

ΝΟΜΟΣ/ΑΠΟΦΑΣΗ	ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ - ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ
<p><b>v.4177/2013</b> Κανόνες ρύθμισης της αγοράς προϊόντων και της παροχής υπηρεσιών και άλλες διατάξεις</p>	<p>Δεν επιτρέπεται η προσφορά ειδών, των οποίων η ποσότητα υπερβαίνει το 50% του συνόλου των ειδών (κωδικών προϊόντων) που διαθέτει κάθε κατάστημα.</p>	<p>Θεωρείτε ότι εξυπηρετείται ο σκοπός της διάταξης?</p>
<p><b>YA 56885/2014</b> Κώδικας Δεοντολογίας για την προστασία του Καταναλωτή κατά τις προσφορές, τις εκπτώσεις και τις προωθητικές ενέργειες (κατ' εξουσιοδότηση του αρ. 15 του ν. 4177/2013)</p>	<p>Δυνατότητα προαιρετικής αναγραφής και του ποσοστού έκπτωσης κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, πέραν της υποχρεωτικής αναγραφής παλαιάς και νέας μειωμένης τιμής.</p>	<p>Εχετε συναντήσει προβλήματα στην εφαρμογή της διάταξης?</p>
	<p>Εφόσον παρέχεται μειωμένη τιμή σε περισσότερα από το 60% του συνόλου των πωλούμενων ειδών, θα πρέπει να αναγράφεται στην προθήκη του καταστήματος και σε οποιαδήποτε άλλη εμπορική επικοινωνία το παρεχόμενο ποσοστό έκπτωσης και στην περίπτωση που υπάρχουν διαφορετικά ποσοστά έκπτωσης ανά κατηγορίες προϊόντων, θα πρέπει να αναγράφεται το εύρος του παρεχόμενου ποσοστού (από ...% έως ...%). Σε κάθε άλλη περίπτωση θα αναγράφεται ότι οι εκπτώσεις αφορούν επιλεγμένα είδη με αναφορά στο αντίστοιχο ποσοστό.</p>	<p>Θεωρείτε ότι εξυπηρετείται ο σκοπός της διάταξης? Εχετε συναντήσει προβλήματα στην εφαρμογή της διάταξης?</p>
	<p>Για τα βιομηχανικά προϊόντα μακράς διάρκειας και τα είδη ένδυσης και υπόδησης, ως παλαιά τιμή ορίζεται η τιμή στην οποία διατέθηκε το προϊόν για χρονική διάρκεια τουλάχιστον ενός μηνός αμέσως πριν από τη μείωσή της. (Τροποποίηση με YA 52635/2017 (ΦΕΚ Β 1664/15.5.2017))</p>	<p>Θα αξιολογούσατε ως ικανοποιητική την πρόσφατη εισαγωγή της διάταξης? Υπάρχουν αντιστοιχες καλές πρακτικές που θα μπορούσαν να επιτύχουν τον σκοπό της διάταξης ?</p>
	<p>Οι υπεύθυνοι των σημείων πώλησης πρέπει σε περίπτωση ελέγχου, να αποδεικνύουν με κάθε πρόσφορο τρόπο ότι η παλαιά τιμή πώλησης που αναγράφεται στην πινακίδα, ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.</p>	<p>Θεωρείτε ότι η διάταξη θα έπρεπε να έχει κυρωτικό χαρακτήρα?</p>
	<p>Όσον αφορά στα καταστήματα STOCK και OUTLET, στις περιόδους εκπτώσεων ή προσφορών κατά το αρ. 3 του Κώδικα Δεοντολογίας, αυτά υποχρεούνται να εμφανίζουν στις πινακίδες όλες τις ενδιάμεσες τιμές διαγραμμένες και, με έντονη γραφή, τη νέα μειωμένη τιμή διάθεσης και να αναγράφουν σε οποιαδήποτε άλλη εμπορική επικοινωνία μόνο τις λέξεις "εκπτώσεις", "προσφορές".</p>	<p>Θεωρείτε ικανοποιητική την εφαρμογή της διάταξης?</p>
	<p>Πρακτικές επικοινωνίας με σκοπό την ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με την πώληση με μειωμένη τιμή ή παροχή πρόσθετου οφέλους προϊόντων ή υπηρεσιών ή προσδοκίας οφέλους από την πώληση τους, πρέπει να γίνονται με τέτοιο τρόπο ώστε ο καταναλωτής να είναι σε θέση να αντιληφθεί όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, πριν προβεί στην αγορά του προϊόντος ή της υπηρεσίας.</p>	

YA 91354/2017  
Κανόνες ΔΙΕΠΠΥ

<p>Οι πρακτικές πώλησης με μειωμένη τιμή ή παροχή πρόσθετου οφέλους προϊόντων και υπηρεσιών, αναφέρονται στις εξής:</p> <p>A. Πώληση προϊόντος για το οποίο δηλώνεται ότι πωλείται φθηνότερα.</p> <p>B. Πώληση προϊόντος για το οποίο δηλώνεται ότι πωλείται σε συσκευασία εμπεριέχουσα επιπλέον ποσότητα ως «ΔΩΡΟ» για τον καταναλωτή.</p> <p>Γ. Πώληση πολυσυσκευασίας, αποτελούμενης από περισσότερα του ενός πανομοιότυπα μεταξύ τους συσκευασμένα βασικά προϊόντα, για την οποία δηλώνεται ότι εμπεριέχει μία ή περισσότερες συσκευασίες «ΔΩΡΟ» ή ότι προσφέρεται σε χαμηλότερη τιμή.</p> <p>Δ. Πώληση προϊόντος για το οποίο δηλώνεται ότι πωλείται μαζί με άλλο όμοιο ή ανόμοιο προϊόν ως «ΔΩΡΟ».</p> <p>Ε. Πώληση συνοδεία εκπτώτικων κουπονιών που διανέμονται εντός ή εκτός του καταστήματος λιανικής πώλησης.</p> <p>ΣΤ. Υπαγωγή συγκεκριμένων προϊόντων που πωλούνται εντός του καταστήματος λιανικής πώλησης σε προγράμματα επιβράβευσης πιστότητας (loyalty card). Στην περίπτωση αυτή, εάν η μείωση της τιμής ισχύει μόνον για καταναλωτές που συμμετέχουν σε προγράμματα επιβράβευσης πιστότητας του καταστήματος και διαθέτουν την ως άνω κάρτα, θα πρέπει να αναγράφεται καθαρά στην επικοινωνία μείωσης τιμής ότι αυτή ισχύει μόνον σε συνδυασμό με την χρήση της κάρτας. Επίσης, εάν η μείωση τιμής ενός προϊόντος αφορά σε ειδική ομάδα καταναλωτών, τούτο θα πρέπει να αναγράφεται καθαρά δίπλα στην τιμή του προϊόντος.</p>
<p><b>Το οικονομικό όφελος του καταναλωτή πρέπει να είναι εμφανές, να προκύπτει άμεσα και επαγωγικά και να απεικονίζεται σε κάθε πινακίδα λιανικής πώλησης και σε κάθε μορφή εμπορικής πρακτικής.</b></p>
<p>A. Επί της πινακίδας λιανικής πώλησης καθώς και επί των φυλλαδίων προσφορών, κ.λ.π. αναγράφεται υποχρεωτικά, εκτός από την τιμή πώλησης του προϊόντος, και η τιμή ανά μονάδα μέτρησης πριν και μετά την μείωση τιμής με την επιφύλαξη των εξαιρέσεων της παραγράφου 3 του άρθρου 2 της παρούσης.</p> <p>B. Οι ενδείξεις των τιμών ανά μονάδα μέτρησης πρέπει να αναγράφονται με ισομεγέθη, ευδιάκριτα και ευανάγνωστα γράμματα, με έμφαση στην τιμή πώλησης του προϊόντος που θα τονίζεται με γραμματοσειρά έντονης γραφής (bold).</p> <p>Γ. Φυλλάδια με τα οποία επικοινωνείται με οποιοδήποτε τρόπο μείωση τιμής ή συμφέρουσα αγορά προϊόντος αποτελούν «Φυλλάδια προσφορών ή προωθητικών ενεργειών» για όλα τα πωλούμενα είδη που εμπεριέχουν και ισχύουν οι ανωτέρω υποχρεώσεις. Σε περίπτωση που στα ως άνω φυλλάδια προβάλλονται και προϊόντα για τα οποία δεν επικοινωνείται μείωση τιμής ή συμφέρουσα αγορά προϊόντος, πρέπει να υπάρχει διακριτή παράθεση των προϊόντων αυτών.</p>
<p>Εφόσον από την πώληση προκύπτει έμμεσα ή άμεσα μείωση της τιμής ανά μονάδα μέτρησης, η τιμή ανά μονάδα μέτρησης που προκύπτει πρέπει να είναι μικρότερη της αρχικής. Οι υπεύθυνοι των σημείων πώλησης θα πρέπει, σε περίπτωση ελέγχου, να είναι σε θέση να αποδείξουν ότι η αρχική τιμή πώλησης που αναγράφεται στην πινακίδα, ανταποκρίνεται στη πραγματικότητα.</p>
<p>Απαγορεύεται ρητά η καταστροφή της προωθητικής συσκευασίας και η πώληση του περιεχομένου αυτής ως μεμονωμένα προϊόντα.</p>
<p>Στα σημεία λιανικής πώλησης όπου διενεργούνται προωθητικές ενέργειες οι οποίες προϋποθέτουν την αγορά τουλάχιστον δύο (2) συσκευασιών του ίδιου προϊόντος, θα πρέπει να αναγράφεται υποχρεωτικά εμφανώς η αρχική και η τελική τιμή πώλησης, όπως διαμορφώνεται ανά συσκευασία μετά την προωθητική ενέργεια. Η μεμονωμένη διάθεση του προωθούμενου δεν είναι υποχρεωτική.</p>
<p>Τα καταστήματα STOCK ή OUTLET υποχρεούνται να αναγράφουν στην προβλεπόμενη πινακίδα: (α) την αρχική τιμή πώλησης, διαγραμμένη και (β) τη νέα μειωμένη τιμή πώλησης, με τρόπο που να επικοινωνεί στον καταναλωτή τη σαφή διάκριση μεταξύ των δύο αυτών τιμών. Στις περιόδους εκπτώσεων ή προσφορών, τα καταστήματα αυτά υποχρεούνται να εμφανίζουν στις πινακίδες όλες τις ενδιάμεσες τιμές διαγραμμένες και, με έντονη γραφή, τη νέα μειωμένη τιμή διάθεσης και να αναγράφουν σε οποιαδήποτε άλλη εμπορική επικοινωνία με τον καταναλωτή, μαζί με την τιμή του προϊόντος και το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του (π.χ δείγμα, ελαττωματικό, μεταχειρισμένο) σε περίπτωση δε ελαττωματικού προϊόντος, το ελάττωμα θα σημειώνεται κατά τρόπο σαφή επί του προϊόντος.</p>
<p>Η αποτίμηση προσφορών, προωθητικών ενεργειών και του οποιουδήποτε είδους χονδρεμπορικών εκπτώσεων πρέπει να εμφανίζονται στο σχετικό συνοδευτικό παραστατικό πώλησης.</p>
<p>Επιβολή διοικητικών προστίμων</p> <p>A. Όσον αφορά είδη μαζικής κατανάλωσης, όπως είδη διατροφής, ατομικής υγιεινής, οικιακής καθαριότητας (ενδεικτικά είδη παντοπωλείου), επιβάλλεται διοικητικό πρόστιμο.</p> <p>B. Όσον αφορά καταναλωτικά αγαθά πλην των οριζόμενων στην ως άνω περίπτωση A, εφαρμόζονται οι ειδικές κυρώσεις για τις εκπτώσεις, τις προσφορές και λειτουργία τις Κυριακές, που προβλέπονται στο άρθρο 21 του ν. 4177/2013, όπως κάθε φορά ισχύει.</p>

Θεωρείτε ικανοποιητική την εφαρμογή των νέων διατάξεων?  
Υπάρχουν παραδείγματα 'η δυσχέρειες στην εφαρμογή των διατάξεων?