

ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
ΚΩΔΙΚΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Κ.Δ.02.2024.03

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
2. ΕΦΑΡΜΟΓΗ	4
2.1 Διαδικασία υποβολής σχεδίων διαφήμισης και προωθητικών ενεργειών.....	4
2.2 Μέγιστο Χρονικό Περιθώριο Επισκόπησης	5
2.3 Εξαιρέσεις Επισκόπησης.....	5
3. ΓΕΝΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ	7
3.1 Ενθαρρύνει τον υπερβολικό και χωρίς μέτρο στοιχηματισμό	7
3.2 Αναληθείς ή παραπλανητική διαφήμιση	7
3.3 Ενίσχυση προσωπικών χαρακτηριστικών του παίκτη.....	8
3.4 Στοιχηματισμός ως μέσο επίλυσης προβλημάτων	8
4. ΑΣΦΑΛΕΣ ΠΑΙΧΝΙΑ	10
5. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΝΗΛΙΚΩΝ	11
5.1 Πληροφόρηση	11
5.2 Παρότρυνση ανήλικων & ευαίσθητων προσώπων να στοιχηματίσουν	11
5.3 Ψηφιακή Ηλικιακή Στοχοποίηση	12
6. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ	13
6.1 Ουσιαστικές Πληροφορίες	13
6.2 Περιορισμός ορισμένων προωθητικών ενεργειών	14
7. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΡΟΝΟΙΩΝ ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΜΕΣΟΥ ΜΕΤΑΔΟΣΗΣ	15
7.1 Γενικές Υποχρεώσεις	15
7.2 Οπτικοακουστικές και Ηχητικές Διαφημίσεις	16
7.3 Ψηφιακή Διαφήμιση.....	20
7.4 Εξωτερική Διαφήμιση σε Πινακίδα.....	21
7.5 Διαφήμιση εντός γηπέδου κατά την διάρκεια αθλητικού γεγονότος.....	21
8. ΣΥΓΚΑΛΥΜΜΕΝΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	23
9. ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ	24
10. ΙΣΧΥΣ	26

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Εθνική Αρχή Στοιχημάτων εκδίδει τον παρόντα Πρακτικό Οδηγό, σύμφωνα με το άρθρο 5 του Κώδικα Διαφήμισης, ο οποίος αποσκοπεί στην αποτελεσματικότερη ρύθμιση και ομοιόμορφη εφαρμογή των διαδικασιών και υποχρεώσεων που προβλέπει ο Κώδικας Διαφήμισης.

2. ΕΦΑΡΜΟΓΗ

2.1 Διαδικασία υποβολής σχεδίων διαφήμισης και προωθητικών ενεργειών

Κώδικας Διαφήμισης:

- 4 Κάτοχος άδειας υποβάλλει στην Αρχή για σκοπούς επισκόπησης, όλα τα σχέδια διαφημίσεων και προωθητικών ενεργειών που προτίθεται να δημοσιεύσει.
- 5 (2) Ο Πρακτικός Οδηγός δύναται να περιλαμβάνει διατάξεις σχετικά με όλα τα θέματα που άπτονται του παρόντος Κώδικα και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων –
- (α) τη διαδικασία υποβολής σχεδίων διαφήμισης·
 - (β) τη διαδικασία υποβολής σχεδίων προωθητικών ενεργειών·

Καθοδήγηση:

2.1.1 Τα σχέδια διαφημίσεων και προωθητικών ενεργειών υποβάλλονται στην Αρχή για σκοπούς εξέτασης συμμόρφωσης αυτών με τις διατάξεις του Κώδικα Διαφήμισης πριν την δημοσίευσή τους.

2.1.2 Τα σχέδια διαφημίσεων και προωθητικών ενεργειών, υποβάλλονται στην Αρχή μαζί με πληροφορίες και στοιχεία, σύμφωνα με το Παράρτημα Α, το οποίο είναι διαθέσιμο στην ιστοσελίδα της Αρχής www.nba.gov.cy.

Νοείται ότι, τα σχέδια προωθητικών ενεργειών περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστον:

- (α) τους όρους και προϋποθέσεις συμμετοχής,
- (β) παραδείγματα, σύμφωνα με την παράγραφο 19(δ) του Κώδικα Διαφήμισης, και
- (γ) σχετική διαδικτυακή διεύθυνση για σκοπούς του άρθρου 20 του Κώδικα Διαφήμισης.

2.1.3 Ο αδειούχος υποβάλλει όλα τα σχέδια διαφημίσεων και προωθητικών ενεργειών, στο advertising@nba.gov.cy. Ένεκα του μεγέθους των αρχείων, αλλά και για σκοπούς ασφάλειας της Αρχής, όλα τα σχέδια διαφημίσεων και προωθητικών ενεργειών υποβάλλονται αποκλειστικά μέσω των υπηρεσιών ηλεκτρονικής διαβίβασης αρχείων (όπως wetransfer, google drive κτλ). Νοείται ότι, θα αποστέλλεται μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος ο σύνδεσμος όπου έχει αναρτηθεί το σχετικό αρχείο.

2.2 Μέγιστο Χρονικό Περιθώριο Επισκόπησης

Κωδικας Διαφήμισης:

5 (2) *Ο Πρακτικός Οδηγός δύναται να περιλαμβάνει διατάξεις σχετικά με όλα τα θέματα που άπτονται του παρόντος Κώδικα και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, –*

(γ) μέγιστο χρονικό περιθώριο επισκόπησης των σχεδίων διαφήμισης από την Αρχή πριν την δημοσίευση [...].

Καθοδήγηση:

Ο αδειούχος δύναται να προβεί σε δημοσίευση διαφήμισης χωρίς την ρητή έγκριση της Αρχής, σε περίπτωση εξάντλησης του μέγιστου χρονικού περιθωρίου επισκόπησης. Το περιθώριο επισκόπησης θεωρείται ότι έχει εξαντληθεί εάν η Αρχή δεν προβεί σε οποιαδήποτε από τις ενέργειες του εδαφίου 4(2) του Κώδικα Διαφήμισης κατά την διάρκεια του.

Το μέγιστο χρονικό περιθώριο επισκόπησης είναι:

- (α) για σχέδιο διαφήμισης, πέντε εργάσιμες μέρες από την υποβολή·
- (β) για σχέδιο προωθητικής ενέργειας, πέντε εργάσιμες μέρες από την υποβολή·

Νοείται ότι, η ημέρα υποβολής των σχεδίων δεν περιλαμβάνεται για σκοπούς προσμέτρησης του χρονικού περιθωρίου.

2.3 Εξαιρέσεις Επισκόπησης

Κωδικας Διαφήμισης:

5 (2) *Ο Πρακτικός Οδηγός δύναται να περιλαμβάνει διατάξεις σχετικά με όλα τα θέματα που άπτονται του παρόντος Κώδικα και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, –*

(γ) [...] κατηγορίες ή είδη διαφήμισης που να εξαιρούνται της υποχρέωσης του εδαφίου (α).

Καθοδήγηση:

2.3.1 Ο αδειούχος δύναται να υποβάλει για έγκριση πρότυπο διαφήμισης, το οποίο κατόπιν έγκρισης του, δύναται να αναδημοσιευθεί με διαφορετικά στοιχεία και πληροφορίες:

Νοείται ότι, τα σχέδια διαφήμισης εγκρίνονται ως πρότυπο και συνεπώς ο αδειούχος επισημαίνει όλα τα στοιχεία ή πληροφορίες που ενδεχομένως να τυγχάνουν τροποποίησης πριν από κάθε αναδημοσίευση.

Νοείται περαιτέρω ότι, προκειμένου να τύχει έγκρισης, το πρότυπο πρέπει να είναι δομημένο με τέτοιο τρόπο ώστε, ενδεχόμενη τροποποίηση των επισημασμένων στοιχείων ή πληροφοριών να μην παραβιάζει τους περιορισμούς που προβλέπει το άρθρο 8 του Κώδικα Διαφήμισης. Παράδειγμα τέτοιου προτύπου πιθανόν να περιλαμβάνει διαφήμιση απόδοσης επικείμενου αγώνα, στο οποίο θα τροποποιούνται ως επισημασμένα στοιχεία τα ακόλουθα: τα στοιχεία/σήματα των ομάδων, η μέρα ή/και ώρα διεξαγωγής, οι αποδόσεις του αποδέκτη και άλλα συναφή.

2.3.2 Ο αδειούχος ενημερώνει την Αρχή σχετικά με κάθε αναδημοσίευση, τουλάχιστον δυο μέρες πριν την δημοσίευση και υποβάλλει στην Αρχή –

- (α) το εγκεκριμένο πρότυπο,
- (β) το σχέδιο της τροποποιημένης αναδημοσίευσης, και
- (γ) δήλωση στην οποία να επιβεβαιώνει ότι δεν έχει προβεί σε οποιαδήποτε τροποποίηση του εγκεκριμένου προτύπου πέραν των επισημασμένων στοιχείων ή πληροφοριών.

2.3.3 Εάν ο αδειούχος προτίθεται να επαναφέρει προωθητική ενέργεια που έχει ήδη εγκριθεί από την Αρχή, σύμφωνα με τον Κώδικα Διαφήμισης και τον παρόντα Πρακτικό Οδηγό, αλλά της οποίας η εγκεκριμένη διάρκεια έχει λήξει, πρέπει –

- (α) σε περίπτωση που δεν υπήρξε οποιαδήποτε τροποποίηση στους όρους και προϋποθέσεις συμμετοχής ή τα χαρακτηριστικά της προωθητικής ενέργειας, να ενημερώσει την Αρχή για την νέα διάρκεια αυτής και να υποβάλει δήλωση στην οποία να επιβεβαιώνει ότι δεν έχει προβεί σε οποιαδήποτε τροποποίηση της εγκεκριμένης προωθητικής ενέργειας, προτού επαναφέρει την προωθητική ενέργεια, εντός του χρονικού πλαισίου, ως προβλέπεται στην παράγραφο 2.2. του παρόντος Πρακτικού Οδηγού,
- (β) σε περίπτωση που υπήρξαν τροποποιήσεις, να υποβάλλει εκ νέου την προωθητική ενέργεια με υποσημειωμένες τις αλλαγές και τροποποιήσεις, μαζί με την νέα διάρκεια αυτής ώστε να λάβει εκ νέου έγκριση, εντός του χρονικού πλαισίου, ως προβλέπεται στην παράγραφο 2.2. του παρόντος Πρακτικού Οδηγού.

3. ΓΕΝΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

3.1 Ενθαρρύνει τον υπερβολικό και χωρίς μέτρο στοιχηματισμό

Κωδικας Διαφήμισης:

8 *Απαγορεύεται η διαφήμιση στοιχήματος από οποιοδήποτε μέσο, η οποία:*

(α) ενθαρρύνει την υπερβολική ή/και χωρίς μέτρο στοιχηματική δραστηριότητα

Καθοδήγηση:

Διαφήμιση στην οποία αδειούχος προβάλλει μήνυμα ή συμπεριφορά από την οποία εύλογα συνάγεται ότι παίκτης δύναται να έχει σίγουρα ή εξασφαλισμένα κέρδη με την συμμετοχή του σε στοίχημα, είτε γενικώς είτε μέσω των υπηρεσιών που ο ίδιος παρέχει, απαγορεύεται.

3.2 Αναληθείς ή παραπλανητική διαφήμιση

Κωδικας Διαφήμισης:

8 *Απαγορεύεται η διαφήμιση στοιχήματος από οποιοδήποτε μέσο, η οποία:*

(γ) είναι αναληθής ή παραπλανητική, ιδίως όσον αφορά πληροφορίες σχετικά με τα κέρδη ή τις πιθανότητες του παίκτη να κερδίσει

Καθοδήγηση:

Διαφήμιση στην οποία ο αποδέκτης προβάλλει ασαφείς όρους και προϋποθέσεις ή ασαφή δήλωση σχετικά με τους όρους συμμετοχής σε στοίχημα ή προωθητική ενέργεια, πιθανό να εκληφθεί ως παραπλανητική διαφήμιση από την Αρχή. Συγκεκριμένα, η διάθεση προωθητικών προγραμμάτων, όπως για παράδειγμα μπόνους εγγραφής ή κατάθεσης που όμως διαφημίζονται ως «δωρεάν», ενδεχομένως να εμπίπτει στην πιο πάνω διάταξη. Δηλαδή, εάν για σκοπούς πραγματοποίησης ανάληψης από τον λογαριασμό παίκτη, απαιτείται η συμπλήρωση ενός αριθμού στοιχημάτων ή ενός συνολικού τζίρου πολλαπλάσιου της αρχικής κατάθεσης ή των «δωρεάν» στοιχημάτων, τότε, η χρήση της λέξης «δωρεάν» εκφεύγει του πλαισίου και παραβιάζει τον Κώδικα Διαφήμισης.

3.3 Ενίσχυση προσωπικών χαρακτηριστικών του παίκτη

Κωδικας Διαφήμισης:

- 8 *Απαγορεύεται η διαφήμιση στοιχήματος από οποιοδήποτε μέσο, η οποία:*
- (ι) *παρουσιάζει το στοίχημα μέσα σε πλαίσιο σκληρότητας ή το συνδέει με την αυτοχή ή την επικίνδυνη ή απερίσκεπτη συμπεριφορά,*
 - (ια) *υπονοεί ότι το στοίχημα δύναται να ενισχύσει τα προσωπικά χαρακτηριστικά του παίκτη, όπως για παράδειγμα την αυτοεκτίμηση ή τις ικανότητές του, ή υπονοεί ότι το στοίχημα αποτελεί τρόπο για να αποκτήσει κάποιος έλεγχο, υπεροχή, εξουσία, αναγνώριση ή θαυμασμό*

Καθοδήγηση:

Ο Κώδικας Διαφήμισης δεν αποτρέπει την χρήση γνωστών ή ελκυστικών προσώπων, εφόσον τα χαρακτηριστικά αυτά δεν συνδέονται με την ενασχόληση τους με το στοίχημα. Εάν οι χαρακτήρες στις διαφημίσεις είναι υποκείμενα θαυμασμού ένεκα της στοιχηματικής τους απόδοσης ή παρουσιάζεται το στοίχημα ως παράγοντας αλλαγής, είτε εξωτερικής εμφάνισης είτε συμπεριφοράς, παραβιάζεται ο Κώδικας καθώς συνδέει το στοίχημα με την ενίσχυση των προσωπικών χαρακτηριστικών του παίκτη, την αυτοεκτίμηση, την ελκυστικότητα και τις ικανότητές του.

3.4 Στοιχηματισμός ως μέσο επίλυσης προβλημάτων

Κωδικας Διαφήμισης:

- 8 *Απαγορεύεται η διαφήμιση στοιχήματος από οποιοδήποτε μέσο, η οποία:*
- (η) *υπονοεί ότι το στοίχημα δύναται να αποτελέσει διέξοδο σε οικονομικές ανησυχίες ή λύση αντί εργοδότησης ή τρόπο οικονομικής εξασφάλισης ή είδος οικονομικής επένδυσης,*
 - (θ) *παρουσιάζει τη συμμετοχή στη στοιχηματική δραστηριότητα ως προτεραιότητα ή αναγκαιότητα σε σχέση με άλλες κοινωνικές ή οικογενειακές σχέσεις ή υποχρεώσεις, όπως φιλικές, επαγγελματικές ή ακαδημαϊκές,*
 - (ι) *υπονοεί ότι το στοίχημα μπορεί να προσφέρει διέξοδο από τα επαγγελματικά, μαθησιακά ή προσωπικά προβλήματα, όπως τη μοναχικότητα ή την κατάθλιψη,*
 - (ια) *παρουσιάζει το στοίχημα ως προϋπόθεση ή μέσο για επιτυχημένες κοινωνικές, φιλικές ή επαγγελματικές σχέσεις.*

Καθοδήγηση:

Διαφημίσεις που παρουσιάζουν την συμμετοχή σε στοίχημα ως βιώσιμη εναλλακτική στην επαγγελματική ενασχόληση ή ακαδημαϊκή σταδιοδρομία παραβιάζουν τον Κώδικα Διαφήμισης. Συνεπώς, οποιαδήποτε αναφορά σε μισθούς ή χρέη ενδεχομένως να εκφεύγει του πλαισίου, ειδικά εάν τυγχάνει εκμετάλλευσης από τον αδειούχο η οποιαδήποτε φοβία του παίκτη.

4. ΑΣΦΑΛΕΣ ΠΑΙΧΝΙΔΙ

Κωδικας Διαφήμισης:

- 25 Όλα τα σχέδια διαφημίσεων περιλαμβάνουν αναφορά στην ιστοσελίδα Ασφαλούς Παιχνιδιού της Αρχής, www.safergambling.gov.cy.
- 26 Όλα τα σχέδια διαφημίσεων περιλαμβάνουν μήνυμα παρότρυνσης προς το ασφαλές παιχνίδι, το οποίο τυγχάνει προέγκρισης από την Αρχή.

Καθοδήγηση:

Οι πιο πάνω διατάξεις του Μέρους V επιβάλλουν στον αδειούχο δυο (2) συστατικά στοιχεία για την εξασφάλιση συμμόρφωσης με τον Κώδικα Διαφήμισης. Όλες οι διαφημίσεις πρέπει να περιλαμβάνουν:

- A. αναφορά στην σχετική ιστοσελίδα της Αρχής www.safergambling.gov.cy
- B. παρότρυνση προς το ασφαλές παιχνίδι.

A. Αναφορά στην σχετική ιστοσελίδα της Αρχής

Ο αποδέκτης πρέπει σε όλες τις διαφημίσεις να κάνει αναφορά στην σχετική ιστοσελίδα της Αρχής www.safergambling.gov.cy η οποία ειδικεύεται σε θέματα Ασφαλούς Παιχνιδιού.

Ιστοσελίδα Ασφαλές Παιχνιδιού – Άρθρο 25

Αναφορά στην ιστοσελίδα www.safergambling.gov.cy δύναται να λάβει την μορφή:

- προβολής της διεύθυνσης διαδικτύου της ιστοσελίδας, ή/και
- με την προβολή του λογότυπου της ιστοσελίδας.

B. Παρότρυνση προς το ασφαλές παιχνίδι

Η Αρχή, θέτει ένα ανοικτό πλαίσιο εφαρμογής, δίνοντας την ευχέρεια στους αποδέκτες να αναδείξουν την υπεύθυνη στάση που πρέπει να τηρούν μέσα από την ανάπτυξη και εφαρμογή νέων ιδεών.

Παρότρυνση προς το Ασφαλές Παιχνίδι – Άρθρο 26

Η παρότρυνση προς το ασφαλές παιχνίδι, δύναται να λάβει την μορφή:

- δήλωσης που να παροτρύνει το ασφαλές παιχνίδι, ή/και
- προβολής του εκάστοτε σλόγκαν της ιστοσελίδας www.safergambling.gov.cy

5. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΝΗΛΙΚΩΝ

5.1 Πληροφόρηση

Κωδικας Διαφήμισης:

- 12** Όλα τα σχέδια διαφημίσεων περιλαμβάνουν σε περίοπτη θέση πληροφόρηση που να διασαφηνίζει πως η συμμετοχή ανηλίκων σε στοίχημα απαγορεύεται.

Καθοδήγηση:

Όλες οι διαφημίσεις πρέπει να περιλαμβάνουν τέτοια στοιχεία και πληροφορίες, ώστε να διασφαλίζεται η πληροφόρηση του κοινού αναφορικά με την απαγόρευση συμμετοχής ανηλίκων προσώπων στις αδειοδοτημένες υπηρεσίες.

Ενημέρωση σχετικά με την απαγόρευση συμμετοχής σε ανήλικους – Άρθρο 12

Να διασαφηνίζει ότι, η συμμετοχή ανηλίκων σε στοίχημα απαγορεύεται ρητώς, μέσω σχετικού μηνύματος ή/και εικονιδίου.

5.2 Παρότρυνση ανηλίκων & ευαίσθητων προσώπων να στοιχηματίσουν

Κωδικας Διαφήμισης:

- 15** Απαγορεύεται η διαφήμιση στοιχήματος από οιοδήποτε μέσο, η οποία:
- (α) παροτρύνει ανήλικους ή/και ευάλωτα πρόσωπα να συμμετέχουν στη στοιχηματική δραστηριότητα

Καθοδήγηση:

Διαφήμιση στην οποία πρωταγωνιστεί ή συμμετέχει χαρακτήρας που είναι ιδιαίτερα δημοφιλής σε ανήλικους ή που απευθύνεται κυρίως σε παιδιά, παραβιάζει τον Κώδικα Διαφήμισης.

Οι αδειούχοι θα πρέπει να γνωρίζουν ότι η χρήση κινούμενων σχεδίων ή δημοφιλών χαρακτήρων σε διαφημίσεις, όπως σούπερ-ήρωες ή διάσημες προσωπικότητες ιδιαίτερα δημοφιλείς σε παιδιά, πρέπει να πραγματοποιείται κατά τρόπο υπεύθυνο. Τα κινούμενα σχέδια πρέπει να στοχεύουν ενήλικο κοινό, καθώς και να αποφεύγεται οποιαδήποτε συμπεριφορά που δύναται ευλόγως να εκληφθεί ως παιδαριώδης. Επιπλέον, η Αρχή αξιολογεί μεταξύ άλλων, τις

ώρες προβολής, την πιθανή ηλικία του κοινού και οποιοδήποτε άλλο εύλογο μέτρο έχει λάβει ο αδειούχος για να διασφαλίσει την αποτροπή θέασης από ανήλικα πρόσωπα.

Περαιτέρω, απαγορεύεται, σύμφωνα με την διάταξη 15(στ) του Κώδικα, η συμπερίληψη προσώπου σε διαφήμιση στοιχήματος, το οποίο είναι ή φαίνεται κάτω των είκοσι πέντε (25) ετών και το οποίο στοιχηματίζει ή διαδραματίζει σημαντικό ή πρωταγωνιστικό ρόλο σε αυτήν.

5.3 Ψηφιακή Ηλικιακή Στοχοποίηση

Κωδικας Διαφήμισης:

13 Ψηφιακές διαφημίσεις στις οποίες είναι δυνατή η ηλικιακή στοχοποίηση, πρέπει να ρυθμίζονται κατά τρόπο που να αποκλείουν την στοχοποίηση ανήλικων προσώπων.

14 (1) Οποιαδήποτε χρήση κοινωνικών δικτύων πρέπει να είναι κατόπιν καθορισμού σχετικών ηλικιακών ρυθμίσεων, ώστε να –

(α) αποκλείει ανήλικα πρόσωπα από οποιαδήποτε στοχοποίηση κοινού,

(β) αποτρέπει όπου είναι ευλόγως δυνατό, την προβολή ανακοινώσεων, αναρτήσεων, ειδοποιήσεων ή οτιδήποτε άλλο από τη σελίδα του κατόχου άδειας σε λογαριασμούς ανήλικων προσώπων.

14 (2) Σελίδες κοινωνικών δικτύων κατόχων άδειας πρέπει να περιλαμβάνουν μήνυμα προτροπής χρήσης μέτρων αυτοπροστασίας και πληροφόρηση ότι η συμμετοχή σε στοίχημα από ανήλικους απαγορεύεται.

Καθοδήγηση:

Ψηφιακή στοχοποίηση από οποιοδήποτε μέσο, πρέπει να αποκλείει την στοχοποίηση ανήλικων προσώπων. Αυτό συμπεριλαμβάνει και κοινωνικά δίκτυα, όπως για παράδειγμα το Facebook, Instagram, TikTok και Twitter, αλλά και παροχείς άλλων υπηρεσιών, όπως YouTube και Twitch.

Περαιτέρω, ο αδειούχος είναι υπόχρεος όπως αποτρέψει, στο μέτρο του δυνατού, την προβολή ανακοινώσεων, αναρτήσεων, ειδοποιήσεων ή οτιδήποτε άλλο σε ανήλικα πρόσωπα από τις σελίδες κοινωνικών δικτύων που διατηρεί. Επιπλέον, είναι υπόχρεος να συμπεριλάβει στην περιγραφή του λογαριασμού του μήνυμα προτροπής χρήσης μέτρων αυτοπροστασίας και πληροφόρηση ότι, η συμμετοχή σε στοίχημα από ανήλικους απαγορεύεται.

6. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

6.1 Ουσιαστικές Πληροφορίες

Κωδικας Διαφήμισης:

20 Όταν διαφήμιση προωθητικής ενέργειας υπόκειται σε περιορισμούς λόγω χρόνου ή επιφάνειας προβολής, πρέπει να περιλαμβάνει όσον το δυνατό πιο ουσιαστικές πληροφορίες και να κατευθύνει τους παίκτες σε μια εύκολα προσβάσιμη εναλλακτική πηγή όπου εμφανίζονται όλες οι σημαντικές πληροφορίες:

Νοείται ότι, εάν πρόκειται για διαφήμιση ψηφιακής μορφής, η ίδια πρέπει να περιέχει ή να λειτουργεί ως ευαίσθητος σύνδεσμος που να ανακατευθύνει τον επισκέπτη σε ιστοσελίδα που να περιέχει όλα τα ουσιώδη στοιχεία της παραγράφου 19 προτού αυτός καταλήξει στον επιθυμητό ιστότοπο.

Καθοδήγηση:

Η Αρχή θεωρεί ως ουσιαστικές πληροφορίες, για σκοπούς του άρθρου 20 του Κώδικα Διαφήμισης, την ακόλουθη ενημέρωση:

(α) ότι απαιτείται τζιράρισμα για σκοπούς ανάληψης (εάν ισχύει), και

(β) ότι η συμμετοχή στη προωθητική ενέργεια υπόκειται σε όρους και προϋποθέσεις.

Επιπλέον, όλες οι διαφημίσεις προωθητικών ενεργειών πρέπει να περιλαμβάνουν διεύθυνση διαδικτύου που να κατευθύνει προς ιστοσελίδα, η οποία, μεταξύ άλλων, θα περιλαμβάνει σημαντικές πληροφορίες και ουσιώδη στοιχεία της προωθητικής ενέργειας, ως ορίζει το άρθρο 19 του Κώδικα Διαφήμισης. Η κατάληξη της διεύθυνσης διαδικτύου πρέπει να είναι σύντομη, εύκολα αναγνώσιμη και σχετική με την προωθητική ενέργεια ώστε να είναι εύκολη για απομνημόνευση από τους δέκτες της διαφήμισης.

Παραδείγματα: abcbet.com.cy/registrationbonus, cy/efkeria, cy/PLbonus κτλ.

Προωθητικές Ενέργειες – Άρθρο 20

Συμπερίληψη ουσιαστικών πληροφοριών (ενημέρωση ότι απαιτείται τζιράρισμα / υπόκειται σε όρους και προϋποθέσεις) και διεύθυνσης διαδικτύου που να κατευθύνει προς ιστοσελίδα που περιλαμβάνει όλα τα ουσιώδη στοιχεία της προωθητικής ενέργειας.

6.2 Περιορισμός ορισμένων προωθητικών ενεργειών

Κωδικας Διαφήμισης:

22 (1) *Εξαιρουμένων της ιστοσελίδας και των υποστατικών του αποδέκτη, απαγορεύεται η διαφήμιση προωθητικών ενεργειών που προκειμένου να δικαιούται παίκτης συμμετοχή, να απαιτεί από αυτόν να στοιχηματίσει εντός καθορισμένου χρονικού διαστήματος –*

(α) ένα ελάχιστο ποσό, ή

(β) ένα αριθμό στοιχημάτων.

(2) *Οι ανωτέρω πρόνοιες δεν εφαρμόζονται για προωθητικές ενέργειες σχετικές με τις ανταμοιβές εγγραφής ή καταθέσεων.*

Καθοδήγηση:

Απαγορεύεται η διαφήμιση προωθητικής ενέργειας, η οποία απαιτεί την συμμετοχή σε στοίχημα εντός καθορισμένου χρονικού διαστήματος από την μετάδοση αυτής, με συγκεκριμένο ποσό ή/και συγκεκριμένο αριθμό στοιχημάτων, εκτός εάν πρόκειται για –

(α) διαφήμιση εντός ιστοσελίδας ή αδειούχου υποστατικού αποδέκτη,

(β) προωθητικές ενέργειες εγγραφής ή κατάθεσης.

Σκοπός της πιο πάνω διάταξης είναι να περιορίσει διαφημίσεις προωθητικών ενεργειών, οι οποίες **ασκούν πίεση ή δημιουργούν μια αίσθηση επείγουσας ανάγκης** για συμμετοχή σε στοίχημα.

Συνεπώς, για σκοπούς του κώδικα 22, «απαίτηση στοιχηματισμού» εντός καθορισμένου χρονικού διαστήματος σημαίνει αναφορά της διαφήμισης στην περίοδο που μεσολαβεί μεταξύ διαφήμισης και λήξης της προωθητικής ενέργειας ή αναφορά στην ημερομηνία λήξης κατά τρόπο που να δημιουργεί πίεση ή αίσθηση επείγοντος στον ακροατή αυτής. Νοείται περαιτέρω ότι, εκφράσεις τύπου «Στοιχημάτισε τώρα!», «Bet Now» και τα συναφή, επίσης απαγορεύονται.

7. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΡΟΝΟΙΩΝ ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΜΕΣΟΥ ΜΕΤΑΔΟΣΗΣ

7.1 Γενικές Υποχρεώσεις

Ενημέρωση ότι πρόκειται για αδειοδοτημένες υπηρεσίες – Άρθρο 7

Να διασαφηνίζει ότι, οι υπηρεσίες είναι αδειοδοτημένες από την ΕΑΣ μέσω σχετικού μηνύματος ή/και με το λογότυπο της Αρχής.

Ενημέρωση σχετικά με την απαγόρευση συμμετοχής σε ανήλικους – Άρθρο 12

Να διασαφηνίζει ότι, η συμμετοχή ανήλικων σε στοίχημα απαγορεύεται ρητώς μέσω σχετικού μηνύματος ή/και εικονιδίου.

Αναφορά στην ιστοσελίδα Ασφαλές Παιχνιδιού – Άρθρο 25

Αναφορά στην ιστοσελίδα www.safergambing.gov.cy δύναται να λάβει την μορφή:

- προβολής της διεύθυνσης διαδικτύου της ιστοσελίδας, ή/και
- με την προβολή του λογότυπου της ιστοσελίδας.

Παρότρυνση προς το Ασφαλές Παιχνίδι – Άρθρο 26

Η παρότρυνση προς το ασφαλές παιχνίδι, δύναται λάβει την μορφή:

- δήλωσης που να παροτρύνει το ασφαλές παιχνίδι, ή/και
- προβολής του εκάστοτε σλόγκαν της ιστοσελίδας www.safergambing.gov.cy

Προωθητικές Ενέργειες – Άρθρο 20

Συμπερίληψη ουσιαστικών πληροφοριών (ενημέρωση ότι απαιτείται τζιράρισμα / υπόκειται σε όρους και προϋποθέσεις) και διεύθυνσης διαδικτύου που να κατευθύνει προς ιστοσελίδα που περιλαμβάνει όλα τα ουσιώδη στοιχεία της προωθητικής ενέργειας.

7.2 Οπτικοακουστικές και Ηχητικές Διαφημίσεις

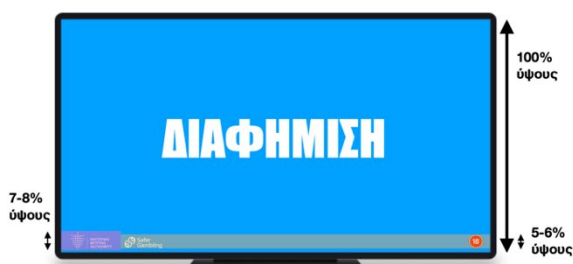
7.2.1 Παραθεση πληροφοριων

Κύριο παράγοντα για την Αρχή αποτελεί το κατά πόσο οι ανωτέρω υποχρεώσεις παράθεσης πληροφοριών είναι εύκολα αναγνώσιμες στο ευρύ κοινό. Συνεπώς και προς αποφυγή τυχόν κυρώσεων πρέπει να εφαρμόζονται τα κάτωθι:

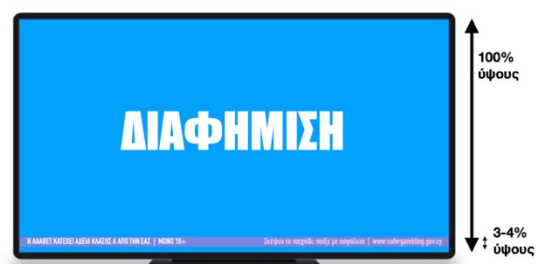
- το λογότυπο της Αρχής να είναι μεταξύ επτά και οκτώ επί τοις εκατό (7-8%) του ύψους της διαφήμισης, ενώ το λογότυπο της ιστοσελίδας www.safergambling.gov.cy και το σύμβολο για το επιτρεπόμενο όριο ηλικίας μεταξύ πέντε και έξι επί τοις εκατό (5-6%) του ύψους της (δείτε *Παράδειγμα Α*), ενώ
- οι πληροφορίες πρέπει να είναι μεταξύ τρία και τέσσερα επί τοις εκατό (3-4%) του ύψους της εικόνας της διαφήμισης (δείτε *Παράδειγμα Β*).

Για σκοπούς καλύτερης εφαρμογής των άρθρων 7, 12 και 25 του Κώδικα Διαφήμισης, όλα τα πιο πάνω πρέπει να παρουσιάζονται εντός μονόχρωμου πλαισίου, το οποίο είναι στο κάτω μέρος της εκάστοτε διαφήμισης, είναι τουλάχιστον δέκα επί τοις εκατό (10%) του ύψους της και είναι είτε άσπρο είτε γκριζο είτε μαύρο, ούτως ώστε να διαφοροποιείται από την υπόλοιπη διαφήμιση. Τα λογότυπα της Αρχής και της ιστοσελίδας www.safergambling.gov.cy δύνανται να χρησιμοποιηθούν είτε στην αυθεντική τους εκδοχή είτε σε μονόχρωμη εκδοχή, αποκλειστικά σε μαύρο ή λευκό.

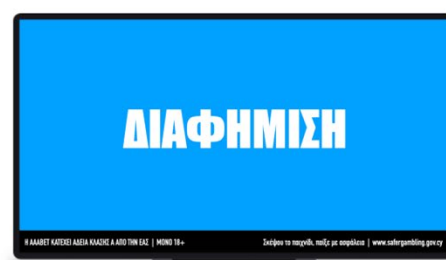
Παράδειγμα Α:



Παράδειγμα Β:



Παράδειγμα Γ:



Η τελική εκδοχή της διαφήμισης έχει μορφή όμοια του *Παραδείγματος Γ*, φυσικά με τις όποιες διακυμάνσεις επιτρέπει ο Κώδικας Διαφήμισης στον αδειούχο.

Οι πιο πάνω απαιτήσεις εξασφαλίζουν ότι τα στοιχεία και οι πληροφορίες που επιβάλλει ο Κώδικας Διαφήμισης παρουσιάζονται κατά τρόπο που να εξυπηρετεί τους σκοπούς του Κώδικα, δηλαδή σε τέτοιο μέγεθος ώστε να είναι ευανάγνωστα στο ευρύ κοινό.

7.2.1 Ευδιάκριτη επιγραμματική αναφορά στην ύπαρξη μέτρων αυτοπροστασίας και ασφαλούς παιχνιδιού

Κωδικας Διαφήμισης:

16 (1) *Απαγορεύεται η οπτικοακουστική ή ηχητική διαφήμιση στοιχήματος, ανεξαρτήτως μέσου μετάδοσης, εάν δεν γίνεται ευδιάκριτη επιγραμματική αναφορά στην ύπαρξη μέτρων αυτοπροστασίας και ασφαλές παιχνιδιού.*

(2) *Για σκοπούς του εδαφίου (1) και όσον αφορά τις οπτικοακουστικές διαφημίσεις, η Αρχή καθορίζει την έννοια της «ευδιάκριτης επιγραμματικής αναφοράς» μέσω Πρακτικού Οδηγού, με αναφορά τόσο στη χρονική διάρκεια προβολής όσο και στον χώρο που καταλαμβάνει επί της εικόνας της διαφήμισης το εν λόγω μήνυμα.*

Καθοδήγηση:

Η εν λόγω διάταξη αποσκοπεί στην ρύθμιση των ηχητικών και οπτικοακουστικών διαφημίσεων, ανεξαρτήτως μέσου μετάδοσης. Η Αρχή έχει θέσει ως προτεραιότητα της την ουσιαστική ενημέρωση του κοινού, φιλοσοφία η οποία προϋποθέτει απλά, ευδιάκριτα και σαφή μηνύματα.

Η επιλογή της Αρχής σε αναφορά στην ύπαρξη μέτρων αυτοπροστασίας και το ασφαλές παιχνίδι, υποδηλώνει ακριβώς την προτίμηση στην υιοθέτηση και προώθηση πρακτικών μέτρων προστασίας των παικτών αλλά και ενημέρωση επί τούτου και του ευρύτερου κοινού.

Α. Ευδιάκριτη αναφορά:

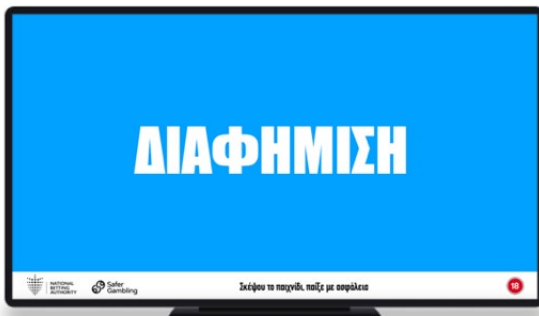
Σε αντίθεση με τις υπόλοιπες διατάξεις του Κώδικα, αυτή είναι και η μόνη που συμπεριλαμβάνει το επίθετο «ευδιάκριτη» για να συνοδέψει την αναφορά, τονίζοντας έτσι την υποχρέωση που εναπόκειται στο εκάστοτε αδειούχο να προβάλλει μήνυμα, το οποίο αναφέρεται στην ύπαρξη μέτρων αυτοπροστασίας και το οποίο να διακρίνεται με ευκολία στο τέλος της διαφήμισης.

Αναφορά στην Ύπαρξη Μέτρων Αυτοπροστασίας – Άρθρο 16

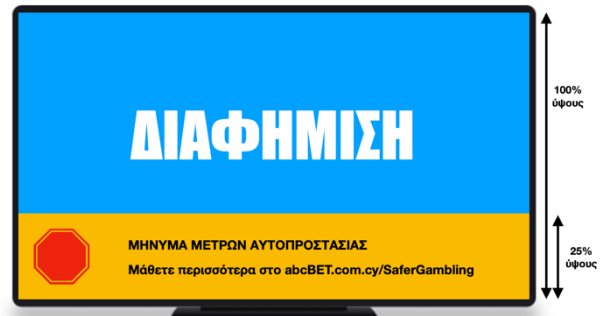
Η Αρχή κρίνει ως ευδιάκριτη την αναφορά κατά το τέλος της διαφήμισης εάν:

- προβάλλεται για τουλάχιστον 10% της χρονικής διάρκειας της διαφήμισης ενώ καταλαμβάνει χώρο τουλάχιστον 25% του ύψους της εικόνας της διαφήμισης (δείτε Παράδειγμα Δ), ή
- είναι ηχητικό (κατά το τέλος της διαφήμισης) και προτρέπει τον ακροατή να μάθει περισσότερα για τα μέτρα αυτοπροστασίας μέσω της ιστοσελίδας της αρχής, ιστοσελίδας www.safergambling.gov.cy.

Παράδειγμα Δ:



Δ1: Κατά τα πρώτα 90% της διαφήμισης



Δ2: Κατά το τελευταίο 10% της διαφήμισης

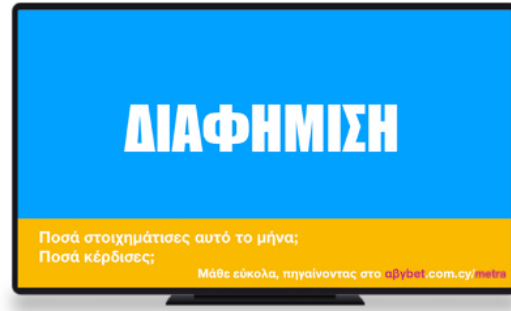
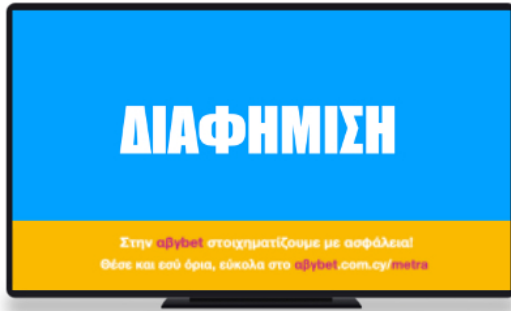
Β. Επιγραμματική αναφορά:

Στόχο της Αρχής αποτελεί η ενημέρωση των δεκτών και του λοιπού πληθυσμού σχετικά με την ύπαρξη μέτρων αυτοπροστασίας και την πληθώρα εργαλείων που οι αποδέκτες προσφέρουν και δύναται να χρησιμοποιηθούν από οποιοδήποτε συνειδητοποιημένο και υπεύθυνο παίκτη.

Η αναφορά δεν χρειάζεται να είναι συμβουλευτικού ή επιτακτικού τύπου, αλλά να είναι τέτοια που να συνιστά την προσοχή του δέκτη στην ύπαρξη συγκεκριμένου μέτρου, π.χ. όρια καταθέσεων. Επίσης, σημαντική, είναι η προβολή επαρκών στοιχείων ώστε ο παίκτης να κατανοήσει πως να εφαρμόσει ή που να βρει τις σχετικές πληροφορίες.

Περαιτέρω, η αναφορά αφορά αποκλειστικά τα μέτρα και τους μηχανισμούς του αδειούχου και συνεπώς το λογότυπο της ιστοσελίδας Ασφαλούς Παιχνιδιού της Αρχής δεν έχει θέση και δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε αυτό το πλαίσιο.

Σχετικά παραδείγματα:



7.2.2 Συγκεκριμενες περιπτώσεις

7.2.2.1 Προβολή εμπορικής επωνυμίας

Η διαρκής ή κατά διαστήματα αναγραφή της εμπορικής επωνυμίας του αδειούχου αποδέκτη σε πρόγραμμα ή δημοσίευση, ανεξαρτήτως μέσου μετάδοσης, αντίκειται στο άρθρο 27 του Κώδικα Διαφήμισης και συνεπώς θα θεωρείται διαφήμιση.

A. Εάν πρόκειται για κατά διαστήματα αναγραφή της εμπορικής επωνυμίας:

- το μονόχρωμο πλαίσιο και οι πληροφορίες παρουσιάζονται, ως ορίζει η ενότητα 7.1, μέχρι και το 90% της διάρκειας προβολής της εμπορικής επωνυμίας με ελάχιστη διάρκεια προβολής τα 6 δευτερόλεπτα,
- η αναφορά του άρθρου 16 πρέπει να παρουσιάζεται εντός μονόχρωμου πλαισίου του ίδιου μεγέθους (10% του ύψους της εικόνας), αλλά με διαφορετικό χρώμα για τουλάχιστον 10% της διάρκειας προβολής της εμπορικής επωνυμίας με ελάχιστη διάρκεια προβολής τα 4 δευτερόλεπτα,
- οι πιο πάνω πληροφορίες εμφανίζονται σε κάθε προβολή της εμπορικής επωνυμίας.

B. Εάν πρόκειται για διαρκής αναγραφή της εμπορικής επωνυμίας:

- οι πληροφορίες πρέπει να παρουσιάζονται με τον ίδιο τρόπο και διάρκεια ως πιο πάνω,
- οι πληροφορίες πρέπει να εμφανίζονται κατά την πρώτη προβολή της εμπορικής επωνυμίας καθώς και στο τέλος του προγράμματος ή δημοσιεύματος,
- οι πληροφορίες πρέπει να εμφανίζονται κάθε πέντε λεπτά ανεξαρτήτως της διάρκειας του προγράμματος.

Γ. Περαιτέρω και ανεξαρτήτως της περίπτωσης, το εμπορικό σήμα του αδειούχου πρέπει να ενσωματώνει –

- (α) ενημέρωση σχετικά με την απαγόρευση συμμετοχής σε ανήλικους και
- (β) αναφορά στην ιστοσελίδα Ασφαλές Παιχνιδιού.

Σχετικό παράδειγμα:



ABCDEF.BET
+18 | safergambling.gov.cy

7.2.2.2 Τοποθέτηση προϊόντων

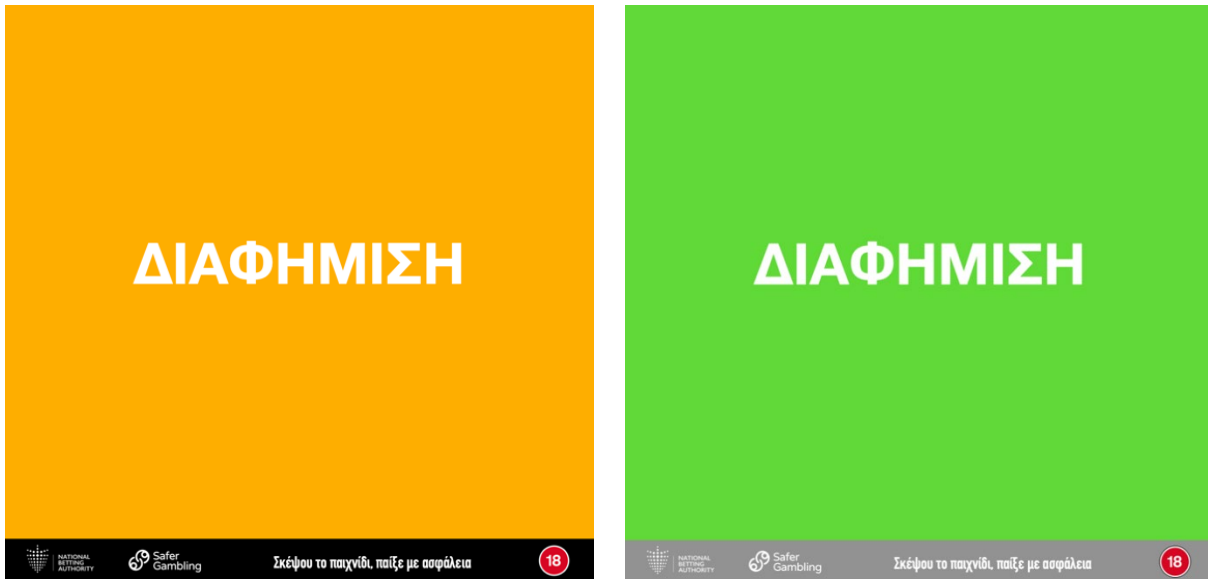
Η τοποθέτηση προϊόντων σε πρόγραμμα ή δημοσίευση, ανεξαρτήτως μέσου μετάδοσης, αντίκειται στο άρθρο 27 του Κώδικα Διαφήμισης και συνεπώς θα θεωρείται διαφήμιση.

Οι πληροφορίες και αναφορά πρέπει να παρουσιάζονται με τον ίδιο τρόπο και να εμφανίζονται με την ίδια συχνότητα ως στην περίπτωση διαρκούς αναγραφής της εμπορικής επωνυμίας αδειούχου αποδέκτη (δείτε υποενότητα 7.2.2.1B).

7.3 Ψηφιακή Διαφήμιση

Οι δηλώσεις, τα μηνύματα και η πληροφόρηση πρέπει να είναι τουλάχιστον δύομισι επί τοις εκατό (2.5%) του ύψους της διαφήμισης ενώ τα λογότυπα και εικονίδια πρέπει να είναι τουλάχιστον τέσσερα επί τοις εκατό (4%). Για σκοπούς καλύτερης εφαρμογής των άρθρων 7, 12 και 25 του Κώδικα Διαφήμισης, όλα τα πιο πάνω πρέπει να παρουσιάζονται εντός μονόχρωμου πλαισίου, το οποίο είναι στο κάτω μέρος της εκάστοτε διαφήμισης, είναι τουλάχιστον δέκα επί τοις εκατό (10%) του ύψους της και είναι είτε άσπρο είτε γκρίζο είτε μαύρο, ούτως ώστε να διαφοροποιείται από την υπόλοιπη διαφήμιση. Τα λογότυπα της Αρχής και της ιστοσελίδας www.safergambling.gov.cy δύνανται να χρησιμοποιηθούν είτε στην αυθεντική τους εκδοχή είτε σε μονόχρωμη εκδοχή, αποκλειστικά σε μαύρο ή λευκό.

Σχετικά παραδείγματα:



7.4 Εξωτερική Διαφήμιση σε Πινακίδα

Οι διαφημίσεις σε εξωτερικές πινακίδες πρέπει, ένεκα της φύσης τους, αλλά και για σκοπούς καλύτερης επικοινωνίας, να χρησιμοποιούν αποκλειστικά λογότυπα και εικονίδια όσον αφορά την εφαρμογή των άρθρων 7, 12 και 25 του Κώδικα Διαφήμισης.

Οι δηλώσεις και η πληροφόρηση πρέπει να είναι τουλάχιστον πέντε επί τοις εκατό (5%) του ύψους της διαφήμισης, ενώ τα λογότυπα και εικονίδια πρέπει να είναι τουλάχιστον δώδεκα επί τοις εκατό (12%).

7.5 Διαφήμιση εντός γηπέδου κατά την διάρκεια αθλητικού γεγονότος

Διαφημίσεις περιμετρικά του αγωνιστικού χώρου, ένεκα της φύσης τους, των τεχνικών προδιαγραφών των γηπέδων, αλλά και τη σύσταση του κοινού, τόσο εντός όσο και εκτός του γηπέδου (κατά μεγάλο ποσοστό ανήλικοι), πρέπει να περιορίζονται στην αναγραφή της εταιρικής επωνυμίας/λογοτύπου του αδειούχου.

Εάν πρόκειται για ηλεκτρονικές πινακίδες, στις οποίες επιτρέπεται η εναλλαγή εικόνας, ο αδειούχος δύναται να προβάλει –

- (α) ανακοίνωση χορηγίας, σύμφωνα με την παράγραφο 27(2) του Κώδικα διαφήμισης χωρίς να απαιτείται η συμπερίληψη οποιασδήποτε περαιτέρω πληροφόρησης/ενημέρωσης,

(β) διαφήμιση, υπό την προϋπόθεση ότι θα παρέχει πληροφόρηση σύμφωνα με τις απαιτήσεις των άρθρων 25 και 26 του Κώδικα Διαφήμισης για περίοδο αντίστοιχη τουλάχιστον του είκοσι τοις εκατό (20%) του συνολικού χρόνου προβολής:

Νοείται ότι, κατά την προβολή αυτής της πληροφόρησης, η πληροφόρηση έχει πρωταγωνιστικό ρόλο και σε καμία περίπτωση δεν είναι δευτερεύουσα.

8. ΣΥΓΚΑΛΥΜΜΕΝΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Κωδικας Διαφήμισης:

- 9 (1)** Η διαφήμιση στοιχήματος πρέπει να είναι άμεσα αναγνωρίσιμη και διακριτή από οποιοδήποτε συντακτικό ή άλλο περιεχόμενο τρίτου προσώπου.
- (2)** Πρόσωπο που δημοσιεύει ή ενσωματώνει στο περιεχόμενο του διαφήμιση στοιχήματος, δεν πρέπει να ισχυρίζεται ή να υπονοεί ότι εκφράζει την άποψη του ως καταναλωτής ή ειδικός, αντιθέτως καθιστά σαφές –
- (α)** την σχέση του με τον αδειούχο αποδέκτη,
 - (β)** ότι η δημοσίευση του συνιστά πληρωμένη διαφήμιση.

Καθοδήγηση:

Αυτή η διάταξη του Κώδικα Διαφήμισης στοχεύει τις διαφημίσεις από «τρίτα πρόσωπα», δηλαδή πρόσωπα πέραν των αδειούχων, όπως προσωπικότητες και γενικότερα, πρόσωπα που ασκούν επιρροή στον πληθυσμό, οι οποίοι δημοσιεύουν υλικό/περιεχόμενο κυρίως μέσω των κοινωνικών δικτύων. Οι διαφημίσεις αυτές είναι συνήθως ενσωματωμένες με τέτοιο τρόπο στο υλικό/περιεχόμενο το οποίο δημοσιεύουν, με αποτέλεσμα να υπάρχει παρανόηση στο ακροατήριο τους για το κατά πόσο αποτελούν προσωπική ή επαγγελματική άποψη, ή διαφήμιση.

A. Εάν η διαφήμιση αποτελεί ξεχωριστό ή ανεξάρτητο μέρος του περιεχομένου, τότε το πρόσωπο πρέπει να –

- (α)** επισημαίνει ότι πρόκειται για διαφήμιση κατά την αρχή αυτής,
- (β)** προβάλλει τις πληροφορίες και την αναφορά, ως προβλέπει η ενότητα 7.2 του Πρακτικού Οδηγού, καθ' όλη την διάρκεια της διαφήμισης και να
- (γ)** αναφέρει ο ίδιος τις πληροφορίες και την αναφορά της παραγράφου (β).

B. Εάν όμως, ολόκληρο ή η πλειοψηφία του περιεχομένου συνιστά διαφήμιση, τότε το πρόσωπο πρέπει να προβεί στα ακόλουθα βήματα:

- (α)** προσθήκη λεζάντας που να ταυτοποιεί το περιεχόμενο ως διαφήμιση και να αναφέρει την εμπορική επωνυμία του σχετικού αποδέκτη:

Οι περισσότερες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στο πρόσωπο που προβαίνει στην δημοσίευση να επισημάνει αυτήν ως διαφήμιση καθώς και να αναφέρει την οντότητα που διαφημίζεται στην ετικέτα, μέσω της εμπορικής

επωνυμίας της. Αυτά καθορίζονται μέσω των ρυθμίσεων της ανάρτησης (δείτε το επισημασμένο με κίτρινο στοιχείο στο *Παράδειγμα Α*).

- (β) εαν η προσθήκη λεζάντας δεν είναι δυνατή, τότε το πρόσωπο πρέπει να συμπεριλάβει τόσο στο τίτλο όσο και εντός της περιγραφής του περιεχομένου (εάν ισχύει) πρώτα – πριν οποιαδήποτε άλλη πληροφορία – πληροφόρηση ότι το περιεχόμενο της δημοσίευσης είναι διαφήμιση (δείτε τα επισημασμένα με κίτρινο στοιχεία στο *Παράδειγμα Β*).

Η Αρχή συστήνει όπως η πληροφόρηση αυτή είναι υπό την μορφή hashtag και όπως χρησιμοποιηθεί μια εκ των ακολούθων ετικετών: #Διαφήμιση #Ad #Advert #Advertising #Advertisement #AdvertisementFeature. Αποφύγετε τη χρήση φράσεων όπως: «Υποστηρίζεται από», «Χρηματοδοτείται από», «Σε συνεργασία με», «Ευχαριστώ την [επωνυμία] που το έκανε αυτό δυνατό», «Αυτό το βίντεο δεν θα ήταν δυνατόν να γίνει χωρίς την [επωνυμία]», «Χορηγός [επωνυμία]».

- (γ) εάν το μέσο δημοσίευσης είναι τέτοιο που το πρόσωπο δύναται να ρυθμίσει την εικόνα προεπισκόπησης (thumbnail), τότε πρέπει να συμπεριλάβει σε αυτήν ευδιάκριτη πληροφόρηση ότι πρόκειται για διαφήμιση, χρησιμοποιώντας τις ετικέτες της παραγράφου β (επισημασμένα με κίτρινο – *Παράδειγμα Δ*). Εάν όχι, τότε πρέπει να ενσωματώσουν τις ετικέτες εντός του περιεχομένου (επισημασμένα με κίτρινο – *Παράδειγμα Γ*).

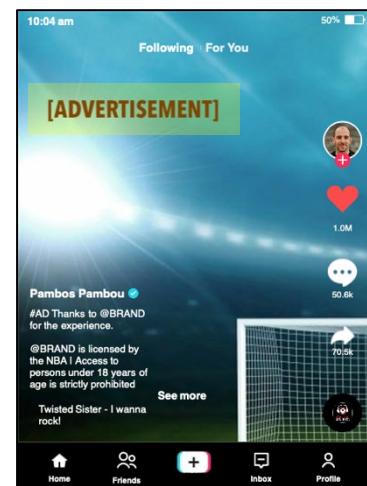
Παράδειγμα Α:



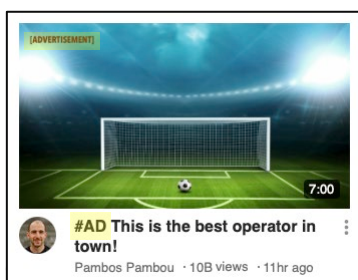
Παράδειγμα Β:



Παράδειγμα Γ:



Παράδειγμα Δ:



9. ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ

34 *Αδειούχοι αποδέκτες Κλάσης Α, Β και εξουσιοδοτημένοι αντιπρόσωποι ετοιμάζουν, για σκοπούς διαφάνειας, κατάσταση με τις δαπάνες χορηγιών και διαφημίσεων, ανά τριμηνία, τις οποίες υποβάλλουν στην Αρχή*

Καθοδήγηση:

9.1 Ο αδειούχος υποβάλλει στην Αρχή πληροφορίες και στοιχεία σχετικά με τις δαπάνες των χορηγιών και διαφημίσεων του, σύμφωνα με το Παράρτημα Β του Πρακτικού Οδηγού, το οποίο είναι διαθέσιμο στην ιστοσελίδα της Αρχής www.nba.gov.cy.

9.2 Ο αδειούχος υποβάλλει το Παράρτημα Β την 10^η ημέρα του μήνα που ακολουθεί την λήξη της εκάστοτε τριμηνίας στην ηλεκτρονική διεύθυνση advertising@nba.gov.cy.

10. ΙΣΧΥΣ

10.1 Ο παρών Πρακτικός Οδηγός Εφαρμογής Κώδικα Διαφήμισης εγκρίθηκε από το Διοικητικό Συμβούλιο της Εθνικής Αρχής Στοιχημάτων και τίθεται σε ισχύ από τις 13 Μαΐου 2024.

10.2 Ο παρών Πρακτικός Οδηγός καταργεί τον Πρακτικό Οδηγό Εφαρμογής Κώδικα Διαφήμισης - Κ.Δ.02.2021.02.