνών (Ε.Ι.Ι.Ρ.Α.)
Κηφισίας 64, Τ.Κ. 15125, Μαρούσι
10. Ένωση Περιφερειακών Καναλιών Ελλάδος (Ε.ΠΕ.Κ.)
Κοκκινάκη 30, Τ.Κ. 11143, Αθήνα
11. Πανελλήνια Ομοσπονδία Ενώσεων Συντακτών (Π.Ο.Ε.ΣΥ.)
Ακαδημίας 20, Τ.Κ. 10671, Αθήνα
12. Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Σ.Η.Ε.Α.)
Ακαδημίας 20, 10671, Αθήνα
13. Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Περιοδικού Τύπου
Λ. Κηφισίας 40, Τ.Κ. 15125, Παράδεισος Αμαρουσίου
14. Ένωση Συντακτών Περιοδικού-Ηλεκτρονικού Τύπου
Βαλαωρίτου 9, Τ.Κ. 10671, Αθήνα
15. Σύνδεσμος Ημερησίων Περιφερειακών Εφημερίδων
Σισίνη 31, Τ.Κ. 11528, Αθήνα
16. Όλες τις Περιφερειακές Ενότητες της Χώρας (με την υποχρέωση ενημέρωσης και των ελεγκτικών τους

υπηρεσιών)

Β. Κοινοποίηση :

1. Γραφείο Διοικητή Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων (Α.Α.Δ.Ε.)
Καραγεώργη Σερβίας 10, ΤΚ 10184, Αθήνα
2. Γενικό Χημείο του Κράτους (ΓΧΚ)
Διεύθυνση Ενεργειακών και Βιομηχανικών Προϊόντων
Αν. Τσόχα 16, Τ.Κ. 11521, Αθήνα
3. Γενικό Χημείο του Κράτους (ΓΧΚ)
Χημική Υπηρεσία Σερρών
Τέρμα Άνδρου, Τ.Κ. 62125, Σέρρες
4. Α.Α.Δ.Ε Γενική Διεύθυνση Φορολογικής Διοίκησης
Διεύθυνση Ε.Φ.Κ. και Φ.Π.Α.
Κηφισίας 124, Τ.Κ. 11526, Αθήνα
5. Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης
Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας
Πλατεία Κάνιγγος 20, Τ.Κ. 10181, Αθήνα
6. Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης
Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή
Πλατεία Κάνιγγος 20, Τ.Κ. 10181, Αθήνα
7. Συνήγορος του Καταναλωτή
Λ. Αλεξάνδρας 144, 11471, Αθήνα
8. Υπουργείο Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων
Ανδρέα Παπανδρέου 37, Τ.Κ. 15180, Μαρούσι
9. Υπουργείο Οικονομικών
Νίκης 5-7, Τ.Κ. 10563, Αθήνα
10. Υπουργείο Εσωτερικών (με την υποχρέωση ενημέρωσης και της Ελληνικής Αστυνομίας, των ΟΤΑ α' βαθμού και των δημοτικών αστυνομικών τους τμημάτων)
11. Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (Ε.Σ.Ρ.)
Πανεπιστημίου & Αμερικής 5, Τ.Κ. 10564, Αθήνα
12. Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης & Επικοινωνίας
Φραγκούδη 11 & Αλεξάνδρου Πάντου, Καλλιθέα, Τ.Κ. 10163, Αθήνα
13. Εθνική Σχολή Δημόσιας Υγείας (ΕΣΔΥ – Τομέας Δημόσιας Υγείας)
Λ. Αλεξάνδρας 196, Τ.Κ. 11521, Αθήνα
14. Κέντρο Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων (ΚΕΕΛΠΝΟ)
Αγράφων 3-5, Τ.Κ. 15123, Μαρούσι
15. Ελληνική Καρδιολογική Εταιρεία
Ποταμιανού 6, Τ.Κ. 11528, Αθήνα
16. Ελληνική Πνευμονολογική Εταιρεία, Γ.Ν.Ν.Θ.Α. «Η Σωτηρία»
Λ. Μεσογείων 152, Τ.Κ. 11572, Αθήνα
17. Ελληνική Αντικαρκινική Εταιρεία
Αν. Τσόχα 18-20, Τ.Κ. 11521, Αθήνα
18. Ελληνική Εταιρεία Υπέρτασης
Λ. Βασ. Σοφίας 111, Τ.Κ. 11527, Αθήνα
19. Ελληνική Αγγειολογική Εταιρεία

Καισαρείας 6, Τ.Κ. 11527, Αθήνα

20. Ινστιτούτο Δημόσιας Υγείας του Αμερικανικού Κολεγίου Αθηνών

Ηπίτου 17β, Τ.Κ. 10557, Αθήνα

21. Κέντρο Έρευνας του Καπνίσματος και του Καρκίνου του Πνεύμονος

Δορυλαίου 8, Τ.Κ. 11521, Αθήνα

22. Ίδρυμα Ιατροβιολογικών Ερευνών της Ακαδημίας Αθηνών

Σωρανού του Εφεσίου, Τ.Κ. 11527, Αθήνα

23. Πανελλήνιος Ιατρικός Σύλλογος

Πλουτάρχου 3, Τ.Κ. 10675, Αθήνα

24. Ένωση Νοσηλευτών Ελλάδος

Λ.Βασιλίσσης Σοφίας 47, Τ.Κ. 10676, Αθήνα

25. Κέντρο Θεραπείας Εξαρτημένων Ατόμων (ΚΕ.Θ.Ε.Α.)

Σορβόλου 24, Τ.Κ. 11636, Αθήνα

26. Οργανισμός Κατά των Ναρκωτικών (Ο.ΚΑ.ΝΑ.)

Αβέρωφ 21, Τ.Κ. 10433, Αθήνα

27. Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων (Ε.Ο.Φ.)

Μεσογείων 284, Τ.Κ. 15562, Χολαργός, Αθήνα

28. Ινστιτούτο Υγείας του Παιδιού

Παπαδιαμαντοπούλου και Θηβών 1, Τ.Κ. 11527, Αθήνα

Εσωτερική – Ηλεκτρονική Διανομή :

1. Γραφείο Υπουργού Υγείας
2. Γραφείο Αναπληρωτή Γ.Γ. Υγείας
3. Γραφείο Γ.Γ. Δημόσιας Υγείας
4. Γραφείο Προϊσταμένης Γεν. Διεύθυνσης Δημόσιας Υγείας & Ποιότητας Ζωής
5. Διεύθυνση Αντιμετώπισης Εξαρτήσεων
Τμήμα Λοιπών Εξαρτήσεων
6. Διεύθυνση Δημόσιας Υγείας