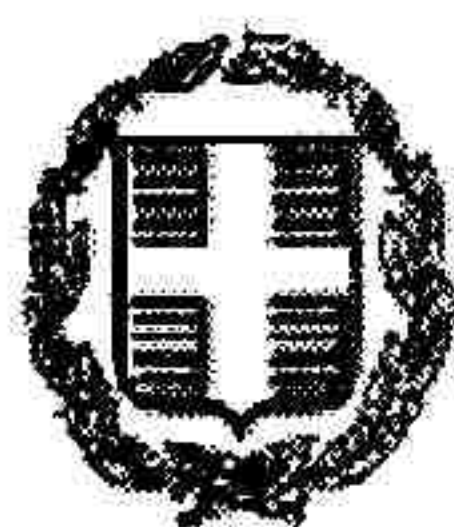




ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Ανάπτυξης,
Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας

Γ. Γ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ
Ταχ. Δ/ση : Πλ. Κάνιγγος
Ταχ. Κώδικας : 101 81
Πληροφορίες : Κων/να Παπακώστα
ΤΗΛ. : 210 3837150
Email: gemporiou@gge.gr
FAX : 210 3837843

18/ > / 12
Αθήνα, 18/01/2012

Αριθ. Πρωτ.: Β13-491

ΠΡΟΣ :
Τη Βουλή των Ελλήνων
Διεύθυνση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα: Ερωτήσεων (2)

ΚΟΙΝ.:
-Βουλευτή κα.
Μ. Θεοχάρη

ΘΕΜΑ: Απάντηση στην Ερώτηση της Βουλευτού κας Μ. Θεοχάρη.

Σχετ.: Ερώτηση 370/11-10-2011.

Απαντώντας στην παραπάνω Ερώτηση, που κατέθεσε στη Βουλή των Ελλήνων η Βουλευτής κα. Μ. Θεοχάρη, με θέμα : **«Ανάγκη λήψης μέτρων εναντίον των πρακτικών αθέμιτου ανταγωνισμού που χρησιμοποιεί μερίδα εμπορικών επιχειρήσεων»**, σας γνωρίζουμε τα ακόλουθα:

1) Το γενικότερο νομοθετικό πλαίσιο για πρακτική αθέμιτου ανταγωνισμού είναι ο ν.146/1914 με βάση τον οποίο δύναται να προσφύγει πας θιγόμενος ο οποίος έχει έννομο συμφέρον στα πολιτικά δικαστήρια.

2) Ειδικότερα για θέματα προωθητικών ενεργειών σε ισχύ ευρίσκεται το άρθρο 71 της Αγορανομικής Διάταξης 7/2009, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει με την Αγορανομική Διάταξη 4/2011 (Κεφάλαιο Α' της με αριθ. πρωτ. Α2-1484/01-09-2011 απόφασης), όπου θεσπίζονται ορισμένες μορφές προωθητικών ενεργειών στα καταστήματα λιανικής πώλησης συσκευασμένων προϊόντων και καθορίζονται δεσμευτικοί τρόποι διάθεσης αυτών, στο πλαίσιο διασφάλισης των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού.

Για την εφαρμογή της Διάταξης αυτής, ορίζεται ως «προωθητική ενέργεια» κάθε ενέργεια μάρκετινγκ, περιορισμένης χρονικής ισχύος που επικοινωνείται στον τελικό καταναλωτή και με την οποία υποδηλώνεται με οποιονδήποτε τρόπο ότι η αγορά του υπό προώθηση προϊόντος του αποφέρει οικονομικό όφελος.

Επίσης στην εν λόγω Αγορανομική Διάταξη μεταξύ των άλλων ορίζονται τα κατωτέρω :

α) 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 άλλη μορφή εμπορικής πρακτικής, συμπεριλαμβανομένης και της με οποιοδήποτε τρόπο διαφήμισης.

β) Επί της πινακίδας λιανικής πώλησης αναγράφεται υποχρεωτικά, εκτός από την τιμή πώλησης του προωθούμενου προϊόντος, και η τιμή ανά μονάδα μέτρησης πριν και μετά την

προωθητική ενέργεια. Οι ενδείξεις των παραπάνω τιμών 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) 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.

δ) Εφόσον προσφέρεται μαζί με το πωλούμενο προϊόν ως δώρο άλλο, ανόμοιο προϊόν, η αξία του τελευταίου δεν μπορεί να υπερβαίνει την αξία του πωλούμενου προϊόντος. Σε αυτή την περίπτωση η τιμή ανά μονάδα μέτρησης του πωλούμενου με δώρο προϊόντος δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερη από την τιμή ανά μονάδα μέτρησης του ίδιου προϊόντος που πωλείται χωρίς δώρο. Το προηγούμενο εδάφιο εφαρμόζεται και στην περίπτωση προϊόντων που συμμετέχουν σε προγράμματα επιβράβευσης πιστότητας.

ε) Απαγορεύεται ρητά η καταστροφή της προωθητικής συσκευασίας και η πώληση του περιεχομένου αυτής ως μεμονωμένα προϊόντα.

στ) Επιτρέπεται η διενέργεια προωθητικών ενεργειών εφόσον ούτε η τιμή χονδρικής ούτε η τιμή λιανικής του προϊόντος, στο συγκεκριμένο σημείο πώλησης, έχει αυξηθεί κατά την περίοδο των δύο (2) μηνών που προηγούνται της έναρξης της προωθητικής ενέργειας. Εφόσον κατά την ανωτέρω περίοδο έχει πραγματοποιηθεί άλλη προωθητική ενέργεια ή, με άλλο τρόπο, πρόσκαιρη μείωση τιμής, η επακόλουθη αύξηση μέχρι το επίπεδο της τιμής που ίσχυε στην αρχή της περιόδου των δύο (2) μηνών, δεν εμποδίζει τη διενέργεια νέας προωθητικής ενέργειας.

ζ) Στα σημεία λιανικής πώλησης όπου διενεργούνται προωθητικές ενέργειες που προϋποθέτουν την αγορά τουλάχιστον δύο (2) συσκευασιών του ίδιου προϊόντος, θα πρέπει το προωθούμενο προϊόν να διατίθεται υποχρεωτικά και μεμονωμένα.

Στο σημείο αυτό σας ενημερώνουμε ότι η Γ.Γ. Εμπορίου απέστειλε υπογεγραμμένο σχέδιο νέας Αγορανομικής Διάταξης (Α.Δ 5/2011) στο Εθνικό Τυπογραφείο προκειμένου να της χορηγηθεί σχετικό ΦΕΚ και η οποία τροποποιεί την ανωτέρω Α.Δ 4/2011.

Με την νέα Α.Δ 5/2011 αντικαθίσταται η ανωτέρω περίπτωση (στ) ως κατωτέρω :

- «Επιτρέπεται η διενέργεια προωθητικών ενεργειών στο σημείο λιανικής πώλησης ,εφόσον δεν έχει αυξηθεί η τιμή αγοράς βάσει τιμολογίου αγοράς του προωθούμενου προϊόντος ,κατά την περίοδο των δύο (2) μηνών που προηγούνται της έναρξης της προωθητικής ενέργειας. Ως ημερομηνία έναρξης της προωθητικής ενέργειας προϊόντος ,θεωρείται η ημερομηνία παραλαβής του προϊόντος στο συγκεκριμένο σημείο λιανικής πώλησης ».

- Επίσης με την νέα Α.Δ 5/2011 ορίζεται ότι οι εκπώσεις που αφορούν το σύνολο μιας κατηγορίας προϊόντων, στο ίδιο σημείο λιανικής πώλησης ,δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της εν λόγω Αγορανομικής Διάταξης .

Ακόμα στο Κεφάλαιο Β, της με αριθ. πρωτ. Α2-1484/01-09-2011 απόφασης -(ΦΕΚ 2076/Β/19-09-2011) έχουν θεσπιστεί κυρώσεις για τους παραβάτες του ανωτέρω άρθρου 71 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

Οι κυρώσεις αυτές κεινόνται σε ποσοστό 0,5% έως 5% επί της αξίας πωλήσεων του προωθούμενου προϊόντος στο συγκεκριμένο σημείο λιανικής πώλησης κατά την τελευταία κλεισμένη χρήση ,όπως ακριβώς ορίζονται στο εν λόγω Κεφάλαιο Β, της με αριθμ. πρωτ. Α2-1484/01-09-2011 απόφασης και αφορούν κάθε παράβαση ξεχωριστά .

Επιπλέον σε ισχύ ευρίσκεται το άρθρο 15 του ν. 802/78 (ΦΕΚ 121 Α') όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, σύμφωνα με το οποίο οι προσφορές στα καταστήματα λιανικής πώλησης (Σούπερ Μάρκετ κλπ), για είδη παντοπωλείου ,δεν έχουν χρονικό ή άλλο περιορισμό.

Όσον αφορά για τα λοιπά είδη επιτρέπονται οι προσφορές συγκεκριμένων προϊόντων ή προϊόντων ορισμένης κατηγορίας, για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβεί τις δέκα (10) συνεχόμενες ημέρες, εφόσον αναγράφονται ευκρινώς η παλαιά και νέα τιμή των προϊόντων, σε εμφανή σημεία του καταστήματος και οπωσδήποτε στα σημεία όπου εκτίθενται τα προσφερόμενα προϊόντα.

Σε κάθε περίπτωση, απαγορεύεται η προσφορά ειδών, των οποίων η ποσότητα υπερβαίνει το πενήντα τοις εκατό (50%) του συνόλου των ειδών που διαθέτει το κατάστημα. Νέα προσφορά του ίδιου προϊόντος δεν επιτρέπεται πριν παρέλθουν εξήντα (60) ημέρες από την προηγούμενη.

Ο υπεύθυνος κάθε εμπορικού καταστήματος οφείλει να ανακοινώνει στην διεύθυνση εμπορίου της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης (νυν Περιφερειακής Ενότητας) και στο οικείο Εμπορικό Σύλλογο, τις προσφορές που προτίθεται να κάνει, τουλάχιστον μια (1) ημέρα πριν από την έναρξη τους.

Στην ανακοίνωση αναφέρονται τα προσφερόμενα προϊόντα και η χρονική διάρκεια της προσφοράς.

Αν οι προσφορές είναι ανακριβείς ή παραπλανητικές ως προς το ποσοστό μείωσης των τιμών των προσφερόμενων προϊόντων ή ως προς την ποσότητα αυτών ή ενέχουν οποιασδήποτε μορφής απόκρυψη ή παραπλάνηση ή αν παραβιάζονται οι ισχύουσες διατάξεις επιβάλλεται, σε βάρος των υπευθύνων, με απόφαση του Νομάρχη (νυν Περιφερειάρχη) της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης (νυν Περιφερειακής Ενότητας) που τελείται η παράβαση, πρόστιμο πεντακοσίων (500) μέχρι πενήντα χιλιάδων (50.000) ευρώ, ανάλογα με την βαρύτητα και την συχνότητα της παράβασης.

Το εν λόγω πρόστιμο επιβάλλεται πέραν των ποινικών κυρώσεων που προβλέπονται στο άρθρο 31 του Αγορανομικού Κώδικα.

Ο έλεγχος για την εφαρμογή των διατάξεων του Αγορανομικού Κώδικα και των κατ' εξουσιοδότηση αυτού ισχυουσών Αγορανομικών Διατάξεων εντάσσεται μέσα στα ημερήσια καθήκοντα των Αρχών που ασκούν αγορανομικούς ελέγχους και όπου διαπιστώνονται παραβάσεις από τους υπόχρεους εφαρμογής των διατάξεων αυτών κινούνται οι διαδικασίες εφαρμογής των νομίμων κατά των παραβατών.

3) Το νομοθετικό πλαίσιο σύμφωνα με το οποίο διενεργούνται οι εκπτώσεις, οι προσφορές καθώς και οι προωθητικές ενέργειες ισχύει από το 2005 και από την μέχρι σήμερα εφαρμογή του δεν έχουν παρουσιασθεί ιδιαίτερα προβλήματα. Έχει καθορισθεί σαφώς πότε επιτρέπονται οι εκπτώσεις πώς διενεργούνται οι προσφορές (ν.3377/05, ν.3553/07) και με ποιο τρόπο πρέπει να γίνονται οι προωθητικές ενέργειες (Α4-1634/05, Α4-1058/08) ώστε να μη συγχέονται με τις εκπτώσεις και τις προσφορές.

Τέλος, η Υπηρεσία Εποπτείας Αγοράς του Υπουργείου έχει αρμοδιότητα στη διεξαγωγή ελέγχων προκειμένου να διαπιστώνεται η ορθή εφαρμογή της ανωτέρω νομοθεσίας. Σε περίπτωση διαπίστωσης παράβασης, στους παραβάτες επιβάλλονται ποινικές και διοικητικές κυρώσεις σύμφωνα με το άρθρο 15 του ν.3377/2005.

Κατά τα λοιπά αρμόδιο για απάντηση είναι το Υπουργείο Εργασίας & Κοινωνικής Ασφάλισης (Γ.Γ. Καταναλωτή), προς το οποίο κοινοποιούμε αντίγραφο της παρούσας Ερώτησης.

Ο ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΥΠΟΥΡΓΟΣ

ΣΩΚΡΑΤΗΣ ΞΥΝΙΔΗΣ

ΑΚΡΙΒΕΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ
ΤΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ
ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΑΠΑΙΣΤΕΡ