



ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας



ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ
ΣΥΝΟΔΕΥΟΜΕΝΕΣ ΜΕ ΔΩΡΟ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ
ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ



ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ
ΣΥΝΟΔΕΥΟΜΕΝΕΣ ΜΕ ΔΩΡΟ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ
ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ



Περιεχόμενα

1	Εισαγωγή	4
1.1	Ενδιαφερόμενοι έμποροι	4
1.2	Δίκτυα διανομής	5
1.3	Προϊόντα που καλύπτει ο οδηγός	5
1.4	Κατά περίπτωση αξιολόγηση	5
2	Έννοια της ανακοίνωσης «περί μείωσης τιμής»	8
3	Κανόνες αναγραφής ανακοίνωσης μείωσης της τιμής	9
3.1	Πρώτος Κανόνας – Υπόδειξη της προγενέστερης τιμής	9
3.1.1	Υπόδειξη της προγενέστερης μοναδιαίας τιμής	10
3.2	Δεύτερος Κανόνας - Ορισμός «προγενέστερης τιμής» (κανόνας των 30 ημερών)	11
3.2.1	Προγενέστερη τιμή σε περίπτωση που η τιμή πώλησης του προϊόντος ήταν σταθερή για 30 ημέρες	11
3.2.2	Προγενέστερη τιμή σε περίπτωση που η τιμή πώλησης είχε αύξηση τις τελευταίες 30 ημέρες	11
3.2.3	Προγενέστερη τιμή σε περίπτωση αυξομείωσης της τιμής τις τελευταίες 30 ημέρες	12
3.2.4	Βάρος απόδειξης	13
4	Γενική ανακοίνωση μείωσης των τιμών	14
4.1	Αναγραφή της προγενέστερης τιμής σε περίπτωση γενικής ανακοίνωσης μείωσης των τιμών	14
4.2	Γενική ανακοίνωση μείωσης της τιμής όταν η ανακοίνωση αφορά διαφορετικά σημεία πώλησης	15
4.3	Γενική ανακοίνωση μείωσης της τιμής από κεντρικές οντότητες	17
4.4	Γενική ανακοίνωση μείωσης της τιμής η οποία ανακοινώνει το ύψος της μέγιστης έκπτωσης	20
5	Προγράμματα επιβράβευσης πελατών και εξατομικευμένες μειώσεις τιμών	22
6	Ευαλλοίωτα αγαθά	24
6.1	Υπόδειξη της προγενέστερης τιμής πώλησης σε περίπτωση ανακοίνωσης μείωσης τιμής ευαλλοίωτων αγαθών	24
7	Αγαθά νέων αφίξεων	26
7.1	Ανακοίνωση μείωσης τιμής για αγαθά νέων αφίξεων	26
7.2	Αγαθά τα οποία κυκλοφορούν στην αγορά έπειτα από μία περίοδο διακοπής	27
7.3	Χρήση εκφράσεων που υποδηλώνουν ότι η τιμή αγαθών νέων αφίξεων είναι χαμηλή τιμή, αλλά δεν συνιστούν ανακοίνωση μείωση της τιμής	29
8	Προοδευτική μείωση των τιμών	32

9	Χρονική διάρκεια εκστρατειών μείωσης της τιμής.....	33
9.1	Ανακοίνωση μείωσης της τιμής χωρίς χρονικά περιθώρια	33
9.2	Ανακοίνωση μείωσης της τιμής με χρονικά περιθώρια	35
10	Χρήση εκφράσεων οι οποίες δεν αποτελούν ανακοίνωση μείωσης της τιμής.....	36
10.1	Χρήση των εκφράσεων «Χαμηλή τιμή!», «Μόνο!» ή άλλης παρόμοιας έκφρασης	36
10.1.1	Σύγκριση με τη μέση τιμή λιανικής πώλησης στην τοπική αγορά, του ίδιου κατά ποιότητα και ποσότητα προϊόντος την ίδια χρονική στιγμή	37
10.1.2	Σύγκριση με τη λιανική τιμή πώλησης στην οποία θα πωλείται το ίδιο προϊόν στο άμεσο μέλλον, από τον ίδιο εμπορευόμενο, σε περίπτωση προϊόντος νέας άφιξης.....	37
10.1.3	Σύγκριση με την «προγενέστερη τιμή πώλησης»	38
10.2	Χρήση των εκφράσεων «Προτεινόμενη τιμή πώλησης προμηθευτή» ή «Συνιστώμενη λιανική τιμή πώλησης» ή άλλης παρόμοιας έκφρασης	39
10.2.1	Βάρος απόδειξης	40
11	Καταστήματα τύπου «outlet».....	41
12	Συνοδευόμενες με δώρο προσφορές.....	44
12.1	Βασικοί κανόνες.....	44
12.1.1	Το δωρεάν προϊόν πρέπει να είναι πραγματικά πρόσθετο στο αντικείμενο που συνήθως πωλείται στη συγκεκριμένη τιμή.....	44
12.1.2	Η τιμή του αντικειμένου για το οποίο καταβάλλεται τίμημα παραμένει η ίδια με ή χωρίς το δωρεάν αντικείμενο	45
12.1.3	Οι ισχυρισμοί που αναφέρονται σε μια συνοδευόμενη με δώρο προσφορά θα πρέπει να μπορούν να επαληθευτούν.	46
12.1.4	Βάρος απόδειξης	48
13	Συνδυασμένες προσφορές.....	49
13.1	Βασικός κανόνας.....	49
13.1.1	Επαλήθευση σε περίπτωση που προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο.....	49
13.1.2	Επαλήθευση σε περίπτωση που προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά ΔΕΝ πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο.....	50
13.1.3	Επαλήθευση ισχυρισμών που δεν είναι μετρήσιμοι σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά	52
13.1.4	Βάρος απόδειξης	53

Εισαγωγή

Ο περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμος του 2021 (112(I)/2021) (στο εξής ο «Νόμος») εναρμονίζει το Κυπριακό εθνικό δίκαιο, μεταξύ άλλων, με τις ακόλουθες πράξεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης:

Την «Οδηγία 2005/29/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 11ης Μαΐου 2005 για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά» και την «Οδηγία 98/6/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16ης Φεβρουαρίου 1998 περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά στην αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές».

Για την εφαρμογή του Νόμου, ενεργεί ως Εντεταλμένη Υπηρεσία η Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή (στο εξής η «ΥΠΚ») του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας.

Τα άρθρα 4 και 5 του Νόμου, συμπεριλαμβανομένου και του Παραρτήματος Ι, τα οποία είναι εναρμονιστικά με την οδηγία 2005/29/EK, αφορούν στις παραπλανητικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές. Στα εν λόγω άρθρα, περιλαμβάνονται πρόνοιες οι οποίες έχουν ως στόχο να αποτρέψουν πρακτικές που περιέχουν εσφαλμένες πληροφορίες, εξαπατούν τον καταναλωτή και εν τέλει δημιουργούν το ενδεχόμενο να τον οδηγήσουν να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε. Σε αυτές τις παραπλανητικές πρακτικές, περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, προωθητικές ενέργειες των επιχειρήσεων οι οποίες περιέχουν την εσφαλμένη πληροφορία ότι μια προσφορά συνοδεύεται με «δωρεάν προϊόν» ή ότι μια συνδυασμένη προσφορά είναι με κάποιο τρόπο οικονομικά συμφέρουσα για τον καταναλωτή.

Το άρθρο 45 του Νόμου, το οποίο είναι εναρμονιστικό με την οδηγία 98/6/EK, έχει ως στόχο: (α) να αποτρέψει τους εμπόρους από το να διογκώνουν τεχνητά την τιμή αναφοράς και/ή να παραπλανούν τους καταναλωτές σχετικά με το ποσό ή το ποσοστό της έκπτωσης, (β) να ενισχύσει τη διαφάνεια και να διασφαλίσει ότι οι καταναλωτές πληρώνουν πράγματι λιγότερο για τα αγαθά όταν ανακοινώνεται μείωση της τιμής και (γ) να θέσει σαφείς κανόνες σχετικά με την «προγενέστερη» τιμή αναφοράς, στην οποία πρέπει να βασίζεται η ανακοινωθείσα μείωση.

Σκοπός του παρόντος οδηγού είναι να παρέχει καθοδήγηση στις επιχειρήσεις σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο θα πρέπει να ερμηνεύονται και να εφαρμόζονται οι πιο πάνω διατάξεις του Νόμου σε σχέση με τις υπό αναφορά προωθητικές ενέργειες των εμπορευόμενων και να διευκολύνει την ορθή εφαρμογή τους. Το περιεχόμενο του οδηγού βασίζεται στις ανακοινώσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τίτλο «Κατευθυντήριες γραμμές για την ερμηνεία και την εφαρμογή της οδηγίας 2005/29/EK» και «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την ερμηνεία και την εφαρμογή του άρθρου 6(α) της οδηγίας 98/6/EK».

1.1 Ενδιαφερόμενοι έμποροι

Ο παρών οδηγός απευθύνεται σε δύο κατηγορίες εμπορευόμενων.

Πρωτίστως, απευθύνεται σε εμπόρους λιανικής οι οποίοι είναι άμεσα συμβαλλόμενοι με τον καταναλωτή, δηλαδή διαθέτουν προς πώληση προϊόντα σε καταναλωτές είτε απευθείας είτε μέσω ενδιάμεσων εμπόρων, όπως ηλεκτρονικές πλατφόρμες.

Απευθύνεται, επίσης, σε εμπόρους οι οποίοι ενεργούν ως παραγωγοί ή/και εισαγωγείς προϊόντων και οι οποίοι, αφού έχουν επιθέσει σημάσεις στα προϊόντα τους που περιέχουν ισχυρισμούς που αποτελούν ανακοίνωση μείωσης τιμής, συνοδευόμενη με δώρο προσφορά ή συνδυασμένη προσφορά, προμηθεύουν τους εμπόρους λιανικής με αυτά.

Ο οδηγός αυτός απευθύνεται στις δύο αυτές κατηγορίες εμπορευόμενων αποκλειστικά και μόνο για σκοπούς καθοδήγησης και δεν πραγματεύεται ως προς το ποιος θα έχει τη νομική ευθύνη σε περίπτωση παράβασης διατάξεων του Νόμου. Κάτι τέτοιο, θα πρέπει να εξετάζεται ανά περίπτωση με βάση τα πραγματικά περιστατικά.

Ως εκ τούτου, όπου υπάρχουν οι λέξεις «εμπορευόμενος», «έμπορος», «πωλητής», «επιχείρηση» «κατάστημα» στον οδηγό αυτό, αναφέρονται στις πιο πάνω κατηγορίες εμπορευόμενων ανάλογα με την περίπτωση.

1.2 Δίκτυα διανομής

Οι προωθητικές ενέργειες που περιγράφονται σε αυτόν τον οδηγό εφαρμόζονται στις ανακοινώσεις μείωσης των τιμών σε όλα τα δίκτυα διανομής, είτε πρόκειται για φυσικά καταστήματα είτε για διαδικτυακά καταστήματα ή οποιοδήποτε άλλο δίκτυο διανομής.

1.3 Προϊόντα που καλύπτει ο οδηγός

Το Μέρος I αυτού του οδηγού, εφαρμόζεται σε όλα τα κινητά αγαθά εξαιρουμένων αγαθών που διατίθενται κατά την παροχή υπηρεσίας ή στις πωλήσεις με δημοπρασίες και στις πωλήσεις έργων τέχνης και αντικών. Ως εκ τούτου, το Μέρος I του οδηγού δεν εφαρμόζεται σε υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών υπηρεσιών, ή σε ψηφιακό περιεχόμενο.

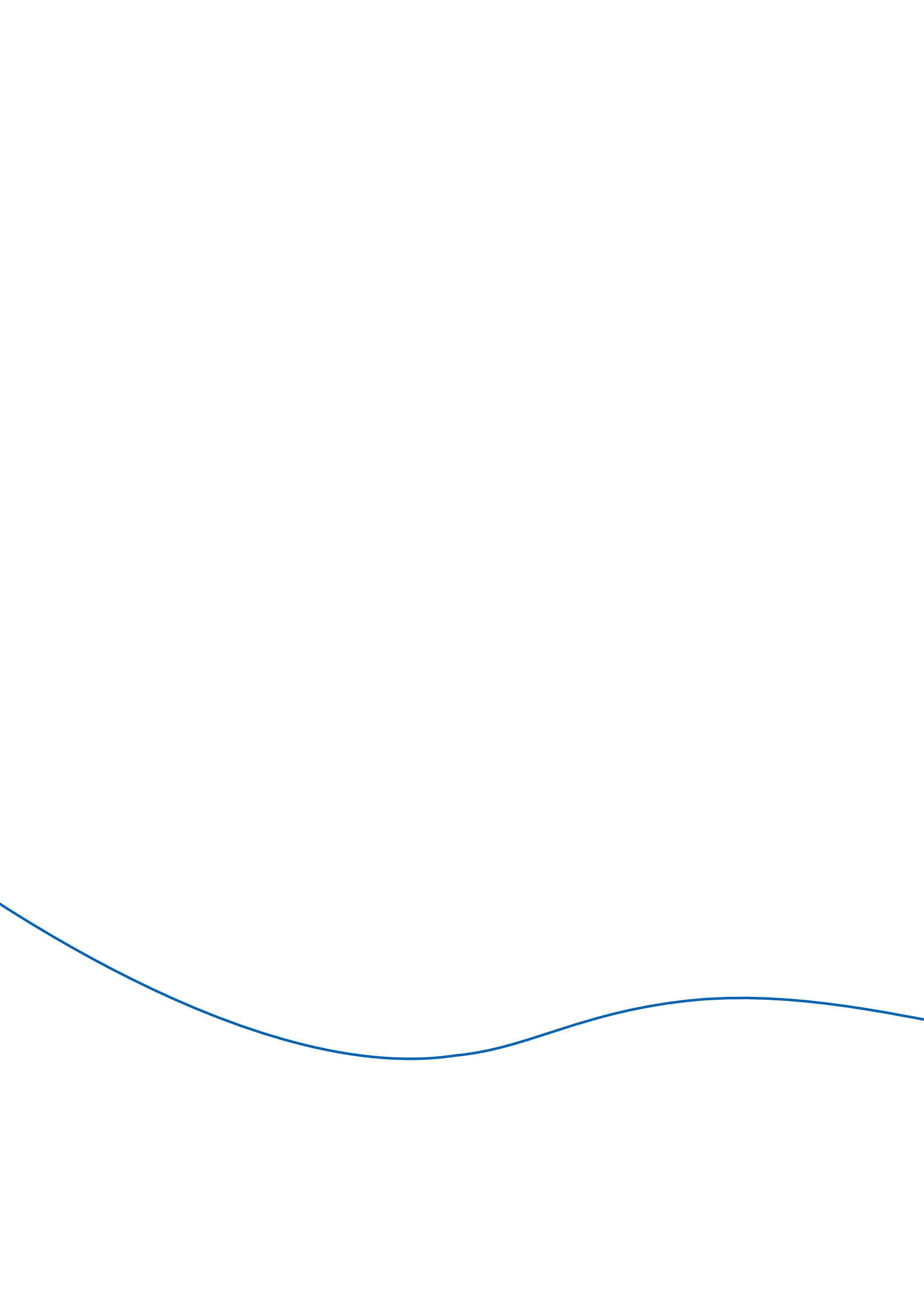
Το Μέρος II εφαρμόζεται σε όλα τα κινητά αγαθά αλλά και στις υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών υπηρεσιών και το ψηφιακό περιεχόμενο. Παρ' όλα αυτά, επειδή ο εν λόγω οδηγός έχει ως πρώτιστο σκοπό την καθοδήγηση των εμπορευόμενων οι οποίοι διαθέτουν προς πώληση κινητά αγαθά, το Μέρος II είναι προσαρμοσμένο σε εμπορικές πρακτικές προώθησης κινητών αγαθών.

Ως εκ τούτου, όπου υπάρχουν οι λέξεις «προϊόν», «αγαθό», «τεμάχιο», «αντικείμενο» στον οδηγό αυτό, αναφέρονται στις πιο πάνω κατηγορίες προϊόντων, ανάλογα με την περίπτωση.

1.4 Κατά περίπτωση αξιολόγηση

Σκοπός του Οδηγού δεν είναι να θέσει διατάξεις οι οποίες δεν προνοούνται από τον Νόμο. Ως εκ τούτου, δεν είναι δυνατό να οριστούν με ακριβή αριθμητικό τρόπο κάποια περιθώρια σε περιπτώσεις όπου κάτι τέτοιο δεν προβλέπεται από τον Νόμο (π.χ. χρονική διάρκεια, ποσοστά, ποσά κ.λ.π.). Τέτοια περιθώρια ενδέχεται να διαφέρουν ανάλογα με το είδος του προϊόντος, το είδος της επιχείρησης και άλλους παράγοντες, και για αυτό τον λόγο θα πρέπει να αξιολογούνται κατά περίπτωση, με βάση τα πραγματικά δεδομένα, προκειμένου να κριθεί αν μια πρακτική είναι σύνηθες ή όχι.

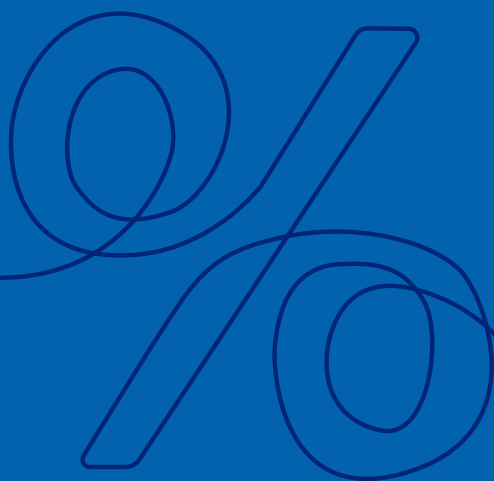
Ως εκ τούτου, όπου στο κείμενο του Οδηγού περιέχονται εκφράσεις οι οποίες επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να ασκούν την κρίση τους (π.χ. «εύλογο χρονικό διάστημα», «δυσανάλογο χρονικό διάστημα», «εύλογες ποσότητες» κ.λ.π.), οι επιχειρήσεις θα πρέπει να το κάνουν αυτό με βάση την επαγγελματική ευσυνειδησία η οποία θα πρέπει να χαρακτηρίζει μια επιχείρηση που θέλει να ενεργεί με τρόπο επαγγελματικό, σεβόμενη τον Νόμο και τον καταναλωτή.



ΜΕΡΟΣ Ι

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΠΕΡΙ

ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ



2 Έννοια της ανακοίνωσης «περί μείωσης τιμής»

Ανακοίνωση περί μείωσης τιμής είναι κάθε δήλωση του πωλητή ότι έχει μειώσει την τιμή που χρεώνει για το αγαθό.

Οι ανακοινώσεις για μείωση της τιμής μπορεί να είναι αριθμητικές. Μπορεί δηλαδή να είναι εκφράσεις οι οποίες δηλώνουν το ύψος του ποσού ή ποσοστού της έκπτωσης.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

-20%
ΕΚΠΤΩΣΗ

Από
€20
Τώρα
€16

~~€20~~
€16

€4
ΕΚΠΤΩΣΗ

-€4

Οι ανακοινώσεις για μείωση της τιμής ενδέχεται επίσης να μην είναι αριθμητικές. Μπορεί δηλαδή να είναι εκφράσεις οι οποίες υποδηλώνουν ότι η τιμή ενός προϊόντος ή μιας κατηγορίας προϊόντων έχει μειωθεί, χωρίς να αναφέρουν το ύψος του ποσού ή ποσοστού της έκπτωσης.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

ΕΚΠΤΩΤΙΚΗ
ΤΙΜΗ

ΕΙΔΙΚΗ
ΤΙΜΗ

ΤΙΜΗ
ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ

ΕΚΠΤΩΣΗ

Και οι δύο τύποι ανακοινώσεων μείωσης τιμής υπόκεινται στους ίδιους κανόνες.

3 Κανόνες αναγραφής ανακοίνωσης μείωσης της τιμής

Τόσο οι αριθμητικές ανακοινώσεις για μείωση της τιμής όσο και οι μη αριθμητικές, υπόκεινται στους δύο πιο κάτω κανόνες.

ΠΡΩΤΟΣ ΚΑΝΟΝΑΣ

Σε κάθε ανακοίνωση περί μείωσης τιμής υποδεικνύεται η προγενέστερη τιμή και:

- (α) η τρέχουσα τιμή πώλησης ή/και
- (β) το κλάσμα ή ποσοστό μείωσης της προγενέστερης τιμής

ΔΕΥΤΕΡΟΣ ΚΑΝΟΝΑΣ

Ως προγενέστερη τιμή θεωρείται η χαμηλότερη τιμή πώλησης στην οποία πωλείτο το ίδιο κατά ποιότητα ή ποσότητα προϊόν εντός περιόδου τριάντα (30) ημερών πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής.

3.1 Πρώτος Κανόνας – Υπόδειξη της προγενέστερης τιμής

Οι εμπορευόμενοι όταν ανακοινώνουν μείωση της τιμής, είτε αριθμητική είτε μη αριθμητική, πρέπει να διασφαλίζουν ότι υποδεικνύουν την προγενέστερη τιμή και:

- (α) την τρέχουσα τιμή πώλησης **ή/και**
- (β) το κλάσμα ή ποσοστό μείωσης της προγενέστερης τιμής

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα ψυγείο πωλείτο με προγενέστερη τιμή πώλησης €1000 και ο εμπορευόμενος θέλει να μειώσει την τιμή του στα €800.

Οι ακόλουθοι τρόποι αναγραφής μείωσης της τιμής μπορούν να χρησιμοποιηθούν.



Η παρουσίαση μόνο της τελικής τιμής του προϊόντος και η αναφορά σε έκπτωση η οποία έχει ήδη υπολογιστεί στην υποδεικνυόμενη τιμή αποτελεί παράβαση του Νόμου.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος ανακοινώνει μείωση της τιμής με τη σήμανση «Έκπτωση 20%» δίπλα από ένα ψυγείο, το οποίο φέρει αναγραφόμενη τιμή €800.

Εάν η τιμή που ο καταναλωτής θα πληρώσει για το πιο κάτω ψυγείο είναι €800, τότε ο συγκεκριμένος τρόπος αναγραφής μείωσης της τιμής είναι λανθασμένος καθώς παραλείπει την αναγραφή της προγενέστερης τιμής πώλησης.



ΠΡΟΣΟΧΗ!

Σε κάθε ανακοίνωση μείωσης της τιμής πρέπει να αναγράφεται πάντα η προγενέστερη τιμή. Ο εμπορευόμενος μπορεί να επιλέξει αν θα αναγράψει είτε την τρέχουσα τιμή πώλησης είτε το ποσοστό μείωσης, είτε και τα δύο μαζί, αλλά η προγενέστερη τιμή πρέπει πάντα να αναγράφεται.

3.1.1 Υπόδειξη της προγενέστερης μοναδιαίας τιμής

Σε προϊόντα στα οποία οι εμπορευόμενοι είναι υποχρεωμένοι από τον Νόμο να αναγράφουν, εκτός από την τιμή πώλησης, και τη μοναδιαία τιμή πώλησης (π.χ. τιμή ανά λίτρο, ανά κιλό κ.λ.π.), θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι, σε περίπτωση ανακοίνωσης μείωσης της τιμής, αναγράφουν εκτός από την προγενέστερη τιμή πώλησης και την προγενέστερη μοναδιαία τιμή πώλησης του προϊόντος.

3.2 Δεύτερος Κανόνας - Ορισμός «προγενέστερης τιμής» (κανόνας των 30 ημερών)

Όταν οι εμπορευόμενοι ανακοινώνουν μείωση τιμής και καλούνται να υποδείξουν την προγενέστερη τιμή πώλησης του προϊόντος, όπως απαιτεί ο πρώτος κανόνας (βλ. ενότητα 3.1), πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί και να βεβαιώνονται ότι η προγενέστερη τιμή που θα υποδείξουν είναι η ορθή.

Ο Νόμος θέτει πολύ συγκεκριμένο κανόνα ως προς το ποια πρέπει να θεωρείται η προγενέστερη τιμή πώλησης του προϊόντος.

Ως προγενέστερη τιμή λοιπόν, θεωρείται όχι απαραίτητα η αμέσως προηγούμενη τιμή πώλησής του, αλλά η χαμηλότερη τιμή πώλησης στην οποία επωλείτο το ίδιο κατά ποιότητα ή ποσότητα προϊόν εντός περιόδου τριάντα (30) ημερών πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής.

ΠΡΟΣΟΧΗ!

Ο Νόμος δεν περιορίζει με κανέναν τρόπο τις διακυμάνσεις και τις μειώσεις τιμών που δεν συνοδεύονται από ανακοίνωση μείωσης.

Ο Νόμος αποσκοπεί στη ρύθμιση των «ανακοινώσεων» μείωσης των τιμών.

Ως εκ τούτου, αν σε κάποια περίπτωση ο κανόνας των 30 ημερών δεν επιτρέπει στον εμπορεύσιμο να ανακοινώσει μείωση τιμής για κάποιο προϊόν, ο Νόμος δεν τον εμποδίζει από το να διαθέσει προς πώληση αυτό το προϊόν σε χαμηλή τιμή νοουμένου ότι δεν θα ανακοινώσει μείωση της τιμής του.

3.2.1 Προγενέστερη τιμή σε περίπτωση που η τιμή πώλησης του προϊόντος ήταν σταθερή για 30 ημέρες

Όταν ένα προϊόν έχει σταθερή τιμή πώλησης για περίοδο 30 ημερών, τότε η προγενέστερη τιμή πώλησης που θα χρησιμοποιηθεί στην ανακοίνωση μείωσης τιμής είναι η ίδια με την αμέσως προηγούμενη τιμή πώλησης.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα ζευγάρι παπούτσια είχε την 01/01/2024 τιμή πώλησης €80 η οποία κρατήθηκε σταθερή μέχρι τις 30/01/2024.

Στις 31/01/2024 ο εμπορεύσιμος επιθυμεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής στα €55.

Η προγενέστερη τιμή πώλησης στη συγκεκριμένη περίπτωση, συμφωνεί με την προηγούμενη τιμή πώλησης και είναι €80.

01/01/2024 – 30/01/2024

€80



Από 31/01/2024

~~€80~~
€55



3.2.2 Προγενέστερη τιμή σε περίπτωση που η τιμή πώλησης είχε αύξηση τις τελευταίες 30 ημέρες

Όταν η τιμή πώλησης ενός προϊόντος έχει αυξηθεί εντός της περιόδου των 30 ημερών, τότε η προγενέστερη τιμή πώλησης που θα χρησιμοποιηθεί στην ανακοίνωση μείωσης τιμής είναι η χαμηλότερη τιμή που είχε το προϊόν τις τελευταίες 30 ημέρες πριν την ανακοίνωση μείωσης της τιμής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα ζευγάρι παπούτσια είχε την 01/01/2024 τιμή πώλησης €80.

Στις 10/01/2024 η τιμή πώλησης αυξήθηκε στα €90 και κρατήθηκε σταθερή μέχρι τις 30/01/2024.

Στις 31/01/2024 ο εμπορευόμενος επιθυμεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής στα €55.

Η προγενέστερη τιμή πώλησης στην ανακοίνωση μείωσης τιμής θα πρέπει να είναι €80 αφού αυτή ήταν η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών, και όχι €90.

**3.2.3 Προγενέστερη τιμή σε περίπτωση αυξομείωσης της τιμής τις τελευταίες 30 ημέρες**

Όταν μια χρονική περίοδος κατά την οποία ένα προϊόν πωλείται με ανακοίνωση μείωσης της τιμής τερματίζεται και, ακολούθως, η τιμή πώλησης του προϊόντος αυξάνεται, τότε σε περίπτωση επανάληψης πώλησης του προϊόντος με ανακοίνωση μείωσης της τιμής προτού παρέλθουν 30 ημέρες, η προγενέστερη τιμή που θα χρησιμοποιηθεί πρέπει να είναι η τελική τιμή πώλησης που είχε το προϊόν κατά την προηγούμενη ανακοίνωση μείωσης της τιμής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα ζευγάρι παπούτσια είχε την 01/01/2024 τιμή πώλησης €80 η οποία κρατήθηκε σταθερή μέχρι τις 30/01/2024.

Στις 31/01/2024 ο εμπορευόμενος ανακοινώνει μείωση της τιμής του προϊόντος στα €55 με προγενέστερη τιμή τα €80 και κρατά αυτή την μείωση μέχρι τις 10/02/2024.

Στις 11/02/2024 ο εμπορευόμενος τερματίζει την μείωση της τιμής και πωλεί το προϊόν στα €70 μέχρι τις 20/02/2024.

Στις 21/02/2024 ο εμπορευόμενος επιθυμεί να ανακοινώσει νέα μείωση της τιμής του προϊόντος.

Σε αυτή την περίπτωση η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών ήταν τα €55 και ως εκ τούτου οποιαδήποτε ανακοίνωση μείωσης της τιμής θα πρέπει να αναφέρει ως προγενέστερη τιμή τα €55 και ως τιμή πώλησης οποιαδήποτε χαμηλότερη, π.χ €50.

01/01/2024 – 30/01/2024

€80



31/01/2024 – 10/02/2024

~~€80~~
€55

11/02/2024 – 20/02/2024

€70



21/02/2024

~~€55~~
€50**3.2.4 Βάρος απόδειξης**

Το βάρος απόδειξης ως προς το ότι η αναφερόμενη προγενέστερη τιμή που χρησιμοποιεί ένας εμπορευόμενος σε μια ανακοίνωση μείωσης τιμής ήταν όντως η χαμηλότερη τιμή πώλησης στην οποία επωλείτο το προϊόν εντός περιόδου 30 ημερών πριν από την εφαρμογή της μείωσης, το φέρει ο εμπορευόμενος.

4 Γενική ανακοίνωση μείωσης των τιμών

«Γενική ανακοίνωση» μείωσης των τιμών είναι οποιαδήποτε δήλωση η οποία ανακοινώνει ότι όλα τα προϊόντα ή μια ομάδα προϊόντων ενός εμπορευόμενου θα έχει συγκεκριμένη μείωση της τιμής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

20%
ΕΚΠΤΩΣΗ
ΣΕ ΟΛΑ
ΣΗΜΕΡΑ

-20%
ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ
ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΑΥΤΟ ΤΟ
ΣΑΒΒΑΤΟΚΥΡΙΑΚΟ

ΟΛΑ
ΜΕΧΡΙ
70%
ΕΚΠΤΩΣΗ

ΜΕΧΡΙ
-40%
ΣΤΑ ΕΠΙΠΛΑ
ΚΗΠΟΥ

Η ανακοίνωση μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους όπως με ανάρτηση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μέσω ραδιοφωνικής ή τηλεοπτικής διαφήμισης, με έντυπο ή ηλεκτρονικό διαφημιστικό φυλλάδιο, με ένα πανό στη βιτρίνα του καταστήματος ή μια πινακίδα εντός του καταστήματος ή με οποιοδήποτε άλλο μέσο ενημερώνει τους καταναλωτές για τη γενική μείωση των τιμών.

4.1 Αναγραφή της προγενέστερης τιμής σε περίπτωση γενικής ανακοίνωσης μείωσης των τιμών

Όταν υπάρχει γενική ανακοίνωση μείωσης των τιμών ο εμπορευόμενος δεν είναι υποχρεωμένος να συνοδεύει την γενική ανακοίνωση με τις προγενέστερες τιμές των προϊόντων.

Αντί αυτού, η προγενέστερη τιμή θα πρέπει να αναγράφεται στο σημείο πώλησης των προϊόντων ανάλογα με το τί ισχύει για το κάθε προϊόν (βλ. ενότητα 3.1)

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια γενική ανακοίνωση με πανό εντός ενός καταστήματος το οποίο πωλεί είδη σπιτιού αναγράφει «40% στα έπιπλα κήπου».

Όταν ο καταναλωτής πλησιάσει το τμήμα του καταστήματος στο οποίο πωλούνται τα έπιπλα κήπου βλέπει ότι στα έπιπλα αναγράφεται μόνο μια τιμή. Ως εκ τούτου, για να είναι σωστή η ανακοίνωση τότε η τιμή χρέωσης στο ταμείο για κάθε έπιπλο θα πρέπει να είναι η τιμή που αναγράφει το προϊόν μείον 40% (βλέπε ενότητα 3.1).

Ο εμπορευόμενος θα πρέπει να φροντίσει εκ των προτέρων ώστε η αναγραφόμενη τιμή στο κάθε προϊόν να είναι η χαμηλότερη τιμή που είχε το προϊόν τις τελευταίες 30 ημέρες.

Έστω ότι το πανό με την ένδειξη «40% στα έπιπλα κήπου» έχει αναρτηθεί εντός του καταστήματος στις 31/01/2024.

Ένα συγκεκριμένο καθιστικό κήπου είχε καρτελάκι με τιμή πώλησης €300 από τις 05/01/2024 μέχρι τις 15/01/2024.

Στις 16/01/2024 η τιμή του αυξήθηκε στα €330 και κρατήθηκε μέχρι τις 30/01/2024 με καρτελάκι €330.

Το πρωί της 31/01/2024, όταν δηλαδή αναρτηθεί το πανό, ο πωλητής θα πρέπει να αντικαταστήσει το καρτελάκι με την τιμή πώλησης του προϊόντος το οποίο αναγράφει €330 με καρτελάκι το οποίο αναγράφει €300 αφού αυτή ήταν η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών. Ως εκ τούτου, ο καταναλωτής στο ταμείο θα πρέπει να χρεωθεί €180 (300-40%).

05/01/2024 – 15/01/2024



16/01/2024 – 30/01/2024



30/01/2024

-40%
ΣΤΑ ΕΠΙΠΛΑ
ΚΗΠΟΥ



4.2 Γενική ανακοίνωση μείωσης της τιμής όταν η ανακοίνωση αφορά διαφορετικά σημεία πώλησης

Όταν ένας έμπορος πωλεί αγαθά μέσω διαφορετικών σημείων πώλησης (π.χ. διαφορετικά φυσικά και/ή διαδικτυακά καταστήματα) σε διαφορετικές τιμές ανά σημείο πώλησης και προβαίνει σε γενική ανακοίνωση μείωσής της τιμής, χωρίς να διευκρινίζει σε ποιο σημείο πώλησης εφαρμόζεται η μείωση της τιμής, τότε θα πρέπει να φροντίσει σε κάθε σημείο πώλησης να αναγράφει ως «προγενέστερη» τιμή για τα σχετικά αγαθά τη χαμηλότερη τιμή που εφάρμοσε στο εν λόγω σημείο πώλησης κατά τη διάρκεια των 30 τελευταίων ημερών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα βιβλιοπωλείο διαθέτει φυσικό και διαδικτυακό κατάστημα και προβαίνει σε γενική ανακοίνωση μείωσης της τιμής αναφέροντας ότι το Σαββατοκύριακο 03-04/02/2024 θα έχει έκπτωση 30% σε όλα τα μυθιστορήματα Ελλήνων συγγραφέων.

Ένα βιβλίο το οποίο εμπίπτει στην κατηγορία της ανακοίνωσης πωλείτο τις τελευταίες 30 ημέρες στο φυσικό κατάστημα στην τιμή των €20.

Για το ίδιο βιβλίο όμως, ο εμπορεύμενος εφάρμοσε πριν 20 ημέρες, έκπτωση ύψους 10% **μόνο στο διαδικτυακό κατάστημα**, και ως εκ τούτου πωλούσε το βιβλίο αυτό αναγράφοντας ως προγενέστερη τιμή τα €20 και τελική τιμή τα €18. Κράτησε την διαδικτυακή έκπτωση 2 ημέρες και επανάφερε την τιμή του βιβλίου στα €20.

Ως εκ τούτου, το Σαββατοκύριακο 03-04/02/2024, όπου θα εφαρμοστεί η γενική ανακοίνωση μείωση της τιμής ύψους 30%, και αφού ο έμπορος δεν διευκρίνισε ποιο σημείο πώλησης αφορά η μείωση, το συγκεκριμένο βιβλίο θα πρέπει να παρουσιαστεί στο φυσικό κατάστημα με προγενέστερη τιμή €20 και τιμή πώλησης €14 και στο διαδικτυακό κατάστημα με προγενέστερη τιμή €18 και τιμή πώλησης €12,60.

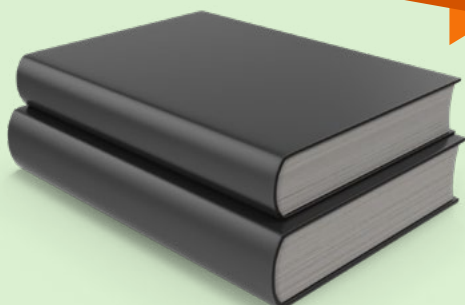
**ΤΟ ΣΑΒΒΑΤΟΚΥΡΙΑΚΟ 03-04/02/2024
ΕΚΠΤΩΣΗ 30% ΣΕ ΟΛΑ
ΤΑ ΜΥΘΙΣΤΟΡΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΩΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΩΝ**

ΦΥΣΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

01/01/2024 – 02/01/2024

03/02/2024 – 04/02/2024

€20



-30%

~~€20~~
€14

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

01/01/2024 – 13/01/2024	14/01/2024 – 15/01/2024
 <p>€20</p>	 <p>-10% €20 €18</p>
16/01/2024 – 02/02/2024	03/02/2024 – 04/02/2024
 <p>€20</p>	 <p>-30% €18 €12.60</p>

4.3 Γενική ανακοίνωση μείωσης της τιμής από κεντρικές οντότητες

Όταν κεντρικές οντότητες όπως δικαιοπάροχοι, παραγωγοί, προμηθευτές ή εισαγωγείς σχεδιάζουν και διαφημίζουν εκστρατείες μείωσης των τιμών για λογαριασμό των εμπόρων λιανικής που διανέμουν τα προϊόντα τους, πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι συμμετέχοντες έμποροι λιανικής είναι σε θέση να συμμορφωθούν με τις απαιτήσεις σχετικά με τις μειώσεις τιμών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας παραγωγός προϊόντων γενικού καθαρισμού, αποφασίζει να ανακοινώσει γενική μείωση της τιμής, ύψους ενός ευρώ, σε ένα συγκεκριμένο προϊόν, με το να επιθέσει πάνω στο προϊόν τη σήμανση «-€1», το οποίο θα διαθέσει στο καταναλωτικό κοινό μέσω των υπεραγορών.

Ο παραγωγός θα πρέπει να διασφαλίσει ότι οι συμμετέχουσες υπεραγορές είναι σε θέση να συμμορφωθούν με τους κανόνες σχετικά με τις ανακοινώσεις μείωσης τιμής.

Ταυτόχρονα η κάθε υπεραγορά πριν αποφασίσει να βάλει στα ράφια της το συγκεκριμένο προϊόν με τη σήμανση «-€1» πρέπει να διασφαλίσει ότι είναι σε θέση να μειώσει την τιμή του συγκεκριμένου προϊόντος κατά ένα ευρώ **από την χαμηλότερη τιμή που πωλούσε το προϊόν τις τελευταίες 30 ημέρες**, ώστε να τηρεί τους κανόνες σχετικά με τις ανακοινώσεις μείωσης τιμής.

Έστω ότι μια υπεραγορά πωλεί το εν λόγω προϊόν καθαρισμού στην τιμή των €2,50 για 30 ημέρες και στη συνέχεια παραλαμβάνει από τον παραγωγό το ίδιο προϊόν το οποίο φέρει πλέον στη συσκευασία του, τη σήμανση «-€1».

Η συγκεκριμένη σήμανση αποτελεί ανακοίνωση μείωσης τιμής και ως εκ τούτου η υπεραγορά για να συμμορφώνεται με τους κανόνες θα πρέπει να πωλεί το προϊόν στην τιμή των €1,50 αναφέροντας ως προγενέστερη τιμή την τιμή των €2,50.

01/01/2024 – 30/01/2024



€2,50

31/01/2024


~~€2,50~~
€1,50

Αν υποθέσουμε ότι η υπεραγορά είχε, εντός των τελευταίων 30 ημερών, πριν την παραλαβή της συσκευασίας με τη σήμανση «-€1», προβεί η ίδια σε ανακοίνωση μείωσης της τιμής για το συγκεκριμένο προϊόν, τότε αν αποφασίσει να βάλει στα ράφια της τη νέα συσκευασία με την ένδειξη «-€1» θα πρέπει να βεβαιωθεί ότι είναι σε θέση να τηρήσει τον κανόνα των 30 ημερών, όπως φαίνεται πιο κάτω.

01/01/2024 – 30/01/2024	31/01/2024 – 10/02/2024
 <p data-bbox="603 327 767 510">€2,50</p>	 <p data-bbox="1219 327 1385 510">€2,50 €2,00</p>
11/02/2024 – 20/02/2024	21/02/2024
 <p data-bbox="603 862 767 1046">€2,50</p>	 <p data-bbox="1219 862 1385 1046">€2,00 €1,00</p>

Το παράδειγμα που ακολουθεί αποτελεί λανθασμένη χρήση τέτοιων προωθητικών ενεργειών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια υπεραγορά παραλαμβάνει από τον παραγωγό προϊόντων γενικού καθαρισμού ένα προϊόν το οποίο φέρει τη σήμανση «-€1», χωρίς προηγουμένως να πωλούσε το συγκεκριμένο προϊόν.

Η υπεραγορά τοποθετεί το συγκεκριμένο προϊόν στο ράφι της αναγράφοντας ως τιμή πώλησης του προϊόντος τα €2,50.

Η συγκεκριμένη πρακτική είναι λάθος αφού παραβιάζει τον πρώτο κανόνα σε σχέση με την υπόδειξη της προγενέστερης τιμής (βλ. ενότητα 3.1). Η σήμανση «-€1» αποτελεί ανακοίνωση μείωσης της τιμής και ως εκ τούτου στο ράφι θα έπρεπε να αναγράφεται τουλάχιστο η προγενέστερη τιμή πώλησης. Αντί αυτού, αναγράφεται η τρέχουσα τιμή πώλησης και δημιουργείται στον καταναλωτή η εσφαλμένη εντύπωση ότι στο ταμείο θα πρέπει να πληρώσει €1,50 ($2,50 - 1,00 = 1,50$).

Εάν η υπεραγορά επέλεγε να υποδείξει στο ράφι ως προγενέστερη τιμή πώλησης τα €3,50, θα υπήρχε και πάλι παράβαση αφού θα παραβίαζε τον δεύτερο κανόνα, σε σχέση με τις 30 ημέρες (βλ. ενότητα 3.2) λόγω του ότι η τιμή των €3,50 δεν ήταν η χαμηλότερη τιμή που είχε το προϊόν τις τελευταίες 30 ημέρες.

4.4 Γενική ανακοίνωση μείωσης της τιμής η οποία ανακοινώνει το ύψος της μέγιστης έκπτωσης

Οι εμπορευόμενοι μπορούν να χρησιμοποιούν γενικές ανακοινώσεις μείωσης της τιμής οι οποίες ανακοινώνουν ποιο είναι το μέγιστο ποσοστό μείωσης, είτε για το σύνολο των προϊόντων τους είτε για μια κατηγορία των προϊόντων.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

«Όλα μέχρι 70% έκπτωση» π.χ. στη βιτρίνα του καταστήματος, που υποδηλώνει ότι όλα τα προϊόντα εντός του καταστήματος έχουν έκπτωση και ότι σε κάποια από αυτά η έκπτωση φτάνει το 70% της προγενέστερης τιμής πώλησης.

«Μέχρι 50% έκπτωση» π.χ. πάνω από το ράφι ενός καταστήματος, που υποδηλώνει ότι όλα τα προϊόντα στο συγκεκριμένο ράφι έχουν έκπτωση και ότι σε κάποια από αυτά η έκπτωση φτάνει το 50% της προγενέστερης τιμής πώλησης.

«Μέχρι 40% στα γυναικεία παπούτσια» π.χ. στην αρχική σελίδα ενός διαδικτυακού καταστήματος, που υποδηλώνει ότι όλα τα γυναικεία παπούτσια του διαδικτυακού καταστήματος έχουν έκπτωση, και ότι σε κάποια από αυτά η έκπτωση φτάνει το 40% της προγενέστερης τιμής πώλησης.

«20% - 70% έκπτωση σε όλα αυτό το Σάββατο» π.χ. με γενική αποστολή μηνύματος sms, που υποδηλώνει ότι το προσεχές Σάββατο όλα τα προϊόντα του εμπορευόμενου θα έχουν έκπτωση, με ελάχιστο ποσοστό έκπτωσης το 20% και μέγιστο ποσοστό έκπτωσης σε κάποια προϊόντα το 70%.

Ο εμπορευόμενος, σε όλες τις πιο πάνω περιπτώσεις, θα πρέπει να φροντίσει εκ των προτέρων ώστε η αναγραφόμενη προγενέστερη τιμή στο κάθε προϊόν να είναι η χαμηλότερη τιμή πώλησης που είχε το προϊόν τις τελευταίες 30 ημέρες.

Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο μέσος καταναλωτής αντιλαμβάνεται ότι, εάν επισκεφθεί το κατάστημα του εμπορευόμενου τη χρονική περίοδο της έκπτωσης, θα βρει υπολογίσιμο αριθμό προϊόντων των οποίων η τιμή πώλησης έχει μειωθεί στο μέγιστο ποσοστό της έκπτωσης.

Εάν η τιμή μειώνεται μόνο σε μερικά από τα είδη κατά το μέγιστο της ανακοινωθείσας έκπτωσης, ενώ για τα υπόλοιπα μειώνεται σε σημαντικά χαμηλότερο ποσοστό αυτό θα μπορούσε να αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική.

Ο αθέμιτος ή όχι χαρακτήρας τέτοιων πρακτικών αξιολογείται κατά περίπτωση, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες: όπως το σύνολο των προϊόντων για τα οποία ανακοινώθηκε η μείωση της τιμής, το μέγεθος της επιχείρησης και η περίοδος που καλύπτει η γενική ανακοίνωση.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα κατάστημα ηλεκτρικών ειδών αναρτά στη βιτρίνα του καταστήματός του, στις 15/11/2024 την επιγραφή «Όλα μέχρι 70% έκπτωση για την περίοδο του Black Friday 15/11 μέχρι 29/11/».

Κατά τη στιγμή της ανάρτησης, εντός του καταστήματος, υπάρχει όντως υπολογίσιμος αριθμός προϊόντων με έκπτωση η οποία φτάνει το μέγιστο ποσοστό των 70%.

Πέντε ημέρες αργότερα, στις 20/11/2024, ο αριθμός των προϊόντων με έκπτωση η οποία φτάνει το μέγιστο ποσοστό των 70% έχει μειωθεί δραματικά. Τώρα, εντός του καταστήματος, υπάρχουν ελάχιστα προϊόντα με ποσοστό έκπτωσης ύψους 70% ενώ τα υπόλοιπα προϊόντα έχουν έκπτωση ύψους 20% - 40%.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η γενική ανακοίνωση δεν ανταποκρίνεται πλέον στην πραγματικότητα και δεδομένου ότι μέχρι τη λήξη της περιόδου του Black Friday υπάρχουν ακόμα αρκετές ημέρες, ο εμπορευόμενος αποφασίζει να αφαιρέσει τη συγκεκριμένη επιγραφή από τη βιτρίνα του καταστήματος.

5 Προγράμματα επιβράβευσης πελατών και εξατομικευμένες μειώσεις τιμών

Ο κανόνας των 30 ημερών **δεν εφαρμόζεται στα προγράμματα επιβράβευσης πελατών και σε εξατομικευμένες μειώσεις τιμών.**

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

- Προγράμματα επιβράβευσης πελατών, όπως για παράδειγμα από τη συσσώρευση πιστώσεων (πόντων), τα οποία παρέχουν στον καταναλωτή το δικαίωμα έκπτωσης τιμής σε μελλοντικές αγορές του.
- Εκπτώσεις που προκύπτουν από τις προηγούμενες αγορές του καταναλωτή, όπως όταν ο καταναλωτής λαμβάνει κουπόνι «20% έκπτωση» με την αγορά που πραγματοποίησε, το οποίο θα ισχύσει για την επόμενη αγορά μέχρι το τέλος του μήνα.
- Μειώσεις που χορηγούνται σε ειδικές περιπτώσεις για κάποιον καταναλωτή, όπως για την εγγραφή του στο πρόγραμμα επιβράβευσης πελατών ή για τον γάμο ή τα γενέθλιά του.
- Μειώσεις που εφαρμόζονται κατά τον χρόνο της αγοράς και δεν έχουν «ανακοινωθεί» εκ των προτέρων.

Σε τέτοιες περιπτώσεις η μείωση της τιμής μπορεί να γίνει από την τρέχουσα τιμή πώλησης και όχι αναγκαστικά από τη χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας καταναλωτής λαμβάνει, την ημέρα των γενεθλίων του, μήνυμα στο κινητό του τηλέφωνο από κατάστημα αθλητικών ειδών, στο οποίο αναφέρεται ότι θα λάβει έκπτωση 15% για τα γενέθλιά του στην επόμενη αγορά του.

Όταν επισκέπτεται το κατάστημα αποφασίζει να αγοράσει ένα προϊόν με τρέχουσα τιμή πώλησης €50, του οποίου όμως η χαμηλότερη τιμή του τις τελευταίες 30 ημέρες ήταν €40.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση το κατάστημα δεν είναι υποχρεωμένο να υπολογίσει την έκπτωση ύψους 15% από την τιμή των €40. Εφόσον δεν πρόκειται για ανακοίνωση μείωσης τιμής, αλλά για εξατομικευμένη μείωση της τιμής, το κατάστημα μπορεί να υπολογίσει την έκπτωση από την τρέχουσα τιμή πώλησης, δηλαδή τα €50.

Ο κανόνας των 30 ημερών όμως πρέπει να τηρείται στις μειώσεις τιμών οι οποίες, παρόλο που παρουσιάζονται ως εξατομικευμένες, στην πραγματικότητα προσφέρονται και ανακοινώνονται στους καταναλωτές γενικά.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Κατά την επίσκεψη σε μια ιστοσελίδα, ο καταναλωτής βλέπει να αναγράφεται το εξής:

«Τον μήνα Μάρτιο 20% έκπτωση με τη χρήση του κωδικού March20»

Αν και η έκπτωση θα εφαρμοστεί μόνο στους καταναλωτές οι οποίοι θα χρησιμοποιήσουν τον κωδικό, εντούτοις λόγω του ότι όλοι οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να τον χρησιμοποιήσουν, ο εμπορευόμενος θα πρέπει να διασφαλίσει ότι η «προγενέστερη» τιμή για όλα τα αγαθά που περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση είναι η χαμηλότερη διαθέσιμη τιμή τους τις τελευταίες 30 ημέρες.

6 Ευαλλοιώτα αγαθά

«Ευαλλοιώτα αγαθά» θεωρούνται αγαθά τα οποία λόγω της φύσης τους, δύναται να αλλοιωθούν σύντομα ή να λήξουν σύντομα. Η τήρηση των αντικειμενικών κριτηρίων σύμφωνα με τα οποία ένα αγαθό «μπορεί να αλλοιωθεί ή λήγει σύντομα» πρέπει να εκτιμάται κατά περίπτωση. Παραδείγματα τέτοιων προϊόντων είναι τα ακόλουθα:

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

- Φρέσκα φρούτα
- Φρέσκα λαχανικά
- Είδη αρτοποιίας
- Γαλακτοκομικά προϊόντα
- Φρέσκο κρέας
- Φρέσκο ψάρι
- Φρέσκοι χυμοί

(Οι πιο πάνω κατηγορίες είναι ενδεικτικές και μη εξαντλητικές)

ΠΡΟΣΟΧΗ!

Συσκευασμένα προϊόντα με μεγάλη διάρκεια ζωής των οποίων πλησιάζει η ημερομηνία λήξης επειδή δεν έχουν πωληθεί, δεν εμπίπτουν στην κατηγορία προϊόντων που λόγω της φύσης τους δύναται να αλλοιωθούν και/ή να λήξουν σύντομα.

6.1 Υπόδειξη της προγενέστερης τιμής πώλησης σε περίπτωση ανακοίνωσης μείωσης τιμής ευαλλοιωτών αγαθών

Τα ευαλλοιώτα αγαθά **εξαιρούνται από τον δεύτερο κανόνα των ανακοινώσεων μείωσης της τιμής, δηλαδή από τον κανόνα των 30 ημερών.**

Δεν εξαιρούνται όμως από τον πρώτο κανόνα σε σχέση με την υπόδειξη της προγενέστερης τιμής (βλ. ενότητα 3.1).

Ως εκ τούτου, όταν κάποιος έμπορος ανακοινώνει μείωση της τιμής για ευαλλοιώτα αγαθά θα πρέπει να διασφαλίζει ότι σε αυτά αναγράφεται η προγενέστερη τιμή και:

- α) η τρέχουσα τιμή πώλησης· ή/και
- β) το κλάσμα ή ποσοστό μείωσης της προγενέστερης τιμής

Με βάση αυτή την εξαίρεση, όταν ανακοινώνεται μείωση της τιμής η οποία αφορά ευαλλοιώτα αγαθά, δίνεται η δυνατότητα στον πωλητή να αναγράφει ως προγενέστερη τιμή πώλησης την τελευταία τιμή πώλησης του αγαθού αμέσως πριν από τη μείωση.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια φρουταρία πωλεί μπανάνες με τιμή πώλησης προς 2,00 €/kg.

Εάν πέντε ημέρες μετά ο πωλητής επιθυμεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής κατά 20% μπορεί να το κάνει με τους εξής τρόπους:



~~€2,00/kg~~
€1,60/kg



€2,00/kg
-20%



~~€2,00/kg~~
€1,60/kg
-20%

Αγαθά νέων αφίξεων

Αγαθά τα οποία κυκλοφορούν στην αγορά, από συγκεκριμένο πωλητή, για λιγότερο από 30 ημέρες θεωρούνται αγαθά νέων αφίξεων και για αυτά δεν μπορεί να ανακοινωθεί μείωση της τιμής ταυτόχρονα με την έναρξη της πρώτης κυκλοφορίας τους.

7.1 Ανακοίνωση μείωσης τιμής για αγαθά νέων αφίξεων

Εμπορευόμενος ο οποίος διαθέτει προς πώληση κάποιο αγαθό για πρώτη φορά, μπορεί να προβεί σε ανακοίνωση μείωσης της τιμής του μετά την παρέλευση 30 ημερών από την ημέρα κυκλοφορίας του.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ 1

Ένας πωλητής αρχίζει να διαθέτει προς πώληση από 01/11/2023 για πρώτη φορά στο κατάστημά του χριστουγεννιάτικα δέντρα. Η τιμή πώλησης τους είναι €90.

Ο πωλητής επιθυμεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής στα €65. Αυτό μπορεί να γίνει μετά την παρέλευση 30 ημερών, δηλαδή μετά την 01/12/2024

01/11/2023 – 30/11/2023



01/12/2023



ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ 2

Ένας πωλητής αρχίζει να διαθέτει προς πώληση από 01/11/2023 για πρώτη φορά στο κατάστημά του χριστουγεννιάτικα δέντρα. Η τιμή πώλησης τους είναι €90.

Στις 20/11/2023 μειώνει την τιμή τους στα €80 χωρίς όμως να ανακοινώσει μείωση της τιμής, αφού δεν έχουν παρέλθει 30 ημέρες από την ημέρα κυκλοφορίας τους.

Την 01/12/2023, εφόσον έχουν πλέον παρέλθει 30 ημέρες από την ημέρα κυκλοφορίας τους, αποφασίζει να ανακοινώσει μείωση της τιμής στα €65. Σε αυτή την περίπτωση η προγενέστερη τιμή θα πρέπει να είναι τα €80, αφού είναι η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών.

01/11/2023 – 19/11/2023

€90

20/11/2023 – 30/11/2023

€80

01/12/2023

~~€90~~
€65

7.2 Αγαθά τα οποία κυκλοφορούν στην αγορά έπειτα από μια περίοδο διακοπής

Αγαθά τα οποία έχουν ήδη κυκλοφορήσει στην αγορά από κάποιον πωλητή και **ο ίδιος πωλητής** διαθέτει προς πώληση **τα ίδια αγαθά** και πάλι, έπειτα από μια περίοδο διακοπής, τότε αυτά τα αγαθά δεν θεωρούνται «αγαθά νέων αφίξεων». Σε αυτή την κατηγορία, εμπίπτουν αγαθά τα οποία εξαντλήθηκαν προσωρινά ή εποχικά αγαθά τα οποία κυκλοφορούν και πάλι μετά από μια περίοδο διακοπής.

Ως εκ τούτου, όταν ο πωλητής προσφέρει εκ νέου ένα αγαθό προς πώληση έπειτα από μια περίοδο διακοπής, μπορεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής αναφέροντας ως «προγενέστερη» τιμή τη χαμηλότερη τιμή που εφαρμόστηκε κατά την περίοδο αναφοράς πριν από τη διακοπή (για παράδειγμα, κατά το προηγούμενο έτος), με την προϋπόθεση ότι:

- το προϊόν έχει διατεθεί προς πώληση για συνολικό διάστημα τουλάχιστον 30 ημερών κατά τη διάρκεια της προηγούμενης περιόδου και
- η αναφερόμενη «προγενέστερη» τιμή ήταν η χαμηλότερη τιμή σε ολόκληρη την προηγούμενη περίοδο.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας πωλητής αρχίζει να διαθέτει προς πώληση από 01/11/2023 για πρώτη φορά στο κατάστημά του χριστουγεννιάτικα δέντρα. Η τιμή πώλησής τους είναι €90.

Μετά την παρέλευση 30 ημερών, την 01/12/2023 ανακοινώνει μείωση τιμής από €90 σε €65 και κρατάει αυτή την τιμή μέχρι το τέλος της εορταστικής περιόδου.

Στη συνέχεια αποθηκεύει το απόθεμα που δεν έχει πωληθεί, με σκοπό να το πωλήσει το επόμενο έτος.

Όταν το επόμενο έτος, αρχίσει και πάλι να διαθέτει προς πώληση το ίδιο προϊόν, για παράδειγμα την 01/11/2024, μπορεί εάν το επιθυμεί να ξεκινήσει ανακοινώνοντας μείωση τιμής, μόνο αν χρησιμοποιήσει ως προγενέστερη τιμή τα €65.

Οποιαδήποτε τιμή πώλησης πάνω από €65 **δεν μπορεί να συνοδεύεται από ανακοίνωση μείωσης της τιμής**. Σε αυτή την περίπτωση, θα πρέπει να κρατήσει το προϊόν 30 ημέρες σε αυτή την τιμή και στη συνέχεια να ανακοινώσει μείωση της τιμής αν το επιθυμεί.

ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ 2023

01/11/2023 – 30/11/2023



€90

01/12/2023 – 31/12/2023



~~€90~~
€65

ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ 2024

01/11/2024



~~€65~~
€55

7.3 Χρήση εκφράσεων που υποδηλώνουν ότι η τιμή αγαθών νέων αφίξεων είναι χαμηλή τιμή, αλλά δεν συνιστούν ανακοίνωση μείωση της τιμής.

Ο Νόμος δεν απαγορεύει στους εμπορευόμενους να χρησιμοποιούν εκφράσεις οι οποίες **δεν συνιστούν ανακοίνωση μείωσης της τιμής** αλλά υποδηλώνουν ότι η τιμή του προϊόντος είναι χαμηλή. (Για περισσότερες πληροφορίες σε σχέση με την ορθή χρήση τέτοιων εκφράσεων οι οποίες δεν αποτελούν ανακοίνωση μείωσης της τιμής βλ. ενότητα 10).

Ως εκ τούτου, ένας εμπορευόμενος ο οποίος διαθέτει προς πώληση ένα αγαθό νέας άφιξης, μπορεί, αν το επιθυμεί, να χρησιμοποιήσει τέτοιες εκφράσεις. Πρέπει όμως να γνωρίζει ότι στην περίπτωση που μετά την παρέλευση των πρώτων 30 ημερών επιθυμεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής, θα πρέπει να ακολουθηθεί ο κανόνας των 30 ημερών. Με βάση αυτό, η προγενέστερη τιμή θα είναι η χαμηλότερη τιμή που είχε το προϊόν τις πρώτες 30 ημέρες της κυκλοφορίας του.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια υπεραγορά αρχίζει να διαθέτει προς πώληση για πρώτη φορά την 01/01/2024 ένα συγκεκριμένο σαμπουάν. Λόγω του ότι δεν μπορεί να ανακοινώσει μείωση τιμής πριν περάσουν 30 ημέρες, αποφασίζει να προωθήσει το προϊόν με την ένδειξη «ΜΟΝΟ».

Η υπεραγορά έχει κάνει έρευνα αγοράς η οποία έχει καταδείξει ότι η μέση τιμή πώλησης του ίδιου προϊόντος από άλλες υπεραγορές ίδιου μεγέθους είναι «€3,50». Ως εκ τούτου αποφασίζει να προωθήσει το προϊόν με την ένδειξη «ΜΟΝΟ» και τιμή πώλησης «€2,80», η οποία είναι χαμηλότερη από τη μέση τιμή πώλησης στην αγορά.

Μετά την παρέλευση 30 ημερών αποφασίζει να ανακοινώσει μείωση τιμής με την ένδειξη «Ειδική προσφορά». Σε αυτή την περίπτωση, η προγενέστερη τιμή θα είναι η τιμή των €2,80.

01/01/2024 – 30/01/2024



ΜΟΝΟ
€2,80

31/01/2024



ΕΙΔΙΚΗ
ΠΡΟΣΦΟΡΑ
~~€2,80~~
€2,20

Στην περίπτωση δε, κατά την οποία η έκφραση η οποία θα χρησιμοποιηθεί με την πρώτη κυκλοφορία του αγαθού, υποδηλώνει ότι η τιμή του προϊόντος είναι χαμηλή **αλλά σύντομα θα αυξηθεί** π.χ. «Τιμή Γνωριμίας», ενδεχόμενη μελλοντική ανακοίνωση για μείωση της τιμής χωρίς να προηγηθεί αύξηση της τιμής, όπως είχε υπονοηθεί, θα καθιστούσε την έκφραση «Τιμή Γνωριμίας» αναληθή.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας πωλητής συμπληρωμάτων διατροφής διαθέτει προς πώληση για πρώτη φορά, την 01/01/2024 ένα νέο συμπλήρωμα διατροφής.

Λόγω του ότι δεν μπορεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής πριν περάσουν 30 ημέρες, αποφασίζει να προωθήσει το προϊόν με την ένδειξη «Τιμή Γνωριμίας» και τιμή πώλησης €50.

Διατηρεί την ένδειξη «Τιμή Γνωριμίας» για 40 ημέρες, μέχρι τις 09/02/2024 (οι 40 ημέρες που αναφέρονται στο παράδειγμα δεν αποτελούν κανόνα αλλά ενδεικτική περίοδο για σκοπούς παραδείγματος).

Σε αυτή την περίπτωση ο πωλητής δεν μπορεί να ανακοινώσει περαιτέρω μείωση της τιμής καθώς αυτό θα καθιστούσε την ένδειξη «Τιμή Γνωριμίας» αναληθή.

Ως εκ τούτου, αυξάνει την τιμή του προϊόντος στα €65.

Εάν μετά την αύξηση της τιμής στα €65 επιθυμεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής στα €50 με προγενέστερη τιμή τα €65, θα πρέπει να κρατήσει το προϊόν σε αυτή την τιμή για τουλάχιστο 30 ημέρες, μέχρι τις 10/03/2024.

Στη συνέχεια, στις 11/03/2024 μπορεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής με προηγούμενη τιμή πώλησης τα €65.

01/01/2024 – 09/02/2024



ΤΙΜΗ
ΓΝΩΡΙΜΙΑΣ
€50

10/02/2024 – 10/03/2024*



€65

*Ο Φεβρουάριος του 2024 έχει 29 μέρες επομένως η αναφερόμενη περίοδος είναι 30 ημέρες

11/03/2024



ΕΙΔΙΚΗ
ΠΡΟΣΦΟΡΑ
~~€65~~
€50

Σε περίπτωση που ο εμπορευόμενος δεν διατηρήσει την τιμή των €65 για τουλάχιστο 30 ημέρες και επιθυμεί να ανακοινώσει μείωση της τιμής νωρίτερα, τότε η προγενέστερη τιμή θα πρέπει να είναι τα €50 και, ως εκ τούτου, η τιμή πώλησης θα πρέπει να είναι μικρότερη των €50.

Για παράδειγμα, εάν κρατήσει την αύξηση της τιμής στα €65 για 15 ημέρες, μέχρι τις 24/02/2024 και στις 25/02/2024 ανακοινώσει μείωση της τιμής, τότε η προηγούμενη τιμή πώλησης θα είναι τα €50 και η τιμή πώλησης χαμηλότερη, π.χ. €40.

01/01/2024 – 09/02/2024



ΤΙΜΗ
ΓΝΩΡΙΜΙΑΣ
€50

10/02/2024 – 24/02/2024



€65

25/02/2024



ΕΙΔΙΚΗ
ΠΡΟΣΦΟΡΑ
~~€50~~
€40

8 Προοδευτική μείωση των τιμών

Όταν ανακοινώνεται μείωση τιμής ενός προϊόντος και ο εμπορευόμενος μειώνει την τιμή προοδευτικά χωρίς διακοπές, ο εμπορευόμενος μπορεί να διατηρεί την αναφερόμενη ως προγενέστερη τιμή σταθερή.

Σε τέτοιες περιπτώσεις, η προγενέστερη τιμή θα είναι η χαμηλότερη τιμή που είχε το προϊόν τις τελευταίες 30 ημέρες πριν την πρώτη μείωση της τιμής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα κατάστημα ηλεκτρονικών ειδών αποφασίζει ότι θέλει να απαλλαγεί από το απόθεμα που έχει ενός παλιού μοντέλου ηλεκτρονικών παιχνιδιών.

Για να το πετύχει αυτό, ανακοινώνει την 01/01/2024 μείωση της τιμής του προϊόντος. Η χαμηλότερη τιμή του προϊόντος τις τελευταίες 30 ημέρες ήταν €300 και έτσι ο εμπορευόμενος ανακοινώνει μείωση της τιμής από €300 σε €260.

Διατηρεί την προσφορά μέχρι τις 10/01/2024, αλλά παρατηρεί ότι το προϊόν δεν είχε τις αναμενόμενες πωλήσεις.

Στις 11/01/2024 αποφασίζει, **χωρίς να διακόψει την περίοδο της προσφοράς**, να μειώσει περαιτέρω την τιμή στα €210, διατηρώντας ως προγενέστερη τιμή τα €300.

Συνεχίζει να διατηρεί την προσφορά μέχρι τις 31/01/2024, και αφού έχουν πλέον απομείνει μόνο μερικά τεμάχια, αποφασίζει την 01/02/2024, και πάλι **χωρίς να διακόψει την περίοδο της προσφοράς**, να μειώσει περαιτέρω την τιμή στα €190, διατηρώντας ως προγενέστερη τιμή τα €300.

01/01/2024 –
10/01/2024



~~€300~~
€260

11/01/2024 –
31/01/2024



~~€300~~
€210

Από 01/02/2024



~~€300~~
€190

9 Χρονική διάρκεια εκστρατειών μείωσης της τιμής

Ο κανόνας των 30 ημερών δεν επηρεάζει τη χρονική διάρκεια μιας εκστρατείας μείωσης της τιμής. Οι έμποροι μπορούν να ανακοινώνουν μείωση της τιμής των αγαθών και να τη διατηρούν ακόμη και για περισσότερες από 30 ημέρες.

Επίσης, οι εμπορευόμενοι όταν ανακοινώνουν μείωση της τιμής δεν είναι υποχρεωμένοι να αναγράφουν το χρονικό διάστημα που θα διαρκέσει η μείωση της τιμής. Μπορούν, ωστόσο, αν επιλέξουν να το κάνουν. Και οι δύο αυτοί τρόποι ενέργειας, όμως, υπόκεινται σε κανόνες οι οποίοι ρυθμίζουν τον δίκαιο χαρακτήρα τους και οι οποίοι αναλύονται πιο κάτω.

9.1 Ανακοίνωση μείωσης της τιμής χωρίς χρονικά περιθώρια

Εμπορευόμενος ο οποίος ανακοινώνει μείωση της τιμής για κάποιο προϊόν, χωρίς να αναφέρει την ημερομηνία λήξης της περιόδου της μείωσης, θα πρέπει να λάβει υπόψη ότι υπερβολικά μεγάλα χρονικά διαστήματα κατά τα οποία εφαρμόζονται μειώσεις των τιμών σε σύγκριση με το χρονικό διάστημα κατά το οποίο το προϊόν πωλείτο χωρίς μείωση, ενδέχεται να αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική.

Ο δίκαιος χαρακτήρας τέτοιων πρακτικών αξιολογείται κατά περίπτωση και λαμβάνονται υπόψη παράγοντες όπως: το είδος του προϊόντος, η περίοδος κατά την οποία το προϊόν πωλείτο χωρίς μείωση της τιμής και η περίοδος κατά την οποία το προϊόν πωλείτο στη μειωμένη τιμή.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια επιχείρηση ηλεκτρικών ειδών παραλαμβάνει το τελευταίο μοντέλο μιας τηλεόρασης.

Αρχίζει να διαθέτει την τηλεόραση στην τιμή πώλησης των €1000 για 30 ημέρες. Μετά την παρέλευση 30 ημερών, ανακοινώνει μείωση της τιμής στα €800 με την ένδειξη «Από €1000 Τώρα €800».

Στη συνέχεια, διατηρεί την ανακοίνωση μείωσης της τιμής για 12 μήνες.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο ένας μήνας κατά τον οποίο το προϊόν πωλήθηκε χωρίς μείωση της τιμής είναι δυσανάλογο διάστημα σε σχέση με τους 12 μήνες που διατηρείται η ανακοίνωση μείωσης της τιμής.

Το μεγάλο διάστημα κατά το οποίο το προϊόν πωλείται στην τιμή των €800 καθιστά τη συγκεκριμένη τιμή ως την τρέχουσα τιμή πώλησής του και όχι ως την μειωμένη τιμή του.

Ως εκ τούτου, ο θεμιτός τρόπος ενέργειας της επιχείρησης, λίγο διάστημα αφού έχει εφαρμόσει την μείωση τιμής «Από €1000 Τώρα €800» και αφού δεν έχει πρόθεση να διαθέσει ξανά το προϊόν σε τιμή ψηλότερη των €800, είναι να αφαιρέσει την ανακοίνωση μείωσης της τιμής και να αναφέρει ως τιμή πώλησης του προϊόντος τα €800 ή οποιαδήποτε άλλη τιμή πώλησης επιθυμεί.

01/01/2024 – 31/01/2024



€1000

01/02/2024 – 30/04/2024



ΑΠΟ ~~€1000~~
ΤΩΡΑ €800

01/05/2024



€800
(ή άλλη τιμή)

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια υπεραγορά πωλεί ένα προϊόν καθαρισμού στην τιμή των €2,50 για 30 ημέρες και στη συνέχεια παραλαμβάνει το ίδιο προϊόν το οποίο φέρει πλέον, από τον παραγωγό, τη σήμανση «-€1».

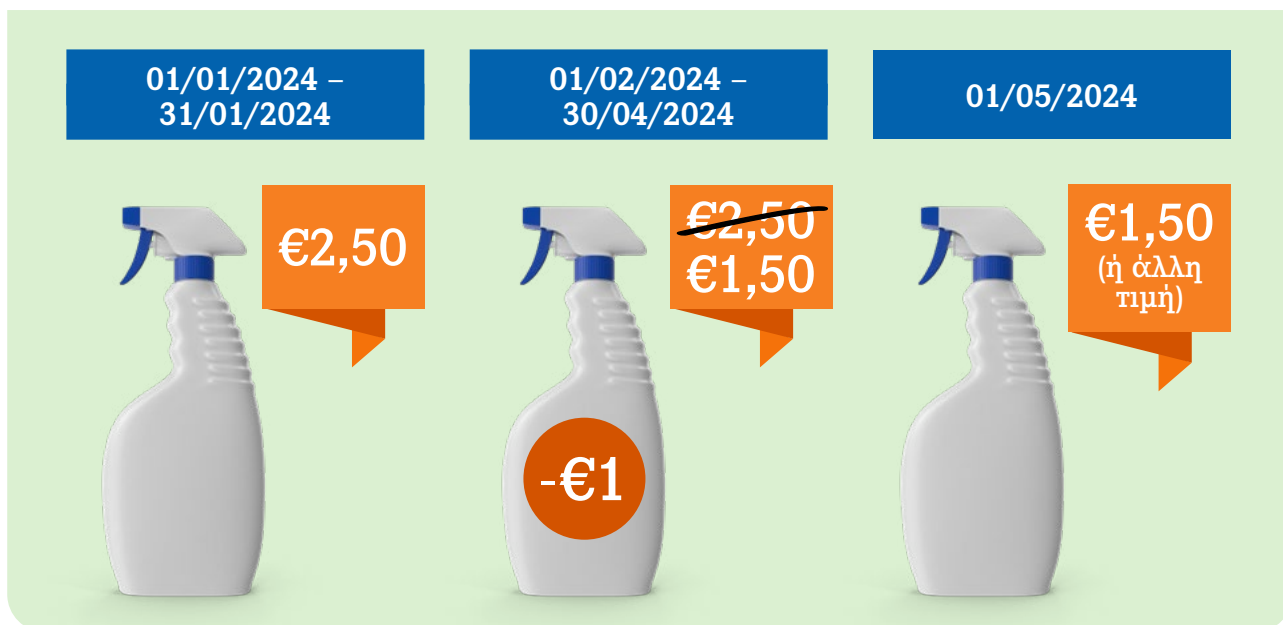
Η συγκεκριμένη σήμανση αποτελεί ανακοίνωση μείωσης τιμής και ως εκ τούτου η υπεραγορά παρουσιάζει το προϊόν στο ράφι με την ένδειξη «από ~~€2,50~~ σε €1,50».

Στη συνέχεια, διατηρεί τη συσκευασία με τη σήμανση «-€1» και την ένδειξη «από ~~€2,50~~ σε €1,50» για 12 μήνες.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο ένας μήνας κατά τον οποίο το προϊόν πωλήθηκε χωρίς μείωση της τιμής είναι δυσανάλογο διάστημα σε σχέση με τους 12 μήνες που διατηρείται η ανακοίνωση μείωσης της τιμής.

Το μεγάλο διάστημα κατά το οποίο το προϊόν πωλείται στην τιμή των €1,50 καθιστά τη συγκεκριμένη τιμή ως την τρέχουσα τιμή πώλησής του και όχι ως τη μειωμένη τιμή του.

Ως εκ τούτου, ο θεμιτός τρόπος ενέργειας της υπεραγοράς, λίγο διάστημα αφού έχει εφαρμόσει την μείωση τιμής «από ~~€2,50~~ σε €1,50» και αφού δεν έχει πρόθεση να διαθέσει ξανά το προϊόν σε τιμή ψηλότερη του €1,50, είναι να αφαιρέσει τις συσκευασίες με τη σήμανση «-€1» και να αναφέρει ως τιμή πώλησης του προϊόντος το €1,50 ή οποιαδήποτε άλλη τιμή πώλησης επιθυμεί.



9.2 Ανακοίνωση μείωσης της τιμής με χρονικά περιθώρια

Εμπορευόμενος ο οποίος ανακοινώνει μείωση της τιμής για κάποιο προϊόν, αναφέροντας την ημερομηνία λήξης της περιόδου κατά την οποία θα διατηρήσει τη μείωση της τιμής, θα πρέπει να λάβει υπόψη ότι η μη τήρηση της ημερομηνίας λήξης αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική.

Σε μια τέτοια περίπτωση, ενδεχομένως να υπάρχει ψευδής δήλωση ότι το προϊόν θα είναι διαθέσιμο για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα ή ότι θα διατίθεται μόνο υπό ειδικούς όρους για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να προκληθεί η λήψη άμεσης απόφασης και να στερηθεί από τους καταναλωτές η δυνατότητα ή ο χρόνος να προβούν σε τεκμηριωμένη επιλογή.

Εάν ο εμπορευόμενος επιθυμεί να παρατείνει μια εκστρατεία μείωσης της τιμής, μπορεί να το κάνει υπό την προϋπόθεση ότι οι καταναλωτές είναι σαφώς ενημερωμένοι ότι πρόκειται για παράταση και όχι για νέα εκστρατεία μείωσης της τιμής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια υπεραγορά εκδίδει εβδομαδιαίο φυλλάδιο προσφορών στο οποίο περιλαμβάνονται προϊόντα τα οποία θα έχουν μειωμένη τιμή για μια εβδομάδα.

Στο φυλλάδιο το οποίο καλύπτει την περίοδο 01/01/2024 - 07/01/2024 περιλαμβάνονται βρεφικές πάνες με ανακοίνωση μείωσης τιμής «Από €12,99 Σε €8,99».

Λόγω του ότι το προϊόν δεν είχε τις πωλήσεις που ανέμενε ο εμπορευόμενος, ο ίδιος αποφασίζει όπως, μετά τη λήξη της περιόδου προσφοράς στις 07/01/2024, παρατείνει την προσφορά για ακόμη 3 ημέρες.

Ως εκ τούτου, εντός της υπεραγοράς, διατηρεί την ανακοίνωση μείωσης της τιμής «Από €12,99 Σε €8,99» και προσθέτει την επιγραφή «Η προσφορά παρατείνεται μέχρι τις 10/01/2024».

10 Χρήση εκφράσεων οι οποίες δεν αποτελούν ανακοίνωση μείωσης της τιμής.

Οι εμπορευόμενοι μπορούν να χρησιμοποιούν εκφράσεις οι οποίες δεν αποτελούν ανακοίνωση μείωση τιμής και σε τέτοιες περιπτώσεις δεν είναι υποχρεωμένοι να αναγράφουν την προγενέστερη τιμή πώλησης.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

ΜΟΝΟ!

**ΧΑΜΗΛΗ
ΤΙΜΗ!**

**ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ
ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ**

**ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ
ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΙΜΗ
ΠΩΛΗΣΗΣ**

Η μη υποχρέωση του πωλητή να αναγράφει την προγενέστερη τιμή πώλησης όταν χρησιμοποιεί αυτές τις εκφράσεις ισχύει μόνο υπό την προϋπόθεση ότι δεν ανακοινώνεται με κάποιο τρόπο μείωση της τιμής.

Τέτοιες εκφράσεις υπόκεινται στους γενικότερους κανόνες αθέμιτων εμπορικών πρακτικών και, ως εκ τούτου, θα πρέπει να είναι αληθείς, να μην προκαλούν σύγχυση στον καταναλωτή και ο εμπορευόμενος που τις χρησιμοποιεί θα πρέπει να είναι σε θέση να τις τεκμηριώνει επαρκώς.

Επίσης, ο πωλητής δεν απαλλάσσεται από την υποχρέωση να τηρεί τους κανόνες ανακοίνωσης μείωσης της τιμής αφού έχει χρησιμοποιήσει τέτοιες εκφράσεις για κάποιο διάστημα και στη συνέχεια αποφασίζει να ανακοινώσει μείωση της τιμής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένα προϊόν πωλείται για 30 ημέρες με την ένδειξη «Μόνο €50».

Στην περίπτωση όπου αμέσως μετά θα ακολουθήσει ανακοίνωση μείωσης της τιμής, η προγενέστερη τιμή πώλησης που θα χρησιμοποιηθεί θα πρέπει να είναι τα €50 (βλ. παραδείγματα ενότητας 7.3).

10.1 Χρήση των εκφράσεων «Χαμηλή τιμή!», «Μόνο!» ή άλλης παρόμοιας έκφρασης

Εκφράσεις, όπως: «Χαμηλή τιμή!», «Μόνο!» ή άλλες παρόμοιες αν και δεν ανακοινώνουν μείωση της τιμής για το προϊόν ή την ομάδα προϊόντων που συνοδεύουν εντούτοις, δημιουργούν την εντύπωση στον μέσο καταναλωτή ότι η τιμή πώλησης των συγκεκριμένων προϊόντων είναι χαμηλή.

Αποτελούν στην ουσία εκφράσεις σύγκρισης της τιμής πώλησης, αφού τίποτα δεν μπορεί να θεωρηθεί «χαμηλό» αν δεν συγκριθεί με κάτι «ψηλότερο/ακριβότερο».

Ο δίκαιος χαρακτήρας αυτών των εκφράσεων εξαρτάται από την απάντηση που ο εμπορευόμενος ο οποίος χρησιμοποιεί τέτοιες εκφράσεις δίνει στην εξής ερώτηση:

«Σε σύγκριση με ποια τιμή είναι χαμηλή η συγκεκριμένη τιμή πώλησης»;

Αν ο ισχυρισμός περί ύπαρξης χαμηλής τιμής δεν μπορεί να τεκμηριωθεί επαρκώς από τον εμπορευόμενο που την χρησιμοποιεί, τότε ενδεχομένως να πρόκειται για παραπλανητική εμπορική πρακτική η οποία περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι επομένως αναληθής.

Παράλληλα, από τη στιγμή που η έκφραση η οποία χρησιμοποιείται και η οποία υποδηλώνει χαμηλή τιμή αναφέρεται στη λιανική τιμή πώλησης του προϊόντος, η σύγκριση, για σκοπούς τεκμηρίωσης, θα πρέπει επίσης να γίνεται με κάποια ψηλότερη λιανική τιμή πώλησης. Ως εκ τούτου, θα ήταν λάθος η σύγκριση να γίνεται με άλλου τύπου τιμές αναφοράς, όπως για παράδειγμα με την προτεινόμενη τιμή πώλησης του προμηθευτή. (Για την ορθή χρήση εκφράσεων όπως «Προτεινόμενη τιμή πώλησης προμηθευτή» ή «Συνιστώμενη λιανική τιμή πώλησης», βλ. ενότητα 10.2).

Ακολουθούν περιπτώσεις τιμών λιανικής πώλησης οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν κατάλληλη σύγκριση ώστε να δικαιολογούν τη χρήση εκφράσεων, όπως «Χαμηλή τιμή!», «Μόνο!» ή άλλης παρόμοιας. Τα συγκεκριμένα παραδείγματα αποτελούν απλά ένδειξη, καθώς τέτοιες προωθητικές ενέργειες θα πρέπει να κρίνονται ανά περίπτωση, αφού από τον συνολικό τρόπο παρουσιάσής τους ή από τα πραγματικά γεγονότα δύναται να προκύπτει αθέμιτη εμπορική πρακτική, ακόμα και αν οι πληροφορίες είναι αντικειμενικά ορθές.

10.1.1 Σύγκριση με τη μέση τιμή λιανικής πώλησης στην τοπική αγορά του ίδιου κατά ποιότητα και ποσότητα προϊόντος την ίδια χρονική στιγμή

Εάν ένας εμπορευόμενος πωλεί ένα προϊόν με τιμή πώλησης η οποία είναι χαμηλότερη από τη μέση λιανική τιμή πώλησης στην τοπική αγορά, του ίδιου κατά ποιότητα και ποσότητα προϊόντος τη δεδομένη χρονική στιγμή, τότε μπορεί να χρησιμοποιεί εκφράσεις, όπως: «Χαμηλή τιμή!» ή «Μόνο!».

Ως τοπική αγορά θα πρέπει να θεωρείται η γεωγραφική περιοχή στην οποία ο μέσος καταναλωτής θα μπορούσε να κινηθεί προκειμένου να αποκτήσει το προϊόν, π.χ. ίδια χώρα ή ίδια πόλη, αν η μέση τιμή διαφέρει σημαντικά από πόλη σε πόλη.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Θα ήταν λάθος ένας εμπορευόμενος ο οποίος είναι εγκατεστημένος στην Κύπρο να χρησιμοποιεί την ένδειξη «ΜΟΝΟ» συγκρίνοντας τη δική του λιανική τιμή πώλησης του προϊόντος με την ψηλότερη λιανική τιμή πώλησης του ίδιου προϊόντος σε άλλη χώρα. Ακόμα και αν η αγορά του προϊόντος από την άλλη χώρα μπορεί να πραγματοποιηθεί διαδικτυακά, πρόκειται για δύο μη συγκρίσιμα δίκτυα διανομής και, ως εκ τούτου, η σύγκρισή τους θα μπορούσε να συνιστά παραπλανητική εμπορική πρακτική.

10.1.2 Σύγκριση με τη λιανική τιμή πώλησης στην οποία θα πωλείται το ίδιο προϊόν στο άμεσο μέλλον, από τον ίδιο εμπορευόμενο, σε περίπτωση προϊόντος νέας άφιξης

Σε περίπτωση που κάποιος εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση προϊόν νέας άφιξης, και επιθυμεί να το διαθέσει αμέσως σε χαμηλότερη τιμή από την τιμή που θα το πωλεί στο άμεσο μέλλον, μπορεί να χρησιμοποιήσει εκφράσεις, όπως: «Χαμηλή τιμή!» ή «Μόνο!».

Για την ορθή χρήση τέτοιων εκφράσεων σε προϊόντα νέας άφιξης, βλ. ενότητα 7.

10.1.3 Σύγκριση με την «προγενέστερη τιμή πώλησης»

Εμπορευόμενος ο οποίος τερματίζει μια ανακοίνωση μείωσης της τιμής και επιθυμεί να αυξήσει την τιμή πώλησης του προϊόντος χωρίς όμως να την επαναφέρει στην προγενέστερη τιμή πώλησης, μπορεί, αν το επιθυμεί, να συνοδεύσει τη νέα τιμή με εκφράσεις, όπως: «Χαμηλή τιμή!» ή «Μόνο!» υπό τις εξής προϋποθέσεις:

- Η τιμή σύγκρισης είναι η προγενέστερη τιμή πώλησης στο πρόσφατο παρελθόν.
- Η διατήρηση της ένδειξης «Χαμηλή τιμή!» ή «Μόνο!» δεν θα είναι μόνιμη.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Μια υπεραγορά διαθέτει προς πώληση για 30 ημέρες, από 01/01/2024 μέχρι 30/01/2024 ένα απορρυπαντικό ρούχων στην τιμή των €10,99. Στις 31/01/2024 ανακοινώνει μείωση της τιμής από €10,99 σε €6,99.

Στις 16/02/2024 τερματίζει την ανακοίνωση μείωσης της τιμής και αυξάνει την τιμή πώλησης του προϊόντος στα €8,99. Ο κανόνας των 30 ημερών δεν επιτρέπει στην υπεραγορά να παρουσιάζει πλέον την τιμή των €10,99 ως προγενέστερη τιμή πώλησης (βλ. ενότητα 3.2.3).

Δεδομένου όμως ότι η τιμή πώλησης του προϊόντος μέχρι πρόσφατα ήταν €10,99, η υπεραγορά μπορεί να συνοδεύσει την τιμή των €8,99 με την ένδειξη «Χαμηλή τιμή!» ή «Μόνο!».

Στη συνέχεια, ο εμπορευόμενος κρατά την ένδειξη «Μόνο!» για κάποιο λογικό χρονικό διάστημα και την αφαιρεί αφού πλέον η τιμή των €10,99 που χρησιμοποιεί ως τιμή σύγκρισης δεν είναι συγκρίσιμη, λόγω του χρόνου που έχει παρέλθει.

01/01/2024 – 30/01/2024



€10,99

31/01/2024 – 15/02/2024


~~€10,99~~
€6,99

16/02/2024 – 16/04/2024


ΜΟΝΟ!
€8,99

17/04/2024



€8,99

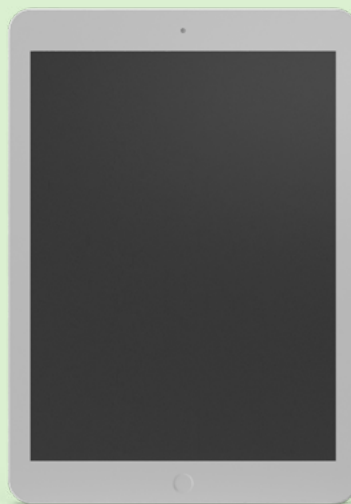
10.2 Χρήση των εκφράσεων «Προτεινόμενη τιμή πώλησης προμηθευτή» ή «Συνιστώμενη λιανική τιμή πώλησης» ή άλλης παρόμοιας έκφρασης

Η χρήση εκφράσεων, όπως: «Προτεινόμενη τιμή πώλησης προμηθευτή» ή «Συνιστώμενη λιανική τιμή πώλησης» ή άλλης παρόμοιας δεν απαγορεύεται από τον Νόμο, υπό την προϋπόθεση ότι οι πληροφορίες που περιλαμβάνουν είναι αληθείς και ο τρόπος παρουσίασής τους δεν δημιουργεί σύγχυση στον καταναλωτή αλλά ούτε και την παραπλανητική εντύπωση ότι υπάρχει μείωση της τιμής του προϊόντος το οποίο συνοδεύουν.

Ως εκ τούτου, οι εμπορευόμενοι που χρησιμοποιούν τέτοιες εκφράσεις θα πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή ώστε να ενημερώνουν σαφώς τον καταναλωτή ότι η αναγραφόμενη τιμή αναφοράς αποτελεί την προτεινόμενη τιμή πώλησης του προμηθευτή και όχι την προηγούμενη τιμή πώλησης του προϊόντος. Η εξήγηση αυτή πρέπει να αναφέρεται αμέσως και ευχερώς μαζί με την τιμή αναφοράς.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

€999
Προτεινόμενη
τιμή πώλησης
προμηθευτή
€1199



Τεχνικές οι οποίες χρησιμοποιούν διαγραφή της προτεινόμενης τιμής πώλησης, ή συνοδεύουν τη λιανική τιμή πώλησης με ποσό ή ποσοστό μείωσης το οποίο υπολογίζεται από την προτεινόμενη τιμή πώλησης, δημιουργούν τη λανθασμένη εντύπωση περί ύπαρξης μείωσης της τιμής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

~~€1199~~ ΠΤΠ
€999



Ο συγκεκριμένος τρόπος παρουσίασης της «προτεινόμενης τιμής πώλησης του προμηθευτή» **δεν είναι αποδεκτός**, αφού η συνολική παρουσίαση δημιουργεί ή υπάρχει το ενδεχόμενο να δημιουργήσει την εσφαλμένη εντύπωση στον μέσο καταναλωτή ότι η τιμή των €1199 ήταν η προγενέστερη τιμή πώλησης του προϊόντος.

Η χρήση τέτοιων εκφράσεων θα μπορούσε, επίσης, να αποτελεί παραπλανητική πράξη εάν οι τιμές που αναγράφονται ως προτεινόμενες τιμές πώλησης είναι αδικαιολόγητα υψηλές και μη ρεαλιστικές, με αποτέλεσμα να δημιουργείται στους καταναλωτές η εντύπωση ότι τους προσφέρεται σημαντικότερο πλεονέκτημα σε σχέση με αυτό που τους προσφέρεται στην πραγματικότητα.

10.2.1 Βάρος απόδειξης

Το βάρος απόδειξης ως προς την ακρίβεια των εκφράσεων που χρησιμοποιεί ένας εμπορευόμενος οι οποίες δεν αποτελούν ανακοίνωση μείωσης τιμής, αλλά σύγκρισης τιμής, το φέρει ο εμπορευόμενος.

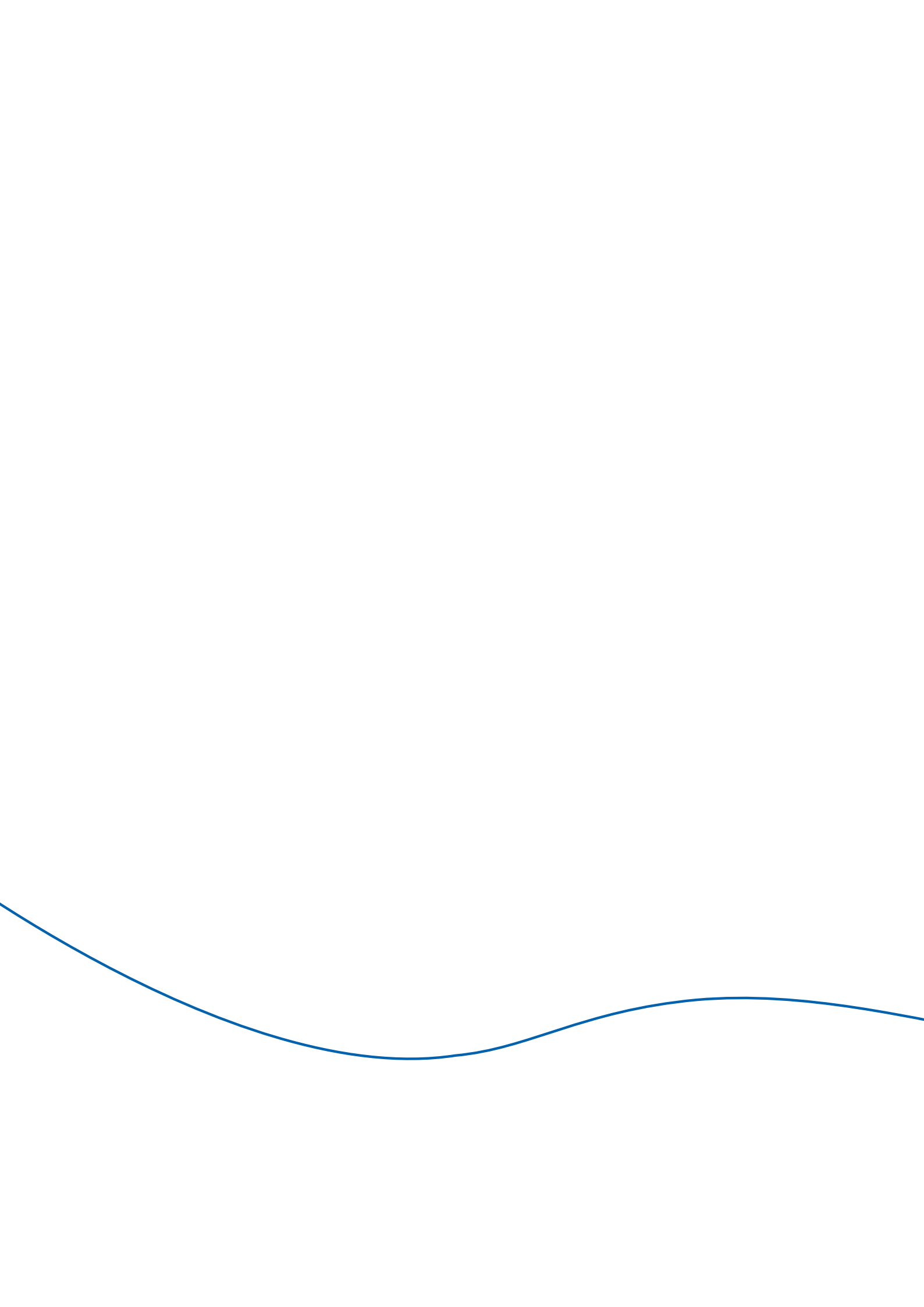
Καταστήματα τύπου «outlet»

Προϊόντα με την ένδειξη «outlet», δημιουργούν την εντύπωση στον μέσο καταναλωτή ότι τα συγκεκριμένα προϊόντα είτε έχουν μείωση τιμής, είτε έχουν τιμή χαμηλότερη από τη συνήθη λιανική τιμή του προϊόντος.

Ως εκ τούτου, εμπορευόμενοι οι οποίοι διατηρούν καταστήματα στα οποία, είτε στην ολότητά τους είτε σε ένα τμήμα εντός αυτών, διατίθενται προς πώληση προϊόντα με την ένδειξη «outlet» θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι στα προϊόντα αυτά:

- υπάρχει όντως μείωση τιμής, από τη χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών, που ο ίδιος εμπορευόμενος πωλούσε το προϊόν πριν το μεταφέρει στο τμήμα «outlet», ή ότι
- η αναγραφόμενη τιμή πώλησης του προϊόντος είναι χαμηλή και δικαιολογεί την ένδειξη «outlet».

Στην πρώτη περίπτωση, οι εμπορευόμενοι θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι εφαρμόζονται όσα αναφέρονται στις ενότητες 3 μέχρι 9 ενώ στη δεύτερη περίπτωση οι εμπορευόμενοι θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι εφαρμόζονται όσα αναφέρονται στην ενότητα 10.1.



ΜΕΡΟΣ ΙΙ

ΣΥΝΟΔΕΥΟΜΕΝΕΣ

ΜΕ ΔΩΡΟ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

&

ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ



12 Συνοδευόμενες με δώρο προσφορές

Οι συνοδευόμενες με δώρο προσφορές είναι συνήθως προσφορές υπό τον όρο της αγοράς, στις οποίες ο καταναλωτής καλείται να αγοράσει ένα προϊόν ή ένα σύνολο προϊόντων και, εφόσον, το πράξει θα λάβει ένα επιπλέον προϊόν ή επιπλέον ποσότητα του προϊόντος ως δώρο.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

1+1 ΔΩΡΟ

2+1 ΔΩΡΟ

3+1 ΔΩΡΟ

100ml
ΔΩΡΟ

100g
ΔΩΡΟ

ΑΓΟΡΑΣΤΕ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ Α
ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ Β ΚΑΙ
ΠΑΡΤΕ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ Γ ΔΩΡΕΑΝ

12.1 Βασικοί κανόνες

Ένας ισχυρισμός περί «δωρεάν» παροχής σημαίνει ότι ο καταναλωτής αποκτά το δωρεάν προϊόν χωρίς να καταβάλει καθόλου χρήματα για το συγκεκριμένο προϊόν.

Ως εκ τούτου, το δωρεάν προϊόν πρέπει να είναι πραγματικά πρόσθετο στο αντικείμενο που συνήθως πωλείται στη συγκεκριμένη τιμή και η τιμή του αντικειμένου για το οποίο καταβάλλεται τίμημα θα πρέπει να παραμένει η ίδια με ή χωρίς το δωρεάν αντικείμενο.

12.1.1 Το δωρεάν προϊόν πρέπει να είναι πραγματικά πρόσθετο στο αντικείμενο που συνήθως πωλείται στη συγκεκριμένη τιμή

Οι εμπορευόμενοι μπορούν να περιγράφουν ένα προϊόν ως «δωρεάν» υπό την προϋπόθεση ότι αυτό δεν είναι αναπόσπαστο μέρος του προϊόντος που ο καταναλωτής καλείται να αγοράσει. Το δωρεάν προϊόν θα πρέπει, δηλαδή, να είναι πραγματικά πρόσθετο στο αντικείμενο που συνήθως πωλείται στη συγκεκριμένη τιμή.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μέχρι τις 31/01/2024 μια συσκευασία αμύγδαλα μάρκας Α και καθαρού βάρους 250g στην τιμή των €3,20.

Την 01/02/2024 προσφέρει προς πώληση και πάλι στην τιμή των €3,20 μια νέα συσκευασία αμύγδαλα της μάρκας Α, η οποία περιέχει καθαρό βάρος 350g και η οποία φέρει την επιγραφή «100g Δωρεάν».

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, τα 100g δωρεάν προϊόντος αποτελούν πραγματικά πρόσθετο προϊόν και, ως εκ τούτου, η ένδειξη «δωρεάν» είναι ορθή, καθώς πριν την έναρξη της προωθητικής ενέργειας αυτά δεν ήταν μέρος της συνήθους συσκευασίας.

Το παράδειγμα που ακολουθεί περιλαμβάνει παραπλανητική χρήση της λέξης «Δωρεάν».

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μια συσκευασία χαρτιού υγείας 24 τεμαχίων με τιμή πώλησης €8,50.

Η συσκευασία φέρει μόνιμα την επιγραφή «18+6 Δωρεάν», χωρίς όμως προηγουμένως να υπήρχε πώληση συσκευασίας 18 τεμαχίων με την ίδια τιμή πώλησης, δηλαδή €8,50.

Στη συγκεκριμένη πρακτική, τα 6 τεμάχια δεν είναι πραγματικά πρόσθετο προϊόν στη συσκευασία, αλλά αποτελούν αναπόσπαστο μέρος αυτής και, ως εκ τούτου, **η ένδειξη «δωρεάν» είναι παραπλανητική.**

12.1.2 Η τιμή του αντικειμένου για το οποίο καταβάλλεται τίμημα παραμένει η ίδια με ή χωρίς το δωρεάν αντικείμενο

Οι εμπορευόμενοι μπορούν να περιγράψουν ένα προϊόν ως «δωρεάν» υπό την προϋπόθεση ότι αυτό δεν μεταβάλει καθόλου την τιμή του προϊόντος που οι καταναλωτές καλούνται να αγοράσουν.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μέχρι τις 31/01/2024 ένα σαμπουάν καθαρού περιεχομένου 750ml στην τιμή των €4,50.

Την 01/02/2024 προσφέρει προς πώληση και πάλι στην τιμή των €4,50 μια συσκευασία η οποία περιέχει δύο τεμάχια του ίδιου σαμπουάν και η οποία φέρει την επιγραφή «1+1 Δώρο».

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, το δεύτερο τεμάχιο στη συσκευασία είναι πράγματι δωρεάν, αφού η τιμή πώλησης της συσκευασίας δεν έχει επηρεαστεί από την ύπαρξη του δεύτερου τεμαχίου και, ως εκ τούτου, **η ένδειξη «Δώρο» είναι ορθή.**

Το παράδειγμα που ακολουθεί περιλαμβάνει παραπλανητική χρήση της λέξης «Δώρο».

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μέχρι τις 31/01/2024 ένα σαμπουάν καθαρού περιεχομένου 750ml στην τιμή των €4,50.

Την 01/02/2024 προσφέρει προς πώληση στην τιμή των €4,75 μια συσκευασία η οποία περιέχει δύο τεμάχια του ίδιου σαμπουάν και η οποία φέρει την επιγραφή «1+1 Δώρο».

Η συγκεκριμένη πρακτική είναι λάθος, αφού το δεύτερο τεμάχιο στη συσκευασία έχει μεταβάλει την τιμή κατά €0,25. Ως εκ τούτου, το δεύτερο τεμάχιο δεν προσφέρεται ως δώρο, αλλά προσφέρεται στην τιμή των €0,25 καθιστώντας την **ένδειξη «Δώρο» παραπλανητική.**

12.1.3 Οι ισχυρισμοί που αναφέρονται σε μια συνοδευόμενη με δώρο προσφορά θα πρέπει να μπορούν να επαληθευτούν.

Οι ισχυρισμοί που αναφέρονται σε μια συνοδευόμενη με δώρο προσφορά θα πρέπει να μπορούν να επαληθευτούν και ο εμπορευόμενος φέρει το βάρος απόδειξής τους. Σε αντίθετη περίπτωση, οι ατεκμηρίωτοι ισχυρισμοί μπορεί να θεωρηθούν αναληθείς.

Οι ακόλουθοι τρόποι επαλήθευσης είναι αποδεκτοί.

12.1.3.1 Επαλήθευση σε περίπτωση που προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία συνοδευόμενη με δώρο πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο

Στην περίπτωση κατά την οποία προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία συνοδευόμενη με δώρο πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο, τότε η επαλήθευση του ισχυρισμού γίνεται με βάση την τιμή πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μια συσκευασία η οποία περιέχει 10 τεμάχια πατατάκια μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 60g και τιμή πώλησης €8.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «8+2 Δώρο».

Ο εμπορευόμενος, πωλεί ταυτόχρονα, εκτός από τη συσκευασία, μεμονωμένα τεμάχια πατατάκια μάρκας Α και καθαρού βάρους 60g. Προκειμένου να επαληθεύεται ο ισχυρισμός «8+2 Δώρο» που φέρει η συσκευασία θα πρέπει η τιμή του μεμονωμένου τεμαχίου να είναι €1.

Στην περίπτωση κατά την οποία, ο εμπορευόμενος προβεί σε ανακοίνωση μείωσης της τιμής πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου και ταυτόχρονα πωλεί συσκευασία συνοδευόμενη με δώρο, **θα πρέπει να προσαρμόσει την τιμή πώλησης της συσκευασίας ώστε να επαληθεύεται ο ισχυρισμός που τη συνοδεύει με βάση την τελική τιμή πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου.**

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μια συσκευασία η οποία περιέχει 10 τεμάχια πατατάκια μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 60g και τιμή πώλησης €8.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «8+2 Δώρο».

Ο εμπορευόμενος πωλεί ταυτόχρονα, εκτός από τη συσκευασία, μεμονωμένα τεμάχια πατατάκια μάρκας Α και καθαρού βάρους 60g στην τιμή του €1. Αποφασίζει, όμως, να ανακοινώσει μείωση τιμής για τα μεμονωμένα τεμάχια από €1 σε €0,80.

Προκειμένου να επαληθεύεται ο ισχυρισμός «8+2 Δώρο» θα πρέπει τώρα να προσαρμόσει την τιμή της συσκευασίας στα €6,40 ($8 \times €0,80 = €6,40$).

Στις περιπτώσεις όπου, παράλληλα με τη συνοδευόμενη με δώρο συσκευασία, πωλείται ταυτόχρονα και μεμονωμένο τεμάχιο του προϊόντος, οι εμπορευόμενοι μπορούν να διατηρούν τη συσκευασία χωρίς περιορισμό χρονικής διάρκειας, αφού η χρήση του ισχυρισμού δωρεάν θα επαληθεύεται παράλληλα.

12.1.3.2 Επαλήθευση σε περίπτωση που προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία συνοδευόμενη με δώρο ΔΕΝ πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο

Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες προϊόν, το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία συνοδευόμενη με δώρο, δεν πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο, τότε η επαλήθευση του ισχυρισμού θα πρέπει να γίνεται με βάση την τιμή πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου **πριν την έναρξη της προωθητικής ενέργειας**.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος αρχίζει να διαθέτει προς πώληση την 01/02/2024 μια συσκευασία η οποία περιέχει 3 τεμάχια γιαουρτάκια μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 150g και τιμή πώλησης €2,50.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «2+1 Δώρο».

Ο εμπορευόμενος, με την έναρξη πώλησης της συσκευασίας, παύει να διαθέτει προς πώληση μεμονωμένα τεμάχια του ίδιου προϊόντος.

Προκειμένου να επαληθεύεται ο ισχυρισμός «2+1 Δώρο», θα πρέπει ο εμπορευόμενος να διαθέτει προηγουμένως προς πώληση μεμονωμένα τεμάχια από γιαουρτάκια μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 150g και τιμή πώλησης €1,25.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος αρχίζει να διαθέτει προς πώληση την 01/02/2024 μια συσκευασία μαλακτικού ρούχων μάρκας Α, καθαρού περιεχομένου 1250ml και τιμή πώλησης €6,40.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «250ml Δώρο».

Προκειμένου να επαληθεύεται ο ισχυρισμός «250ml Δώρο», θα πρέπει ο εμπορευόμενος να διαθέτει προηγουμένως προς πώληση συσκευασία μαλακτικού ρούχων μάρκας Α, καθαρού περιεχομένου 1000ml και τιμή πώλησης €6,40.

Στις περιπτώσεις όπου, παράλληλα με τη συνοδευόμενη με δώρο συσκευασία, δεν πωλείται ταυτόχρονα και μεμονωμένο τεμάχιο, οι εμπορευόμενοι θα πρέπει να λάβουν υπόψη ότι υπερβολικά μεγάλα χρονικά διαστήματα κατά τα οποία διατηρούν αυτούς τους ισχυρισμούς, σε σύγκριση με το διάστημα πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου, ενδέχεται να αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική.

Ο δίκαιος χαρακτήρας τέτοιων πρακτικών αξιολογείται κατά περίπτωση, και λαμβάνονται υπόψη παράγοντες όπως: το είδος του προϊόντος, η περίοδος κατά την οποία το προϊόν πωλείτο ως μεμονωμένο τεμάχιο και η περίοδος κατά την οποία το προϊόν πωλείτο σε συνοδευόμενη με δώρο συσκευασία.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση για 2 μήνες μια συσκευασία υγρού πιάτων μάρκας Α, καθαρού περιεχομένου 500ml και τιμή πώλησης €2,50.

Στη συνέχεια, αντικαθιστά τη συγκεκριμένη συσκευασία με μια μεγαλύτερη, καθαρού περιεχομένου 650ml διατηρώντας την ίδια τιμή πώλησης. Η νέα συσκευασία φέρει την επιγραφή «150ml Δώρο» και συνεχίζει να την διαθέτει προς πώληση για 24 συνεχόμενους μήνες.

Σε αυτή την περίπτωση, οι 24 μήνες κατά τους οποίους το προϊόν πωλείται με την ένδειξη «150ml Δώρο» είναι υπερβολικά μεγάλο διάστημα σε σχέση με τους 2 μήνες κατά τους οποίους πωλήθηκε στην ίδια τιμή με τη συσκευασία των 500ml.

Το μεγάλο διάστημα κατά το οποίο το προϊόν πωλείται στην τιμή των €2,50 με τη συσκευασία των 650ml, καθιστά πλέον τις δύο συσκευασίες ως μη συγκρίσιμες, και την τιμή πώλησης των €2,50 ως την τρέχουσα τιμή πώλησης των 650ml και όχι των 500ml.

Ως εκ τούτου, ο ισχυρισμός περί δωρεάν προϊόντος περιεχομένου 150ml καθίσταται μη επαληθεύσιμος, και επομένως, αναληθής.

Ο θεμιτός τρόπος ενέργειας της επιχείρησης, **αφού δεν έχει πρόθεση να διαθέσει ξανά το προϊόν στη συσκευασία των 500ml**, είναι να αφαιρέσει την ένδειξη «150ml Δώρο».

12.1.4 Βάρος απόδειξης

Το βάρος απόδειξης ως προς την επαλήθευση των ισχυρισμών που αφορούν σε συνοδευόμενες με δώρο προσφορές που χρησιμοποιεί ένας εμπορευόμενος, το φέρει ο ίδιος ο εμπορευόμενος.

13 Συνδυασμένες προσφορές

Οι συνδυασμένες προσφορές είναι συνήθως προσφορές υπό τον όρο της αγοράς κατά τις οποίες ο καταναλωτής καλείται να αγοράσει:

- ένα προϊόν ή ένα σύνολο προϊόντων και, εφόσον, το πράξει θα λάβει ένα επιπλέον προϊόν σε μειωμένη τιμή ή
- μια συσκευασία η οποία περιέχει πέραν του ενός τεμαχίου ενός συγκεκριμένου προϊόντος, και η οποία συνοδεύεται από τον ισχυρισμό ότι ο καταναλωτής θα επωφεληθεί οικονομικά σε σύγκριση με το αν αγόραζε τον ίδιο αριθμό τεμαχίων του ίδιου προϊόντος μεμονωμένα.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

3 ΤΕΜΑΧΙΑ
-20%

2 ΤΕΜΑΧΙΑ
€1
ΦΘΗΝΟΤΕΡΑ

4
ΣΕ ΕΙΔΙΚΗ
ΤΙΜΗ

ΤΟ ΔΕΥΤΕΡΟ
-50%

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

13.1 Βασικός κανόνας

Ο βασικός κανόνας που πρέπει να πληρούν οι συνδυασμένες προσφορές, ώστε να μην αποτελούν αθέμιτη εμπορική πρακτική, είναι ότι οι ισχυρισμοί που αναφέρονται σε αυτές θα πρέπει να είναι αληθείς και να μπορούν να επαληθευτούν.

Οι ακόλουθοι τρόποι επαλήθευσης είναι αποδεκτοί.

13.1.1 Επαλήθευση σε περίπτωση που προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο

Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες προϊόν, το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά, πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο, τότε η επαλήθευση του ισχυρισμού γίνεται με βάση την τιμή του μεμονωμένου τεμαχίου.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μια συσκευασία η οποία περιέχει 3 τεμάχια μπισκότα μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 100g και τιμή πώλησης €4,80.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «3 τεμάχια -20%».

Ταυτόχρονα, ο εμπορευόμενος πωλεί και μεμονωμένα τεμάχια μπισκότων μάρκας Α, καθαρού βάρους 100g.

Προκειμένου να επαληθευτεί ο ισχυρισμός «3 τεμάχια -20%» που φέρει η συσκευασία, θα πρέπει η τιμή του μεμονωμένου τεμαχίου να είναι €2 ($(3 \times €2) - 20\% = €4,80$).

Στην περίπτωση κατά την οποία, ο εμπορευόμενος προβεί σε ανακοίνωση μείωσης της τιμής πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου και, ταυτόχρονα, πωλεί συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά, **θα πρέπει να προσαρμόσει την τιμή πώλησης της συσκευασίας ώστε να επαληθευτεί ο ισχυρισμός με βάση την τελική τιμή πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου.**

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μια συσκευασία η οποία περιέχει 3 τεμάχια μπισκότα μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 100g και τιμή πώλησης €4,80.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «3 τεμάχια -20%».

Ταυτόχρονα, ο εμπορευόμενος πωλεί και μεμονωμένα τεμάχια μπισκότων μάρκας Α, και καθαρού βάρους 100g στην τιμή των €2. Αποφασίζει, όμως, να ανακοινώσει μείωση τιμής για τα μεμονωμένα τεμάχια από €2 σε €1,50.

Προκειμένου να συνεχίσει να επαληθευτεί ο ισχυρισμός «3 τεμάχια -20%», θα πρέπει να προσαρμόσει την τιμή της συσκευασίας στα €3,60 [$(3 \times €1,50) - 20\% = €3,60$].

Στις περιπτώσεις όπου, παράλληλα με τη συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά πωλείται ταυτόχρονα και μεμονωμένο τεμάχιο του προϊόντος, οι εμπορευόμενοι μπορούν να διατηρούν τη συσκευασία χωρίς περιορισμό χρονικής διάρκειας, αφού οι ισχυρισμοί για ύπαρξη ειδικής πλεονεκτικής τιμής θα επαληθεύονται παράλληλα.

13.1.2 Επαλήθευση σε περίπτωση που προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά ΔΕΝ πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο

Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες προϊόν, το οποίο περιλαμβάνεται σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά, δεν πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο, τότε η επαλήθευση του ισχυρισμού γίνεται με βάση την τιμή πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου **πριν την έναρξη της προωθητικής ενέργειας.**

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος αρχίζει να διαθέτει προς πώληση την 01/02/2024 μια συσκευασία η οποία περιέχει 2 τεμάχια ζυμαρικών μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 500g και τιμή πώλησης €2,00.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «2 τεμάχια €1 φθηνότερα».

Ο εμπορευόμενος, με την έναρξη της προωθητικής ενέργειας, παύει να διαθέτει προς πώληση μεμονωμένα τεμάχια του ίδιου προϊόντος.

Προκειμένου να επαληθεύεται ο ισχυρισμός «2 τεμάχια €1 φθηνότερα», θα πρέπει ο εμπορευόμενος να διαθέτει προηγουμένως προς πώληση μεμονωμένα τεμάχια ζυμαρικών μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 500g, με τιμή πώλησης €1,50 [(€1,50 x 2) - €1,00 = €2,00].

Στις περιπτώσεις όπου, παράλληλα με τη συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά, δεν πωλείται ταυτόχρονα και μεμονωμένο τεμάχιο, οι εμπορευόμενοι θα πρέπει να λάβουν υπόψη ότι υπερβολικά μεγάλα χρονικά διαστήματα κατά τα οποία διατηρούν αυτούς τους ισχυρισμούς, σε σύγκριση με το διάστημα πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου, ενδέχεται να αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική.

Ο δίκαιος χαρακτήρας τέτοιων πρακτικών αξιολογείται κατά περίπτωση, και λαμβάνονται υπόψη παράγοντες όπως: το είδος του προϊόντος, η περίοδος κατά την οποία το προϊόν πωλείτο ως μεμονωμένο τεμάχιο και η περίοδος κατά την οποία το προϊόν πωλείτο ως μέρος συνδυασμένης προσφοράς.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση για 2 μήνες μεμονωμένα τεμάχια υγρού γενικού καθαρισμού μάρκας Α, καθαρού περιεχομένου 1L και τιμή πώλησης €2,30.

Στη συνέχεια, παύει να διαθέτει προς πώληση τα μεμονωμένα τεμάχια και τα αντικαθιστά με συσκευασία η οποία φέρει την επιγραφή «Το δεύτερο -50%» και η οποία αποτελείται από 2 τεμάχια υγρού γενικού καθαρισμού μάρκας Α, καθαρού περιεχομένου 1L στην τιμή των €3,45.

Ακολούθως, διαθέτει τη συσκευασία αυτή προς πώληση για 24 συνεχόμενους μήνες, χωρίς να διαθέσει προς πώληση το μεμονωμένο τεμάχιο του προϊόντος κατά τη διάρκεια των 24 αυτών μηνών.

Σε αυτή την περίπτωση, οι 24 μήνες κατά τους οποίους το προϊόν πωλείται με την ένδειξη «Το δεύτερο -50%» είναι υπερβολικά μεγάλο διάστημα σε σχέση με τους 2 μήνες κατά τους οποίους το προϊόν πωλείτο ως μεμονωμένο τεμάχιο.

Το μεγάλο διάστημα κατά το οποίο το προϊόν πωλείται μόνο σε συσκευασία των 2 τεμαχίων καθιστά πλέον τη συσκευασία ως ένα προϊόν του οποίου η τιμή πώλησης είναι €3,45. Ως εκ τούτου, ο ισχυρισμός περί 50% έκπτωσης στο δεύτερο προϊόν καθίσταται μη επαληθεύσιμος και, επομένως, αναληθής.

Ο θεμιτός τρόπος ενέργειας της επιχείρησης, αφού δεν έχει πρόθεση να διαθέσει ξανά το προϊόν σε μεμονωμένα τεμάχια των οποίων η τιμή να επαληθεύει τη σήμανση «Το δεύτερο -50%», είναι να αφαιρέσει τη συγκεκριμένη σήμανση από τη συσκευασία.

13.1.3 Επαλήθευση ισχυρισμών που δεν είναι μετρήσιμοι σε συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά

Σε περιπτώσεις όπου ισχυρισμοί, οι οποίοι συνοδεύουν συσκευασία η οποία αποτελεί συνδυασμένη προσφορά, δεν είναι μετρήσιμοι, δηλαδή δεν υποδηλώνουν ακριβώς το ποσό ή ποσοστό που ο καταναλωτής επωφελείται με την αγορά τους, οι εμπορευόμενοι θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί, ώστε η επαλήθευση να συνάδει με τους κανόνες επαγγελματικής ευσυνειδησίας και της καλής πίστης.

Τέτοιοι ισχυρισμοί θα μπορούσαν να είναι για παράδειγμα σημάνσεις όπως: «Οικονομική συσκευασία» ή «4 σε ειδική τιμή» κ.λ.π.

Για την επαλήθευση αυτών των ισχυρισμών, σε περίπτωση κατά την οποία το προϊόν το οποίο περιλαμβάνεται στη συσκευασία πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο, ισχύουν όσα αναφέρονται στην ενότητα 13.1.1. Σε περίπτωση κατά την οποία το προϊόν δεν πωλείται ταυτόχρονα από τον ίδιο εμπορευόμενο ως μεμονωμένο τεμάχιο ισχύουν όσα αναφέρονται στην ενότητα 13.1.2.

Ανεξαρτήτως του τρόπου επαλήθευσης όμως, οι εμπορευόμενοι πρέπει να βεβαιώνονται ότι το οικονομικό όφελος που αποκομίζει ο καταναλωτής αγοράζοντας τη συσκευασία, αντί τον ίδιο με τη συσκευασία αριθμό μεμονωμένων τεμαχίων του προϊόντος, είναι τέτοιο ώστε να δικαιολογεί εκφράσεις όπως «οικονομική» και «ειδική τιμή».

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μια συσκευασία η οποία περιέχει 4 τεμάχια κονσέρβας άσπρου τόνου σε νερό μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 100g και τιμή πώλησης €4,00.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «Οικονομική Συσκευασία».

Ο εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση ταυτόχρονα (ή διέθετε προς πώληση μέχρι πριν την έναρξη πώλησης της συσκευασίας) μεμονωμένα τεμάχια του ίδιου προϊόντος στην τιμή του €1,20 ανά τεμάχιο.

Σε αυτή την περίπτωση, η επιγραφή «Οικονομική Συσκευασία» επαληθεύεται, αφού ο καταναλωτής επωφελείται €0,80 αν αγοράσει τη συσκευασία αντί 4 μεμονωμένα τεμάχια του προϊόντος.

Σε περίπτωση κατά την οποία, από την αγορά της συσκευασίας, το ποσό που επωφελείται ο καταναλωτής είναι αμελητέο σε σχέση με το ποσό που θα πλήρωνε αν αγόραζε το ίδιο, με τη συσκευασία, αριθμό μεμονωμένων τεμαχίων του προϊόντος, τότε ο ισχυρισμός περί ύπαρξης ειδικής πλεονεκτικής τιμής, ενδεχομένως να είναι παραπλανητικός.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση μια συσκευασία η οποία περιέχει 5 τεμάχια μπάρες δημητριακών μάρκας Α, καθαρού βάρους ανά τεμάχιο 30g και τιμή πώλησης €3,73.

Η συσκευασία φέρει την επιγραφή «5 σε Ειδική Τιμή».

Ο εμπορευόμενος διαθέτει προς πώληση ταυτόχρονα (ή διέθετε προς πώληση μέχρι πριν την έναρξη πώλησης της συσκευασίας) μεμονωμένα τεμάχια του ίδιου προϊόντος στην τιμή του €0,75 ανά τεμάχιο.

Σε αυτή την περίπτωση, η επιγραφή «Ειδική Τιμή» δεν επαληθεύεται αφού ο καταναλωτής επωφελείται το αμελητέο ποσό των €0,02 αν αγοράσει τη συσκευασία αντί 5 μεμονωμένα τεμάχια του προϊόντος.

Οι εμπορευόμενοι, σε τέτοιες προωθητικές ενέργειες, δεν είναι υποχρεωμένοι να αναγράφουν το οικονομικό όφελος που αποκομίζει ο καταναλωτής από την αγορά της συσκευασίας. Ωστόσο, το οικονομικό όφελος που αποκομίζει ο καταναλωτής πρέπει να αξιολογείται ανά περίπτωση, λαμβάνοντας υπόψη το είδος του προϊόντος και την τιμή πώλησης του μεμονωμένου τεμαχίου σε σύγκριση με την τιμή πώλησης της συσκευασίας, ώστε να διαπιστώνεται αν επαληθεύονται οι συγκεκριμένοι ισχυρισμοί.

13.1.4 Βάρος απόδειξης

Το βάρος απόδειξης ως προς την επαλήθευση των ισχυρισμών που φέρουν συνδυασμένες προσφορές που χρησιμοποιεί ένας εμπορευόμενος, το φέρει ο ίδιος ο εμπορευόμενος.

Αποποίηση ευθύνης

Ο παρόν οδηγός προορίζεται για χρήση αποκλειστικά και μόνο ως έγγραφο και εργαλείο καθοδήγησης. Η ΥΠΚ δεν φέρει καμία ευθύνη για οποιαδήποτε ενδεχόμενη χρήση των πληροφοριών που παρουσιάζονται σε αυτόν. Μόνο το κείμενο του Νόμου έχει νομική ισχύ. Κάθε δεσμευτική ερμηνεία του Νόμου πρέπει να πηγάζει από το κείμενο του Νόμου και από τις αποφάσεις του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των Κυπριακών Δικαστηρίων.

Οι απόψεις που εκφράζονται στον παρόντα οδηγό δεν μπορούν να προδικάσουν τη θέση που ενδέχεται να υιοθετήσει η ΥΠΚ ενώπιον Δικαστηρίου ή κατά τη διάρκεια διεξαγωγής οποιασδήποτε έρευνας, ούτε δεσμεύουν την ΥΠΚ σε περίπτωση διερεύνησης ενδεχόμενης παράβασης ή σε περίπτωση διαπίστωσης παράβασης.

Σε περίπτωση υπόνοιας για παράβαση των διατάξεων του Νόμου, η ΥΠΚ έχει την εξουσία να διενεργήσει έρευνα σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 53 έως 55 του Νόμου. Σε περίπτωση κατά την οποία, από την ολοκλήρωση της έρευνας, διαπιστωθεί παράβαση του Νόμου, ο Διευθυντής της ΥΠΚ έχει την εξουσία να επιβάλει κυρώσεις στον παραβάτη, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 57 του Νόμου.

Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στον παρόντα οδηγό είναι γενικού χαρακτήρα, δεν απευθύνονται ειδικά σε συγκεκριμένα πρόσωπα ή οντότητες και υπόκεινται σε τροποποιήσεις χωρίς προηγούμενη ειδοποίηση.



ΓΤΠ 121/2024

ISBN ηλεκτρ.978-9963-50-671-2

Εκδόθηκε από το Γραφείο Τύπου και Πληροφοριών