

**ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ**  
**ΣΔΟ**  
**ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΟΣΟΝ**  
**ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ**  
**ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ**  
**ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

**ΖΕΡΒΑΚΗ ΚΛΕΑΝΘΗ**  
**ΛΙΟΝΤΑΚΗ ΑΘΗΝΑ**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</u> .....	1
<u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u> .....	2
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup></u> ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΙΑΙΑΣ ΤΙΜΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ.....	3
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup></u> Η ΑΝΑΓΚΗ ΓΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	5
2.1 Η ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.....	5
2.2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ.....	6
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup></u> ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ.....	7
3.1 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ.....	7
3.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΕΚΤΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ.....	10
3.3 ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΓΙΑ ΕΛΑΤΩΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ.....	12
3.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ - ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	13
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup></u> ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ.....	14
4.1 ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΑΣΦΑΛΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ «ΑΣΦΑΛΗ ΨΩΝΙΑ».ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	14
4.2 ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ.ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ.(ΣΧΕΤΙΚΟΙ ΝΟΜΟΙ).....	15
4.3 ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ.....	26
4.4 ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ / ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΠΟΡΤΑ ΣΕ ΠΟΡΤΑ.....	27
4.5 ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ.....	28
4.6 ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ .....	29
4.7 ΚΕΝΤΡΑ (ΜΟΝΑΔΕΣ) ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ.....	30
4.8 ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ.....	31
4.9 ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ.....	32
4.10 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	32
4.11 ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	34
4.11.1.ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ.....	34
4.11.2.. ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ.....	35
4.12 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΕΝΙΚΟΥ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΟΣ.....	35

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή μας εργασία **«ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΟΣΩΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ»** περιλαμβάνει εννέα κεφάλαια τα οποία αναφέρονται στα δικαιώματα που έχει ο καταναλωτής, για την *αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές*, για την συμπεριφορά και την ασφάλεια του καταναλωτή.

Επίσης αναφερόμαστε στην *διασφάλιση των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών* που περιλαμβάνει την εξασφάλιση ασφαλών συναλλαγών *«ασφαλή ψώνια»*, την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές καθορίζονται από την Κοινή Υπουργική Απόφαση Ζ1-404/14,6,2001, όπως αυτή έχει εναρμονιστεί προς την *Οδηγία 98/6/ΕΚ, τις εκπτώσεις, το ηλεκτρονικό εμπόριο κ.α.*

Τέλος στην εργασία μας αναφερόμαστε στο *Ευρωπαϊκό κέντρο καταναλωτή*, για την *πολιτική ανταγωνισμού της ΕΕ* και την *προστασία του καταναλωτή στην ΕΕ* σε ξεχωριστό κεφάλαιο, καθώς και τους προβληματισμούς στο υπουργείο ανάπτυξης για την *ακριβή αγορά και τα νέα μέτρα*.

Στο τελευταίο κεφάλαιο έχουμε πάρει τις τιμές από διάφορα προϊόντα από τα μεγαλύτερα super market του νομού μας και σας τα παρουσιάζουμε ώστε να γνωρίζουμε τις διαφορές που υπάρχουν στις τιμές και να προσέχουμε τι αγοράζουμε.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τον τελευταίο χρόνο, ως αποτέλεσμα της κατάργησης του θεσμού της επιτροπής τιμών και κατ' επέκταση του ελέγχου των τιμών, ως αποτέλεσμα των ανεξέλεγκτων αυξήσεων των τιμών και της αισχροκέρδειας, ως αποτέλεσμα της προσφοράς ακατάλληλων προϊόντων, δημιουργήθηκε η ανάγκη μεγαλύτερης δραστηριοποίησης των καταναλωτών. Δημιουργήθηκε η ανάγκη για διεκδίκηση των δικαιωμάτων τους, για προστασία και παρέμβαση τους σε κάθε ζήτημα που έχει να κάνει με τις τιμές, την ποιότητα των προσφερομένων προϊόντων, τις παραβιάσεις της νομοθεσίας, την εκπαίδευση και ενημέρωση τους, την λήψη από μέρους του κράτους των μέτρων εκείνων που θα βελτιώσουν την θέση τους στην κοινωνία.

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία 20 με 30 χρόνια, λόγω των τεράστιων αλλαγών που σημειώθηκαν στη ζωή των ανθρώπων (τεχνολογικών, κοινωνικών, δημογραφικών), επήλθαν και σημαντικές αλλαγές στη νοοτροπία και συμπεριφορά των καταναλωτών. Έχει διαφοροποιηθεί το διαιτολόγιο τους, η προτίμησή τους για το ένα ή το άλλο καταναλωτικό αγαθό.

Έτσι λοιπόν δημιουργήθηκε η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή της οποίας σκοπός είναι να εισηγείται την χάραξη και εφαρμογή της κυβερνητικής πολιτικής στον τομέα της προστασίας του καταναλωτή και να μεριμνά για τον έλεγχο της εφαρμογής της νομοθεσίας που αφορά την προστασία του καταναλωτή και να φροντίζει για τα συμφέροντα των καταναλωτών εν γένει και ιδίως για

- 1) Την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών
- 2) Τα οικονομικά τους συμφέροντα
- 3) Την οργάνωσή τους σε ενώσεις καταναλωτών
- 4) Το δικαίωμα ακρόασής τους σε θέματα που τους αφορούν και
- 5) Την πληροφόρηση και επιμόρφωσή τους σε καταναλωτικά θέματα.

Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή επιλαμβάνεται των προβλημάτων που οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν στις συναλλαγές τους τόσο από ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και από επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής δημοσίου τομέα και οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

### ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΙΑΙΑΣ ΤΙΜΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ.

Στη σύγχρονη εποχή, την εποχή του άκρατου καταναλωτισμού έχει καταστεί περισσότερο επιτακτική η διεκδίκηση από τους καταναλωτές των βασικών τους δικαιωμάτων.

Τα βασικά δικαιώματα του καταναλωτή, είναι τα εξής:

1. το δικαίωμα της ασφάλειας και υγείας
2. το δικαίωμα της ενημέρωσης
3. το δικαίωμα της αποζημίωσης
4. το δικαίωμα της εκπαίδευσης
5. το δικαίωμα της εκπροσώπησης
6. το δικαίωμα ενός υγιεινού περιβάλλοντος

Λιανικό εμπόριο. Ο περί Αναγραφής της Τιμής Πώλησης και της μοναδιαίας Τιμής των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές. **Νόμος 2000.**

- Σκοπός του Νόμου είναι να ορίσει την αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαία τιμής μέτρησης των προϊόντων τα οποία προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές προκειμένου να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών.
- «Τιμή πώλησης» σημαίνει την τελική τιμή που ισχύει για μια μονάδα του προϊόντος ή για δεδομένη ποσότητα του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένου του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας και όλων των λοιπών φόρων.
- «Μοναδιαία τιμή» ή «Τιμή μονάδας» σημαίνει την τελική τιμή, συμπεριλαμβανομένου του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας και όλων των λοιπών φόρων η οποία ισχύει για ποσότητα ενός χιλιόγραμμου, ενός λίτρου, ενός μέτρου, ενός τετραγωνικού μέτρου ή ενός κυβικού μέτρου του προϊόντος.
- Έμπορος ο οποίος πωλεί ή εκθέτει προς πώληση προϊόντα σε καταναλωτές οφείλει να διασφαλίζει ότι σε αυτά αναγράφεται η τιμή πώλησης.

- Η πιο πάνω υποχρέωση του εμπόρου δεν εφαρμόζεται σε προϊόντα που προσφέρονται για πώληση στους καταναλωτές χύμα, στα οποία αναγράφεται μόνο η μοναδιαία τιμή.
- Όταν σε διαφημίσεις ή καταλόγους προϊόντων αναφέρεται η τιμή πώλησης, θα αναφέρεται και η μοναδιαία τιμή του προϊόντος.
- Ο τρόπος ένδειξης των τιμών είναι ο ακόλουθος:

α) Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει να αναγράφονται σε κυπριακές λίρες.

β) Καμία άλλη τιμή, εκτός από την τιμή πώλησης και την μοναδιαία τιμή, δεν αναγράφεται στα προϊόντα.

γ) Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει:

ι) Να είναι σαφείς, ευκόλως αναγνωρισμένες, ευδιάκριτες και ευανάγνωστες και

ii) Να αναγράφονται στα ίδια τα προϊόντα ή στις συσκευασίες τους ή στα ράφια του καταστήματος που είναι τοποθετημένα στα προϊόντα εφόσον δεν προκαλείται σύγχυση στον καταναλωτή.

Τέλος έχουμε την καθιέρωση πληροφοριακής ετικέτας στα συσκευασμένα τρόφιμα.

Η ετικέτα αυτή πρέπει να περιέχει:

1. το όνομα των τροφίμων ή ποτών
2. κατάλογο των συστατικών
3. καθαρό περιεχόμενο
4. όνομα και διεύθυνση του κατασκευαστή και τη χώρα προέλευσης.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### Η ΑΝΑΓΚΗ ΓΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η γνώση της συμπεριφοράς του καταναλωτή από τις επιχειρήσεις είναι μια αναγκαία προϋπόθεση για την επιτυχία τους.

Με τον όρο «Συμπεριφορά Καταναλωτή» νοείται η συμπεριφορά που διαμορφώνει ένα άτομο ή μια ομάδα σε μια κατάσταση αγοράς η οποία μπορεί να παρατηρηθεί ή να καταγραφεί.

Η σύγχρονη διοίκηση των επιχειρήσεων έχει εκτιμήσει πολύ την ανάγκη γνώσεως της συμπεριφοράς του καταναλωτή και προσπαθεί να την καλύψει όσο το δυνατόν καλύτερα.

#### 2.1 Η ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η συνειδητοποίηση της ανάγκης γνώσεως της συμπεριφοράς του καταναλωτή, απαιτεί μια μικρή ιστορική ανασκόπηση, που θα επιτρέψει την απεικόνιση της εξελίξεως και των αλλαγών που έγιναν στον χώρο της αγοράς.

Μεταπολεμικά κάτω από το πρίσμα των νέων οικονομικών και κοινωνικών δεδομένων υπήρξαν αρκετές αναθεωρήσεις θέσεων. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγεται και η αναθεώρηση των σχέσεων «προμηθευτή – καταναλωτή».

Από το 1950 οι επιχειρήσεις αρχίζουν πλήρως να συνειδητοποιούν την ανάγκη να γνωρίζουν περισσότερα για τις προτιμήσεις, προδιαθέσεις και συνέπειες των αγοραστών.

Οι μέρες του εύκολου εμπορίου είχαν περάσει και καμία επιχείρηση δεν μπορούσε να επιβιώσει για πολύ αν δεν είχε επαρκή γνώση των αναγκών του αγοραστικού της κοινού.

Προς την κατεύθυνση αυτή υπήρξαν δυο κύριες τάσεις:

- ❖ επιχειρήσεις που δεν είχαν τη διάθεση, ή την ικανότητα να προσαρμοστούν προς τα νέα δεδομένα με αποτέλεσμα να χάσουν την αγορά και
- ❖ επιχειρήσεις που αντιλήφθηκαν τη σημασία αυτής της αλλαγής και προσαρμόστηκαν προς τα νέα δεδομένα με αποτέλεσμα να κερδίσουν την αγορά.

Η τελευταία κατηγορία για να πετύχει τους στόχους της κατέβαλε μεγάλες προσπάθειες προσανατολισμού της παραγωγής της, του προσωπικού της και των υπηρεσιών της προς τις ανάγκες των καταναλωτών.

## 2.2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ

Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την συμπεριφορά του καταναλωτή είναι ο «καταναλωτισμός».

*Καταναλωτισμός* είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων της κυβέρνησης των επιχειρήσεων, και των άλλων οργανώσεων ή ατόμων που επιδιώκουν την προστασία του καταναλωτή.

Ο *Καταναλωτισμός* επιδιώκει να επηρεάσει την συμπεριφορά του καταναλωτή προς ορισμένη κατεύθυνση και κυρίως:

- 1) Απαιτεί περισσότερες πληροφορίες για τον καταναλωτή.
- 2) Να μην αγοράζει ακριβά είδη.
- 3) Να συμμετέχει στα διάφορα καταναλωστικά σωματεία.
- 4) Να μην κατευθύνεται από τους παραγωγούς.
- 5) Να μην επιτρέπει να τον μεταχειρίζονται σαν ασήμαντο αντικείμενο.
- 6) Να χρησιμοποιεί τα χρήματα του με σύνεση.
- 7) Να μην αφήνεται να εξαπατάται από τους πρακτικούς λιανοπωλητές.
- 8) Να μην πετά τα χρήματά του.
- 9) Να απαιτεί ελευθερία εκλογής κατά την αγορά.
- 10) Να απαιτεί προστασία από την πολιτεία.

Η ανάπτυξη του καταναλωτισμού έχει σημαντικές συνέπειες μεταξύ των οποίων οι κυριότερες είναι:

- ✓ Η αλλαγή των σχέσεων μεταξύ των παραγωγών και των καταναλωτών προς όφελος των τελευταίων π.χ. βελτίωση ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, μη χρησιμοποίηση επιβλαβών ουσιών, καθορισμός με νόμο ευθύνης παραγωγών κ.λ.π.
- ✓ Η αλλαγή της δομής και της ανάπτυξης του μάρκετινγκ. Εγκαταλείπεται το *μάρκετινγκ ποσότητας* για το *μάρκετινγκ ποιότητας*.
- ✓ Η αλλαγή της δομής και της ανάπτυξης της επικοινωνίας μεταξύ των παραγωγών και των καταναλωτών. Από μονόδρομη γίνεται αμφίδρομη. Ορισμένες λειτουργίες επικοινωνίας διαφοροποιούνται, π.χ. η διαφήμιση απαιτείται να είναι μελετημένη και έντιμη.
- ✓ Μεγαλύτερη παρέμβαση της πολιτείας για την προστασία του καταναλωτή επειδή αυτός πολλές φορές δεν είναι σε θέση μόνος του να παρακολουθήσει, να ελέγξει και να επεξεργαστεί την δραστηριότητα και τις πρωτοβουλίες των παραγωγών.



Ο καταναλωτισμός ενισχύεται στο εθνικό επίπεδο από τις διάφορες πρωτοβουλίες και δραστηριότητες των σχετικών ομάδων ή από το κράτος ή κρατικούς οργανισμούς και στο διακρατικό επίπεδο από τους διεθνείς ή περιφερειακούς οργανισμούς, π.χ. η ΕΕ προσπαθεί να εξαλείψει όλους τους κανόνες που με το πρόσχημα της ασφαλείας ή της προστασίας της υγείας εμποδίζουν τον καταναλωτή να αγοράσει το προϊόν που τον συμφέρει.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

### 3.1 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

#### **ΑΡΜΟΔΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

Αρμόδιοι φορείς για την ασφάλεια των τροφίμων είναι:

- ❖ ο ενιαίος φορέας ελέγχου τροφίμων – ΕΦΕΤ
- ❖ το γενικό χημείο του κράτους

Ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ) είναι Ν.Π.Δ.Δ. και τελεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης.



Αρμοδιότητες του ΕΦΕΤ είναι :

- Να καθορίζει τις προδιαγραφές ποιότητας τις οποίες πρέπει να πληρούν τα προσφερόμενα στην κατανάλωση τρόφιμα και οι πρώτες ή πρόσθετες ύλες που προορίζονται για προσθήκη σε τρόφιμα με σκοπό την προστασία της δημόσιας υγείας και την αποφυγή της εξαπάτησης των καταναλωτών.
- Να καθορίζει ή να επικυρώνει τους κανόνες ορθής υγιεινής πρακτικής όπου η τήρηση αυτών των κανόνων αποτελεί προϋπόθεση για την ίδρυση και λειτουργία κάθε επιχείρησης τροφίμων.
- Να τηρεί μητρώο επιχειρήσεων τροφίμων και να καθορίζει τα προγράμματα ελέγχων που διενεργούνται από τις υπηρεσίες του ή από άλλες αρχές και υπηρεσίες.

- Διενεργεί με τα όργανά του ή παραγγέλλει σε άλλες αρχές ή υπηρεσίες, συντονίζει και διευθύνει τους ελέγχους σε όλα τα στάδια μετά την πρωτογενή παραγωγή στην οποία εντάσσονται μεταξύ άλλων η συγκομιδή, η σφαγή και το άρμεγμα, δηλαδή στο στάδιο της παρασκευής, της μεταποίησης, της παραγωγής, της συσκευασίας, αποθήκευσης, μεταφοράς, διανομής, διακίνησης, προσφοράς, προς πώληση ή της διάθεσης στον καταναλωτή στα νωπά ή επεξεργασμένα τρόφιμα που παράγονται, διακινούνται ή εισάγονται στη χώρα μας ή εξάγονται από αυτήν. Διενεργεί επίσης ελέγχους στα υλικά και αντικείμενα που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα. Σκοπός των ελέγχων είναι η διασφάλιση της υγιεινής των τροφίμων και η προστασία των συμφερόντων του καταναλωτή. Οι έλεγχοι αυτοί συνίστανται ιδίως σε επιθεωρήσεις των επιχειρήσεων τροφίμων, στον έλεγχο του συστήματος παραγωγής των επιχειρήσεων, στην διενέργεια δειγματοληψιών και αναλύσεων τροφίμων σε δικό του ή άλλα εργαστήρια τροφίμων.
- Η επιθεώρηση περιλαμβάνει ιδίως τον έλεγχο των πρώτων και πρόσθετων υλών, των τροφίμων κατά την παραγωγική διαδικασία των τελικών προϊόντων, της τήρησης των κανόνων ορθής υγιεινής πρακτικής στις εγκαταστάσεις των επιχειρήσεων τροφίμων, στο μηχανολογικό εξοπλισμό, στην υγεία για την υγιεινή του προσωπικού, στον καθορισμό και την απολύμανση, στην καταπολέμηση τρωκτικών και εντόμων στη συσκευασία, στην αποθήκευση και στη διανομή και μεταφορά των τροφίμων.
- Ο έλεγχος του συστήματος παραγωγής υγιεινών προϊόντων περιλαμβάνει τον έλεγχο των κρίσιμων σημείων ελέγχου κατά την παραγωγική διαδικασία, τον έλεγχο των μέτρων πρόληψης που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση των κινδύνων τον έλεγχο των παραμέτρων επεξεργασίας και συντήρησης που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις για την εξάλειψη των κινδύνων των τροφίμων.
- Συμμετέχει στα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των διεθνών οργανισμών για την διαμόρφωση των σχετικών με τις αρμοδιότητές του αποφάσεων.
- Μεριμνά για την εκπόνηση ερευνητικών προγραμμάτων.
- Συλλέγει επεξεργάζεται και τηρεί πληροφορίες στατιστικά στοιχεία και μητρώα σχετικά με τους ελέγχους που διενεργούνται από τις υπηρεσίες του, τις επιχειρήσεις τροφίμων και τα αντικείμενα της αρμοδιότητάς του.

- Μεριμνά για την συνεχή ενημέρωση, επιμόρφωση και εκπαίδευση του προσωπικού του για τις τεχνολογικές εξελίξεις και στις νέες νομοθεσίες καθώς και του καταναλωτή σε θέματα ασφάλειας και ποιότητας τροφίμων, σε συνεργασία με την Γενική Γραμματεία Καταναλωτή.

Το **Γενικό Χημείο του Κράτους** είναι υπηρεσία του Υπουργείου Οικονομικών, που λειτουργεί σε επίπεδο Γενικής



διεύθυνσης.

Αποστολή του Γενικού χημείου του κράτους είναι:

- Η επιστημονική υποστήριξη των τελωνειακών και φορολογικών υπηρεσιών, του ΣΔΟΕ και των άλλων υπηρεσιών του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών
- Η διασφάλιση των εσόδων του κράτους
- Η προστασία της δημόσιας υγείας και του περιβάλλοντος
- Η προστασία της υγείας και των συμφερόντων των καταναλωτών
- Η επιστημονική υποστήριξη των δικαστικών, αστυνομικών και λοιπών κρατικών αρχών
- Η στήριξη της υγιούς λειτουργίας της αγοράς.

Το γενικό χημείο του κράτους δραστηριοποιείται σε πολλά επίπεδα όπως η λήψη νομοθετικών μέτρων οι όροι δηλαδή που πρέπει να πληρούν διάφορα προϊόντα προκειμένου να διατεθούν στην κατανάλωση, προβαίνει σε επιθεωρήσεις χώρων παρασκευής ή διάθεσης προϊόντων, πραγματοποιεί εργαστηριακές εξετάσεις διαφόρων προϊόντων για να ελεγχθεί αν είναι κατάλληλα για χρήση.

## **3.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΕΚΤΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

### **Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΕΝΙΚΑ**

Η γενική γραμματεία καταναλωτή είναι ο αρμόδιος φορέας για την εφαρμογή της γενικής υποχρέωσης περί ασφάλειας των προϊόντων εκτός των τροφίμων και ορισμένων άλλων προϊόντων.

Ασφαλές θεωρείται κάθε προϊόν το οποίο, υπό τις συνήθειες ή ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες χρήσης, συμπεριλαμβανομένης της διάρκειας χρήσης, και στις περιπτώσεις που είναι εφαρμόσιμο, της θέσης σε λειτουργία, της εγκατάστασης και των αναγκών της συντήρησης, δεν παρουσιάζει κανένα κίνδυνο ή μόνο ελάχιστους κινδύνους που συμβιβάζονται με την χρήση του προϊόντος και οι οποίοι θεωρούνται αποδεκτοί και συμβατοί προς ένα υψηλό επίπεδο προστασίας της υγείας και της ασφάλειας των προσώπων, λαμβανομένων ιδίως υπόψη των ακόλουθων σημείων:

- ✓ Των χαρακτηριστικών του προϊόντος
- ✓ Της επίδρασης που έχει το προϊόν αυτό σε άλλα
- ✓ Της παρουσίας του προϊόντος
- ✓ Των κατηγοριών καταναλωτών που εκτίθεται σε κίνδυνο λόγω της χρησιμοποίησης του κυρίως από παιδιά και ηλικιωμένους.

Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία οι παραγωγοί πρέπει να διαθέτουν στην αγορά μόνο ασφαλή προϊόντα.

Πρέπει επίσης να παρέχουν στον καταναλωτή τις κατάλληλες πληροφορίες στην ελληνική γλώσσα που θα του επιτρέψουν να αξιολογήσει και να προφυλάσσεται από τους εγγενείς κινδύνους που παρουσιάζει το προϊόν, κατά τη διάρκεια της συνήθους ή ευλόγως προβλέψιμης χρήσης του εφόσον οι κίνδυνοι αυτοί δεν είναι αμέσως αντιληπτοί χωρίς κατάλληλη προειδοποίηση.

Επίσης οι παραγωγοί οφείλουν να είναι ενήμεροι για τους κινδύνους που πιθανώς παρουσιάζουν τα προϊόντα που διαθέτουν στην αγορά και να αναλαμβάνουν τις κατάλληλες ενέργειες και της απόσυρσης από την αγορά, της επαρκούς και αποτελεσματικής προειδοποίησης των καταναλωτών ή της ανάκλησης από τους καταναλωτές.

Η βασική αρχή περί Γενικής Ασφάλειας Προϊόντων έχει θεσπιστεί με τα πιο κάτω νομοθετήματα:

- α) Άρθρο 7 του Ν.2251/1994 « Προστασία των καταναλωτών » όπως αυτός έχει τροποποιηθεί και ισχύει.
- β) Κοινή υπουργική απόφαση για την γενική ασφάλεια των προϊόντων.

Ο έλεγχος της ασφάλειας των καταναλωτικών προϊόντων πλην τροφίμων και προϊόντων για τα οποία υπάρχει ειδική νομοθεσία διενεργείται από τις αρμόδιες αρχές δια των υπηρεσιών τους ή και των αντίστοιχων υπηρεσιών της Νομαρχιακής αυτοδιοίκησης ή με

οποιοδήποτε άλλο τρόπο. Οι αρμόδιες αρχές μπορούν να λαμβάνουν τα εξής μέτρα ανάλογα με την περίπτωση:

- i. Για κάθε προϊόν τη διοργάνωση των κατάλληλων ελέγχων των χαρακτηριστικών ασφαλείας του προϊόντος μέχρι το τελευταίο στάδιο της χρήσης ή κατανάλωσης του, την απαίτηση όλων των αναγκαίων πληροφοριών από τα ενδιαφερόμενα μέρη και την λήψη δειγμάτων προϊόντων για να υποβληθούν σε εξετάσεις ασφαλείας.
- ii. Για κάθε προϊόν που ενδέχεται να παρουσιάσει κινδύνους υπό ορισμένες προϋποθέσεις, την απαίτηση να φέρει τις ενδεδειγμένες προειδοποιήσεις όσον αφορά τους κινδύνους που ενδέχεται να παρουσιάσει και την υπαγωγή της εμπορίας του σε συνθήκες ώστε να καθίσταται ασφαλές.
- iii. Για κάθε προϊόν που ενδέχεται να παρουσιάσει κινδύνους για ορισμένα άτομα την εντολή να προειδοποιούνται εγκαίρως τα άτομα αυτά για τον κίνδυνο με τον κατάλληλο τρόπο συν της δημοσίευσης ειδικών προειδοποιήσεων.
- iv. Για κάθε προϊόν που ενδέχεται να είναι επικίνδυνο, την προσωρινή απαγόρευση της διάθεσης στην αγορά, της πρότασης προς διάθεση ή της έκθεσης του προϊόντος, για την περίοδο που απαιτείται για τους διάφορους ελέγχους, εξακριβώσεις ή εκτιμήσεις της ασφάλειας.
- v. Για κάθε επικίνδυνο προϊόν, την απαγόρευση της εμπορίας του προϊόντος και την θέσπιση των μέτρων για να εξασφαλιστεί η τήρηση της απαγόρευσης αυτής.
- vi. Για κάθε επικίνδυνο προϊόν που ήδη κυκλοφορεί στην αγορά.

## **ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΜΗ ΑΣΦΑΛΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

Αποφάσεις της γενικής γραμματείας καταναλωτή σχετικές με απαγόρευση διάθεσης στην αγορά των παρακάτω κατηγοριών μη ασφαλών προϊόντων:

- ✓ Προϊόντα που δεν εμφανίζονται υπό την πραγματική τους μορφή θέτοντας σε κίνδυνο την υγεία ή ασφάλεια των καταναλωτών.
- ✓ Προϊόντα laser
- ✓ Προϊόντα PVC με οφθαλμικά άλατα
- ✓ Απαγόρευση εισαγωγής και διάθεσης στην αγορά αναπήρων μη ασφαλών για τα παιδιά
- ✓ Καταναλωτικά προϊόντα με περιεκτικότητα σε υδροφθόριο μεγαλύτερη του 1%

- ✓ Απαγόρευση διάθεσης στην αγορά κρανών και προστατευτικών όρασης για οδηγούς και επιβάτες μοτοποδηλάτων, μοτοσικλετών και τρίτροχων οχημάτων.

### **3.3 ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΓΙΑ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

#### **ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΟΥΜΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΓΙΑ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Με την πληθώρα των αγαθών που κυκλοφορούν στην αγορά δεν είναι απίθανο κάποια στιγμή να έχετε την δυσάρεστη εμπειρία της χρήσης ενός ελαττωματικού προϊόντος. Τι γίνεται τότε? Ποιος ευθύνεται και ποιος πληρώνει για την ζημιά που ενδεχομένως έχετε υποστεί? Μερικές χρήσιμες πληροφορίες οι οποίες απαντούν στα ερωτήματα αυτά και σε άλλα που ενδεχομένως έχετε είναι...

Προκειμένου να εξασφαλίσει ένα υψηλό επίπεδο ασφάλειας των καταναλωτών, η πολιτεία έχει ορίσει κανόνες και για τα ελαττωματικά προϊόντα. Συγκεκριμένα η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα ρυθμίζεται από το **άρθρο 6 Ν.2251/1994** «προστασία των καταναλωτών».

#### **Ποιος είναι ο παραγωγός?**

Ως παραγωγός θεωρείται ο κατασκευαστής τελικού προϊόντος, πρώτης ύλης ή συστατικού καθώς και κάθε πρόσωπο που εμφανίζεται ως παραγωγός του προϊόντος επιθέτοντας σε αυτό την επωνυμία, το σήμα ή άλλο διακριτικό του γνώρισμα.

#### **Τι είναι προϊόν?**

Ως προϊόν θεωρείται κάθε κινητό πράγμα ακόμα και αν είναι ενσωματωμένο ως συστατικό σε άλλο κινητό ή ακίνητο. Προϊόντα θεωρούνται επίσης οι φυσικές δυνάμεις, ιδίως το ηλεκτρικό ρεύμα και η θερμότητα καθώς οι πρώτες ύλες της γεωργίας και τα προϊόντα κτηνοτροφίας.

#### **Τι είναι ελαττωματικό προϊόν?**

Ελαττωματικό προϊόν είναι το προϊόν, που δεν παρέχει την ασφάλεια που ο καταναλωτής εύλογα/λογικά προσδοκά να έχει λαμβάνοντας υπόψη όλες τις ειδικές συνθήκες και ιδίως την εξωτερική του εμφάνιση, την αναμενόμενη χρησιμοποίησή του και τον χρόνο κατά τον οποίο τέθηκε σε κυκλοφορία.

#### **Ποια είναι η ευθύνη του παραγωγού?**

Ο παραγωγός ευθύνεται για κάθε ζημία που οφείλεται σε ελάττωμα του προϊόντος του.

#### Και όταν λέμε «ζημία» τι εννοούμε?

Εννοούμε τη ζημία λόγω θανάτου ή σωματικής βλάβης, καθώς και τη βλάβη ή καταστροφή, εξαιτίας του ελαττωματικού προϊόντος, κάθε περιουσιακού στοιχείου του καταναλωτή, **εκτός από το ίδιο το ελαττωματικό προϊόν**, και μόνο για το ποσό της βλάβης ή καταστροφής άνω των 500€.

#### Πως αποζημιώνεται ο καταναλωτής?

Εάν δεν επιτευχθεί εξωδικαστική επίλυση του θέματος, τότε ο καταναλωτής θα πρέπει να προσφύγει δικαστικά κατά του παραγωγού.

#### Ο παραγωγός ευθύνεται επ' άπειρον?

Όχι! Οι αξιώσεις κατά του παραγωγού για ζημίες παραγράφονται μετά τριετία αφότου ο ζημιωθείς πληροφορήθηκε ή όφειλε να πληροφορηθεί τη ζημία, το ελάττωμα και την ταυτότητα του παραγωγού. Μετά δεκαετία από την κυκλοφορία του συγκεκριμένου προϊόντος επέρχεται απόσβεση των δικαιωμάτων του ζημιωθέντος κατά του παραγωγού.

#### Η πολιτεία πως εμπλέκεται?

Αρμόδια αρχή για την ευθύνη του παραγωγού για τα ελαττωματικά προϊόντα είναι το Υπουργείο Ανάπτυξης-Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και η Διεύθυνση Πολιτικής Καταναλωτή προς την οποία μπορεί να απευθύνεται ο καταναλωτής για την ρύθμιση σχετικών προβλημάτων.

### **3.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ – ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Αυτός που παρέχει υπηρεσίες είναι υπεύθυνος για κάθε ζημία που προκάλεσε υπαιτίως κατά την παροχή υπηρεσιών. Εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι η υπηρεσία δεν θεωρείται η παροχή η οποία έχει ως άμεσο και αποκλειστικό αντικείμενο την κατασκευή προϊόντων ή την μεταβίβαση εμπραγμάτων δικαιωμάτων ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Αντιθέτως ορίζεται ότι παρέχων υπηρεσίες θεωρείται όποιος παρέχει κατά τρόπο ανεξάρτητο υπηρεσία στα πλαίσια άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας.

Ο ζημιωθείς υποχρεούται να αποδείξει τη ζημία αλλά και την ύπαρξη ουσιώδους συνάφειας μεταξύ παροχής υπηρεσίας και ζημιάς. Απ' την πλευρά του αυτός που παρέχει τις υπηρεσίες, φέρει το βάρος της απόδειξης της έλλειψης υπαιτιότητας.

Μάλιστα το **άρθρο 8 του Ν. 2251/1994**, σε αυτήν την περίπτωση ορίζει κάποιες ειδικές συνθήκες, ουσιαστικής σημασίας για την εκτίμηση της έλλειψης υπαιτιότητας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

### ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

#### 4.1 ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΑΣΦΑΛΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ («ΑΣΦΑΛΗ ΨΩΝΙΑ»). ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.

##### **ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΟΥΜΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.**

Προκειμένου να προστατευθείτε από τον καταγισμό των διαφημιστικών μηνυμάτων και τις αθέμιτες συνέπειές τους, η πολιτεία έχει ορίσει κανόνες. Συγκεκριμένα η διαφήμιση ρυθμίζεται από το **άρθρο 9 του Ν.2251/1994** «Προστασία των καταναλωτών».

Έχουμε λοιπόν την **παραπλανητική διαφήμιση** που πραγματοποιείται από ένα επαγγελματία και σας παραπλανά ή ενδέχεται να σας παραπλανήσει έτσι ώστε, για παράδειγμα, να επηρεάσει την επιλογή σας μεταξύ των προϊόντων ή και των υπηρεσιών που επιθυμείται να αγοράσετε, και **αθέμιτη διαφήμιση** είναι κάθε διαφήμιση που προσβάλλει τα χρηστά ήθη.

Ο νόμος επίσης επιτρέπει την **συγκριτική διαφήμιση**, δηλαδή την διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα ή έμμεσα ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή ή των αγαθών ή υπηρεσιών που εκείνος προσφέρει, εφόσον το διαφημιστικό μήνυμα συγκρίνει με αντικειμενικό τρόπο τα ουσιώδη, συναφή, επαληθεύσιμα και επιλεγμένα με αμεροληψία χαρακτηριστικά ανταγωνιστικών αγαθών ή υπηρεσιών.

Τα σημαντικότερα σημεία της νομοθεσίας, τα οποία πρέπει να έχει υπόψη του ο καταναλωτής που υπήρξε θύμα παραπλανητικής διαφήμισης ώστε να μπορέσει να αντιδράσει αποτελεσματικά και να ασκήσει τα δικαιώματά του είναι τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του αγαθού ή της υπηρεσίας, η τιμή, ο τρόπος διαμόρφωσής της και οι όροι υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, όπως και οι όροι πληρωμής ή πίστωσης, παράδοσης, ανταλλαγής, επιστροφής, επισκευής, συντήρησης και εγγύησης και την ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματά του διαφημιζόμενου.

Όταν διαπιστωθεί ότι μία διαφήμιση είναι παραπλανητική μπορεί όποιος έχει έννομο συμφέρον να ζητήσει δικαστική προστασία.



Παράλληλα, έννομη προστασία, ατομική ή συλλογική, κάθε ένωση καταναλωτών για λογαριασμό των μελών της.

#### **4.2 ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ. ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ.**

Για την προστασία του καταναλωτικού κοινού, είναι υποχρεωτική η αναγραφή της τιμής πώλησης και της τιμής ανά μονάδα μέτρησης σε κάθε προϊόν ή ποσότητα αυτού, έτσι ο εκάστοτε καταναλωτής να ενημερώνεται και να μπορεί να συγκρίνει τις τιμές των προϊόντων που προσφέρονται από τους εμπόρους σε αυτόν.

Η τιμή πώλησης και η τιμή ανά μονάδα μέτρησης πρέπει να αναγράφονται σε όλα τα προϊόντα που προσφέρονται από επαγγελματίες στους καταναλωτές, να αναγνωρίζονται εύκολα και να είναι σαφείς και ευανάγνωστες. Η αναγραφή γίνεται μέσω πινακίδων ή ετικετών, οι οποίες αναρτώνται ή προσκολλώνται στις ίδιες τις συσκευασίες ή στα ράφια, αν πρόκειται για ομάδες προϊόντων. Στην περίπτωση που η ανά μονάδα μέτρησης είναι η ίδια με την τιμή πώλησης, δεν χρειάζεται να αναγραφεί.

Ο κανόνας αυτός δεν εφαρμόζεται:

- Στα προϊόντα που διατίθενται κατά την παροχή υπηρεσιών.
- Στα προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο πλειστηριασμών, καθώς και στις πωλήσεις έργων τέχνης και αντικών.

Όταν τα προϊόντα διατίθενται στο εμπόριο χύμα, αναγράφεται μόνο η μοναδιαία τιμή μέτρησης. Κάθε διαφήμιση, η οποία αναφέρει την τιμή πώλησης του προϊόντος, πρέπει επίσης να δηλώνει και την τιμή ανά μονάδα μέτρησης.

Από την υποχρέωση αναγραφής της τιμής ανά μονάδα μέτρησης εξαιρούνται:

- ❖ Προϊόντα που πωλούνται με το τεμάχιο
- ❖ Προϊόντα που πωλούνται από αυτόματα μηχανήματα
- ❖ Προϊόντα που πωλούνται σε κοινή σε συσκευασία και είναι διαφορετικά.
- ❖ Προϊόντα που εμπεριέχονται στην ίδια συσκευασία και πρόκειται να αναμειχθούν.
- ❖ Καλλυντικά, προϊόντα αρωματοποιίας και καλλωπισμού.
- ❖ Χρώματα, βερνίκια, μελάνες.

- ❖ Ιδιότυπα προϊόντα
- ❖ Ατομικά παγωτά βάρους μέχρι 200g.
- ❖ Προσσκευασμένα τρόφιμα ή ποτά που προσφέρονται από ξενοδοχεία, εστιατόρια, ταβέρνες κ.α. και καταναλώνονται στους χώρους αυτών, καθώς και αυτά που αγοράζονται από τον καταναλωτή για εμπορική ή επαγγελματική δραστηριότητα.
- ❖ Μαγειρευμένα ή ημιμαγειρευμένα φαγητά.
- ❖ Προϊόντα που πωλούνται από αγροκτήματα απευθείας από τους αγρότες.
- ❖ Προϊόντα που πωλούνται από ιδιώτη σε ιδιώτη.

Επίσης, εξαιρούνται και τα παρακάτω καταστήματα, όσον αφορά την υποχρέωση αναγραφής της τιμής ανά μονάδα μέτρησης για τα προσσκευασμένα προϊόντα:

- ❖ Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων και λοιπών προϊόντων με εμβαδόν που δεν υπερβαίνει τα 50 τ.μ.
- ❖ Μικτά καταστήματα ψιλικών.
- ❖ Περίπτερα.
- ❖ Υπαίθρια σημεία λιανικής πώλησης.
- ❖ Καταστήματα λιανικής πώλησης που δεν διαθέτουν σύστημα αυτοεξυπηρέτησης πελατών.

Τα σχετικά με την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές καθορίζονται από την Κοινή Υπουργική Απόφαση [Z1-404/14,6,2001](#), όπως αυτή έχει εναρμονιστεί προς την [Οδηγία 98/6/ΕΚ](#) Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών, όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές.

## **ΟΔΗΓΙΑ 98/6/ΕΚ**

Το ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,

Έχοντας υπόψη :

Την συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 129 Α παράγραφος 2,

την πρόταση της επιτροπής(1),

την γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής(2),

Αποφασίζοντας με την διαδικασία του άρθρου 189 Β της συνθήκης (3),

υπό το πρίσμα του κοινού σχεδίου που εγκρίθηκε από την επιτροπή συνδιαλλαγής στις 9 Δεκεμβρίου 1997,

Εκτιμώντας:

- (1) ότι η διαφανής λειτουργία της αγοράς και η σωστή ενημέρωση αποβαίνει προς όφελος της προστασίας των καταναλωτών και του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ επιχειρήσεων και προϊόντων.
- (2) Ότι πρέπει να εξασφαλιστεί στους καταναλωτές ένα υψηλό επίπεδο προστασίας ότι η κοινότητα θα πρέπει να συμβάλλει σ' αυτό με συγκεκριμένες ενέργειες που υποστηρίζουν και συμπληρώνουν την ακολουθούμενη από τα κράτη μέλη πολιτική όσον αφορά την ακριβή, διαφανή και σαφή ενημέρωση των καταναλωτών επί των τιμών προϊόντων που τους προσφέρονται.
- (3) Ότι το ψήφισμα του Συμβουλίου, της 14<sup>ης</sup> Απριλίου 1975, για ένα προκαταρκτικό πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας σχετικά με την πολιτική προστασίας και ενημέρωσης του καταναλωτή και το ψήφισμα του Συμβουλίου, της 19<sup>ης</sup> Μαΐου 1981, για ένα δεύτερο πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας σχετικά με την πολιτική προστασίας και ενημέρωσης του καταναλωτή, προβλέπουν την καθιέρωση κοινών αρχών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών.
- (4) Ότι οι αρχές αυτές θεσπίστηκαν με την οδηγία 79/581/ΕΟΚ περί προστασίας των καταναλωτών στο θέμα των ενδείξεων των τιμών των τροφίμων και την οδηγία 88/314/ΕΟΚ όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των μη εδωδιμων προϊόντων.
- (5) Ότι η σχέση μεταξύ της αναγραφής της μοναδιαίας τιμής των προϊόντων και της προσυσκευασίας τους σε προκαθορισμένες ποσότητες ή χωρητικότητες που αντιστοιχούν στις τιμές των σειρών που έχουν θεσπιστεί σε κοινοτικό επίπεδο, έχει αποδειχτεί υπερβολικά πολύπλοκη στην εφαρμογή ότι είναι ανάγκη να εγκαταλειφθεί αυτή η σχέση υπέρ ενός νέου μηχανισμού και προς το συμφέρον του καταναλωτή χωρίς να θίγονται οι κανόνες που διέπουν την τυποποίηση συσκευασιών.
- (6) Ότι η υποχρέωση των τιμών πώλησης και της μοναδιαίας τιμής μέτρησης συμβάλλει κατά τρόπο σημαντικό στη βελτίωση της πληροφόρησης των καταναλωτών δεδομένου ότι παρέχει κατά τον απλούστερο τρόπο στους καταναλωτές τις βέλτιστες δυνατότητες αξιολόγησης και σύγκρισης της τιμής των προϊόντων και τους επιτρέπει κατά συνέπεια να προβαίνουν σε συνειδητές επιλογές με βάση απλές συγκρίσεις.

- (7) Ότι θα πρέπει, συνεπώς, να υπάρχει μια γενική υποχρέωση αναγραφής τόσο της τιμής πώλησης όσο και της μοναδιαίας τιμής για όλα τα προϊόντα, με εξαίρεση τα προϊόντα που διατίθενται χύμα για τα οποία η τιμή πώλησης δεν μπορεί να οριστεί προτού ο καταναλωτής προσδιορίσει την επιθυμητή ποσότητα του προϊόντος.
- (8) Ότι είναι ανάγκη να ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι ορισμένα προϊόντα πωλούνται συνήθως σε ποσότητες διαφορετικές από ένα χιλιόγραμμο, ένα λίτρο, ένα μέτρο, ένα τετραγωνικό μέτρο ή ένα κυβικό μέτρο ότι ενδείκνυται, ως εκ τούτου να μπορούν τα κράτη μέλη να επιτρέπουν την αναγραφή της μοναδιαίας τιμής με αναφορά σε διαφορετική μονάδα μετρήσεως ποσοτήτων, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση του προϊόντος και τις ποσότητες στις οποίες πωλείται συνήθως στο οικείο κράτος.
- (9) Ότι η υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής μπορεί να επιβαρύνει υπερβολικά ορισμένες μικρές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης σε συγκεκριμένες περιστάσεις, και ότι θα πρέπει, επομένως, να επιτρέπεται στα κράτη μέλη να μην εφαρμόζουν την υποχρέωση αυτή κατά την διάρκεια μιας κατάλληλης μεταβολικής περιόδου.
- (10) Ότι θα πρέπει να διατηρηθεί επίσης η δυνατότητα για τα κράτη μέλη να εξαιρούν από την υποχρέωση αναφοράς της μοναδιαίας τιμής τα προϊόντα για τα οποία η αναγραφή αυτή δεν θα ήταν χρήσιμη ή θα μπορούσε να προκαλέσει σύγχυση, επί παραδείγματι όταν η αναφορά μιας ποσότητας δεν αποτελεί σημαντική πληροφορία για την σύγκριση των τιμών ή όταν διαφορετικά προϊόντα διατίθενται στο εμπόριο με την ίδια συσκευασία.
- (11) Ότι τα κράτη μέλη, με σκοπό τη διευκόλυνση της εφαρμογής του εν λόγω συστήματος, έχουν, σε ότι αφορά τα μη εδωδιμα προϊόντα, τη δυνατότητα να καταρτίσουν κατάλογο των προϊόντων ή κατηγοριών προϊόντων για τα οποία παραμένει εφαρμοστέα η υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής.
- (12) Ότι ρυθμίσεις σε κοινοτικό επίπεδο επιτρέπουν τη διασφάλιση μιας ομοιογενούς και διαφανούς πληροφόρησης υπέρ του συνόλου των καταναλωτών στο πλαίσιο της ενιαίας αγοράς ότι η νέα απλουστευμένη προσέγγιση είναι συγχρόνως επαρκής και απαραίτητη για την επίτευξη του στόχου αυτού.

- (13) Ότι τα κράτη μέλη οφείλουν να εξασφαλίζουν ότι το σύστημα θα είναι αποτελεσματικό ότι η διαφάνεια του συστήματος πρέπει να διατηρηθεί όταν θα εισαχθεί το ευρώ, ότι ως προς τούτο, θα πρέπει να περιορισθεί ο μέγιστος αριθμός των προς αναγραφή τιμών.
- (14) Ότι θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις μικρές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ότι, προς το σκοπό αυτό, η Επιτροπή, στην έκθεση της για την εφαρμογή της παρούσας οδηγίας που θα υποβληθεί το αργότερο τρία έτη μετά την ημερομηνία που αναφέρεται στο άρθρο 11 παραγ. 1, θα πρέπει να λαμβάνει ιδιαίτερα υπόψη την πείρα που αποκτήθηκε από την εφαρμογή της παρούσας οδηγίας από τις μικρές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης, μεταξύ άλλων, όσον αφορά τις τεχνολογικές εξελίξεις και τη θέσπιση του ενιαίου νομίσματος ότι η έκθεση αυτή, λαμβάνοντας υπόψη τη μεταβατική περίοδο που αναφέρεται στο άρθρο, θα πρέπει να συνοδεύεται από πρόταση.

Εξέδωσαν την παρούσα οδηγία:

#### ΑΡΘΡΟ 1

Σκοπός της παρούσας οδηγίας είναι να ορίσει την αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής μέτρησης των προϊόντων τα οποία προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές, προκειμένου να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών.

#### ΑΡΘΡΟ 2

Για τους σκοπούς της οδηγίας νοούνται ως:

- α) τιμή πώλησης, τελική τιμή που ισχύει για μια μονάδα του προϊόντος ή για δεδομένη ποσότητα του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ και όλων των λοιπών φόρων.
- β) μοναδιαία τιμή, η τελική τιμή, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ και όλων των λοιπών φόρων, η οποία ισχύει για ποσότητα ενός χιλιογράμμου, ενός λίτρου, ενός μέτρου, ενός τετραγωνικού μέτρου ή ενός κυβικού μέτρου του προϊόντος ή για μια διαφορετική μονάδα μετρήσεως ποσοτήτων η οποία χρησιμοποιείται κατά τρόπο γενικευμένο και συνήθη στο οικείο κράτος μέλος για την διάθεση στο εμπόριο ειδικών προϊόντων.
- γ) προϊόντα πωλούμενα χύμα, τα προϊόντα που δεν είναι προσυσκευασμένα και μετρούνται παρουσία του καταναλωτή.

δ) έμπορος κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που πωλεί ή προσφέρει για πώληση προϊόντα που εμπίπτουν στην εμπορική ή επαγγελματική του δραστηριότητα.

ε) καταναλωτής φυσικό ή νομικό πρόσωπο που αγοράζει ένα προϊόν για σκοπούς που δεν εμπίπτουν στον τομέα της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας.

### ΑΡΘΡΟ 3

1. Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή αναγράφονται για όλα τα προϊόντα που αναφέρονται στο άρθρο 1. Η αναγραφή της μοναδιαίας τιμής υπόκειται στο άρθρο 5. Δεν είναι απαραίτητο να εμφανίζεται η τιμή μονάδος εφόσον ταυτίζεται με την τιμή πώλησης του προϊόντος.

2. Τα κράτη μπορούν να αποφασίζουν να μην εφαρμόζουν την παράγραφο 1:

-στα προϊόντα που διατίθενται κατά την παροχή υπηρεσίας,

-στις πωλήσεις με δημοπρασίες και στις πωλήσεις έργων τέχνης

και αντικών.

3. Όταν τα προϊόντα διατίθενται στο εμπόριο χύμα, αναγράφεται μόνο η μοναδιαία τιμή.

4. Στις διαφημίσεις που αναφέρουν την τιμή πώλησης των προϊόντων του άρθρου 1, αναγράφεται και η μοναδιαία τιμή με την επιφύλαξη του άρθρου 5.

### ΑΡΘΡΟ 4

1. Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει να είναι σαφείς ευκόλως αναγνωρίσιμες και ευανάγνωστες. Τα κράτη μέλη μπορούν να ορίζουν ότι ο ανώτατος αριθμός των πως αναγραφή τιμών είναι περιορισμένος.

2. Η μοναδιαία τιμή αναφέρεται σε ποσότητα που δηλώνεται σύμφωνα με τις εθνικές και κοινοτικές διατάξεις.

Όταν κοινοτικές ή εθνικές διατάξεις απαιτούν την αναγραφή του καθαρού βάρους και του καθαρού στραγγισμένου βάρους για ορισμένα προσυσκευασμένα προϊόντα, αρκεί η αναγραφή της μοναδιαίας τιμής του καθαρού στραγγισμένου βάρους.

### ΑΡΘΡΟ 5

1. Τα κράτη μέλη μπορούν να εξαιρούν από την υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής τα προϊόντα για την οποία η αναγραφή αυτή δεν θα

ήταν χρήσιμη λόγω της φύσης τους ή του προορισμού τους ή θα μπορούσε να προκαλέσει σύγχυση.

2. Για την εφαρμογή της παραγ. 1 τα κράτη μέλη μπορούν, όσον αφορά τα μη εδώδιμα προϊόντα, να καταρτίζουν πίνακα προϊόντων ή κατηγοριών προϊόντων για τα οποία εξακολουθεί να εφίσταται υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής.

#### ΑΡΘΡΟ 6

Εάν η υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής θα αποτελούσε υπέρμετρη επιβάρυνση για ορισμένες μικρές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης λόγω του αριθμού των πωλούμενων προϊόντων, του χώρου πώλησης, της φύσης του χώρου πώλησης, των ειδικών συνθηκών πώλησης όταν το προϊόν δεν είναι απευθείας προσιτό στο καταναλωτή ή λόγω ορισμένων μορφών επιχείρησης, όπως είναι ορισμένες μορφές εμπορίου που διεξάγονται σε πλανόδιους πωλητές, τα κράτη μέλη μπορούν να ορίζουν, για μια μεταβατική περίοδο που αρχίζει από την ημερομηνία που αναγράφεται στο άρθρο 11 παραγ. 1, ότι δεν εφαρμόζεται με την επιφύλαξη του άρθρου 12, η υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής προϊόντων άλλων από εκείνα που διατίθενται στο εμπόριο χύμα, τα οποία πωλούνται από τις εν λόγω επιχειρήσεις.

#### ΑΡΘΡΟ 7

Τα κράτη μέλη παρέχουν τα κατάλληλα μέτρα για την πληροφόρηση όλων των ενδιαφερομένων προσώπων σχετικά με την μεταφορά αυτής της οδηγίας στην εθνική τους νομοθεσία.

#### ΑΡΘΡΟ 8

Τα κράτη μέλη θεσπίζουν κυρώσεις για την παράβαση των εθνικών διατάξεων που θεσπίζονται κατά εφαρμογή της παρούσας οδηγίας και λαμβάνουν όλα τα αναγκαία μέτρα για να εξασφαλίσουν την επιβολή τους. Οι κυρώσεις αυτές πρέπει να είναι αποτελεσματικές, ανάλογες προς την παράβαση και αποτρεπτικές.

#### ΑΡΘΡΟ 9

1. Η 9ετής μεταβατική περίοδος που αναγράφεται στο άρθρο 1 της οδηγίας 95/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου,

της 29<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 1995, για την τροποποίηση της οδηγίας 79/581/ΕΟΚ περί προστασίας των καταναλωτών στο θέμα των ενδείξεων των τιμών των τροφίμων και την οδηγία 88/314/ΕΟΚ για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των μη εδωδιμων προϊόντων, παρατείνεται μέχρι την ημ/νία που αναφέρεται στο άρθρο 11 παραγρ. 1 της παρούσας οδηγίας.  
2. Οι οδηγίες 79/581/ΕΟΚ καταργούνται από την ημ/νία που αναφέρεται στο άρθρο 11 παραγρ. 1 της παρούσας οδηγίας.

#### ΑΡΘΡΟ 10

Η παρούσα οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να θεσπίζουν ή να διατηρούν σε ισχύ διατάξεις που είναι πιο ευνοϊκές όσον αφορά την ενημέρωση των καταναλωτών και την σύγκριση των τιμών, με την επιφύλαξη των υποχρεώσεων τους δυνάμει της συνθήκης.

#### ΑΡΘΡΟ 11

1. Τα κράτη μέλη θέτουν σε ισχύ τις αναγκαίες νομοθετικές κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις για να συμμορφωθούν προς την παρούσα οδηγία το αργότερο στις 18 Μαρτίου 2000. ενημερώνουν αμέσως την επιτροπή σχετικά. Οι θεσπιζόμενες διατάξεις εφαρμόζονται από την ημερομηνία αυτή.  
Οι διατάξεις αυτές, όταν θεσπίζονται από τα κράτη μέλη, αναφέρονται στην παρούσα οδηγία ή συνοδεύονται από παρόμοια αναφορά κατά την επίσημη δημοσίευσή τους. Οι λεπτομερείς διατάξεις για την αναφορά αυτή καθορίζονται από τα κράτη μέλη.
2. Τα κράτη μέλη ανακοινώνουν στην επιτροπή το κείμενο των διατάξεων εσωτερικού δικαίου που θεσπίζουν στο τομέα που διέπεται από την παρούσα οδηγία.
3. Τα κράτη μέλη ανακοινώνουν τις διατάξεις οι οποίες διέπουν τις κυρώσεις που προβλέπονται στο άρθρο 8, καθώς και οποιαδήποτε μεταγενέστερη τροπολογία επ' αυτών.

#### ΑΡΘΡΟ 12

Το αργότερο τρία έτη μετά την ημερομηνία που αναφέρεται στο άρθρο 11 παραγρ. 1, η επιτροπή υποβάλλει στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο γενική έκθεση για την εφαρμογή της παρούσας οδηγίας, και ιδίως για την εφαρμογή του άρθρου 6, συνοδευόμενη από πρόταση. Επ' αυτής της βάσης, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο επανεξετάζουν τις διατάξεις του άρθρου 6 και θα προβούν στις δέουσες



ενέργειες, σύμφωνα με την συνθήκη, εντός τριών ετών από την εκμέρους της επιτροπής υποβολή της πρότασης που αναφέρεται στο πρώτο εδάφιο.

### ΑΡΘΡΟ 13

Η παρούσα οδηγία αρχίζει να ισχύει την ημέρα της δημοσίευσης της στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

## **ΚΟΙΝΗ ΥΠΟΥΡΓΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ** **ΑΡΙΘΜ. Ζ1-404**

Αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές – Προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας στις διατάξεις της οδηγίας 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 1998 περί προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές.

Σύμφωνα λοιπόν με αυτήν την απόφαση και έχοντας υπόψη:

- ☞ Τις διατάξεις των άρθρων 1,2 παρ. 1 περίπτ. η' και 3 του Νόμου 1338/83 « Εφαρμογή του Κοινοτικού Δικαίου»
- ☞ Το άρθρο 29<sup>Α</sup> του Νόμου 1558/85 «Κυβέρνηση και Κυβερνητικά όργανα»
- ☞ Το Ν.Δ. 136/46 «Περί Αγορανομικού Κώδικος»
- ☞ Το Π.Δ. 27/96 «Συγχώνευση των Υπουργείων Τουρισμού, Βιομηχανίας-Ενέργειας και Τεχνολογίας και Εμπορίου στο υπουργείο Ανάπτυξης»
- ☞ Το Π.Δ. 195/97 «Σύσταση Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή και καθορισμός των αρμοδιοτήτων της»
- ☞ Την με αρ. πρωτ. 303/5.5.2000 κοινή απόφαση του Πρωθυπουργού και Υπουργού ανάπτυξης «Περί ανάθεσης αρμοδιοτήτων στους Υφυπουργούς...»
- ☞ Την οδηγία 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 1998 περί προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές, προς εναρμόνιση με την οποία εκδίδεται η παρούσα απόφαση.
- ☞ Το γεγονός ότι δεν προκαλείται δαπάνη στον κρατικό προϋπολογισμό, αποφασίζεται ότι:

### ΑΡΘΡΟ 1

Σκοπός της απόφασης αυτής είναι η προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου 98/6/ΕΚ της 16<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 1999 «περί προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές», με στόχο την βελτίωση της ενημέρωσης των καταναλωτών και την διευκόλυνση της σύγκρισης των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές.

#### ΑΡΘΡΟ 2

Για τους σκοπούς αυτής νοούνται ως:

α) «Τιμή πώλησης» η τελική τιμή ενός προϊόντος ή μιας δεδομένης ποσότητας του προϊόντος συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ και όλων των λοιπών φόρων.

β) «Τιμή ανά μονάδα μέτρησης – ΤΜΜ» η τελική τιμή συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ και όλων των λοιπών φόρων που ισχύει για ποσότητα ίση με τη μονάδα μέτρησης του προϊόντος.

γ) «Προϊόντα πωλούμενα χύμα» προϊόντα που δεν είναι προσυσκευασμένα και μετρούνται ή ζυγίζονται παρουσία του καταναλωτή

δ) «Έμπορος» κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που πωλεί ή προσφέρει για πώληση προϊόντα που εμπíπτουν στην εμπορική ή επαγγελματική του δραστηριότητα.

ε) «Καταναλωτής» κάθε φυσικό πρόσωπο που αγοράζει ένα προϊόν για λόγους που δεν εμπíπτουν στην εμπορική ή επαγγελματική του δραστηριότητα.

#### ΑΡΘΡΟ 3

1. Τα προϊόντα που αναφέρονται στο άρθρο 1 πρέπει να αναγράφουν τιμή πώλησης και τιμή ανά μονάδα μέτρησης. Η τιμή ανά μονάδα μέτρησης απεικονίζεται σε μονάδες ευρώ.

2. Από την υποχρέωση αναγραφής της τιμής ανά μονάδα μέτρησης εξαιρούνται τα προϊόντα στα οποία η τιμή ανά μονάδα μέτρησης ταυτίζεται με την τιμή πώλησης του προϊόντος.

3. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται:

α) Στα προϊόντα που διατίθενται κατά την παροχή υπηρεσιών

β) Στα προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο πλειστηριασμών καθώς και στις πωλήσεις έργων τέχνης και αντικών.

4. Όταν τα προϊόντα διατίθενται στο εμπόριο χύμα, αναγράφεται μόνο η τιμή ανά μονάδα μέτρησης.

5. Η υποχρέωση της παραγράφου 1 του παρόντος άρθρου εφαρμόζεται σε σχέση με τις διαφημίσεις μόνο όταν αναφέρεται η τιμή πώλησης του προϊόντος.

#### ΑΡΘΡΟ 4

1. Η τιμή πώλησης και η τιμή ανά μονάδα μέτρησης πρέπει να αναγνωρίζονται εύκολα και να είναι σαφείς και ευανάγνωστες. Η αναγραφή γίνεται με την βοήθεια πινακίδων ή ετικετών, αναρτημένων ή προσκολλημένων στα ράφια για ομάδες προϊόντων ή στις ίδιες τις συσκευασίες τα δε στοιχεία ( π.χ. δρχ. ...., το λίτρο) της τιμής ανά μονάδα μέτρησης θα είναι του ίδιου μεγέθους με τα στοιχεία λιανικής πώλησης ( τιμή κ.λ.π.) της συγκεκριμένης προσσκευασίας.

2. Η τιμή ανά μονάδα μέτρησης αναφέρεται ως τιμή ανά λίτρο ή κυβικό μέτρο για τα προϊόντα που πωλούνται κατά μονάδα όγκου, ως τιμή ανά χιλιόγραμμο για προϊόντα που πωλούνται κατά μονάδα βάρους, ως τιμή ανά μέτρο για τα προϊόντα που πωλούνται κατά μονάδα μήκους και ως τιμή ανά τετραγωνικό μέτρο για τα προϊόντα που πωλούνται κατά μονάδα επιφάνειας.

Για τα προσσκευασμένα προϊόντα που στη συσκευασία τους αναγράφεται υποχρεωτικά το στραγγισμένο βάρος περιεχομένου, η τιμή ανά μονάδα μέτρησης αναφέρεται υποχρεωτικά στο στραγγισμένο βάρος.

#### ΑΡΘΡΟ 5

Τα προϊόντα που εξαιρούνται από την υποχρέωση αναγραφής της τιμής ανά μονάδα μέτρησης που προβλέπεται στο άρθρο 3 παρ. 1 είναι τα εδώδιμα και τα μη εδώδιμα προϊόντα τα οποία αναφέρονται αναλυτικά και στην Οδηγία 98/6/ΕΚ.

#### ΑΡΘΡΟ 6

Από την υποχρέωση αναγραφής της τιμής ανά μονάδα μέτρησης για τα προσσκευασμένα προϊόντα εξαιρούνται τα ακόλουθα καταστήματα:

- Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων και λοιπών καταναλωτικών προϊόντων με εμβαδόν που δεν υπερβαίνει τα 50 τ.μ.
- Μικτά καταστήματα πώλησης ψιλικών
- Περίπτερα
- Υπαίθρια σημεία λιανικής πώλησης
- Τα καταστήματα λιανικής πώλησης που δεν διαθέτουν σύστημα αυτοεξυπηρέτησης πελατών αλλά τα ίδια εξυπηρετούν τον πελάτη με το να του παραδίδουν τα προσσκευασμένα τρόφιμα ή ποτά.

#### ΑΡΘΡΟ 7

Οι παραβάτες της παρούσας διώκονται κατά τις διατάξεις του ισχύοντος Αγορανομικού Κώδικα και τιμωρούνται με τις ποινές που προβλέπονται από το άρθρο 30 αυτού.

#### ΑΡΘΡΟ 8

Η παρούσα ισχύει από την δημοσίευση της στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Από την έναρξη ισχύος της απόφασης αυτής καταργούνται οι αγορανομικές διατάξεις 25,30/90.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευτεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

### **4.3 ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ**

Σύμβαση από απόσταση εννοούμε κάθε σύμβαση που αφορά αγαθό ή υπηρεσία και συνάπτεται στο πλαίσιο ενός συστήματος προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση, η οποία οργανώνεται από τον προμηθευτή χωρίς ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, με την χρησιμοποίηση τεχνικών μέσων επικοινωνίας. Αυτά μπορεί να είναι: έντυπα χωρίς ή με παραλήπτη, τυποποιημένες επιστολές, διαφημιστικά έντυπα, ραδιόφωνο, τηλέφωνο, τηλεόραση κ.α.

Οι συμβάσεις από απόσταση ρυθμίζονται από το [άρθρο 4 του Ν. 2251/1994](#).

#### **ΤΙ ΙΣΧΥΕΙ ΓΙΑ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

Η σύμβαση από απόσταση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή αν πριν από την σύναψη της ο καταναλωτής δεν ενημερώθηκε με τα μέσα της χρησιμοποιούμενης τεχνικής επικοινωνίας κατά τρόπο σαφή, τηρουμένων των αρχών της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές, για τα ακόλουθα στοιχεία:

- Την ταυτότητα του προμηθευτή,
- Τα ουσιώδη χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας,
- Την τιμή, την ποσότητα, τις δαπάνες μεταφοράς και το ΦΠΑ,
- Τον τρόπο πληρωμής, παράδοσης και εκτέλεσης,
- Την διάρκεια ισχύος της προσφοράς ή της τιμής,
- Το δικαίωμα υπαναχώρησης,
- Το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας από απόσταση
- Την ελάχιστη διάρκεια ισχύος της σύμβασης.

Ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται με τις δαπάνες της επικοινωνίας από απόσταση για την διαβίβαση της αποδοχής ή για την εκτέλεση της υπηρεσίας, εκτός αν αυτό αναφέρεται σαφώς στην πρόταση για σύναψη σύμβασης.

Η χρησιμοποίηση των τεχνικών επικοινωνίας πρέπει να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να μην προσβάλλεται η ιδιωτική ζωή του καταναλωτή.

Η σύμβαση από απόσταση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή, αν αυτός δεν λάβει σε εύθετο χρόνο, κατά την εκτέλεση της σύμβασης και το

αργότερο κατά την στιγμή της παράδοσης, όσον αφορά τα αγαθά, τα οποία δεν πρόκειται να παραδοθούν σε τρίτους, γραπτά και στη γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε στην πρόταση σύναψης σύμβασης.

Σε κάθε σύμβαση από απόσταση ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρήσει αναιτιολογήτως μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες από την ημ/νία παραλαβής του αγαθού ή της υπηρεσίας.

#### **4.4 ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ/ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΠΟΡΤΑ ΣΕ ΠΟΡΤΑ.**

#### **ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ( ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΠΟΡΤΑ ΣΕ ΠΟΡΤΑ)**

Ως καταναλωτής σίγουρα θα έχετε εμπειρία των πωλήσεων εκτός εμπορικού καταστήματος. Για παράδειγμα, ένας πωλητής σας επισκέπτεται στο σπίτι σας **χωρίς να το έχετε ζητήσει**. Στη χώρα μας ισχύει νομοθεσία για την προστασία σας έναντι των τυχόν κινδύνων που περικλείει αυτή η εμπορική πρακτική, διότι μπορεί να σας αιφνιδιάσει και συχνά, σε τέτοιες περιστάσεις, δεν είστε σε θέση να συγκρίνετε την ποιότητα και την τιμή της προσφοράς με άλλες προσφορές.

Συγκεκριμένα οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος ρυθμίζονται από το άρθρο 3 του Ν. 2251/1994 « Προστασία του καταναλωτών».

Όλες οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος θα πρέπει να καταρτίζονται με έγγραφο στο οποίο ο έμπορος είναι υποχρεωμένος να σας ενημερώνει, μεταξύ άλλων ότι έχετε δικαίωμα να παραιτηθείτε από τη δέσμευσή σας μέσα σε ορισμένη προθεσμία(δικαίωμα υπαναχώρησης). Στο χρονολογημένο αυτό έγγραφο πρέπει να αναφέρεται καθαρά το ονοματεπώνυμο και η διεύθυνση του προσώπου έναντι του οποίου μπορείτε να ασκήσετε αυτό το δικαίωμα καθώς και τα στοιχεία που επιτρέπουν την αναγνώριση της σύμβασής σας.

Για να καταγγείλετε τη σύμβαση, πρέπει να αποστείλετε συστημένη επιστολή μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες από την παραλαβή του εγγράφου της σύμβασης ή από την τυχόν μεταγενέστερη παραλαβή του προϊόντος. Παραίτηση από το δικαίωμα αυτό είναι άκυρη.

## 4.5 ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ



Οι εκπτώσεις δίνουν μια ευκαιρία, στους Καταναλωτές να επωφεληθούν, από τις μειωμένες τιμές των προϊόντων, αλλά συγχρόνως κρύβουν αρκετές παγίδες. Για να σας βοηθήσουμε να τις αποφύγετε σας επισημαίνουμε μερικά χρήσιμα σημεία:

- ⇒ Δεν πρέπει να γίνεται σύγκυση, μεταξύ εκπτώσεων και προσφορών. Οι εκπτώσεις αφορούν προϊόντα της σαιζόν, για τα οποία η έκπτωση είναι συνήθως χαμηλή. Για τις προσφορές, η έκπτωση είναι ιδιαίτερα υψηλή, αλλά αφορά είδη παρωχημένης εποχής. Οι Καταναλωτές δεν πρέπει να παρασυρόμαστε, από τις μεγάλες εκπτώσεις.
- ⇒ Η αναγραφή της τιμής, που ίσχυε πριν τις εκπτώσεις και αυτής που προκύπτει, από την έκπτωση, είναι υποχρεωτική. Δηλαδή κάθε είδος πρέπει να «φέρει» δύο τιμές ή την τιμή που ίσχυε πριν την έκπτωση και στο ίδιο καρτελάκι το ποσοστό της έκπτωσης. Στο σημείο αυτό χρειάζεται προσοχή. Το ποσοστό της έκπτωσης πρέπει να αναγράφεται στο καρτελάκι κάθε προϊόντος και όχι σαν συνολικό ποσοστό στις βιτρίνες των καταστημάτων.
- ⇒ Οι καταναλωτές δεν πρέπει να επηρεαζόμαστε από τις διαφημίσεις. Οι ωραιοποιημένες εικόνες των εμπορευμάτων μπορούν να μας εξαπατήσουν.
- ⇒ Θα αποβεί πολύ χρήσιμο πριν τις εκπτώσεις να επισκεφτούμε την αγορά για να δούμε τις τιμές, πριν την έκπτωση και να επισημάνουμε τα είδη, που ενδιαφερόμαστε να αγοράσουμε. Έτσι, θα έχουμε τη δυνατότητα σύγκρισης των τιμών, πριν και μετά την έκπτωση καθώς και τη βεβαιότητα ότι το ποσό που αναγράφεται ως τιμή, πριν την έκπτωση είναι πραγματικό.
- ⇒ Πριν ξεκινήσουμε για ψώνια πρέπει να προγραμματίσουμε τις αγορές μας σύμφωνα με τις πραγματικές μας ανάγκες για να μην πέσουμε θύματα της υπερκατανάλωσης. Όσο φτηνό και αν είναι κάτι, όταν δεν το χρειαζόμαστε, είναι περιττό και δεν έχουμε κανένα όφελος, από την αγορά του.
- ⇒ Πριν αγοράσουμε οτιδήποτε πρέπει να κάνουμε έρευνα αγοράς να συγκρίνουμε τιμές και ποιότητα προϊόντων ώστε να επιλέξουμε σωστά.

- ⇒ Αγοράζουμε μόνο εποχιακά είδη. Μην περιμένουμε ότι θα έχουμε την ευκαιρία, στις εκπτώσεις να αγοράσουμε μια τηλεόραση ή ένα πλυντήριο, σε καλή τιμή. Αντίθετα μπορεί να πετύχουμε καλές τιμές σε ρούχα, παπούτσια και είδη εποχής.
- ⇒ Πρέπει να προσέξουμε ιδιαίτερα: τις ενδείξεις ενιαίας έκπτωσης, στις βιτρίνες των καταστημάτων. Τα ποσοστά της έκπτωσης αφορούν καθορισμένες κατηγορίες όμοιων προϊόντων και όχι όλο το εμπόρευμα του καταστήματος. Πολλές φορές στις βιτρίνες αναγράφονται υψηλά ποσοστά εκπτώσεων και χρησιμοποιούνται σαν κράχτες. Όταν όμως μπαίνουμε στο κατάστημα αντιμετωπίζουμε διαφορετικά ποσοστά, συνήθως πολύ μικρότερα.
- ⇒ Αν αγοράζουμε προϊόντα, χρησιμοποιώντας δόσεις ή πιστωτική κάρτα πρέπει να προσέχουμε κάθε λεπτομέρεια για τους όρους που διέπουν αυτή τη συναλλαγή.
- ⇒ Απαιτούμε απόδειξη πληρωμής για κάθε αγορά μας. Μη ξεχνάμε ότι η απόδειξη είναι απαραίτητη αν παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα στο προϊόν που αγοράσαμε.
- ⇒ Πρέπει να προσέχουμε την προέλευση του είδους που αγοράζουμε. Σύμφωνα με τον νόμο 2251/1994 άρθρο 1, ο πωλητής οφείλει να παρέχει, κάθε πληροφορία σχετική με το προϊόν που επιθυμούμε να αγοράσουμε.
- ⇒ Πρέπει να αποφεύγουμε τον συνωστισμό και τις ώρες αιχμής. Ανάμεσα στον πολύ κόσμο υπάρχουν πιθανότατα και μερικοί που σκοπεύουν να ελαφρύνουν το δικό μας πορτοφόλι.

## 4.6 ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ

Ποια τα κύρια στοιχεία που πρέπει να έχει υπόψη του ο καταναλωτής κατά την μίσθωση κατοικίας!

- ☺ Στις μισθώσεις κατοικιών, το ύψος του μισθώματος διαμορφώνεται ελεύθερα και δεσμεύει και τις δύο πλευρές.
- ☺ Η μίσθωση κατοικίας ισχύει τουλάχιστον για τρία χρόνια και αν ακόμα έχει συμφωνηθεί μικρότερος ή αόριστος χρόνος.
- ☺ Αν ο συμβατικός χρόνος έχει καθοριστεί μικρότερος της τριετίας και δεν υπάρχει συμφωνία αναπροσαρμογής του μισθώματος, για τον υπόλοιπο χρόνο το καταβαλλόμενο μίσθωμα αυξάνεται ετησίως κατά ποσοστό εβδομήντα πέντε τοις εκατό (75%) του τιμαριθμού του κόστους ζωής που δίνει η Τράπεζα της Ελλάδος για τους αμέσως προηγούμενους δώδεκα (12) μήνες.

- ☺ Ο ιδιοκτήτης έχει την υποχρέωση να παραδώσει στον ενοικιαστή την κατοικία κατάλληλη για την χρήση που συμφωνήθηκε και να την διατηρεί κατάλληλα κατά την μίσθωση.
- ☺ Προκαταβολή του ενοικίου επιτρέπεται μόνο για τον τρέχοντα μήνα.
- ☺ Απαγορεύεται η καταβολή εγγύησης να είναι μεγαλύτερη από δύο ενοίκια.
- ☺ Ο ιδιοκτήτης φέρει τα βάρη του μισθίου.
- ☺ Ο ιδιοκτήτης αποδίδει στον ενοικιαστή τις αναγκαίες δαπάνες που αυτός έκανε στο μίσθιο.
- ☺ Ο ενοικιαστής δεν ευθύνεται για φθορές ή μεταβολές που οφείλονται στη συμφωνημένη χρήση.
- ☺ Η καθυστέρηση καταβολής των δαπανών κοινόχρηστων έχει τα αποτελέσματα καθυστέρησης του ενοικίου.
- ☺ Η μίσθωση ορισμένου χρόνου λήγει μόλις περάσει το διάστημα αυτό χωρίς να απαιτείτε τίποτα άλλο. Μάλιστα θεωρείται ότι ανανεώνεται για αόριστο χρόνο όταν μετά την παρέλευση του συμφωνημένου χρόνου, ο μισθωτής εξακολουθεί να χρησιμοποιεί την κατοικία, ο δε ιδιοκτήτης δεν εναντιώνεται.
- ☺ Η μίσθωση αόριστης διάρκειας, μετά την παρέλευση της τριετίας λήγει με καταγγελία του ιδιοκτήτη ή του ενοικιαστή.
- ☺ Ο ενοικιαστής κατά την λήξη της μίσθωσης έχει υποχρέωση να αποδώσει την κατοικία στην κατάσταση που την παρέλαβε.
- ☺ Από 1/1/2008 το χαρτόσημο καταργείται. Προσοχή: η κατάργηση αφορά μόνο τις κατοικίες, το χαρτόσημο της επαγγελματικής μίσθωσης εξακολουθεί να είναι 3,6% .

#### **4.7 ΚΕΝΤΡΑ (ΜΟΝΑΔΕΣ) ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΙΣΜΑΤΟΣ**

##### **ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΕΝΤΡΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ**

Το Υπουργείο Ανάπτυξης και η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, έχοντας υπόψη τα προβλήματα που ανακύπτουν κατά την εκτέλεση των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με μονάδες αδυνατίσματος (κέντρα αισθητικής, διαίτης) και γυμναστήρια και με σκοπό να τους προστατεύσει από τις άσκοπες οικονομικά επιβαρύνσεις, συμβουλεύει τα εξής:

##### **ΤΙ ΠΡΟΣΕΧΟΥΜΕ ΠΡΙΝ ΥΠΟΓΡΑΨΟΥΜΕ ΜΙΑ ΣΥΜΒΑΣΗ**

- Να έχουμε προαποφασίσει τις υπηρεσίες που έχουμε ανάγκη και να είμαστε σίγουροι ότι μπορούμε να καλύψουμε το κόστος τους.



- Να αποφεύγουμε να υπογράψουμε συμβάσεις ή άλλα έγγραφα κατά την πρώτη επίσκεψη και χωρίς προηγούμενη έρευνα αγοράς.
- Να συμβουλευέστε γιατρούς πριν από κάθε παροχή υπηρεσίας και κυρίως στις περιπτώσεις που μπορούν να έχουν άμεση επίπτωση στην υγεία σας.
- Τέλος να ενημερώνεστε πριν από κάθε δέσμευσή σας ώστε να αποφεύγετε να παγιδευτείτε σε ιδιαιτέρως επαχθείς συμβάσεις.

## **ΤΙ ΠΡΟΣΕΧΟΥΜΕ ΟΤΑΝ ΥΠΟΓΡΑΦΟΥΜΕ ΜΙΑ ΣΥΜΒΑΣΗ**

Το περιεχόμενο των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με μονάδες αδυνατίσματος και γυμναστήρια καθώς και τα προβλήματα που προκύπτουν από αυτές ρυθμίζονται από την Υπουργική Απόφαση Ζ1-1262/2007.

Η απόφαση αυτή προβλέπει ότι:

- Η σύμβαση πρέπει να είναι έγγραφη.
- Ο καταναλωτής λαμβάνει αντίγραφο της σύμβασης.
- Το έντυπο της σύμβασης πρέπει να αναφέρει αναλυτικά μια σειρά από στοιχεία που μεταξύ άλλων προσδιορίζουν επακριβώς και ξεχωριστά το είδος και το κόστος κάθε παρεχόμενης υπηρεσίας.

Τέλος ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα υπαναχώρησης από την σύμβαση αναιτιολόγητα εντός 30 ημερολογιακών ημερών και το δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης σε οποιοδήποτε χρονικό σημείο.

### **4.8 ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ**

«Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές» αποτελεί κάθε πράξη, παράληψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ, ενός εμπορευόμενου άμεσα συνδεδεμένη με την προώθηση πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές, όταν είναι παραπλανητική ή επιθετική.

Η οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά θεσπίζει κοινούς κανόνες στα Κράτη - Μέλη της Ε.Ε., προκειμένου οι Ευρωπαίοι καταναλωτές να έχουν την ίδια προστασία από επιθετικές και παραπλανητικές πρακτικές οπουδήποτε και αν συναλλάσσονται, στον τόπο τους ή σε άλλη χώρα της Ε.Ε., ή στις αγορές τους μέσω διαδικτύου.

### **4.9 ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ**

Στην σημερινή εποχή, η ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών ρυθμίζεται από το δίκαιο των συμβάσεων. Το δίκαιο των συμβάσεων βασίζεται στη γενική αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων σύμφωνα με την οποία οι εκάστοτε συμβαλλόμενοι μπορούν να συμπεριλάβουν στο κείμενο της σύμβασης που υπογράφουν οτιδήποτε επιθυμούν μετά από τυχόν σχετική διαπραγμάτευση μεταξύ τους ( αρκεί φυσικά το περιεχόμενο να ,μην είναι αντίθετο σε κάποια διάταξη νόμου).

Επειδή όμως διαπιστώθηκε στην πράξη ότι σε κάθε σύμβαση υπάρχει πάντα ένα ασθενέστερο μέρος το οποίο συνήθως δεν δύναται να διαπραγματευθεί τους όρους της σύμβασης στην οποία προσχωρεί ο **νόμος 2251/1994** για την «Προστασία των καταναλωτών» περιέχει διατάξεις προστατευτικές για τους καταναλωτές.

Ειδικότερα, σύμφωνα με το **άρθρο 2** του προαναφερόμενου νόμου «όροι που έχουν διαπιστωθεί εκ των προτέρων για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων (γενικοί όροι συναλλαγών) δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, αν κατά την κατάρτιση της σύμβασής τους αγνοούσε ανυπαίτως και ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξή τους ή του στέρησε την δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους». Επίσης «Γενικοί όροι συναλλαγών που έχουν ως αποτέλεσμα την διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλόμενων σε βάρος του καταναλωτή απαγορεύονται και είναι άκυρη».

#### **4.10 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

Ως **ηλεκτρονικό εμπόριο** ορίζεται το εμπόριο που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα, αποτελεί δηλαδή μια ολοκληρωμένη συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω διαδικτύου-internet χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών (δηλαδή του πωλητή και του αγοραστή).

#### **ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙ Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΝΑ ΑΠΟΦΥΓΕΙ ΤΙΣ ΠΑΓΙΔΕΣ ΣΕ ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

Όταν ο καταναλωτής αγοράζει μέσω διαδικτύου, βρίσκεται σε μια παγκόσμια αγορά που μοιάζει με λαβύρινθο, καθώς οι αγορές μέσω διαδικτύου είναι ελκυστικές λόγω του ότι είναι εύκολες, χωρίς πολυκοσμία και χωρίς να υπάρχει ανάγκη να ταξιδέψει ή να περπατήσει. Επίσης η ανωνυμία είναι αυτή που ελκύει αρκετούς, καθώς και η ποικιλία τιμών και προϊόντων που προσφέρονται.

Παρά το γεγονός ότι οι αγορές μέσω διαδικτύου είναι εύκολες, υπάρχουν όμως αμφιβολίες για την ασφάλεια και για την τήρηση της ανωνυμίας. Ο καταναλωτής οφείλει να είναι πολύ καλά πληροφορημένος πριν κάνει κλικ στο πλήκτρο PAY NOW (πληρώστε τώρα), προκειμένου να προστατευθεί από κάθε είδους παγίδα. Το σημαντικότερο είναι να επιλέγει πολύ προσεκτικά τα sites από τα οποία αγοράζει.

#### Πριν την αγορά:

- ☞ Ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει με ποιον συναλλάσσεται.
- ☞ Πρέπει να βεβαιωθεί ότι έχει όλες της πληροφορίες για το προϊόν, την τιμή του και το νόμισμα με το οποίο θα γίνει η πληρωμή.
- ☞ Να προσέξει εάν υπάρχουν επιπλέον έξοδα, όπως αποστολής, φόροι, δασμοί.
- ☞ Να ελέγξει αν υπάρχουν τυχόν περιορισμοί ή απαγορεύσεις όσον αφορά την πώληση και να μελετήσει την πολιτική επιστροφών της εταιρίας.
- ☞ Να διαβάσει τι περιγράφει το site για τους τρόπους πληρωμής και για την ασφάλεια τους.
- ☞ Τέλος, να εξακριβώσει τον χρόνο παράδοσης του προϊόντος από την ημέρα της παραγγελίας του.

#### Κάνοντας την συναλλαγή:

- ☞ Ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να εκτυπώσει ή να «σώσει» στον υπολογιστή του την συναλλαγή που πραγματοποιήσε.
- ☞ Να βεβαιώνεται ότι υπάρχουν εγγυήσεις που προστατεύουν τις πληροφορίες που στέλνει στο διαδίκτυο για την πληρωμή και να ελέγχει επίσης, εάν το browser είναι ασφαλές και αποκρύπτει τα προσωπικά και τα οικονομικά του στοιχεία.
- ☞ Να ενημερώνεται για την πολιτική της εταιρίας όσον αφορά τα προσωπικά δεδομένα.
- ☞ Να κάνει υπομονή και να περιμένει να ολοκληρωθεί η παραγγελία.
- ☞ Θα πρέπει να δίδεται η δυνατότητα στον καταναλωτή να μπορεί να κάνει «opt out», που σημαίνει να ξαναπάρει πίσω τα προσωπικά του δεδομένα.
- ☞ Οφείλει να εκτυπώσει και να κρατήσει την πολιτική επιστροφών.

#### Συμβουλές για την αντιμετώπιση προβλημάτων:

- ☞ Σύμφωνα με την νομοθεσία της Ε.Ε., ο καταναλωτής μπορεί να ακυρώσει μια υπηρεσία ή να επιστρέψει ένα προϊόν μέσα σε ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.
- ☞ Εάν αποφασίσει να κάνει επιστροφή, θα πρέπει να πληρώσει ο ίδιος τα έξοδα αποστολής.
- ☞ Εάν το προϊόν κατά την παραλαβή είναι σπασμένο, ο καταναλωτής θα πρέπει να κάνει μια διαμαρτυρία αμέσως.

- ☞ Εάν το προϊόν ή υπηρεσία που έχει πληρώσει δεν του αποστέλλεται ή δεν εκτελείται, δικαιούται την επιστροφή των χρημάτων του.

## **4.11 ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

### **4.11.1 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ**

Η καταναλωτική πίστη εντάσσεται στην οικογένεια των χρηματοπιστωτικών ή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Με τον όρο «καταναλωτική πίστη» εννοούμε κάθε μορφής πιστωτική διευκόλυνση που παρέχεται από ένα πιστοδότη σε ένα καταναλωτή, σε πρόσωπο δηλαδή που παίρνει πίστωση για μη επαγγελματικούς λόγους.

Χαρακτηριστικές περιπτώσεις καταναλωτικής πίστης είναι:

- Οι συμφωνίες για απόκτηση πιστωτικής κάρτας.
- Οι συμβάσεις για χορήγηση προσωπικών, καταναλωτικών ή δανείων ανοικτού τύπου.
- Η αγορά αγαθών ή υπηρεσιών με δόσεις.

Κατά συνέπεια κάθε γραπτή ή μέσω ηλεκτρονικών μέσων διαφήμιση ή προσφορά ανοιχτού δανείου ή εορτοδανείου θα πρέπει:

- α) Να μην έχει παραπλανητικό χαρακτήρα, και
- β) Να δίνει στον καταναλωτή ποσοτικές πληροφορίες σχετικά με το κόστος του περιεχομένου δανείου. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον και τα ακόλουθα στοιχεία:

- ❖ Το ποσό, τον αριθμό και την συχνότητα των δόσεων,
- ❖ Το ετήσιο επιτόκιο,
- ❖ Το συνολικό ετήσιο πραγματικό ποσοστό επιβάρυνσης ( ΣΕΠΠΕ).

Ο καταναλωτής θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να μην βιάζεται να υπογράψει για την λήψη οποιουδήποτε δανείου χωρίς προηγουμένως να έχει:

- ⇒ Συγκρίνει εναλλακτικές προτάσεις από διάφορες τράπεζες. Ο καταναλωτής δεν θα πρέπει να παρασύρετε στις επιλογές του από το ύψος του ετήσιου ή μηνιαίου επιτοκίου τα οποία συνήθως προβάλλονται ως απόδειξη του χαμηλού κόστους του δανείου, ενώ δεν λένε παρά τη μισή αλήθεια γι' αυτό.
- ⇒ Διαβάσει προσεκτικά τους ουσιώδους χώρους χορήγησης του δανείου ανεξαρτήτως του με πόσο ψηλά γράμματα είναι γραμμένη.

### **4.11.2 ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ**

Ως «στεγαστικό δάνειο» νοείται η πίστωση που χορηγείται σε καταναλωτή για την απόκτηση ή την διαμόρφωση ιδιωτικού ακινήτου του οποίου είναι ιδιοκτήτης ή το οποίο σκοπεύει να αγοράσει και η οποία εξασφαλίζεται είτε με υποθήκη σε ακίνητο, είτε με άλλη ασφάλεια. Για να εξασφαλιστεί η διαφάνεια και η συγκρισιμότητα, οι πιστωτές καλούνται να παρέχουν στους καταναλωτές δύο σειρές εναρμονισμένων πληροφοριών, δηλαδή, (α) πληροφορίες γενικού χαρακτήρα και (β) εξατομικευμένες πληροφορίες, που πρέπει να παρουσιάζονται με την μορφή τυποποιημένου εντύπου, γνωστή ως «τυποποιημένου ευρωπαϊκού δελτίου πληροφοριών».

## **4.12 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΕΝΙΚΟΥ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΟΣ**

### **ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ**

Αποτελούν τις επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες και προϊόντα κοινής οφελείας όπως η μεταφορά, η ύδρευση, ο ηλεκτρισμός, το φυσικό αέριο, οι τηλεπικοινωνίες, οι ταχυδρομικές υπηρεσίες κλπ και θεωρούνται βασικές για την λειτουργία της σύγχρονης κοινωνίας. Η διαθεσιμότητα, η τιμή, και η ποιότητα των υπηρεσιών των Δημόσιων Επιχειρήσεων και οργανισμών είναι εξ' ορισμού υψίστης σημασίας για τους καταναλωτές.

Το άρθρο 13 του ν. 2251/1994, όπως αυτός έχει τροποποιηθεί και ισχύει ορίζει τα σχετικά με την Επιτροπή Προστασίας των Καταναλωτών των Δημόσιων Επιχειρήσεων και Οργανισμών (ΔΕΚΟ), δηλαδή των επιχειρήσεων που προσφέρουν στο κοινό υπηρεσίες και προϊόντα γενικού συμφέροντος (ηλεκτρικό ρεύμα, φυσικό αέριο, ταχυδρομικές υπηρεσίες, κλπ ). Η Επιτροπή συγκροτείται με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης απαρτίζεται δε από:

- α) Το Γενικό Γραμματέα του Υπουργείου Εμπορίου ως πρόεδρο,
- β) Τον Διευθυντή της Διεύθυνσης Επιχειρησιακού Σχεδιασμού Δημόσιων Επιχειρήσεων και Οργανισμών του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών,
- γ) δύο εκπροσώπους των καταναλωτών που προτείνονται από το Εθνικό Συμβούλιο των Καταναλωτών, και
- δ) ένα εκπρόσωπο της Κεντρικής Ένωσης Δήμων και Κοινοτικών Ελλάδας που προτείνονται από αυτήν.

Έργο της επιτροπής είναι να διατυπώνει προτάσεις και να προβαίνει σε υποδείξεις προς τις δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμούς, αφενός για

την βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν και, αφετέρου για την διασφάλιση των δικαιωμάτων του καταναλωτή.

Στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της καλεί υποχρεωτικά ενώπιόν της εκπροσώπους των διοικήσεων των Δημόσιων Επιχειρήσεων και Οργανισμών να δώσουν εξηγήσεις σε παράπονα ή προβλήματα που απασχολούν τους καταναλωτές. Οι Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί υποχρεούνται από την πλευρά τους να παρέχουν στην επιτροπή, όταν τους ζητηθεί, πληροφορίες, εξηγήσεις και κάθε είδους υποστήριξη που διευκολύνει το έργο της. Ο Υπουργός Ανάπτυξης, με εισήγηση της Επιτροπής, μπορεί να επιβάλλει πρόστιμο σε οποιαδήποτε δημόσια επιχείρηση ή οργανισμό, που παραλείπει να παράσχει τις παραπάνω πληροφορίες ή εξηγήσεις.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>**

### **ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**



Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή παρέχει πληροφορίες και συμβουλές σε καταναλωτές που πραγματοποιούν αγορές αγαθών και υπηρεσιών στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή υπάγεται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή. Από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2005 λειτουργεί στο κτίριο του Υπουργείου Ανάπτυξης στην Πλατεία Κάνιγγος, με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Υπουργείου Ανάπτυξης.

Στόχος του Κέντρου είναι να ενημερώνει και να συμβουλεύει τους καταναλωτές, ώστε να γνωρίζουν τα δικαιώματά τους και να πραγματοποιούν ασφαλείς αγορές με βάση την νομοθεσία προστασίας καταναλωτή. Το Κέντρο επίσης συμβάλλει στην επίλυση διαφορών μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών. Επομένως, οι πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχουν αντιμετωπίσει προβλήματα σε συναλλαγές που πραγματοποίησαν σε χώρες Κράτη-Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εκτός της χώρας διαμονής τους, μπορούν να υποβάλλουν τις καταγγελίες τους στο Κέντρο.

Ο ρόλος του Κέντρου είναι διαμεσολαβητικός και στόχο έχει τη φιλική διευθέτηση μιας υπόθεσης ή διαφωνίας μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή. Οι καταγγελίες που διαχειρίζεται το Κέντρο αφορούν αποκλειστικά και μόνο διαφορές φυσικών προσώπων με προμηθευτές και όχι προβλήματα που προκύπτουν από συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων.

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή παρέχει δωρεάν υπηρεσίες. Οι καταναλωτές που υποβάλλουν τις καταγγελίες τους στο Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή πρέπει να γνωρίζουν ότι, σε περίπτωση που δεν επιτευχθεί φιλική διευθέτηση του προβλήματος, διατηρούν το δικαίωμα προσφυγής στη δικαιοσύνη.



**Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Ελλάδος παρέχει τις ακόλουθες υπηρεσίες :**

- **Γενική ενημέρωση** για την Εθνική και Ευρωπαϊκή Νομοθεσία σε θέματα προστασίας του καταναλωτή.
- **Πρακτικές συμβουλές** σε καταναλωτές που θέλουν να πραγματοποιήσουν διασυνοριακές συναλλαγές, ώστε να γνωρίζουν τα δικαιώματά τους στην αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης και να αποφύγουν προβλήματα στις συναλλαγές τους.
- **Διαχείριση καταγγελιών** – Οι εξειδικευμένοι σύμβουλοι του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή λαμβάνουν τις καταγγελίες των καταναλωτών και βοηθούν στην εύρεση εξωδικαστικής συμβιβαστικής λύσης σε διαφορές που προκύπτουν από διασυνοριακές συναλλαγές με προμηθευτές στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Η επίλυση μιας διαφοράς προϋποθέτει την εμπειριστατωμένη τεκμηρίωση της καταγγελίας από πλευράς καταναλωτή (με έγγραφα που αφορούν την συναλλαγή και την επικοινωνία με τον προμηθευτή) και την προθυμία του προμηθευτή να συμμετέχει στην εξωδικαστική διαδικασία.
- **Συνεργασία με το Δίκτυο των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή** – Το Ελληνικό Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή συμμετέχει σε έργα που πραγματοποιεί το δίκτυο των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή, όπως έρευνες και μελέτες, στα πλαίσια της παρακολούθησης της Εσωτερικής Αγοράς. Τα συμπεράσματα των έργων παρέχουν στα Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτή πολύτιμες και εμπειριστατωμένες γνώσεις για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Ευρωπαίοι πολίτες, ώστε να δίνουν στους καταναλωτές κατάλληλες συμβουλές. Οι μελέτες κοινοποιούνται στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία εξετάζει τη δυνατότητα λήψης μέτρων για τη βελτίωση της προστασίας των καταναλωτών.

## **5.1 ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ**

Με τη νέα πρόταση για τη χρονομεριστική μίσθωση η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έρχεται να ενισχύσει την προστασία των τουριστών που επιλέγουν τα κλαμπ διακοπών σε τιμή ευκαιρίας, καλύπτοντας τα κενά της ισχύουσας νομοθεσίας. Με τη βελτίωση της οδηγίας η Κομισιόν αποσκοπεί να αυξήσει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή στον κλάδο της χρονομετρικής μίσθωσης και να πατάξει τα φαινόμενα παρανομίας που πλήττουν την τσέπη των καταναλωτών και δυσφημούν τους νόμιμους φορείς εκμετάλλευσης.

Ειδικότερα, η Επιτροπή επιδιώκει να διευρύνει το πεδίο εφαρμογής της ισχύουσας οδηγίας, ώστε να καλύπτει και τα νέα προϊόντα της αγοράς, όπως κλαμπ διακοπών σε τιμή προσφοράς και παρεμφερή προϊόντα χρονομετρικής μίσθωσης σε κρουαζιερόπλοια, ποταμόπλοια και τροχόσπιτα καθώς και άλλους σημαντικούς τομείς, όπως η μεταπώληση χρονομεριδίου και η ανταλλαγή κλαμπ.

Η νέα πρόταση παρέχει στους καταναλωτές το δικαίωμα να ενημερώνονται πριν από την υπογραφή της σύμβασης μέσω φυλλαδίων, αποτρέπει τις πωλήσεις υπό πίεση, με την πρόβλεψη προθεσμίας υπαναχώρησης τουλάχιστον 10 ημερών και τέλος απαγορεύει στους φορείς εκμετάλλευσης να λαμβάνουν προκαταβολή από τους αγοραστές κατά την προθεσμία υπαναχώρησης με σκοπό πάντα την προστασία των καταναλωτών.

## **5.2 ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ**

Σε πολλούς καταναλωτές έχει τύχει να ενοικιάζουν αυτοκίνητο κατά τη διάρκεια των διακοπών τους σε κάποια από τις χώρες της Ευρώπης και μετά όταν επιστρέψουν στην Ελλάδα να διαπιστώνουν ότι η πιστωτική τους κάρτα έχει χρεωθεί με ένα επιπλέον ποσό που δεν δικαιολογείται από το συμβόλαιο, σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει ο καταναλωτής να επικοινωνήσει με την τράπεζα της πιστωτικής το κάρτας και να αμφισβητήσει την χρέωση.

Σύμφωνα με πληροφορίες που απεστάλησαν στο ΕΚΚ Ελλάδας από το αντίστοιχο Κέντρο της Δανίας, οι κυριότερες εταιρείες πιστωτικών καρτών (VISA, Mastercard και Eurocard) έχουν θεσπίσει ειδικούς κανόνες για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που τυχόν προκύπτουν από έξτρα χρεώσεις στις πιστωτικές κάρτες των πελατών τους από τις εταιρείες ενοικίασεως αυτοκινήτων. Οι κανόνες αυτοί έχουν διαμορφωθεί ανάλογα με τη φύση της διαφωνίας.



Συγκεκριμένα, για την πρόταση της μίσθωσης, το γέμισμα του ντεπόζιτου της βενζίνης, τα εισιτήρια πάρκινγκ ή άλλα μικροποσά οι εταιρείες πιστωτικών καρτών δέχονται τις χρεώσεις μετά τη λήξη της μίσθωσης. Ωστόσο, οι εταιρείες ενοικιάσεων μπορούν να προβαίνουν σε αυτήν την υστερόχρονη χρέωση μόνο με την συναίνεση του καταναλωτή κατά την υπογραφή του συμβολαίου.

Χρεώσεις που δικαιολογούν μεγάλα ποσά, όπως ζημίες και κλοπή, επιτρέπονται μόνον εφόσον ο καταναλωτής τις αποδεχθεί ρητώς και ξεκάθαρα μετά το ατύχες συμβάν π.χ. εάν μια εταιρεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων έχει συμπεριλάβει ως όρο ότι με την υπογραφή του συμβολαίου ο καταναλωτής θα καθίσταται υπεύθυνος για το όχημα και ότι θα αναλαμβάνει κάθε χρέωση που θα προκύπτει για λόγους αντίστοιχους με τους ανωτέρω, ο όρος αυτός είναι αντίθετος με τους κανόνες των εταιρειών πιστωτικών καρτών, και συνεπώς η εκάστοτε εταιρεία της πιστωτικής κάρτας του καταναλωτή θα πρέπει να ενημερώνεται, προκειμένου να στραφεί εναντίον της εταιρείας ενοικιάσεως αυτοκινήτων.

Όσοι λοιπόν Ευρωπαίοι καταναλωτές αρνήθηκαν να πληρώσουν για φθορές που προκλήθηκαν στο ενοικιασμένο όχημα κατά τη διάρκεια της μίσθωσης και παρόλα αυτά είδαν τις πιστωτικές τους κάρτες να χρεώνονται από τις εταιρείες ενοικιάσεως μπορούν να ζητήσουν από τον εκδότη της πιστωτικής τους κάρτας ή την τράπεζά τους να επιστρέψει το ποσό στον λογαριασμό τους, διότι οι καταναλωτές δεν είναι υποχρεωμένοι ούτε να αποδέχονται τέτοιες χρεώσεις αδιακρίτως ούτε να αποδεικνύουν στην τράπεζά τους ή στον εκδότη της πιστωτικής τους κάρτας ότι δεν είναι οι υπαίτιοι της ζημίας. Φυσικά τα ανωτέρω δεν ισχύουν όταν οι εταιρείες ενοικιάσεως αυτοκινήτων έχουν δικαιολογημένο αίτημα έναντι του καταναλωτή. Οι παραπάνω κανόνες παρέχουν στον καταναλωτή το δικαίωμα να μην επωμίζεται ανάλογες χρεώσεις αδιακρίτως. Σε περίπτωση όμως που κάποιος καταναλωτής έχει αποδεχθεί να χρεωθεί η πιστωτική του κάρτα σε περίπτωση ζημίας, τότε η εταιρεία θα οφείλει να του προσκομίσει όλα τα έγγραφα που θα αποδεικνύουν το ύψος των χρεώσεων.

### **5.3 Αγορά Μεταχειρισμένων Αυτοκινήτων Από Την Γερμανία**

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Γερμανίας εξέδωσε τον Μάρτιο του 2006 ενημέρωση προς τους Ευρωπαίους πολίτες, σχετικά με τα σημεία που πρέπει να προσέχουν ως καταναλωτές όταν αγοράζουν μεταχειρισμένα αυτοκίνητα από προμηθευτές με έδρα την Γερμανία.

Σύμφωνα με στοιχεία του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή της Γερμανίας, μεγάλος αριθμός καταγγελιών κατατίθεται στα γραφεία του Κέντρου σχετικά με αγορές μεταχειρισμένων οχημάτων.

Για να αποφευχθούν τέτοιου είδους προβλήματα το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Γερμανίας, σύμφωνα με την εμπειρία που έχει αποκτήσει από τον χειρισμό αντίστοιχων υποθέσεων, ενημερώνει τους καταναλωτές για τα εξής:

1. Οι καταναλωτές πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί όταν υπογράφουν συμβάσεις αγοράς μεταχειρισμένων αυτοκινήτων από την Γερμανία. Συνήθως, οι συγκεκριμένες συμβάσεις είναι τυποποιημένες και αφορούν αγορές αυτοκινήτων από επαγγελματίες. Ως αποτέλεσμα, οι συμβάσεις αυτές δεν περιλαμβάνουν όρους που διασφαλίζουν το νομικό δικαίωμα εγγύησης, το οποίο διαφοροποιείται στις περιπτώσεις που η αγορά αυτοκινήτου έχει σκοπό την επαγγελματική χρήση. Με τον τρόπο αυτό, αν μελλοντικά παρουσιαστεί βλάβη στο αυτοκίνητο, είναι εξαιρετικά δύσκολο για τον καταναλωτή να αποδείξει ότι το αυτοκίνητο αφορά αποκλειστικά και μόνο ιδιωτική χρήση, ενώ οι προμηθευτές δεν είναι διατεθειμένοι να καλύψουν την επισκευή και δεν αναγνωρίζουν την νομική υποχρέωση για επισκευή ελαττώματος στο αυτοκίνητο ή αποζημίωση του αγοραστή για το κόστος επισκευής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να είναι αδύνατον τα δύο μέρη να έρθουν σε συμβιβασμό και οι καταναλωτές να προσφεύγουν στη δικαιοσύνη. Οι καταναλωτές πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί κατά την υπογραφή σύμβασης και να μην υπογράφουν σε περίπτωση που δεν κατανοούν το περιεχόμενο του κειμένου σύμβασης που είναι γραμμένο στα γερμανικά.
2. Οι καταναλωτές πρέπει πρώτα να ενημερώνουν τον προμηθευτή στη Γερμανία για τη βλάβη του αυτοκινήτου, πριν αναθέσουν σε συνεργείο δικής τους επιλογής την επισκευή. Σύμφωνα με πρόσφατη απόφαση του Ομοσπονδιακού Δικαστηρίου της Γερμανίας του έτους 2005, κρίνεται απόλυτα αναγκαίο για τους καταναλωτές να προσκομίζουν γραπτές αποδείξεις ότι ο προμηθευτής ανρήθηκε την επισκευή ή ότι συμφώνησε η αποκατάσταση της βλάβης να γίνει από άλλο συνεργείο και κατόπιν να την καλύψει. Στην περίπτωση που τα στοιχεία αυτά δεν

υπάρχουν, τότε ο προμηθευτής έχει τη δυνατότητα να αρνηθεί να καλύψει τα έξοδα επισκευής που έγιναν από άλλο συνεργείο.

## **ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΠΡΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΘΥΜΟΥΝ ΝΑ ΑΓΟΡΑΣΟΥΝ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΜΕΝΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ**

1. Προσοχή κατά την υπογραφή σύμβασης αγοράς μεταχειρισμένου αυτοκινήτου από την Γερμανία. Η σύμβαση πρέπει να διευκρινίζει με σαφήνεια ότι το αυτοκίνητο αγοράζεται για ιδιωτική χρήση και όχι για επαγγελματική χρήση. Σε αυτή την περίπτωση η νόμιμη εγγύηση δεν μπορεί να εξαιρεθεί από τους όρους της σύμβασης, παρά μόνο να μειωθεί στο ένα έτος.
2. Σε περίπτωση που παρουσιαστεί βλάβη σε μεταχειρισμένο όχημα που έχει αγοραστεί από την Γερμανία, επικοινωνήστε απευθείας με τον προμηθευτή, πριν προβείτε σε επισκευή του οχήματος από συνεργείο της επιλογής σας. Αν ο προμηθευτής αρνηθεί την επισκευή του οχήματος ή δεν συμφωνήσει με την επισκευή του οχήματος από συνεργείο στην Ελλάδα, πρέπει να επιμείνετε ο προμηθευτής να επιβεβαιώσει γραπτώς την άρνηση, πρίν αναθέσετε την την επισκευή στο συνεργείο της επιλογής σας. Με τον τρόπο αυτό υπάρχουν δυνατότητες αποζημίωσης για το κόστος επισκευής, χωρίς αυτό βέβαια να σημαίνει ότι η έκβαση σε περίπτωση απαίτησης αποζημίωσης θα είναι πάντα θετική.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>**

### **ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ Ε. Ε. ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ**

Η λειτουργία της Ευρωπαϊκής ενιαίας αγοράς, σε συνθήκες τέλειου ανταγωνισμού, αποτελεί πρωταρχική επιδίωξη της Ε. Ε. Ο ανταγωνισμός βοηθά, στη διάθεση φθηνότερων προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ το εύρος των επιλογών των Καταναλωτών, ολοένα, αυξάνεται, καθώς οι

επιχειρήσεις προσπαθούν, συνεχώς, να βελτιώσουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες, που παρέχουν.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σε συνεργασία, με τις Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού της κάθε χώρας – μέλους, εργάζεται, για τη διασφάλιση και τη διατήρηση των συνθηκών υγιούς και αποτελεσματικού ανταγωνισμού. Έτσι, στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού της Ε. Ε., δημιουργήθηκε το Γραφείο Συνδέσμου με τους Καταναλωτές. Παράλληλα, εκδόθηκε φυλλάδιο, που περιγράφει την Πολιτική Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τον τρόπο, που αυτή εποπτεύει τη λειτουργία της αγοράς, διασφαλίζει τον ανταγωνισμό και τελικά, προστατεύει τους Καταναλωτές.

## **6.1 ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

Το Γραφείο Συνδέσμου με τους Καταναλωτές δέχεται καταγγελίες, σχετικές με θέματα ανταγωνισμού. Δίνει συμβουλές, στους Καταναλωτές και γνωστοποιεί τις καταγγελίες, στην αντίστοιχη Εθνική Αρχή, που ασχολείται, με τον ανταγωνισμό και την προστασία των Καταναλωτών.

Το Γραφείο Συνδέσμου με τους Καταναλωτές ιδρύθηκε, με στόχο να ενισχύσει το διάλογο, με τους Ευρωπαίους Καταναλωτές, των οποίων η φωνή δεν ακούγεται, αρκετά, κατά τη διαχείριση υποθέσεων ή κατά τη συζήτηση θεμάτων πολιτικής. Καταπολεμά μονοπωλιακές συμπεριφορές (καρτέλ) και αποτρέπει την εκμετάλλευση της "δεσπόζουσας θέσης", στην αγορά, με τον έλεγχο των συγχωνεύσεων κλπ.

Ειδικότερα, τα καθήκοντά του είναι :

1. Να λειτουργεί, ως το πρωταρχικό σημείο επαφής, για τις Ενώσεις Καταναλωτών, αλλά και για τους Καταναλωτές, ατομικά, δημιουργώντας τακτικότερη και εντονότερη συνεργασία μαζί τους.
2. Να ενημερώνει τις ομάδες Καταναλωτών, σχετικά με υποθέσεις ανταγωνισμού και να τις συμβουλεύει, σχετικά με τον τρόπο, με τον οποίο μπορούν να συμμετάσχουν και να εκφράσουν τις απόψεις τους.
3. Να επικοινωνεί, με τις Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού, για θέματα, που αφορούν την προστασία του Καταναλωτή.
4. Να ενισχύει το διάλογο και τη συνεργασία, ανάμεσα στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού και τις άλλες Γενικές Διευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και ειδικότερα, με την Γενικά Διεύθυνση Υγείας και Προστασίας Καταναλωτή.

## **6.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ**

Η Ε. Ε. ελέγχει αν οι επιχειρήσεις "παίζουν δίκαιο παιχνίδι". Η Επιτροπή λειτουργεί, ως διαιτητής, ανάμεσα, στις επιχειρήσεις, ώστε να λειτουργούν, στην αγορά, με τους ίδιους κανόνες. Κάποιες, όμως, παραβαίνουν τους κανόνες και, μετά από μεταξύ τους συνεννόηση, προσπαθούν να επιβάλλουν τους δικούς τους τρόπους λειτουργίας και κανόνες.

Παράδειγμα αποτελεί η δημιουργία "καρτέλ", μια ομάδα ανταγωνιστών συμφωνούν να στρεβλώσουν τον ανταγωνισμό. Επιβάλλουν ίδιες τιμές, στα προϊόντα τους, μειώνουν την παραγωγή τους, συμφωνούν μεταξύ τους το μοίρασμα της αγοράς. Οι Καταναλωτές αναγκάζονται να πληρώσουν, περισσότερα χρήματα, για λιγότερα και χαμηλότερης ποιότητας προϊόντα.

Τα "καρτέλ" είναι παράνομα, στη Ευρωπαϊκή Ένωση και επιβάλλονται πρόστιμα, στους συμμετέχοντες. Το 2001, επιβλήθηκε πρόστιμο 800 εκατομμυρίων ευρώ, σε 8 εταιρείες παραγωγής βιταμινών, το 2004, επιβλήθηκε πρόστιμο 497 εκατομμύρια ευρώ, σε εταιρεία παραγωγής λειτουργικών συστημάτων.

Η απόδειξη ότι μια εταιρεία συμμετέχει, σε καρτέλ, είναι πολύ δύσκολη υπόθεση. Συνήθως, οι συμφωνίες είναι μυστικές, άτυπες και χωρίς αποδεικτικά στοιχεία. Για αυτό, δίνεται η δυνατότητα, σε μια εταιρεία, που συμμετείχε, σε "καρτέλ", να παραδώσει η ίδια αποδεικτικά στοιχεία, στην Επιτροπή και έτσι να μειωθεί ή και να παραγραφεί η δική της ποινή. Κατά τον έλεγχο, η Επιτροπή μπορεί να ζητήσει τα στοιχεία της εταιρείας, να κάνει ξαφνικές επιθεωρήσεις και, με δικαστική εντολή, ακόμα και στα σπίτια του προσωπικού. Το πρόστιμο μπορεί να ανέλθει, ως το 10% του τζίρου της εταιρείας.

Οι Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού μπορούν, επίσης, να εφαρμόσουν την κοινοτική νομοθεσία και να προχωρήσουν, σε ελέγχους. Άλλωστε, έχει ιδρυθεί και το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ανταγωνισμού, μέσω του οποίου συνεργάζονται οι εθνικές αρχές, ανταλλάσσοντας πληροφορίες.

Παρόλα αυτά, σε μερικές περιπτώσεις, μια συμφωνία, μεταξύ επιχειρήσεων, μπορεί να λειτουργήσει, προς όφελος των Καταναλωτών, αν αυτή γίνεται, για λόγους βελτίωσης των προϊόντων, ανάπτυξης των υπηρεσιών, εύρεσης νέων τρόπων διάθεσής τους. Μπορεί να έχουμε συμφωνίες, για μεταφορά τεχνολογίας, κοινή παραγωγή κλπ. Τέτοιες συμφωνίες μπορεί να γίνουν αποδεκτές, ειδικά αν γίνονται ανάμεσα σε εταιρείες, που κατέχουν μικρό μερίδιο αγοράς.

### **6.3 ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ**

Σήμερα, λόγω της παγκοσμιοποίησης και του αυξημένου ανταγωνισμού, πολλές επιχειρήσεις προχωρούν, σε συγχωνεύσεις. Αυτή η πρακτική μπορεί να ωφελήσει όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, αλλά είναι πολύ πιθανό να επιφέρει και ζημίες. Βοηθά, στη ανάπτυξη νέων προϊόντων, στη μείωση του κόστους παραγωγής, στη βελτίωση της ποιότητας και των τιμών. Από την άλλη, μπορεί να προκαλέσει τη δημιουργία μιας κυρίαρχης δύναμης, στην αγορά και έτσι να μειωθεί ο ανταγωνισμός. Η εταιρεία αυτή μπορεί να εκμεταλλευθεί τη δύναμη της, τη «δεσπόζουσα θέση» της και να χαμηλώσει π.χ. τις τιμές των προϊόντων της, μέχρι να εξοστρακίσει τους ανταγωνιστές της, από την αγορά. Τότε θα είναι μονοπώλιο και θα συμπεριφέρεται, όπως θέλει, στους Καταναλωτές, οι οποίοι δε θα έχουν εναλλακτικές επιλογές. Γι' αυτό, οι συγχωνεύσεις εξετάζονται, πολύ καλά, από τις αρχές, προκειμένου να εγκριθούν. Όταν ο ετήσιος τζίρος των εταιρειών, που συγχωνεύονται, ξεπερνά κάποιο ποσό, ο έλεγχος γίνεται, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ενώ, σε αντίθετη περίπτωση, γίνεται, από τις εθνικές αρχές. Βέβαια υπάρχει η δυνατότητα να παραπεμφθεί η υπόθεση, από τη μια αρχή, στην άλλη.

Μια συγχώνευση μπορεί να εγκριθεί, αν οι επιχειρήσεις προτείνουν μια δέσμη μέτρων, που θα έχουν, ως στόχο, την προστασία του ανταγωνισμού, π.χ. να πουλήσουν ένα μέρος της νέας εταιρείας ή να δώσουν κάποια ευρεσιτεχνία και στις υπόλοιπες ανταγωνίστριες εταιρίες. Τότε, θα βρίσκονται, υπό επιτήρηση και η έγκριση θα δοθεί, υπό προϋποθέσεις. Γενικά, το 90% των αιτήσεων εγκρίνονται κανονικά, ενώ το υπόλοιπο, υπό προϋποθέσεις. Από το 1990, μόνο 18 αιτήσεις συγχωνεύσεων απορρίφθηκαν.

### **6.4 ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ**

Η Ευρωπαϊκή Ένωση εργάζεται, εντατικά, για το άνοιγμα των αγορών της, στον ανταγωνισμό, προς όφελος των Καταναλωτών. Ως το 2004, καταργήθηκαν τα κρατικά μονοπώλια, σε αρκετούς τομείς, όπως τα ταχυδρομεία, οι τηλεπικοινωνίες, οι μεταφορές και οι ασφάλειες, ενώ προσπάθειες γίνονται και στον τομέα της ενέργειας.

Πλέον, υπάρχει ελευθερία επιλογών, πάντα για το καλό του Καταναλωτή. Σε κάποιες περιπτώσεις, η απελευθέρωση οδήγησε, σε σημαντική πτώση των τιμών και η εξοικονόμηση χρημάτων ήταν

σημαντική. Στις τηλεπικοινωνίες, π.χ., τα ποσά των λογαριασμών μειώθηκαν, από 13% έως 23%.

Οι εθνικές κυβερνήσεις, όμως, ακόμα και μετά την απελευθέρωση, θα πρέπει να διασφαλίσουν την πρόσβαση των Καταναλωτών, στις υπηρεσίες. Π.χ. τα γερμανικά ταχυδρομεία αναγκάστηκαν να διατηρήσουν το εθνικό δίκτυο διανομής, παρόλο, που αυτό ήταν επιζήμιο, για αυτά. Οι ιδιωτικές εταιρείες, που είχαν μπει στον κλάδο, διέθεταν περιορισμένο δίκτυο διανομής και μόνο σε περιοχές, όπου υπήρχε υψηλή συγκέντρωση πληθυσμού, επομένως είχαν μικρότερο κόστος λειτουργίας. Γι' αυτό το λόγο υπάρχουν και κανονισμοί, που στοχεύουν στη διατήρηση των κρατικών υπηρεσιών και τη μη υποβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών τους.

## **6.5 ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΚΡΑΤΙΚΗΣ ΒΟΗΘΕΙΑΣ**

Το κράτος μπορεί να παρέμβει, στον ανταγωνισμό, παρέχοντας βοήθεια, σε κάποιες επιχειρήσεις, όπως επιχορηγήσεις, φοροελαφρύνσεις κλπ. Αυτή η βοήθεια, ελέγχεται, από την Επιτροπή, για να διατηρηθεί η επί ίσους όρους λειτουργία των επιχειρήσεων.

Η κρατική βοήθεια απαγορεύεται, σε γενικές γραμμές από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά επιτρέπεται, σε ειδικές περιπτώσεις, για λόγους οικονομικής ανάπτυξης, π.χ. ανάπτυξη περιοχών, που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση, προώθηση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, έρευνα και ανάπτυξη (περίπτωση επιχορήγησης εταιρειών το 2003, για έρευνα σε νέες τεχνολογίες), προστασία περιβάλλοντος ή εκπαίδευση. Υπάρχουν και οι πιο αντιφατικές μορφές, όπως η βοήθεια, για τη διάσωση και επανίδρυση μιας επιχείρησης, η βοήθεια, που δίνεται, σε επιχειρήσεις, που λειτουργούν, σε ευαίσθητους τομείς κλπ.

Η κρατική βοήθεια εξετάζεται, όταν δίνεται, σε συγκεκριμένες εταιρείες ή τομείς παραγωγής. Όταν έχουμε γενικά μέτρα, που εφαρμόζονται, για όλους, δε μιλάμε, για κρατική βοήθεια, που χρήζει ελέγχου. Συνήθως, ελέγχεται η βοήθεια, που δίνεται, σε μια εταιρεία μεγάλου μεγέθους, που μπορεί να επηρεάσει τον ανταγωνισμό. Για να εγκριθεί θα πρέπει να ενισχύει κάποιον από τους θεμελιώδεις στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

## **6.6 ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ**

Ο ανταγωνισμός μπορεί να επηρεαστεί, από τη δραστηριοποίηση, εντός της Ευρωπαϊκής αγοράς, εταιρειών, που εδρεύουν εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτές μπορεί να ενεργούν ανεξάρτητες, στην εσωτερική αγορά ή να συνεργάζονται, με εταιρείες της Ένωσης.

Η επιτροπή εξετάζει αυτές τις περιπτώσεις, παρόλο που οι εταιρείες εδρεύουν, αλλού. Άλλωστε, οι εταιρείες αυτές πρέπει να σέβονται το νομικό πλαίσιο, που ισχύει, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως οι εταιρείες της Ε.Ε σέβονται το νομικό πλαίσιο των χωρών, στις οποίες δραστηριοποιούνται. Επίσης, η Ε.Ε. συνεργάζεται, με τις Αρχές Ανταγωνισμού άλλων χωρών προκειμένου να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και να εξετάσουν, μαζί, κάποιες περιπτώσεις. Γι' αυτό το λόγο, έχει δημιουργηθεί και το Διεθνές Δίκτυο Ανταγωνισμού. Οι αρχές αποφασίζουν την από κοινού, διενέργεια ελέγχων, κάτι που βρίσκει σύμφωνες και τις εταιρείες.

## **6.7 ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

Αν κάποιος Καταναλωτής παρατηρήσει πολιτικές, που στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό, μπορεί:

1. Σε περίπτωση, που μια επιχείρηση λειτουργεί, σε τοπικό επίπεδο ή δραστηριοποιείται, σε το πολύ, 3 χώρες, να ενημερώσει την εθνική Αρχή Ανταγωνισμού.
2. Σε περίπτωση επιχείρησης, με μεγαλύτερη εμβέλεια, να ενημερώσει την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Θα πρέπει να κατατεθεί επίσημη καταγγελία, όπου θα αναφέρονται τα στοιχεία του καταγγέλλοντα, τα στοιχεία της επιχείρησης, τα προϊόντα και οι πρακτικές της.

Ο Καταναλωτής μπορεί να απευθυνθεί και σε Ενώσεις Καταναλωτών, όπως το ΚΕ.Π.ΚΑ., το οποίο θα διαβιβάσει την τεκμηριωμένη καταγγελία, στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και θα παρακολουθήσει την εξέλιξή της.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup>**

### **ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ (ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ-ΝΟΜΙΚΑ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΑ)**



## **7.1 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΩΝ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΕ**

Με το άνοιγμα των αγορών, τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών πρέπει να προστατεύονται ομοιόμορφα στην **ενιαία αγορά**. Έτσι, η οδηγία, για τα θέματα **ευθύνης λόγω ελαττωματικών προϊόντων** στοχεύει στην επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας του καταναλωτή από ζημίες στην υγεία και στην περιουσία του λόγω ελαττωματικού προϊόντος, και παράλληλα, στη μείωση των διαφορών μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών σχετικά με την ευθύνη, οι οποίες στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό και περιορίζουν την ελεύθερη κυκλοφορία των προϊόντων [Οδηγία 85/374, ενοποιημένη έκδοση **04.06.1999**]. Η οδηγία θεσπίζει την αρχή της αντικειμενικής ευθύνης του παραγωγού σε περίπτωση ζημίας που προκαλείται λόγω του ελαττωματικού χαρακτήρα του προϊόντος του. Μετά την κρίση των «τρελών αγελάδων» το πεδίο εφαρμογής της επεκτάθηκε στις γεωργικές πρώτες ύλες (όπως το κρέας, τα δημητριακά, τα φρούτα και τα λαχανικά) και στα προϊόντα από κνήγι. Ως «παραγωγός» θεωρείται: κάθε πρόσωπο το οποίο συμμετέχει στη διαδικασία της παραγωγής· ο εισαγωγέας του ελαττωματικού προϊόντος· και κάθε πρόσωπο το οποίο θέτει σε κυκλοφορία προϊόν του οποίου ο παραγωγός δεν μπορεί να εντοπιστεί. Ο ζημιωθείς δεν χρειάζεται να αποδείξει αμέλεια ή σφάλμα του παραγωγού, του εισαγωγέα ή του διανομέα, αλλά μόνο την ύπαρξη της ζημίας, το ελάττωμα του προϊόντος και την αιτιώδη σχέση ζημίας και ελαττώματος. Η ευθύνη του παραγωγού υπάρχει ακόμη και εάν η ζημία οφείλεται τόσο σε ελάττωμα του προϊόντος όσο και σε παρέμβαση τρίτου. Ωστόσο, σε περίπτωση υπαιτιότητας του ζημιωθέντος, η ευθύνη του παραγωγού μπορεί να μειωθεί. Η οδηγία καλύπτει τις ζημίες που προξενήθηκαν: λόγω θανάτου ή σωματικών βλαβών· σε αντικείμενο ιδιωτικής χρήσης ή κατανάλωσης διαφορετικό του ελαττωματικού προϊόντος μετά την αφαίρεση μιας απαλλαγής 500 ευρώ. Ο ζημιωθείς διαθέτει προθεσμία τριών ετών για να υποβάλει αίτηση επανόρθωσης.

Κάνοντας ακόμη ένα βήμα για την προστασία του καταναλωτή, η οδηγία σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών, έθεσε την **αρχή της συμμόρφωσης του προϊόντος** προς τους όρους της σύμβασης [Οδηγία **1999/44**]. Η οδηγία αφορά τόσο τις εμπορικές εγγυήσεις όσο και τη νόμιμη εγγύηση, η οποία περιλαμβάνει κάθε νομική προστασία του αγοραστή από ελαττώματα των αγορασθέντων προϊόντων, που απορρέει απευθείας από το νόμο ως αποτέλεσμα της σύμβασης. Ο πωλητής ευθύνεται έναντι του καταναλωτή για κάθε έλλειψη συμμόρφωσης η οποία υπάρχει κατά τη στιγμή της παράδοσης του αγαθού στον καταναλωτή και εκδηλώνεται εντός δύο ετών από τη στιγμή αυτή, εκτός εάν, κατά τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης πώλησης, ο καταναλωτής γνώριζε ή δεν μπορούσε ευλόγως να

αγνοεί την έλλειψη της συμμόρφωσης. Όταν μια έλλειψη συμμόρφωσης επισημαίνεται στον πωλητή, ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να ζητήσει από αυτόν (κατά λογική ακολουθία) είτε την επισκευή του αγαθού, είτε την δωρεάν αντικατάστασή του, είτε ανάλογη μείωση του τιμήματος, είτε την ακύρωση της σύμβασης. Επιπλέον της νομικής εγγύησης, η εμπορική εγγύηση, δεσμεύει νομικά τον πωλητή ή παραγωγό που την προσφέρει σύμφωνα με τους όρους που ορίζονται στο έγγραφο της εγγύησης και στη σχετική διαφήμιση.

Μια οδηγία στοχεύει στην προστασία του καταναλωτή, του εμπόρου και του κοινού γενικά από την **παραπλανητική διαφήμιση** και από τις **αθέμιτες επιπτώσεις** της [Οδηγία 84/450, κωδικοποιηθείσα από οδηγία **2006/114**]. Επέτρεψε τον κοινοτικό ορισμό της «παραπλανητικής διαφήμισης», δηλαδή εκείνης η οποία καθ' οιονδήποτε τρόπο αποπλανά τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται, ορισμός ιδιαίτερα σημαντικός σε μια εποχή που τα νέα μέσα επικοινωνίας και ιδίως η τηλεόραση και το Διαδίκτυο κάνουν τη διαφήμιση όλο και πιο διεθνή. Όταν ένας χρήστης θεωρεί ότι παραπλανήθηκε από ένα διαφημιστικό κείμενο ή παρουσίαση, μπορεί να εναγάγει τον κατασκευαστή. Όπως τροποποιήθηκε το 1997, η οδηγία για την παραπλανητική διαφήμιση εισήγαγε ένα ενιαίο κανονιστικό πλαίσιο για τη **συγκριτική διαφήμιση**, η οποία ορίζεται ως η διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα ή έμμεσα έναν ανταγωνιστή ή αγαθά ή υπηρεσίες που προσφέρει ένας ανταγωνιστής. Τέτοιου είδους διαφήμιση επιτρέπεται υπό τους όρους ότι: δεν είναι παραπλανητική κατά την έννοια της οδηγίας· συγκρίνει αντικειμενικά ένα ή περισσότερα ουσιώδη, επαληθεύσιμα και αντιπροσωπευτικά χαρακτηριστικά των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των τιμών· δεν προκαλεί σύγχυση στην αγορά μεταξύ του διαφημιζόμενου και ενός ανταγωνιστή· δεν προκαλεί δυσπιστία ή δυσφήμιση των επωνυμιών ή εμπορικών ονομασιών και λοιπών διακριτικών σημείων των αγαθών, υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων ενός ανταγωνιστή. Το **Ευρωπαϊκό Δικαστήριο** έχει προσδιορίσει την έννοια της «παραπλανητικής διαφήμισης» [υπόθεση C-356/04].

Η οδηγία **2005/29** επιδιώκει την προσέγγιση της νομοθεσίας των κρατών μελών για τις **αθέμιτες εμπορικές πρακτικές**, συμπεριλαμβανομένης της αθέμιτης διαφήμισης, οι οποίες βλάπτουν άμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και, συνεπώς, έμμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των θεμιτών ανταγωνιστών. Καλύπτει εκείνες τις πρακτικές (πράξεις ή παραλήψεις), οι οποίες εξαπατούν τον καταναλωτή και τον εμποδίζουν να κάνει τεκμηριωμένη και, επομένως, αποτελεσματική επιλογή. Οι επιθετικές εμπορικές πρακτικές, οι οποίες απαγορεύονται επίσης από την οδηγία, καλύπτουν τις πρακτικές εκείνες - όπως την παρενόχληση, τον καταναγκασμό, τη

χρήση σωματικής βίας και την κατάχρηση επιρροής - που περιορίζουν σημαντικά την ελευθερία επιλογής του καταναλωτή.

Αρκετές κοινοτικές οδηγίες ασχολούνται με τις συμβατικές σχέσεις. Η Κοινότητα ασχολείται ιδιαίτερα με την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος (**συναλλαγές κατ' οίκο**). Μια οδηγία παρέχει στους καταναλωτές μια προθεσμία διαλογισμού και αποποίησης επτά ημερών για όλες τις κατ' οίκον αγορές [Οδηγία 85/577]. Ο έμπορος οφείλει να πληροφορεί γραπτά τον καταναλωτή για το δικαίωμα αποποίησης που έχει.

Υπό το ίδιο πνεύμα, μια οδηγία καθιερώνει ελάχιστους κανόνες προστασίας των καταναλωτών σε θέματα που αφορούν τις **εξ αποστάσεως συμβάσεις**, ανεξάρτητα από τη χρησιμοποιούμενη τεχνολογία (πώληση δι' αλληλογραφίας βάσει καταλόγου, μέσω τηλεφώνου, ηλεκτρονικής επιστολής ή τηλεόρασης) και ανεξάρτητα από το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρονται, με εξαίρεση τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Όταν γίνεται προσφορά αγαθών ή υπηρεσιών ή όταν προτείνεται ένα εμπορικό συμβόλαιο, η ταυτότητα του προσφέροντα και ο εμπορικός χαρακτήρας της πρότασης πρέπει να δηλώνονται καθαρά (ήδη από την αρχή της κλήσης σε περίπτωση τηλεφωνικής συνομιλίας). Άλλες λεπτομέρειες που πρέπει να γίνονται σαφείς περιλαμβάνουν την τιμή του προτεινόμενου αγαθού ή υπηρεσίας, τα τεχνικά χαρακτηριστικά, τους τρόπους πληρωμής και τους όρους καταγγελίας της σύμβασης. Η συμφωνία του καταναλωτή πρέπει να υπάρχει πριν από την παράδοση των αγαθών ή την παροχή των υπηρεσιών που απαιτούν πληρωμή. Ο καταναλωτής μπορεί να καταγγείλει τη σύμβαση χωρίς κυρώσεις μέσα σε προθεσμία επτά εργάσιμων ημερών. Σε περίπτωση μη τήρησης των υποχρεώσεών του, ο προμηθευτής πρέπει να επιστρέφει τα ποσά που έχει εισπράξει. Ειδικά ως προς την **εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών** προς τους καταναλωτές μια οδηγία προβλέπει κοινούς κανόνες, οι οποίοι εφαρμόζονται στις συμβάσεις πώλησης που συνάπτονται τηλεφωνικώς, τηλεομοιοτυπικώς ή μέσω του Διαδικτύου. Οι κανόνες αυτοί επιδιώκουν να παράσχουν στους καταναλωτές μια προστασία και απαραίτητα δικαιώματα και να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη τους στο ηλεκτρονικό εμπόριο, τόσο στο εσωτερικό κράτους μέλους όσο και πέραν των συνόρων. Κύρια στοιχεία της οδηγίας είναι τα ακόλουθα: η απαγόρευση καταχρηστικών εμπορικών πρακτικών, με τις οποίες επιχειρείται να εξαναγκαστεί ο καταναλωτής να αγοράσει υπηρεσία την οποία δεν ζήτησε («πώληση εξ αδράνειας»)· κανόνες που περιορίζουν άλλες πρακτικές όπως τις μη ζητηθείσες τηλεφωνικές κλήσεις και τα μη ζητηθέντα ηλεκτρονικά μηνύματα ("cold calling" και "spamming")· η υποχρέωση να παρέχονται στους καταναλωτές πλήρεις πληροφορίες πριν από την υπογραφή της σύμβασης και το δικαίωμα του

καταναλωτή να λύσει τη σύμβαση εντός ορισμένου διαστήματος, εκτός αν υπάρχει κίνδυνος κερδοσκοπίας.

Ο καταναλωτής πρέπει να προστατεύεται και από τις **καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων** που συνάπτει με επαγγελματικούς φορείς. Η σχετική οδηγία διακρίνει μεταξύ των συμβατικών ρητρών που αποτελούν αντικείμενο διαπραγμάτευσης μεταξύ των δύο μερών και των τυποποιημένων γενικών όρων τους οποίους ο καταναλωτής καλείται να δεχθεί ως έχουν [Οδηγία 93/13]. Μια ρήτρα που δεν απετέλεσε αντικείμενο ειδικής διαπραγμάτευσης θεωρείται καταχρηστική σε περίπτωση που δημιουργεί, σε βάρος του καταναλωτή, ουσιαστική ανισορροπία μεταξύ των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων των συμβαλλομένων μερών της σύμβασης. Η οδηγία θεσπίζει την αρχή σύμφωνα με την οποία οι καταναλωτές δεν δεσμεύονται από τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβολαίων που συνάπτουν.

Μια ομοιόμορφη προστασία μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχεται στους καταναλωτές που προσφεύγουν στην πίστη για τη χρηματοδότηση των αγορών τους. Η οδηγία για την προσέγγιση των νομοθεσιών που διέπουν την **καταναλωτική πίστη** υποχρεώνει τα **κράτη μέλη** να εφαρμόζουν κοινούς κανόνες σε όλες τις μορφές πίστης, αποτρέποντας έτσι τις στρεβλώσεις του ανταγωνισμού μεταξύ των προμηθευτών και προστατεύοντας τους καταναλωτές ανεξάρτητα από την εθνικότητά τους. Αυτό επιδιώκεται χάρη σε ορισμένες επιβαλλόμενες εγγυήσεις, όπως είναι ιδίως η λήψη υπόψη κατά τον υπολογισμό του πραγματικού συνολικού ετήσιου επιτοκίου, όλων των δαπανών, τις οποίες φέρει ο καταναλωτής για να επιτύχει ένα δάνειο. Η οδηγία επιβάλλει μια ενιαία κοινοτική μέθοδο για τον υπολογισμό του συνολικού ετήσιου ποσοστού επιβάρυνσης για την καταναλωτική πίστη

Μια οδηγία του **Συμβουλίου** σχετικά με τα **οργανωμένα ταξίδια** και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις, προστατεύει εκατομμύρια τουριστών από τις ενδεχόμενες καταχρήσεις των οργανωτών αυτών των λαϊκών ταξιδιών [Οδηγία 90/314]. Οι όροι της σύμβασης πρέπει να καταγράφονται και αντίγραφο να επιδίδεται στον καταναλωτή. Οι παρεχόμενες ενδείξεις δεν πρέπει να είναι παραπλανητικές. Τα διαφημιστικά έντυπα πρέπει να περιέχουν σαφείς και ακριβείς πληροφορίες ως προς τις τιμές, τα μέσα μεταφοράς, το είδος, την τοποθεσία και την κατηγορία του καταυλισμού, κλπ. Κατ' αρχήν οι τιμές δεν μπορεί να αναθεωρούνται εκτός αν αυτό προβλέπεται ειδικά στη σύμβαση και τότε πάλι υπό ορισμένους όρους. Αν ο οργανωτής ακυρώσει το οργανωμένο ταξίδι, ο καταναλωτής έχει δικαίωμα είτε για άλλο ανάλογο ταξίδι, είτε για απόδοση της προκαταβολής και ενδεχόμενα για αποζημίωση. Ο καταναλωτής έχει δικαίωμα για αποζημίωση επίσης όταν ο οργανωτής δεν παρέχει ένα σημαντικό τμήμα των υπηρεσιών που έχουν συμφωνηθεί. Τέλος ο οργανωτής ή το

πρακτορείο πρέπει να παρέχουν αρκετές εγγυήσεις για την επιστροφή των καταβληθέντων ποσών ή και τον επαναπατρισμό του καταναλωτή σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή χρεοκοπίας.

Επίσης στον τομέα του τουρισμού και των διασυνοριακών διακοπών μια οδηγία προστατεύει τους αγοραστές ενός δικαιώματος χρονομεριστικής χρήσης (time-sharing) ενός ή περισσότερων ακινήτων [Οδηγία 94/47]. Ο αγοραστής πρέπει να έχει στη διάθεσή του πλήρη περιγραφή του ακινήτου, η οποία να αναφέρεται ιδίως στο ίδιο το ακίνητο, στη θέση του, στις κοινόχρηστες υπηρεσίες στις οποίες ο αγοραστής θα έχει πρόσβαση και υπό ποιους όρους, στη διάρκεια του δικαιώματος χρήσης του, στην τιμή και σε μια εκτίμηση του ποσού των επιπλέον δαπανών. Η σύμβαση και το έγγραφο που περιγράφουν το ακίνητο στο οποίο αναφέρεται η πράξη πρέπει να συντάσσονται στην επίσημη γλώσσα ή γλώσσες του κράτους μέλους όπου διαμένει ο αγοραστής ή στη γλώσσα ή στις γλώσσες του κράτους μέλους του οποίου είναι υπήκοος. Πάντως, ο αγοραστής έχει το δικαίωμα, χωρίς να δηλώσει το λόγο, να υπαναχωρήσει εντός προθεσμίας 10 ημερών. Κάθε προκαταβολή από τον αγοραστή πριν από τη λήξη αυτής της περιόδου απαγορεύεται.

Η Επιτροπή ενθαρρύνει τη χρησιμοποίηση όλων των **καρτών πληρωμών** στο σύνολο της Κοινότητας, χάρη στην εναρμόνιση των ηλεκτρονικών συστημάτων πληρωμών. Έχει εκδώσει μια σύσταση για έναν ευρωπαϊκό κώδικα δεοντολογίας σε θέματα ηλεκτρονικών πληρωμών και ιδιαίτερα ως προς τις σχέσεις μεταξύ χρηματοπιστωτικών οργανισμών, εμπόρων ή άλλων παρεχόντων υπηρεσίες τέτοιου είδους και καταναλωτών. Επίσης η Επιτροπή έχει εκδώσει μίαν άλλη σύσταση σχετικά με τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών και, ιδιαίτερα, σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ τιτλούχων και εκδοτών των καρτών ως προς την ευθύνη σε περίπτωση απώλειας, κλοπής, απάτης ή κακής λειτουργίας [Σύσταση 87/598 και σύσταση 88/590].

Πολλές οδηγίες που έχουν θεσπιστεί και σε αυτόν τον τομέα **εξυπηρετούν συγχρόνως την εξάλειψη των εμποδίων στις ανταλλαγές** αγαθών και υπηρεσιών και την προστασία των καταναλωτών. Πρόκειται ιδιαίτερα για τις οδηγίες σχετικά με: τις ονομαστικές ποσότητες για προσυσκευασμένα προϊόντα [Οδηγία 2007/45] · την αναγραφή του αλκοολικού τίτλου κατά την επισήμανση των αλκοολούχων ποτών που προορίζονται για τον τελικό καταναλωτή [Οδηγία 87/250] · και τον βιολογικό τρόπο παραγωγής γεωργικών προϊόντων και την παρουσίαση του επί των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων [Κανονισμός 834/2007, βλ. το τμήμα 21.4.2].

Βλέπουμε ότι τα συμφέροντα των καταναλωτών λαμβάνονται όλο και περισσότερο υπόψη για την πραγματοποίηση της ενιαίας αγοράς. Αλλά όμως, πρέπει να διαθέτουν και απλά **μέσα για την υπεράσπιση των δικαιωμάτων τους** μέσα σε ένα κοινοτικό νομικό πλαίσιο όπου οι

παραδοσιακές ένδικες διαδικασίες είναι πολυδάπανες, χρονοβόρες και απροσάρμοστες σε διεθνείς διενέξεις, τόσο ώστε να αποθαρρύνουν τους καταναλωτές να διεκδικούν τα δικαιώματά τους. Γι' αυτό, το Συμβούλιο κάλεσε την **Επιτροπή** να συνδράμει τα κράτη μέλη για τη σύσταση και την υποστήριξη δικτύου, σε κοινοτικό επίπεδο, μεταξύ των εθνικών οργάνων, τα οποία θα αποτελέσουν ένα δίκτυο εκτός-δικαστηρίων, που θα έχει ως στόχο να διευκολύνει την **εξώδικη επίλυση** διασυνοριακών διαφορών [Σύσταση 98/257 και σύσταση 2001/310]. Μια οδηγία ως προς τις αγωγές παράλειψης για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών ενθαρρύνει τους αντιπροσώπους των καταναλωτών να κάνουν τέτοιες αγωγές κατά παρανόμων εμπορικών πρακτικών, όταν το υφιστάμενο **κοινοτικό δίκαιο** που παραβιάζεται σε ένα κράτος μέλος ζημιώνει τους καταναλωτές σε άλλο κράτος μέλος [Οδηγία 98/27, ενοποιημένη έκδοση 28.12.2006]. Τέτοιες παράνομες πρακτικές μπορεί να σχετίζονται ιδιαίτερα με παραπλανητικές διαφημίσεις, πωλήσεις εξ αποστάσεως ή την καταναλωτική πίστη.

## **7.2 ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΕ**

Η Ευρωπαϊκή Ένωση δείχνει όλο και περισσότερο ενδιαφέρον για τη φυσική προστασία και τα οικονομικά συμφέροντα των πολιτών. Αυτό είναι μια φυσική εξέλιξη δεδομένου ότι η **ενιαία αγορά** αύξησε όχι μόνο τις επιλογές αγαθών και υπηρεσιών από τους εταίρους, αλλά επίσης και τους κινδύνους των καταναλωτών όλων των κρατών μελών από ελαττωματικά προϊόντα, ιδίως τρόφιμα, που παράγονται σε κάποιο από αυτά. Αυτοί οι κίνδυνοι καταδείχθηκαν αρκετά, κατά την **κρίση των τρελών αγελάδων**, που ξεκίνησε στη Μεγάλη Βρετανία το 1996, και κατά το σκάνδαλο των μολυσμένων με διοξίνες τροφίμων στο Βέλγιο το 1999. Παρόλο που σε αυτές τις περιπτώσεις αποδείχθηκε η χρησιμότητα της κοινοτικής νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών από τη διάθεση στην ενιαία αγορά επικίνδυνων για την υγεία προϊόντων, καταδείχθηκαν και οι αδυναμίες της, ιδίως λόγω της πλημμελούς εφαρμογής της από τα **κράτη μέλη**. Με την αύξηση των οικονομικών συναλλαγών μεταξύ ατόμων και επιχειρήσεων από διάφορα κράτη μέλη υπάρχει αυξανόμενη ανάγκη για προστασία από ανέντιμες πρακτικές μέσω ομοιομόρφων μέτρων, τα οποία πλαισιώνουν και συμπληρώνουν τα εθνικά μέτρα. Επιπλέον, οι εκπρόσωποι των καταναλωτών πρέπει να έχουν την υποστήριξη που χρειάζονται ώστε να παρεμβαίνουν σε όλο και πιο σύνθετες και τεχνικές συζητήσεις, και η άποψη των καταναλωτών να εκφράζεται πιο συστηματικά στο πλαίσιο των διεργασιών λήψης αποφάσεων που τους αφορούν.

Η προστασία των καταναλωτών είναι όχι μόνον ένα αναγκαίο συμπλήρωμα άλλων κοινών πολιτικών, όπως της γεωργίας και της αλιείας, αλλά επίσης και ένας σημαντικός παράγων που επηρεάζει τις συμπάθειες ή τις αντιπάθειες των Ευρωπαίων πολιτών έναντι της Ένωσης. Η ανθρώπινη φύση τείνει, πράγματι, να λησμονεί όλα τα καλά στοιχεία μιας κοινωνικο-πολιτικής οργάνωσης, όπως είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση, όταν ένα σοβαρό - έστω και αν είναι πρόσκαιρο - πρόβλημα δείχνει τα ελαττώματα αυτής της οργάνωσης. Γι' αυτό τα **ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα** πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικά, όχι μόνον εις το να θεσπίζουν κοινοτική νομοθεσία η οποία προστατεύει την υγεία και τα συμφέροντα των Ευρωπαίων πολιτών, αλλά και εις το να επιβάλλουν στα κράτη μέλη να εφαρμόζουν αυστηρά αυτή τη νομοθεσία με κατάλληλα εθνικά μέτρα.

Η προστασία των καταναλωτών υποφέρει από κατακερματισμό, τόσο όσον αφορά τους κανόνες όσο και το επίπεδο της εκτέλεσής τους. Η έλλειψη σαφήνειας και ασφάλειας σχετικά με τα δικαιώματά των καταναλωτών μειώνει την εμπιστοσύνη τους στην **κοινοτική νομοθεσία**. Αλλά και για τις επιχειρήσεις, κυρίως δε για τις ΜΜΕ, η διαφορετική αντιμετώπιση από κάθε κράτος μέλος ταυτόσημων εμπορικών πρακτικών λειτουργεί αποτρεπτικά για την ανάπτυξη διασυνοριακών πωλήσεων και την εκμετάλλευση της εσωτερικής αγοράς. Επιπλέον, οι υφιστάμενοι κοινοτικοί κανόνες δεν είναι ικανοποιητικοί, γιατί αφορούν περιορισμένο αριθμό εμπορικών πρακτικών, συχνά δε είναι παρωχημένοι, ένα βήμα πίσω από τις εξελίξεις της αγοράς ή επιδιώκουν να επιλύσουν πολύ συγκεκριμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές. Για την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και την καλύτερη προστασία των καταναλωτών χρειάζεται πληρέστερη εναρμόνιση των κανόνων που ρυθμίζουν τις σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup>**

### **ΟΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ ΣΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΟΙ ΠΑΘΟΓΕΝΕΙΕΣ ΤΗΣ ΑΚΡΙΒΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΝΕΑ ΜΕΤΡΑ**

Στο απροχώρητο έχει φθάσει πλέον η κατάσταση στην αγορά με τις ανατιμήσεις να διαδέχονται η μια την άλλη. Για τους Έλληνες καταναλωτές, που ήδη πλήρωναν ακριβότερα σε σχέση με άλλους Ευρωπαίους, το 2007 έκλεισε με αυξήσεις έως και 20% σε βασικά προϊόντα. Ο Ιανουάριος έφερε νέες ανατιμήσεις έως 155 και υπό το βέρος των αυξητικών τάσεων στις τιμές του πετρελαίου και των σιτηρών καθίσταται μάλλον αδύνατη η οποιαδήποτε πρόβλεψη για το πόσο ακόμη μπορεί να χειροτερέψει η κατάσταση. Και φυσικά δεν είναι μόνον η διεθνής συγκυρία που επηρεάζει την πορεία των τιμών αλλά και οι παθογένειες της ελληνικής αγοράς που τροφοδοτούν αυξήσεις αλλά και ενισχύουν περεταίρω τις όποιες ανατιμητικές τάσεις. Υπάρχει σοβαρό πρόβλημα στη λειτουργία του ανταγωνισμού που αφήνει το αποτύπωμά του στις τιμές, με την κερδοσκοπία να λυμαίνεται την αγορά, φθάνουν να παραδεχθούν υπηρεσιακοί παράγοντες του υπουργείου Ανάπτυξης. Και προχωρώντας ένα βήμα παραπέρα, εκτιμούν ότι υπάρχει έλλειψη κουλτούρας ανταγωνισμού στις επιχειρήσεις, αφού ο τρόπος που τον αντιλαμβάνονται είναι να πωλούν όσο και ο ανταγωνιστής τους, όχι χαμηλότερα.!

Η εκτίμηση αυτή των υπηρεσιακών παραγόντων, δυστυχώς, επιβεβαιώνεται κι από την απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού για τις κάθετες συμπράξεις στο γάλα. Εκεί περιγράφεται ξεκάθαρα πως ο ανταγωνισμός εξαντλείται στην προσπάθεια να διατηρήσει το ίδιο επίπεδο τιμών με τους ανταγωνιστές, όχι όμως και στη μείωση σε σχέση με αυτές για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Σημειώνουμε επίσης, πως ο ανταγωνισμός μεταξύ των αλυσίδων αλλά και οι σχέσεις με τη βιομηχανία εξαντλείται όχι μόνο στα επίπεδα των τιμών αλλά και στις εκπτώσεις και τις παροχές.

Ένα ερώτημα που τίθεται είναι τι άλλο θα <<αποκαλύψουν>> οι επικείμενες αποφάσεις της Επιτροπής για τα προϊόντα όπως η μπίρα, ο καφές, τα κατεψυγμένα, τα απορρυπαντικά, τα καλλυντικά, που πραγματοποιούν αθροιστικά τζίρους δις. ευρώ, έχοντας μάλιστα έντονα ολιγοπωλιακά χαρακτηριστικά, δημιουργώντας εύλογα υποψίες....

Το υπουργείο Ανάπτυξης αναζητεί τρόπους προκειμένου αν όχι να ανακόψει, τουλάχιστον να επιβραδύνει τον ρυθμό των ανατιμήσεων, πιέζοντας τις επιχειρήσεις με όλα τα μέσα. Ο συνεχής έλεγχος των στοιχείων κόστους όσων γνωστοποιούν υψηλές αυξήσεις, θα δείξει εάν και κατά πόσο οφείλονται πραγματικά στον εκτροχιασμό των τιμών πρώτων υλών ή ο εκτροχιασμός αποτελεί ενδεχομένως ένα καλό άλλοθι για περισσότερα κέρδη. Το υπουργείο εμφανίζεται διατεθειμένο μέχρι και να δημοσιοποιήσει τα ονόματα των εταιριών που πραγματοποιούν αδικαιολόγητα υψηλές αυξήσεις. Παράλληλα σχεδιάζει να εντατικοποιήσει τους ελέγχους σε όλο το φάσμα της αγοράς, ενώ θα εκδίδει και ημερήσιο δελτίο με προτεινόμενες τιμές σε πενήντα βασικά



προϊόντα, μεταξύ των οποίων θα είναι το γάλα, το ψωμί και ο καφές. Θα επιδιώξει την ενίσχυση των καταναλωτικών οργανώσεων προκειμένου να αποκτήσουν ισχύ και παρεμβατικότητα στην αγορά όπως σε άλλες χώρες. Εξάλλου εκτός από την έλλειψη κουλτούρας ανταγωνισμού, διαπιστώνεται και έλλειψη καταναλωτικής κουλτούρας.

### **Προτάσεις :**

Φορείς της αγοράς, όπως το ΕΒΕΑ, προτείνουν άμεσες παρεμβάσεις σε πρώτη φάση στα καύσιμα, στ αγροτικά προϊόντα αλλά και στα τυποποιημένα. Ζητείται από την κυβέρνηση να υιοθετήσει τις προτάσεις που πέρυσι κατέθεσε η Επιτροπή Ανταγωνισμού για την ενίσχυση του ανταγωνισμού στη λιανική των καυσίμων και μεταξύ άλλων αφορούν στο να αναθεωρηθεί το καθεστώς που διέπει την αδειοδότηση των πρατηρίων υγρών καυσίμων ώστε να μπορούν να εισέλθουν και νέοι ανταγωνιστές στην αγορά (π.χ. υπεραγορές) και να προωθηθεί η απελευθέρωση του ωραρίου λειτουργίας τους. Από την άλλη, η δημιουργία δημοπρατηρίων αγροτικών προϊόντων, με όρους χρηματιστηρίου, εκτιμάται ότι θα αποδυναμώσει τον ρόλο των μεσαζόντων και θα αμβλύνει την ψαλίδα μεταξύ τελικών τιμών και τιμών παραγωγού. Και σε ότι αφορά την αγορά του άρτου/αρτοποιημάτων που πλήττεται ιδιαίτερα από τις ανατιμήσεις, ζητείται να τροποποιηθεί ο πρόσφατος νόμος και να αρθούν οι περιορισμοί που τίθενται στη λειτουργία του bake off. Του προψημένου ψωμιού που διατίθεται από super market και είναι αρκετά φθηνότερο από το ψωμί των αρτοποιείων που ελέγχουν το 95% της αγοράς. Για τους περιορισμούς που τίθενται στη λειτουργία του bake off, οι επιχειρήσεις έχουν προσφύγει για δεύτερη φορά στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

## **8.1 ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΣ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ**

Τα μέτρα που λαμβάνονται σε όλο το φάσμα της αγοράς και οι δράσεις για την ενημέρωση του καταναλωτή και την ενίσχυση των καταναλωτικών οργανώσεων.

Εισαγωγές προϊόντων :

- Αυστηροποίηση κυρώσεων για παράνομες ελληνοποιήσεις αγαθών.
- Διευκόλυνση εισαγωγών προϊόντων που βρίσκονται προσωρινά σε ανεπάρκεια..
- Ρύθμιση για τη συσκευασία εισαγόμενων οπωροκηπευτικών προϊόντων.

- Διασταύρωση στοιχείων εισαγωγών από τρίτες χώρες για να ελεγχθούν πιθανές ελληνοποιήσεις.

#### Αγροτική παραγωγή :

- Καθιέρωση της δίγγραμμης επιταγής για κάθε συναλλαγή άνω των 1.000 ευρώ μεταξύ παραγωγού- χονδρεμπόρου οπωροκηπευτικών και κρεάτων. Στόχος, ο έλεγχος για πλασματικές τιμές πώλησης αγαθών και η συνακόλουθη αύξηση κόστους και τιμών.

#### Βιομηχανική επεξεργασία / μεταποίηση :

- Υποχρεωτική αιτιολόγηση ανατιμήσεων και δημοσιοποίηση των περιπτώσεων όπου διαπιστώνεται υπερβολή.
- Διαρκής κοστολογικός έλεγχος.
- Συγκριτική παραβολή κοστολογικών στοιχείων επιχειρήσεων με την αντίστοιχη ανάλυση κοστολογίου από τις υπηρεσίες του ΥΠΙΑΝ.

#### Διακίνηση :

- Καθιερώνεται η υποχρεωτική αναγραφή χώρας παραγωγής και εισαγωγής.
- Υποχρεωτική διακίνηση αγροτικών προϊόντων από χονδρεμπόρους προς λιανοπωλητές μόνον σε κεντρικές αγορές ή πιστοποιημένους επαγγελματικούς χώρους.
- Επανεξέταση όλων των αδειών των εμπόρων των κεντρικών αγορών.
- Έλεγχος κοστολογίου συσκευασίας σε κεντρικές αγορές.
- Έλεγχος φθορών αγροτικών προϊόντων και υποχρεωτική δήλωση προϊόντων προς ζωοτροφή.
- Αυστηροποίηση του καθεστώτος χορήγησης αδειών λαϊκών αγορών.
- Έλεγχος ποσοτήτων πωλητών λαϊκών αγορών.

#### Κατανάλωση :

- Υποχρεωτική επικόλληση τιμής σε κάθε προϊόν, ώστε ο καταναλωτής να τη συγκρίνει με αυτήν στο ταμείο.
- Υποχρεωτική αναγραφή μοναδιαίας τιμής στο ράφι για τα υποσυσκευασμένα προϊόντα.

- Αυστηροποίηση διοικητικών κυρώσεων σε περίπτωση διαφορετικής χρέωσης από το ράφι στο ταμείο.
- Παραβολή τιμών για επιχειρήσεις μέλη διεθνών ομίλων. Όποτε το ΥΠΑΝ το θεωρεί απαραίτητο θα ζητάει στοιχεία από τις επιχειρήσεις για τα επίπεδα τιμών χονδρικής ή λιανικής που έχουν σε άλλες χώρες.
- Υποχρεωτική αναγραφή επί του τιμολογίου οιασδήποτε έκπτωσης.
- Υποχρεωτική ανάρτηση τιμοκαταλόγου χονδρικής πώλησης στις κεντρικές αγορές.
- Εκσυγχρονισμός νομοθετικού πλαισίου λειτουργίας Super – Markets.
- Υποχρεωτική αναγραφή αρχικής τιμής και τιμής πώλησης σε καταστήματα STOCK και OUTLET.
- Θεσμοθέτηση επιβράβευσης επιχειρήσεων που λειτουργούν με τον ενδεδειγμένο τρόπο στην αγορά.

Ενημέρωση τελικού καταναλωτή :

- Λειτουργία Παρατηρητηρίου Τιμών.(Θα είναι έτοιμο έως το τέλος του 2008).
- Λειτουργία Παρατηρητηρίου Τιμών Καυσίμων σε συνάρτηση με τις αντίστοιχες διεθνείς τιμές. Θα καταγράφονται οι τιμές των διυλιστηρίων/πρατηρίων για να διαπιστωθεί η ταχύτητα <<αντίδρασης >> στις διακυμάνσεις των τιμών.
- Καθημερινή έκδοση Ειδικού Δελτίου Τιμών για το <<καλάθι>> με τα προϊόντα υψηλότερης ζήτησης, με ανακοινώσεις προς τα ΜΜΕ. Θα περιλαμβάνει περίπου 50 βασικά προϊόντα τα οποία καλύπτουν το ήμισυ του ημερήσιου τζίρου στην αγορά.
- Καθημερινή ανάρτηση ηλεκτρονικού Δελτίου Τιμών.
- Καθιέρωση προτεινόμενης <<καλής>> τιμής. Από τα στατιστικά στοιχεία που θα συγκεντρώνονται θα προσδιορίζεται η επικρατούσα τιμή σε βασικά προϊόντα και ανακοινώνεται με διάφορους τρόπους. Στόχος, να έχει ο καταναλωτής ένα μέτρο σύγκρισης στις αγορές του.
- Υπαίθρια ενημέρωση τιμών.
- Ενίσχυση και ισχυροποίηση του Καταναλωτικού Κινήματος.
- Σύσταση Ενιαίου Φορέα Ελεγκτικού Έργου. Θα γίνει με νομοθετική ρύθμιση και εξετάζεται αν θα είναι τμήμα της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου, ως διοικητική ομάδα , ή ενιαίος διοικητικός τομέας με επικεφαλής ειδικό γραμματέα ή αυτόνομο ΝΠΔΔ.
- Πρωτοβουλία σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης προκειμένου να διερευνηθεί η δυνατότητα ενεργοποίησης από μια τιμή οροφής και

άνω στην τιμή του βαρελιού πετρελαίου, μηχανισμού διόρθωσης προς όφελος του τελικού καταναλωτή.

- Αναμόρφωση υφιστάμενου ποινολογίου στην κατεύθυνση του αυστηρότερου επιτρεπτού.
- Εντατικοποίηση ελέγχων μικτών κλιμακίων για την πάταξη του παρεμπορίου.
- Εντατικοποίηση συστηματικών ελέγχων στις κεντρικές αγορές.
- Δημιουργία Μητρώου Συσκευαστηρίων.
- Ενεργοποίηση του νόμου για καθυστερήσεις πληρωμών.
- Θέσπιση Μητρώου Διακινητών Οπωροκηπευτικών και Φρούτων, για παραγωγούς και εμπόρους.
- Σε συνεργασία με το υπουργείο Παιδείας ανάπτυξη προγράμματος <<Αγωγής του καταναλωτή>> στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Ανεξάρτητη Αρχή :

- Αναβάθμιση της Επιτροπής Ανταγωνισμού και αποφασιστική ενίσχυση του στελεχικού δυναμικού της. Οι όποιες αλλαγές θα είναι προϊόν συνεργασίας με την Ε.Ε.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9<sup>ο</sup>

## ΤΙΜΕΣ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΑ SUPER MARKET ΔΥΤΙΚΗΣ ΚΡΗΤΗΣ



### 9.1 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΙΜΩΝ (ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ) SUPER MARKET ΔΥΤΙΚΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Πήραμε από τα 4 τέσσερα μεγαλύτερα super market της πόλης μας προϊόντα και συγκρίναμε τις τιμές και σας τις παρουσιάζουμε ώστε οι αγορές σας να γίνονται πιο συμφέρουσες.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΧΑΛΚΙΑΔΑ-ΚΗΣ	ΙΝ.ΚΑ	ΜΑΡΙΝΟ ΠΟΥ-ΛΟΣ	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΝΤΟΠΙΟ	3,79€	4,68€	3,55€	(ΧΩΡΙΑΤΙΚΟ) 3,98€
ΜΠΡΙΖΟΛΕΣ ΧΟΙΡΙΝΕΣ	4,79€	4,90€	4,95€	4,90€
ΜΠΡΙΖΟΛΕΣ ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΕΣ	(ΝΤΟΠΙΕΣ) 10,17€	9,85€	(ΓΑΛΛΙΑΣ) 13,75€	-
ΑΡΝΙ ΝΤΟΠΙΟ	8,49€	8,49€	8,99€	8,90€
ΚΑΤΣΙΚΙ ΝΤΟΠΙΟ	9.15€	9.45€	-	9.15€
ΚΟΥΝΕΛΙ ΝΩΠΟ ΚΡΗΤΗΣ	7,49€	7,65€	7,45€	7,45€
ΖΥΓΟΥΡΙ ΕΓΧΩΡΙΟ	5,30€	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 4,39€	-	5,30€
ΧΟΙΡΙΝΗ ΠΑΝΣΕΤΑ ΕΓΧΩΡΙΑ	4,55€	4,28€	4,87€	4,28€
ΧΟΙΡΙΝΟ ΣΝΙΤΣΕΛ	6,19€	5,95€	6,90€	5,95€
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΦΙΛΕΤΟ ΣΤΗΘΟΣ	(ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ) 10,75€	(ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ) 10,12€	(ΜΙΜΙΚΟΣ) 7,40€	(ΜΙΜΙΚΟΣ) 8,40€
ΜΟΣΧΑΡΙ ΝΩΠΟ ΝΤΟΠΙΟ	5,59€	8,98€	(ΓΑΛΛΙΑΣ) 9,59€	8,90€
ΧΟΙΡΙΝΗ ΣΠΑΛΑ	9,34€	3,78€	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 3,99€	4,89€
ΧΟΙΡΙΝΟ ΩΜΟΠΛΑΤΗΣ ΥΦΑΝΤΗΣ	8,50€	8,63€	8,32€	8,34€
ΧΟΙΡΙΝΟ ΩΜΟΠΛΑΤΗ ΒΙΚΗ	9,21€	8,81€	12,35€	-
ΚΙΜΑΣ	7,46€	8,98€	5,49€	-

ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΟΣ				
ΚΙΜΑΣ ΧΟΙΡΙΝΟΣ	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 5,19€	5,79€	(ΕΓΧΩΡΙΟ Σ) 4,78€	5,10€
ΛΟΥΚΑΝΙΚΑ ΧΩΡΙΑΤΙΚΑ	(ΜΑΡΚΑΚΗ) 8,95€	5,34€	(ΤΡΙΚΑΛΩ Ν) 6,60€	5,90€
ΣΑΛΑΜΙ ΥΦΑΝΤΗΣ	12,45€	11,71€	15,79€	12,24€
ΖΑΜΠΟΝ ΥΦΑΝΤΗΣ	14,01€	9,15€	8,32€	8,30€
ΓΑΛΟΠΟΥΛΑ ΚΑΠΝΙΣΤΗ CRETA FARM	14,46€	12,79€	13,55€	12,50€
ΜΠΕΪΚΟΝ CRETA FARM	9,39€	14,33€	11,98€	12,04€
ΜΑΚΑΡΟΝΙΑ STELLA 500G	0.84€	0.85€	0.83€	0.82€
ΚΡΙΘΑΡΑΚΙ ΧΟΝΤΡΟ STELLA 500G	0.92€	0.92€	0.86€	0.86€
ΡΥΖΙ 3 Α ΝΥΧΑΚΙ 500G	1.45€	1.42€	1.42€	1.48€
ΦΑΚΕΣ ΨΙΛΕΣ 3 Α 500G	1.39€	1.37€	1.42€	1.46€
ΦΑΣΟΛΙΑ ΓΙΓΑΝΤΕΣ 3 Α 500G	2.36€	2.43€	2.70€	2.70€
ΣΙΜΙΓΔΑΛΙ ΨΙΛΟ ΜΕΛΙΣΣΑ 500G	0.92€	0.91€	0.91€	0.92€
ΝΤΟΜΑΤΕΣ ΚΡΗΤΗΣ	1,55€	1,58€	1,28€	0,50€
ΑΓΓΟΥΡΙΑ ΜΙΚΡΑ ΚΡΗΤΗΣ	2,59€	2,54€	2,10€	2,70€
ΠΑΤΑΤΕΣ ΚΡΗΤΗΣ	(ΘΗΒΑΣ) 0,85€	0,75€	0,63€	0,82€
ΚΡΕΜΜΥΔΙΑ ΘΗΒΑΣ	(ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ ) 0,55€	0,79€	0,55€	0,64€
ΚΟΛΟΚΥΘΙΑ	(ΚΡΗΤΗΣ) 2,94€	1,84€	2,18€	2,80€
ΜΕΛΙΤΖΑΝΕΣ ΦΛΑΣΚΕΣ	2,12€	2,21€	2,85€	2,98€
ΜΑΡΟΥΛΙ ΚΡΗΤΗΣ	0,69€	0,68€	0,69€	0,56€
ΛΑΧΑΝΟ ΚΡΗΤΗΣ	0,59€	0,54€	0,58€	0,55€
ΚΑΡΟΤΑ ΘΗΒΑΣ	0,66€	(ΕΥΒΟΙΑΣ) 0,69€	0,45€	0,84€
ΠΗΠΕΡΙΕΣ ΚΕΡΑΤΟ	1,77€	2,52€	2,05€	2,99€
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΑ VALENCIA	0,69€	(ΧΑΝΙΩΝ) 0,59€	(ΧΑΝΙΩΝ) 0,67€	1,12€
ΛΕΜΟΝΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	1,44€	(ΝΤΟΠΙΑ) 1,39€	(ΑΙΓΙΟΥ) 1,35€	1,40€
ΑΚΤΙΝΙΔΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	1,89€	(ΛΑΡΙΣΑΣ) 1,89€	1,78€	1,95€
ΜΠΑΝΑΝΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	1,58€	1,49€	1,19€	1,67€
ΜΑΝΤΑΡΙΝΙΑ	2,12€	(ANKOP) 1,68€	-	1,67€
ΑΧΛΑΔΙΑ ΚΡΥΣΤΑΛ	(ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ) 1,84€	(ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ) 1,84€	1,98€	2,65€
ΜΗΛΑ ΣΜΙΘ	1,42€	1,39€	1,45€	1,40€

ΣΠΑΝΑΚΙ	2,35€	1,94€	-	2,10€
ΜΗΛΑ ΣΤΑΡΚΙΝ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	1,42€	1,45€	2,05€	1,09€
ΤΥΡΙ MILNER ΗΜΙΣΚΛΗΡΟ (ΚΙΛΟ)	10,34€	9,27€	10,15€	10,85€
ΠΗΧΤΟΓΑΛΟ (ΚΙΛΟ)	-	(ΣΧΕΤΑΚΗΣ) 6,61€	(ΜΥΖΗΘΡ Α) 4,30€	-
ΛΕΥΚΟ ΤΥΡΙ ΑΛΜΗΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ ΤΖΟΥΡΜΠΙΑΚΗ	7,72€	6,93€	7,10€	6,95€
ΡΕΓΓΑΤΟ ΦΙΛΕΜΑ (ΚΙΛΟ)	6,64€	8,51€	-	-
ΤΕΛΕΜΕΣ ΜΕΒΓΑΛ (ΚΙΛΟ)	5,53€	5,61€	6,70€	5,25€
ΛΕΥΚΟ ΤΥΡΙ ΑΛΜΗΣ ΣΟΦΟΥΛΗ	-	7,19€	-	5,25€
ΜΑΛΑΚΗ ΦΡΕΣΚΙΑ ΜΥΖΗΘΡΑ ΚΡΙΑΡΑ	8,24€	8,24€	-	-
ΓΡΑΒΙΕΡΑ 12ΜΗΝΗΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ	-	18.40€	18.40€	-
ΓΡΑΒΙΕΡΑ ΚΡΗΤΗΣ ΣΟΦΟΥΛΗ	10,28€	(ΤΖΟΥΡΜΠΙΑ ΚΗ) 11,50€	10,98€	11,30€
ΡΕΓΓΑΤΟ ΜΕΝΚΛΑΝΤ	6,64€	6,45€	8,40€	7,63€
ΦΕΤΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	8,56€	7,48€	8,41€	9,19€
ΤΥΡΙ ΣΕ ΦΕΤΕΣ GOYDA ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ	7,53€	7,74€	8,39€	6,99€
ΤΥΡΙ ΤΡΙΜΜΕΝΟ ΠΑΡΜΕΖΑΝΑ	10,63€	9,95€	14,99€	9,25€
ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΝΟΥΝΟΥ 350G 2+1	5,84€	5,84€	5,84€	6,06€
ΒΟΥΤΥΡΟ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΗΠΕΙΡΟΥ 500G	7,09€	(ΣΑΒΟΪ) 8,15€	6,98€	7,12€
ΒΙΤΑΜ SOFT 250G	0,99€	0,99€	0,99€	0,99€
ΒΙΤΑΜ ΑΛΤΙΣ 250G	1,66€	1,66€	1,66€	1,69€
ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ ΓΑΛΑ CHOICE 300ML	0,98€	0,98€	0,98€	0,98€
ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ ΓΑΛΑ MILKO 500ML	1,28€	1,25€	1,25€	1,28€
ΣΟΚΟΛΑΤΟΥΧΟ ΓΑΛΑ ΦΑΓΕ ENJOY 500ML	1,26€	1,26€	1,26€	1,28€
ΓΑΛΑ ΔΕΛΤΑ ΠΑΣΤ/ΝΟ 2L	2,69€	2,69€	2,70€	2,65€
ΓΑΛΑ ΔΕΛΤΑ ΠΑΣΤ/ΝΟ LIGHT 1LT	1,42€	1,42€	1,42€	1,42€
ΓΑΛΑ ΔΕΛΤΑ ADVANCE 1LT	1,59€	1,59€	1,59€	1,61€
ΓΑΛΑ ΦΑΓΕ ΦΑΡΜΑ 1,5 LT ΠΛΗΡΕΣ	1,93€	1,63€	1,86€	1,95€
ΓΑΛΑ ΝΟΥΝΟΥ FAMILY LIGHT 1.5 LT	1,90€	1,90€	1,90€	1,92€
ΓΑΛΑ ΝΟΥΝΟΥ	2,94€	2,94€	2,94€	2,97€

CALCI+1,5LT				
ΓΑΛΑ ΒΛΑΧΑΣ ΕΒΑΠΟΡΕ	0,90€	0,90€	0,89€	0,91€
ΓΑΛΑ ΣΚΟΝΗ SANILAC 450GR	7,09€	7,08€	7,08€	7,39€
ΦΡΟΥΤΟΚΡΕΜΑ ΝΟΥΝΟΥ 300GM	4,86€	4,86€	4,86€	5,16€
ΦΡΟΥΤΟΚΡΕΜΑ MILURA 300GM	4,45€	4,45€	4,45€	4,33€
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΔΕΛΤΑ COMPLET 200GR2+1	-	2,40€	2,37€	2,42€
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΔΕΛΤΑ COMPLET 200GR 2ΠΛΟ+1 ΔΩΡΟ	3,63€	2,22€	2,21€	2,44€
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΜΕΓΓΑΛ ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ SALAD 1KG	-	3,47€	3,07€	2,59€
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΠΑΙΔΙΚΟ ΝΟΥΝΟΥ 145GR	1,09€	1,09€	1,06€	1,09€
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΠΑΙΔΙΚΟ ΜΕΓΓΑΛ 150GR	1,09€	1,09€	1,09€	1,14€
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΠΑΙΔΙΚΟ ΔΕΛΤΑ 145GR	1,14€	1,14€	1,14€	1,16€
COCA COLA 500ML ΠΛΑΣΤ. 6ΑΔΑ	4,56€	4,56€	4,56€	4,52€
COCA COLA LIGHT 330ML 6ΑΔΑ	3,18€	3,18€	3,18€	3,12€
COCA COLA 1,5 LT ΠΛΑΣΤ.	1,47€	1,47€	1,47€	1,47€
COCA COLA 330ML	0,52€	0,52€	0,52€	0,53€
COCA COLA 330ML 6ΑΔΑ	3,12€	3,11€	3,11€	3,12€
SPRITE 330ML	0,52€	0,53€	0,53€	0,52€
ΓΚΑΖΟΖΑ ΓΕΡΑΝΙ 250 ML	0,47€	0,46€	0,46€	-
ΜΠΥΡΑΛ ΓΕΡΑΝΙ 250 ML	0,47€	0,46€	0,46€	-
ΣΟΔΑ TUBORG 330ML	0,42€	0,42€	0,42€	0,43€
ΛΕΜΟΝΑΔΑ FANTA 330ML	0,52€	0,52€	0,53€	0,52€
ΛΕΜΟΝΑΔΑ ΗΒΗ 500ML	0,76€	0,73€	0,73€	0,77€
ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ FANTA 330ML	0,52€	0,53€	0,52€	0,52€
ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ ΗΒΗ 500ML	0,76€	0,73€	0,73€	0,77€
AMSTEL 330 ML 6ΑΔΑ	3,90€	3,88€	3,88€	3,84€
HEINEKEN 330ML 6ΠΛΟ	4,98€	4,92€	4,92€	4,98€
ΜΥΘΟΣ 500ML 4ΠΛΟ	3,64€	4,08€	3,60€	3,92€
AMSTEL 500ML	0,94€	0,94€	0,94€	0,75€



ΑΜΙΤΑ ΜΟΤΙΟΝ 1,5LT	2,63€	2,62€	2,62€	2,63€
ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ ΒΙΟΧΥΜ ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ	1,69€	-	(ΦΗΜΗ) 1,32€	1,73€
ΝΕΡΟ ΣΑΜΑΡΙΑ 0,5Λ	-	0,20€	-	0,22€
ΝΕΡΟ ΖΑΡΟΣ 0,5Λ	0,20€	-	0,28€	-
ΝΕΡΟ ΙΟΛΗ 0,5Λ	0,28€	0,28€	0,28€	0,28€
ΟΥΪΣΚΙ JOHNNY WALKER RED LABEL	12,20€	12,20€	12,20€	12,59€
ΟΥΪΣΚΙ CUTTY SHARK	12,18€	12,29€	12,29€	12,34€
ΦΥΣΤΙΚΙΑ ΚΕΛΥΦΩΤΑ ΨΗΜΕΝΑ ΧΥΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ	11,98€	13,75€	-	-
ΠΑΞΙΜΑΔΙΑ ΚΡΙΘΙΝΑ ΧΑΝΙΩΤΙΚΑ	-	3,10€	-	3,10€
ΠΑΞΙΜΑΔΙΑ ΣΙΚΑΛΗΣ ΧΑΝΙΩΤΙΚΑ	-	3,10€	-	3,10
ΑΡΤΟΣ ΧΩΡΙΑΤΙΚΟΣ 500ΓΡ. ΓΙΑΝΝΑΡΑΚΗΣ	0,82€	0,84€	0,98€	0,95€
ΑΡΤΟΣ ΠΡΟΖΥΜΗ 500ΓΡ.ΓΙΑΝΝΑΡΑΚΗΣ	(600ΓΡ.) 1,36€	0,98€	(ΖΥΜΩΤΟ ) 1,16€	0,90€
ΑΡΤΟΣ ΠΡΟΖΥΜΗ 500ΓΡ. ΔΙΑΚΟΥΛΑΚΗΣ	1,03€	1,05€	-	-
ΚΡΟΥΑΣΑΝΑΚΙΑ ΦΡΕΣΚΑ ΠΡΑΛΙΝΑ 300ΓΡ.	2,17€	2,92€	2,09€	2,29€
ΚΡΟΥΑΣΑΝΑΚΙΑ ΦΡΕΣΚΑ ΒΟΥΤΥΡΟΥ 260ΓΡ.	2,07€	2,47€	2,19€	2,19€
ΚΡΟΥΑΣΑΝ ΦΡΕΣΚΟ ΠΡΑΛΙΝΑ	0,70€	0,52€	0,52€	0,52€
ΦΡΥΓΑΝΙΕΣ ΦΟΡΜΑ 2ΠΛΕΣ ΣΙΚΑΛΗΣ	1,24€	1,30€	-	1,32€
ΦΡΥΓΑΝΙΕΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ	1,02€	1,02€	0,98€	1,09€
ΨΩΜΙ ΤΟΣΤ ΚΑΤΣΕΛΗΣ 380ΓΡ.	1,95€	1,72€	1,73€	1,73€
ΨΩΜΙ ΤΟΣΤ ΚΡΙΣ ΚΡΙΣ 780ΓΡ.	2,42€	2,42€	2,42€	2,42€
ΨΩΜΙ ΚΑΤΣΕΛΗΣ 700ΓΡ.	2,84€	2,67€	2,65€	2,67€
ΚΑΦΕΣ BRAVO 100ΓΡ.	1,04€	1,04€	1,04€	1,04€
ΚΑΦΕΣ NESKAFE 100GR.	2,78€	2,74€	2,74€	2,74€
ΤΣΑΪ LIPTON 10*15	0,87€	0,87€	0,83€	0,83€
ΜΕΛΙ ΑΤΤΙΚΗΣ 455ΓΡ.	6,97€	7,28€	7,28€	7,28€

ΜΕΛΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 455ΓΡ.	-	4,74€	4,74€	4,74€
ΖΑΧΑΡΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ 1Κ.	0,85€	0,84€	0,84€	0,84€
ΚΑΚΑΟ ΓΙΩΤΗΣ 125ΓΡ.	-	1,06€	0,96€	0,96€
ΚΑΚΑΟ ΙΟΝ 125ΓΡ.	1,18€	1,17€	1,17€	1,26€
ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ SPIN- SPAN 350GR.	2,49€	2,49€	2,48	-
ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ ΜΑΜΑΝ 370ΓΡ.	2,58€	2,58€	2,42€	2,99€
ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ CORN- FLAKES 375GR.	2,32€	2,35€	2,34€	2,13€
ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ FITNESS 350GR.	2,91€	2,91€	3,22€	3,08€
ΑΥΓΑ ΛΑΔΑΚΗ 6ΑΔΑ	1,58€	1,57€	1,57€	1,41€
ΑΛΕΥΡΙ ΜΥΛΟΙ ΚΡΗΤΗΣ 1Κ.	1,14€	0,99€	0,99€	1,20€
ΑΛΕΥΡΙ ΑΛΑΤΙΝΙ 1Κ.	1,51€	1,34€	1,50€	1,35€
ΛΑΔΙ ΜΙΝΕΡΒΑ 1Λ.	5,97€	5,97€	(ΠΡΟΣΦΟ ΡΑ) 5,24€	6,39€
ΛΑΔΙ ΑΒΕΑ 1Λ.	4,74€	4,56€	-	4,56€
ΞΥΔΙ ΤΟΠΙ 350ΓΡ.	0,78€	0,73€	0,73€	0,83€
ΚΟΝΣΕΡΒΕΣ SWAN 200GR	1,70€	1,69€	1,69€	1,73€
ΚΟΝΣΕΡΒΑ ΝΤΟΛΜΑΔΑΚΙΑ 280ΓΡ.	2,02€	2,07€	2,09€	2,33€
ΚΟΝΣΕΡΒΑ ΤΟΝΟΣ RIO MARE 160 GR	2,35€	2,65€	(ΠΡΟΣΦΟ ΡΑ) 2,19€	2,35€
ΚΟΝΣΕΡΒΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΑ 400ΓΡ.	(ΜΟΛΙΝΑ) 1,65€	(ΚΥΚΝΟΣ) 1,18€	-	(LUTECE) 1,91€
ΚΕΤΣΑΠ ΚΥΚΝΟΣ 320ΓΡ.	1,43€	1,32€	1,32€	1,63€
ΜΟΥΣΤΑΡΔΑ HELMANN'S 250GR	1,52€	1,50€	1,50€	1,77€
ΜΟΥΣΤΑΡΔΑ BRAVA 500GR	2,55€	2,83€	-	3,04€
ΜΑΓΙΟΝΕΖΑ HELMANN'S 500GR	2,38€	2,53€	2,38€	2,46€
ΜΑΓΙΟΝΕΖΑ ΚΡΑΦΤ 500GR	1,89€	1,86€	1,89€	2,15€
ΤΟΜΑΤΟΠΟΛΤΟΣ PUMARO 410GR	0,58	0,83€	1,09€	0,61€
ΤΟΜΑΤΟΠΟΛΤΟΣ ΚΥΚΝΟΣ 410ΓΡ	1,34€	1,34€	1,32€	0,99€
ΑΛΑΤΙ ΠΕΡΛΑ 750ΓΡ+ΔΩΡΟ	1,85€	1,84€	1,84€	1,99€
ΑΛΑΤΙ ΚΑΛΛΑΣ 750ΓΡ.	1,91€	1,90€	1,90€	1,90€
ΠΙΠΕΡΙ 100ΓΡ.	(ΗΛΙΟΣ) 1,85€	(ΓΕΒΑ) 1,23€	(ΗΛΙΟΣ) 1,84€	(ΓΕΒΑ) 1,25€
ΡΙΓΑΝΗ 50ΓΡ	(ΖΕΡΒΑΚΗ)	(ΓΕΒΑ) 0,75€	(ΗΛΙΟΣ)	(ΓΕΒΑ) 0,75€

	1,57€		0,90€	
ΚΑΡΥ	(ΗΛΙΟΣ 500ΓΡ) 1,18€	(ΓΕΒΑ 500ΓΡ) 3,83€	(ΗΛΙΟΣ 30ΓΡ) 1,29€	(ΓΕΒΑ 50ΓΡ) 1,29€
ΣΟΔΑ	(ΗΛΙΟΣ 20ΓΡ) 0,82€	(ΓΕΒΑ 30ΓΡ) 0,22€	(ΗΛΙΟΣ 350ΓΡ) 1,46€	(ΓΕΒΑ 30ΓΡ) 0,46€
ΚΑΝΕΛΛΑ	(CAPTAIN 100GR) 0.99€	(ΓΕΒΑ 70ΓΡ) 0,69€	(ΑΝΑΤΟΛ Η 45ΓΡ) 1,19€	(ΓΕΒΑ 70ΓΡ) 0,69€
ΣΑΜΠΟΥΑΝ FRUCTIS 400ML	4,79€	4,94€	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 4,79€	4,34€
ΣΑΜΠΟΥΑΝ ORGANICS 400ML	4,24€	4,24€	4,24€	4,24€
ΣΑΜΠΟΥΑΝ ULTREX 400ML	4,79€	4,79€	4,72€	4,89€
ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ PALMOLIVE 750ML	4,99€	4,99€	4,99€	5,12€
ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ LECHAT 1LT	3,60€	3,40€	3,39€	3,99€
ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ LUX 750ML	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 4,73€	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 4,73€	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 4,74€	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 4,73€
ΜΑΛΑΚΤΙΚΗ DOVE 330ML	3,83€	3,83€	3,83€	4,01€
ΜΑΛΑΚΤΙΚΗ FRUCTIS 250ML	3,95€	3,95€	3,83€	3,56€
ΜΑΛΑΚΤΙΚΗ HERBAL 400ML	4,19€	4,02€	-	4,02€
ΥΓΡΟ ΣΑΠΟΥΝΙ PALMOLIVE 400ML	1,75€	1,39€	1,39€	1,78€
ΥΓΡΟ ΣΑΠΟΥΝΙ DETOL 250ML	2,05€	1,99€	2,92€	3,09€
ΣΑΠΟΥΝΙ CAMAY 100ML	0,63€	0,65€	-	0,57€
ΣΑΠΟΥΝΙ FA 125ML	-	0,61€	0,61€	0,69€
ΣΑΠΟΥΝΙ ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ 125M	0,71€	0,71€	0,64€	0,80€
ΟΔΟΝΤΟΚΡΕΜΑ AQUAFRESH 75ML	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 1,80€	2,43€	2,01€	1,97€
ΟΔΟΝΤΟΚΡΕΜΑ AIM 75ML	2,48€	2,57€	0,26€	2,49€
ΟΔΟΝΤΟΚΡΕΜΑ CREST COMPLETE 100ΓΡ.	(ΠΡΟΣΦΟΡΑ) 2,40€	2,01€	2,51€	2,19€
BABY OIL JOHNSON 200GR	3,17€	3,26€	3,17€	3,59€
BABY OIL PRODERM 200GR	3,48€	3,44€	-	3,81€

## 9.2 ΤΟ ΚΑΛΩΘΙ ΤΗΣ ΝΟΙΚΟΚΥΡΑΣ

Η λίστα της στήλης με τις πιο συμφέρουσες αγορές για τις καθημερινές σας ανάγκες. Επιλέγουμε τις καλύτερες προτάσεις από όλα τα μεγάλα super market της πόλης μας(σύμφωνα με την εφημερίδα «καταναλωτής»).



ΠΡΟΪΟΝ	ΤΙΜΗ	SUPER MARKET
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΝΤΟΠΙΟ 1 KG	3,55€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΚΙΜΑΣ ΧΟΙΡΙΝΟΣ	4,78€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΦΙΛΕΤΟ ΣΤΗΘΟΣ	6,95€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΜΠΡΙΖΟΛΕΣ ΧΟΙΡΙΝΕΣ	4,35€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΜΠΡΙΖΟΛΕΣ ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΕΣ 1Κ.	9,85€	IN.KA
ΧΟΙΡΙΝΟ ΣΝΙΤΣΕΛ	5,95€	IN.KA
ΛΟΥΚΑΝΙΚΑ ΧΩΡΙΑΤΙΚΑ	5,34€	IN.KA
ΖΑΜΠΟΝ ΥΦΑΝΤΗΣ	7,64€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΜΑΚΑΡΟΝΙΑ STELLA 500GR	0,72€	IN.KA
ΡΥΖΙ 3 <sup>Α</sup> ΝΥΧΑΚΙ 500ΓΡ	1,42€	IN.KA
ΦΑΚΕΣ 500ΓΡ	0,99€	IN.KA
ΦΑΣΟΛΙΑ ΓΙΓΑΝΤΕΣ 500ΓΡ	2,70€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΣΙΜΙΓΔΑΛΙ ΨΙΛΟ ΜΕΛΙΣΣΑ 500ΓΡ	0,85€	IN.KA
ΝΤΟΜΑΤΕΣ ΚΡΗΤΗΣ	0,50€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΑΓΓΟΥΡΑΚΙ ΚΡΗΤΗΣ	1,20€	IN.KA
ΠΑΤΑΤΕΣ ΚΡΗΤΗΣ	0,63€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΚΡΕΜΜΥΔΙΑ ΘΗΒΑΣ	0,55€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΠΙΠΕΡΙΕΣ ΚΕΡΑΤΟ	1,77€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΑ VALENCIA	0,67€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΛΕΜΟΝΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	1,38€	IN.KA
ΜΗΛΑ ΣΜΙΘ	1,34€	IN.KA
ΦΕΤΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	7,48€	IN.KA
ΛΕΥΚΟ ΤΥΡΙ ΑΛΜΗΣ	7,19€	IN.KA
ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΝΟΥΝΟΥ 350ΓΡ	5,84€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΒΙΤΑΜ SOFT 250GR	0,95€	IN.KA
ΓΑΛΑ ΠΑΣΤ ΔΕΛΤΑ 1ΛΤ	1,34€	IN.KA
ΓΡΑΒΙΕΡΑ ΣΟΦΟΥΛΗ	10,08€	IN.KA
ΓΙΑΟΥΡΤΙ COMPLETE 200GR+1	2,42€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΠΑΙΔΙΚΟ ΜΕΒΓΑΛ 150Γ	1,09€	IN.KA
ΦΡΟΥΤΟΚΡΕΜΑ ΝΟΥΝΟΥ 300ΓΡ.	4,31€	IN.KA
NESKAFE 100G.	2,74€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΜΕΛΙ ΑΤΤΙΚΗΣ 455Γ	7,24€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΖΑΧΑΡΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ 1Κ.	0,84€	IN.KA
ΨΩΜΙ ΤΟΣΤ ΚΑΤΣΕΛΗΣ 700ΓΡ	2,65€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΑΥΓΑ 6ΑΔΑ	1,41€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΑΛΕΥΡΙ ΜΥΛΟΙ ΚΡΗΤΗΣ 1Κ.	0,99€	IN.KA
ΜΑΓΙΟΝΕΖΑ HELMANN'S 500G	2,38€	IN.KA
ΚΕΤΣΑΠ ΚΥΚΝΟΣ 320Γ	1,32€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΜΟΥΣΤΑΡΔΑ BRAVA 500G.	2,55€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΤΟΜΑΤΟΠΟΛΤΟΣ PUMARO 410G	0,58€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ

ΠΙΠΕΡΙ ΓΕΒΑ 100Γ	1,23	ΙΝ.ΚΑ
ΚΑΝΕΛΛΑ ΓΕΒΑ 70ΓΡ	0,69€	ΙΝ.ΚΑ
ΚΟΝΣΕΡΒΑ ΝΤΟΛΜΑΔΑΚΙΑ 280ΓΡ	2,02€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΑΡΤΟΣ ΧΩΡΙΑΤΙΚΟΣ 500ΓΡ	0,82€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΠΑΞΙΜΑΔΑΚΙΑ ΚΡΙΘΙΝΑ ΧΑΝΙΩΝ	2,30€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΦΡΥΓΑΝΙΕΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ	0,98€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ SPIN-SPAN	2,33€	ΙΝ.ΚΑ
AMSTEL 330ΜΙ 6ΑΔΑ	3,84€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΜΥΤΗΟΣ 500ΜΛ 4ΠΛΟ	3,64€	ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ
ΛΑΔΙ ΑΒΕΑ	4,56€	ΙΝ.ΚΑ
ΑΦΡΟΛΟΥΤΡΟ LE CHAT 1LT	3,40€	ΙΝ.ΚΑ
ΕΥΡΑΦΑΚΙΑ BIC 5ΑΔΑ	1,11€	ΙΝ.ΚΑ
ΧΑΡΤΙ ΚΟΥΖΙΝΑΣ DELICA	1,98€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΧΑΡΤΙ ΥΓΕΙΑΣ SOFTEX	5,00€	ΑΡΙΑΔΝΗ
ΧΛΩΡΙΝΗ AZAX 2LT	1,36€	ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ
ΣΑΚΟΥΛΕΣ ΑΠΟΡΡΙΜΑΤΩΝ SANITAS	2,00€	ΙΝ.ΚΑ

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

⇒ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ :

«ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»

⇒ ΒΙΒΛΙΟ:

«ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ: ΔΙΚΑΙΟ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ»  
ΤΟΥ ΝΙΚΟΥ ΜΟΥΣΗ

⇒ ΒΙΒΛΙΟ:

«ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ»  
ΤΟΥ ΔΡΑ ΚΩΣΤΑ Γ. ΜΑΓΝΗΣΑΛΗ,  
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ  
ΕΚΔΟΤΙΚΟΥ ΟΙΚΟΥ ΘΕΟΔΩΡΟΥ Π. ΤΥΡΟΒΟΛΑ

⇒ ΒΙΒΛΙΟ

«ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»  
ΕΛΛΗΝΙΚΟ-ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ (1996 ΜΕ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ 2008)  
ΤΗΣ ΕΛΙΖΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ  
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΑΚΟΥΛΑΣ

⇒ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ

«ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ» (ΔΕΥΤΕΡΟ ΔΕΚΑΠΕΝΘΗΜΕΡΟ  
ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2008)