

Ο περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμος του 2007 Ν.103(Ι)/2007



Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού
Υπηρεσία Ανταγωνισμού και Προστασίας Καταναλωτών

*Φρένο στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές
των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές*

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμος του 2007, Ν103(Ι)/2007, δημοσιεύτηκε στην Επίσημη Εφημερίδα της Δημοκρατίας με αριθμό 4135 στις 18 Ιουλίου 2007. Ο Νόμος τίθεται σε εφαρμογή από τις 12 Δεκεμβρίου 2007.

Για την επίτευξη του βασικού στόχου του Νόμου, καθιερώνεται ένα νομοθετικό πλαίσιο για την απαγόρευση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, που ασκούν οι επιχειρήσεις στους καταναλωτές (κυρίως στη διαφήμιση και στην επικοινωνία της επιχείρησης με τον καταναλωτή), οι οποίες (πρακτικές) πλήττουν τα οικονομικά τους συμφέροντα. Επιπρόσθετα, δίδονται από το Νόμο οι απαιτούμενες εξουσίες και αρμοδιότητες στην Εντεταλμένη Υπηρεσία για την επιτήρηση και εφαρμογή των προνοιών του Νόμου. Με την εφαρμογή του Νόμου, οι καταναλωτές θα απολαμβάνουν ένα υψηλό επίπεδο προστασίας από εμπορικές πρακτικές που στρεβλώνουν την οικονομική τους συμπεριφορά, τους εμποδίζουν να πάρουν τις ορθές αποφάσεις και γενικά βλάπτουν τα οικονομικά τους συμφέροντα.

ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

Σκοπός του Νόμου είναι η προστασία των καταναλωτών από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων, οι οποίες (πρακτικές) επηρεάζουν ή δυνατόν να επηρεάζουν τα οικονομικά συμφέροντά τους.

Ο Νόμος αναφέρεται σε εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές. Αυτές οι πρακτικές μπορεί να είναι **πράξεις** ή **παραλείψεις** από τις επιχειρήσεις, οι οποίες συνδέονται άμεσα με την προώθηση των πωλήσεων προϊόντων προς τους καταναλωτές.

Προϊόν σύμφωνα με το Νόμο θεωρείται κάθε **αγαθό** ή **υπηρεσία**, συμπεριλαμβανομένης της **ακίνητης ιδιοκτησίας**.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

1. Καθορίζει τα κριτήρια με βάση τα οποία εμπορικές πρακτικές προς τους καταναλωτές θα θεωρούνται αθέμιτες, και εισάγει τη γενική απαγόρευσή τους.
2. Παραθέτει μια «μαύρη» λίστα εμπορικών πρακτικών που θεωρούνται αθέμιτες κάτω από οποιεσδήποτε περιστάσεις.
3. Ορίζει τις παραπλανητικές και επιθετικές εμπορικές πρακτικές ως αθέμιτες και ως εκ τούτου τις απαγορεύει.
4. Παρέχει επαρκείς εξουσίες και αρμοδιότητες στην Υπηρεσία Ανταγωνισμού και Προστασίας Καταναλωτών για την επιτήρηση και την εφαρμογή των προνοιών του Νόμου.
5. Καθορίζει μηχανισμό και διαδικασίες επιβολής διοικητικών προστίμων σε περίπτωση παραβάσεων και ιεραρχικής προσφυγής εναντίον των αποφάσεων για επιβολή διοικητικών προστίμων.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

4

Εμπορική πρακτική είναι κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία - συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ - ενός εμπορευόμενου, που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές.

ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΘΕΜΙΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ

1. Είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις της **επαγγελματικής ευσυνειδησίας**. (Ο ορισμός της επαγγελματικής ευσυνειδησίας καθορίζεται στο σχετικό Νόμο 103(Ι)/2007)
2. **Στρεβλώνει ουσιωδώς** ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του Μέσου Καταναλωτή. (Ο ορισμός της ουσιώδους στρέβλωσης και του Μέσου Καταναλωτή δίδεται από το Νόμο.)
3. Είναι **παραπλανητική**, (όπως αυτή καθορίζεται στα άρθρα 5 και 6 του Νόμου), δηλαδή:
 1. Παρέχει εσφαλμένες πληροφορίες,
 2. Παρέχει πληροφορίες με τρόπο ασαφή που δυνατόν να οδηγήσουν τον καταναλωτή σε αποφάσεις που διαφορετικά δεν θα λάμβανε.
 3. Παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες.
4. **Είναι επιθετική**, (όπως αυτή καθορίζεται στα άρθρα 7 και 8 του Νόμου), δηλαδή:

Χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή **κατάχρηση επιρροής**. (Ο ορισμός της κατάχρησης επιρροής δίδεται από το Νόμο.)
5. Εμπίπτει σε μια από τις τριάντα μια περιπτώσεις (μαύρη λίστα) του πιο κάτω Παραρτήματος. Οι περιπτώσεις αυτές **θεωρούνται αθέμιτες κάτω από οποιεσδήποτε περιστάσεις**, δηλαδή, για τις 31 αυτές περιπτώσεις δεν χρειάζεται οποιαδήποτε απόδειξη ότι η πρακτική αυτή επηρεάζει ή δυνατόν να επηρεάσει το Μέσο Καταναλωτή, σε σημείο που δυνατόν να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική του συμπεριφορά.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

«Μαύρη λίστα» αθέμιτων εμπορικών πρακτικών
(Θεωρούνται αθέμιτες κάτω από οποιεσδήποτε περιστάσεις)

Περιγραφή

1. Ισχυρισμός του εμπορευόμενου ότι πρόκειται για συμβαλλόμενο σε κώδικα συμπεριφοράς ενώ δεν είναι συμβαλλόμενος.
2. Χρησιμοποίηση σήματος «trust», ποιοτικού σήματος ή αντίστοιχου διακριτικού χωρίς την αντίστοιχη άδεια.
3. Ισχυρισμός ότι ένας κώδικας συμπεριφοράς έχει την έγκριση δημόσιου ή άλλου φορέα, ενώ δεν την έχει.
4. Ισχυρισμός ότι ο εμπορευόμενος (συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών πρακτικών του) ή ένα προϊόν έχει την έγκριση, την επικύρωση ή την άδεια δημόσιου ή ιδιωτικού φορέα ενώ δεν την έχει, ή παρόμοιος ισχυρισμός ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης, της επικύρωσης ή της άδειας.

Παρατηρήσεις / παραδείγματα

Στην Κύπρο δεν υπάρχει ευρεία χρήση των κωδικών συμπεριφοράς ή δεοντολογίας.

«κώδικας συμπεριφοράς» σημαίνει κάθε συμφωνία ή σύνολο κανόνων που **δεν επιβάλλονται** από νομοθετική, κανονιστική ή διοικητική πράξη ή διάταξη κράτους μέλους, αλλά αποτελεί αυτοδέσμευση όσων συμμετέχουν στον κώδικα.

Χρησιμοποίηση διεθνών σημάτων όπως ISO, TUV, HASSAP.

«Μέλος του Εγκεκριμένου κώδικα συμπεριφοράς από το Υπουργείο.....»

«Εγκεκριμένος κτηματομεσίτης»,

«Εγκεκριμένος εργολάβος, ηλεκτρολόγος» και άλλα παρόμοια.

«Όλα τα προϊόντα μας είναι ελεγμένα και εγκεκριμένα από το Υπουργείο ...»

5. Πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να γίνεται γνωστή η ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων που μπορεί να έχει ο εμπορευόμενος να πιστεύει ότι δεν θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλο εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένου υπόψη του προϊόντος, της κλίμακας διαφήμισης του προϊόντος και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»).

6. Πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε καθορισμένη τιμή και στη συνέχεια:

- α) άρνηση επίδειξης του διαφημιζόμενου προϊόντος στους καταναλωτές, ή
- β) άρνηση λήψης παραγγελιών για το προϊόν ή παράδοσή του σε εύλογο χρόνο, ή
- γ) επίδειξη ενός ελαττωματικού δείγματός του με πρόθεση προώθησης ενός άλλου προϊόντος («δόλωμα και μεταστροφή»).

«Προλάβετε..., μόνο για μια μέρα, τηλεοράσεις LCD 26'' με μόνο £100,00»,

και ο έμπορος διέθεσε για πώληση μόνο πέντε τηλεοράσεις τη στιγμή που, λογικά, λαμβάνοντας υπόψη τις συνήθεις πωλήσεις του, το γεγονός της εξαιρετικά χαμηλής τιμής και την έκταση της διαφήμισης, θα έπρεπε να διέθετε προς πώληση τουλάχιστον 500 τηλεοράσεις.

(α) «Δυστυχώς δεν το έχω τώρα στο κατάστημα...»

(β) «Δεν μπορώ να πάρω τώρα παραγγελίες γιατί καθυστέρησε η εισαγωγή του και δεν γνωρίζω ακριβώς πότε θα το παραλάβω».

Προσφέρεται για πώληση ηλεκτρική κουζίνα σε πολύ χαμηλή τιμή. Όταν ο πελάτης ζητά να τη δει, ο πωλητής του παρουσιάζει μια ηλεκτρική κουζίνα που λειτουργεί με κανονικά αλλά του υποδεικνύει κάποιο μειονέκτημα ή ελάττωμα και ταυτόχρονα του προτείνει να αγοράσει κάποια άλλη σε διαφορετική τιμή.

7. 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.
8. Ανάλυση της υποχρέωσης παροχής υπηρεσιών υποστήριξης μετά την πώληση σε καταναλωτές με τους οποίους ο εμπορευόμενος είχε επικοινωνήσει πριν από τη συναλλαγή σε γλώσσα που δεν είναι επίσημη γλώσσα του κράτους μέλους, στο οποίο βρίσκεται ο εμπορευόμενος, και στη συνέχεια παροχή αυτής της υπηρεσίας μόνο σε άλλη γλώσσα, χωρίς αυτό να έχει καταστεί γνωστό στον καταναλωτή πριν να δεσμευθεί για τη συναλλαγή.
9. Δήλωση ή με άλλο τρόπο δημιουργία της εντύπωσης ότι ένα προϊόν μπορεί να πωλείται νόμιμα, ενώ δεν μπορεί.
10. Παρουσίαση των δικαιωμάτων που παρέχει ο νόμος στον καταναλωτή ως ειδικό χαρακτηριστικό της προσφοράς του εμπορευόμενου.

«Προλάβετε, κινητά τηλέφωνα με μόνο £20,00, για όσους τηλεφωνήσουν μέσα στα επόμενα δέκα λεπτά.»

«Προλάβετε... οι τιμές μας θα ισχύουν μόνο για δυο μέρες»

και ακολούθως, αφού περάσουν οι δυο μέρες,

«λόγω της μεγάλης ζήτησης και απαίτησης των πελατών μας, οι μειωμένες μας τιμές θα εξακολουθήσουν να ισχύουν για ακόμα τέσσερις μέρες.»

Διαπραγμάτευση για αγορά υπηρεσιών για τεχνική υποστήριξη στα ελληνικά και ακολούθως οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται από αλλοδαπούς τεχνικούς που δεν γνωρίζουν την ελληνική γλώσσα.

Έκθεση ή προσφορά προς πώληση προϊόντων, που είναι παράνομη αντιγραφή γνωστών εμπορικών σημάτων, προϊόντα απομιμήσεις.

«Πλυντήρια με δυο ολόκληρα χρόνια πραγματική εγγύηση»

ενώ υπάρχει νομοθεσία που προνοεί υποχρεωτικά να δίδεται στον καταναλωτή τουλάχιστον δυο χρόνων εγγύηση.

11. Χρήση, για την προώθηση ενός προϊόντος, πληρωμένων από τον εμπορευόμενο ανακοινώσεων στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενο της ανακοίνωσης ή από εικόνα ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση).
12. Διατύπωση ανακριβούς ισχυρισμού όσον αφορά τη φύση ή την έκταση του κινδύνου για την προσωπική ασφάλεια του καταναλωτή ή της οικογένειάς του, αν ο καταναλωτής δεν αγοράσει το προϊόν.
13. Προώθηση παρόμοιου προϊόντος με εκείνο που προσφέρει συγκεκριμένος κατασκευαστής, με τέτοιο τρόπο ώστε να παραπλανάται σκοπίμως ο καταναλωτής ότι έχει κατασκευασθεί από το συγκεκριμένο κατασκευαστή, ακόμα και όταν δεν συμβαίνει αυτό.
14. Δημιουργία, λειτουργία ή προώθηση ενός πυραμιδωτού συστήματος πωλήσεων, όπου ο καταναλωτής θεωρεί ότι έχει την ευκαιρία να έχει όφελος περισσότερο με την εισαγωγή άλλων καταναλωτών στο σύστημα παρά με την πώληση ή την κατανάλωση των προϊόντων.
15. Ισχυρισμός ότι ο εμπορευόμενος πρόκειται να σταματήσει τη δραστηριότητά του ή να μετακομίσει, ενώ αυτό δεν ισχύει.
16. Ισχυρισμός ότι τα προϊόντα μπορούν να διευκολύνουν το κέρδος σε τυχερά παιχνίδια.

Πληρωμένες διαφημίσεις που παρουσιάζονται ως ανακοινώσεις ή αποτέλεσμα έρευνας.

«Προσοχή, ο ηλεκτρισμός σκοτώνει. Μόνο με τα συστήματα ασφαλείας της εταιρείας μας σώζετε τη ζωή σας.»

Προώθηση προϊόντων παράνομης αντιγραφής γνωστών εμπορικών σημάτων ή κατασκευαστών.

«Η τιμή μας είναι μόνο £10,00, και για κάθε πέντε νέους πελάτες που θα μας συστήσετε, θα σας επιστραφούν όλα τα χρήματα που έχετε πληρώσει.»

«Τρέξτετε, ανεπανάληπτες τιμές λόγω μετακόμισής μας στα ιδιόκτητα κτίριά μας.»
«Προλάβετε, τιμές διαλύσεως»

«Με το θαυματοουργό μας σκουλαρίκι, θα λύσετε όλα τα οικονομικά σας προβλήματα. Είναι δυνατόν ακόμα και να κερδίσετε τον πρώτο λαχνό.»

17. Αναληθής ισχυρισμός ότι προϊόν είναι σε θέση να θεραπεύει ασθένεια, δυσλειτουργίες ή δυσμορφίες.
18. Διάδοση ανακριβών πληροφοριών σχετικά με τις συνθήκες της αγοράς ή τη δυνατότητα εύρεσης του προϊόντος, προκειμένου να παροτρυνθεί ο καταναλωτής να αποκτήσει το προϊόν υπό όρους λιγότερο ευνοϊκούς από ό,τι στις κανονικές συνθήκες της αγοράς.
19. Ισχυρισμός σε μια εμπορική πρακτική διεξαγωγής διαγωνισμού ή καταβολής επάθλων, χωρίς τη χορήγηση των περιγραφόμενων επάθλων ή του ισοδύναμου τους.
20. Περιγραφή του προϊόντος ως «δωρεάν», «χωρίς επιβάρυνση» ή άλλη αντίστοιχη περιγραφή, αν ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει άλλη πληρωμή πλην του αναπόφευκτου κόστους για την απάντηση στην εμπορική πρακτική ή για την παραλαβή ή την παράδοση του αντικειμένου.
21. Προσθήκη στο υλικό μάρκετινγκ τιμολογίου ή αντίστοιχου εγγράφου με το οποίο ζητείται πληρωμή και το οποίο παρέχει στον καταναλωτή την εντύπωση ότι έχει ήδη παραγγείλει το προϊόν, ενώ αυτό δεν ισχύει.
22. Ψευδής ισχυρισμός ή δημιουργία της εντύπωσης ότι ο εμπορευόμενος δεν ενεργεί για σκοπούς που συνδέονται με την εμπορική δραστηριότητά του, την επιχείρηση, την τέχνη ή το επιπέδουμά του, ή υποδυόμενος ψευδώς τον καταναλωτή.

«Με το θαυματουργό μας προϊόν δεν έχετε να φοβηθείτε από καμιά ασθένεια. Ακόμα και αυτές που ίσως έχετε, θα φύγουν.»

«Μην ψάξετε αλλού. Σ' αυτή την τιμή, μόνο κοντά μας θα το βρείτε.»

«Θα το βρείτε αποκλειστικά σε μας.»

Ξυστά λαχεία, λαχνοί ή διαγωνισμοί με μικρά και μεγάλα βραβεία, που όμως σ' αυτά δεν περιέχονται οι λαχνοί που κερδίζουν τα μεγάλα βραβεία ή κάποια από αυτά τα βραβεία.

Διαφημίζεται και προσφέρεται κάποιο προϊόν ως δωρεάν και όταν ο καταναλωτής ζητά να το πάρει, του ζητείται να αγοράσει και κάποιο άλλο προϊόν ή να καταβάλει κάποιου είδους άλλη πληρωμή.

Εταιρεία διαφημίζει ότι παρέχεται δυνατότητα δοκιμής των προϊόντων της και όταν στέλλει τα προϊόντα για δοκιμή, μαζί με τα προϊόντα αποστέλλει και τα δελτία αποστολής τους για υπογραφή με τέτοιο τρόπο διατυπωμένα που να έχουν την ισχύ τιμολογίων.

Κτηματομεσιτικές διαφημίσεις ή διαφημίσεις για πώληση μεταχειρισμένων αυτοκινήτων από εταιρείες στις οποίες αναφέρεται μόνο ένα όνομα ή επίθετο και ένας αριθμός κινητού τηλεφώνου.

23. Δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι οι υπηρεσίες μετά την πώληση του προϊόντος διατίθενται σε κράτος μέλος άλλο από αυτό στο οποίο πωλείται το προϊόν.

«Τα προϊόντα μας καλύπτονται με εγγύηση και τεχνική υποστήριξη σ' όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ.»

ισχυρισμός που αποδεικνύεται αναληθής.

ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

24. Δημιουργία της εντύπωσης ότι ο καταναλωτής δεν μπορεί να εγκαταλείψει το χώρο έως ότου συναφθεί η σύμβαση.

Η εταιρεία “holiday clubs” καλεί υποψήφιους πελάτες της για παρουσίαση των προϊόντων της και τους ανακοινώνει τιμές «ανεπανάληπτης προσφοράς», η οποία ισχύει μόνο αν οι υποψήφιοι πελάτες της υπογράψουν σύμβαση μαζί της προτού εγκαταλείψουν το χώρο της παρουσίασης.

25. Προσωπικές επισκέψεις στο σπίτι του καταναλωτή κατά τις οποίες αγνοείται το αίτημα του καταναλωτή για αποχώρηση ή μη επάνοδο.

26. Συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών μέσω τηλεφώνου, φαξ ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων μέσων εξ αποστάσεως, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας, για να επιβληθεί εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης.

Εταιρεία πώλησης προϊόντων αποστέλλει συνεχή μηνύματα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε υποψήφιους αγοραστές. Αν κάποιος από τους αγοραστές ζητήσει από την εταιρεία να διαγραφεί το όνομα τους από τον κατάλογο της εταιρείας και η εταιρεία αγνοήσει το αίτημά τους και εξακολουθήσει να τους αποστέλλει διαφημιστικό υλικό, αυτό παραβαίνει τις πρόνοιες του Νόμου.

27. Απαίτηση προς τον καταναλωτή, που επιθυμεί να προβάλει απαίτηση δυνάμει ασφαλιστήριου συμβολαίου, να προσκομίσει έγγραφα που δεν θα μπορούσαν εύλογα να θεωρηθούν συναφή με την απόδειξη της αξίωσης, ή συστηματική αποφυγή απάντησης στη σχετική αλληλογραφία, έτσι ώστε να αποθαρρυνθεί ο καταναλωτής από την άσκηση των συμβατικών του δικαιωμάτων.

Ασφαλιστική εταιρεία που καλύπτει με συμβόλαιο οικιακό εξοπλισμό, σε περίπτωση κλοπής του εν λόγω εξοπλισμού, για να καταβάλει η εταιρεία τη σχετική αποζημίωση, ζητά από τον πελάτη της τις αποδείξεις αγοράς των προϊόντων που κλάπηκαν, γνωρίζοντας ότι ο πελάτης της αδυνατεί να προσκομίσει τέτοιες αποδείξεις λόγω του μεγάλου χρονικού διαστήματος που αγοράστηκαν.

28. Διαφήμιση με άμεση πιεστική πρόσκληση προς τα παιδιά να αγοράσουν ή να πείσουν τους γονείς τους ή άλλα ενήλικα άτομα να τους αγοράσουν διαφημιζόμενα προϊόντα.
29. Απαίτηση άμεσης ή μεταγενέστερης πληρωμής ή επιστροφής ή φύλαξης για προϊόντα που έχει προμηθεύσει ο εμπορευόμενος αλλά δεν έχουν παραγγελθεί από τον καταναλωτή.
30. Ρητή ενημέρωση του καταναλωτή ότι αν δεν αγοράσει το προϊόν ή την υπηρεσία τίθεται σε κίνδυνο το επάγγελμα ή η ζωή του εμπορευόμενου.
31. Δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει, ή αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα:
- δεν υφίσταται έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος,
ή
η δυνατότητα διεκδίκησης του επάθλου ή άλλου οφέλους προϋποθέτει την καταβολή χρημάτων από τον καταναλωτή ή συνεπάγεται δαπάνη.

Στέλλονται προϊόντα σε καταναλωτή, χωρίς ο καταναλωτής να τα έχει παραγγείλει και ο πωλητής ζητά από τον καταναλωτή να τα πληρώσει, ή αν δεν τα θέλει να τα επιστρέψει πίσω, ή να φροντίσει για την ασφαλή φύλαξή τους μέχρι την επιστροφή τους στον πωλητή.

«Αν δεν αγοράσετε το προϊόν που σας προσφέρω, η εταιρεία μου θα με απολύσει».

Προσέγγιση καταναλωτών, υποβολή σ' αυτούς απλών ερωτήσεων και ταυτόχρονη προσφορά δώρου με το δικαιολογητικό τις ορθές απαντήσεις του καταναλωτή. Όταν ο καταναλωτής ζητά το δώρο του, του εξηγείται ότι για να το πάρει θα πρέπει να αγοράσει και κάτι άλλο.

*Υπηρεσία Ανταγωνισμού και Προστασίας Καταναλωτών
Κοντά στο Κύπριο Καταναλωτή*

*Ο περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμος
του 2007 Ν.103(Ι)/2007*

*Φρένο στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Αποτελεσματική προστασία των οικονομικών συμφερόντων
των καταναλωτών.*

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Υπηρεσία Ανταγωνισμού και Προστασίας Καταναλωτών

Α. Αραούζου, 1421, Λευκωσία

Φαξ. 22375120

Τηλ. 22867108 ή **1429** (δωρεάν παγκύπρια τηλεφωνική γραμμή)

Ηλεκτρονική διεύθυνση: **perm.sec@mcit.gov.cy**

Ιστοσελίδα: **<http://www.mcit.gov.cy>**



Γ.Τ.Π. 406/2007 - 20.000

Εκδόθηκε από το Γραφείο Τύπου και Πληροφοριών

Εκτύπωση: Kailas / Printers & Lithographers Ltd