



# ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΩΝ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ.

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2023

Υπό την αιγίδα



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα

# ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ  
ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΩΝ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ.

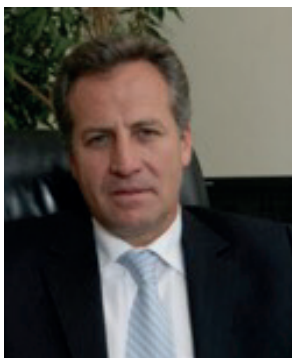
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2023



## ΜΗΝΥΜΑ ΣΕΒ

### Ιωάννης Αθ. Γιώτης

Αντιπρόεδρος ΔΣ ΣΕΒ, Πρόεδρος ΔΣ ΣΕΒΤ, Επικεφαλής Ομάδας Εργασίας Καταναλωτή ΣΕΒ, Πρόεδρος της Βιομηχανικής Εταιρείας Θρεπτικών Προϊόντων ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε



Αγαπητά μέλη,

Για περισσότερα από 15 χρόνια, η Ομάδα Εργασίας Καταναλωτή του ΣΕΒ, με αίσθημα ευθύνης απέναντι στις επιχειρήσεις και την κοινωνία, παρακολουθεί συστηματικά τις ρυθμιστικές εξελίξεις για τη λειτουργία της αγοράς και την προστασία των καταναλωτών. Μελετούμε τα νομοθετήματα, συμμετέχουμε στις διαβουλεύσεις και στο Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς, και αξιοποιούμε τις γνώσεις και την εμπειρία των στελεχών των επιχειρήσεων μελών του ΣΕΒ.

Ήδη από την αρχή της πορείας, έγινε αντιληπτή η ανάγκη σωστής, έγκυρης ενημέρωσης ως απαραίτητο βήμα για την καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ καταναλωτών, αγοράς και πολιτείας. Το περίπλοκο ρυθμιστικό πλαίσιο, η σύνθετη ορολογία και οι διάφορες συναρμοδιότητες, σε συνδυασμό με τις συχνές, αποσπασματικές, αλλαγές δημιουργούν σημαντικές προκλήσεις τόσο για τους καταναλωτές και την αγορά που καλούνται να εφαρμόσουν το πλαίσιο, όσο και για την πολιτεία που είναι επιφορτισμένη με την εποπτεία της αγοράς. Η ανάγκη σωστής ενημέρωσης παραμένει «πυξίδα» για όλες τις δράσεις του ΣΕΒ.

Ο εικονογραφημένος οδηγός είναι αποτέλεσμα αυτής της προσέγγισης που διαπνέει όλες τις δράσεις του ΣΕΒ και έχει υιοθετηθεί έμπρακτα από την ομάδα εργασίας καταναλωτή, εκδίδοντας αρχικά τον [Οδικό Χάρτη για την καλύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή](#) και κατόπιν, τον [Πρακτικό οδηγό για την σωστή επικοινωνία επιχειρήσεων και καταναλωτών στο ηλεκτρονικό εμπόριο](#).

Με έμπνευση τις Κατευθυντήριες Γραμμές [Guidance for Traders on Pricing Practices](#) του Chartered Trading Standards Institute, η ιδέα για την έκδοση του εικονογραφημένου οδηγού ήρθε σε συνέχεια της πρωτοβουλίας του Υπουργείου Ανάπτυξης για την έκδοση του Κώδικα Δεοντολογίας περί ανακοινώσεων μείωσης τιμής (ιδίως σε προσφορές / εκπτώσεις / προωθητικές ενέργειες).

Η θετική ανταπόκριση επιχειρήσεων και καταναλωτών στην πρώτη έκδοση και η ανάγκη για επικαιροποίηση και εμπλουτισμό της με περισσότερα παραδείγματα μας οδήγησε στην δεύτερη αυτή έκδοση.

Ελπίζουμε να αποτελέσει ένα εύχρηστο εργαλείο για κάθε καταναλωτή και κάθε επιχείρηση.

## ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ

### Κώστας Σκρέκας

Υπουργός Ανάπτυξης



Η προστασία του καταναλωτή και η εύρυθμη λειτουργία της αγοράς αποτελούν στρατηγική προτεραιότητα για το Υπουργείο Ανάπτυξης. Γνώμονας της πολιτικής μας είναι η εμπέδωση κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ κράτους, επιχειρήσεων και καταναλωτών που εδράζεται σε ένα ξεκάθαρο πλαίσιο κανόνων, τους οποίους γνωρίζουν και εφαρμόζουν όλοι – με συγκεκριμένες κυρώσεις για εκείνους που δεν τους εφαρμόζουν.

Βήμα – βήμα, αξιοποιώντας την ενωσιακή νομοθεσία και ακολουθώντας βέλτιστες πρακτικές, πάντοτε μετά από εξαντλητικό διάλογο, έχουμε οικοδομήσει ένα σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο που αποσκοπεί στην ενίσχυση του υγιούς ανταγωνισμού και την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών στις αγορές τους, τόσο στα φυσικά όσο και τα ψηφιακά καταστήματα. Το νομικό πλαίσιο εμπλουτίστηκε το 2022 με το Νόμο 4933 για τον τρόπο επικοινωνίας των μειωμένων τιμών. Σκοπός του Νόμου είναι να προστατευτούν οι καταναλωτές από παραπλανητικούς ισχυρισμούς του εμπόρου περί μείωσης των τιμών, σε περίπτωση που αυτός χρησιμοποιεί τεχνητά διογκωμένες τιμές ως τιμές αναφοράς – αυτό δηλαδή που αποκαλούμε παραπλανητικές ή εικονικές εκπτώσεις.

Παράλληλα, υπάρχουν διατάξεις για μια σειρά αθέμιτων εμπορικών πρακτικών που έχουν σημασία και εφαρμογή στη σχέση του εμπόρου με τον καταναλωτή. Η παράλειψη ή απόκρυψη ουσιωδών πληροφοριών, η παροχή πληροφοριών με τρόπο ασαφή και διφορούμενο, η διαφήμιση πώλησης προϊόντων σε συγκεκριμένη τιμή με σκοπό να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του καταναλωτή και σε συνέχεια η κατεύθυνσή του σε αγορά άλλου προϊόντος (διαφήμιση -δόλωμα), η περιγραφή ότι ένα προϊόν διατίθεται ως δωρεάν και εν συνεχεία η απαίτηση καταβολής τιμήματος αποτελούν χαρακτηριστικά τέτοια παραδείγματα παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών που φυσικά απαγορεύονται.

Για την ενημέρωση των καταναλωτών και των επιχειρήσεων, το Υπουργείο Ανάπτυξης εξέδωσε Κώδικα Δεοντολογίας περί ανακοινώσεων μείωσης της τιμής (ιδίως σε προσφορές/εκπτώσεις/ προωθητικές ενέργειες) και ακολούθως, σε συνεργασία με τον ΣΕΒ, ο οποίος ασχολείται συστηματικά με τα θέματα των καταναλωτών, εκδόθηκε ο πρώτος εικονογραφημένος οδηγός, προκειμένου να παρουσιαστούν οι βασικές αρχές του Κώδικα Δεοντολογίας συνοπτικά και με εύληπτα εικονογραφημένα παραδείγματα.

Ο εικονογραφημένος οδηγός που κρατάτε στα χέρια σας αποτελεί την επανέκδοση του πρώτου οδηγού και ενσωματώνει ακόμα περισσότερα παραδείγματα και δη από την εμπειρία της πρακτικής εφαρμογής των νέων διατάξεων και των κυρώσεων που επιβλήθηκαν από το Υπουργείο Ανάπτυξης. Αξιοποιούμε κάθε δημιουργικό τρόπο για να ενημερώνουμε υπεύθυνα καταναλωτές και επιχειρήσεις έχοντας πάντοτε την πεποίθηση ότι μέσω του διαλόγου και της συνεργασίας μπορούμε όλοι μαζί να συμβάλλουμε στην εύρυθμη λειτουργία της αγοράς προς όφελος του κοινωνικού συνόλου και της εθνικής οικονομίας.

# Η ΣΩΣΤΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΓΙΑ ΣΩΣΤΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΙΔΗΤΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

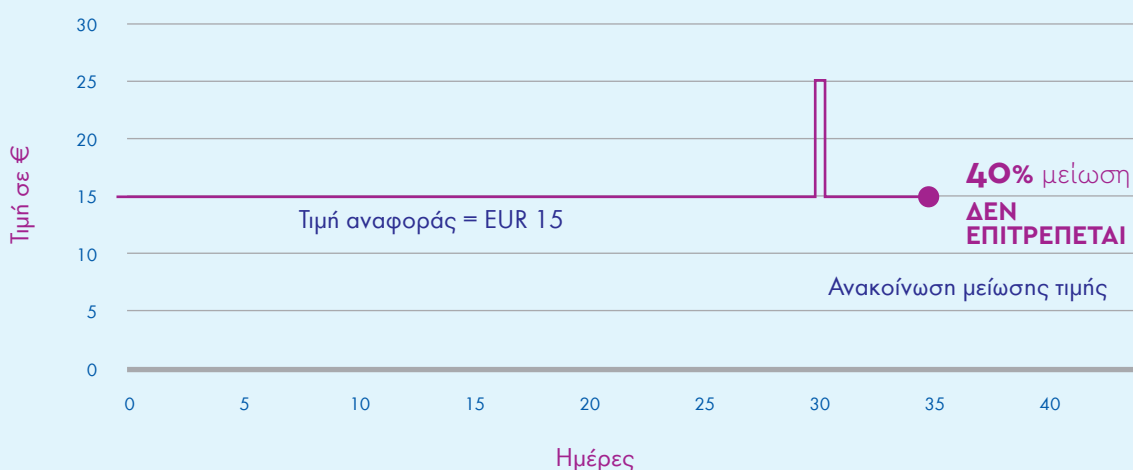
- 01 Περιλαμβάνει σωστά όλες τις πληροφορίες σχετικά με τις μειώσεις τιμών
- 02 Ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα
- 03 Παρουσιάζεται απλά και κατανοητά
- 04 Αναφέρει ρητά τα οφέλη για τον καταναλωτή
- 05 Χρησιμοποιεί σωστά τη λέξη «δωρεάν»
- 06 Δεν παρουσιάζει μεγαλύτερο το πλεονέκτημα του καταναλωτή από αυτό που είναι πραγματικά
- 07 Δεν περιέχει κρυφές χρεώσεις
- 08 Δεν περιέχει παραπλανητικούς ισχυρισμούς
- 09 Δεν περιέχει διαφημίσεις «δόλωμα»
- 10 Δεν πρέπει να οδηγεί στη λήψη άμεσης απόφασης για αγορά



# 01

## ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΑΣ

Το όφελος του καταναλωτή από τη μείωση της τιμής πρέπει να παρουσιάζεται σωστά. Η τιμή αναφοράς πρέπει να είναι η χαμηλότερη τιμή του προϊόντος/ υπηρεσίας των τελευταίων 30 ημερών.



Στο παράδειγμα αυτό, δεν υπάρχει μείωση τιμής, διότι η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών, παραμένει το 15€ που είναι και η τιμή πώλησης την ημέρα 35. Συνεπώς, ο έμπορος μπορεί να πουλήσει το προϊόν στην τιμή των 15€, ωστόσο δεν μπορεί να εμφανίσει ότι το παρέχει σε μειωμένη τιμή, παρόλο που υφίσταται μείωση σε σχέση με την τιμή πώλησης την ημέρα 30.

# ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΙΣ ΕΚΠΤΩΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ!

Επιτρέπεται στον έμπορο να θέσει όποια τιμή θέλει. Όταν όμως ανακοινώνει μείωση τιμής, ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται για τη σωστή τιμή αναφοράς



**Σωστό**



**30%**

→ Φθηνότερα



**10€**

→ Έκπτωση



**10€**

~~100€~~



Από  
**150€**

Μόνο  
**100€**

30%  
40%  
70%

**BLACK FRIDAY**  
SPECIAL OFFERS

ΠΡΟΣΦΟΡΑ  
Black Friday ←

ΑΠΟ  
**150€**

ΜΟΝΟ  
**100€**

NEW  
PRODUCT

Low Sugar  
100% WHOLE OATS

Αγοράστε  
σήμερα  
χωρίς να  
πληρώσετε  
**ΦΠΑ** ←



**Νέο προϊόν!** ←

**ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ ΤΙΜΗ  
ΕΚΚΙΝΗΣΗΣ**

**99€**  
ΑΠΟ ΤΟΝ  
ΕΠΟΜΕΝΟ ΜΗΝΑ

**129€**



**Μείωση** ←

**20%**

ΣΕ ΕΛΕΓΧΟ  
ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗΣ  
ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ



**Μείωση** ←

**20%**

ΣΕ ΟΛΑ  
ΤΑ ΕΠΙΠΛΑ  
ΚΗΠΟΥ



**20%**

LIMITED TIME ONLY  
**TECHNOLOGY  
BIG SALE**

**Έκπτωση** ←

**20%**

ΣΕ ΟΛΑ  
ΤΑ  
ΠΡΟΪΟΝΤΑ





→ Έκπτωση  
**30%**  
ΤΟ ΜΕΤΡΟ



ΤΕΛΕΥΤΙΑ  
ΕΒΔΟΜΑΔΑ  
ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ

→ ΑΡΧΙΚΗ  
ΤΙΜΗ  
**100€**

1<sup>η</sup> ΕΒΔΟΜΑΔΑ  
ΕΚΠΤΩΣΗ  
**20%**  
~~100€~~ 80€

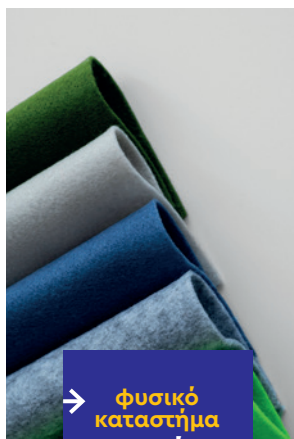
2<sup>η</sup> ΕΒΔΟΜΑΔΑ  
ΕΚΠΤΩΣΗ  
**30%**  
~~100€~~ 70€

3<sup>η</sup> ΕΒΔΟΜΑΔΑ  
ΕΚΠΤΩΣΗ  
**40%**  
~~100€~~ 60€

4<sup>η</sup> ΕΒΔΟΜΑΔΑ  
ΕΚΠΤΩΣΗ  
**50%**  
~~100€~~ 50€



→ e-shop  
Τιμή  
**100€**



→ φυσικό  
καταστήμα  
Τιμή  
**130€**

Επιτρέπεται  
η πώληση του  
ίδιου προϊόντος  
σε διαφορετική  
τιμή ανά κανάλι  
πώλησης  
ή ανά  
κατάστημα.



ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ  
ΤΙΜΗ  
ΚΑΤΑΛΟΓΟΥ

**10.000€**

Η ΤΙΜΗ ΜΑΣ

**8.000€**

Μπορεί να γίνει  
αναφορά στην  
συνιστώμενη τιμή  
καταλόγου αλλά όχι  
ως τιμή αναφοράς.

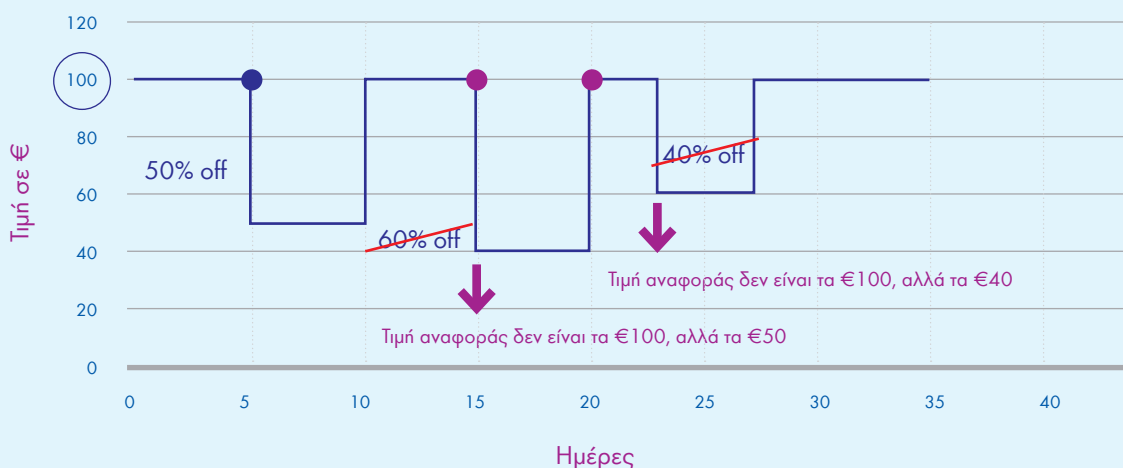
Η τιμή αναφοράς  
είναι η χαμηλότερη  
τιμή των τελευταίων  
30 ημερών



## ΔΙΑΔΟΧΙΚΕΣ ΑΥΞΟΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Στις διαδοχικές αυξομειώσεις τιμών, η τιμή αναφοράς είναι η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών.

Σε περίπτωση διαδοχικών αυξομειώσεων των τιμών ως τιμή αναφοράς θεωρείται η χαμηλότερη των τελευταίων 30 ημερών



### Την ημέρα 15:

Τιμή πώλησης = 40€

Τιμή αναφοράς = 50€

(η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών)

Η τιμή των 100€ που ήταν την ημέρα 5

δεν είναι η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών.

### Άρα την ημέρα 15:

**A. Δεν επιτρέπεται:**

100€ → 40€ (60% έκπτωση)

**B. Επιτρέπεται**

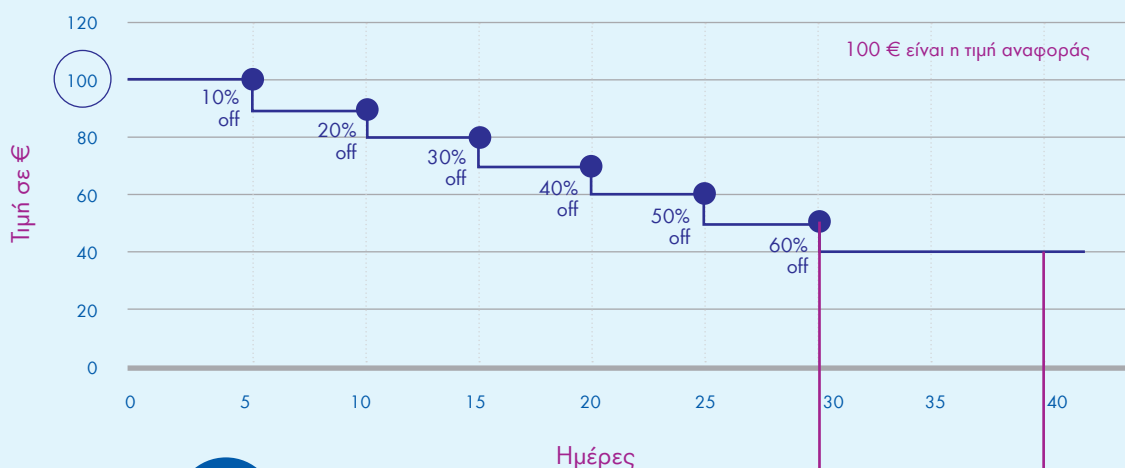
50€ → 40€ (20% έκπτωση)

Αν ο έμπορος θα ήθελε να κάνει έκπτωση 60% την ημέρα 15, τότε ως τιμή πώλησης πρέπει να εμφανίσει 20€

## ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΕΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

Η σταδιακή μείωση τιμής, χωρίς διακοπές, κατά τη διάρκεια της ίδιας καμπάνιας εκπτώσεων

Στην περίπτωση αυτή, η «τιμή αναφοράς» είναι η χαμηλότερη τιμή κατά τη διάρκεια των 30 ημερών πριν από την εφαρμογή της πρώτης ανακοίνωσης για τη μείωση των τιμών. Παραμένει η «τιμή αναφοράς» τιμή για όλες τις μεταγενέστερες ανακοινώσεις μείωσης των τιμών κατά τη διάρκεια της καμπάνιας.



Όταν έχουμε μια καμπάνια εκπτώσεων με συνεχόμενες, προοδευτικές, μειώσεις, τότε η τιμή αναφοράς είναι η αρχική τιμή των τελευταίων 30 ημερών.

Την ημέρα 30, τιμή πώλησης = 40€  
Τιμή αναφοράς 100€

Την ημέρα 40, τιμή πώλησης 40€  
Τιμή αναφοράς 80€

## Διαδοχική Αυξομείωση

ΙΟΥΛΙΟΣ




ΑΡΧΙΚΗ  
ΤΙΜΗ

**140 €**

← ΤΩΡΑ ΣΕ  
ΜΕΙΩΜΕΝΗ  
ΤΙΜΗ

**120 €**

ΙΟΥΛΙΟΣ




ΤΙΜΗ

**125 €**

←

ΙΟΥΛΙΟΣ




ΜΕΙΩΣΗ  
**30%**

ΤΩΡΑ

**84 €**

←

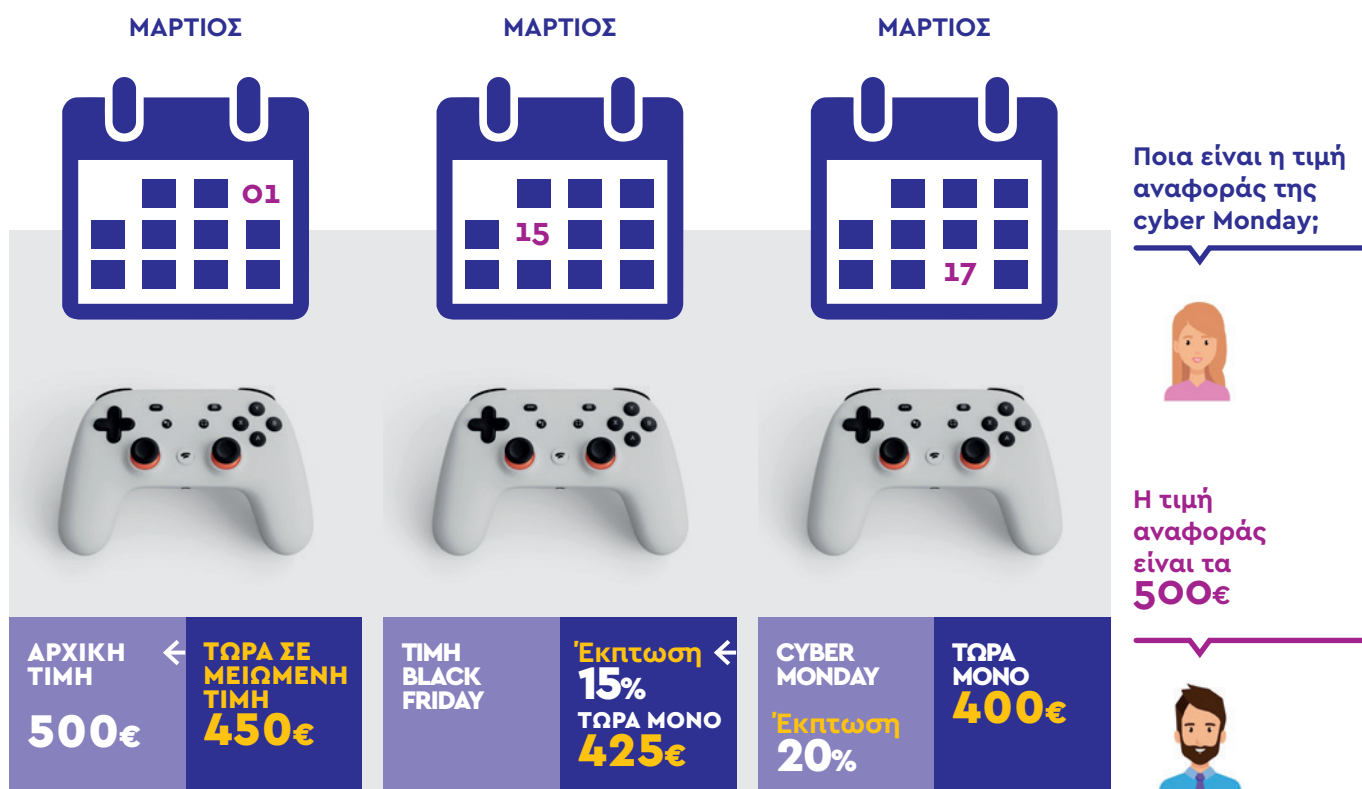
Ποια είναι η τιμή αναφοράς της 20ής Ιουλίου;



Η τιμή αναφοράς είναι τα **120€** διότι είναι η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών.



## Προοδευτική μείωση τιμών



**X** **Λάθος**

ΜΑΡΤΙΟΣ	ΜΑΡΤΙΟΣ	ΜΑΡΤΙΟΣ
<b>ΤΙΜΗ 700€</b> ←	<b>ΤΙΜΗ 650€</b> ←	<b>ΤΩΡΑ ΑΠΟ 650€</b> ← <b>ΜΟΝΟ 630€</b>

Η τιμή αναφοράς πρέπει να είναι το **700€** γιατί έχουμε προοδευτική μείωση τιμών.



ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	ΜΑΡΤΙΟΣ
<b>ΑΠΟ 25€</b> <b>ΤΩΡΑ ΜΟΝΟ 23€</b> ←	<b>ΑΠΟ 32€</b> <b>ΤΩΡΑ ΜΟΝΟ 28€</b> ←

Αν η καλύτερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών ήταν 23€, δεν επιτρέπεται να εμφανίζεται η τιμή 28€ ως μειωμένη τιμή



**-50%**

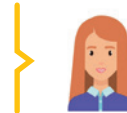
**ΤΕΛΙΚΗ**  
**ΤΙΜΗ**  
**ΜΟΛΙΣ**  
**20€**

Η χαμηλότερη  
τιμή των τελευταίων  
30 ημερών 23€

Η χαμηλότερη  
τιμή των  
τελευταίων  
30 ημερών  
θα πρέπει να  
εμφανίζεται  
καθαρά!



Ο καταναλωτής πρέπει να έχει  
καθαρή εικόνα για την αρχική και την  
τελική τιμή στο ράφι προτού προβεί  
σε αγορά



Είναι λάθος να  
εμφανίζεται η  
προτεινόμενη τιμή  
καταλόγου ως  
αρχική τιμή και  
να δημιουργείται  
η εντύπωση στον  
καταναλωτή ότι  
γίνεται μείωση τιμής

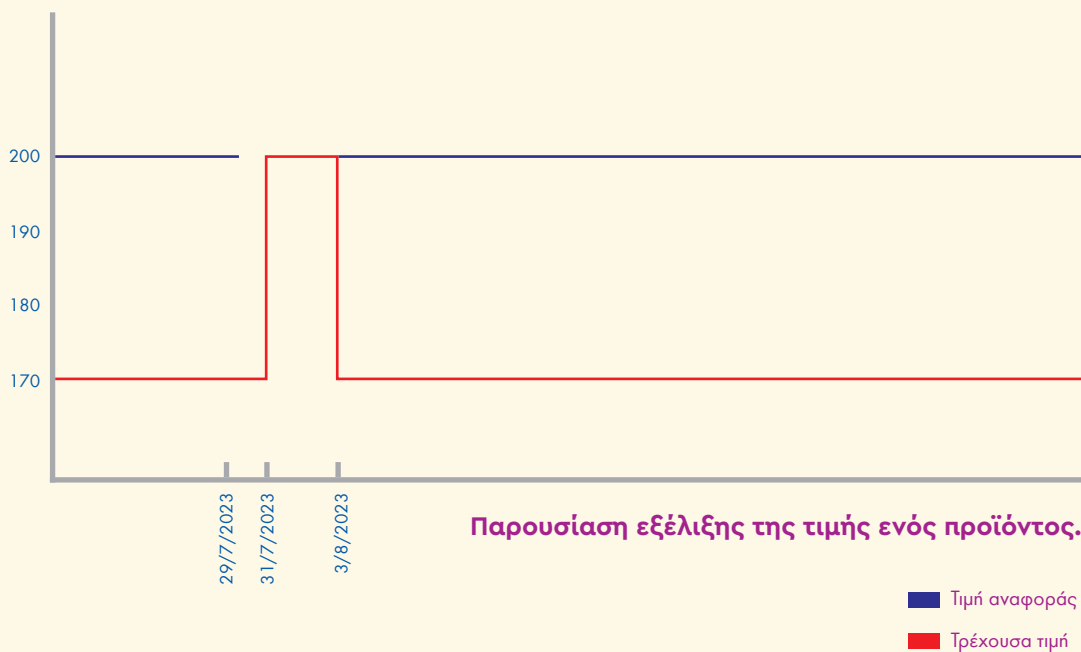


# ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΙΑΠΙΣΤΩΘΕΙΣΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ.

## Παράδειγμα 1

Αύξηση της τιμής και συνακόλουθος ισχυρισμός  
περί μειωμένης τιμής

**✘ Λάθος**



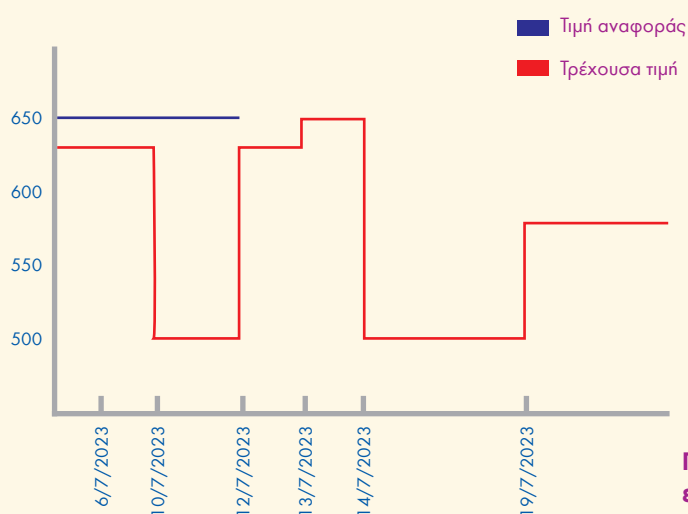
Στις 03/08 η εταιρεία διαφήμιζε ότι διέθετε το προϊόν στην τιμή των 169,90 ευρώ αναφέροντας έκπτωση 30,09 ευρώ από την τιμή των 199,99. Στην πραγματικότητα η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών πριν την 03/08 ήταν η τιμή των 169,90 ευρώ στην οποία διέθετε το προϊόν π.χ την 29/07. Συνεπώς, η εταιρεία δεν δύναται να αναφέρει την 03/08 ότι διαθέτει το προϊόν σε έκπτωση. Η ανακοίνωση αυτή αποτελεί κλασσικό παράδειγμα πλασματικής έκπτωσης, καθώς η εταιρεία ανέβασε την τιμή τρεις μέρες πριν την ανακοίνωση της «έκπτωσης» και συνέχισε στην πραγματικότητα να πωλεί το προϊόν στην ίδια τιμή που το διέθετε και πριν την εφαρμογή της δήθεν «έκπτωσης».



## Παράδειγμα 2

**Ισχυρισμός περί ύπαρξης έκπτωσης ενώ στην πραγματικότητα δεν υφίσταται μείωση τιμής με βάση την τιμή αναφοράς (χαμηλότερη τιμή των 30 τελευταίων ημερών)**

**X Λάθος**



Παρουσίαση εξέλιξης της τιμής ενός προϊόντος.

Στο εν λόγω παράδειγμα η τιμή του προϊόντος ήταν 629 ευρώ την 06/07. Ωστόσο, στις 10/07 η εταιρία ανακοίνωσε ότι η τιμή είναι μειωμένη από 649 ευρώ στα 499 ευρώ, ανέφερε δε επιπρόσθετα με ψιλά γράμματα ότι η καλύτερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών ήταν 429 ευρώ, όπως παρατίθεται κατωτέρω:

**499,00€**

**ΑΡΧΙΚΗ ~~649,00 €~~**

**ΚΕΡΔΟΣ 150,00 €**

Καλύτερη τιμή τα τελευταίων 30 ημερών: **429,00 €**

Με δεδομένο ότι η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών είναι τα 429 ευρώ, όπως η ίδια η εταιρεία συνομολογεί, προκύπτει ότι δεν επιτρέπεται να ανακοινώσει την 10/07 ότι διαθέτει το προϊόν σε «έκπτωση». Η τιμή των 499 ευρώ που το διαθέτει την 10/07 είναι υψηλότερη από την καλύτερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών (= 429 ευρώ) που αποτελεί την τιμή αναφοράς. Άρα δεν υφίσταται καμία «έκπτωση» την 10/07.

## Παράδειγμα 3

### Παρουσίαση ως τιμή αναφοράς της τιμής του κατασκευαστή



**Λάθος**



Ανακοίνωση μείωσης της τιμής είναι κάθε ανακοίνωση του εμπόρου ότι έχει μειώσει την τιμή που χρεώνει για ένα προϊόν ή υπηρεσία. Οι έμποροι δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν την προτεινόμενη λιανική τιμή / συνιστώμενη τιμή του καταναλωτή ως προγενέστερη τιμή/τιμή αναφοράς για την ανακοίνωση μείωσης τιμής.

Εν προκειμένω στο παράδειγμα αυτό παρατίθεται η τιμή των 200 ευρώ με τον ισχυρισμό ότι υφίσταται όφελος 100 ευρώ (δηλαδή μειωμένη τιμή) σε σχέση με την τιμή του κατασκευαστή, η οποία ανέρχεται σε 300 ευρώ.

Αυτό δεν επιτρέπεται, με δεδομένο ότι για την ανακοίνωση μειωμένης τιμής απαιτείται πάντοτε η σύγκριση με την τιμή αναφοράς, δηλαδή την χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών.

# 02

## ΠΑΚΕΤΑ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ, ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ, κ.λπ:

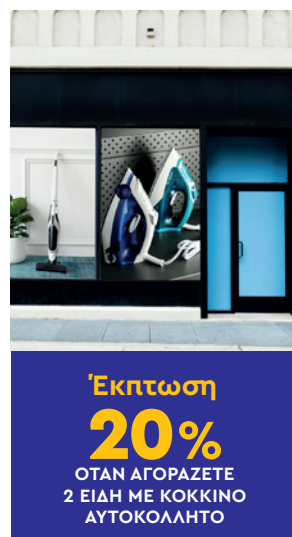
**Δεν αφορούν τιμή, αλλά προσφορά συνδυασμού προϊόντων ή υπηρεσιών.**

Άρα δεν χρειάζεται να γίνεται αναφορά στην αρχική τιμή. Δεν επιτρέπεται ωστόσο να αυξηθεί η τιμή λίγο πριν ανακοινωθεί ένα πακέτο προσφοράς ή μια συνδυαστική προσφορά.

**ΤΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ  
ΝΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΤΑΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΑΠΟ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ  
ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ**



**Σωστό**





**X** **Λάθος**



Αν η τιμή του αφρόλουτρου είναι 15€, το πλεονέκτημα του καταναλωτή παρουσιάζεται μεγαλύτερο

**1+1**  
ΤΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΤΗ ΜΙΣΗ ΤΙΜΗ  
ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ  
**25€**




Αν το ένα αφρόλουτρο κοστίζει 10€ δεν υπάρχει πλεονέκτημα για τον καταναλωτή.

**1+1**  
ΔΩΡΟ  
ΤΕΛΙΚΗ ΤΙΜΗ  
**20€**



# 03

## ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ «ΕΩΣ ΚΑΙ»

### Γενικός κανόνας

Θα πρέπει να αναφέρονται με σαφή τρόπο τα αποτελέσματα και τα οφέλη που μπορεί ευλόγως να προσδοκά να επιτύχει ο μέσος καταναλωτής, συμπεριλαμβανομένων τυχόν προϋποθέσεων ή περιορισμών. Σε αντίθετη περίπτωση, ενδέχεται ο ισχυρισμός να είναι παραπλανητικός όσον αφορά την τιμή του προϊόντος.

## Σημαντικό

**ΑΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ΦΡΑΣΗ «ΕΚΠΤΩΣΗ ΕΩΣ 50%» ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΟΝΟ ΛΙΓΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΜΕ ΕΚΠΤΩΣΗ 50%, Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ.**



# 04

## «ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ-ΔΟΛΩΜΑ» ΤΕΧΝΙΚΗ «ΔΟΛΩΜΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑΣΤΡΟΦΗ» ΚΑΙ ΨΕΥΔΕΙΣ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΓΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ

### Γενικός κανόνας

Η διαφήμιση ή η με άλλο τρόπο πρόσκληση του καταναλωτή για αγορά προϊόντων/ υπηρεσιών, δεν πρέπει να παραπλανά ως προς το διαθέσιμο απόθεμα, τη δυνατότητα παράδοσης, τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, ούτε να οδηγεί στη λήψη άμεσης απόφασης για αγορά.

## Σημαντικό

Η ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΠΟΥ ΜΕΤΑΦΕΡΕΤΑΙ ΣΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΑΛΗΘΗΣ ΚΑΙ ΝΑ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.

**✘** **Λάθος**



Δεν έχουμε πια το συγκεκριμένο μοντέλο, μπορείτε όμως να αγοράσετε το καινούργιο μοντέλο που κοστίζει 700€



**Προσοχή στις διαφημίσεις «Δόλωμα»**



Προσοχή στις «διαρκείς» προσφορές



Προσοχή στις προσφορές εκποίησης

# 05

## ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΛΕΞΗΣ ΔΩΡΕΑΝ

### Γενικός κανόνας

Όταν χρησιμοποιείται ο ισχυρισμός «δωρεάν», πρέπει να αναφέρεται στο τίμημα. Ωστόσο, επιτρέπεται να χρεωθεί ο καταναλωτής με ταχυδρομικά τέλη, κόστος τηλεφωνικής κλήσης ή αποστολής γραπτού μηνύματος, ή και τέλη μεταφοράς, παράδοσης, παραλαβής.

## Σημαντικό

**ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΗ ΛΕΞΗ «ΔΩΡΕΑΝ»! ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΕΑΝ ΚΑΙ ΜΕ ΠΟΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΚΟΣΤΗ ΘΑ ΕΠΙΒΑΡΥΝΘΟΥΝ ΓΙΑ ΝΑ ΑΠΟΚΤΗΣΟΥΝ ΤΟ ΔΩΡΕΑΝ ΠΡΟΪΟΝ Η ΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ.**



**Σωστό**



**Λάθος**







## Σωστό

### ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ ΓΙΑ ΔΩΡΕΑΝ ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΣΤΟ ΠΗΛΙΟ ΚΑΛΕΣΤΕ ΣΤΟ ΧΧΧΧ ΜΕ ΔΣΤΙΚΗ ΧΡΕΩΣΗ



ΔΩΡΕΑΝ ΔΙΑΜΟΝΗ



## Λάθος

### ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟ ΓΙΑ ΔΩΡΕΑΝ ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΣΤΟ ΠΗΛΙΟ ΣΤΕΙΛΤΕ SMS ΜΕ ΧΡΕΩΣΗ ΧΧΧ



ΘΑ ΕΠΙΒΑΡΥΝΘΕΙΤΕ ΜΕ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΙΝΟΥ  
**70€**

 **Σωστό**



 **Λάθος**



Αν τα νέα ελαστικά πωλούνται σε αυξημένη τιμή, η πρακτική δύναται να θεωρηθεί ως παραπλανητική.



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα

## ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών

Τομέας Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος  
και Ρυθμιστικών Πολιτικών

[www.sev.org.gr](http://www.sev.org.gr)

E. [eper@sev.org.gr](mailto:eper@sev.org.gr)

T. 211 5006 113

 SEVfacts

 ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών

 SEV\_Fed

 SEVFed