



# ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ  
ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΩΝ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ.

ΜΑΙΟΣ 2023

Υπό την αιγίδα



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Υπουργείο Ανάπτυξης  
και Επενδύσεων



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα

# ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΩΣΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ  
ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΩΝ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ.

ΜΑΙΟΣ 2023



## ΜΗΝΥΜΑ ΣΕΒ

### Ιωάννης Αθ. Γιώτης

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



Αγαπητά μέλη,

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

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

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

Με έμπνευση τις Κατευθυντήριες Γραμμές [Guidance for Traders on Pricing Practices](#) του Chartered Trading Standards Institute, ο εικονογραφημένος οδηγός έρχεται σε συνέχεια της πρωτοβουλίας του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων για έκδοση του Κώδικα Δεοντολογίας για ανακοινώσεις μείωσης της τιμής (ιδίως σε προσφορές / εκπτώσεις / προωθητικές ενέργειες)

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

## ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ

### Άδωνης – Σπυρίδων Γεωργιάδης

Υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων



Η προστασία του καταναλωτή και η εύρυθμη λειτουργία της αγοράς είναι βασικοί άξονες της πολιτικής του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων. Η συμμόρφωση των επιχειρήσεων με τους κανόνες που ρυθμίζουν τη λειτουργία της αγοράς, ο σεβασμός στα δικαιώματα των καταναλωτών και η τήρηση των αρχών σωστής ενημέρωσης και πληροφόρησής τους, συμβάλλει ουσιαστικά στην προώθηση του υγιούς ανταγωνισμού και στην εμπέδωση συνθηκών εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών.

Για την εξασφάλιση της μέγιστης διαφάνειας στις συναλλαγές μια σειρά διατάξεων της ενωσιακής και εθνικής νομοθεσίας επιδιώκουν να ενισχύσουν την προστασία του καταναλωτή, δημιουργώντας παράλληλα ένα στέρεο, σύγχρονο και προβλέψιμο επιχειρηματικό περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό, η οδηγία 2019/2161 (οδηγία «Omnibus») αποτελεί μέρος του πακέτου «Νέα συμφωνία για τους καταναλωτές» της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αποσκοπεί μεταξύ άλλων στον εκσυγχρονισμό των κανόνων ενόψει των εξελίξεων της αγοράς. Μια από τις πιο σημαντικές αλλαγές της οδηγίας 2019/2161, η οποία ενσωματώθηκε στο εθνικό μας δίκαιο με το Ν.4933/2022, είναι η εισαγωγή νέων διατάξεων για τον τρόπο παρουσίασης της μείωσης των τιμών σε εκπτώσεις, προσφορές και λοιπές προωθητικές ενέργειες.

Το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων έχει θέσει σε διαβούλευση και θα θεσμοθετήσει έναν «Κώδικα Δεοντολογίας για ανακοινώσεις μείωσης της τιμής (ιδίως σε προσφορές / εκπτώσεις / προωθητικές ενέργειες)» με στόχο την παροχή χρήσιμων συμβουλών και κατευθυντήριων γραμμών στις επιχειρήσεις σχετικά με τον ορθό τρόπο επικοινωνίας της πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών με μειωμένη τιμή ή με πρόσθετο όφελος ή με προσδοκία οφέλους.

Με τον τρόπο αυτό τόσο οι επιχειρήσεις, όσο και οι καταναλωτές θα έχουν στη διάθεσή τους ένα εύχρηστο, πρακτικό και ολοκληρωμένο εγχειρίδιο το οποίο θα μπορούν να χρησιμοποιούν προκειμένου να καθίσταται ευκολότερη η συμμόρφωση των επιχειρήσεων στο θεσμικό πλαίσιο αλλά και πληρέστερη η ενημέρωση των καταναλωτών για τα δικαιώματά τους.

Επιπροσθέτως, η πρωτοβουλία του ΣΕΒ, σε συνεργασία με το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων για την έκδοση ενός εικονογραφημένου οδηγού, ο οποίος σε πιο σύντομη και εποπτική μορφή θα μεταφέρει στην αγορά και τους καταναλωτές μια σύνοψη του περιεχομένου του Πρακτικού Οδηγού του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, θεωρούμε ότι θα συμβάλλει έτι περαιτέρω στην ενίσχυση της διαφάνειας των συναλλαγών.

# Η ΣΩΣΤΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΓΙΑ ΣΩΣΤΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΙΔΗΤΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

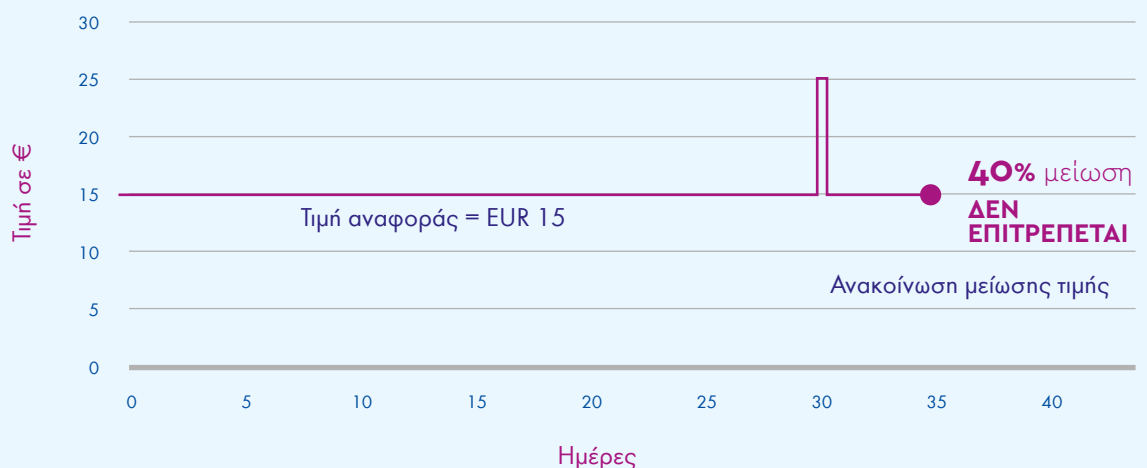
- 01 Περιλαμβάνει σωστά όλες τις πληροφορίες σχετικά με τις μειώσεις τιμών
- 02 Ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα
- 03 Παρουσιάζεται απλά και κατανοητά
- 04 Αναφέρει ρητά τα οφέλη για τον καταναλωτή
- 05 Χρησιμοποιεί σωστά τη λέξη «δωρεάν»
- 06 Δεν παρουσιάζει μεγαλύτερο το πλεονέκτημα του καταναλωτή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



# 01

## ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΑΣ

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



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

# ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΙΣ ΕΚΠΤΩΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ!

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



**Σωστό**



**30%**

→ Φθηνότερα



**10€**

→ Έκπτωση



**10€**

~~100€~~



Από  
**150€**

Μόνο  
**100€**



30%  
40%  
70%

**BLACK FRIDAY**  
SPECIAL OFFERS

ΠΡΟΣΦΟΡΑ  
Black Friday ←

ΑΠΟ  
**150€**

ΜΟΝΟ  
**100€**



NEW PRODUCT

Low Sugar  
with 30% less sugar than other whole oat milk

100% WHOLE OATS

Αγοράστε  
σήμερα  
χωρίς να  
πληρώσετε  
**ΦΠΑ** ←







→ Έκπτωση  
**30%**  
ΤΟ ΜΕΤΡΟ



ΤΕΛΕΥΤΙΑ  
ΕΒΔΟΜΑΔΑ  
ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ

→ ΑΡΧΙΚΗ  
ΤΙΜΗ  
**100€**

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

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

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

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



→ e-shop  
Τιμή  
**100€**



→ φυσικό  
καταστήμα  
Τιμή  
**130€**

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



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

Η τιμή αναφοράς  
είναι η χαμηλότερη  
τιμή των τελευταίων  
30 ημερών



ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ  
ΤΙΜΗ  
ΚΑΤΑΛΟΓΟΥ

**10.000€**

Η ΤΙΜΗ ΜΑΣ

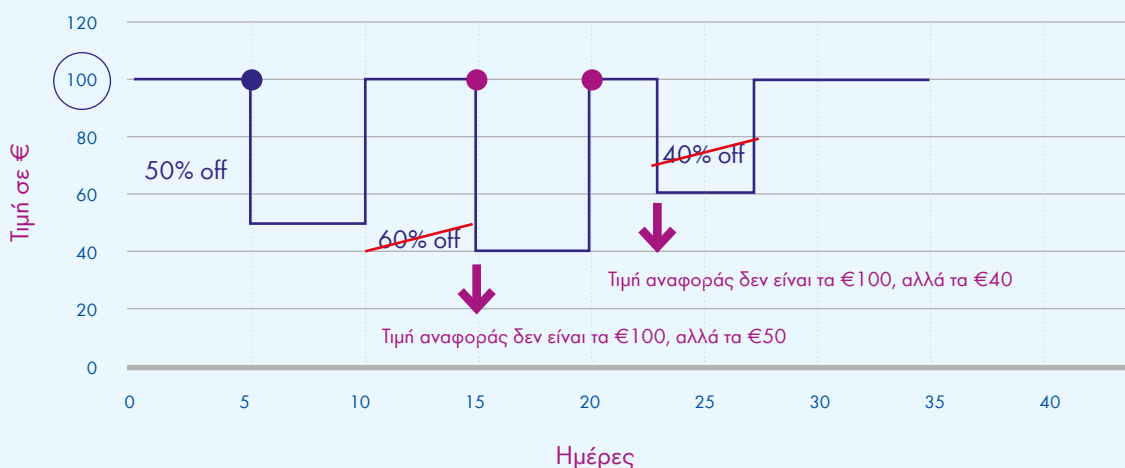
**8.000€**



## ΔΙΑΔΟΧΙΚΕΣ ΑΥΞΟΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

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

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



### Την ημέρα 15:

Τιμή πώλησης = 40€

Τιμή αναφοράς = 50€

(η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών)

Η τιμή των 100€ που ήταν την ημέρα 5

δεν είναι η χαμηλότερη τιμή των τελευταίων 30 ημερών.

### Άρα την ημέρα 15:

**A. Δεν επιτρέπεται:**

100€ → 40€ (60% έκπτωση)

**B. Επιτρέπεται**

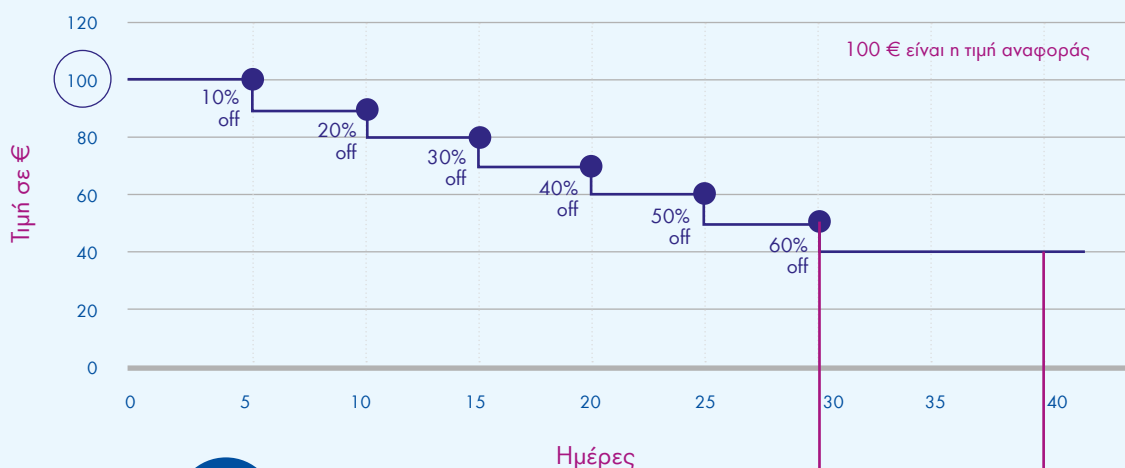
50€ → 40€ (20% έκπτωση)

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

# ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΕΣ ΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΙΜΩΝ

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

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



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

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

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

## Διαδοχική Αυξομείωση

ΙΟΥΛΙΟΣ




ΑΡΧΙΚΗ  
ΤΙΜΗ

**140 €**

← ΤΩΡΑ ΣΕ  
ΜΕΙΩΜΕΝΗ  
ΤΙΜΗ

**120 €**

ΙΟΥΛΙΟΣ




ΤΙΜΗ

**125 €**

←

ΙΟΥΛΙΟΣ




ΜΕΙΩΣΗ

**30%**

ΤΩΡΑ

**84 €**

←







Ποια είναι η τιμή αναφοράς της 20ής Ιουλίου;




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




## Προοδευτική μείωση τιμών

ΜΑΡΤΙΟΣ		ΜΑΡΤΙΟΣ		ΜΑΡΤΙΟΣ	
					
					
ΑΡΧΙΚΗ ΤΙΜΗ <b>500€</b>	← ΤΩΡΑ ΣΕ ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΤΙΜΗ <b>450€</b>	ΤΙΜΗ BLACK FRIDAY	← Έκπτωση <b>15%</b> ΤΩΡΑ ΜΟΝΟ <b>425€</b>	CYBER MONDAY Έκπτωση <b>20%</b>	ΤΩΡΑ ΜΟΝΟ <b>400€</b>

Ποια είναι η τιμή αναφοράς της cyber Monday;



Η τιμή αναφοράς είναι τα **500€**



**X** **Λάθος**

ΜΑΡΤΙΟΣ



ΤΙΜΗ  
**700€** ←

ΜΑΡΤΙΟΣ



ΤΙΜΗ  
**650€** ←

ΜΑΡΤΙΟΣ



ΤΩΡΑ ΑΠΟ  
**650€** ←  
ΜΟΝΟ  
**630€**

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



ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ



ΑΠΟ  
**25€**  
ΤΩΡΑ ΜΟΝΟ  
**23€** ←

ΜΑΡΤΙΟΣ



ΑΠΟ  
**32€**  
ΤΩΡΑ ΜΟΝΟ  
**28€** ←

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



**-50%**

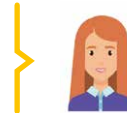
**ΤΕΛΙΚΗ  
ΤΙΜΗ  
ΜΟΛΙΣ  
20€**

Η χαμηλότερη  
τιμή των τελευταίων  
30 ημερών 23€

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



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



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



# 02

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

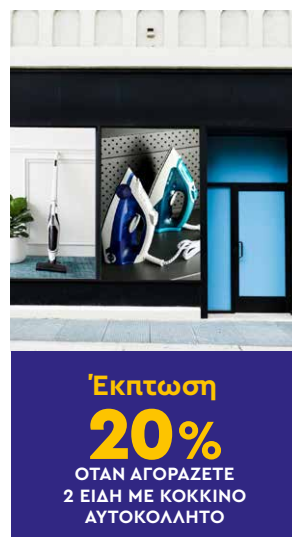
**Δεν αφορούν τιμή, αλλά προσφορά συνδυασμού προϊόντων ή υπηρεσιών.**

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

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



**Σωστό**







**2**  
ΔΩΡΕΑΝ  
ΠΟΤΑ  
ΜΕ ΤΗΝ  
ΑΓΟΡΑ  
ΜΕΝΟΥ  
3 ΠΙΑΤΩΝ



**2**  
ΣΤΗΝ ΤΙΜΗ  
ΤΟΥ  
**1**

**X** **Λάθος**



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



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



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



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

# 03

## ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ «ΕΩΣ ΚΑΙ»

### Γενικός κανόνας

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

## Σημαντικό

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



# 04

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

### Γενικός κανόνας

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

## Σημαντικό

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

**✘ Λάθος**



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

ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

ΤΩΡΑ ΤΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ ΜΟΝΤΕΛΟ XXX ΜΟΝΟ 400€

ΤΩΡΑ ΤΟ ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ ΜΟΝΤΕΛΟ XXX ΜΟΝΟ 400€



**Προσοχή στις διαφημίσεις «Δόλωμα»**



**Προσοχή στις «διαρκείς» προσφορές**



**Προσοχή στις προσφορές εκποίησης**

# 05

## ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΛΕΞΗΣ ΔΩΡΕΑΝ

### Γενικός κανόνας

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

### Σημαντικό

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



**Σωστό**



**Λάθος**



**✓ Σωστό**

ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ  
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



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



ΔΩΡΕΑΝ  
ΔΙΑΜΟΝΗ

**✗ Λάθος**

ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ  
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



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



ΘΑ ΕΠΙΒΑ-  
ΡΥΝΘΕΙΤΕ  
ΜΕ ΚΟΣΤΟΣ  
ΠΡΩΙΝΟΥ  
**70€**

✓ **Σωστό**



✗ **Λάθος**



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



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα

## ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών

Τομέας Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος  
και Ρυθμιστικών Πολιτικών

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

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

T. 211 5006 113

 SEVfacts

 ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών

 SEV\_Fed

 SEVFed