

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 - ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Άρθρο 98 Γενικές αρχές

Πρακτικές επικοινωνίας με σκοπό την ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, πρέπει να γίνονται με τέτοιο τρόπο ώστε ο καταναλωτής να είναι σε θέση να αντιληφθεί όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες που ορίζονται στην παρούσα, πριν προβεί στην αγορά του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

Άρθρο 99 Προσφορές/Προωθητικές ενέργειες σε είδη μαζικής κατανάλωσης

1. Στις διατάξεις του παρόντος άρθρου, υπάγονται τα προσυσκευασμένα είδη μαζικής κατανάλωσης που πωλούνται λιανικώς στον τελικό καταναλωτή.
2. Προσφορά ή προωθητική ενέργεια" νοείται κάθε βραχυπρόθεσμη ενέργεια μάρκετινγκ, με ενδεικτική διάρκεια ισχύος έως τριών μηνών, που επικοινωνείται προς τον καταναλωτή και με την οποία δηλώνεται ή υποδηλώνεται ότι, η αγορά του υπό προς πώληση προϊόντος του αποφέρει οικονομικό όφελος. Αναφέρονται ιδίως οι παρακάτω μορφές πώλησης:
 - A. Πώληση προϊόντος για το οποίο δηλώνεται ότι πωλείται φθηνότερα.
 - B. Πώληση προϊόντος για το οποίο δηλώνεται ότι πωλείται σε συσκευασία εμπεριέχουσα επιπλέον ποσότητα ως «ΔΩΡΟ» για τον καταναλωτή.
 - 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.
 - Δ. Πώληση προϊόντος για το οποίο δηλώνεται ότι πωλείται μαζί με άλλο όμοιο ή ανόμοιο προϊόν ως «ΔΩΡΟ».
 - E. Πώληση συνοδεία εκπτωτικών κουπονιών που διανέμονται εντός ή εκτός του καταστήματος λιανικής πώλησης.
 - ΣΤ. Υπαγωγή συγκεκριμένων προϊόντων που πωλούνται εντός του καταστήματος λιανικής πώλησης σε προγράμματα επιβράβευσης πιστότητας (loyalty card).
3. Το οικονομικό όφελος του καταναλωτή από την προωθητική ενέργεια πρέπει να είναι εμφανές, να προκύπτει άμεσα και επαγωγικά και να απεικονίζεται σε κάθε πινακίδα λιανικής πώλησης και σε κάθε μορφή εμπορικής πρακτικής.
4. A. Επί της πινακίδας λιανικής πώλησης καθώς και επί των φυλλαδίων προσφορών, κ.λ.π. αναγράφεται υποχρεωτικά, εκτός από την τιμή πώλησης του προωθούμενου προϊόντος, και η τιμή ανά μονάδα μέτρησης πριν και μετά την προωθητική ενέργεια με την επιφύλαξη των εξαιρέσεων της παρ. 3 του άρθρου 2 της παρούσης.
 - B. Οι ενδείξεις των τιμών ανά μονάδα μέτρησης θα πρέπει να αναγράφονται με ισομεγέθη, ευδιάκριτα και ευανάγνωστα γράμματα, με έμφαση στην τιμή

πώλησης του προϊόντος που θα τονίζεται με γραμματοσειρά έντονης γραφής (bold).

- 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 προϊόντα για τα όποια δεν επικοινωνείται μείωση τιμής ή συμφέρουσα αγορά προϊόντος, πρέπει να υπάρχει διακριτή αναφορά στα προϊόντα αυτά.
5. Εφόσον από την προωθητική ενέργεια προκύπτει έμμεσα ή άμεσα μείωση της τιμής ανά μονάδα μέτρησης, η τιμή ανά μονάδα μέτρησης που προκύπτει από την προωθητική ενέργεια πρέπει να είναι μικρότερη της αρχικής.
 6. Απαγορεύεται ρητά η καταστροφή της προωθητικής συσκευασίας και η πώληση του περιεχομένου αυτής ως μεμονωμένα προϊόντα.
 7. 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.
 8. Η αποτίμηση των προωθητικών ενεργειών και του οποιουδήποτε είδους χονδρεμπορικών εκπτώσεων πρέπει να εμφανίζονται στο σχετικό συνοδευτικό παραστατικό πώλησης.
 9. Στους παραβάτες επιβάλλονται διοικητικά πρόστιμα ως κάτωθι:
 - A. Για παραβάσεις της παρ. 3, τρεις χιλιάδες (3.000€) ευρώ, ανά παράβαση.
 - B. Για παραβάσεις των παραγράφων 2, 4, 5, 6, 7 και 8, χίλια (1.000€) ευρώ, ανά παράβαση.