

Αριθμός Απόφασης  
2020/02 (ΑΠ)

Αρ. Φακ. 08.13.001.004.005  
08.13.001.004.004.009.004

**Οι περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους**

**Καταναλωτές Νόμοι του 2007 έως 2013**

**Έρευνα της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή για εμπορικές πρακτικές της  
εταιρείας Itc Publicworld Limited**

**ΑΠΟΦΑΣΗ**

Η Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας είναι η Εντεταλμένη Υπηρεσία (στο εξής η «Εντεταλμένη Υπηρεσία») για την εφαρμογή των περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμων του 2007 έως 2013 (103(Ι)/2007) (στο εξής ο «Νόμος»).

**1 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΞΕΤΑΣΗΣ**

Αντικείμενο εξέτασης της παρούσας Απόφασης αποτελεί η εμπορική πρακτική της εταιρείας Itc Publicworld Limited (στο εξής ο «εμπορευόμενος») κατά την περίοδο του «Black Friday 2018», δηλαδή τις αμέσως προηγούμενες ημέρες του Black Friday κατά το έτος 2018, καθώς επίσης και κατά την ημέρα του Black Friday, συγκεκριμένα στις 23/11/2018.

Ειδικότερα, με την εν λόγω εμπορική πρακτική οι καταναλωτές έλαβαν από τον εμπορευόμενο πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, τα οποία εκ των υστέρων διαφάνηκε ότι δεν ήταν διαθέσιμα σε εύλογες ποσότητες και για εύλογο διάστημα. Η έρευνα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας σκοπό είχε να διαπιστωθεί κατά πόσο ο εμπορευόμενος είχε, ή έπρεπε να είχε εύλογους λόγους να πιστεύει ότι δεν θα μπορέσει τελικά να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλον εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά, ή ισοδύναμά τους, στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένου υπόψη του προϊόντος, της κλίμακας διαφήμισης του προϊόντος και της τιμής που προσφέρεται, και σε

περίπτωση που ο εμπορευόμενος είχε ή έπρεπε να είχε τέτοιους εύλογους λόγους, κατά πόσο τους έκανε γνωστούς.

Με αφορμή τη λήψη παραπόνων από καταναλωτές, η Εντεταλμένη Υπηρεσία προέβη σε έρευνα των εμπορικών πρακτικών του εμπορευόμενου. Σύμφωνα με τα εν λόγω παράπονα, ενώ οι καταναλωτές είχαν λάβει πρόσκληση για αγορά από τον εμπορευόμενο για τρία (3) συγκεκριμένα προϊόντα τα οποία θα διατίθεντο στα καταστήματά του κατά την ημέρα του Black Friday, δηλαδή στις 23/11/2018, και σε κάποια συγκεκριμένη τιμή, όταν οι ίδιοι είχαν μεταβεί σε κάποιο κατάστημα του εμπορευόμενου για αγορά τέτοιου προϊόντος, κατά την πιο πάνω ημερομηνία, διαπίστωσαν ότι το συγκεκριμένο προϊόν δεν ήταν διαθέσιμο.

Λόγω του ότι ο εμπορευόμενος διαθέτει καταστήματα σε όλη την Κύπρο και λόγω του ότι τα παράπονα αφορούσαν σε διαφορετικά προϊόντα και σε καταστήματα διαφορετικών επαρχιών, κρίθηκε σκόπιμη η διεξαγωγή μιας εκτεταμένης αυτεπάγγελτης έρευνας, σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 11(1)(α) του Νόμου.

## **2 ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ, ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΞΟΥΣΙΕΣ ΤΗΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ**

Η εξουσία εξέτασης παραβάσεων, επιβολής διοικητικών προστίμων και έκδοσης απαγορευτικού ή προστακτικού διατάγματος της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, καθορίζεται στο άρθρο 11 του Νόμου ως εξής:

*11.-(1)(α) Η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει καθήκον και αρμοδιότητα να εξετάζει, κατόπιν υποβολής παραπόνου ή/και αυτεπάγγελτα, τυχόν παραβάσεις του παρόντος Νόμου.*

*(β) Κατά τη διερεύνηση παράβασης, κατόπιν παραπόνου ή/και αυτεπάγγελτα, η Εντεταλμένη Υπηρεσία δύναται:*

*(i) Να ζητά από τον εμπορευόμενο να προσκομίσει μέσα σε εύλογο υπό τις περιστάσεις χρονικό διάστημα, αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που αναφέρονται σε μια εμπορική πρακτική, εφόσον αυτό κρίνεται αναγκαίο, επί τη βάση των δεδομένων της συγκεκριμένης υπόθεσης και λαμβάνοντας*

υπ' όψιν τα έννομα συμφέροντα του εμπορευόμενου και των λοιπών επηρεαζόμενων, και

- (ii) να θεωρεί ανακριβείς τους πραγματικούς ισχυρισμούς, εφόσον τα αποδεικτικά στοιχεία που ζητούνται σύμφωνα με την υποπαράγραφο (i) δεν προσκομιστούν έγκαιρα ή θεωρηθούν ανεπαρκή από την Εντεταλμένη Υπηρεσία.

(2) Όταν η Εντεταλμένη Υπηρεσία, κατά τη δυνάμει του εδαφίου (1) του παρόντος άρθρου διερεύνηση παραπόνου ή αυτεπάγγελτη έρευνα, διαπιστώσει παράβαση του παρόντος Νόμου, έχει εξουσία να προβαίνει στις πιο κάτω ενέργειες:

- (α) Να διατάσσει ή να συστήνει στον ενδιαφερόμενο παραβάτη ή οποιοδήποτε πρόσωπο το οποίο, κατά την κρίση της, ενέχεται ή ευθύνεται για την παράβαση αυτή, ή ακόμα και οποιοδήποτε πρόσωπο το οποίο, κατά την κρίση της, στην περίπτωση που αθέμιτη εμπορική πρακτική δεν έχει ακόμα εφαρμοστεί αλλά εύλογα κρίνεται από την Εντεταλμένη Υπηρεσία ότι επίκειται η εφαρμογή της, έστω και αν δεν αποδεικνύεται πραγματική ζημιά ή βλάβη, ούτε δόλος ή αμέλεια εκ μέρους του εμπορευόμενου, όπως, άμεσα ή μέσα σε τακτή προθεσμία, τερματίσει την παράβαση και αποφύγει επανάληψή της στο μέλλον,
- (β) να δημοσιεύει ή να απαιτεί από τον παραβάτη τη δημοσίευση απόφασής της στο σύνολό της ή εν μέρει, με την μορφή και τον τρόπο που κρίνει κατάλληλο,
- (γ) να απαιτεί επιπλέον από τον παραβάτη τη δημοσίευση μέσα σε τακτή προθεσμία, επανορθωτικής δήλωσης με τη μορφή και τον τρόπο που κρίνει υπό τις περιστάσεις κατάλληλο,
- (δ) να επιβάλλει διοικητικό πρόστιμο, ανάλογα με τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια της παράβασης, ύψους μέχρι και το πέντε τοις εκατόν (5%) του κύκλου εργασιών του παραβάτη κατά

το αμέσως προηγούμενο της παράβασης έτος ή πρόστιμο ύψους μέχρι πεντακόσιες χιλιάδες ευρώ (€500,000):

Νοείται ότι, αναφορικά με ίδρυμα ή οργανισμό που κρίνεται ότι δεν έχει κύκλο εργασιών, για τον υπολογισμό του πιο πάνω διοικητικού προστίμου χρησιμοποιείται, ως βάση, αντί του κύκλου εργασιών, το πέντε τοις εκατόν (5%) του συνόλου του ενεργητικού του:

(...)

Νοείται έτι περαιτέρω ότι, σε καμία περίπτωση το διοικητικό πρόστιμο δε θα υπερβαίνει τις πεντακόσιες χιλιάδες ευρώ (€500,000),

(ε) να αποφασίζει ότι σε περίπτωση συνέχισης της παράβασης, θα επιβάλλεται διοικητικό πρόστιμο μέχρι και πέντε χιλιάδες ευρώ (€5,000), για κάθε μέρα συνέχισης της παράβασης, ανάλογα με τη βαρύτητα αυτής,

(στ) να ζητεί με αίτησή της προς το Δικαστήριο, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 13 του παρόντος Νόμου, την έκδοση απαγορευτικού ή προστακτικού διατάγματος, περιλαμβανομένου και προσωρινού διατάγματος, εναντίον οποιουδήποτε προσώπου το οποίο, κατά την κρίση της, ενέχεται στην παράβαση αυτή ή ευθύνεται για την εν λόγω παράβαση, ή/και

(ζ) να διατάσσει τους προμηθευτές μέσωσν επικοινωνίας εξ αποστάσεως και οποιαδήποτε πρόσωπα δημοσιεύουν ή διευθετούν τη δημοσίευση διαφημίσεων, να τερματίσουν, εφόσον είναι σε θέση να το πράξουν, τις πρακτικές εκείνες που έχουν κηρυχθεί ως αθέμιτες εμπορικές πρακτικές δυνάμει δικαστικής απόφασης σύμφωνα με το άρθρο 13 του παρόντος Νόμου ή τις εμπορικές πρακτικές που η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει διαπιστώσει ότι είναι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

(3) Κατά τη δυνάμει του εδαφίου (1) διερεύνηση οποιασδήποτε παράβασης, η Εντεταλμένη Υπηρεσία δύναται, αν το θεωρήσει σκόπιμο, να λάβει υπό όψιν την οποιαδήποτε ανάληψη δέσμευσης που παρέχεται έναντι του καταναλωτή από ή εκ μέρους του παραβάτη, αναφορικά με τη γενόμενη

παράβαση και την προοπτική του χρόνου και του τρόπου άρσης ή αποκατάστασης αυτής.

(4) Η Εντεταλμένη Υπηρεσία οφείλει να αιτιολογεί δεόντως την απόφασή της σε σχέση με την άσκηση οποιασδήποτε από τις εξουσίες που προβλέπονται στα εδάφια (3) και (4) του άρθρου 10 και στις παραγράφους (δ) και (ε) του εδαφίου (2) του παρόντος άρθρου.

Επομένως, ο έλεγχος που πραγματοποιεί η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν περιορίζεται σε αυτεπάγγελτες έρευνες ή σε παράπονα καταναλωτών, αλλά αφορά και στην παροχή γενικής προστασίας στο καταναλωτικό κοινό, στο πλαίσιο που ορίζει ο Νόμος. Ως εκ τούτου, η έκταση του ελέγχου νομιμότητας που πραγματοποιεί η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν αφορά μόνο υποβαλλόμενα παράπονα, αλλά μπορεί να επεκταθεί αυτεπαγγέλτως σε οποιαδήποτε εμπορική πρακτική.

Σημειώνεται ότι, αρμοδιότητα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας είναι να εξετάζει υποβαλλόμενα παράπονα χωρίς να επηρεάζεται από τυχόν παράλληλες διαδικασίες ενώπιον Δικαστηρίου. Η διοικητική διαδικασία ενώπιον της Εντεταλμένης Υπηρεσίας είναι ανεξάρτητη από τυχόν εκκρεμούσες ή/και μελλοντικές δικαστικές διαδικασίες.

### **3 ΤΑ ΠΑΡΑΠΟΝΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

#### **3.1 Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games**

Σε σχέση με το προϊόν «*Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games*», αξίας 39,00 ευρώ, ο παραπονούμενος ισχυρίστηκε ότι το συγκεκριμένο προϊόν περιλαμβανόταν στα προϊόντα που εμφανίζονταν όταν ακολουθούσε τον ηλεκτρονικό σύνδεσμο «*700+ κονσόλες από 39€ δεξ εδώ*». Ο εν λόγω ηλεκτρονικός σύνδεσμος, σύμφωνα με το παράπονο, βρισκόταν στο ηλεκτρονικό διαφημιστικό που ήταν αναρτημένο στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου σχετικά με το Black Friday στις 23/11/2018. Ο ηλεκτρονικός σύνδεσμος παρέπεμπε σε άλλο σημείο της ιστοσελίδας όπου διαφημιζόταν το συγκεκριμένο προϊόν. Ο παραπονούμενος επισύναψε σχετικά στιγμιότυπα οθόνης των διαφημιστικών που ισχυρίζεται ότι είδε.

Όπως ανέφερε ο παραπονούμενος, επισκέφθηκε στις 23/11/2018, την ημέρα δηλαδή του Black Friday, το κατάστημα του εμπορευόμενου στη Λεμεσό, κατά/ή

περί τις 09:30 το πρωί, προκειμένου να αγοράσει το εν λόγω προϊόν και εκεί ενημερώθηκε από τον εμπορευόμενο ότι δεν ήταν διαθέσιμο.

### **3.2 Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000**

Σε σχέση με το προϊόν «*Τηλεόραση HITACHI 55''4K Ultra HD Smart TV 55HK6000*», με αρχική τιμή 449 ευρώ και τελική τιμή 349 ευρώ, ο παραπονούμενος ισχυρίστηκε ότι το συγκεκριμένο προϊόν περιλαμβανόταν στα προϊόντα που εμφανίζονταν όταν ακολουθούσε τον ηλεκτρονικό σύνδεσμο «*2000+ τηλεοράσεις από 99€ δεξ εδώ*» στο ηλεκτρονικό διαφημιστικό που ήταν αναρτημένο στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου σχετικά με το Black Friday.

Όπως ανέφερε ο παραπονούμενος, επισκέφθηκε κατά/ή περί το πρωί της 23<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2018, την ημέρα δηλαδή του Black Friday, το κατάστημα του εμπορευόμενου στη Λευκωσία, προκειμένου να αγοράσει το εν λόγω προϊόν και εκεί ενημερώθηκε ότι δεν ήταν διαθέσιμο.

### **3.3 PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera**

Σε σχέση με το προϊόν «*PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera*», με αρχική τιμή 299 ευρώ και τελική τιμή 199 ευρώ, ο παραπονούμενος ισχυρίζεται ότι το συγκεκριμένο προϊόν περιλαμβανόταν στα προϊόντα που εμφανίζονταν όταν ακολουθούσε τον ηλεκτρονικό σύνδεσμο «*700+ κονσόλες από 39€ δεξ εδώ*». Ο εν λόγω ηλεκτρονικός σύνδεσμος, σύμφωνα με το παράπονο, βρισκόταν στο ηλεκτρονικό διαφημιστικό που ήταν αναρτημένο στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου αναφορικά με το Black Friday στις 23/11/2018. Ο ηλεκτρονικός σύνδεσμος παρέπεμπε σε άλλο σημείο της ιστοσελίδας όπου διαφημιζόταν το συγκεκριμένο προϊόν. Ο παραπονούμενος επισύναψε σχετικά στιγμιότυπα οθόνης των διαφημιστικών που ισχυρίζεται ότι είδε.

Όπως ανέφερε ο παραπονούμενος, επισκέφθηκε στις 23/11/2018, την ημέρα δηλαδή του Black Friday το κατάστημα του εμπορευόμενου στη Λευκωσία, προκειμένου να αγοράσει το εν λόγω προϊόν και εκεί ενημερώθηκε από τον εμπορευόμενο ότι δεν ήταν διαθέσιμο.

#### 4 ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

##### 4.1 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 30/01/2019

Στις 30 Ιανουαρίου 2019, στάλθηκε επιστολή στον εμπορευόμενο με την οποία ενημερώθηκε για τις πρόνοιες του Νόμου και για το αντικείμενο της έρευνας της Εντεταλμένης Υπηρεσίας. Με την εν λόγω επιστολή ζητήθηκε από τον εμπορευόμενο όπως θέσει υπόψη της Εντεταλμένης Υπηρεσίας τις θέσεις και τις απόψεις του επί του θέματος.

##### 4.2 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΟΥ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 18/03/2019

Στις 18 Μαρτίου 2019, λήφθηκε επιστολή από τον εμπορευόμενο στην οποία αναφέρονται, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα για κάθε ένα από τα υπό διερεύνηση προϊόντα.

###### 4.2.1 Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games

Ο εμπορευόμενος αμφισβήτησε τον ισχυρισμό του παραπονούμενου ότι επισκέφθηκε το κατάστημά του στη Λεμεσό κατά ή περί τις 09:30 π.μ στις 23/11/2018. Όπως αναφέρει ο εμπορευόμενος, «τα καταστήματα της εταιρείας τη συγκεκριμένη ημέρα άνοιξαν στις 08:00 π.μ και κατακλύστηκαν από καταναλωτές που επιθυμούσαν να αγοράσουν το συγκεκριμένο προϊόν ένεκα και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής προσφοράς του». Ο εμπορευόμενος συνεχίζει αναφέροντας πως, «ως διαφάνηκε εκ των υστέρων, από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης».

Επίσης, ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι είχε «διαθέσιμα πενήντα οκτώ (58) τεμάχια του εν λόγω προϊόντος στις 23/11/2018, τα οποία ήταν διαθέσιμα μέχρι πλήρους εξαντλήσεώς τους».

Ο εμπορευόμενος παρέθεσε επίσης πίνακα στον οποίο φαίνεται η κατανομή των πενήντα οκτώ (58) τεμαχίων ανά κατάστημά του, ως εξής:

- Κατάστημα Πάφου: εννιά (9) τεμάχια
- Αποθήκη Eurofreight: είκοσι τέσσερα (24) τεμάχια

- Κατάστημα Λεμεσού: δεκαεννιά (19) τεμάχια
- Κατάστημα Λάρνακας: έξι (6) τεμάχια

#### **4.2.2 Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000**

Ο εμπορευόμενος αναφέρει ότι, όπως αναφέρεται και στο διαφημιστικό του ημερομηνίας 19/11/2018, το οποίο επισύναψε, το προϊόν θα διατίθετο στα καταστήματά του από τις 19/11/2018 μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων. Τα τεμάχια του εν λόγω προϊόντος εξαντλήθηκαν από το κατάστημα της Λευκωσίας από τις 20/11/2019 και, ως εκ τούτου, το συγκεκριμένο προϊόν δεν ήταν διαθέσιμο προς πώληση στο συγκεκριμένο κατάστημα στις 23/11/2018.

#### **4.2.3 PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera**

Ο εμπορευόμενος αμφισβητεί το γεγονός ότι ο συγκεκριμένος καταναλωτής επισκέφθηκε το κατάστημά του στη Λευκωσία. Όπως αναφέρει ο εμπορευόμενος, *«τα καταστήματα της εταιρείας τη συγκεκριμένη ημέρα άνοιξαν στις 08:00 π.μ και κατακλύστηκαν από καταναλωτές που επιθυμούσαν να αγοράσουν το συγκεκριμένο προϊόν ένεκα και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής προσφοράς του»*. Ο εμπορευόμενος συνεχίζει αναφέροντας πως, *«ως διαφάνηκε εκ των υστέρων, από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης»*.

Επίσης, ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι είχε *«διαθέσιμα δεκατρία (13) τεμάχια του εν λόγω προϊόντος στις 23/11/2018, τα οποία ήταν διαθέσιμα μέχρι πλήρους εξαντλήσεώς τους»*.

Ο εμπορευόμενος παρέθεσε επίσης πίνακα στον οποίο φαίνεται η κατανομή των δεκατριών (13) τεμαχίων ανά κατάστημά του, ως εξής:

- Κατάστημα Πάφου: ένα (1) τεμάχιο
- Κατάστημα Λευκωσίας: οκτώ (8) τεμάχια
- Κατάστημα Λεμεσού: ένα (1) τεμάχιο
- Κατάστημα Παραλιμνίου: τρία (3) τεμάχια

#### **4.3 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 19/04/2019**

Στις 19 Απριλίου 2019, στάλθηκε νέα επιστολή προς τον εμπορευόμενο, μέσω της οποίας, ενημερώθηκε ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία μελέτησε τις θέσεις του και αποφάσισε, στα πλαίσια των εξουσιών που της παρέχει το άρθρο 9 του Νόμου για έρευνα και έλεγχο, να ζητήσει τις εξής επιπρόσθετες πληροφορίες:

##### **4.3.1 Σε σχέση με τα προϊόντα «LED TV HITACHI 55HK6000 UHD SMART», «GC CONS SEGA MEGA DRIVE ULTIMATE» και «GC ACC PS4 VR HEADSET + CAMERA + VR WORLDS»**

- i. Ποιά μέσα χρησιμοποίησε για να διαφημίσει τα πιο πάνω προϊόντα (π.χ διαδίκτυο, διαφημιστικά φυλλάδια, ραδιόφωνο, μηνύματα sms κτλ).
- ii. Πόσο εκτεταμένη ήταν η διαφήμιση για κάθε μέσο που χρησιμοποιήθηκε (π.χ διάρκεια διαφήμισης, αριθμός φυλλαδίων, αριθμός μηνυμάτων sms κτλ).
- iii. Πόσα τεμάχια πωλήθηκαν από κάθε προϊόν, ανά κατάσταση, τους προηγούμενους 3 μήνες, πριν την έναρξη της προσφοράς.

##### **4.3.2 Σε σχέση με το προϊόν «LED TV HITACHI 55HK6000 UHD SMART»**

- iv. Πόσα τεμάχια του προϊόντος ήταν διαθέσιμα, ανά κατάσταση, στις 19/11/2018.

##### **4.3.3 Σε σχέση με τα προϊόντα, «GC CONS SEGA MEGA DRIVE ULTIMATE» και «GC ACC PS4 VR HEADSET + CAMERA + VR WORLDS»**

- v. Ποιά ώρα της ημέρας πραγματοποιήθηκε η πώληση του τελευταίου τεμαχίου για κάθε προϊόν, ανά κατάσταση, στις 23/11/2018.

#### **4.4 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΟΥ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 10/05/2019**

Στις 10 Μαΐου 2019, λήφθηκε επιστολή από τον εμπορευόμενο ως απάντηση στην πιο πάνω επιστολή της Εντεταλμένης Υπηρεσίας. Πιο κάτω παρατίθενται οι πληροφορίες που έδωσε ο εμπορευόμενος για κάθε ένα από τα υπό διερεύνηση προϊόντα:

##### **4.4.1 Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000**

**Ποιά μέσα χρησιμοποιήθηκαν για να διαφημιστεί το προϊόν και πόσο εκτεταμένη ήταν η διαφήμιση για κάθε μέσο που χρησιμοποιήθηκε.**

- Μέσω τηλεόρασης, από τις 19/11/2018 μετά τις 21:00, μέχρι τις 20/11/2018 στις 21:00.

- Μέσω ραδιοφώνου, στις 20/11/2018.
- Μέσω μηνύματος sms, στις 20/11/2018.
- Μέσω NSL και banners στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου, από τις 19/11/2018 μέχρι τις 20/11/2019.

**Πόσα τεμάχια πωλήθηκαν από το προϊόν, ανά κατάστημα, τους προηγούμενους 3 μήνες, πριν την έναρξη της προσφοράς.**

Πωλήθηκαν τριανταεπτά (37) τεμάχια του προϊόντος τους 3 προηγούμενους μήνες της προσφοράς.

**Πόσα τεμάχια του προϊόντος ήταν διαθέσιμα, ανά κατάστημα, στις 19/11/2018.**

Στις 19/11/2018, ημέρα έναρξης της προσφοράς, ήταν διαθέσιμα, ανά κατάστημα του εμπορευόμενου, τα ακόλουθα τεμάχια του προϊόντος:

- Κατάστημα Λευκωσίας: οκτώ (8) τεμάχια
- Κατάστημα Πάφου: έξι (6) τεμάχια
- Κατάστημα Λεμεσού: δεκαεπτά (17) τεμάχια
- Κατάστημα Λάρνακας: δύο (2) τεμάχια
- Κατάστημα Παραλιμνίου: ένα (1) τεμάχιο

#### **4.4.2 Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games**

**Ποιά μέσα χρησιμοποιήθηκαν για να διαφημιστεί το προϊόν και πόσο εκτεταμένη ήταν η διαφήμιση για κάθε μέσο που χρησιμοποιήθηκε.**

Το προϊόν δεν διαφημίστηκε.

**Πόσα τεμάχια πωλήθηκαν από το προϊόν, ανά κατάστημα, τους προηγούμενους 3 μήνες, πριν την έναρξη της προσφοράς.**

Πωλήθηκαν πέντε (5) τεμάχια του προϊόντος τους 3 προηγούμενους μήνες της προσφοράς.

**Ποιά ώρα της ημέρας πραγματοποιήθηκε η πώληση του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος, ανά κατάστημα, στις 23/11/2018.**

Η πώληση του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος, ανά κατάστημα, στις 23/11/2018 πραγματοποιήθηκε ως εξής:

- Κατάστημα Λευκωσίας 2: 19:11:16
- Κατάστημα Λευκωσίας: δεν δόθηκε απάντηση
- Κατάστημα Πάφου: δεν δόθηκε απάντηση
- Κατάστημα Λεμεσού: δεν δόθηκε απάντηση
- Κατάστημα Λάρνακας: δεν δόθηκε απάντηση
- Κατάστημα Παραλιμνίου: δεν δόθηκε απάντηση

#### **4.4.3 PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera**

**Ποιά μέσα χρησιμοποιήθηκαν για να διαφημιστεί το προϊόν και πόσο εκτεταμένη ήταν η διαφήμιση για κάθε μέσο που χρησιμοποιήθηκε.**

Διαφημίστηκε μέσω NSL και banners στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου, στις 23/11/2018.

**Πόσα τεμάχια πωλήθηκαν από το προϊόν, ανά κατάστημα, τους προηγούμενους 3 μήνες, πριν την έναρξη της προσφοράς.**

Πωλήθηκαν σαράντα επτά (47) τεμάχια του προϊόντος τους 3 προηγούμενους μήνες της προσφοράς.

**Ποιά ώρα της ημέρας πραγματοποιήθηκε η πώληση του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος, ανά κατάστημα, στις 23/11/2018.**

Η πώληση του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος, ανά κατάστημα του εμπορευόμενου, στις 23/11/2018, πραγματοποιήθηκε ως εξής:

- Κατάστημα Λευκωσίας 2: 13:31:43
- Κατάστημα Παραλιμνίου: 18:18:09
- Κατάστημα Λευκωσίας: δεν δόθηκε απάντηση
- Κατάστημα Λεμεσού: δεν δόθηκε απάντηση
- Κατάστημα Λάρνακας: δεν δόθηκε απάντηση
- Κατάστημα Πάφου: δεν δόθηκε απάντηση

#### **4.5 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 03/06/2019**

Με την αποστολή των δύο πιο πάνω επιστολών από τον εμπορευόμενο, ημερομηνίας 18/03/2019 και 10/05/2019, διαπιστώθηκε η ύπαρξη πιθανών παραλείψεων ή/και ασυμφωνιών, με αποτέλεσμα η Εντεταλμένη Υπηρεσία να προχωρήσει στην αποστολή νέας επιστολής προς τον εμπορευόμενο, ημερομηνίας 03 Ιουνίου 2019, με την οποία του ζητήθηκαν οι εξής διευκρινίσεις:

##### **4.5.1 Σε σχέση με το προϊόν «GC CONS SEGA MEGA DRIVE ULTIMATE»**

Ο εμπορευόμενος ενημερώθηκε ότι, ενώ στην επιστολή του με ημερομηνία 10 Μαΐου 2019, αναφέρει ότι στο «Κατάστημα Λευκωσίας 2» το τελευταίο τεμάχιο πωλήθηκε στις 19:11:16, στον πίνακα που παρέθεσε στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, στον οποίο φαίνεται η κατανομή των τεμαχίων του προϊόντος ανά κατάστημά του, δεν φαίνεται να υπήρχαν διαθέσιμα τεμάχια του προϊόντος στο εν λόγω κατάστημα.

Επίσης, ο εμπορευόμενος ενημερώθηκε ότι παρατηρήθηκε ενδεχόμενη παράλειψή του να απαντήσει στο ερώτημα *«ποιά ώρα της ημέρας πραγματοποιήθηκε η πώληση του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος, ανά κατάστημά του, στις 23/11/2018»*, αφού τα στοιχεία που έχουν δοθεί ως απάντηση αφορούν μόνο στο «Κατάστημα Λευκωσίας 2», χωρίς να δίνονται στοιχεία για την ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου στα υπόλοιπα καταστήματά του.

##### **4.5.2 Σε σχέση με το προϊόν «GC ACC PS4 VR HEADSET + CAMERA + VR WORLDS»**

Ο εμπορευόμενος ενημερώθηκε ότι παρατηρήθηκε ενδεχόμενη παράλειψή του να απαντήσει στο ερώτημα *«ποιά ώρα της ημέρας πραγματοποιήθηκε η πώληση του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος, ανά κατάστημά του, στις 23/11/2018»*, αφού τα στοιχεία που έχουν δοθεί ως απάντηση αφορούν μόνο στο «Κατάστημα Λευκωσίας 2» και στο «Κατάστημα Παραλιμνίου», χωρίς να δίνονται στοιχεία για την ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου στα υπόλοιπα καταστήματα, ενώ από τα στοιχεία που έδωσε μέσω της επιστολής του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, φαίνεται ότι τεμάχια του συγκεκριμένου προϊόντος υπήρχαν διαθέσιμα και στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού.

#### **4.6 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΟΥ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 02/07/2019**

Στις 02 Ιουλίου 2019, λήφθηκε επιστολή από τον εμπορευόμενο ως απάντηση στην πιο πάνω επιστολή της Εντεταλμένης Υπηρεσίας. Πιο κάτω παρατίθενται οι διευκρινίσεις που έδωσε ο εμπορευόμενος, για κάθε ένα από τα υπό διερεύνηση προϊόντα:

##### **4.6.1 Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games**

Ο εμπορευόμενος διευκρίνισε ότι ο λόγος που δεν έκανε αναφορά για απόθεμα του προϊόντος στο «Κατάστημα Λευκωσίας 2» στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, είναι επειδή στις 22/11/2018 μεταφέρθηκαν στο «Κατάστημα Λευκωσίας 2» δεκαπέντε (15) τεμάχια του προϊόντος, τα οποία όμως μηχανογραφήθηκαν στο σύστημα με καθυστέρηση, στις 27/11/2018, λόγω της πρόσφατης λειτουργίας του εν λόγω καταστήματος.

Επίσης, ο εμπορευόμενος διευκρίνισε ότι ο λόγος που στην επιστολή του με ημερομηνία 10 Μαΐου 2019 δεν κάνει αναφορά για την ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος στα υπόλοιπα καταστήματά του, είναι επειδή δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις του προϊόντος στα υπόλοιπα καταστήματά του. Πρόσθεσε ακόμα ότι, το γεγονός ότι υπήρχαν διαθέσιμα προϊόντα στις 23/11/2018 στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού, δεν καθιστά απαραίτητο να έχουν πραγματοποιηθεί πωλήσεις του εν λόγω προϊόντος.

##### **4.6.2 PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera**

Ο εμπορευόμενος διευκρίνισε ότι ο λόγος που στην επιστολή του με ημερομηνία 10 Μαΐου 2019 δεν κάνει αναφορά για την ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος στα υπόλοιπα καταστήματά του, είναι επειδή δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις του προϊόντος στα υπόλοιπα καταστήματά του. Ανέφερε επίσης ότι, το γεγονός ότι υπήρχαν διαθέσιμα προϊόντα στις 23/11/2018 στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού, δεν καθιστά απαραίτητο να έχουν πραγματοποιηθεί πωλήσεις του εν λόγω προϊόντος.

#### **4.7 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 18/09/2019**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία, αφού αξιολόγησε τα ευρήματα της προκαταρκτικής φάσης της έρευνας, διαπίστωσε εκ πρώτης όψεως παράβαση του άρθρου 4(4)

σε συνδυασμό με το σημείο 5 του Παραρτήματος Ι του Νόμου από μέρους του εμπορευόμενου, αφού εκ πρώτης όψεως κρίθηκε ότι ο εμπορευόμενος δε γνωστοποίησε τους εύλογους λόγους που, εκ πρώτης όψεως, διαπιστώθηκε ότι είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018, όπως είχε διαφημίσει, τα ακόλουθα προϊόντα στα ακόλουθα καταστήματά του:

- I. Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000 στα καταστήματά του στη Λευκωσία.
- II. PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera στα καταστήματά του σε όλες τις πόλεις.
- III. Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games στο κατάστημά του στο Παραλίμνι.

Με βάση το πιο πάνω, η Εντεταλμένη Υπηρεσία έστειλε επιστολή ημερομηνίας 18 Σεπτεμβρίου 2019 στον εμπορευόμενο, με την οποία τον ενημέρωσε για την πιο πάνω εκ πρώτης όψεως διαπίστωση για παράβαση του Νόμου, αιτιολογώντας το σκεπτικό της και τον κάλεσε να αναφέρει τις θέσεις του επί του θέματος.

#### **4.8 ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΟΥ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ 31/10/2019**

Ο εμπορευόμενος απάντησε στην πιο πάνω επιστολή της Εντεταλμένης Υπηρεσίας με επιστολή η οποία έφερε ημερομηνία 31 Οκτωβρίου 2019. Πιο κάτω παρατίθενται οι θέσεις του εμπορευόμενου για κάθε ένα από τα υπό διερεύνηση προϊόντα.

##### **4.8.1 Προϊόν «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 5HK6000»**

Σε σχέση με το προϊόν «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 5HK60000», ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι το διαφημιστικό έντυπο το οποίο αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα του στις 19/11/2018, αφαιρέθηκε ακριβώς μετά την εξάντληση του εν λόγω προϊόντος, δηλαδή στις 20/11/2018, και σίγουρα πριν την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018.

Επίσης, ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι κανείς δεν μπορεί μετά βεβαιότητας να γνωρίζει ότι την ημέρα που διαφημίζει (δηλαδή στη συγκεκριμένη περίπτωση

τέσσερις (4) ημέρες πριν το Black Friday), το προϊόν θα εξαντληθεί και δε θα είναι διαθέσιμο κατά« τη μεγάλη μέρα» .

Ο εμπορευόμενος πρόσθεσε ότι η κρίση ή απόφαση σε σχέση με το κατά πόσο αυτό αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική, δύναται να ληφθεί υπό το πρίσμα μόνο υποκειμενικών και όχι αντικειμενικών κριτηρίων και αυτό από μόνο του δύναται να οδηγήσει σε παράλογα ή αυθαίρετα συμπεράσματα εφαρμογής των προνοιών του Νόμου.

#### **4.8.2 Προϊόν «Play Station VR & Play Station VT Worlds & Play Station Camera»**

Σε σχέση με το προϊόν «Play Station VR & Play Station VT Worlds & Play Station Camera», ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι αδυνατεί να κατανοήσει την θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ως προς το πώς, με ποιό τρόπο και με ποιά κριτήρια τα δεκατρία (13) τεμάχια του εν λόγω προϊόντος δεν είναι επαρκής αριθμός, και επίσης πώς και με ποιό τρόπο αυτό δύναται να θεωρηθεί αθέμιτη εμπορική πρακτική εντός της έννοιας του Νόμου.

#### **4.8.3 Προϊόν «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games»**

Σε σχέση με το προϊόν «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games», ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι κατανοεί πως το ζήτημα αφορά στην έλλειψη ή μη ύπαρξη αποθέματος του εν λόγω προϊόντος στο «Κατάστημα Παραλιμνίου» κατά τον επίδικο χρόνο, και πρόσθεσε ότι όταν ο εμπορευόμενος προβαίνει σε διαφήμιση των προϊόντων του δεν κάνει διάκριση και ούτε κάνει ξεχωριστή αναφορά αποθεμάτων για το κάθε κατάστημα ανά επαρχία.

Ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι, όταν ένας πελάτης επισκεφτεί ένα κατάστημα σε οποιαδήποτε επαρχία και το προϊόν το οποίο επιλέγει για αγορά δεν υπάρχει εντός του καταστήματος που επισκέπτεται, αλλά υπάρχει σε οποιοδήποτε από τα άλλα καταστήματα, τότε ο εμπορευόμενος προχωρά στην πώληση με την αντίστοιχη μεταφορά του εν λόγω προϊόντος στο κατάστημα που δεν υπάρχει απόθεμα.

## 5 ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

### 5.1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ

Ακολουθεί πιο κάτω, ανά προϊόν, η αξιολόγηση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας των ευρημάτων τα οποία περιήλθαν εις γνώση της κατά τη διάρκεια της έρευνας.

#### 5.1.1 Προϊόν: «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000»

##### 5.1.1.1 Το διαφημιστικό έντυπο του προϊόντος

Στο διαφημιστικό έντυπο του προϊόντος αναφέρεται το εξής: *«και μέχρι τη μεγάλη μέρα, κάθε μέρα προσφορές και BLACK FRIDAY τιμές. Hitachi 55 '' 4K Smart TV 55HK6000 από 449€ μόνο 349€. Πρόλαβέ τη.»*.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι ιδιαίτερα η χρήση της λέξης «και» στην έκφραση *«και μέχρι την μεγάλη μέρα»*, δημιουργεί στο μέσο καταναλωτή την εντύπωση ότι ο εμπορευόμενος θα φρόντιζε τουλάχιστον μέχρι και τις 23/11/2018, που ήταν η μέρα του Black Friday, δηλαδή η *«μεγάλη μέρα»*, να υπήρχαν διαθέσιμα τεμάχια του προϊόντος.

##### 5.1.1.2 Η φράση «μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων»

Ο εμπορευόμενος, στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2018, ανέφερε ότι στο διαφημιστικό έντυπο του προϊόντος, υπάρχει η αναφορά *«μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων»* και, ως εκ τούτου, αυτό σύμφωνα με τον εμπορευόμενο ξεκαθαρίζει στο μέσο καταναλωτή ότι το προϊόν θα διατίθετο στα καταστήματά του από τις 19/11/2018 μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων και κατ' επέκταση αυτό περιλαμβάνει την πιθανότητα το προϊόν να μην είναι διαθέσιμο κατά τη μέρα του Black Friday.

Από την έρευνα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας διαπιστώθηκε ότι η συγκεκριμένη αναφορά, *«μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων»*, είναι γενική και βρίσκεται στο κάτω μέρος του διαφημιστικού φυλλαδίου, χωρίς να αναφέρεται συγκεκριμένα στο υπό αναφορά προϊόν. Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η εν λόγω αναφορά δεν αναιρεί την υποχρέωση του εμπορευόμενου να έχει εύλογες ποσότητες αποθεμάτων ανάλογα με το προϊόν, την τιμή και την έκταση της διαφήμισης. Στη συγκεκριμένη περίπτωση,

η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπίστωσε ότι, ενώ είχε διαφημιστεί ότι και την ημέρα του Black Friday θα υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες, αυτό δεν ίσχυε, αφού τη συγκεκριμένη ημέρα δεν υπήρχαν καθόλου αποθέματα του προϊόντος στη Λευκωσία.

#### **5.1.1.3 Ο χρόνος που μεσολάβησε μεταξύ της εξάντλησης του προϊόντος και της ημέρας του Black Friday**

Ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι το απόθεμα του προϊόντος στη Λευκωσία εξαντλήθηκε από τις 20/11/2018 και για αυτό το λόγο το συγκεκριμένο προϊόν δεν ήταν διαθέσιμο προς πώληση στα καταστήματα της Λευκωσίας κατά την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, από τη στιγμή που τα τεμάχια του προϊόντος στη Λευκωσία εξαντλήθηκαν μέσα σε περίπου δύο (2) ημέρες από την έναρξη της προσφοράς, ο εμπορευόμενος είχε εύλογους λόγους να πιστεύει ότι την ημέρα του Black Friday δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει το εν λόγω προϊόν, τουλάχιστον στα καταστήματά του στη Λευκωσία.

Επίσης, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι ο εμπορευόμενος θα έπρεπε να προβεί σε γνωστοποίηση των πιο πάνω εύλογων λόγων προς τους καταναλωτές, κάτι που ενώ είχε περίπου τρεις (3) ημέρες να πράξει (δηλαδή από τις 20/11/2018, όταν εξαντλήθηκε το προϊόν, μέχρι και την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018 ), εντούτοις δεν έπραξε.

#### **5.1.1.4 Η αφαίρεση του διαφημιστικού εντύπου από την ιστοσελίδα του εμπορευόμενου.**

Κύρια πτυχή της υπό διερεύνηση εμπορικής πρακτικής αποτελεί η παράλειψη του εμπορευόμενου να γνωστοποιήσει τους εύλογους λόγους που είχε να πιστεύει ότι, κατά την ημέρα του Black Friday, δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει το εν λόγω προϊόν, όπως είχε διαφημίσει.

Ως εκ τούτου, η αφαίρεση της διαφήμισης του προϊόντος από την ιστοσελίδα του εμπορευόμενου, στις 20/11/2018, όταν το προϊόν δηλαδή είχε εξαντληθεί, δείχνει μεν την προσπάθεια του εμπορευόμενου να τερματίσει τη διαφήμιση του προϊόντος, από την άλλη όμως, επιβεβαιώνει το γεγονός ότι ο εμπορευόμενος είχε όντως εύλογους λόγους να πιστεύει ότι,

κατά την ημέρα του Black Friday, δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει το εν λόγω προϊόν, όπως είχε διαφημίσει.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, σύμφωνα με το Νόμο, ο εμπορευόμενος θα έπρεπε, όχι απλά να τερματίσει τη διαφήμιση, κάτι που θεωρείται αυτονόητο, αλλά να προχωρήσει και σε γνωστοποίηση ότι το εν λόγω προϊόν δε θα είναι διαθέσιμο κατά «τη μεγάλη μέρα» του Black Friday ως είχε διαφημιστεί, κάτι το οποίο όμως δεν έπραξε.

#### **5.1.1.5 Η θέση περί αδυναμίας πρόβλεψης του αριθμού των πωλήσεων**

Ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι κανείς δε μπορεί μετά βεβαιότητας να γνωρίζει ότι την ημέρα που διαφημίζει το προϊόν (δηλαδή στη συγκεκριμένη περίπτωση τέσσερις (4) ημέρες πριν το Black Friday) «και μέχρι τη μεγάλη μέρα» του Black Friday το εν λόγω προϊόν θα εξαντληθεί.

Όπως προαναφέρθηκε, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι το επίμαχο ζήτημα στην παρούσα υπόθεση δεν είναι η εξάντληση του προϊόντος αυτή καθ' αυτή, αλλά η μη γνωστοποίηση των εύλογων λόγων που ο εμπορευόμενος είχε να πιστεύει ότι κατά την ημέρα του Black Friday δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει το εν λόγω προϊόν, όπως είχε διαφημίσει. Όπως αναλύθηκε και πιο πάνω, ο εμπορευόμενος είχε τέτοιους εύλογους λόγους, ωστόσο δεν τους γνωστοποίησε.

Ανεξάρτητα από το πιο πάνω, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι ο εμπορευόμενος, τουλάχιστον για το υπό αναφορά προϊόν, είχε την ευχέρεια πρόβλεψης της διαθεσιμότητάς του, καθώς γνώριζε μετά βεβαιότητας ότι το προϊόν κατά «τη μεγάλη μέρα» δε θα ήταν διαθέσιμο στη Λευκωσία, όπως είχε διαφημιστεί, δεδομένου του γεγονότος ότι αυτό είχε ήδη εξαντληθεί από τις 20/11/2018, ενώ η ημέρα του Black Friday ήταν στις 23/11/2018.

#### **5.1.1.6 Η θέση περί υποκειμενικότητας στην ερμηνεία του Νόμου**

Ο εμπορευόμενος ήγειρε επίσης ζήτημα παράλογων ή αυθαίρετων συμπερασμάτων κατά την εφαρμογή των προνοιών του Νόμου, αφού όπως ανέφερε, η κρίση ή η απόφαση κατά πόσο μια τέτοια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη, δύναται να ληφθεί υπό το πρίσμα μόνο υποκειμενικών και όχι αντικειμενικών κριτηρίων.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η υιοθέτηση μιας τέτοιας γενικής και απόλυτης θέσης καθιστά το συγκεκριμένο σημείο του Νόμου αδύνατο να εφαρμοστεί.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, η ύπαρξη μηδενικών διαθέσιμων ποσοτήτων ενός προϊόντος, το οποίο είχε προηγουμένως διαφημιστεί εκτεταμένα ότι θα ήταν διαθέσιμο και την ημέρα του Black Friday, ενώ είχε εξαντληθεί τρεις (3) ημέρες πριν την ημέρα του Black Friday, δε μπορεί να θεωρηθεί ως υποκειμενικό κριτήριο.

## **5.1.2 Προϊόν: «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games»**

### **5.1.2.1 Η διαφήμιση του προϊόντος**

Από τη μελέτη των στιγμιότυπων οθόνης που επισύναψε ο παραπονούμενος, διαπιστώνεται ότι στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου υπήρχε διαφημιστικός σύνδεσμος ο οποίος αναφερόταν στις προσφορές του Black Friday και στον οποίο αναγράφονταν τα εξής: «700+ κονσόλες από 39€ δεσ εδώ».

Όταν ο καταναλωτής πατούσε πάνω στον ηλεκτρονικό σύνδεσμο παραπεμπόταν σε άλλο σημείο της ιστοσελίδας, όπου υπήρχε η φωτογραφία και η περιγραφή του συγκεκριμένου προϊόντος, καθώς επίσης και η τιμή του, ήτοι 39,00 ευρώ. Κάτω από την τιμή αναγραφόταν επίσης η φράση «Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα».

### **5.1.2.2 Η αμφισβήτηση του εμπορευόμενου για την επίσκεψη του παραπονούμενου στο κατάστημά του**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν αποδέχεται την αμφισβήτηση του εμπορευόμενου σε σχέση με το γεγονός ότι ο παραπονούμενος όντως επισκέφθηκε κάποιο κατάστημά του τη συγκεκριμένη ημέρα και ώρα.

Από τα όσα ανέφερε ο παραπονούμενος, δεν προκύπτει κάτι το οποίο να θέτει υπό αμφισβήτηση την πραγματικότητα των όσων ισχυρίζεται και την αλήθεια των λόγων του. Αντίθετα, ο εμπορευόμενος στην ουσία επιβεβαίωσε τον ισχυρισμό του παραπονούμενου, καθώς όπως ανέφερε στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, την ημέρα του Black Friday, από τις 08:00 το πρωί όταν άνοιξαν τα καταστήματά του, αυτά

κατακλύστηκαν από κόσμο που έψαχνε το συγκεκριμένο προϊόν, με αποτέλεσμα αυτό να εξαντληθεί.

### 5.1.2.3 Η αντιφατικότητα στις θέσεις του εμπορευόμενου

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, από τα στοιχεία που προσκόμισε ο εμπορευόμενος στην Εντεταλμένη Υπηρεσία κατά τη διάρκεια της έρευνας, προκύπτει αντίφαση σε σχέση με τις πωλήσεις του προϊόντος ανά κατάσταση.

Συγκεκριμένα, ο εμπορευόμενος στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019 ανέφερε ότι υπήρχαν πενήντα οκτώ (58) τεμάχια του προϊόντος Παγκύπρια, με την ακόλουθη κατανομή ανά κατάσταση:

- Κατάστημα Πάφου: εννιά (9) τεμάχια
- Αποθήκη Eurofreight: είκοσι τέσσερα (24) τεμάχια (εκ των οποίων δεκαπέντε (15) μεταφέρθηκαν στο «Κατάστημα Λευκωσίας 2», σύμφωνα με την επιστολή με ημερομηνία 02 Ιουλίου 2019 και τα υπόλοιπα εννιά (9) φαίνεται να μεταφέρθηκαν στο «Κατάστημα Λευκωσίας»)
- Κατάστημα Λεμεσού: δεκαεννιά (19) τεμάχια
- Κατάστημα Λάρνακας: έξι (6) τεμάχια
- Κατάστημα Παραλιμνίου: δε γίνεται αναφορά

Επίσης, ο εμπορευόμενος στη συγκεκριμένη επιστολή του ανέφερε ότι και τα πενήντα οκτώ (58) τεμάχια εξαντλήθηκαν, αναφέροντας χαρακτηριστικά ότι, «ως διαφάνηκε εκ των υστέρων, από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης» και ότι είχε «διαθέσιμα πενήντα οκτώ (58) τεμάχια του εν λόγω προϊόντος στις 23/11/2018 τα οποία ήταν διαθέσιμα μέχρι πλήρους εξαντλήσεως τους».

Όταν στη συνέχεια ζητήθηκε από τον εμπορευόμενο να ενημερώσει την Εντεταλμένη Υπηρεσία για την ώρα κατά την οποία πωλήθηκε το τελευταίο

τεμάχιο του προϊόντος ανά κατάσταση, ο εμπορευόμενος με την επιστολή του με ημερομηνία 10 Μαΐου 2019 έδωσε στοιχεία μόνο για το «Κατάστημα Λευκωσίας 2».

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία με νέα επιστολή της ζήτησε από τον εμπορευόμενο να δώσει στοιχεία για την ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος και για τα άλλα καταστήματα, δηλαδή αυτά της Λευκωσίας, Λάρνακας, Πάφου, Λεμεσού και Παραλιμνίου.

Ο εμπορευόμενος στις 02 Ιουλίου 2019, απάντησε με επιστολή του ότι την εν λόγω ημέρα δεν πραγματοποιήθηκαν άλλες πωλήσεις του προϊόντος και τόνισε ότι αν και υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος και στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού, εντούτοις δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις.

Η πιο πάνω θέση του εμπορευόμενου έρχεται σε αντίφαση με την αρχική του δήλωση στη επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, στην οποία αναφέρει ότι από όλα τα καταστήματά του πωλήθηκαν όλα τα τεμάχια του προϊόντος λόγω της μεγάλης ζήτησης που υπήρχε.

Ως εκ τούτου, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι αυτό που πραγματικά ισχύει, λαμβάνοντας υπόψη και τη δήλωση του εμπορευόμενου ότι «ως διαφάνηκε εκ των υστέρων, από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης», είναι ότι στα καταστήματα του εμπορευόμενου που υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες, αυτές τελικά εξαντλήθηκαν.

#### **5.1.2.4 Η έλλειψη διαθεσιμότητας στο κατάστημα στο Παραλίμνι**

Ο εμπορευόμενος στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, αναφέρει ποια ήταν η κατανομή των πενήντα οκτώ (58) διαθέσιμων τεμαχίων του προϊόντος ανά κατάστημά του, πλην του καταστήματός του στο Παραλίμνι.

Επίσης, στην επιστολή του με ημερομηνία 02 Ιουλίου 2019, όταν ζητήθηκε από τον εμπορευόμενο να αναφέρει ποια ήταν η ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος ανά κατάσταση, απάντησε ότι την εν λόγω ημέρα δεν πραγματοποιήθηκαν άλλες πωλήσεις του προϊόντος και τόνισε ότι αν και υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος και στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού, δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις, ενώ απέφυγε να κάνει αναφορά για το κατάστημά του στο Παραλίμνι.

Ως εκ τούτου, με βάση τα πιο πάνω, η Εντεταλμένη Υπηρεσία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι στο κατάστημα του εμπορευόμενου στο Παραλίμνι δεν υπήρχε καθόλου διαθέσιμη ποσότητα του προϊόντος, αφού σε καμιά επιστολή του εμπορευόμενου δε γίνεται αναφορά σε διαθέσιμες ποσότητες στο εν λόγω κατάστημα.

#### **5.1.2.5 Η θέση ότι το προϊόν δε διαφημίστηκε**

Σε σχέση με τη θέση του εμπορευόμενου ότι το συγκεκριμένο προϊόν δε διαφημίστηκε, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι αυτό δεν ευσταθεί. Ο λόγος που η Εντεταλμένη Υπηρεσία υιοθετεί αυτή την άποψη είναι, αφενός ο ισχυρισμός του παραπονούμενου ότι επισκέφθηκε ένα κατάστημα για να αγοράσει το συγκεκριμένο προϊόν, κατόπιν ηλεκτρονικής διαφήμισης που είδε στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου, την οποία και επισύναψε και, αφετέρου ο ισχυρισμός του εμπορευόμενου στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019 ότι, κατά την ημέρα του Black Friday τα καταστήματά του από τις 08:00 π.μ όταν άνοιξαν κατακλύστηκαν από καταναλωτές που επιθυμούσαν να αγοράσουν το συγκεκριμένο προϊόν, ένεκα και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής προσφοράς του.

Ως εκ τούτου, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι αν το προϊόν δεν είχε διαφημιστεί, όπως ισχυρίστηκε ο εμπορευόμενος, τότε οι καταναλωτές δεν θα είχαν γνώση της συγκεκριμένης προσφοράς και δεν θα κατέκλυζαν από το πρώι τα καταστήματα επιθυμώντας να αγοράσουν το συγκεκριμένο προϊόν ένεκα της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής προσφοράς του.

Ανεξάρτητα από τα πιο πάνω, στην υπό κρίση περίπτωση, αυτό που εξετάζεται δεν είναι αν το προϊόν διαφημίστηκε υπό τη στενή έννοια που μπορεί να αποδοθεί στον όρο «διαφήμιση», αλλά το κατά πόσο για το προϊόν αυτό έγινε πρόσκληση για αγορά, ως αυτή ορίζεται στο Νόμο. Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, η ανάρτηση που είδε ο παραπονούμενος στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου αποτελούσε πρόσκληση για αγορά, όπως εξηγείται πιο κάτω στη νομική ανάλυση.

#### **5.1.2.6 Η θέση του εμπορευόμενου για τη μη ξεχωριστή αναφορά αποθεμάτων για κάθε κατάσταση κατά τη διαφήμιση**

Σε σχέση με τη θέση του εμπορευόμενου ότι δεν κάνει διάκριση και ούτε κάνει ξεχωριστή αναφορά αποθεμάτων για το κάθε κατάστημά του ανά επαρχία κατά τη στιγμή της πρόσκλησης για αγορά, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι στην αντίληψη του μέσου καταναλωτή, όταν ένας εμπορευόμενος ο οποίος έχει καταστήματα σε όλη την Κύπρο, προβαίνει σε πρόσκληση για αγορά ενός προϊόντος, από τη στιγμή που δεν αναφέρει ότι σε κάποιο κατάστημά του το προϊόν δε θα είναι διαθέσιμο, τότε εξυπακούεται ότι το προϊόν θα είναι διαθέσιμο σε όλα τα καταστήματά του.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, εάν ο εμπορευόμενος γνωρίζει πως το προϊόν δε θα είναι διαθέσιμο σε κάποια από τα καταστήματά του, αποτελεί ευθύνη του ιδίου να το διευκρινίζει αυτό στη διαφήμισή του , αναφέροντας μάλιστα συγκεκριμένα σε ποια καταστήματά του αυτό δε θα είναι διαθέσιμο.

#### **5.1.2.7 Η θέση για μεταφορά του προϊόντος από άλλο κατάστημα**

Σε σχέση με τη θέση του εμπορευόμενου ότι όταν ένας καταναλωτής επισκεφτεί ένα κατάστημά του σε οποιαδήποτε επαρχία και το προϊόν το οποίο επιλέγει για αγορά δεν υπάρχει εντός του συγκεκριμένου καταστήματος που επισκέπτεται, αλλά υπάρχει σε οποιοδήποτε από τα άλλα καταστήματά του, τότε ο εμπορευόμενος προχωρά στην πώληση με την αντίστοιχη μεταφορά του εν λόγω προϊόντος στο κατάστημα που δεν υπάρχει απόθεμα, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι αυτό δεν αποτελεί θεμιτή εμπορική πρακτική, εάν προηγουμένως είχε γίνει

πρόσκληση για αγορά χωρίς παράλληλα να γίνει γνωστή στον καταναλωτή η συγκεκριμένη πληροφορία.

Το ενδεχόμενο αυτό θα έπρεπε δηλαδή να κοινοποιείται στο μέσο καταναλωτή κατά τη στιγμή της πρόσκλησης για αγορά, προκειμένου ο καταναλωτής να είναι σε θέση να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι στην ουσία, σε μια τέτοια περίπτωση, ο καταναλωτής αναγκάζεται να προβεί σε περαιτέρω ενέργειες προκειμένου να αποκτήσει το προϊόν, το οποίο εύλογα ανέμενε να υπάρχει στο κατάστημα που επισκέφθηκε, σύμφωνα με την πρόσκληση αγοράς που είχε λάβει. Ενώ δηλαδή ο καταναλωτής μεταβαίνει σε ένα κατάστημα προκειμένου να έρθει σε φυσική επαφή με το προϊόν, με σκοπό να αποφασίσει τελικά εάν θα πραγματοποιήσει την αγορά για την οποία έλαβε πρόσκληση, εκεί διαπιστώνει ότι καλείται πλέον να μεταβάλει την οικονομική του συμπεριφορά, από ενδεχόμενη πραγματοποίηση αγοράς σε πραγματοποίηση παραγγελίας ή σε εξ αποστάσεως αγορά, πρακτική η οποία είναι εντελώς διαφορετική και η οποία διέπεται από διαφορετικό και πολύ συγκεκριμένο νομοθετικό πλαίσιο, κάτι που ο καταναλωτής δεν είχε υπόψη του όταν λάμβανε την απόφαση να μεταβεί στο κατάστημα.

Είναι επίσης η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η συγκεκριμένη πρακτική, οδηγεί ή πιθανόν να οδηγεί τον καταναλωτή να επισκεφθεί το συγκεκριμένο κατάστημα και δεύτερη φορά, προκειμένου να παραλάβει το προϊόν που είχε παραγγείλει, ή να επισκεφθεί και δεύτερο κατάστημα του εμπορευόμενου προκειμένου να αγοράσει το προϊόν.

Σχετική είναι και η απόφαση της 19ης Δεκεμβρίου 2013 του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου στην υπόθεση *C-281/12 Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. coop. Arl κατά Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, στο σημείο 36 της οποίας αναφέρεται ότι, «απόφαση συναλλαγής είναι η απόφαση που λαμβάνει ο καταναλωτής για το κατά πόσον, πώς και υπό ποιους όρους θα πραγματοποιήσει αγορά. Στην έννοια αυτή περιλαμβάνεται συνεπώς όχι μόνον η απόφαση για την αγορά ή όχι ενός προϊόντος, **αλλά και**

*η απόφαση που συνδέεται άμεσα με αυτήν, μεταξύ άλλων η απόφαση εισόδου στο εμπορικό κατάστημα» (σ.σ. τα μαύρα γράμματα δικά μας).*

Ως εκ τούτου, από τη στιγμή που ο καταναλωτής αποφασίζει κατόπιν πρόσκλησης αγοράς να μεταβεί στο κατάστημα του εμπορευόμενου, τότε έχει ήδη πάρει απόφαση συναλλαγής και αυτή η απόφαση συναλλαγής είναι που αξιολογείται στην παρούσα περίπτωση και όχι μια ενδεχόμενη και συνεπακόλουθη δεύτερη απόφαση συναλλαγής, η οποία θα είναι η παραγγελία του προϊόντος ή η εξ αποστάσεως αγορά του.

### **5.1.3 Προϊόν: «PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera»**

#### **5.1.3.1 Η διαφήμιση του προϊόντος**

Από τη μελέτη των στιγμιότυπων οθόνης που επισύναψε ο παραπονούμενος, διαπιστώνεται ότι στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου υπήρχε διαφημιστικός σύνδεσμος ο οποίος αναφερόταν στις προσφορές του Black Friday και στον οποίο αναγράφονταν τα εξής: «700+ κονσόλες από 39€ δεσ εδώ».

Όταν ο καταναλωτής πατούσε πάνω στον ηλεκτρονικό σύνδεσμο παραπεμπόταν σε άλλο σημείο της ιστοσελίδας, όπου υπήρχε η φωτογραφία και η περιγραφή του συγκεκριμένου προϊόντος, η αρχική τιμή του, ήτοι 299,99 ευρώ, η τιμή της προσφοράς, ήτοι 199,99 ευρώ και η φράση «Κερδίζεις 100,00 ευρώ». Κάτω από την τιμή αναγραφόταν επίσης η φράση «Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα».

#### **5.1.3.2 Η αμφισβήτηση του εμπορευόμενου για την επίσκεψη του παραπονούμενου στο κατάστημά του**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν αποδέχεται την αμφισβήτηση του εμπορευόμενου σε σχέση με το γεγονός ότι ο παραπονούμενος όντως επισκέφθηκε κάποιο κατάστημά του τη συγκεκριμένη ημέρα και ώρα.

Από τα όσα ανέφερε ο παραπονούμενος, δεν προκύπτει κάτι το οποίο να θέτει υπό αμφισβήτηση την πραγματικότητα των όσων ισχυρίζεται και την αλήθεια των λόγων του. Αντίθετα, ο εμπορευόμενος στην ουσία επιβεβαίωσε τον ισχυρισμό του παραπονούμενου, καθώς όπως ανέφερε στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, την ημέρα του Black

Friday, από τις 08:00 το πρωί όταν άνοιξαν τα καταστήματά του, αυτά κατακλύστηκαν από κόσμο που έψαχνε το συγκεκριμένο προϊόν, με αποτέλεσμα αυτό να εξαντληθεί.

### **5.1.3.3 Η μικρή διαθέσιμη ποσότητα τεμαχίων του προϊόντος**

Ο εμπορευόμενος στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019 ανέφερε ότι, κατά την ημέρα του Black Friday υπήρχαν διαθέσιμα δεκατρία (13) τεμάχια του προϊόντος Παγκύπρια, αλλά τα καταστήματά του *«κατακλύστηκαν από καταναλωτές που επιθυμούσαν να αγοράσουν το συγκεκριμένο προϊόν ένεκα και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής προσφοράς του»*.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι για το συγκεκριμένο προϊόν, το οποίο σύμφωνα με τα στοιχεία που προσκόμισε ο εμπορευόμενος, τους τρεις (3) μήνες που είχαν προηγηθεί του Black Friday είχε πωλήσει στην κανονική τιμή σαράντα επτά (47) τεμάχια Παγκύπρια, τα δεκατρία (13) τεμάχια που υπήρχαν διαθέσιμα κατά την ημέρα του Black Friday ήταν εξαιρετικά λίγα.

Η μικρή διαθέσιμη ποσότητα των τεμαχίων γίνεται καλύτερα αντιληπτή, εάν κάποιος κοιτάξει την κατανομή των δεκατριών (13) αυτών τεμαχίων σε κάθε κατάστημα, όπως φαίνεται πιο κάτω:

- Κατάστημα Πάφου: ένα (1) τεμάχιο
- Κατάστημα Λευκωσίας: οκτώ (8) τεμάχια
- Κατάστημα Λεμεσού: ένα (1) τεμάχιο
- Κατάστημα Παραλιμνίου: τρία (3) τεμάχια
- Κατάστημα Λευκωσίας 2: δε γίνεται αναφορά για διαθέσιμα τεμάχια
- Κατάστημα Λάρνακας: δε γίνεται αναφορά για διαθέσιμα τεμάχια

Λαμβάνοντας υπόψη την παραδοχή του εμπορευόμενου περί *«εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής»* του προϊόντος, το ότι τέτοιας κατηγορίας προϊόντα έχουν μεγάλη απήχηση προς το καταναλωτικό κοινό ιδιαίτερα κατά την

ημέρα του Black Friday, καθώς επίσης και τους πιο πάνω αριθμούς, εξάγεται το συμπέρασμα ότι η διαθέσιμη ποσότητα των τεμαχίων του εν λόγω προϊόντος ήταν στα περισσότερα καταστήματα εξαιρετικά μικρή, ενώ σε κάποια άλλα ήταν ανύπαρκτη.

Ως εκ τούτου, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η εξάντληση των δεκατριών (13) διαθέσιμων τεμαχίων του προϊόντος Παγκύπρια δεν ήταν αποτέλεσμα «κατακλυσμού» καταναλωτών, όπως χαρακτηριστικά επικαλείται ο εμπορευόμενος, αλλά αποτέλεσμα της πολύ μικρής διαθεσιμότητας του εν λόγω προϊόντος.

#### **5.1.3.4 Η έλλειψη διαθεσιμότητας στα καταστήματα Λευκωσίας 2 και Λάρνακας**

Πέραν της μικρής διαθέσιμης ποσότητας στα καταστήματα του εμπορευόμενου, είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι, στα καταστήματα Λευκωσίας 2 και Λάρνακας διαπιστώθηκε ότι δεν υπήρχε καθόλου διαθέσιμη ποσότητα τεμαχίων, αφού δε γίνεται αναφορά σε διαθέσιμες ποσότητες στα εν λόγω καταστήματα σε καμιά επιστολή του εμπορευόμενου. Όπως αναφέρει ο εμπορευόμενος στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, τα δεκατρία (13) διαθέσιμα τεμάχια ήταν κατανεμημένα σε όλα τα καταστήματά του, χωρίς να κάνει αναφορά στα καταστήματα Λευκωσίας 2 και Λάρνακας.

Επίσης, στην επιστολή του με ημερομηνία 02 Ιουλίου 2019, όταν ζητήθηκε από τον εμπορευόμενο να αναφέρει ποια ήταν η ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος ανά κατάστημα, απάντησε ότι την εν λόγω ημέρα δεν πραγματοποιήθηκαν άλλες πωλήσεις του προϊόντος και τόνισε ότι, αν και υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος και στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού, δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις, ενώ απέφυγε να κάνει αναφορά στα καταστήματα Λευκωσίας 2 και Λάρνακας.

Ως εκ τούτου, με βάση τα πιο πάνω, η Εντεταλμένη Υπηρεσία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι στα καταστήματα του εμπορευόμενου Λευκωσίας 2 και Λάρνακας δεν υπήρχε καθόλου διαθέσιμη ποσότητα, αφού δε γίνεται

αναφορά σε διαθέσιμες ποσότητες στα εν λόγω καταστήματα σε καμιά επιστολή του εμπορευόμενου.

#### 5.1.3.5 Η αντιφατικότητα στις θέσεις του εμπορευόμενου

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, από τα στοιχεία που προσκόμισε ο εμπορευόμενος στην Εντεταλμένη Υπηρεσία κατά τη διάρκεια της έρευνας, προκύπτει αντίφαση σε σχέση με τις πωλήσεις του προϊόντος ανά κατάστημα.

Συγκεκριμένα, ο εμπορευόμενος στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019 ανέφερε ότι υπήρχαν δεκατρία (13) τεμάχια του προϊόντος Παγκύπρια, με την ακόλουθη κατανομή ανά κατάστημα:

- Κατάστημα Πάφου: ένα (1) τεμάχιο
- Κατάστημα Λευκωσίας: οχτώ (8) τεμάχια
- Κατάστημα Λεμεσού: ένα (1) τεμάχιο
- Κατάστημα Παραλιμνίου: τρία (3) τεμάχια
- Κατάστημα Λευκωσίας 2: δε γίνεται αναφορά για διαθέσιμα τεμάχια
- Κατάστημα Λάρνακας: δε γίνεται αναφορά για διαθέσιμα τεμάχια

Ο εμπορευόμενος στην επιστολή του ανέφερε επίσης ότι και τα δεκατρία (13) τεμάχια εξαντλήθηκαν, αναφέροντας χαρακτηριστικά ότι «*εκ των υστέρων διαφάνηκε από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, ότι όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης*».

Όταν στη συνέχεια ζητήθηκε από τον εμπορευόμενο να ενημερώσει την Εντεταλμένη Υπηρεσία για την ώρα κατά την οποία πωλήθηκε το τελευταίο τεμάχιο του προϊόντος, ο εμπορευόμενος με την επιστολή του με ημερομηνία 10 Μαΐου 2019 έδωσε στοιχεία μόνο για τα καταστήματα Λευκωσίας και Παραλιμνίου.

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία με νέα επιστολή της ζήτησε από τον εμπορευόμενο να δώσει στοιχεία για την ώρα πώλησης του τελευταίου τεμαχίου του προϊόντος και για τα άλλα καταστήματα, δηλαδή το κατάστημα Λευκωσίας 2, Λάρνακας, Πάφου και Λεμεσού.

Ο εμπορευόμενος, στις 02 Ιουλίου 2019, απάντησε με επιστολή του ότι την εν λόγω ημέρα δεν πραγματοποιήθηκαν άλλες πωλήσεις του προϊόντος και τόνισε ότι, αν και υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού, δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η πιο πάνω θέση του εμπορευόμενου έρχεται σε αντίφαση με την αρχική δήλωσή του, στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, όπου αναφέρει ότι στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού υπήρχε διαθέσιμο ένα (1) μόνο τεμάχιο του προϊόντος και όχι «διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος», έκφραση που αναμφίβολα υποδηλώνει διαθεσιμότητα πέραν του ενός (1) τεμαχίου.

Επίσης, παρατηρείται αντίφαση και από το γεγονός ότι στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, ο εμπορευόμενος αναφέρει ότι το ένα (1) τεμάχιο που υπήρχε στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού πωλήθηκε λόγω της μεγάλης ζήτησης που υπήρξε, ενώ στην επιστολή του με ημερομηνία 02 Ιουλίου 2019 αναφέρει ότι στα εν λόγω καταστήματα δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις του προϊόντος.

Ως εκ τούτου, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι αυτό που πραγματικά ισχύει, λαμβάνοντας υπόψη και τη δήλωση του εμπορευόμενου στις 18 Μαρτίου 2019, σύμφωνα με την οποία *«εκ των υστέρων διαφάνηκε από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, ότι όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης»*, είναι ότι στα καταστήματα Λεμεσού και Πάφου υπήρχε μόνο ένα (1) τεμάχιο του προϊόντος σε κάθε κατάστημα, το οποίο μάλιστα πωλήθηκε πολύ νωρίς, ενώ στα καταστήματα Λευκωσίας 2 και Λάρνακας δεν υπήρχαν καθόλου διαθέσιμες ποσότητες.

## 6 ΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

### 6.1 Το σημείο 5 του Παραρτήματος Ι του Νόμου

Η υπό εξέταση εμπορική πρακτική αξιολογείται σύμφωνα με τις πρόνοιες του άρθρου 4(4) του Νόμου σε συνδυασμό με το σημείο 5 του Παραρτήματος Ι του Νόμου, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν ο εμπορευόμενος είχε προβεί σε πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να κάνει γνωστή την ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων μπορεί να είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει, ή να αναθέσει σε άλλον εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους, στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένου υπόψη του προϊόντος, της κλίμακας διαφήμισης του προϊόντος και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»).

Με βάση το Νόμο, η συγκεκριμένη εμπορική πρακτική είναι παραπλανητική και κρίνεται αθέμιτη υπό οποιεσδήποτε συνθήκες.

Ως εκ τούτου, αυτό που πρέπει να αξιολογηθεί καταρχάς, για κάθε υπό διερεύνηση προϊόν ξεχωριστά, είναι κατά πόσο ο εμπορευόμενος προέβη σε «πρόσκληση για αγορά», όπως αυτή ορίζεται στο Νόμο, δηλαδή σε *«εμπορική επικοινωνία στην οποία αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, η τιμή ή/και ένδειξη τιμής, με τρόπο ο οποίος ενδείκνυται για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται, ούτως ώστε να δύναται ο καταναλωτής να αποφασίσει ή και να πραγματοποιήσει την αγορά»* .

Εν συνεχεία, πρέπει να αξιολογηθεί το κατά πόσο ο εμπορευόμενος είχε εύλογους λόγους να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει τελικά το προϊόν αυτό ή ισοδύναμό του, στην τιμή αυτή, μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες.

Το κατά πόσο ο εμπορευόμενος είχε ή όχι εύλογους λόγους να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει τελικά το προϊόν, θα πρέπει να κριθεί λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες, όπως το είδος του προϊόντος, η κλίμακα της διαφήμισης και η προσφερόμενη τιμή.

Τέλος, σε περίπτωση που διαπιστωθεί ότι υπήρχαν αυτοί οι εύλογοι λόγοι, το κρίσιμο σημείο είναι το κατά πόσο ο εμπορευόμενος τους γνωστοποίησε ή όχι.

#### **6.1.1 Προϊόν: «Τηλεόραση HITACHI 55” 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000»**

##### **6.1.1.1 Η πρόσκληση για αγορά**

Ο εμπορευόμενος με την επιστολή του ημερομηνίας 18 Μαρτίου 2019, προσκόμισε το σχετικό διαφημιστικό έντυπο, στο οποίο αναγράφονταν τα εξής: «Hitachi 55” 4K Smart TV 55HK6000 από 449€». Επίσης, στο εν λόγω διαφημιστικό υπήρχε και φωτογραφία του προϊόντος .

Ως εκ τούτου, ικανοποιούνται οι προϋποθέσεις που θέτει ο Νόμος στην ερμηνεία της έννοιας «πρόσκληση για αγορά», καθώς το συγκεκριμένο διαφημιστικό αποτελούσε εμπορική επικοινωνία του εμπορευόμενου προς τους καταναλωτές, στην οποία αναφέρονταν τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, η τιμή ή/και ένδειξη τιμής.

##### **6.1.1.2 Η δημιουργία ή όχι εύλογων λόγων στον εμπορευόμενο**

Ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι το απόθεμα του προϊόντος στη Λευκωσία εξαντλήθηκε από τις 20/11/2018 και, ως εκ τούτου, το συγκεκριμένο προϊόν δεν ήταν διαθέσιμο προς πώληση στα καταστήματα της Λευκωσίας την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018.

Ως εκ τούτου, από τη στιγμή που τα τεμάχια του προϊόντος στη Λευκωσία εξαντλήθηκαν μέσα σε περίπου δύο (2) ημέρες από την έναρξη της προσφοράς, ο εμπορευόμενος είχε εύλογους λόγους να πιστεύει ότι, κατά την ημέρα του Black Friday δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει το εν λόγω προϊόν, τουλάχιστον στα καταστήματά του στη Λευκωσία.

Η παραπάνω διαπίστωση ενισχύεται ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη η εκτεταμένη διαφήμιση του προϊόντος, αφού ο εμπορευόμενος χρησιμοποίησε την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, γραπτά μηνύματα sms, NSL και banners στην ιστοσελίδα του για την εν λόγω διαφήμιση .

Επίσης, λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι η τηλεόραση ως προϊόν έχει μεγάλη απήχηση στο καταναλωτικό κοινό, ιδιαίτερα την ημέρα του Black

Friday, καθώς επίσης και το γεγονός ότι η τιμή του συγκεκριμένου προϊόντος ήταν εξαιρετικά συμφέρουσα, σε σύγκριση με την τιμή ανάλογων προϊόντων.

Ακόμα όμως και αν δεν υπήρχαν οι πιο πάνω παράγοντες, το γεγονός και μόνο ότι δεν υπήρχαν καθόλου ποσότητες του προϊόντος στα καταστήματα του εμπορευόμενου στη Λευκωσία τρεις (3) περίπου ημέρες πριν την έναρξη της προσφοράς, θα ήταν αρκετό για να του δημιουργήσει τέτοιους εύλογους λόγους.

Το ότι ο εμπορευόμενος είχε τέτοιους εύλογους λόγους, επιβεβαιώνεται επίσης από το γεγονός ότι αφαίρεσε τη διαφήμιση του προϊόντος από την ιστοσελίδα του, στις 20/11/2018, όταν δηλαδή το προϊόν είχε εξαντληθεί.

#### **6.1.1.3 Η γνωστοποίηση ή όχι των εύλογων λόγων από τον εμπορευόμενο**

Από τα όσα περιήλθαν σε γνώση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας κατά τη διάρκεια της έρευνας, ο εμπορευόμενος δεν προσκόμισε κάποιο στοιχείο το οποίο να αποδεικνύει, ούτε διατύπωσε κάποια θέση η οποία να τεκμηριώνει, ότι είχε γνωστοποιήσει τους εύλογους λόγους που είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλον εμπορευόμενο να προμηθεύσει το προϊόν αυτό ή ισοδύναμό του, στην τιμή αυτή, μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες στα καταστήματά του στη Λευκωσία.

Ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι προχώρησε σε αφαίρεση της διαφήμισης του προϊόντος από την ιστοσελίδα του, στις 20/11/2018, όταν το προϊόν είχε εξαντληθεί. Ο τερματισμός όμως της διαφήμισης δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ισοδύναμη ενέργεια με τη γνωστοποίηση που αναφέρει το συγκεκριμένο σημείο του Νόμου, καθώς η γνωστοποίηση απαιτεί επιπλέον ενέργειες από μέρους του εμπορευόμενου.

#### **6.1.2 Προϊόν: «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games»**

##### **6.1.2.1 Η πρόσκληση για αγορά**

Από τη μελέτη των στιγμιότυπων οθόνης που επισύναψε ο παραπονούμενος διαπιστώνεται ότι στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου υπήρχε διαφημιστικός σύνδεσμος ο οποίος αναφερόταν στις προσφορές του Black

Friday και στον οποίο αναγράφονταν τα εξής: «700+ κονσόλες από 39€ δεξ εδώ». Όταν ο καταναλωτής πατούσε πάνω στον ηλεκτρονικό σύνδεσμο παραπεμπόταν σε άλλο σημείο της ιστοσελίδας, στο οποίο υπήρχε φωτογραφία και περιγραφή του προϊόντος, καθώς και η τιμή του προϊόντος, ήτοι 39,00 ευρώ. Κάτω από την τιμή αναγραφόταν επίσης η εξής φράση «*Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα*».

Ως εκ τούτου, ικανοποιούνται οι προϋποθέσεις που θέτει ο Νόμος στην ερμηνεία της έννοιας «*πρόσκληση για αγορά*», καθώς το συγκεκριμένο διαφημιστικό αποτελούσε εμπορική επικοινωνία του εμπορευόμενου προς τους καταναλωτές, στην οποία αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, η τιμή ή/και ένδειξη τιμής. Επίσης, γίνεται αντιληπτό ότι η έκφραση «*Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα*» αποτελούσε πρόσκληση για αγορά από τα καταστήματα του εμπορευόμενου και δεν αφορούσε διαδικτυακές παραγγελίες και/ή πωλήσεις.

#### **6.1.2.2 Η δημιουργία ή όχι εύλογων λόγων στον εμπορευόμενο**

Με βάση τα όσα περιήλθαν σε γνώση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας κατά τη διάρκεια της έρευνας, όσο αφορά στα καταστήματα του εμπορευόμενου σε Λευκωσία, Λάρνακα, Λεμεσό και Πάφο, από τα οποία το προϊόν εξαντλήθηκε, είναι φανερό ότι ο εμπορευόμενος όντως δεν είχε εύλογους λόγους να πιστεύει ότι δε θα είναι σε θέση να προμηθεύσει το συγκεκριμένο προϊόν σε εύλογες ποσότητες την ημέρα του Black Friday. Από τα στοιχεία που προσκόμισε ο εμπορευόμενος, διαπιστώνεται ότι τους προηγούμενους τρεις (3) μήνες είχε πωλήσει μόλις πέντε (5) τεμάχια του προϊόντος, ενώ για την ημέρα του Black Friday είχε διαθέσιμα πενήντα οκτώ (58) τεμάχια, ποσότητα η οποία φαινόταν να ήταν επαρκής για να πιστεύει ότι το προϊόν θα διατίθεντο όπως διαφημίστηκε, άσχετα αν μετά αυτό εξαντλήθηκε αναπάντεχα.

Όσο αφορά όμως στο κατάστημα στο Παραλίμνι, ο εμπορευόμενος είχε, ή θα έπρεπε να είχε εύλογους λόγους να πιστεύει ότι δε θα είναι σε θέση να προμηθεύσει το συγκεκριμένο προϊόν σε εύλογες ποσότητες την ημέρα του

Black Friday, καθώς στο συγκεκριμένο κατάστημα δεν υπήρχε καθόλου διαθέσιμη ποσότητα του προϊόντος, όπως είχε διαφημιστεί.

Από τη στιγμή που για το προϊόν δόθηκε πρόσκληση για αγορά, και ιδιαίτερα αφού σε αυτήν αναγραφόταν ότι το προϊόν θα ήταν «*Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα*», τότε ο εμπορευόμενος θα έπρεπε να είχε τους πιο πάνω εύλογους λόγους για το κατάστημα στο Παραλίμνι, αφού εκεί το προϊόν εξ αρχής δε θα ήταν διαθέσιμο.

Επίσης, λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ως προϊόν έχουν μεγάλη απήχηση στο καταναλωτικό κοινό, ιδιαίτερα την ημέρα του Black Friday, καθώς επίσης και το γεγονός ότι η τιμή του συγκεκριμένου προϊόντος ήταν εξαιρετικά συμφέρουσα, όπως αναφέρει και ο ίδιος εμπορευόμενος στις θέσεις του.

#### **6.1.2.3 Η γνωστοποίηση ή όχι των εύλογων λόγων από τον εμπορευόμενο**

Από τα όσα περιήλθαν σε γνώση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας κατά τη διάρκεια της έρευνας, ο εμπορευόμενος δεν προσκόμισε κάποιο στοιχείο το οποίο να αποδεικνύει, ούτε διατύπωσε κάποια θέση η οποία να τεκμηριώνει, ότι είχε γνωστοποιήσει τους εύλογους λόγους που είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορούσε να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλον εμπορευόμενο να προμηθεύσει το προϊόν αυτό ή ισοδύναμό του, στην τιμή αυτή, μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες στο κατάστημά του στο Παραλίμνι.

#### **6.1.3 Προϊόν: «PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera»**

##### **6.1.3.1 Η πρόσκληση για αγορά**

Από τη μελέτη των στιγμιότυπων οθόνης που επισύναψε ο παραπονούμενος, διαπιστώνεται ότι στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου υπήρχε διαφημιστικός σύνδεσμος ο οποίος αναφερόταν στις προσφορές του Black Friday και στον οποίο αναγράφονταν τα εξής: «700+ κονσόλες από 39€ δες εδώ». Όταν ο καταναλωτής πατούσε πάνω στον ηλεκτρονικό σύνδεσμο παραπεμπόταν σε άλλο σημείο της ιστοσελίδας, στο οποίο υπήρχε η φωτογραφία και η περιγραφή του προϊόντος, η αρχική τιμή του προϊόντος,

ήτοι 299,99 ευρώ, η τιμή της προσφοράς, ήτοι 199,99 ευρώ και η φραση «Κερδίζεις 100,00 ευρώ». Κάτω από την τιμή αναγραφόταν επίσης η φράση «Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα».

Ως εκ τούτου, ικανοποιούνται οι προϋποθέσεις που θέτει ο Νόμος στην ερμηνεία της έννοιας «πρόσκληση για αγορά», καθώς το συγκεκριμένο διαφημιστικό αποτελούσε εμπορική επικοινωνία του εμπορευόμενου προς τους καταναλωτές, στην οποία αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, η τιμή ή/και ένδειξη τιμής. Επίσης, γίνεται αντιληπτό ότι η φραση «Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα» αποτελούσε πρόσκληση για αγορά από τα καταστήματα του εμπορευόμενου και δεν αφορούσε διαδικτυακές παραγγελίες και/ή πωλήσεις.

#### **6.1.3.2 Η δημιουργία ή όχι εύλογων λόγων στον εμπορευόμενο**

Με βάση τα όσα περιήλθαν σε γνώση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας κατά τη διάρκεια της έρευνας, διαπιστώνεται ότι ο εμπορευόμενος είχε, ή θα έπρεπε να είχε εύλογους λόγους να πιστεύει ότι δε θα είναι σε θέση να προμηθεύσει το συγκεκριμένο προϊόν σε εύλογες ποσότητες την ημέρα του Black Friday στα καταστήματα όλων των πόλεων, και κυρίως στα καταστήματα Λεμεσού και Πάφου, όπου η διαθέσιμη ποσότητα ήταν μόνο ένα (1) τεμάχιο και στα καταστήματα Λευκωσίας 2 και Λάρνακας, στα οποία δεν υπήρχε καθόλου διαθέσιμη ποσότητα του προϊόντος.

Από τη στιγμή που για το προϊόν έγινε πρόσκληση για αγορά, και ιδιαίτερα αφού σε αυτήν αναγραφόταν ότι το προϊόν θα ήταν «Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα», τότε ο εμπορευόμενος θα έπρεπε να είχε τους πιο πάνω εύλογους λόγους.

Επίσης, δε μπορεί να μη ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι τα προϊόντα που αποτελούν αξεσουάρ ηλεκτρονικών παιχνιδιών έχουν μεγάλη απήχηση στο καταναλωτικό κοινό, ιδιαίτερα την ημέρα του Black Friday. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με το ότι η τιμή του συγκεκριμένου προϊόντος ήταν εξαιρετικά συμφέρουσα, όπως αναφέρει και ο ίδιος ο εμπορευόμενος στις θέσεις του, είχε δημιουργήσει ή θα έπρεπε να είχε δημιουργήσει στον

εμπορευόμενο τους πιο πάνω εύλογους λόγους, καθώς η διαθέσιμη ποσότητα τεμαχίων του προϊόντος, ανά κατάσταση, ήταν ελάχιστη ή ανύπαρκτη.

#### **6.1.3.3 Η γνωστοποίηση ή όχι των εύλογων λόγων από τον εμπορευόμενο**

Από τα όσα περιήλθαν σε γνώση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας κατά τη διάρκεια της έρευνας, ο εμπορευόμενος δεν προσκόμισε κάποιο στοιχείο το οποίο να αποδεικνύει, ούτε διατύπωσε κάποια θέση η οποία να τεκμηριώνει, ότι είχε γνωστοποιήσει τους εύλογους λόγους που είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλον εμπορευόμενο να προμηθεύσει το προϊόν αυτό ή ισοδύναμό του, στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, στα καταστήματά του σε όλες τις επαρχίες.

## **6.2 Παράβαση**

Με βάση τα πιο πάνω, διαπιστώνεται παράβαση του άρθρου 4(4) του Νόμου σε συνδυασμό με το σημείο 5 του Παραρτήματος Ι από τον εμπορευόμενο.

Ο εμπορευόμενος είχε προβεί σε πρόσκληση για αγορά της «Τηλεόρασης HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000» στα καταστήματά του στη Λευκωσία, στην τιμή των 499 ευρώ, του «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games» στο κατάστημά του στο Παραλίμνι, στην τιμή των 39 ευρώ και του «PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera», στην τιμή των 99 ευρώ, στα καταστήματα όλων των πόλεων, συγκεκριμένα για την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018, χωρίς να κάνει γνωστή την ύπαρξη των εύλογων λόγων που είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλον εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους, στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένου υπόψη του προϊόντος, της κλίμακας διαφήμισης του προϊόντος και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»).

## **7 ΚΛΗΣΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΑΚΡΟΑΣΗ**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία, αξιολογώντας τη σοβαρότητα της παράβασης, λαμβανομένου υπόψη ότι επρόκειτο για αθέμιτη εμπορική πρακτική η οποία απευθύνθηκε στο καταναλωτικό κοινό Παγκύπρια και για προϊόντα τα οποία έχουν μεγάλη απήχηση στο καταναλωτικό κοινό, ιδίως την ημέρα του Black Friday, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι δικαιολογείται η επιβολή διοικητικού προστίμου σύμφωνα με την εξουσία που της δίδεται, βάσει των προνοιών του άρθρου 11(2)(δ) του Νόμου .

Ως εκ τούτου, στις 15 Ιανουαρίου 2020 στάλθηκε επιστολή προς τον εμπορευόμενο με την οποία του δόθηκε η ευκαιρία να ακουστεί προφορικά ή/και γραπτά, όπως προνοεί το άρθρο 12(1) του Νόμου, πριν την επιβολή διοικητικού προστίμου.

Επίσης, με την πιο πάνω επιστολή ζητήθηκε από τον εμπορευόμενο να αποστείλει στην Εντεταλμένη Υπηρεσία έγγραφα σχετικά με την αξία του συνολικού κύκλου εργασιών του για το έτος 2017.

### **7.1 Η Ακρόαση**

Στις 11 Φεβρουαρίου 2020 πραγματοποιήθηκε η ακρόαση της υπόθεσης στα γραφεία της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, με παρευρισκόμενους τον εμπορευόμενο και τον εκπρόσωπό του.

Μετά τη λήξη της εν λόγω ακρόασης, ο εμπορευόμενος ζήτησε όπως του δοθεί επιπλέον χρόνος ώστε να καταθέσει και γραπτώς τις θέσεις του. Η Εντεταλμένη Υπηρεσία αποδέχθηκε το αίτημα του εμπορευόμενου και ο τελευταίος απέστειλε τις συμπληρωματικές του θέσεις με επιστολή του με ημερομηνία 23 Μαρτίου 2020, συνοδευόμενη από τα σχετικά έγγραφα για την αξία του συνολικού κύκλου εργασιών του για το έτος 2017.

### **7.2 Θέσεις εμπορευόμενου κατά την ακρόαση**

Οι θέσεις που παρατίθενται πιο κάτω διατυπώθηκαν από τον εμπορευόμενο κατά την ακρόαση της υπόθεσης, δηλαδή στη συνάντηση της 11<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2020 ή/και στην επιστολή του ημερομηνίας 13 Μαρτίου 2020. Για σκοπούς απλότητας δεν αναφέρονται οι απόψεις που ήδη έθεσε ο εμπορευόμενος κατά

τη διάρκεια της έρευνας, οι οποίες αναφέρθηκαν, σχολιάστηκαν και αναλύθηκαν πιο πάνω, και τις οποίες ο εμπορευόμενος ουσιαστικά επανέλαβε κατά την ακροαματική διαδικασία, χωρίς να υπάρξει παράθεση νέων στοιχείων ή αλλαγή στα γεγονότα.

### **7.2.1 Προϊόν: «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games»**

Σε σχέση με το προϊόν «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games», ο εμπορευόμενος ανέφερε τις πιο κάτω θέσεις:

- Αν και στο κατάστημα στο Παραλίμνι το εν λόγω προϊόν δεν ήταν πράγματι διαθέσιμο, εντούτοις, όπως ανέφερε, στο σημείο 5 του Παραρτήματος Ι του Νόμου αναφέρεται και ο παράγοντας «εύλογο διάστημα». Σύμφωνα με τους ισχυρισμούς του εμπορευόμενου, ο παράγοντας «εύλογο διάστημα» υποδεικνύει ότι ο Νόμος δίνει τη δυνατότητα στον εμπορευόμενο, σε περίπτωση που κάποιος καταναλωτής επισκεφθεί ένα κατάστημά του στο οποίο δεν υπάρχουν διαθέσιμα τεμάχια ενός προϊόντος το οποίο διαφημίστηκε, να μεταφέρει από κάποιο άλλο κατάστημά του, στο οποίο υπάρχει απόθεμα, το συγκεκριμένο προϊόν και να το δώσει στον καταναλωτή εντός εύλογου διαστήματος.
- Η Εντεταλμένη Υπηρεσία συμπεραίνει κατ' ισχυρισμό παράβαση των εκ του Νόμου υποχρεώσεων του εμπορευόμενου σε σχέση με τη διαθεσιμότητα του προϊόντος στο κατάστημα στο Παραλίμνι, για το οποίο όμως δεν υπήρξε κανένα παράπονο ή καταγγελία. Ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι επιφυλάσσεται όλων των νόμιμων δικαιωμάτων του σε σχέση με την απόφαση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας να κρίνει ότι προκύπτει παράβαση του Νόμου στη βάση περιστατικών που δεν είχαν σχέση με την υπό εξέταση καταγγελία και στη βάση στοιχείων που ο ίδιος προσκόμισε καλή τη πίστει για την υπεράσπισή του σε συγκεκριμένη καταγγελία και/ή για άλλο σκοπό.
- Εν δυνάμει, όλες οι κονσόλες που ήταν σε προσφορά αποτελούσαν ισοδύναμα προϊόντα. Προς υποστήριξη του εν λόγω ισχυρισμού του, ο εμπορευόμενος παρέθεσε σχετικό πίνακα, ο οποίος παρουσιάζει τρία (3) τέτοια ισοδύναμα προϊόντα με αυτό που αποτέλεσε το αντικείμενο της έρευνας.

### 7.2.2 Προϊόν: «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000»

Σε σχέση με το προϊόν «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000», ο εμπορευόμενος ανέφερε τις πιο κάτω θέσεις:

- Τα τριάντα επτά (37) τεμάχια μπορεί όντως να μην είναι αρκετά, σε σχέση με την πώληση του συγκεκριμένου προϊόντος τους προηγούμενους τρεις (3) μήνες πριν την έναρξη της προσφοράς, αλλά αυτό και μόνο το γεγονός, από μόνο του, δεν πρέπει να αποτρέπει τον εμπορευόμενο και τον κάθε εμπορευόμενο από το να τα διαφημίσει (η θέση αυτή διατυπώθηκε κατά την ακρόαση της 11<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2020).
- Το γεγονός ότι, σε σχέση με την προσφορά του Black Friday που έτρεχε από τις 19/11/2018, για το συγκεκριμένο κωδικό υπήρχε απόθεμα τριάντα τεσσάρων (34) τεμαχίων (σ.σ κατά την ακρόαση της 11<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2020 ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι το απόθεμα ήταν τριάντα επτά (37) τεμάχια όπως αναφέρεται στο πιο πάνω σημείο), ενώ για το διάστημα μεταξύ 18/08/2018 και 18/11/2018 πωλήθηκαν τριάντα επτά (37) τεμάχια (πωλήσεις τριών (3) μηνών), αποτελεί απόδειξη ότι υπήρχαν εύλογες ποσότητες (η θέση αυτή διατυπώθηκε στις συμπληρωματικές θέσεις της ακρόασης, τις οποίες υπέβαλε ο εμπορευόμενος με την επιστολή του ημερομηνίας 13 Μαρτίου 2020).
- Όλες οι προσφορές που ανακοινώνονταν μέχρι και την ημέρα του Black Friday είχαν ημερήσιο χαρακτήρα και έδιδαν τη δυνατότητα στον καταναλωτή να αγοράσει αμέσως τα εν λόγω προϊόντα (από τις 19/11/2018) μέχρι και τη μέρα του Black Friday, εάν φυσικά υπήρχε ακόμα διαθέσιμο απόθεμα. Δηλαδή, δεν επρόκειτο για διαφήμιση, ή υπόσχεση ότι τα προϊόντα θα ήταν διαθέσιμα (μόνο) κατά τη μέρα του Black Friday, ούτε φυσικά μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι διδόταν η υπόσχεση ότι τα προϊόντα θα έπρεπε να ήταν διαθέσιμα από τις 19/11/2018 μέχρι και τις 23/11/2018.
- Όταν στις 20/11/2018 εξαντλήθηκε η τηλεόραση, ενημερώθηκε αμέσως η ιστοσελίδα με την ένδειξη «SOLD OUT», οπότε ενημερώθηκε το κοινό ότι η συγκεκριμένη τηλεόραση είχε εξαντληθεί. Ο εμπορευόμενος επισύναψε σχετική εικόνα στην οποία φαίνεται η φωτογραφία και η περιγραφή του προϊόντος με τις ενδείξεις «Sold Out» και «εξαντλήθηκε».

### 7.2.3 Προϊόν: «PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation»

Σε σχέση με το προϊόν «PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation», ο εμπορευόμενος ανέφερε τις πιο κάτω θέσεις:

- Σε σχέση με το συγκεκριμένο προϊόν, η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπίστωσε παράβαση της σχετικής πρόνοιας της νομοθεσίας «στα καταστήματα όλων των πόλεων», χωρίς όμως να υπάρχει ειδική καταγγελία για όλες τις άλλες πόλεις. Συνεπώς, ο εμπορευόμενος ανέφερε ότι επιφυλάσσεται όλων των νόμιμων δικαιωμάτων του σε σχέση με την απόφαση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, βάσει της οποίας διαπιστώνεται παράβαση του Νόμου, στη βάση περιστατικών που δεν είχαν σχέση με την υπό εξέταση καταγγελία και στη βάση στοιχείων που ο ίδιος προσκόμισε καλή τη πίστει για την υπεράσπισή του, σε συγκεκριμένη καταγγελία και/ή για άλλο σκοπό.
- Κατά τη συγκεκριμένη ημέρα που αφορούσε ο ισχυρισμός του καταγγέλλοντος, σε όλη την Κύπρο πωλήθηκαν δύο (2) τεμάχια του συγκεκριμένου προϊόντος, με αποτέλεσμα στο τέλος της ημέρας εκείνης να υπάρχουν ακόμη έντεκα (11) τεμάχια διαθέσιμα. Επίσης, σύμφωνα με τον εμπορευόμενο, καταρρίφθηκε και η αιτίαση ότι δεν υπήρχαν τεμάχια στη Λευκωσία, καθότι συγκεκριμένα υπήρχαν οκτώ (8) τεμάχια διαθέσιμα στις 23/11/2018, τα οποία δεν είχαν πωληθεί μέχρι και το τέλος της 23/11/2018. Ο εμπορευόμενος ισχυρίζεται ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν αμφισβήτησε τα στοιχεία αυτά, ούτε ζήτησε περαιτέρω διευκρινίσεις σε σχέση με τον ισχυρισμό της καταγγελίας που, όπως ο ίδιος αναφέρει, ήταν προφανώς ανυπόστατος.
- Το promo του συγκεκριμένου προϊόντος αφορούσε market offer, δηλαδή προσφορά που προέρχεται απευθείας από τον προμηθευτή και καλύπτει μόνο το υπάρχον απόθεμα. Έτσι, η ίδια ακριβώς ενέργεια ίσχυε για όλη την αγορά και επομένως και για τους ανταγωνιστές του εντολέα του εμπορευόμενου. Συνεπώς, δε μπορεί, υπό τις περιστάσεις, να θεωρηθεί ότι η πρακτική αποτελούσε «διαφήμιση δόλωμα», κατά παράβαση των προνοιών του Νόμου.

### 7.2.4 Γενικές θέσεις

Ο εμπορευόμενος ανέφερε επίσης τις πιο κάτω γενικές θέσεις:

- Το 2018 ήταν το έναυσμα για τον ίδιο, ώστε να είναι πιο προσεχτικός σε σχέση με κάποιες πρακτικές του, βάσει και των συζητήσεων που έγιναν μέσω αλληλογραφίας με την Εντεταλμένη Υπηρεσία, με αποτέλεσμα το 2019 να μην υπάρχουν καταγγελίες εναντίον του .
- Η επιχείρησή του αναπτύσσεται ραγδαία και για αυτό το λόγο πολλές από τις καταγγελίες που γίνονται στην Εντεταλμένη Υπηρεσία κρύβουν σκοπιμότητα και κίνητρο.
- Η οποιαδήποτε τυχόν παράβαση έγινε χωρίς πρόθεση.
- Η Εντεταλμένη Υπηρεσία θα πρέπει να ανακαλέσει την προκαταρκτική άποψη που έχει ήδη εκφράσει αναφορικά με τη διαπίστωση παράβασης των σχετικών προνοιών του Νόμου, καθώς η Εντεταλμένη Υπηρεσία δύναται να λαμβάνει τέτοια τελική απόφαση μόνο μετά την παροχή εξηγήσεων από μέρους του εμπορευόμενου.
- Πρόκειται για μια περίοδο και ημέρα προσφορών με μοναδική ιδιαιτερότητα, αφού μπορεί να γίνουν πωλήσεις μισού ή ενός μήνα, κάτι που καθιστά αδύνατη την πρόβλεψη στο 100% των τεμαχίων και δη της αξίας των προϊόντων που θα πωληθούν. Επίσης, το Black Friday του 2018 ήταν το 1<sup>ο</sup> Black Friday το οποίο ο εμπορευόμενος διαφήμισε στην Κύπρο με κάθε επικοινωνιακό μέσο, οπότε δεν υπήρχε ιστορικό προηγούμενο. Ήταν δηλαδή πολύ δύσκολο να προβλεφθεί με ακρίβεια η ζήτηση ενός προϊόντος. Επίσης, κατά το Black Friday του 2018 υπήρχαν δύο (2) νέα καταστήματα, για τα οποία δεν υπήρχε ιστορικότητα πωλήσεων και μάλιστα το 2<sup>ο</sup> είχε ανοίξει μόλις μια ημέρα πριν το Black Friday (το κατάστημα στο Παραλίμνι, στις 18/08/18 και το κατάστημα στο Nicosia Mall, στις 21/11/18). Σημειώνεται ότι, το Nicosia Mall ήταν υπό κατασκευή λίγες εβδομάδες πριν, με αποτέλεσμα να μην ήταν δυνατό να ληφθεί υπόψη η πολύ αυξημένη επισκεψιμότητα και ζήτηση που δημιουργήθηκε κατά την περίοδο του Black Friday του 2018 στο εν λόγω κατάστημα.
- Στην προκειμένη περίπτωση υπήρχαν μοναδικές τιμές προς όφελος των καταναλωτών. Κατά την ημέρα του Black Friday υπήρχαν περισσότεροι από εξακόσιοι (600) διαφορετικοί κωδικοί προϊόντων τεχνολογίας σε προσφορά. Συνεπώς, οι πρακτικές με τις οποίες ασχολήθηκε η Εντεταλμένη Υπηρεσία

αποτελούν μεμονωμένες περιπτώσεις, αφού συνάγεται ότι κατά τα άλλα δεν υπήρχε κανένα παράπονο. Ως εκ τούτου, το ποσοστό καταγγελιών ήταν μηδαμινό, αν αναλογιστούμε το σύνολο των πελατών οι οποίοι έμειναν ικανοποιημένοι. Επίσης, η συνολική αξία του αποθέματος προϊόντων τεχνολογίας σε προσφορά, για την ημέρα του Black Friday, ήταν πάνω από τρεις φορές μεγαλύτερη από την τελική συνολική αξία πωλήσεων εκείνης της ημέρας. Συνολικά υπήρχε δηλαδή άκρως επαρκώς απόθεμα των συγκεκριμένων προσφορών στα καταστήματα και για τη συγκεκριμένη «μεγάλη μέρα».

- Ο εμπορευόμενος δεν αποκόμισε οποιοδήποτε οικονομικό όφελος από την υπό εξέταση παράβαση, ούτε αποδείχθηκε οποιαδήποτε ζημιά στους καταναλωτές.
- Έχει παρέλθει αρκετός χρόνος από τα περιστατικά της υπόθεσης, τα οποία αφορούν στην περίοδο του Νοέμβρη του 2018.

### **7.3 Σχολιασμός θέσεων εμπορευόμενου κατά την ακρόαση**

Πιο κάτω ακολουθεί ο σχολιασμός των θέσεων που διατύπωσε ο εμπορευόμενος κατά την ακρόαση:

#### **7.3.1 Προϊόν: «Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games»**

##### **7.3.1.1 Η έννοια του παράγοντα «εύλογο διάστημα»**

Το λεκτικό του σημείου 5 του Παραρτήματος Ι του Νόμου έχει μεταφερθεί αυτολεξεί από το λεκτικό του σημείου 5 του Παραρτήματος Ι της ελληνικής έκδοσης της Ευρωπαϊκής οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά, η οποία ενσωματώθηκε στο εθνικό μας δίκαιο με το Νόμο.

Το συγκεκριμένο σημείο αναφέρει τα εξής:

*«Πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να γίνεται γνωστή η ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων μπορεί να έχει ο εμπορευόμενος να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλο εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα (σ.σ η*

υπογράμμιση δική μας) και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένου υπόψη του προϊόντος, της κλίμακας διαφήμισης του προϊόντος και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»).

Όπως ισχύει για κάθε νομικό όρο για τον οποίο υπάρχουν διαφορετικές απόψεις ως προς την ερμηνεία του, έτσι και στη συγκεκριμένη περίπτωση, προκειμένου να ερμηνευτεί ο όρος «εύλογο διάστημα», θα πρέπει αυτός να ερμηνευτεί σε σχέση, τόσο με την αληθή βούληση του νομοθέτη, όσο και με το σκοπό που ο τελευταίος επιδίωκε κατά τη σύνταξη του νόμου ή της οδηγίας.

Ο όρος «διαφήμιση δόλωμα», ο οποίος έχει τοποθετηθεί στο τέλος του συγκεκριμένου σημείου, έχει επεξηγηματικό χαρακτήρα και διασαφηνίζει ότι ο σκοπός που ο νομοθέτης επιδίωκε κατά τη σύνταξή του, ήταν το να αποτρέψει τους εμπορευόμενους να χρησιμοποιούν κάποιο προϊόν ως δόλωμα, προσελκύοντας καταναλωτές στο κατάστημά τους, ενώ στην πραγματικότητα το προϊόν για το οποίο έλαβαν πρόσκληση για αγορά, είτε δεν είναι διαθέσιμο, είτε πωλείται τελικά σε άλλη τιμή.

Για να αποτραπεί ακριβώς το πιο πάνω, ο νομοθέτης καθορίζει δύο παράγοντες. Τις «εύλογες ποσότητες» και το «εύλογο διάστημα». Οι δύο αυτοί παράγοντες θα πρέπει να συνυπάρχουν, καθώς συνδέονται με τον προσθετικό σύνδεσμο «και» (μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες). Ως εκ τούτου, γίνεται αντιληπτό ότι η αληθής βούληση του νομοθέτη ήταν να θέσει την υποχρέωση στους εμπορευόμενους να έχουν στο κατάστημά τους «εύλογες ποσότητες», οι οποίες θα διαρκέσουν «για εύλογο διάστημα», ώστε να αποτραπεί ο παραπλανητικός δελεασμός του καταναλωτή για μετάβαση στο κατάστημα.

Η πιο πάνω ανάλυση υποστηρίζεται και από το αντίστοιχο λεκτικό της αγγλικής έκδοσης της οδηγίας, το οποίο έχει ως εξής:

*«Making an invitation to purchase products at a specified price without disclosing the existence of any reasonable grounds the trader may have for believing that he will not be able to offer for supply or to procure another*

*trader to supply, those products or equivalent products at that price for a period that is, and in quantities that are, reasonable (σ.σ οι υπογραμμίσεις δικές μας) having regard to the product, the scale of advertising of the product and the price offered (bait advertising).».*

Ως εκ τούτου, η φράση «μέσα σε εύλογο διάστημα» στην ελληνική οδηγία αντιστοιχεί με την αγγλική φράσης «*for a period that is, [...], reasonable*». Από αυτό γίνεται αντιληπτό ότι αυτό που είχε υπόψη του ο νομοθέτης, όταν συνέτασσε το συγκεκριμένο σημείο της οδηγίας, είναι ότι, όταν κάποιος εμπορευόμενος προβαίνει σε πρόσκληση για αγορά ενός προϊόντος σε μια καθορισμένη τιμή, θα πρέπει να κάνει γνωστή την ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων μπορεί να έχει να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλο εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά, μεταξύ άλλων, για λογική περίοδο χρόνου.

Με άλλα λόγια, η ερμηνεία της φράσης «μέσα σε εύλογο διάστημα» είναι ότι τα προϊόντα αυτά θα πρέπει να είναι διαθέσιμα για κάποιο λογικό χρονικό διάστημα και να μην εξαντληθούν πολύ γρήγορα από την ημερομηνία έναρξης της διάθεσής τους. Δεν έχει την έννοια που επικαλείται ο εμπορευόμενος, ότι δηλαδή αν τα προϊόντα δεν είναι διαθέσιμα στο κατάστημα του εμπορευόμενου κατά τη στιγμή της επίσκεψης του καταναλωτή, ο εμπορευόμενος οφείλει να τα προσκομίσει εντός εύλογου χρόνου.

#### **7.3.1.2 Η αμφισβήτηση της εξουσίας της Εντεταλμένης Υπηρεσίας να διερευνά παραβάσεις οι οποίες προκύπτουν από στοιχεία που έρχονται στην προσοχή της κατά τη διάρκεια μιας έρευνας**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει την θέση του εμπορευόμενου ότι, το γεγονός πως δεν υπήρξε καταγγελία για τη διαθεσιμότητα προϊόντος στο κατάστημά του στο Παραλίμνι δεν της δίνει την εξουσία να ερευνήσει την υπόθεση και να διαπιστώσει παράβαση στο κατάστημα αυτό.

Σύμφωνα με το άρθρο 11(1)(α) του Νόμου, «η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει καθήκον και αρμοδιότητα να εξετάζει, κατόπιν υποβολής παραπόνου ή/και αυτεπάγγελτα, τυχόν παραβάσεις του παρόντος Νόμου».

Ως εκ τούτου, αν και αφορμή για την έναρξη μιας έρευνας μπορεί να αποτέλεσε η υποβολή ενός παραπόνου, αυτό δεν αναιρεί την εξουσία της Εντεταλμένης Υπηρεσίας να επεκτείνει την έρευνά της και αυτεπάγγελτα, εάν από την προκαταρκτική έρευνα προκύψουν στοιχεία που δημιουργούν εύλογες υποψίες για παράβαση πέρα από τα όσα αναφέρονται στο παράπονο.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, η Εντεταλμένη Υπηρεσία διενέργησε ολοκληρωμένη έρευνα, ζητώντας συγκεκριμένα στοιχεία από τον εμπορευόμενο για όλα τα καταστήματά του και δίνοντάς του την ευκαιρία να τοποθετηθεί, όχι μόνο επί των όσων αναφέρονταν στην καταγγελία, αλλά και επί όλων όσων η Εντεταλμένη Υπηρεσία διερευνούσε.

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει επίσης τον ισχυρισμό ότι τα στοιχεία που προσκομίστηκαν για τη διερεύνηση της καταγγελίας ήταν άσχετα με την τελική διαπίστωση παράβασης, αφού η καταγγελία και η έρευνα αφορούσαν στην ίδια εμπορική πρακτική για το ίδιο προϊόν.

Ανεξάρτητα από το πιο πάνω, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η υπό διερεύνηση εμπορική πρακτική εμπίπτει στο Παράρτημα Ι του Νόμου και, ως εκ τούτου, θεωρείται αθέμιτη υπό οποιοσδήποτε συνθήκες. Σχετική είναι η αιτιολογική σκέψη 17 της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές, στην οποία αναφέρεται ότι *«είναι σκόπιμο να καθοριστούν οι εμπορικές πρακτικές που είναι αθέμιτες υπό οποιοσδήποτε περιστάσεις, χάριν μεγαλύτερης ασφάλειας δικαίου. Στο παράρτημα Ι περιλαμβάνεται ο πλήρης κατάλογος όλων αυτών των πρακτικών. Είναι οι μόνες εμπορικές πρακτικές που μπορούν να θεωρηθούν αθέμιτες, χωρίς κατά περίπτωση αξιολόγηση, παρά τις διατάξεις των άρθρων 5 έως 9...»*.

Επίσης, το Έγγραφο Εργασίας SWD(2016) 163 final των Υπηρεσιών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τίτλο «Κατευθυντήριες Γραμμές Σχετικά με την Εκτέλεση/Εφαρμογή της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές», στη σελίδα 102 αναφέρει ότι: *«Ο κατάλογος που περιλαμβάνεται στο παράρτημα Ι καταρτίστηκε με σκοπό την παροχή της δυνατότητας αναγνώρισης ορισμένων πρακτικών εκ μέρους των αρχών επιβολής του*

*νόμου, των εμπορευόμενων, των επαγγελματιών του τομέα του μάρκετινγκ και των καταναλωτών, καθώς και της αμεσότερης λήψης αντίστοιχων μέτρων επιβολής του νόμου. Ως εκ τούτου, συμβάλλει στην ενίσχυση της ασφάλειας δικαίου. Εάν μπορεί να αποδειχθεί ότι ο εμπορευόμενος έχει ασκήσει εμπορική πρακτική που περιλαμβάνεται στη μαύρη λίστα (σ.σ. δηλαδή στο Παράρτημα Ι του Νόμου), οι εθνικές αρχές επιβολής της νομοθεσίας δύνανται να λάβουν μέτρα για την τιμωρία του εμπορευόμενου χωρίς να απαιτείται η εφαρμογή του κατά περίπτωση ελέγχου (δηλαδή η εκτίμηση των πιθανών επιπτώσεων της πρακτικής στην οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή).».*

Ως εκ τούτου, από τα πιο πάνω γίνεται αντιληπτό ότι, όταν η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπιστώσει ότι ένας εμπορευόμενος ασκεί ή έχει ασκήσει εμπορική πρακτική, η οποία περιλαμβάνεται στο Παράρτημα Ι του Νόμου, όπως έχει συμβεί στην υπό διερεύνηση υπόθεση, έχει την εξουσία να τη θεωρήσει αθέμιτη χωρίς να διερευνήσει την επίπτωση που αυτή είχε ή μπορεί να είχε στο μέσο καταναλωτή, ακόμη και χωρίς να έχουν ληφθεί οποιεσδήποτε σχετικές καταγγελίες.

Επίσης, η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει τον ισχυρισμό του εμπορευόμενου ότι προσκόμισε τα στοιχεία που αφορούσαν στο κατάστημα του Παραλιμνίου καλή τη πίστει. Ο εμπορευόμενος απέφυγε να κάνει νύξη για τις διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος στο Παραλίμνι και σε καμιά επιστολή του δεν ανέφερε ρητά ότι στο εν λόγω κατάστημα δεν υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες, αν και του είχε ζητηθεί να δώσει στοιχεία για όλα τα καταστήματά του, ανεξαιρέτως.

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι στο κατάστημα του Παραλιμνίου δεν υπήρχαν καθόλου διαθέσιμες ποσότητες, αφού της δημιουργήθηκαν εύλογες υποψίες επί τούτου κατά την αξιολόγηση των ευρημάτων της συγκεκριμένης έρευνας (βλέπε σημείο 5.1.2.4 αυτής της απόφασης).

### **7.3.1.3 Η θέση ότι υπήρχαν διαθέσιμα ισοδύναμα προϊόντα**

Ο εμπορευόμενος, με τη συμπληρωματική επιστολή του κατά τη διαδικασία της ακρόασης, προσκόμισε κατάλογο στον οποίο φαίνονται τρία (3) προϊόντα τα οποία, όπως ισχυρίζεται, είναι ισοδύναμα με το υπό διερεύνηση προϊόν και τα οποία ήταν διαθέσιμα στο κατάστημα του Παραλιμνίου κατά την ημέρα του Black Friday στην ίδια τιμή.

Από τα στοιχεία αυτά, η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπιστώνει και πάλι αντίφαση, αφού το ένα από τα τρία αυτά προϊόντα είναι το υπό διερεύνηση προϊόν, το οποίο ο εμπορευόμενος παραδέχτηκε ότι δεν ήταν διαθέσιμο στο συγκεκριμένο κατάστημα. Αυτό το συμπέρασμα εξάγεται, τόσο από την περιγραφή του προϊόντος στον πίνακα, ήτοι «GC CONS SEGA MEGADRIVE ULTIMATE», όσο και από τον κωδικό που το προϊόν φέρει στον πίνακα, ήτοι 1268512, που είναι ίδιος με τον κωδικό του υπό διερεύνηση προϊόντος και ο οποίος εμφανίζεται στη διαφήμιση που προσκόμισε ο παραπονούμενος.

Πέραν του πιο πάνω, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν δύο προϊόντα είναι ισοδύναμα, δεν αρκεί αυτά να είναι της ίδιας κατηγορίας και της ίδιας τιμής, αλλά θα πρέπει για το σκοπό αυτό να συγκριθούν όλα τα κύρια χαρακτηριστικά τους.

Όσον αφορά λοιπόν στα άλλα δύο προϊόντα, όπως αυτά φαίνονται στον πίνακα που προσκόμισε ο εμπορευόμενος, αν και αυτά φαίνεται να ανήκουν στην ίδια κατηγορία και στην ίδια τιμή με το υπό διερεύνηση προϊόν, εντούτοις ο εμπορευόμενος δεν προσκόμισε οποιαδήποτε στοιχεία κατά τη διάρκεια της έρευνας, τα οποία να αποδεικνύουν ότι τα κύρια χαρακτηριστικά τους τα καθιστούν ισοδύναμα προϊόντα με το υπό διερεύνηση προϊόν και ότι αυτά ήταν όντως διαθέσιμα στο κατάστημά του στο Παραλίμνι, ως ισοδύναμα με το υπό διερεύνηση προϊόν.

### **7.3.2 Προϊόν: «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000»**

#### **7.3.2.1 Η θέση ότι η μικρή ποσότητα δεν πρέπει να αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα διαφήμισης**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία επαναλαμβάνει τη θέση της, όπως την έχει διατυπώσει και πιο πάνω, ότι δηλαδή το επίμαχο ζήτημα δεν είναι η εξάντληση του προϊόντος αυτή καθ' αυτή, αλλά η μη γνωστοποίηση των

εύλογων λόγων που ο εμπορευόμενος είχε να πιστεύει ότι κατά την ημέρα του Black Friday δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει το εν λόγω προϊόν, όπως το είχε διαφημίσει. Όπως αναλύθηκε και πιο πάνω, ο εμπορευόμενος είχε τέτοιους εύλογους λόγους, ωστόσο δεν τους γνωστοποίησε.

Ως εκ τούτου, ένας εμπορευόμενος ο οποίος έχει λιγοστά διαθέσιμα τεμάχια ενός προϊόντος, έχει βεβαίως το δικαίωμα να τα διαφημίσει, αρκεί να κάνει γνωστό στους καταναλωτές με ικανοποιητικό και ξεκάθαρο τρόπο, ανάλογα με την περίπτωση, ότι τα τεμάχια του συγκεκριμένου προϊόντος είναι λιγοστά.

#### **7.3.2.2 Η θέση ότι δε δινόταν υπόσχεση ότι το προϊόν θα ήταν διαθέσιμο την ημέρα του Black Friday**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει την πιο πάνω θέση, καθώς στο διαφημιστικό έντυπο του προϊόντος αναφέρεται η έκφραση «και μέχρι τη μεγάλη μέρα, κάθε μέρα προσφορές και BLACK FRIDAY τιμές. Hitachi 55'' 4K Smart TV 55HK6000 από 449€ μόνο 349€. Πρόλαβέ τη.» Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, ιδιαίτερα η χρήση της λέξης «και» στην έκφραση «και μέχρι την μεγάλη μέρα» δημιουργεί στο μέσο καταναλωτή την εντύπωση ότι ο εμπορευόμενος θα φρόντιζε και στις 23/11/2018, που ήταν η μέρα του Black Friday, δηλαδή η «μεγάλη μέρα», να υπήρχαν διαθέσιμα τεμάχια του προϊόντος.

#### **7.3.2.3 Η θέση ότι υπήρχε επαρκής ποσότητα τεμαχίων, σε σύγκριση με τις πωλήσεις των προηγούμενων μηνών**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπιστώνει αντίφαση μεταξύ των θέσεων που διατύπωσε ο εμπορευόμενος κατά την ακρόαση, καθώς στη συνάντηση της 11<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2020 παραδέχτηκε ότι η ποσότητα δεν ήταν επαρκής με βάση τις πωλήσεις των προηγούμενων μηνών, ενώ στην επιστολή του ημερομηνίας 13 Μαρτίου 2020 διατύπωσε τη θέση ότι, με βάση τις πωλήσεις των προηγούμενων μηνών, αποδεικνύεται ότι η ποσότητα ήταν επαρκής.

Ανεξάρτητα από την πιο πάνω αντίφαση, η Εντεταλμένη Υπηρεσία επαναλαμβάνει ότι, για το συγκεκριμένο προϊόν, το επίμαχο ζήτημα δεν είναι η εξάντληση του προϊόντος αυτή καθ' αυτή, αλλά η μη γνωστοποίηση των

εύλογων λόγων που ο εμπορευόμενος είχε να πιστεύει ότι κατά την ημέρα του Black Friday δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει το εν λόγω προϊόν, όπως είχε διαφημίσει. Όπως αναλύθηκε και πιο πάνω, ο εμπορευόμενος είχε τέτοιους εύλογους λόγους, αλλά δεν τους γνωστοποίησε, δεδομένου του γεγονότος ότι το προϊόν είχε εξαντληθεί από τις 20/11/2018, ενώ η ημέρα του Black Friday ήταν στις 23/11/2018.

#### **7.3.2.4 Η θέση ότι αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα η ένδειξη «Sold Out» μόλις το προϊόν εξαντλήθηκε**

Παρά την ανταλλαγή αρκετών επιστολών και απόψεων μεταξύ της Εντεταλμένης Υπηρεσίας και του εμπορευόμενου, τόσο κατά τη διάρκεια της έρευνας, όσο και κατά την ακρόαση στις 11 Φεβρουαρίου 2020, ο εμπορευόμενος ουδέποτε διατύπωσε την πιο πάνω θέση, ούτε προσκόμισε την εν λόγω φωτογραφία την οποία, όπως ισχυρίζεται, ανάρτησε στην ιστοσελίδα του μετά την εξάντληση του προϊόντος. Η διατύπωση της υπό σχολιασμό θέσης του εμπορευόμενου και η προσκόμιση της σχετικής φωτογραφίας έγινε μετά την ολοκλήρωση της έρευνας, μέσω της τελικής επιστολής του εμπορευόμενου, την οποία έστειλε, μεταξύ άλλων, ως συμπληρωματικές θέσεις στην ακρόαση της 11<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2020.

Ως εκ τούτου, η Εντεταλμένη Υπηρεσία δε μπορεί να δεχθεί ως αποδεδειγμένο γεγονός τον ισχυρισμό ότι η εν λόγω φωτογραφία αναρτήθηκε όντως στην ιστοσελίδα του εμπορευόμενου, μετά από την εξάντληση του προϊόντος. Ο λόγος που η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει την πιο πάνω θέση είναι επειδή, ενώ η Εντεταλμένη Υπηρεσία έφερε υπόψη του εμπορευόμενου αρκετές φορές κατά τη διάρκεια της έρευνας το γεγονός ότι η παράβαση εντοπίζεται στη μη γνωστοποίηση των εύλογων λόγων που είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει το προϊόν, ο εμπορευόμενος ουδέποτε ανέφερε αυτό το σοβαρό επιχείρημα, αλλά αντίθετα επικεντρωνόταν στη θέση ότι μόλις το προϊόν εξαντλήθηκε, η συγκεκριμένη διαφήμιση απλά αφαιρέθηκε από την ιστοσελίδα. Επίσης, ο εμπορευόμενος αναφερόταν στη θέση ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση δεν

υπονοούσε ότι το προϊόν θα ήταν διαθέσιμο και την ημέρα του Black Friday, καθώς και στο ότι υπήρχε αδυναμία πρόβλεψης των πωλήσεων.

Επιπρόσθετα, η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπίστωσε ότι κατά την ανταλλαγή της επιστολογραφίας της με τον εμπορευόμενο, ο τελευταίος υπέπεσε σε σοβαρές αντιφάσεις (βλέπε σημεία 5.1.2.5, 5.1.2.3 και 5.1.3.5 αυτής της απόφασης), πλήττοντας με αυτό τον τρόπο την αξιοπιστία του. Ως εκ τούτου, η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει εύλογους λόγους να απορρίψει την υπό σχολιασμό θέση του εμπορευόμενου ως αναξιόπιστη.

Από τα όσα αναφέρονται πιο πάνω, δε συνεπάγεται ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία θεωρεί πως σε περίπτωση που η υπό αναφορά θέση του εμπορευόμενου ευσταθούσε, τότε θα αποδεικνυόταν αυτόματα ότι ο εμπορευόμενος προχώρησε σε γνωστοποίηση των εύλογων λόγων που είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει το προϊόν. Το συγκεκριμένο προϊόν διαφημίστηκε εκτεταμένα και, ως εκ τούτου, ο τρόπος γνωστοποίησης των εύλογων λόγων θα πρέπει να εξεταστεί υπό αυτό το πρίσμα, κάτι που όμως δε χρήζει περαιτέρω σχολιασμού, δεδομένου του ότι η υπό αναφορά θέση του εμπορευόμενου απορρίπτεται εξ υπαρχής.

### **7.3.3 Προϊόν: «PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation»**

#### **7.3.3.1 Η αμφισβήτηση της εξουσίας της Εντεταλμένης Υπηρεσίας να διερευνά παραβάσεις, οι οποίες προκύπτουν από στοιχεία που έρχονται στην προσοχή της κατά τη διάρκεια μιας έρευνας.**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει τη θέση του εμπορευόμενου ότι, το γεγονός πως δεν υπήρξε καταγγελία για τη διαθεσιμότητα του προϊόντος στα καταστήματά του σε όλες τις πόλεις πλην της Λευκωσίας, δεν της δίνει την εξουσία να ερευνήσει την υπόθεση και να διαπιστώσει παράβαση σε όλα τα καταστήματά του.

Σε σχέση με το πιο πάνω, ισχύουν κατ' αντιστοιχία τα όσα αναφέρονται στο τμήμα 7.3.1.2 αυτής της Απόφασης.

### 7.3.3.2 Ο ισχυρισμός ότι κατά την ημέρα του Black Friday πωλήθηκαν μόνο δύο (2) τεμάχια του προϊόντος.

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει τον ισχυρισμό του εμπορευόμενου ότι κατά την ημέρα του Black Friday οι πωλήσεις σε όλη την Κύπρο ήταν μόνο δύο (2) τεμάχια, με αποτέλεσμα στο τέλος της ημέρας εκείνης να υπάρχουν ακόμη έντεκα (11) τεμάχια διαθέσιμα. Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει επίσης τον ισχυρισμό ότι τα οκτώ (8) τεμάχια που ήταν διαθέσιμα στη Λευκωσία δεν είχαν πωληθεί μέχρι το τέλος της 23<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2018.

Οι πιο πάνω ισχυρισμοί, οι οποίοι ουδέποτε αναφέρθηκαν από τον εμπορευόμενο κατά την διάρκεια της έρευνας, παρά μόνο μετά την ολοκλήρωση αυτής, και δόθηκαν με την τελική επιστολή του εμπορευόμενου, την οποία έστειλε ως συμπληρωματικές θέσεις στην ακρόαση της 11<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου 2020, είναι αντιφατικοί σε σχέση με τα όσα ανέφερε ο εμπορευόμενος κατά τη διάρκεια της έρευνας.

Συγκεκριμένα, στην επιστολή του με ημερομηνία 18 Μαρτίου 2019, ο εμπορευόμενος ανέφερε αυτολεξεί ότι *«εκ των υστέρων διαφάνηκε, από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης»* (σ.σ η υπογράμμιση δική μας). Με την ίδια επιστολή ο εμπορευόμενος ανέφερε επίσης ότι είχε *«διαθέσιμα δεκατρία (13) τεμάχια του εν λόγω προϊόντος στις 23/11/2018 τα οποία ήταν διαθέσιμα μέχρι πλήρους εξαντλήσεως τους»* (σ.σ η υπογράμμιση δική μας). Συνεπώς, τα όσα προαναφέρθηκαν δείχνουν παραδοχή του εμπορευόμενου σε σχέση με το γεγονός ότι οι διαθέσιμες ποσότητες τεμαχίων του προϊόντος όντως εξαντλήθηκαν.

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει επίσης τον ισχυρισμό ότι δεν αμφισβήτησε τα στοιχεία και ότι δε ζήτησε περαιτέρω διευκρινίσεις σε σχέση με τον ισχυρισμό της καταγγελίας.

Συγκεκριμένα, αφού η Εντεταλμένη Υπηρεσία αντάλλαξε τρεις (3) επιστολές με τον εμπορευόμενο, τελικά με την επιστολή της ημερομηνίας 18

Σεπτεμβρίου 2019 και αφού αξιολόγησε τα μέχρι στιγμής ευρήματα, ανέφερε στον εμπορευόμενο τα εξής: «Ως εκ τούτου είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η εξάντληση των 13 διαθέσιμων τεμαχίων Παγκύπρια δεν ήταν αποτέλεσμα «κατακλυσμού» καταναλωτών όπως επικαλείται η εταιρεία, αλλά αποτέλεσμα του ότι ο αριθμός των διαθέσιμων τεμαχίων φαίνεται να ήταν πολύ μικρός. [...]§Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η θέση της εταιρείας στην επιστολή με ημερομηνία 18/03/2019 όπου αναφέρει ότι στα καταστήματα Πάφου και Λεμεσού υπήρχε διαθέσιμο ένα μόνο τεμάχιο του προϊόντος το οποίο πωλήθηκε λόγω της μεγάλης ζήτησης που υπήρχε, αντιφάσκει με την θέση στην επιστολή με ημερομηνία 02/07/2019 ότι δηλαδή υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες (σ.σ δηλαδή πέραν του ενός τεμαχίου) του προϊόντος στα εν λόγω καταστήματα αλλά, δεν πραγματοποιήθηκαν πωλήσεις. §Ως εκ τούτου, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι εκ πρώτης όψεως αυτό που πραγματικά ισχύει, λαμβάνοντας υπόψη και την δήλωση της εταιρείας στις 18/03/2019 ότι «εκ των υστέρων διαφάνηκε, από το ενδιαφέρον του κοινού για αγορά του εν λόγω προϊόντος, όσο και αν ήταν το απόθεμα και/ή οι ποσότητες πώλησης κατά τις συγκεκριμένες ημέρες, αυτό θα πωλείτο λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ζήτησής του και της εξαιρετικά συμφέρουσας τιμής πώλησης», είναι ότι στα καταστήματα Λεμεσού και Πάφου υπήρχε μόνο ένα τεμάχιο του προϊόντος σε κάθε κατάσταση και το οποίο πωλήθηκε πολύ νωρίς. §Επίσης, η Εντεταλμένη Υπηρεσία εκ πρώτης όψεως διαπιστώνει ότι στα καταστήματα Λευκωσίας 2 και Λάρνακας φαίνεται να μην υπήρχε καθόλου διαθέσιμη ποσότητα αφού δεν γίνεται αναφορά σε διαθέσιμες ποσότητες στα εν λόγω καταστήματα σε καμιά επιστολή της εταιρείας. Όπως αναφέρει η εταιρεία, τα 13 διαθέσιμα τεμάχια ήταν κατανεμημένα σε όλα τα καταστήματά της πλην των καταστημάτων Λευκωσίας 2 και Λάρνακας».

### **7.3.3.3 Ο ισχυρισμός ότι προσφορές οι οποίες ορίζονται απευθείας από τον προμηθευτή δε μπορούν να αποτελέσουν διαφήμιση δόλωμα**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει τον ισχυρισμό του εμπορευόμενου ότι προσφορά προϊόντος που προέρχεται απευθείας από τον προμηθευτή δε

μπορεί, υπό τις περιστάσεις, να θεωρηθεί ως «διαφήμιση δόλωμα» κατά παράβαση των προνοιών του Νόμου.

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, για το μέσο καταναλωτή είναι αδιάφορο αν η τιμή προσφοράς ενός προϊόντος ορίζεται από τον εμπορευόμενο ή από τον προμηθευτή. Ο μέσος καταναλωτής, όταν λαμβάνει πρόσκληση για αγορά ενός προϊόντος σε μια συγκεκριμένη τιμή από συγκεκριμένο εμπορευόμενο, εύλογα αναμένει ότι το συγκεκριμένο προϊόν θα είναι διαθέσιμο σε εύλογες ποσότητες και για εύλογο διάστημα στα καταστήματα του συγκεκριμένου εμπορευόμενου.

Επίσης, ακόμη και αν κάποιο προϊόν πωλείται στην ίδια τιμή από τους ανταγωνιστές του εμπορευόμενου, θα μπορούσε να αποτελέσει «διαφήμιση δόλωμα», εάν δίνεται για αυτό πρόσκληση για αγορά χωρίς να υπάρχουν εύλογες ποσότητες διαθέσιμες για εύλογο διάστημα. Το συγκεκριμένο σημείο του Νόμου δεν ορίζει ως απαραίτητη προϋπόθεση το διαφημιζόμενο προϊόν να έχει χαμηλότερη τιμή από τη συνήθη τιμή στην οποία πωλείται το ίδιο προϊόν από τους ανταγωνιστές του εμπορευόμενου.

#### **7.3.4 Γενικές θέσεις**

##### **7.3.4.1 Η μη ύπαρξη καταγγελιών εναντίον του εμπορευόμενου κατά το έτος 2019**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία αποδέχεται τη θέση του εμπορευόμενου ότι κατά το έτος 2019 δε λήφθηκαν παράπονα από καταναλωτές εναντίον του. Εντούτοις, αυτό που εξετάζει και το οποίο μπορεί να ληφθεί υπόψη στην παρούσα υπόθεση είναι τα πραγματικά γεγονότα που έλαβαν χώρα μέχρι και την 23<sup>η</sup> Νοεμβρίου 2018, όταν και τερματίστηκε η υπό εξέταση εμπορική πρακτική.

##### **7.3.4.2 Το κίνητρο και η σκοπιμότητα πίσω από τις καταγγελίες**

Σε σχέση με τη θέση του εμπορευόμενου ότι πίσω από τις καταγγελίες κρύβεται σκοπιμότητα και άλλα κίνητρα, τα οποία σκοπό έχουν να πλήξουν την επιχείρησή του, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η ίδια δεν έχει την εξουσία να υπεισέρχεται στα κίνητρα των καταγγελλόντων. Αντίθετα, έχει καθήκον να αξιολογεί τις καταγγελίες και να τις ερευνά, εφόσον αυτές δημιουργούν βάσιμες υποψίες για παράβαση του Νόμου.

#### 7.3.4.3 Η μη πρόθεση παραπλάνησης του καταναλωτικού κοινού

Στην παράγραφο 2 του Άρθρου 11 της Ευρωπαϊκής Οδηγίας 2005/29/ΕΚ, με την οποία ο Νόμος εναρμονίζει την Κυπριακή Νομοθεσία, αναφέρεται ότι (σ.σ τα μαύρα γράμματα δικά μας):

*«Στα πλαίσια των νομοθετικών διατάξεων που αναφέρονται στην παράγραφο 1, τα κράτη μέλη αναθέτουν στα δικαστήρια ή τις διοικητικές αρχές εξουσίες βάσει των οποίων μπορούν, όταν κρίνουν τα μέτρα αυτά αναγκαία και, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα εμπλεκόμενα συμφέροντα και ιδιαίτερα το δημόσιο συμφέρον:*

*α) να διατάζουν την παύση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών ή να παραπέμπουν το ζήτημα στα αρμόδια δικαστήρια προς έκδοση απόφασης για την παύση των πρακτικών αυτών,*

*ή*

*β) στην περίπτωση που η αθέμιτη εμπορική πρακτική δεν έχει ακόμη εφαρμοστεί αλλά επίκειται η εφαρμογή της, να την απαγορεύουν ή να παραπέμπουν το ζήτημα στα αρμόδια δικαστήρια προς έκδοση απόφασης για την απαγόρευση της πρακτικής,*

***έστω και αν δεν αποδεικνύεται πραγματική ζημία ή βλάβη, ούτε δόλος ή αμέλεια εκ μέρους του εμπορευόμενου...».*** (σ.σ τα μαύρα γράμματα δικά μας)

Ως εκ τούτου, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι, η ύπαρξη ή όχι πρόθεσης παραπλάνησης του καταναλωτικού κοινού δεν επηρεάζει τη διαπίστωση ως προς το αν ο εμπορευόμενος έχει ή όχι παραβεί το Νόμο.

Η ύπαρξη ή όχι πρόθεσης παραπλάνησης, θα πρέπει όμως να λαμβάνεται υπ' όψιν κατά την αξιολόγηση της βαρύτητας μιας παράβασης του Νόμου.

#### 7.3.4.4 Η θέση περί πρόωρης διαπίστωσης παράβασης

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία απορρίπτει τη θέση του εμπορευόμενου ότι η ίδια κατέληξε σε διαπίστωση παράβασης προτού λάβει εξηγήσεις από τον εμπορευόμενο.

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία κατέληξε σε διαπίστωση παράβασης, αφού έστειλε τέσσερις (4) επιστολές στον εμπορευόμενο, με ημερομηνίες 30 Ιανουαρίου 2019, 19 Απριλίου 2019, 03 Ιουνίου 2019 και 18 Σεπτεμβρίου 2019, με τις οποίες ενημέρωσε τον εμπορευόμενο για την έρευνά της και του ζήτησε να τοποθετηθεί επί συγκεκριμένων θεμάτων, αλλά και αν το επιθυμούσε, επί οποιουδήποτε άλλου θέματος σχετικό με την υπόθεση, κάτι που ο εμπορευόμενος έπραξε με τις τέσσερις (4) επιστολές του με ημερομηνίες 18 Μαρτίου 2019, 10 Μαΐου 2019, 02 Ιουλίου 2019, και 31 Οκτωβρίου 2019.

Ο εμπορευόμενος ενημερώθηκε για τη διαπίστωση παράβασης με την επιστολή της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, με ημερομηνία 15 Ιανουαρίου 2020, αφού έλαβε υπόψη της όλες τις θέσεις που διατύπωσε ο εμπορευόμενος στις προαναφερθείσες επιστολές του.

Το γεγονός ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία κάλεσε σε ακρόαση τον εμπορευόμενο με την επιστολή της με ημερομηνία 15 Ιανουαρίου 2020, είναι άσχετο με τη διαπίστωση ή όχι παράβασης. Η κλήση για ακρόαση έγινε στα πλαίσια των προνοιών του άρθρου 12 του Νόμου, το οποίο προβλέπει την προηγούμενη ακρόαση του παραβάτη πριν την επιβολή διοικητικού προστίμου, και όχι πριν τη διαπίστωση παράβασης η οποία ήδη προηγείται.

#### **7.3.4.5 Η θέση περί αδυναμίας πρόβλεψης του αριθμού των πωλήσεων**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία αναγνωρίζει ότι η ιδιαιτερότητα της ημέρας του Black Friday καθιστά δύσκολη την πρόβλεψη του αριθμού των πωλήσεων όλων των προϊόντων του εμπορευόμενου.

Όπως αναφέρεται και πιο πάνω όμως, το επίμαχο ζήτημα δεν είναι απλά η εξάντληση των τριών (3) υπό αναφορά προϊόντων αυτή καθ' αυτή, αλλά η μή γνωστοποίηση των εύλογων λόγων που ο εμπορευόμενος είχε να πιστεύει ότι κατά την ημέρα του Black Friday δε θα ήταν σε θέση να προμηθεύσει τα εν λόγω προϊόντα όπως είχε διαφημίσει. Όπως αναλύθηκε και πιο πάνω, ο εμπορευόμενος είχε τέτοιους εύλογους λόγους και για τα τρία (3) υπό αναφορά προϊόντα, αλλά δεν τους γνωστοποίησε (βλέπε επίσης την ανάλυση στο σημείο 6.1.2.2 αυτής της απόφασης).

#### **7.3.4.6 Το μικρό ποσοστό των προϊόντων στα οποία εντοπίστηκε παράβαση, σε σχέση με το σύνολο των προϊόντων που είχε διαθέσιμα ο εμπορευόμενος**

Είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι το μικρό ποσοστό των προϊόντων στα οποία εντοπίστηκε παράβαση, σε σχέση με το σύνολο των προϊόντων που είχε διαθέσιμα ο εμπορευόμενος κατά την ημέρα του Black Friday, δεν αναιρεί την παράβαση.

Κάθε πρόσκληση για αγορά ενός συγκεκριμένου προϊόντος αποτελεί μια ξεχωριστή εμπορική πρακτική, και ως τέτοια πρέπει να αντιμετωπίζεται.

Σχετική είναι και η Απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου (πρώτο τμήμα) της 16ης Απριλίου 2015 στην υπόθεση *C-388/13 UPC Magyarország Kft*, η οποία αναφέρει ότι: *«Η οδηγία 2005/29/EK [...] (οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές), έχει την έννοια ότι η παροχή, από εμπορευόμενο σε καταναλωτή, εσφαλμένων πληροφοριών, όπως οι επίμαχες της κύριας δίκης, πρέπει να χαρακτηριστεί ως «παραπλανητική εμπορική πρακτική», υπό την έννοια της οδηγίας αυτής, ακόμη και αν η παροχή αυτή αφορά ένα μόνον καταναλωτή.»*.

Αν και η πιο πάνω Απόφαση αφορούσε διαφορετική από την υπό εξέταση παραπλανητική εμπορική πρακτική, συγκεκριμένα αφορούσε στην παροχή εσφαλμένων πληροφοριών, εντούτοις η ουσία της εν λόγω Απόφασης καθιστά σαφές ότι ο αριθμός των καταναλωτών που παραπλανήθηκαν, ή ενδεχομένως να παραπλανήθηκαν, δεν παίζει ρόλο στον καθορισμό του κατά πόσο μια εμπορική πρακτική ήταν παραπλανητική.

Ως εκ τούτου, στην υπό κρίση περίπτωση, ακόμη και αν δεχθεί κάποιος ότι ο αριθμός των προϊόντων στα οποία εντοπίστηκε άσκηση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής είναι μικρός σε σχέση με τα προϊόντα στα οποία δεν εντοπίστηκε άσκηση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και ως εκ τούτου υποδηλώνεται ότι είναι σχετικά μικρός ο αριθμός των καταναλωτών που παραπλανήθηκαν, ή ενδεχομένως να παραπλανήθηκαν, σε σχέση με τον αριθμό των καταναλωτών που δεν παραπλανήθηκαν, αυτό δεν αναιρεί τον αθέμιτο χαρακτήρα της εμπορικής πρακτικής στην προώθηση των υπό κρίση προϊόντων.

**7.3.4.7 Η θέση ότι ο εμπορευόμενος δεν αποκόμισε οποιοδήποτε οικονομικό όφελος από την υπό εξέταση παράβαση, ούτε αποδείχθηκε οποιαδήποτε ζημιά στους καταναλωτές**

Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω, η υπό διερεύνηση εμπορική πρακτική εμπίπτει στο Παράρτημα I του Νόμου και, ως εκ τούτου, θεωρείται αθέμιτη υπό οποιοσδήποτε συνθήκες. Σύμφωνα με την αιτιολογική σκέψη 17 της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές «είναι σκόπιμο να καθοριστούν οι εμπορικές πρακτικές που είναι αθέμιτες υπό οποιοσδήποτε περιστάσεις, χάριν μεγαλύτερης ασφάλειας δικαίου. Στο παράρτημα I περιλαμβάνεται ο πλήρης κατάλογος όλων αυτών των πρακτικών. Είναι οι μόνες εμπορικές πρακτικές που μπορούν να θεωρηθούν αθέμιτες, χωρίς κατά περίπτωση αξιολόγηση, παρά τις διατάξεις των άρθρων 5 έως 9...».

Επίσης, το Έγγραφο Εργασίας SWD(2016) 163 final των Υπηρεσιών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τίτλο «Κατευθυντήριες Γραμμές Σχετικά με την Εκτέλεση/Εφαρμογή της Οδηγίας 2005/29/Εκ για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές», στη σελίδα 102 αναφέρει ότι: «Ο κατάλογος που περιλαμβάνεται στο παράρτημα I καταρτίστηκε με σκοπό την παροχή της δυνατότητας αναγνώρισης ορισμένων πρακτικών εκ μέρους των αρχών επιβολής του νόμου, των εμπορευόμενων, των επαγγελματιών του τομέα του μάρκετινγκ και των καταναλωτών, καθώς και της αμεσότερης λήψης αντίστοιχων μέτρων επιβολής του νόμου. Ως εκ τούτου, συμβάλλει στην ενίσχυση της ασφάλειας δικαίου. Εάν μπορεί να αποδειχθεί ότι ο εμπορευόμενος έχει ασκήσει εμπορική πρακτική που περιλαμβάνεται στη μαύρη λίστα, οι εθνικές αρχές επιβολής της νομοθεσίας δύνανται να λάβουν μέτρα για την τιμωρία του εμπορευόμενου χωρίς να απαιτείται η εφαρμογή του κατά περίπτωση ελέγχου (δηλαδή η εκτίμηση των πιθανών επιπτώσεων της πρακτικής στην οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή).».

Με βάση τα πιο πάνω, η απόδειξη πρόκλησης οποιασδήποτε ζημιάς στους καταναλωτές, δεν αποτελεί προϋπόθεση προκειμένου να θεωρηθεί η συγκεκριμένη εμπορική πρακτική αθέμιτη.

Επίσης, ανεξάρτητα από το πιο πάνω, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η φύση της παράβασης δεν επιτρέπει στον εμπορευόμενο να αναφέρει με σιγουριά ότι δεν αποκόμισε οποιοδήποτε οικονομικό όφελος από την υπό εξέταση εμπορική πρακτική, ούτε και ότι δεν προκλήθηκε ζημιά στους καταναλωτές. Η συγκεκριμένη παράβαση αποτελεί «διαφήμιση δόλωμα» και, ως εκ τούτου, είναι η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι ο εμπορευόμενος δεν είναι σε θέση να γνωρίζει πόσοι καταναλωτές προσελύστηκαν στα καταστήματά του, αφότου έλαβαν τις συγκεκριμένες προσκλήσεις για αγορά, ούτε είναι σε θέση να γνωρίζει ποια ήταν η οικονομική συμπεριφορά αυτών των καταναλωτών όταν εισήλθαν στα εν λόγω καταστήματα .

#### **7.3.4.8 Η θέση ότι έχει παρέλθει αρκετός χρόνος από τα περιστατικά της υπόθεσης, τα οποία αφορούν στην περίοδο του Νοεμβρίου του 2018.**

Ο Νόμος δεν ορίζει περίοδο παραγραφής μιας παράβασης.

Πέραν του πιο πάνω, όπως φαίνεται από το ιστορικό της έρευνας, η Εντεταλμένη Υπηρεσία άρχισε την έρευνά της σύντομα, μετά την λήψη των καταγγελιών από καταναλωτές, άσχετα αν η έρευνα διήρκεσε πολλούς μήνες μέχρι να ολοκληρωθεί.

Η συγκεκριμένη υπόθεση απαιτήσε αρκετό χρόνο έρευνας, αφού χρειάστηκε να γίνει ανταλλαγή αρκετών επιστολών μεταξύ της Εντεταλμένης Υπηρεσίας και του εμπορευόμενου. Απαιτήθηκε επίσης αρκετός χρόνος αξιολόγησης των πολλών ευρημάτων που βρέθηκαν ενώπιον της Εντεταλμένης Υπηρεσίας κατά τη διάρκεια της έρευνας.

Επιπλέον, η διάρκεια της έρευνας παρατάθηκε λόγω και των αιτημάτων για παράταση χρόνου του εμπορευόμενου, προκειμένου να απαντήσει στις επιστολές της Εντεταλμένης, τα οποία η Εντεταλμένη Υπηρεσία ικανοποίησε καλή τη πίστει.

## **8 ΚΑΤΑΛΗΚΤΙΚΟ ΑΠΟΦΑΣΗΣ**

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία, αξιολογώντας το ενώπιόν της υλικό και όλα τα στοιχεία που περιέχονται στον διοικητικό φάκελο της υπόθεσης, ασκώντας τις εξουσίες που

χορηγούνται σε αυτήν σύμφωνα με το Νόμο και βάσει της διαδικασίας που ο Νόμος προβλέπει και λαμβάνοντας υπ' όψιν τις διατάξεις του άρθρου 11 και ιδιαίτερα της παραγράφου (δ) του εδαφίου (2) του Νόμου, δηλαδή τη δυνατότητα επιβολής διοικητικού προστίμου ανάλογα με τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια της παράβασης, κατέληξε στα ακόλουθα:

Η εμπορική πρακτική που άσκησε ο εμπορευόμενος κατά την οποία προέβη σε πρόσκληση για αγορά, για την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018 των ακόλουθων προϊόντων:

«Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000», στα καταστήματά του στη Λευκωσία,

«PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera», στα καταστήματα όλων των πόλεων και

«Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games» στο κατάστημά του στο Παραλίμνι,

σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να κάνει γνωστή την ύπαρξη των εύλογων λόγων που είχε, ή θα έπρεπε να είχε να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλον εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους, στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, ήταν παραπλανητική εμπορική πρακτική, η οποία κρίνεται αθέμιτη υπό οποιεσδήποτε συνθήκες, κατά παράβαση του άρθρου 4(4) του Νόμου σε συνδυασμό με το σημείο 5 του Παραρτήματος Ι.

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία, λαμβάνοντας υπ' όψιν το σκεπτικό και τους λόγους που περιγράφονται στην παρούσα Απόφαση, κρίνει ότι η συγκεκριμένη αθέμιτη εμπορική πρακτική δικαιολογεί την επιβολή διοικητικού προστίμου.

Στον καθορισμό του ύψους του διοικητικού προστίμου λαμβάνεται υπ' όψιν ότι το ύψος αυτού πρέπει να είναι αποτελεσματικό, να έχει ένα επαρκώς αποτρεπτικό αποτέλεσμα και να είναι ανάλογο με τη φύση, τη βαρύτητα και τη διάρκεια της παράβασης, ώστε να συνάδει με την κατοχυρωμένη αρχή της αναλογικότητας.

Στην εξέταση της φύσης της παράβασης λαμβάνεται υπ' όψιν, μεταξύ άλλων, το είδος της εμπορικής πρακτικής και η απήχηση που είχε σε ευρύ ή λιγότερο ευρύ καταναλωτικό κοινό.

Στην εξέταση και στον καθορισμό της βαρύτητας της παράβασης λαμβάνονται υπ' όψιν, μεταξύ άλλων:

- η συμπερίληψη ή όχι της παράβασης στον κατάλογο με τις εμπορικές πρακτικές που θεωρούνται αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις, στο Παράρτημα Ι του άρθρου 4(4) του Νόμου,
- η σοβαρότητα της παράβασης, όπως το αν υπήρχε πρόθεση, δόλος ή αμέλεια από τον παραβάτη,
- αν στοχεύονταν ευάλωτες ομάδες καταναλωτών,
- η γεωγραφική έκταση χρήσης της αθέμιτης πρακτικής, όπως και το μέσο προβολής που χρησιμοποιήθηκε,
- το οικονομικό όφελος που αποκόμισε, ή που θα μπορούσε να είχε αποκομίσει ο παραβάτης από τη χρήση της πρακτικής, εάν αυτό μπορεί να υπολογιστεί,
- η ζημιά που υπέστη, ή θα μπορούσε να είχε υποστεί ο καταναλωτής από τη χρήση της πρακτικής, εάν αυτή θα μπορούσε να υπολογιστεί.

Η διάρκεια της παράβασης υπολογίζεται λαμβάνοντας υπ' όψιν την ημερομηνία που η εμπορική πρακτική τέθηκε σε ισχύ, μέχρι την ημέρα που αυτή τερματίστηκε, εφόσον αυτή μπορεί να υπολογιστεί.

Στον καθορισμό του ύψους του διοικητικού προστίμου λαμβάνεται επίσης υπ' όψιν η αξία του συνολικού κύκλου εργασιών του εμπορευόμενου, για το έτος που προηγήθηκε της παράβασης, δηλαδή για το έτος 2017.

Επίσης λαμβάνονται υπ' όψιν άλλοι ελαφρυντικοί ή/και επιβαρυντικοί παράγοντες, σε περίπτωση που αυτοί υπάρχουν.

### **8.1 Η φύση της παράβασης**

Στην υπό εξέταση περίπτωση, στον καθορισμό της φύσης της παράβασης λαμβάνεται υπ' όψιν ότι η συγκεκριμένη εμπορική πρακτική είχε να κάνει με την προώθηση προϊόντων τα οποία έχουν απήχηση σε ευρύ καταναλωτικό κοινό και παρουσιάζουν ιδιαίτερη ζήτηση κατά την ημέρα του Black Friday.

## **8.2 Η βαρύτητα της παράβασης**

Στην υπό κρίση περίπτωση, στη βαρύτητα της παράβασης, λαμβάνονται υπ' όψιν τα ακόλουθα:

- ότι η συγκεκριμένη αθέμιτη εμπορική πρακτική συμπεριλαμβάνεται στον κατάλογο με τις εμπορικές πρακτικές που θεωρούνται αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις, στο Παράρτημα Ι του Νόμου.
- Ότι η εμπορική πρακτική απευθυνόταν στο ευρύ καταναλωτικό κοινό,
- ότι το προϊόν «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000», διαφημίστηκε εκτεταμένα,

## **8.3 Η διάρκεια της παράβασης**

Στην υπό κρίση περίπτωση, κρίνεται ότι η παράβαση διήρκησε:

- για τα προϊόντα «PlayStation VR & PlayStation VR Worlds» & «PlayStation Camera και Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games» μία (1) ημέρα, την ημέρα του Black Friday 2018 στις 23/11/2018.
- για το προϊόν «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000», τρεις (3) ημέρες, από τις 21/11/2018 μέχρι την ημέρα του Black Friday 2018 στις 23/11/2018.

## **8.4 Ελαφρυντικοί Παράγοντες**

Ως ελαφρυντικοί παράγοντες λαμβάνονται υπ' όψιν τα εξής:

- Ότι για δύο (2) από τα τρία (3) προϊόντα, η παράβαση εντοπίστηκε σε μία (1) επαρχία και όχι Παγκύπρια,
- ότι δε διαπιστώθηκε δόλος από μέρους του εμπορευόμενου στην άσκηση της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής,
- ότι ο εμπορευόμενος προχώρησε σε αφαίρεση της διαφήμισης του προϊόντος «Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000» από την ιστοσελίδα του, στις 20/11/2018, όταν το προϊόν είχε εξαντληθεί,
- ότι δεν έχει επιβληθεί στον εμπορευόμενο προηγουμένως διοικητικό πρόστιμο για παράβαση του Νόμου από την Εντεταλμένη Υπηρεσία.

## **8.5 Επιβαρυντικοί Παράγοντες**

Ως επιβαρυντικοί παράγοντες λαμβάνεται υπ' όψιν το εξής:

- Η προσκόμιση αντιφατικών στοιχείων από μέρος του εμπορευόμενου κατά τη διάρκεια της έρευνας.

## **9 ΕΠΙΒΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ**

**Η Εντεταλμένη Υπηρεσία, αφού αξιολόγησε το ενώπιόν της υλικό και όλα τα διαθέσιμα στοιχεία, επιβάλλει στον εμπορευόμενο, δηλαδή στην εταιρεία Itc Publicworld Limited, για την άσκηση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, κατά παράβαση των περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμων του 2007 έως 2013, διοικητικό πρόστιμο ύψους πενήντα χιλιάδες ευρώ (€50.000,00).**

Ημερομηνία σύνταξης της Απόφασης, 10 Ιουλίου 2020

.....

Αντώνης Ιωάννου

Αναπληρωτής Διευθυντής

Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή