

# **«ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΤΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ»**

## **Άρθρο 1**

### **Σκοπός**

Σκοπός της παρούσας είναι η προστασία του καταναλωτή μέσω θέσπισης κανόνων και ορθών (μη παραπλανητικών και θεμιτών) πρακτικών κατά την εμπορική επικοινωνία των επιχειρήσεων με τους καταναλωτές στο πλαίσιο προσέλκυσης πελατείας καθώς και η προαγωγή της επαγγελματικής τους ευσυνειδησίας.

## **Άρθρο 2**

### **Πεδίο εφαρμογής**

1. Η παρούσα εφαρμόζεται στις πρακτικές που ακολουθούνται κατά την εμπορική επικοινωνία των επιχειρήσεων με τους καταναλωτές και ιδίως στις περιπτώσεις πρακτικών όπως η παροχή αγαθών ή παροχή υπηρεσιών με μειωμένη τιμή, ή πρόσθετο όφελος ή με προσδοκία οφέλους για τον καταναλωτή.
2. Στο πεδίο εφαρμογής της παρούσας δεν εμπίπτει η καθεαυτή μείωση των τιμών καθώς οι τιμές διακυμαίνονται ελεύθερα σε όλη τη διάρκεια του έτους αλλά μόνο η πρακτική της μείωσης αυτών ως μέσο επικοινωνίας κατά τα ανωτέρω.
3. Η παρούσα εφαρμόζεται στα φυσικά και νομικά πρόσωπα που δραστηριοποιούνται στο στεγασμένο, στο από απόσταση εμπόριο, στο εμπόριο «πόρτα πόρτα», και κατά την παροχή υπηρεσιών.
4. Τους ως άνω κανόνες δύνανται φορείς και κλαδικές οργανώσεις που εκπροσωπούν τις εμπορικές επιχειρήσεις να ενσωματώνουν κατά την έκδοση αντίστοιχων κωδίκων στο πλαίσιο του καταστατικού σκοπού τους ή των δραστηριοτήτων τους. Οι κανόνες που θεσπίζονται με την παρούσα αποτελούν το ελάχιστο περιεχόμενο των κανόνων που εκδίδονται κατά τα ανωτέρω.

## **Άρθρο 3**

### **Ορισμοί**

1. Για την εφαρμογή της παρούσας ισχύουν οι ορισμοί του ν.4177/2013 (Α'173) και της ΥΑ Α2-718 ΔΙΕΠΠΥ (Β'2090) και του ν. 2251/1994 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, όπου δεν ορίζεται διαφορετικά στην παρούσα.
2. Πλέον των ορισμών αυτών για την εφαρμογή της παρούσας ισχύουν και οι ακόλουθοι:

Α. Κατηγορίες εμπορικής επικοινωνίας που διενεργούνται υποχρεωτικά στην ελληνική γλώσσα και προαιρετικά σε οποιαδήποτε άλλη γλώσσα:

- I. *Εκπτώσεις*: Μειώσεις τιμών καθορισμένης χρονικής περιόδου λόγω τέλους εποχής που διενεργούνται γενικευμένα ως προς το εύρος των προϊόντων και των σημείων πώλησης.
- II. *Ρευστοποίηση – Στοκ- Διακριτική τιμολόγηση*: Μειώσεις τιμών επιλεγμένων προϊόντων για μικρό χρονικό διάστημα με σκοπό την εξάντληση των αποθεμάτων τους. Η ρευστοποίηση αφορά σε αποθέματα προϊόντων παλαιών εμπορικών περιόδων, ελαττωματικών, μη εμπορεύσιμων, καταργημένων κωδικών ή προϊόντων των οποίων η περίοδος ζωής πρόκειται να λήξει.
- III. *Προσφορές – Προωθητικές ενέργειες*: Πρακτικές μείωσης τιμών ή παροχής πρόσθετου οφέλους προϊόντων ή υπηρεσιών ή προσδοκίας οφέλους που πραγματοποιείται για περιορισμένη χρονική διάρκεια και για ορισμένη ποσότητα.
- IV. *Τιμή Γνωριμίας*: Αποτελεί ειδική περίπτωση προσφοράς / προωθητικής ενέργειας κατά την οποία τα προϊόντα διατίθενται για πρώτη φορά οπότε και δεν υφίσταται αρχική αλλά “κανονική” τιμή μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής.
- V. *Προγράμματα επιβράβευσης πιστότητας*: εξατομικευμένη πρακτική επιβράβευσης του πελάτη μέσω μειώσεων τιμών ή άλλου οφέλους.
- VI. *Καταστήματα STOCK*: τα καταστήματα τα οποία πωλούν λιανικά, μόνο αποθέματα προϊόντων παλαιών εμπορικών περιόδων ή εν γένει ελαττωματικά, τα οποία έχουν προμηθευτεί από άλλες εμπορικές ή μεταποιητικές επιχειρήσεις.
- VII. *Καταστήματα OUTLET*: τα καταστήματα ή τα πρατήρια λιανικής πώλησης που έχουν οι εμπορικές ή μεταποιητικές επιχειρήσεις και από τα οποία διατίθενται λιανικά μόνο δικά τους αποθέματα παλαιών εμπορικών περιόδων ή εν γένει ελαττωματικά προϊόντα.

#### B. Λοιποί ορισμοί:

- I. *Καταναλωτής*: κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο ενεργεί για λόγους που δεν εμπíπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα,
- II. *Εμπορικό κατάστημα*:
  - κάθε ακίνητος χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο προμηθευτής πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε μόνιμη βάση, ή
  - κάθε κινητός χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο προμηθευτής πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε συνήθη βάση,
- III. *Ηλεκτρονικό εμπόριο*: ως αυτό ορίζεται στο νόμο 2251/1994, όπως αυτός κάθε φορά ισχύει.

- IV. *Επαγγελματική ευσυνειδησία*: το μέτρο της ειδικής τεχνικής ικανότητας και μέριμνας που ευλόγως αναμένεται να επιδεικνύει ένας προμηθευτής προς τους καταναλωτές, κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται στην έντιμη πρακτική της αγοράς ή και στη γενική αρχή της καλής πίστης, στον τομέα δραστηριοτήτων του προμηθευτή
- V. *Πρόσκληση για αγορά*: η εμπορική επικοινωνία στην οποία αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και η τιμή με τρόπο που ενδείκνυται για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας τα οποία χρησιμοποιούνται, έτσι ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την αγορά,
- VI. *Εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές*: κάθε πράξη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή, που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος ή υπηρεσίας σε καταναλωτές,
- VII. *Είδος*: Κάθε κωδικός προϊόντος που πωλείται στην επιχείρηση.
- VIII. *Νέο προϊόν ή υπηρεσία*: εκείνο που διαφέρει ουσιωδώς από άλλο προϊόν ή υπηρεσία. Η διαφορά από άλλα προϊόντα που διαθέτει ή υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση μπορεί να αφορά αθροιστικά ή διαζευκτικά στοιχεία όπως η σύνθεση παραγωγής ή παροχής, το κόστος, η ποιότητα, οι ιδιότητες και η χρήση. Αλλαγή της ονομασίας ή του κωδικού αριθμού περιγραφής, καθώς επίσης και η αλλαγή συσκευασίας προϊόντος δεν χαρακτηρίζει το είδος ως νέο.

#### **Άρθρο 4**

##### **Χρόνος και εύρος διενέργειας των πρακτικών εμπορικής επικοινωνίας με τον καταναλωτή**

1. Οι πρακτικές εμπορικής επικοινωνίας του άρθρου 2 επιτρέπεται να διενεργούνται ως εξής:
  - i. Εκπτώσεις  
Καταργείται το εδάφιο β' της παραγράφου 1 του άρθρου 15 του ν.4177/2013.
  - ii. Προσφορές – Προωθητικές Ενέργειες

Οι προσφορές και προωθητικές ενέργειες συγκεκριμένων προϊόντων ή ορισμένης κατηγορίας πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους

Αν δεν έχει προσδιοριστεί στην επικοινωνία διαφορετικά, η περίοδος διενέργειας των προσφορών και προωθητικών ενεργειών διαρκεί κάθε φορά έως και δεκαπέντε ημέρες.

Η περίοδος αυτή σε κάθε περίπτωση, α) δεν μπορεί να υπερβαίνει το 50% της αμέσως προηγούμενης χρονικής περιόδου κατά την οποία τα προσφερόμενα προϊόντα διατίθενται στην αρχική τους τιμή και από την οποία προκύπτει η επικοινωνούμενη αρχική τιμή, β) πρέπει να ολοκληρώνεται τουλάχιστον 30 ημέρες πριν από τις εκπτώσεις των προϊόντων αυτών.

Ο αριθμός των κωδικών που βρίσκονται σε προσφορά ή προωθητική ενέργεια δεν πρέπει να υπερβαίνουν το 1/3 του αριθμού του συνόλου των ειδών που διαθέτει το κατάστημα. Από τον κανόνα αυτό εξαιρούνται οι κάρτες πιστότητας πελάτη (loyalty cards), οι οποίες όμως δεν θα μπορούν να χρησιμοποιούνται για μειώσεις τιμών με την έκδοσή τους.

iii. Τιμή γνωριμίας

Η περίοδος γνωριμίας δεν ξεπερνάει τις δυο εβδομάδες, εκτός και αν ευκρινώς και σαφώς επικοινωνείται στον καταναλωτή η ημερομηνία έναρξης και λήξης της περιόδου γνωριμίας.

iv. Ρευστοποίηση – Στοκ – Διακριτική τιμολόγηση:

Η ρευστοποίηση αποθεμάτων μπορεί να διενεργείται για αριθμό προϊόντων μέχρι και το 10% του συνολικού αριθμού των προϊόντων και με ανώτατο χρόνο διάρκειας τον ένα μήνα για κάθε προϊόν.

Από την παραπάνω υποχρέωση εξαιρούνται τα ευαλλοίωτα τρόφιμα των οποίων η περίοδος ζωής πρόκειται να λήξει. Ειδικά για τα προϊόντα αυτά επιτρέπεται μόνο η εμφάνιση του ποσοστού μείωσης της τιμής εφόσον αυτά παραμένουν στον ίδιο χώρο πώλησης με τα υπόλοιπα προϊόντα του ίδιου κωδικού προϊόντος που δεν βρίσκονται υπό το καθεστώς διακριτικής τιμολόγησης.

## **Άρθρο 5**

### **Επικοινωνία Μείωσης τιμής**

1. Κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, προσφορών και προωθητικών ενεργειών πρέπει να εμφανίζεται η αρχική και τελική τιμή του προϊόντος, προκειμένου η σύγκριση τους να είναι ακριβής και αξιόπιστη
2. Συμπληρωματικά μπορεί να αναφέρεται και το αντίστοιχο ποσοστό έκπτωσης στο χώρο πώλησης ανά προϊόν ή γενικά εφόσον το ποσοστό αφορά σε τουλάχιστον το 30% των προσφερόμενων ειδών..
3. Ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται και προβάλλεται η μειωμένη τιμή, δεν πρέπει να παραπλανά ή να προκαλεί σύγχυση στον καταναλωτή ή να στρεβλώνει την συμπεριφορά του.

## Άρθρο 6

### Υποχρεώσεις καταστημάτων STOCK και OUTLET

1. Τα καταστήματα STOCK και OUTLET πωλούν προϊόντα τα οποία πρέπει να καλύπτουν τις απαιτήσεις των στοιχείων VI και VII της παραγράφου 2<sup>Α</sup> του άρθρου 3 της παρούσας και τα οποία έχουν χαρακτηριστεί ειδικότερα ως:
  - αποθέματα προηγούμενων εμπορικών περιόδων (σεζόν)
  - αποθέματα καταργημένων ή παλαιών ,ή μη εμπορεύσιμων εμπορικών κωδικών
  - αποθέματα παλαιών εμπορικών σειρών
  - παλαιά εν γένει αποθέματα
  - είδη ξεπερασμένης τεχνολογίας και καταναλωτικών συνηθειών
2. Τόσο τα καταστήματα STOCK όσο και τα καταστήματα OUTLET είναι υποχρεωμένα να επισημαίνουν σε κάθε πραγματοποιούμενη διαφήμιση τους, ότι τα είδη που διαθέτουν αποτελούν παλαιά ή ελαττωματικά αποθέματα και να αναγράφουν την ισχύουσα τιμή πώλησης αυτών με απλή διαγραφή της παραπλεύρως εμφανιζόμενης εκάστοτε προηγούμενης τιμής πώλησης αυτών ως προϊόντα τρεχούσης περιόδου.
3. Σε κάθε περίπτωση τα καταστήματα STOCK & OUTLET υποχρεούνται να αναφέρουν στις πινακίδες τους μαζί με την τιμή του προϊόντος και το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του (ελάττωμα, μέρος αποθέματος ή άλλο από τα αναφερόμενα στις παραγράφους 5 και 6 του άρθρου 3. Επί ελαττωματικών προϊόντων το ελάττωμα πρέπει να σημειώνεται με σαφήνεια.
4. Τα καταστήματα OUTLET οφείλουν να αποδεικνύουν, σε κάθε έλεγχο των αρμοδίων φορέων εντός ευλόγου διαστήματος ότι η αρχικώς αναγραφόμενη τιμή πώλησης του προϊόντος ήταν η λιανική τιμή πώλησης του ως προϊόν τρεχούσης περιόδου.

## Άρθρο 7

### Παραπλανητικές αθέμιτες πρακτικές

1. Πρακτικές επικοινωνίας με σκοπό την ενημέρωση του καταναλωτή ή την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών πρέπει να γίνονται με τρόπο τέτοιο, ώστε ο καταναλωτής να είναι σε θέση να αντιληφθεί όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες πριν προβεί σε αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας.
2. Ως παραπλανητικές πρακτικές θεωρούνται ιδίως οι ακόλουθες:
  - Η μη αναγραφή των συμπληρωματικών απαιτούμενων πληροφοριών ευκρινώς και αναλογικά του μεγέθους της μειωμένης τιμής.
  - Η διαφήμιση σε προσφορά, αγαθών και υπηρεσιών που δεν είναι άμεσα διαθέσιμα, με απώτερο σκοπό την προσέλκυση καταναλωτών σε δικτυακό τόπο ή κατάσταση προκειμένου να τους παρουσιαστεί/πωληθεί άλλο προϊόν.

- Η δήλωση για προϊόν που δεν διατίθεται από ανταγωνιστές ότι «αν αγοραστεί αλλού φθηνότερα, θα επιστραφεί η διαφορά» (εκτός αν η προσφορά ισχύει και για παρόμοια εμπορεύματα).
- Η καλλιέργεια ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει ή θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα δεν υφίσταται έπαθλο ή δυνατότητα διεκδίκησης επάθλου.
- Η αναφορά ότι κάποιο προϊόν δίδεται ως «δώρο» ή «δωρεάν», αν η παροχή του «δώρου» συνδέεται με την αγορά κάποιου άλλου αγαθού του οποίου η τιμή έχει διογκωθεί ή το άλλο αγαθό δεν είναι διαθέσιμο, μόνο του, στην ίδια τιμή.
- Να επικοινωνούνται μειωμένες τιμές που δεν παρέχονται στο κατάστημα στην διαφημιζόμενη τιμή ή μικρότερη της, τουλάχιστον για επτά ημέρες μετά την τελευταία επικοινωνία.
- Η επικοινωνία αρχικής τιμής μικρότερης από την αντιπροσωπευτική τιμή της χρονικής περιόδου που προηγήθηκε εκείνης της μείωσης τιμών.

## **Άρθρο 8**

### **Ηλεκτρονικό Μητρώο προσφορών – Προωθητικών ενεργειών**

1. Στη Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς, Πολιτικής και Ενημέρωσης Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας τηρείται ηλεκτρονική Βάση Δεδομένων για την καταγραφή των προσφορών και προωθητικών ενεργειών των επιχειρήσεων (Μητρώο Προσφορών – Προωθητικών ενεργειών).
2. Κάθε επιχείρηση που πραγματοποιεί προσφορές και προωθητικές ενέργειες εγγράφεται στο Μητρώο δηλώνοντας τους ΑΦΜ και αριθμό ΓΕΜΗ.
3. Με ευθύνη του υπεύθυνου της επιχείρησης, γίνεται ηλεκτρονική καταχώριση, με την χρήση κωδικού χρήστη και κωδικού πρόσβασης του taxisnet της επιχείρησης, τουλάχιστον μία (1) ημέρα πριν από την έναρξη των προσφορών / προωθητικών ενεργειών, μέσω (των κάτωθι στοιχείων):
  - Όνομα Προϊόντος- Ονομασία πώλησης (εφόσον προβλέπεται)
  - Εμπορική Ονομασία (καταχωρημένη ή όχι). Όπως τη δηλώνει ο κάτοχος.
  - Κατηγορία προϊόντος
  - Περιγραφή προϊόντος υποχρεωτικά στα ελληνικά
  - Κωδικός BAR-CODE
  - Αρχείο σε μορφή pdf με τα χαρακτηριστικά του προϊόντος (προαιρετικά)
  - Φωτογραφία προϊόντος είτε αναλυτική περιγραφή προϊόντος (προαιρετικά)
  - Ποσότητα (προαιρετικά) Περίοδος ενέργειας.
 Η παραπάνω καταχώριση γνωστοποιείται με ποινή ακυρότητας και στον τοπικό Εμπορικό Σύλλογο.
4. Το Μητρώο τηρείται στην ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας. Ο διαδικτυακός τόπος του Μητρώου είναι δημόσιος και ελεύθερα προσβάσιμος.

5. Η αρμόδια κατά την παράγραφο 1 της παρούσας υπηρεσία μεριμνά για τη διασφάλιση της διαλειτουργικότητας του Μητρώου με άλλα πληροφοριακά συστήματα του δημοσίου και ευρύτερου δημόσιου τομέα.
6. Για τη σύνδεση και την ανταλλαγή δεδομένων, τηρούνται οι διεθνείς, ευρωπαϊκές και εθνικές προδιαγραφές για την ασφάλεια και την ακεραιότητα του δικτύου και των διαβιβαζόμενων δεδομένων. Ειδικότερα, τα δεδομένα διαβιβάζονται με κρυπτογραφημένο και ασφαλή τρόπο, σύμφωνα με τα πρότυπα και τις προδιαγραφές που θέτει το Πλαίσιο Παροχής Υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, σύμφωνα με το άρθρο 27 του ν. 3731/2008 (263 Α΄) και τηρώντας τους κανόνες Πολιτικής Ασφάλειας Πληροφοριακών Συστημάτων των διασυνδεόμενων υπηρεσιών.
7. Για την επαλήθευση των καταχωρηθέντων αρμόδια είναι η Διεύθυνση Θεσμικών Ρυθμίσεων και Εποπτείας Αγοράς Προϊόντων και Υπηρεσιών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και προστασίας του Καταναλωτή επικουρούμενο από τις αρμόδιες Υπηρεσίες των Περιφερειών.

## **Άρθρο 9**

### **Ηλεκτρονικό Μητρώο Καταγγελιών**

1. Στην Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς, Διεύθυνση Θεσμικών Ρυθμίσεων και Εποπτείας Αγοράς Προϊόντων και Υπηρεσιών (ΔΙΕΠΠΥ) της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και προστασίας του Καταναλωτή δημιουργείται ηλεκτρονική βάση δεδομένων Μητρώο καταγγελιών, για την καταχώριση σε αυτό, των πάσης φύσεως καταγγελιών καταναλωτών αναφορικά με πρακτικές που παραβαίνουν τα οριζόμενα στην παρούσα (Μητρώο Καταγγελιών).
2. Η καταχώριση της καταγγελίας γίνεται μέσω της ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και προστασίας του Καταναλωτή [www.1520.gov.gr](http://www.1520.gov.gr), με τη χρήση ηλεκτρονικής φόρμας στην οποία ο καταναλωτής συμπληρώνει τα στοιχεία του καθώς και τα στοιχεία της επιχείρησης, την πρακτική της οποίας επιθυμεί να καταγγείλει.
3. Αρμόδια υπηρεσία για την επαλήθευση και τον έλεγχο των αναφερομένων στο μητρώο καταγγελιών είναι η Διεύθυνση Θεσμικών Ρυθμίσεων και Εποπτείας Αγοράς Προϊόντων και Υπηρεσιών (ΔΙΕΠΠΥ) της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και προστασίας του Καταναλωτή καθώς και οι οικείες υπηρεσίες των Περιφερειών, οι οποίες οφείλουν να ενημερώσουν τον καταναλωτή για τις ενέργειες στις οποίες έχουν προβεί για την διερεύνηση της καταγγελίας του.

## **Άρθρο 10**

### **Όργανο παρακολούθησης Παραπλανητικών και Αθέμιτων Πρακτικών**

Στο Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, στη Γενική Διεύθυνση Αγοράς, στη Διεύθυνση Εμπορικής Πολιτικής και Δομών Αγοράς λειτουργεί Τμήμα Θεσμικών Ρυθμίσεων και Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών με αρμοδιότητα μεταξύ άλλων να μελετά και να

εισηγείται μέτρα για την νομοθετική αντιμετώπιση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, εξέταση θεμάτων που επηρεάζουν τις τιμές.

Για την ορθότερη επιτέλεση του ανωτέρω έργου αλλά και την παρακολούθηση της καλής εφαρμογής των διατάξεων της παρούσας στα πλαίσια προστασίας του καταναλωτή σχετικά με επικοινωνίες πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών με μειωμένη τιμή ή με πρόσθετο όφελος ή με προσδοκία οφέλους κατά τη διάρκεια εκπτώσεων, προσφορών, προωθητικών ενεργειών ή άλλων συναφών πρακτικών, συγκροτείται Ειδική Επιτροπή παρακολούθησης Παραπλανητικών και Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών.

Η οποία αποτελείται από:

1. Πρόεδρο ο οποίος είναι ο Γενικός Διευθυντής Προστασίας Καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς, , της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας
2. Έναν υπάλληλο από τη Διεύθυνση Εμπορικής Πολιτικής και Δομών Αγοράς της Γενικής Διεύθυνσης Αγοράς, της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.
3. Έναν υπάλληλο από τη Διεύθυνση Πολιτικής και Ενημέρωσης Καταναλωτή, της Γενικής Διεύθυνσης προστασίας καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς, της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.
4. Έναν υπάλληλο από τη Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή, της Γενικής Διεύθυνσης προστασίας καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς, της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.
5. Δύο Εκπροσώπους που θα ορίσει το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς.
6. Έναν εκπρόσωπο που θα ορίσει η Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας.
7. Έναν εκπρόσωπο που θα ορίσει η Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας

Η Ειδική Επιτροπή είναι ειδικότερα αρμόδια για

- A) την παρακολούθηση και καταγραφή των προβλημάτων εφαρμογής της παρούσης
- B) προτάσεις προς τον Υπουργό Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας για νομοθετικές παρεμβάσεις
- Γ) την υποβολή προτάσεων – εισηγήσεων αξιολόγησης του νομοθετικού πλαισίου για τις συνθήκες ανταγωνισμού.



## **Άρθρο 11**

### **Κυρώσεις**

Κατά τα λοιπά επιβάλλονται οι διατάξεις των άρθρων 21 -23 του ν. 4177/2013 καθώς και οι σχετικές διατάξεις της Α2-718/31.07.2014 απόφασης «Κανόνες Διακίνησης και Εμπορίας Προϊόντων και Παροχής Υπηρεσιών (Κανόνες Δι.Ε.Π.Π.Υ)» (ΦΕΚ Β 2090).

## **Άρθρο 12**

### **Ελεγκτικές αρχές**

Αρμόδιες υπηρεσίες για τον έλεγχο εφαρμογής της παρούσας είναι οι υπηρεσίες του άρθρου 17 του ν. 4177/2013.

### **Έναρξη ισχύος**

Η παρούσα τίθεται σε ισχύ από την δημοσίευσή της.