

Αριθμός Απόφασης: 2020/02 (ΑΠ)

Οι περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμοι του 2007 έως 2013

ITC PUBLICWORLD LIMITED

1. Απόφαση Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή 10/07/2020 – [Μετάβαση](#)
2. Ιεραρχική προσφυγή - Απόφασή Υπουργού Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας 15/2/2022 – [Μετάβαση](#)

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(I)/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 μέσω 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 υπ' 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^{ης} 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 διατίθεται 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€ δεξ 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 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 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 κατάσταση 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€ δεξ 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 κατάσταση, 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 κατάσταση, 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€ δες 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 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 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 φράση «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 φράση «*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 κατάστημα, 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 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, 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^{ης} 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^{ης} 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^{ης} 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 ρogmo 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^ο Black Friday το οποίο ο

εμπορευόμενος διαφήμιση 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^ο 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/EK 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 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 (σ.σ. δηλαδή στο Παράρτημα I 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 I 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 κατάσταση 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 κατάσταση 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^{ης} 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^{ης} 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^{ης} 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^{ης} 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 κατάστημα 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 κατανομημένα 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^η 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/EK, 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 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 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/EK 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/Eκ 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 προσελκύστηκαν 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 μέρους 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

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ, ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Γραφείο Υπουργού

Ιεραρχική Προσφυγή

**Απόφαση Υπουργού Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας
στην Ιεραρχική Προσφυγή υποβληθείσα από Itc Publicworld Limited κατά
της απόφασης της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή υπ' αριθμό
2020/02(ΑΠ), ημερομηνίας 10 Ιουλίου 2020, για την επιβολή προστίμου**

Μεταξύ:

Itc Publicworld Limited

Προσφεύγουσα

v.

Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή,
του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας

Καθ' ης η Προσφυγή

Οι προσφεύγουσες: Διά των δικηγόρων της
CHRYSSSES DEMETRIADES & CO. LLC

Ημερομηνία έκδοσης Απόφασης: 4 Μαρτίου 2022

A. ΑΠΟΦΑΣΗ

Η υπό κρίση ιεραρχική προσφυγή, που ασκήθηκε ενώπιον του Υπουργού Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας (στο εξής η «Υπουργός»), σύμφωνα με τις διατάξεις του εδαφίου 2 του άρθρου 12 του περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμου του 2007 (103(I)/2007) (στο εξής ο «Νόμος»), αφορά στην Απόφαση αφορά στην υπ' αριθμό 2020/02(ΑΠ), ημερομηνίας 10/07/2020, (στο εξής «η Απόφαση») της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας, σχετικά με την επιβολή προστίμου ύψους πενήντα χιλιάδων ευρώ (€50.000) στην εταιρεία Ltc Puplicworld Limited (στο εξής η «Εταιρεία»), η οποία είναι εγγεγραμμένη με τον αριθμό ΗΕ 183343.

Η Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας (στο εξής «Εντεταλμένη Υπηρεσία») είναι με βάση το άρθρο 2 του πιο πάνω αναφερόμενου νόμου η εντεταλμένη υπηρεσία της οποίας τα καθήκοντα, οι αρμοδιότητες και εξουσίες ρυθμίζονται από το Μέρος V του Νόμου.

B. ΓΕΓΟΝΟΤΑ

1. Η Εντεταλμένη Υπηρεσία έγινε λήπτης παραπόνων από καταναλωτές εναντίον της Προσφεύγουσας και προέβη σε έρευνα των εμπορικών της πρακτικών. 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 της κατά την ημέρα του Black Friday του 2018, 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.

2. Λόγω του ότι η Εταιρεία διαθέτει καταστήματα σε όλη την Κύπρο και λόγω του ότι τα παράπονα αφορούσαν σε διαφορετικά προϊόντα και σε καταστήματα διαφορετικών επαρχιών, η Εντεταλμένη Υπηρεσία έκρινε σκόπιμο να διεξάγει εκτεταμένη αυτεπάγγελη έρευνα.

3. Η έρευνα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2019 και ολοκληρώθηκε τον Δεκέμβριο του 2019, κατά τη διάρκεια της οποίας υπήρχε επικοινωνία μεταξύ Προσφεύγουσας και Καθ' ης η προσφυγή.

4. Στις 17 Δεκεμβρίου 2019 η Εντεταλμένη Υπηρεσία ολοκλήρωσε την έρευνα της και κατά την αξιολόγηση των ευρημάτων της διαπίστωσε παράβαση του άρθρου 4(4) σε συνδυασμό με το σημείο 5 του Παραρτήματος I του Νόμου. Τη διαπίστωση της αυτή η Καθ' ης η προσφυγή την σήριξε στην μη γνωστοποίηση από την Εταιρεία των εύλογων λόγων που διαπιστώθηκε ότι είχε, λαμβάνοντας υπόψη και τους παράγοντες του είδους του προϊόντος, της κλίμακας της διαφήμισης και της τιμής, να πιστεύει ότι δε θα μπορέσει να προμηθεύσει την ημέρα του Black Friday στις 23/11/2018, όπως είχε διαφημίσει, τα προϊόντα (στο εξής τα «Προϊόντα»):

(α) Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000 στα καταστήματά της στη Λευκωσία

(β) PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera στα καταστήματα όλων των πόλεων.

(γ) Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games στο κατάστημά της στο Παραλίμνι.

5. Η Εντεταλμένη Υπηρεσία αφού έκρινε ότι η παράβαση ήταν αρκετά σοβαρή ώστε να δικαιολογείται η πιθανότητα επιβολής διοικητικού προστίμου απέστειλε στις 15 Ιανουαρίου 2020 επιστολή προς την Εταιρεία, με την οποία την διέταξε, όπως αποφύγει επανάληψη της παράβασης στο μέλλον και την κάλεσε επίσης να ακουστεί προκειμένου να αποφασιστεί εάν δικαιολογείται η επιβολή διοικητικού προστίμου.
6. Η Εταιρεία ανταποκρίθηκε στην κλήση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας επιλέγοντας την διά αντιπροσώπου γραπτή και προφορική κατάθεση θέσεων. Στις 11 Φεβρουαρίου 2020 πραγματοποιήθηκε η προφορική ακρόαση ενώπιον της Εντεταλμένης Υπηρεσίας.
7. Στις 10 Ιουλίου 2020 η Εντεταλμένη Υπηρεσία έκδωσε την Απόφαση, με την οποία επιβλήθηκε το πρόστιμο των €50.000 και την επέδωσε στην Εταιρεία την ίδια μέρα.
8. Στις 11 Αυγούστου 2020 η Εταιρεία άσκησε διά των δικηγόρων της Ιεραρχική Προσφυγή έναντι της Απόφασης.
9. Στις 24 Μαΐου 2021 η Υπουργός κάλεσε την Εταιρεία όπως εκθέσει γραπτώς τις απόψεις της πριν από τη λήψη απόφασης επί της ιεραρχικής προσφυγής. Στις 01 Ιουνίου η Εταιρεία αιτήθηκε όπως η ακρόαση της διεξαχθεί προφορικά, αίτημα το οποίο και εγκρίθηκε. Η ακρόαση διεξήχθη στις 20 Ιουλίου 2021 μέσω τηλεδιάσκεψης στην παρουσία αντιπροσώπων της Εταιρείας η οποία εκπροσωπήθηκε από Δικηγорικό γραφείο.

Γ. ΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΣΦΕΥΓΟΥΣΑΣ

Η Εταιρεία, διά των Δικηγόρων της, παρέθεσε τους λόγους στους οποίους στηρίζει την ιεραρχική προσφυγή που άσκησε και με την οποία έχει προσβάλει την Απόφαση, τόσο με την επιστολή της ημερομηνίας 11 Αυγούστου 2020 όσο και προφορικά κατά τη διεξαγωγή της προφορικής ακρόασης ενώπιον της Υπουργού στις 20 Ιουλίου 2021. Η παράθεση των θέσεων της Προσφεύγουσας θα ακολουθήσει τη σειρά με τη οποία έχουν αναπτυχθεί στην επιστολή της ημερομηνίας 11 Αυγούστου 2020 και θα συμπεριλαμβάνεται και η τυχόν συμπληρωματική επιχειρηματολογία που έχει παρατεθεί στην ακρόαση της 20^{ης} Ιουλίου 2021.

1. Η Εταιρεία είναι της θέσης ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία εφάρμοσε ή/ και ερμήνευσε λανθασμένα τις πρόνοιες του Νόμου διαπιστώνοντας παραβάσεις βασιζόμενη σε πραγματικά περιστατικά τα οποία δεν στοιχειοθετούσαν παραβάσεις του άρθρου 4(4) και του σημείου 5 του Παραρτήματος Ι. Η Προσφεύγουσα εξειδίκευσε τη θέση αυτή αναπτύσσοντας την ακόλουθη επιχειρηματολογία:

(α) Η Καθ' ης η προσφυγή αυθαίρετα και/ ή λανθασμένα και/ ή ανατιολόγητα και/ ή κατά παράβαση της σχετικής νομοθεσίας αποφάνθηκε ότι πρόσκληση αγοράς για τα Προϊόντα αποτελούσε υπόσχεση ότι τα εν λόγω προϊόντα θα ήταν διαθέσιμα μέχρι τις 23/11/2018, που ήταν και η ημέρα καλούμενη ως Black Friday. Κατά την Προσφεύγουσα το συμπέρασμα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας βασίστηκε σε μία αυθαίρετη ερμηνεία της φράσης «και μέχρι τη μεγάλη ημέρα, κάθε μέρα προσφορές». Συνεχίζοντας αναφέρει ότι αυτό που πραγματικά ίσχυε ήταν ότι ανακοινώνονταν προσφορές με ημερήσιο χαρακτήρα με τη δυνατότητα άμεσης αγοράς μέχρι και την ημέρα του Black Friday, εάν υπήρχε διαθέσιμο απόθεμα. Η Προσφεύγουσα είναι της θέσης ότι η Καθ' ης η προσφυγή

ερμήνευσε την εν λόγω φράση αποσπασματικά αγνοώντας το δεύτερο μέρος αυτής που παραπέμπει σε ημερήσιες προσφορές που προσφέρονταν πριν από τις 23/11/2018. Η Εταιρεία παραπέρα παραθέτει ως ορισμό του Black Friday τη διάθεση περιορισμένου αριθμού προϊόντων σε μοναδικές τιμές για περιορισμένη χρονική περίοδο μεγάλου αριθμού προϊόντων. Καταληκτικά για αυτόν τον λόγο προσβολής της Απόφασης, η Προσφεύγουσα θεωρεί ότι, λόγω του ότι η Απόφαση είναι σε μεγάλο βαθμό στηριγμένη σε αυτή τη διαπίστωση, αναφέροντας τα 11 σημεία της Απόφασης που κάνουν αναφορά σε αυτήν, εάν γίνει αποδεκτή η θέση της θα πρέπει να ακυρωθεί στην ολότητα της η Απόφαση καθότι όλες οι διαπιστώσεις της Καθ' ης η προσφυγή είχαν βασιστεί στη διαθεσιμότητα ή μη των Προϊόντων κατά την ημέρα του Black Friday.

(β) Συνεχίζοντας με ένα από τα Προϊόντα, την τηλεόραση HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000, η Εταιρεία αναφέρει ότι είχε προβεί σε αφαίρεση της διαφήμισης του στις 20/11/2018 από την ιστοσελίδα της όταν αυτό είχε εξαντληθεί. Η Καθ' ης η προσφυγή, κατά την ίδια την Προσφεύγουσα, λανθασμένα και/ ή αυθαίρετα και/ ή χωρίς αναφορά σε οποιαδήποτε αναφορά σε οποιαδήποτε συγκεκριμένη πρόνοια της σχετικής νομοθεσίας ή νομολογίας αποφάσισε ότι ο τερματισμός της διαφήμισης αυτής δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ισοδύναμη ενέργεια γνωστοποίησης, παραπέμποντας στο σχετικό σημείο της Απόφασης. Επίσης, γίνεται αναφορά από την Προσφεύγουσα και στα όσα σχετικά είχαν ειπωθεί κατά την ακρόαση ενώπιον της Εντεταλμένης Υπηρεσίας πριν από την λήψη της Απόφασης. Στη διαδικασία εκείνη λειτουργός που αντιπροσώπευε την Εντεταλμένη Υπηρεσία είχε αναφέρει ότι «όταν διαφημίζεται ένα προϊόν το οποίο στην πορεία παύει να είναι διαθέσιμο, πρέπει να κοινοποιηθεί στον καταναλωτή η έλλειψη διαθεσιμότητας του διαφημιζόμενου προϊόντος με τον ίδιο τρόπο και στην ίδια έκταση με την οποία αυτό διαφημίστηκε». Στην τοποθέτηση αυτή τέθηκε από την Εταιρεία η θέση ότι είναι πρακτικά δύσκολο να εφαρμόζεται η πρακτική αυτή αναφορικά με όλα τα προϊόντα. Η απάντηση ήταν «ο ανάλογος τρόπος γνωστοποίησης με τον τρόπο διαφήμισης δεν αναφέρεται κατ' ανάγκη στη χρήση των ίδιων μέσων επικοινωνίας». Από το διάλογο αυτό η Προσφεύγουσα έχει συμπεράνει ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία αποφάσισε αυθαίρετα ότι ο τερματισμός διαφήμισης δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ισοδύναμη ενέργεια γνωστοποίησης, χωρίς όμως να αιτιολογεί με σαφήνεια τι θα θεωρείτο επαρκής γνωστοποίηση υπό τις περιστάσεις.

(γ) Αναφορικά με έτερο από τα προϊόντα, το Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player- AT Games, η Προσφεύγουσα θεωρεί ότι η Καθ' ης η προσφυγή λανθασμένα και/ ή αυθαίρετα αποφάσισε ότι υπήρξε διαφήμιση δόλωμα καθότι κατέληξε στο εν λόγω συμπέρασμα βασιζόμενη αποκλειστικά στο γεγονός ότι δεν υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος στο πολύ μικρό κατάστημά της στο Παραλίμνι, για το οποίο δεν υπήρχε παράπονο, όταν είχε διαπιστώσει (σημ. η Εντεταλμένη Υπηρεσία) ότι τα 58 τεμάχια που υπήρχαν διαθέσιμα στα υπόλοιπα καταστήματα «φαίνονταν» να είναι επαρκής. Παραπέρα, η Προσφεύγουσα είναι της θέσης ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία παρέλειψε να λάβει υπόψη της ότι δεν υπήρξε καμία ειδική προωθητική ενέργεια και/ ή ξεχωριστή αναφορά για το εν λόγω προϊόν ούτε φυσικά και οποιαδήποτε ενέργεια συγκεκριμένη για το κατάστημα στο Παραλίμνι, αναφέροντας παράλληλα και τον τρόπο που εμφανιζόταν η διαφήμιση στην ιστοσελίδα της Εταιρείας, όπου η προσφορά εμφανιζόταν μόνο εάν κάποιος ακολουθούσε τον σύνδεσμο που αφορούσε πολύ μεγάλο αριθμό κόνσολων. Επιπρόσθετα, η Εταιρεία με

αναφορά στο σημείο 6.2 της Απόφασης όπου η Εντεταλμένη Υπηρεσία συνδέει την «κλίμακα της διαφήμισης» με την ύπαρξη της παράβασης, όπως ο Νόμος ρυθμίζει, θεωρεί ότι αδικαιολόγητα η τελευταία απέρριψε τη θέση της Εταιρείας ότι την προσφορά για το συγκεκριμένο προϊόν την χαρακτήριζε η πολύ περιορισμένη κλίμακα διαφήμισης του, και το προϊόν αυτό ήταν μέρος ενός πολύ μεγαλύτερου αριθμού προσφορών παραπλήσιων προϊόντων.

(δ) Η Προσφεύγουσα υιοθετεί αντίστοιχη θέση και για το PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera, όπου κατά την ίδια η Εντεταλμένη Υπηρεσία αγνόησε τη θέση της και δεν έλαβε υπόψη ότι δεν υπήρχε καμία ειδική προωθητική ενέργεια και/ ή ξεχωριστή αναφορά για το εν λόγω προϊόν, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι υπήρχε παράβαση χωρίς και πάλι να λάβει υπόψη της την πολύ μικρή «κλίμακα διαφήμισης του προϊόντος».

(ε) Μία άλλη πτυχή που ανέδειξε η Προσφεύγουσα και αφορά το προϊόν PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera, είναι ότι αυτό αφορούσε market offer, όπως η ίδια την κατονομάζει, εξηγώντας ότι η προσφορά προερχόταν απευθείας από τον προμηθευτή και κάλυπτε μόνο το υπάρχον απόθεμα. Η Προσφεύγουσα είναι της θέσης ότι σημείο 7.3.3.3 της Απόφασης η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει λανθασμένα και/ή χωρίς τη δέουσα αιτιολόγηση απορρίψει τη θέση της Εταιρείας, ότι δηλαδή δεν μπορούσε υπό αυτές τις περιστάσεις να θεωρηθεί ότι η πρακτική αυτή αποτελούσε «διαφήμιση δόλωμα» κατά παράβαση των προνοιών του Νόμου. Για την ίδια την Προσφεύγουσα το ότι ο συγκεκριμένος κωδικός προϊόντος είχε απόθεμα 13 τεμάχια Παγκύπρια και στο τέλος της 23/11/2018, αποτελεί τρανταχτή απόδειξη ότι υπήρχαν εύλογες ποσότητες για το προϊόν αυτό και η Εταιρεία δεν είχε πρόθεση να εφαρμόσει οποιαδήποτε πρακτική που αποτελούσε «διαφήμιση δόλωμα».

(στ) Στο επόμενο σημείο που αναπτύσσει η Προσφεύγουσα αφορά δύο από τα Προϊόντα και ειδικότερα τόσο Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games όσο και το PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera. Η θέση της εδώ είναι ότι το πόρισμα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας βασίστηκε σε στοιχεία που παρέδωσε η ίδια χωρίς να γνωρίζει ότι η έρευνα της πρώτης επεκτάθηκε και πέραν των καταγγελιών για τις οποίες είχε γνώση. Η γνώση της για την επέκταση της έρευνας προέκυψε για πρώτη φορά από τη σελίδα 2 της Απόφασης. Αντιθέτως η αλληλογραφία που είχε αναπτυχθεί πριν από την έκδοση της Απόφασης, γεγονός που είναι άξιο σχολιασμού από την ίδια, είχε ως θέμα «Έρευνα κατόπιν καταγγελιών». Περαιτέρω, η Προσφεύγουσα αμφισβητεί το δικαίωμα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας για μετατροπή της έρευνας συγκεκριμένων καταγγελιών σε αυτεπάγγελτη έρευνα χωρίς τη δέουσα προειδοποίηση. Είναι θέση της Προσφεύγουσας ότι ο τρόπος δράσης της Εντεταλμένης Υπηρεσίας έχει παραβιάσει το δικαίωμά της για δίκαιη δίκη και έχει παράλληλα παραβιαστεί η αρχή της καλής πίστης αφού η τελευταία χειρίστηκε την έρευνα χρησιμοποιώντας στοιχεία που ζητήθηκαν και δόθηκαν για σκοπούς υπεράσπισης σε συγκεκριμένες καταγγελίες.

2. Δεύτερος πυλώνας προσβολής της Απόφασης είναι το ότι η Απόφαση δεν είναι δεόντως αιτιολογημένη και/ ή η Εντεταλμένη Υπηρεσία παρέλειψε να λάβει υπόψη της ουσιώδη πραγματικά γεγονότα και/ ή έλαβε της Απόφαση χωρίς την επαρκή δέουσα έρευνα όλων των σχετικών με την υπόθεση γεγονότων και/ ή προέβη σε ευρήματα που δεν δικαιολογούνταν από τα πραγματικά περιστατικά της υπόθεσης. Προς υποστήριξη της θέσης της επικαλέστηκε την Απόφαση του Διοικητικού Δικαστηρίου στην υπόθεση

WINDSOR BROKERS LTD v. ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΑΓΟΡΑΣ ΚΥΠΡΟΥ, Υπόθεση Αρ. 6515/2013, 2/5/2017, κατά την οποία προκύπτει ότι υπάρχει αυξημένη ευθύνη για επαρκή δικαιολογία ατομικών διοικητικών πράξεων όπως και η παρούσα. Προς εξειδίκευση της θέσης της ανέπτυξε την πιο κάτω επιχειρηματολογία:-

(α) η αναφορά της φράσης «μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων» αγνοήθηκε εντελώς από την Καθ' ης η προσφυγή. Στους όρους των διαφημίσεων αναφερόταν ότι η προσφορά ισχύει μέχρι τις 23/11/2018 ή και μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων. Αυτό αφορούσε όλα τα προϊόντα ανεξαιρέτως, καθότι αυτή είναι και η έννοια του Black Friday, δηλαδή να πωληθούν όσα περισσότερα προϊόντα γίνεται από τον τεράστιο αριθμό προϊόντων που διέθετε η Εταιρεία σε στοκ και ήταν σε προσφορά.

(β) Η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν έδωσε τη δέουσα σημασία στην αφαίρεση των διαφημίσεων αναφορικά με την τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000 κατά το στάδιο της εξέτασης της ύπαρξης παράβασης παρά το ότι η ίδια το αποδέχθηκε ως μετριαστικό παράγοντα. Η συγκεκριμένη προσφορά επικοινωνήθηκε από τις 19/11/2018 και το προϊόν εξαντλήθηκε στις 20/1/218. Από την εξάντληση του προϊόντος και μετά, το προϊόν δεν διαφημίστηκε σε καμία επικοινωνία που αφορούσε την περίοδο του Black Friday.

(γ) Η Εντεταλμένη Υπηρεσία παρέλειψε να δώσει τη δέουσα βαρύτητα στο γεγονός ότι μόλις εξαντλήθηκε η τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000, αναρτήθηκε αμέσως η ένδειξη του «sold out». Ενώ στο σημείο 7.3.2.4 της Απόφασης η Εντεταλμένη Υπηρεσία αναφέρει ότι αυτό αποτελεί ένα σοβαρό επιχείρημα, εν τούτοις χωρίς τη δέουσα έρευνα και αιτιολογία απέρριψε τη μαρτυρία, που προσκόμισε η Εταιρεία, ως αναξιόπιστη επηρεαζόμενη κατά παραδοχή της, όπως η Προσφεύγουσα υποστηρίζει, από διαπιστώσεις της για τελείως άσχετα ζητήματα σε βαθμό που της τελευταίας επηρεάστηκε η αμεροληψία της, όπως και πάλι η Προσφεύγουσα θεωρεί.

(δ) Επίσης, η Προσφεύγουσα θεωρεί λανθασμένη και/ ή αναιτιολόγητη την απόρριψη της θέσης της κατά την οποία υπήρχε η δυνατότητα για μεταφορά του προϊόντος Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games από άλλο κατάστημα ή στο σπίτι του καταναλωτή χωρίς καμία επιπλέον επιβάρυνση. Αυτό το επιχείρημα προβλήθηκε για να αντικρουστεί το εύρημα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι σε συγκεκριμένο κατάστημα της Προσφεύγουσας δεν υπήρχε διαθέσιμο το συγκεκριμένο προϊόν. Η Καθ' ης η προσφυγή αγνόησε, κατά την αντίληψη της Προσφεύγουσας, το γεγονός ότι συγκριτικά είναι απόλυτα λογικό να διατίθενται λιγότερα προϊόντα στο κατάστημα στο Παραλίμνι από αυτό της Λευκωσίας, αφού το πρώτο εξυπηρετεί μία πολύ πιο περιορισμένη αγορά. Επιπλέον, η Προσφεύγουσα αναφέρει ότι είναι απόλυτα θεμιτό για μια εταιρεία με τόσα καταστήματα (εννοώντας την ίδια) να διαθέτει και σε σχέση με τέτοιου είδους προϊόντα, εάν κάποιος πελάτης επιθυμεί ένα προϊόν το οποίο τυγχάνει να μην υπάρχει διαθέσιμο στο συγκεκριμένο κατάστημα άμεσα, να το παραγγέλνει ή αγοράζει επί τόπου και αυτό να του παραδίδεται σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα, άνευ εξόδων, είτε στην οικία του είτε σε κατάστημα της επιλογής του. Η μεταγενέστερη παραλαβή του Προϊόντος από τον καταναλωτή δεν αναιρεί τη δυνατότητα αγοράς του προϊόντος προηγουμένως ούτε και μπορεί να θεωρηθεί ως «δεύτερη απόφαση συναλλαγής» όπως αναφέρει η Απόφαση. Ολοκληρώνοντας την τοποθέτηση της επί του σημείου αυτού η Προσφεύγουσα διατυπώνει τη θέση ότι, η απόφαση του Δ.Ε.Ε. στην υπόθεση C-281/12 που επικαλείται η Εντεταλμένη Υπηρεσία

στο σημείο 5.1.2.7 της Απόφασης δεν υποστηρίζει τις θέσεις της καθότι η εν λόγω υπόθεση αφορούσε τελείως διαφορετική περίπτωση και περιοριστικά.

3. Η Τρίτη πτυχή με την οποία πρόβαλε η Προσφεύγουσα, είναι η κατ' ισχυρισμό της λανθασμένη και αδικαιολόγητη διαπίστωση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι η Εταιρεία υπέπεσε σε αντιφάσεις κατά την διάρκεια της σχετικής με την παρούσα υπόθεση έρευνας, σε βαθμό που αυτό να έχει λανθασμένα εκληφθεί λανθασμένα και ως μοναδικός επιβαρυντικός παράγοντας στην επιβολή του προστίμου. Προς υποστήριξη της θέσης αυτής η Προσφεύγουσα υπογράμμισε τα πιο κάτω:

(α) Στο σημείο 5.1.2.3 της Απόφασης, η Εντεταλμένη Υπηρεσία αναφέρει ότι τα στοιχεία που προσκόμισε η Εταιρεία αναφορικά με τις πωλήσεις του Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games ανά κατάσταση ήταν αντιφατικά. Αυτό στηρίχτηκε στο ότι η επιστολή της Προσφεύγουσας ημερομηνίας 18/03/2019 ανέφερε ότι και τα πενήντα οκτώ (58) τεμάχια του προϊόντος αυτού εξαντλήθηκαν ενώ στην επιστολή της ίδιας ημερομηνίας 01/07/2019 αναφέρθηκε ότι δεν πραγματοποιήθηκαν άλλες πωλήσεις του προϊόντος αν και υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες. Κατά την Προσφεύγουσα τα στοιχεία που προσκομίστηκαν με τη δεύτερη επιστολή της είναι τα επικαιροποιημένα στοιχεία όσο αφορά τις πωλήσεις του συγκεκριμένου προϊόντος, με την Καθ' ης η προσφυγή να καταλήγει στο συμπέρασμα ότι εξαντλήθηκαν όλες οι διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος αυτού λόγω της πρώτης επιστολής. Η Προσφεύγουσα θεωρεί ότι η στάση αυτή αποτελεί τρανταχτό παράδειγμα παραβίασης της αρχής για ανάγκη διενέργειας επαρκούς έρευνας και έλλειψη αιτιολογίας.

(β) Ομοίως, στο σημείο 5.1.3.5 της Απόφασης, η Εντεταλμένη Υπηρεσία αναφέρει ότι τα στοιχεία που προσκομίστηκαν για το PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera ανά κατάσταση ήταν αντιφατικά. Αυτό στηρίχτηκε στο ότι στην επιστολή της Εταιρείας ημερομηνίας 08/03/2019 αναφέρθηκε ότι και τα δεκατρία (13) τεμάχια εξαντλήθηκαν ενώ με δεύτερη επιστολή της στις 02/07/2019 αναφέρθηκε ότι δεν πραγματοποιήθηκαν άλλες πωλήσεις του προϊόντος αν και υπήρχαν διαθέσιμες ποσότητες. Και σε αυτή την περίπτωση η Εντεταλμένη Υπηρεσία στηρίχτηκε στην αρχική επιστολή, με το συμπέρασμα να ήταν ότι υπήρχε αντίφαση της δεύτερης επιστολής με την πρώτη. Για την Προσφεύγουσα η Καθ' ης η προσφυγή υπέδειξε εμμονή να βασιστεί στην αρχική δήλωση ήταν υπό τις περιστάσεις αδικαιολόγητη και καταδεικνύει αμεροληψία και προκατάληψη. Συνεχίζοντας, η απόρριψη της ύπαρξης διαθέσιμων ποσοτήτων του προϊόντος, με το σημείο 7.3.3.2 της Απόφασης, στερείται τεκμηρίωσης και αιτιολογίας καθότι αυθαίρετα απορρίπτει τα επικαιροποιημένα στοιχεία που υποβλήθηκαν με την πρόφαση ότι υπήρχε αντίφαση. Η Εταιρεία θεωρεί ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν μπορεί να απλά να αγνοεί τα στοιχεία που προσκομίζονται, στην απουσία άλλης αντίθετης και/ή καλύτερης μαρτυρίας, ειδικά όταν αυτός που τα προσκομίζει διευκρινίζει ποια είναι τα ορθά στοιχεία που ο ίδιος κατέχει και ο ίδιος επιλέγει να επικαλεστεί.

(γ) Ομοίως, στο σημείο 7.3.3.2 της Απόφασης η Εντεταλμένη Υπηρεσία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η Εταιρεία υπέπεσε σε αντιφάσεις αναφορικά με τις πωλήσεις του PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera κατά την ημέρα του Black Friday απορρίπτοντας τη θέση της Προσφεύγουσας ότι (i) κατά την ημέρα του Black Friday οι πωλήσεις σε όλη την Κύπρο ήταν μόνο δύο (2) τεμάχια, με αποτέλεσμα στο τέλος της ημέρας να υπάρχουν ακόμα έντεκα (11) διαθέσιμα τεμάχια και (ii) ότι τα οκτώ (8) διαθέσιμα

τεμάχια που ήταν διαθέσιμα στη Λευκωσία δεν είχαν πωληθεί μέχρι το τέλος της ημέρας του Black Friday. Σύμφωνα με την Προσφεύγουσα η Καθ' ης η προσφυγή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι εξαντλήθηκαν όλες οι διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος αυτού αγνοώντας τα επικαιροποιημένα στοιχεία που δόθηκαν με την πιο πρόσφατη επιστολή, επιμένοντας να ακολουθήσει τα λεγόμενα με την επιστολή ημερομηνίας 18/03/2019, τα οποία μετέπειτα ανακλήθηκαν.

4. Όσο δε για την διάθεση τριών ισοδύναμων Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games προϊόντων, η Προσφεύγουσα αναφέρει ότι στο σημείο 7.3.1.3 της Απόφασης η Εντεταλμένη Υπηρεσία κάνει λόγο για δύο προϊόντα που φαίνεται να ανήκουν στην ίδια κατηγορία και στην ίδια τιμή με το υπό διερεύνηση προϊόν. Κατά την ίδια την Προσφεύγουσα, η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν προέβη στη δέουσα έρευνα και/ ή δεν είχε ζητήσει από την Εταιρεία περαιτέρω στοιχεία, με αποτέλεσμα να αποφανθεί ότι δεν προσκομίστηκαν οποιαδήποτε στοιχεία. Η Προσφεύγουσα τόνισε ότι στο ίδιο σημείο της Απόφασης, η Καθ' ης η προσφυγή, αν και υπήρχαν τρία προϊόντα επιπλέον του επίμαχου, διαπίστωσε και πάλι αντίφαση χωρίς να αναφέρει τον λόγο που απέκλεισε εκ προοιμίου το ένα από τον κατάλογο που προσκομίστηκε.

5. Παραπέρα, η Προσφεύγουσα εκφράζει τη θέση ότι η Απόφαση είναι άδικη και ταυτόχρονα παραβιάζει την αρχή της καλής πίστης. Όπως η ίδια αναφέρει, στο σημείο 7.3.4.4 της Απόφασης η Εντεταλμένη Υπηρεσία αναφέρει ότι κατέληξε στην διαπίστωση παράβασης στις 15/01/2020 αφού έλαβε υπόψη όλες τις θέσεις της Εταιρείας. Κατά την ακρόαση της 11/02/2020 όμως, από τη μία ο Διευθυντής της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ανέφερε ότι δεν είχε παρθεί οποιαδήποτε απόφαση και ότι σκοπός της ακρόασης ήταν για να ακουστούν οι θέσεις της Εταιρείας και μετά να παρθεί η τελική απόφαση, ενώ από την άλλη λειτουργός της Εντεταλμένης Υπηρεσίας είχε δηλώσει το αντίθετο. Κατά την ίδια την Προσφεύγουσα η ερμηνεία που δίδεται αναφορικά με το χρονικό σημείο διαπίστωσης παράβασης είναι λανθασμένη και/ ή αντιφατική. Επίσης, σύμφωνα πάντα με την ίδια έχει παραβιαστεί το δικαίωμα της ακρόασης. Αυτή της τη θέση την στηρίζει στο ότι, η Καθ' ης η προσφυγή φαίνεται να είχε λάβει την απόφασή της, κατά δική της παραδοχή όπως αντιλαμβάνεται η Προσφεύγουσα, πριν από την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας και/ ή πριν εξαντληθεί πλήρως το δικαίωμα ακρόασης που έπρεπε να δοθεί στην Εταιρεία σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία. Λανθασμένη επίσης είναι και η αντίληψη περί παροχής δικαιώματος ακρόασης μόνο για σκοπούς μετριασμού της ποινής που δύναται να επιβληθεί. Συνεχίζοντας, η Προσφεύγουσα αναφέρει ότι το δικαίωμα ακρόασης που διασφαλίζει το άρθρο 12(1) του Νόμου υφίσταται για να δίδεται το δικαίωμα πλήρους ακρόασης για περιπτώσεις όπου δύναται να επιβληθεί ποινή προστίμου λόγω του «οιονεί ποινικού χαρακτήρα» μιας τέτοιας διαδικασίας στην οποία δύναται να επιβληθούν οι χρηματικές που προβλέπονται στην σχετική νομοθεσία. Σε τέτοιες περιπτώσεις η όλη διαδικασία πρέπει να χαρακτηρίζεται από τα εχέγγυα δίκαιης δίκης τα οποία όμως στην παρούσα υπόθεση δεν υπήρχαν καθότι η Απόφαση λήφθηκε πριν δοθεί το δικαίωμα πλήρους ακρόασης, που κατά την άποψη της Εταιρείας η Εντεταλμένη Υπηρεσία το έχει παραδεχτεί, που προβλέπει ο Νόμος.

6. Η Προσφεύγουσα είναι επίσης της άποψης ότι ουσιαστικά γεγονότα και/ ή σημαντικοί μετριαστικοί παράγοντες δεν λήφθηκαν δεόντως και/ ή καθόλου υπόψη στην Απόφαση. Ενδεικτικά έχει αναφέρει τους ακόλουθους:

(α) Κατά την ημέρα του Black Friday υπήρχαν μοναδικές τιμές προς όφελος των καταναλωτών και διαθέσιμοι περισσότεροι από 600 διαφορετικοί κωδικοί προϊόντων τεχνολογίας σε προσφορά.

(β) Το Black Friday του 2018 ήταν το πρώτο που η Εταιρεία επικοινωνήσε στην Κύπρο με κάθε επικοινωνιακό μέσο, οπότε δεν υπήρχε ιστορικό προηγούμενο, δηλαδή ήταν πολύ δύσκολο να προβλεφθεί με ακρίβεια η ζήτηση ενός προϊόντος.

(γ) Κατά το Black Friday του 2018 υπήρχαν δύο καταστήματα για τα οποία δεν υπήρχε ιστορικότητα πωλήσεων και μάλιστα το δεύτερο είχε ανοίξει μία μόλις μέρα πριν από το Black Friday. Ειδικότερα, το κατάστημα στο Παραλίμνι στις 18/02/18 και το κατάστημα στο Nicosia Mall στις 21/11/2018. Το τελευταίο ήταν υπό κατασκευή δύο 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.

(δ) 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 προσφορών στα καταστήματα και για την ίδια την ημέρα.

(ε) Κατά την ημέρα του Black Friday του 2018 πωλήθηκαν 11.590 τεμάχια προϊόντων τεχνολογίας χωρίς κανένα απολύτως πρόβλημα. Συνεπώς οι πρακτικές με τις οποίες ασχολήθηκε η Εντεταλμένη Υπηρεσία αποτελούν μεμονωμένες περιπτώσεις, αφού συνάγεται ότι κατά τα άλλα δεν υπήρχε κανένα παράπονο.

(στ) Η Εταιρεία ανταποκρίθηκε με κάθε ετοιμότητα σε κάθε αίτημα για την διερεύνηση των καταγγελιών.

(ζ) Σε τρεις από τις τέσσερις καταγγελίες οι πραγματικοί ισχυρισμοί δεν αποδείχτηκαν.

(η) Το γεγονός ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία μετέτρεψε την έρευνα της σε αυτεπάγγελτη βασιζόμενη σε στοιχεία που έδωσε η Εταιρεία καλή τη πίστη για σκοπούς άλλων ισχυρισμών χωρίς να δοθεί η δέουσα προειδοποίηση.

7. Η κατ' ισχυρισμό της Εντεταλμένης Υπηρεσίας προσκόμιση «αντιφατικών στοιχείων», εύρημα το οποίο η Προσφεύγουσα αμφισβητεί κατηγορηματικά, της δόθηκε υπερβολική έμφαση σε βαθμό που αυτό λήφθηκε υπόψη ως επιβαρυντικός παράγοντας που επηρέασε το ύψος του προστίμου. Αυτό έγινε ενώ δεν είχε διαφανεί με κανένα τρόπο ότι υπήρξε κακοπιστία και/ ή ότι κάτι τέτοιο έγινε σκόπιμα. Υπό τις περιστάσεις αυτό αποτελεί παραβίαση της αρχής της αναλογικότητας και της αρχής της καλής πίστης.

8. Με βάση τα πιο πάνω που έχουν εκτεθεί από την Προσφεύγουσα, τη φύση των παραβάσεων και το πραγματικό πλαίσιο μέσα στο οποίο έλαβαν χώρα οι υπό διερεύνηση πρακτικές, το ύψος του προστίμου που επιβλήθηκε με την Απόφαση είναι, για την Προσφεύγουσα, χωρίς αμφιβολία υπερβολικό και/ ή παραβιάζει την αρχή της αναλογικότητας.

9. Το πρόστιμο κρίνεται από την Προσφεύγουσα υπερβολικό και αν ληφθεί υπόψη το πρόστιμο που έχει επιβληθεί σε άλλες υποθέσεις αλλά και του γεγονότος ότι κατά

την ημερομηνία επιβολής του προστίμου, ήτοι στις 10/07/2020, ο κύκλος εργασιών της Εταιρείας ήταν πολύ μειωμένος λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού.

10. Ακόμη η Προσφεύγουσα εκφράζει τη θέση ότι η Απόφαση δεν επεξηγεί με ποια κριτήρια καθορίστηκε το ύψος του προστίμου στην παρούσα υπόθεση. Σημειώνεται ότι στην απόφαση δεν γίνεται αναφορά σε οποιαδήποτε προηγούμενη απόφαση, ώστε να μπορέσει να κατανοήσει η Εταιρεία με ποια κριτήρια το πρόστιμο καθορίστηκε στις €50.000 που συγκριτικά με προηγούμενες αποφάσεις της Καθ' ης η προσφυγή είναι πολύ υψηλό. Λαμβάνοντας υπόψη του μετριαστικούς παράγοντες που έχει επικαλεστεί η Προσφεύγουσα το πρόστιμο, κατά την ίδια, παραβιάζει την αρχή της αναλογικότητας.

11. Η Προσφεύγουσα ολοκληρώνει εκφράζοντας τη θέση ότι η Απόφαση δεν είναι επαρκώς αιτιολογημένη τόσο ως προς τον καθορισμό του ύψους του προστίμου όσο και ως προς την απόφαση να επιβληθεί πρόστιμο για τις σχετικές παραβάσεις.

Δ. ΘΕΣΕΙΣ ΚΑΘ'ΗΣ Η ΠΡΟΣΦΥΓΗ

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία αντέκρουσε τους ισχυρισμούς και τις θέσεις της Προσφεύγουσας με την πιο κάτω επιχειρηματολογία, την οποία παραθέτουμε η ίδια την ανέπτυξε.

1. Αναφορικά με τη θέση της Προσφεύγουσας ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία αυθαίρετα και/ή λανθασμένα και/ή αναιτιολόγητα και/ή κατά παράβαση της σχετικής νομοθεσίας αποφάνθηκε ότι υπό τις περιστάσεις οι υπό εξέταση περιπτώσεις πρόσκλησης αγοράς αναφορικά με τα προϊόντα Τηλεόραση HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000, Playstation VR & Playstation VR Worlds & Playstation Camera και Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player-AT Games, αποτελούσαν υπόσχεση ότι τα εν λόγω προϊόντα θα ήταν διαθέσιμα μέχρι τις 23/11/2018 και ότι το συμπέρασμα της Υπηρεσίας βασίστηκε σε μια αυθαίρετη ερμηνεία της φράσης «και μέχρι τη μεγάλη μέρα, κάθε μέρα προσφορές», η Καθ' ης η προσφυγή είναι της θέσης, όπως διατυπώνεται στα σημεία 5.1.1.1 και 7.3.2.2 της Απόφασης, 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. Ανεξάρτητα όμως από αυτό, όπως φαίνεται και από το σκεπτικό της Απόφασης η φράση «και μέχρι τη μεγάλη μέρα, κάθε μέρα προσφορές» ήταν ένα από τα κριτήρια που οδήγησε στο συμπέρασμα περί διαπίστωσης παράβασης και όχι το μοναδικό.

2. Στον ισχυρισμό της Προσφεύγουσας ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει βασίσει μεγάλο μέρος της Απόφασης της στην λανθασμένη διαπίστωση της περί δήθεν «πρόσκλησης για αγορά για την ημέρα του Black Friday» και παραθέτει κάποια σημεία της Απόφασης στα οποία όπως ισχυρίζεται δεν τεκμηριώνεται η ύπαρξη πρόσκλησης για αγορά, η Καθ' ης η προσφυγή αντιπαραβάλλει ότι η ύπαρξη «πρόσκλησης για αγορά» τεκμηριώνεται επαρκώς στα σημεία 6.1.1.1, 6.1.2.1 και 6.1.3.1 όπου αναλύονται για κάθε προϊόν ξεχωριστά οι λόγοι που συντρέχουν και τεκμηριώνουν ύπαρξη «πρόσκλησης για αγορά» στις υπό διερεύνηση εμπορικές πρακτικές.

3. Σε σχέση με την προσφορά για την τηλεόραση HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000, ενώ η Προσφεύγουσα προέβη στην αφαίρεση της διαφήμισης στις 20/11/2018 από την ιστοσελίδα της όταν το προϊόν είχε εξαντληθεί, ισχυρίζεται ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία λανθασμένα και/ή αυθαίρετα και/ή χωρίς αναφορά σε οποιαδήποτε συγκεκριμένη πρόνοια της σχετικής νομοθεσίας ή νομολογίας αποφάσισε στο σημείο 6.1.1.3 της Απόφασης ότι ο τερματισμός της διαφήμισης δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ισοδύναμη ενέργεια γνωστοποίησης. Επίσης, η Προσφεύγουσα ισχυρίζεται ότι η Εντεταλμένη αποφάσισε αυθαίρετα ότι ο τερματισμός διαφήμισης δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ισοδύναμη ενέργεια γνωστοποίησης, χωρίς όμως να αιτιολογεί με σαφήνεια τι θα θεωρείτο επαρκής γνωστοποίηση υπό περιστάσεις. Σε αυτές τις θέσεις η Εντεταλμένη Υπηρεσία διατύπωσε ότι κατά τη διάρκεια διεξαγωγής μιας έρευνας αξιολογεί γεγονότα. Ότι δεν είναι σε θέση να αξιολογεί υποθετικά σενάρια, τα οποία στη βάση πραγματικών δεδομένων ίσως παρερμηνευθούν. Ως εκ τούτου και στην συγκεκριμένη υπόθεση η Εντεταλμένη Υπηρεσία αξιολόγησε τις ενέργειες του εμπορευομένου χωρίς να υπεισέλθει σε αξιολόγηση υποθετικών ενεργειών στις οποίες ο εμπορευόμενος θα μπορούσε να προβεί.

4. Στον ισχυρισμό της Εταιρείας ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία παρέλειψε να λάβει υπόψη το ότι δεν υπήρξε καμία ειδική προωθητική ενέργεια και/ή ξεχωριστή αναφορά για το εν προϊόν Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games, ούτε οποιαδήποτε ενέργεια συγκεκριμένα για το κατάστημα στο Παραλίμνι και ότι η προσφορά εμφανιζόταν μόνο αν κάποιος ακολουθούσε τον σύνδεσμο «700+ κονσόλες από 39€ δεξ εδώ», η Καθ' ης η προσφυγή παράθεσε τον όρο της «εμπορικής πρακτικής» του άρθρου 2 του Νόμου για να καταλήξει στο ότι ο συγκεκριμένος σύνδεσμος αποτελούσε εμπορική πρακτική με βάση την ερμηνεία του Νόμου. Επίσης, η Εντεταλμένη Υπηρεσία αναφέρει ότι όταν κάποιος καταναλωτή ακολουθούσε τον εν λόγω σύνδεσμο και έφτανε στην προσφορά του προϊόντος, έβλεπε την επιγραφή «Διαθέσιμο μόνο στα καταστήματα». Ως εκ τούτου δεν απαιτούνταν κάποια ιδιαίτερη προωθητική ενέργεια για κάθε κατάστημα ξεχωριστά, αφού η εν λόγω επιγραφή δημιουργούσε στον μέσο καταναλωτή την εντύπωση ότι το προϊόν θα ήταν διαθέσιμο σε όλα τα καταστήματα χωρίς εξαιρέσεις, από την στιγμή που το κατάστημα στο Παραλίμνι δεν εξαιρείτο ρητά.

5. Ακολούθως, η Εντεταλμένη Υπηρεσία αντικρούει τον ισχυρισμό της Εταιρείας κατά τον οποίο η πρώτη αγνόησε τη θέση της δεύτερης αναφορικά με το Playstation VR & Playstation VR Worlds & Playstation Camera και δεν έλαβε υπόψη ότι δεν υπήρχε καμία ειδική προωθητική ενέργεια και/ή ξεχωριστή αναφορά για το εν λόγω προϊόν, κρίνοντας ότι υπήρχε παράβαση χωρίς και πάλι να λάβει υπόψη την πολύ μικρή «κλίμακα διαφήμισης του προϊόντος». Η Καθ' ης η προσφυγή απέρριψε τη θέση αυτή επαναλαμβάνοντας όλα όσα αναγράφονται στο σημείο 5.1.3.1 της Απόφασης. Ως εκ τούτου, καταλήγει η Καθ' ης η προσφυγή, δεν αγνοήθηκε η θέση της Εταιρείας, αλλά αυτή σχολιάστηκε και τεκμηριώθηκε η ύπαρξη εμπορικής πρακτικής, σύμφωνα με την ερμηνεία που δίνει ο Νόμος, όπως και στην αμέσως προηγούμενη παράγραφο αναφέρθηκε.

6. Στη θέση της Προσφεύγουσας ότι ο κωδικός για το προϊόν Playstation VR & Playstation VR Worlds & Playstation Camera είχε απόθεμα Παγκύπρια 13 τεμάχια ακόμα και στο τέλος της μέρας της 23/11/2018, αποτελεί τρανταχτή απόδειξη ότι υπήρχαν εύλογες ποσότητες για το προϊόν που ήταν σε προσφορά και ότι δεν είχε πρόθεση να εφαρμόσει οποιαδήποτε πρακτική που αποτελούσε

«διαφήμιση δόλωμα», η Καθ' ης η προσφυγή επαναλαμβάνει σχεδόν ολόκληρη την Τρίτη παράγραφο του σημείου 7.3.3.2, στο οποίο απόσπασμα αναγράφει:

«[...] 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 της Καθ' ης η προσφυγή μας).»

Η Εντεταλμένη Υπηρεσία, βασιζόμενη στην πιο πάνω αναφερόμενη επιστολή, απορρίπτει τον ισχυρισμό της Εταιρείας ότι για το εν λόγω προϊόν υπήρχε απόθεμα Παγκύπρια δεκατριών (13) τεμαχίων ακόμα και στο τέλος της μέρας της 23/11/2018. Η ίδια έχει συμπεράνει ότι σύμφωνα με τα λεγόμενα της ίδιας της Εταιρείας τα δεκατρία (13) τεμάχια ήταν ο παγκύπριος αρχικά διαθέσιμος αριθμός τεμαχίων ο οποίος και εξαντλήθηκε πολύ νωρίς.

7. Στη συνέχεια, η Καθ' ης η προσφυγή αντικρούει τον ισχυρισμό της Προσφεύγουσας ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν είχε το δικαίωμα να μετατρέψει την εν λόγω έρευνα συγκεκριμένων καταγγελιών σε αυτεπάγγελτη έρευνα με τον τρόπο που το έπραξε χωρίς την δέουσα προειδοποίηση. Σε κάθε περίπτωση, κατά την Προσφεύγουσα, ο τρόπος με τον οποίο η Υπηρεσία χειρίστηκε την έρευνα χρησιμοποιώντας στοιχεία που ζητήθηκαν και δόθηκαν για σκοπούς υπεράσπισης σε συγκεκριμένες καταγγελίες έχει παραβιάσει το δικαίωμα της για δίκαιη δίκη, με την όλη στάση της Υπηρεσίας παραβιάζει την αρχή της καλής πίστης. Η Καθ' ης η προσφυγή από την πλευρά της με παράθεση του κειμένου του άρθρου 11(1)(α) του Νόμου, δηλώνει ότι δεν αναφέρεται στο Νόμο, ούτε προκύπτει από κάποιο άλλο νόμο ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία υποχρεούται να ενημερώνει τον ενδιαφερόμενο σχετικά με την αφορμή με την οποία ξεκίνησε κάποια έρευνα. Συνεχίζει και με αναφορά στο δεύτερο εδάφιο του ίδιου άρθρου αναφέρει ότι προκύπτει οι εξουσίες για έρευνα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας είναι οι ίδιες είτε η έρευνα αφορά διερεύνηση παραπόνου είτε αφορά αυτεπάγγελτη έρευνα. Ως εκ τούτου, κατέληξε η Εντεταλμένη Υπηρεσία, ακόμη και στις περιπτώσεις, όπως η συγκεκριμένη, ενημερώνονταν η Εταιρεία ότι η έρευνα αφορούσε διερεύνηση παραπόνων, δεν υπάρχει κάτι που να την εμποδίζει να επεκτείνει την έρευνά της σε περίπτωση που από τα στοιχεία που θα συλλέγονταν θα κρινόταν ότι αυτό απαιτείται.

8. Τον ισχυρισμό της Προσφεύγουσας ότι η αναφορά «μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων» αγνοήθηκε εντελώς από την Καθ' ης η προσφυγή, η τελευταία τον απορρίπτει με παραπομπή στο σημείο 5.1.1.2 της Απόφασης, όπου κατά την ίδια έγινε εκτενής σχολιασμός του θέματος.

9. Με την επόμενη της επιχειρηματολογία η Εντεταλμένη Υπηρεσία αντικρούει τον ισχυρισμό της Εταιρείας κατά τον οποίο η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν έδωσε τη δέουσα σημασία στην αφαίρεση των διαφημίσεων αναφορικά με την Τηλεόραση HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000 κατά το στάδιο της εξέτασης της ύπαρξης παράβασης παρά το ότι το αποδέχθηκε ως μετριαστικό παράγοντα. Η Καθ' ης η προσφυγή αναφέρει ότι η εν λόγω ενέργεια

λήφθηκε ως μετριαστικός παράγοντας στο σημείο 8.4 της Απόφασης. Ακόμη, παράθεσε αυτούσιες τις παραγράφους δύο και τρία του σημείου 5.1.1.4 της Απόφασης με τις οποίες ανέλυσε το σκεπτικό υιοθέτησης της θέσης της.

10. Κατά ανάλογο τρόπο, η Καθ' ης η προσφυγή απορρίπτει τον ισχυρισμό της Προσφεύγουσας όπου η Εντεταλμένη Υπηρεσία παρέλειψε να δώσει τη δέουσα βαρύτητα στο γεγονός ότι μόλις εξαντλήθηκε η Τηλεόραση HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000, αναρτήθηκε αμέσως στην ιστοσελίδα η ένδειξη «sold out». Συγκεκριμένα, η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει παραπέμψει στο σημείο 7.3.2.4 στους οποίους αναλύονται οι λόγοι για τους οποίους έχει απορρίψει τον ισχυρισμό ότι η Εταιρεία είχε προβεί στη συγκεκριμένη ενέργεια.

11. Ο επόμενος ισχυρισμός που απορρίπτει η Καθ' ης η προσφυγή είναι εκείνος κατά τον οποίο, σύμφωνα με την Προσφεύγουσα, είναι απόλυτα θεμιτό για μια εταιρεία με τόσα καταστήματα και σε σχέση με τέτοιου είδους προϊόντα, εάν κάποιος πελάτης επιθυμεί ένα προϊόν το οποίο τυγχάνει να μην υπάρχει διαθέσιμο στο συγκεκριμένο κατάστημα άμεσα, να το παραγγέλλει ή αγοράζει επί τόπου και αυτό να του παραδίδεται σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα, άνευ εξόδων, είτε στην οικία του είτε στο κατάστημα της επιλογής του. Η Καθ' ης η προσφυγή παρέπεμψε στην ανάλυση του σκεπτικού του σημείου 5.1.2.7 της Απόφασης, το οποίο συνοψίζεται στη θέση ότι κάτι τέτοιο δεν είναι θεμιτό όταν ο καταναλωτής έχει λάβει πρόσκληση για αγορά και έχει πάρει την απόφαση συναλλαγής, να μεταβεί στο κατάστημα του εμπορευόμενου.

12. Σε σχέση με την αναφορά στην απόφαση του Δ.Ε.Ε στην υπόθεση C-281/12 που επικαλέστηκε η Εντεταλμένη Υπηρεσία στο σημείο 5.1.2.7 της Απόφασης, η Προσφεύγουσα ισχυρίζεται η συγκεκριμένη απόφαση δεν υποστηρίζει τις θέσεις της Εντεταλμένης Υπηρεσίας καθότι η εν λόγω υπόθεση αφορούσε τελείως διαφορετική περίπτωση και περιστατικά. Από την πλευρά της η Εντεταλμένη Υπηρεσία εκφράζει τη θέση ότι η αναφορά στη συγκεκριμένη υπόθεση δεν γίνεται με βάση την περίπτωση και τα περιστατικά με τα οποία αυτή πραγματεύεται, αλλά επειδή η συγκεκριμένη απόφαση διευκρινίζει ότι «η απόφαση εισόδου σε εμπορικό κατάστημα αποτελεί απόφαση συναλλαγής». Η προσέγγιση αυτή, κατά την Καθ' ης η προσφυγή μπορεί να εφαρμοστεί σε όλες τις περιπτώσεις όπου η ίδια Υπηρεσία καλείται να ερμηνεύσει τον όρο «απόφαση συναλλαγής» άσχετα με την περίπτωση και τα περιστατικά της κάθε υπόθεσης.

13. Τον ισχυρισμό της Προσφεύγουσας ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία λανθασμένα και αδικαιολόγητα διαπίστωσε αντιφάσεις κατά τη διάρκεια της έρευνας της, σε βαθμό που αυτό λανθασμένα λήφθηκε υπόψη και ως ο μοναδικός επιβαρυντικός παράγοντας στην επιβολή του προστίμου, η Εντεταλμένη Υπηρεσία παρέπεμψε στα σημεία 5.1.2.5, 5.1.2.3 και 5.1.3.5 της Απόφασης, στα οποία γίνεται εις βάθος ανάλυση των εν λόγω αντιφάσεων.

14. Με την επόμενη της επιχειρηματολογία η Προσφεύγουσα αντέκρουσε τους ισχυρισμούς της Προσφεύγουσας όπου της καταλογίζει ότι αγνόησε τα στοιχεία που της είχαν προσκομιστεί, που στην απουσία άλλης αντίθετης και/ ή καλύτερης μαρτυρίας και ειδικά όταν αυτός που τα προσκομίζει διευκρινίζει ποια είναι τα ορθά στοιχεία που ο ίδιος κατέχει και ο ίδιος επιλέγει να επικαλεστεί. Επίσης, στο σημείο αυτό η Εταιρεία ισχυρίστηκε ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία αδικαιολόγητα και άδικα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι εξαντλήθηκαν όλες οι διαθέσιμες ποσότητες του προϊόντος Playstation VR & Playstation VR Worlds & Playstation Camera αγνοώντας τα επικαιροποιημένα, όπως η ίδια ισχυρίζεται, στοιχεία που

δόθηκαν με την πιο πρόσφατη επιστολή επιμένοντας (η Καθ' ης η προσφυγή) να ακολουθήσει τα λεγόμενα με την επιστολή ημερομηνίας 18/3/2019 τα οποία μετέπειτα ανακλήθηκαν. Ειδικότερα, η Καθ' ης η προσφυγή απορρίπτει τους πιο πάνω ισχυρισμούς αναφέροντας ότι η Εταιρεία διευκρίνισε ποια είναι τα ορθά στοιχεία από αυτά που παρουσίασε και τα οποία ήταν αντιφατικά και ότι η ίδια επέλεξε ποια επιθυμούσε να επικαλεστεί. Ποτέ, κατά την Καθ' ης η προσφυγή, δεν ανακάλεσε οποιαδήποτε στοιχεία, ούτε ανέφερε ποτέ ότι τα αντιφατικά στοιχεία που προσκόμισε ήταν επικαιροποιημένα στοιχεία. Αντιθέτως, η Εντεταλμένη Υπηρεσία ενημέρωσε την Εταιρεία, με την επιστολή της με ημερομηνία 18/09/2019, για την ύπαρξη των συγκεκριμένων αντιφάσεων, αναφέροντας της επίσης τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξε λαμβάνοντας υπόψη μεταξύ άλλων και αυτές τις αντιφάσεις, η Εταιρεία δεν αμφισβήτησε τα όσα διατύπωσε η Εντεταλμένη Υπηρεσία στην εν λόγω επιστολή.

15. Η Καθ' ης η προσφυγή αντιμετωπίζει ακολουθώντας τον ισχυρισμό ότι στο σημείο 7.3.1.3 της Απόφασής της υπάρχει η αναφορά για ύπαρξη δύο προϊόντων που φαίνεται να ανήκουν στην ίδια κατηγορία και στην ίδια τιμή με το προϊόν Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games, χωρίς όμως να είχε προβεί -η Εντεταλμένη Υπηρεσία- στην δέουσα έρευνα και/ ή να ζητήσει από την Εταιρεία περαιτέρω στοιχεία αποφάνθηκε ότι δεν προσκομίστηκαν οποιαδήποτε στοιχεία. Επιπρόσθετα, η Προσφεύγουσα ότι ενώ στη σχετική λίστα υπήρχαν τρία προϊόντα, στο σημείο 7.3.1.3 της Απόφασης η Εντεταλμένη Υπηρεσία επέλεξε χωρίς οποιαδήποτε αιτιολογία να αναφερθεί σε μόνο σε δύο προϊόντα αντί σε τρία (επιπλέον από το επίμαχο) διαπιστώνοντας «και πάλι αντίφαση» χωρίς να αναφέρει τον λόγο που αποκλείει εκ προοιμίου το ένα από τα τρία τέτοια (επιπρόσθετα) προϊόντα που περιέχονται στον κατάλογο που προσκομίστηκε.

Με αναφορά στο αμέσως πιο πάνω αναφερόμενο σημείο της Απόφασης η Καθ' ης η προσφυγή αναφέρει ότι η Προσφεύγουσα κατά τη διαδικασία της ακρόασης, και όχι κατά την διάρκεια της έρευνας, προσκόμισε κατάλογο στον οποίο φαίνονται τρία (3) προϊόντα τα οποία, όπως ισχυρίζεται, είναι ισοδύναμα με το υπό διερεύνηση προϊόν GC CONS SEGA MEGADRIVE ULTIMATE και τα οποία ήταν διαθέσιμα στο κατάστημα του Παραλιμνίου κατά την ημέρα του Black Friday στην ίδια τιμή και ως εκ τούτου θα μπορούσαν να πωληθούν αυτά αντί του επίμαχου προϊόντος. Αποτελεί θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι σε τέτοιες περιπτώσεις το βάρος της απόδειξης ως προς την ισότητα των προϊόντων φέρει ο ίδιος ο εμπορευόμενος κάτι που δεν έπραξε. Επιπλέον, η Καθ' ης η προσφυγή παράθεσε αυτούσια την δεύτερη παράγραφο του σημείου 7.3.1.3 της Απόφασης για να στοιχειοθετήσει την επιλογή της να αναφερθεί σε δύο αντί τρία προϊόντα και να καταδείξει την αντίφαση που εντόπισε. Η αντίφαση εντοπίζεται, από την Καθ' ης η προσφυγή στο ότι στον κατάλογο που προσκομίστηκε φαίνονται τρία (3) προϊόντα τα οποία, όπως ισχυρίζεται η Εταιρεία, είναι ισοδύναμα με το υπό διερεύνηση προϊόν GC CONS SEGA MEGADRIVE ULTIMATE και ήταν διαθέσιμα, όπως ανέφερε η Εταιρεία, στο κατάστημα Παραλιμνίου. Το ένα (1) όμως εκ των τριών (3) αυτών προϊόντων ήταν το ίδιο το προϊόν GC CONS SEGA MEGADRIVE ULTIMATE το οποίο η Εταιρεία είχε παραδεχτεί ότι δεν ήταν διαθέσιμο στο κατάστημα Παραλιμνίου.

16. Ακολουθεί η τοποθέτηση της Καθ' ης η προσφυγή στον ισχυρισμό ότι ενώ στο Σημείο 7.3.4.4 της Απόφασης, η Εντεταλμένη Υπηρεσία αναφέρει ότι κατέληξε σε διαπίστωση παράβασης στις 15 Ιανουαρίου 2020 αφού έλαβε υπόψη όλες τις θέσεις των πελατών μας, κατά την ακρόαση ημερομηνίας 11/02/2020, ο

Διευθυντής της Υπηρεσίας ανέφερε ότι δεν έχει παρθεί οποιαδήποτε απόφαση και ότι ο σκοπός της ακρόασης ήταν για να ακουστούν οι θέσεις των πελατών μας και τότε να ληφθεί η τελική απόφαση της Υπηρεσίας ενώ μετά λειτουργός της Εντεταλμένης Υπηρεσίας δηλώνει το αντίθετο. Αρχικά η Εντεταλμένη Υπηρεσία ξεκαθαρίζει τη χρήση των όρων «διαπίστωση» και «απόφαση» στον Νόμο. Παράθεσε αποσπάσματα από άρθρα του Νόμου ως ακολούθως. Στο άρθρο 11(2) του Νόμου αναφέρεται ότι «Όταν η Εντεταλμένη Υπηρεσία, κατά τη δύναμη του εδαφίου (1) του παρόντος άρθρου διερεύνηση παραπόνου ή αυτεπάγγελτη έρευνα, **διαπιστώσει** παράβαση (σ.σ τα μαύρα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας) του παρόντος Νόμου, έχει εξουσία να προβαίνει στις πιο κάτω ενέργειες [...]». Μια από τις ενέργειες στις οποίες έχει εξουσία να προβαίνει η Εντεταλμένη Υπηρεσία, αφού διαπιστώσει παράβαση, σύμφωνα με το άρθρο 11(2)(δ) είναι και η επιβολή διοικητικού προστίμου. Στο άρθρο 12(1) του Νόμου αναφέρεται ότι «Τα προβλεπόμενα διοικητικά πρόστιμα, επιβάλλονται στον παραβάτη, με αιτιολογημένη **απόφαση** (σημείωση: τα έντονα μαύρα γράμματα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας) της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, αφού ακούσει ή δώσει την ευκαιρία στον ενδιαφερόμενο παραβάτη ή εκπρόσωπό του να ακουστεί, προφορικά ή/και γραπτά». Το συμπέρασμα, κατά την Καθ' ης η προσφυγή, από την παράθεση αυτή είναι ότι οι παραβάσεις διαπιστώνονται και σε περίπτωση επιβολής διοικητικού προστίμου αυτά επιβάλλονται με απόφαση.

Η Καθ' ης η προσφυγή πρόσθεσε ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση, η Εταιρεία ενημερώθηκε στις 15 Ιανουαρίου 2020 ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία ολοκλήρωσε την έρευνά της και ότι διαπίστωσε παράβαση. Την κάλεσε επίσης σε ακρόαση, αναφέροντάς της ότι υπήρχε η πιθανότητα επιβολής διοικητικού προστίμου. Κατά την διάρκεια της ακρόασης, ο Διευθυντής διευκρίνισε ότι δεν πάρθηκε κάποια απόφαση και ότι ο σκοπός της συνάντησης αυτής ήταν για να ακουστούν οι θέσεις της Εταιρείας και να ληφθεί τότε η τελική απόφαση. Είναι ξεκάθαρο με βάση τα πιο πάνω ότι ο Διευθυντής αναφερόταν στην απόφαση για το αν θα επιβληθεί διοικητικό πρόστιμο ή όχι. Στη συνέχεια η συγκεκριμένη λειτουργός της Εντεταλμένης Υπηρεσίας επέστησε την προσοχή των παρευρισκόμενων στην επιστολή της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ημερομηνίας 15/01/2020, συγκεκριμένα προς το τέλος της επιστολής στην παράγραφο 4 όπου αναφέρεται ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει διαπιστώσει παράβαση του άρθρου 4(4) του Νόμου σε συνδυασμό με το σημείο 5 του Παραρτήματος Ι στην υπό κρίση εμπορική πρακτική. Είναι ξεκάθαρο και εδώ, για την Εντεταλμένη Υπηρεσία, με βάση τα πιο πάνω, ότι η αναφορά ήταν στην διαπίστωση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας για ύπαρξη παράβασης.

17. Όσο αφορά τους ισχυρισμούς της Προσφεύγουσας ότι ουσιαστικά γεγονότα και/ ή σημαντικούς σχετικούς μετριστικούς παράγοντες που δεν λήφθηκαν δεόντως και/ ή καθόλου υπόψη στην Απόφαση, όπως και στην παράγραφο Γ.6. της παρούσας απόφασης παρουσιάζονται, η Καθ' ης η προσφυγή τους απορρίπτει, καθώς σύμφωνα με την ίδια έχουν ληφθεί υπόψη και σχολιάστηκαν στο σημείο 7.3.4 της Απόφασης.

18. Τέλος, η Εντεταλμένη Υπηρεσίας τοποθετήθηκε στον ισχυρισμό της Εταιρείας ότι το πρόστιμο που επιβλήθηκε με την Απόφαση κρίνεται υπερβολικό λαμβάνοντας υπόψη το πρόστιμο που έχει επιβληθεί σε άλλες υποθέσεις. Ειδικότερα, η Εντεταλμένη Υπηρεσία είναι της θέσης ότι η Εταιρεία δεν έχει τεκμηριώσει αυτή της την θέση καθώς δεν ανέφερε ποιες άλλες υποθέσεις έχει υπόψη της και ως εκ τούτου η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν μπορεί να τοποθετηθεί

επί τούτου. Όμως, η Καθ' ης η προσφυγή ανέφερε ενδεικτικά ότι για την ίδια παράβαση επιβλήθηκε στην Lidl διοικητικό πρόστιμο ύψους είκοσι χιλιάδες ευρώ (€20.000) με την Απόφαση 2014/09(ΑΠ) για υπόθεση η οποία αφορούσε μόνο ένα (1) προϊόν (ενώ η παρούσα υπόθεση αφορούσε τρία (3) προϊόντα). Επίσης, στο ίδιο νομικό πρόσωπο επιβλήθηκε στη συνέχεια διοικητικό πρόστιμο ύψους ογδόντα χιλιάδες ευρώ (€80.000) με την Απόφαση 2018/02 (ΑΠ) για παρόμοιες πρακτικές. Το συγκεκριμένο διοικητικό πρόστιμο μειώθηκε στις τριάντα χιλιάδες ευρώ (€30.000) μετά από ιεραρχική προσφυγή ενώπιον του τέως Υπουργού.

Ε. ΘΕΣΕΙΣ ΥΠΟΥΡΓΟΥ

1. Έχω μελετήσει διεξοδικά τις σχετικές πρόνοιες του Νόμου, την Απόφαση και το διοικητικό φάκελο της υπόθεσης. Καλούμαι με βάση τις πρόνοιες του εδαφίου 4 του άρθρου 12 του περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμου του 2007 (103(Ι)/2007) όπως:

- (α) επικυρώσω την προσβληθείσα απόφαση·
- (β) ακυρώσω την προσβληθείσα απόφαση·
- (γ) τροποποιήσω την προσβληθείσα απόφαση·
- (δ) προβώ σε έκδοση νέας απόφασης σε αντικατάσταση προσβληθείσας·

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο Νόμος έχει καταργηθεί πρόσφατα με το άρθρο 74(α) του Ν. 112(Ι)/2021. Παρόλα αυτά η υπόθεση θα κριθεί με βάση τον Νόμο καθότι ήταν το νομοθέτημα το οποίο βρισκόταν σε ισχύ κατά τον ουσιώδη χρόνο των παραβάσεων έχουν καταλογιστεί με την Απόφαση.

2. Έχω μελετήσει επίσης τις θέσεις της Καθ' ης η Προσφυγή και τις θέσεις της Προσφεύγουσας όπως αυτές κατατέθηκαν με την επιστολή της, ημερομηνίας 11 Αυγούστου 2020 και αναπτύχθηκαν κατά τη διεξαγωγή της ενώπιον μου ακρόασης. Κατά την κρίση των θέσεων των μερών της υπόθεσης θα ακολουθήσουμε τη σειρά με την οποία παρατέθηκαν οι θέσεις από την Προσφεύγουσα, οι οποίες θα αντιπαρατίθενται από τις θέσεις της Καθ' ης η προσφυγή, στο τέλος θα καταγράφονται οι δικές μας θέσεις. Οι αναφορές σε παραγράφους στο παρόν Μέρος της απόφασής μας θα είναι σε παραγράφους της ανά χείρας απόφασης, εκτός εάν αναφέρεται ρητά ότι πρόκειται για παράγραφο άλλου εγγράφου.

3. (α) Αρχή θα κάνουμε με τις επιχειρηματολογίες των παραγράφων **Γ.1.(α)** και **Δ.1.** και αφορούν την πρόσκληση αγοράς για τα Προϊόντα και ειδικότερα στην τοποθέτηση των μερών στην ερμηνεία της φράσης «και μέχρι τη μεγάλη μέρα, κάθε μέρα προσφορές». Παρατηρούμε ότι υπάρχει διαφορετική ερμηνευτική προσέγγιση της φράσης αυτής. Καθοδηγητικός για εμάς θα πρέπει να είναι ο Νόμος, του οποίου τις πρόνοιες καλούμαστε να ελέγξουμε εάν έχουν τηρηθεί. Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Νόμου η φράση αυτή εμπίπτει στις εμπορικές πρακτικές ως μία διαφήμιση που σκοπό έχει την προώθηση προϊόντων σε καταναλωτές. Επομένως, καθοριστικό είναι το μήνυμα που περνά ή μπορεί να περάσει στους καταναλωτές. Η θεώρηση πρέπει να λαμβάνει υπόψη τόσο τη φράση στην ολότητα της όσο και το πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτή επενεργούσε,

δηλαδή τις προωθητικές ενέργειες που αφορούσαν το αποκαλούμενο ως Black Friday του 2018, της 23^{ης} Νοεμβρίου της αυτής χρονιάς. Στην υπό εξέταση εμπορική πρακτική το μήνυμα από το λεκτικό της είναι ότι, κάθε μέρα θα υπάρχουν προσφορές μέχρι και την ημέρα του Black Friday. Παρατηρούμε δηλαδή ότι, από την έναρξη της προωθητικής ενέργειας θα υπάρχουν κάθε ημέρα προσφορές οι οποίες θα συνεχιστούν μέχρι και την 23^η Νοεμβρίου 2018. Είμαστε της άποψης ότι αυτό είναι και το μήνυμα που θα μπορούσε να εκλάβει ο μέσος καταναλωτής.

(β) Η αναφορά της Προσφεύγουσας ότι το δεύτερο μέρος της φράσης παραπέμπει σε ημερήσιες προσφορές που προσφέρονταν πριν από τις 23/11/2018, δεν μας φέρει σύμφωνους. Εάν στην εμπορική πρακτική γινόταν λόγος για «ημερήσιες προσφορές» αντί για «κάθε μέρα προσφορές» η αντιμετώπιση μας θα ήταν διαφορετική. Αυτό δεν σημαίνει ότι αμφισβητούμε το ενδεχόμενο αυτή να ήταν η πραγματική της πρόθεση, παρόλο που οφείλουμε να αναφέρουμε ότι εντοπίζουμε ασυνέπεια στην επιχειρηματολογία. Από τη μία γίνεται επίκληση ημερήσιων προσφορών και από την άλλη γίνεται λόγος για προσφορές που ανακοινώνονται πριν από την «μεγάλη μέρα» και θα συνεχίζονται μέχρι εκείνη τη μέρα. Σε κάθε περίπτωση, έργο μας είναι η εξέταση του μηνύματος που περνά ή μπορεί να περάσει η διαφήμιση στους αποδέκτες της και οφείλουμε να παραμείνουμε στα πλαίσια της διαφημιστικής ενέργειας ώστε να καταγνωστεί ο αντικειμενικός της αντίκτυπος στους καταναλωτές. Έτσι, για τους πιο πάνω λόγους ο ισχυρισμός της Προσφεύγουσας επί του συγκεκριμένου θέματος απορρίπτεται και υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή.

4. (α) Σειρά παίρνουν οι θέσεις της Προσφεύγουσας όπως παρουσιάζεται στην παράγραφο Γ.1.(β), ήτοι την αφαίρεση της διαφήμισης της τηλεόρασης τηλεόραση HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000 και τη σχετική αντιμετώπισή της από την Καθ' ης η προσφυγή. Η απάντηση στις θέσεις αυτές καταγράφεται στην παράγραφο Δ.3.. Το αντικείμενο προς εξέταση εδώ είναι κατά πρώτο κατά πόσο η αφαίρεση της διαφήμισης αποτελούσε ισοδύναμη ενέργεια γνωστοποίησης και κατά δεύτερο το βάσιμο του ισχυρισμού της Προσφεύγουσας στο ότι η Καθ' ης η προσφυγή δεν αιτιολόγησε με σαφήνεια τί θα θεωρείτο επαρκής γνωστοποίηση υπό τις περιστάσεις.

(β) Λαμβάνοντας υπόψη τη μορφή του προστατευτικού προς τους καταναλωτές πνεύματος του Νόμου είμαστε της άποψης ότι η αξιολόγηση της περίπτωσης αυτής, όπως εξάλλου και όλων των θεμάτων που ρυθμίζει ο Νόμος, θα πρέπει να έχει ως οδηγό την προστασία του καταναλωτή. Έτσι, για την περίπτωση αυτής της διαφήμισης σημαντικό είναι το εύρος του καταναλωτικού κοινού που έχει ενημερωθεί. Σχετικά στοιχεία δεν μας έχουν παρασχεθεί ούτε από την Προσφεύγουσα αλλά ούτε και από την Καθ' ης η προσφυγή. Όμως, από τα πρακτικά της ακρόασης που διεξήχθη ενώπιον της Αρμόδιας Αρχής πριν από την έκδοση της Απόφασης και περιέχονται στον οικείο διοικητικό φάκελο, αντλούμε την πληροφορία ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση έγινε και μέσω τηλεόρασης, ραδιοφώνου και αποστολής μηνυμάτων sms. Η Προσφεύγουσα δεν έχει αρνηθεί την αναφορά αυτή. Έτσι, εν απουσία οποιασδήποτε άλλης αναφοράς ή/ και ισχυρισμού καταλήγουμε στο δεδομένο ότι η τηλεόραση αυτή διαφημίστηκε με πολλά μέσα, αλλά, η γνωστοποίηση για την εξάντληση των αποθεμάτων της έγινε μόνο σε ένα από αυτά, την ιστοσελίδα της.

(γ) Είμαστε της θέσης ότι ευλόγως διαπιστώνεται ότι λιγότεροι καταναλωτές έχουν ενημερωθεί από την εξάντληση των αποθεμάτων παρά από την αρχική γνωστοποίηση της προσφοράς. Αριθμητική εκτίμηση, έστω και κατά προσέγγιση,

του μεγέθους της διαφοράς δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί καθότι απαιτούνται εξειδικευμένα στοιχεία όπως ο αριθμός των sms που έχουν αποσταλεί, οι ώρες και η επανάληψη της προβολής στην τηλεόραση και της ανακοίνωσης στο ραδιόφωνο. Το δεδομένο μας είναι ότι μόνο στο ένα από τα τέσσερα μέσα έχει πραγματοποιηθεί ανακοίνωση για εξάντληση του αποθέματος. Επομένως, εύρημα μας είναι ότι η Προσφεύγουσα δεν έχει γνωστοποιήσει επαρκώς την εξάντληση του αποθέματος της τηλεόρασης HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000, υπό την έννοια ότι η ενημέρωση για την εξάντληση του προϊόντος ήταν περιορισμένη σε σχέση με την αρχική ενημέρωση για την προσφορά του. Έτσι, κατά αποτέλεσμα μας φέρει σύμφωνους η θέση της Καθ' ης η προσφυγή, την οποία υιοθετούμε και σαν δική μας θέση στη βάση όμως της πιο πάνω επιχειρηματολογίας, ότι δηλαδή ο τερματισμός της διαφήμισης στην ιστοσελίδα της Εταιρείας δεν αποτελεί ισοδύναμη γνωστοποίηση γνωστοποίησης. Από τη μία η Καθ' ης η προσφυγή τη θέση της δεν την έχει στοιχειοθετήσει. Από την άλλη ο Νόμος που είναι προσανατολισμένος στην προστασία του καταναλωτή, δεν πραγματεύεται με το θέμα των δυσκολιών που μπορεί να προκύπτουν κατά την πληροφόρηση των καταναλωτών αναφορικά με τη διαθεσιμότητα των προϊόντων. Υπό αυτό το πρίσμα είμαστε αναγκασμένοι να απορρίψουμε τον ισχυρισμό της Προσφεύγουσας, καθότι δεν υπάρχει νομικό έρεισμα το ότι «είναι πρακτικά δύσκολο να εφαρμόζεται αυτή η πρακτική αναφορικά με όλα τα προϊόντα τα οποία εξαντλούνται».

(δ) Όσο δε για τον ισχυρισμό της Προσφεύγουσας ότι, η Καθ' ης η προσφυγή αυθαίρετα δεν έχει χαρακτηρίσει την αφαίρεση της διαφήμισης ως ισοδύναμη ενέργεια γνωστοποίησης, στη βάση των όσων σχετικών η Καθ' ης η προσφυγή είχε αναφέρει για τον τρόπο πραγματοποίησης της ισοδύναμης ενέργειας γνωστοποίησης, δεν μας φέρουν σύμφωνους. Θεωρούμε ορθή τη θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, καθότι το ζητούμενο δεν είναι με ποιον τρόπο θα λάβει γνώση ο καταναλωτής για την εξάντληση των αποθεμάτων, αλλά, αν κατ' ανάλογο τρόπο το αυτό καταναλωτικό κοινό ενημερωθεί. Στον Νόμο παρατηρούμε ότι δεν δίνεται έμφαση στον τρόπο επικοινωνίας με τους καταναλωτές, αλλά στον τρόπο επενέργειας των μηνυμάτων που αποστέλλονται στους καταναλωτές. Η επιλογή των μέσων με τα οποία θα αποσταλούν αυτά τα μηνύματα, όπως και η ενημέρωση για τυχόν αλλαγές επί αυτών, ανήκει στους εμπορευόμενους και στην περίπτωση που εξετάζουμε, στην Εταιρεία. Η θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας ότι έχει ελέγξει τις ενέργειες της Εταιρείας χωρίς να υπεισέλθει σε αξιολόγηση υποθετικών ενεργειών στις οποίες ο εμπορευόμενος θα μπορούσε να προβεί, μας φέρει σύμφωνους.

5. (α) Η Προσφεύγουσα ακολούθως ανέπτυξε τις θέσεις της, όπως φαίνονται και στην παράγραφο Γ.1.(γ), για το Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player- AT Games για το οποίο η Απόφαση καταγιγνώσκει διαφήμιση δόλωμα. Από την πλευρά της η Καθ' ης η προσφυγή αντέκρουσε τις θέσεις αυτές με τα επιχειρήματα που καταγράφονται στην παράγραφο Δ.4.. Το σημείο αυτό μας δίνει το έναυσμα να ενσκήψουμε σε ένα θέμα το οποίο θα είναι και ο οδηγός μας για την αντιμετώπιση των διάφορων ζητημάτων που προκύπτουν στην παρούσα υπόθεση. Αυτό είναι ο τρόπος αντιμετώπισης των καταστημάτων της Εταιρείας αλλά και της ιστοσελίδας της, με το ερώτημα να είναι εάν αυτά αποτελούν ένα ενιαίο περιβάλλον πώλησης αγαθών ή αυτόνομα σημεία πώλησης. Είμαστε της άποψης ότι η κάθε περίπτωση, σαν και αυτή, θα πρέπει να αντιμετωπίζεται με βάση τις δικές της ιδιαιτερότητες, υπό την έννοια ότι δεν μπορεί να υπάρξει ένας κανόνας που θα εφαρμόζεται για όλες τις περιπτώσεις. Οι πρακτικές του

εμπορευόμενου είναι νομίζουμε καθοριστικές. Παρατηρούμε ότι τόσο οι διαφημίσεις όσο και το απόθεμα των εμπορευμάτων συνδέονται με όλα τα καταστήματα αλλά και τον ιστότοπο της Εταιρείας. Από την εικόνα που έχουμε αποκομίσει, οι μεν διαφημίσεις δεν είχαν καθορίσει ξεχωριστό τρόπο διάθεσης των προϊόντων -ανά κατάσταση ή διαδικτυακά- και η γενική εντύπωση που δημιούργησαν είναι ότι τα προϊόντα που προωθούνταν μπορούσαν να αγοραστούν από τα καταστήματα της Εταιρείας ανεξάρτητα της τοποθεσίας τους ή την ιστοσελίδα. Ενδεικτικός είναι και ο τρόπος προώθησης των προϊόντων από την Εταιρεία, όπου αυτός ήταν κοινός τόσο για την διαδικτυακή αγορά προϊόντων και με την αγορά τους διά φυσικής παρουσίας στα διάφορα καταστήματα. Όσο δε για τα αποθέματα των προϊόντων, η ίδια η Εταιρεία ανέφερε ότι τα προόριζε για τα καταστήματα όλων των πόλεων. Έτσι, στα πλαίσια της περίπτωσης που εξετάζουμε, τα καταστήματα της Εταιρείας θα αντιμετωπιστούν ως ένας ενιαίος χώρος πώλησης προϊόντων.

(β) Επιστρέφοντας στην αξιολόγηση της επιχειρηματολογίας των μερών, η Προσφεύγουσα παραθέτει επιχειρήματα που αντιμετωπίζουν με αντικρουόμενο τρόπο τα όσα παραθέσαμε στην αμέσως πιο πάνω παράγραφο. Από τη μία, αντικρούει τα ευρήματα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας θεωρώντας στην ουσία το κατάστημα της στο Παραλίμνι ως αυτόνομο σημείο πώλησης και από την άλλη απομονώνει το πιο πάνω αναφερόμενο προϊόν από τις προωθητικές ενέργειες για την περίοδο του Black Friday. Για τους λόγους που αναφέρονται στην παράγραφο Ε.5.(α) ο διαφορετικός τρόπος προσέγγισης του θέματος δεν μας φέρει σύμφωνους. Ακολούθως, σε συνδυασμό με τα όσα αναλύονται στην παράγραφο Δ.11(β), για τους δύο τρόπους διάθεσης/ αγοράς προϊόντων, είμαστε της θέσης ότι οι θέση της Προσφεύγουσας δεν ευσταθεί και απορρίπτεται. Κατά τα λοιπά υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή.

(γ) Από την άλλη δεν μπορούμε να δεχτούμε τη θέση της Προσφεύγουσας για τα όσα έχει αναφέρει για την διαφήμιση του προϊόντος. Με τα όσα κάναμε δεκτά στην παράγραφο Ε.5.(α) η διαφήμιση για το προϊόν αυτό να μεν ήταν ένα μικρό μέρος συγκριτικά με τον όγκο των κωδικών προϊόντων που συνολικά διαφημιζόνταν στα πλαίσια του Black Friday του 2018, εν τούτοις ήταν αναπόσπαστο μέρος μίας ενιαίας και μαζικής προώθησης προϊόντων. Το γεγονός αυτό από μόνο του δεν μας επιτρέπει να αποξενώσουμε το Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player- AT Games και να το αντιμετωπίσουμε με διαφορετικό τρόπο. Η θέση της Προσφεύγουσας σε αυτό το σημείο απορρίπτεται.

6. Η Προσφεύγουσα υιοθέτησε αντίστοιχη, με εκείνη της παραγράφου Γ.1.(γ), επιχειρηματολογία και για το PlayStation VR & PlayStation VR Worlds & PlayStation Camera, στην παράγραφο **Γ.1.(δ)** με την Καθ' ης η προσφυγή να αντικρούει τα επιχειρήματα με τα όσα αναφέρονται στην παράγραφο **Δ.5.** Τα επιχειρήματα των παραγράφων Γ.1.(γ) και Γ.1.(δ) είναι ταυτόσημα, επομένως η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται και υιοθετούνται εκείνες της Καθ' ης η προσφυγή κατ' αναλογία των όσων αναφέρουμε στην αμέσως πιο πάνω παράγραφο.

7. **(α)** Συνεχίζουμε με την επίκληση του market share, όπως η Προσφεύγουσα το παράθεσε στην παράγραφο **Γ.1.(ε)**. Χωρίς να αμφισβητείται η ύπαρξη της προσφοράς με την επεξήγηση που έδωσε η Προσφεύγουσα, δεν παύει από το να είναι μία σχέση μεταξύ κατασκευαστή και εμπορευόμενου. Ο καταναλωτής από την πλευρά του προσκαλείται από τον εμπορευόμενο ή αυτοβούλως αποτίνεται σε αυτόν και δημιουργείται μία άλλη εντελώς διαφορετική σχέση που καμία σχέση

δεν έχει με την, υπό την οποιαδήποτε μορφή, σχέση μεταξύ των δύο πρώτων. Λαμβανομένου αυτού υπόψη και με τον Νόμο να είναι προσανατολισμένος στη ρύθμιση των ενεργειών του εμπορευόμενου που στόχο έχουν την προστασία των καταναλωτών, η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται και υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή όπως αποτυπώθηκε στην παράγραφο 7.3.3.3 της Απόφασης.

(β) Ακολούθως η Προσφεύγουσα υποστήριξε ότι η ύπαρξη αποθέματος 13 τεμαχίων Παγκύπρια και στο τέλος της 23/11/2018 αποτελεί τρανταχτή απόδειξη ότι υπήρχαν εύλογες ποσότητες για το προϊόν αυτό και η Εταιρεία δεν είχε πρόθεση να εφαρμόσει οποιαδήποτε πρακτική που αποτελούσε «διαφήμιση δόλωμα». Η Καθ' ης η προσφυγή αντέκρουσε την επιχειρηματολογία της Προσφεύγουσας, όπως στην παράγραφο **Δ.6.** έχει παρουσιαστεί, βασιζόμενη στα γραφόμενα της τελευταίας τα οποία περιέχονται στις σελίδες 5 και 6 της επιστολής της ημερομηνίας 18/03/2019. Καταρχάς θα πρέπει να καταδείξουμε ότι στο Παράρτημα Ι του Νόμου όλες οι περιγραφόμενες εμπορικές πρακτικές θεωρούνται αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε συνθήκες. Αυτό σημαίνει ότι, για την κατάφαση μίας πρακτικής ως αθέμιτης δεν αξιολογείται η πρόθεση του εμπορευόμενου και ούτε λαμβάνεται υπόψη. Η πρακτική αξιολογείται μόνο υπό την αντικειμενική της υπόσταση ως υπαρκτό γεγονός. Λόγω αυτού δεν θα ασχοληθούμε με την πρόθεση ή μη της Προσφεύγουσας για τη διάπραξη ή μη της παράβασης. Από την άλλη έχουμε τη δήλωση της ίδιας της Προσφεύγουσας για τον αριθμό των διαθέσιμων τεμαχίων του συγκεκριμένου προϊόντος κατά την 28/11/2018. Είμαστε της άποψης ότι από τα δεδομένα που έχουμε ενώπιον μας για τον μειωμένο αριθμό των διαθέσιμων τεμαχίων, η Προσφεύγουσα παρέλειψε να προβεί στη γνωστοποίηση που επιβάλλεται από το σημείο Α.5) του Παραρτήματος Ι του Νόμου. Επομένως απορρίπτεται η θέση της Προσφεύγουσας και υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή.

8. Το επόμενο σημείο με το οποίο προσβάλλει η Προσφεύγουσα την Απόφαση, στην παράγραφο **Γ.1.(στ)** η σχετική επιχειρηματολογία, είναι η αμφισβήτηση της δυνατότητας για μετατροπή της έρευνας συγκεκριμένων καταγγελιών σε έρευνα χωρίς τη δέουσα προειδοποίηση. Η Σχετική απάντηση από την Καθ' ης η προσφυγή παρατίθεται στην παράγραφο **Δ.7.** Οδηγός θα αποτελέσουν και πάλι τα συμπεράσματά της παραγράφου Ε.5.(α). Στην ουσία τώρα, η Προσφεύγουσα έχει δίκαιο ότι στον τίτλο των επιστολών της Εντεταλμένης Υπηρεσίας όντως γίνεται αναφορά για «έρευνα κατόπιν καταγγελιών». Στο σώμα όμως των επιστολών γίνεται ξεχωριστή αναφορά για κάθε υπό διερεύνηση προϊόν, με την Προσφεύγουσα να έχει γνώση του αντικειμένου της έρευνας. Συνδυάζοντας αυτό το δεδομένο με το συμπέρασμα της παραγράφου Ε.5.(α) καταλήγουμε στο ότι, υπό διερεύνηση ήταν προϊόντα τα οποία ήταν διαθέσιμα προς πώληση σε ένα ενιαίο χώρο πώλησης. Υπό αυτή την έννοια είμαστε της άποψης ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν είχε υποχρέωση να ανακοινώσει την επέκταση της έρευνάς της, αφού στην πράξη εξέταζε τις συνθήκες διάθεσης των Προϊόντων στον ίδιο ενιαίο χώρο πώλησης. Υπό αυτή την έννοια η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται.

9. (α) Στην παράγραφο **Γ.2.(α)** παρουσιάζονται οι επόμενες θέσεις της Προσφεύγουσας και πραγματεύονται τη φράση «μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων», με την απάντηση της Καθ' ης η προσφυγή να παρατίθεται στην παράγραφο **Δ.8.** Η επίκληση του στοιχείου αυτού από την Προσφεύγουσα εμφανιζόταν στην ιστοσελίδα της Εταιρείας στο σημείο όπου διαφημιζόταν τα

προϊόντα για το Black Friday του 2018 στοιχείο που επιβεβαιώνεται από σχετικό στιγμιότυπο οθόνης μας έχει κατατεθεί από την Προσφεύγουσα, με έγγραφο ημερομηνίας 22/07/2021 και αφορά όμως μόνο το προϊόν HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000. Πληροφορίες για την ύπαρξη ή μη της συγκεκριμένης φράσης και στους λοιπούς τρόπους (βλ. για τα σχετικά την παράγραφο Ε.4.(β)) με τους οποίους διαφημίστηκαν τα Προϊόντα δεν έχουμε. Η αξιολόγηση του γεγονότος αυτού θα γίνει σε επόμενο σημείο.

(β) Από τη μία η Προσφεύγουσα ισχυρίζεται ότι η φράση αυτή αναφερόταν σε όλα τα Προϊόντα καθότι αυτή είναι και η έννοια του Black Friday. Από την πλευρά μας παρατηρούμε ότι, από τα διαθέσιμα σε εμάς στοιχεία, μόνο για ένα από τα Προϊόντα και μόνο για ένα από τους τρόπους με τον οποίο έχει διαφημιστεί υπάρχει η πιο πάνω φράση. Η δε αναφορά, και μόνο, στην έννοια του Black Friday είμαστε της άποψης ότι δεν μπορεί να επηρεάσει την συγκεκριμένη μας αναζήτηση. Δεν έχουμε ενώπιον μας κάποιο στοιχείο ή δεδομένο που να καταδεικνύει ότι η περίοδος του Black Friday έχει συνδεθεί από τους καταναλωτές ως ένα γεγονός με την έννοια που προβάλλει η Προσφεύγουσα. Η προσέγγιση μας αυτή πηγάζει από την θεώρηση του ζητήματος υπό το πρίσμα της προστασίας του καταναλωτή, όπως ο Νόμος επιβάλλει. Στις τάξεις των καταναλωτών ανήκουν άτομα από όλο το φάσμα κοινωνίας όπου ο συγκεκριμένος ισχυρισμός θα μπορούσε να ευσταθεί μόνο εφόσον πληρούνταν κάποια συγκεκριμένα κριτήρια.

(γ) Από την άλλη η Καθ' ης η προσφυγή στην Απόφαση, σημείο 5.1.1.2 σελίδες 16 και 17, αποτυπώνει την άποψη ότι η φράση αυτή, αν και ήταν όντως αποτυπωμένη στο κάτω μέρος του διαφημιστικού φυλλαδίου, δεν αναιρούσε την σχετική υποχρέωση της Εταιρείας να έχει διαθέσιμες εύλογες ποσότητες αποθεμάτων του προϊόντος ανάλογα με το προϊόν, την τιμή και την έκταση της διαφήμισης. Καταλήγοντας η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπιστώνει παράβαση λόγω του ότι κατά την ημέρα του Black Friday δεν υπήρχαν διαθέσιμα προϊόντα στο κατάστημα στη Λευκωσία.

(δ) Από την πλευρά μας έχουμε να τοποθετηθούμε σε δύο θέματα. Το ένα είναι η τοποθέτηση της φράσης «μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων» στις υπό εξέταση προωθητικές ενέργειες της Εταιρείας και από το δεύτερο είναι η αξιολόγηση της θέσης της Καθ' ης η προσφυγή. Θα ξεκινήσουμε από τη θέση της τελευταίας με την απάντησή μας να αντλείται από την τοποθέτησή μας στην παράγραφο Ε.5.(α), κατά την οποία τα διαθέσιμα προϊόντα εξετάζονται από το σύνολο του αποθέματος που είχε η Εταιρεία παγκύπρια και όχι από το διαθέσιμο απόθεμα που υπήρχε στο κατάστημα στη Λευκωσία. Από την άλλη, η αναφορά της Εντεταλμένης Υπηρεσίας στον αναλογικό συσχετισμό της εν λόγω φράσης προς το προϊόν, την τιμή και την έκταση της διαφήμισης σε συνδυασμό με το απόθεμα του προϊόντος που έπρεπε να διαθέτει η Εταιρεία, έπρεπε να πραγματοποιηθεί με αναφορά στο συνολικό απόθεμα του προϊόντος και όχι του καταστήματος στη Λευκωσία. Όμως, η φράση αυτή δεν μπορεί εκ προοιμίου να δικαιολογήσει την οποιαδήποτε διάθεση ποσοτήτων προϊόντων. Δηλαδή, η χρήση της φράσης αυτής δεν μπορεί να στηρίξει την διάθεση μικρών και μόνο ποσοτήτων ενός προϊόντος. Για αυτή μας τη θέση καθοδήγηση αντλούμε από το σημείο Α.5) του Παραρτήματος Ι του Νόμου όπου η «Πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε καθορισμένη τιμή, χωρίς να γίνεται γνωστή η ύπαρξη των οποιοδήποτε εύλογων λόγων» για τους οποίους τελικά δεν θα καταστεί δυνατή η προμήθεια ενός προϊόντος, έχει τεθεί ακριβώς για να αντιμετωπιστούν οι διαφημίσεις «δόλωμα».

Έτσι η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται και υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή.

(ε) Από τη δική της πλευρά η Προσφεύγουσα έχει επικαλεστεί την πιο πάνω φράση για να αντικρούσει τα ευρήματα και το αποτέλεσμα της Απόφασης. Η χρήση της αποτυπώνεται στην παράγραφο Ε.9.(α) πιο πάνω. Έχουμε με άλλα λόγια επίκληση ενός γεγονότος το οποίο η Καθ' ης η προσφυγή δεν έχει αρνηθεί. Η Προσφεύγουσα όμως παρέλειψε να μας πληροφορήσει για το τί έχει πράξει με τις λοιπές προωθητικές ενέργειες του προϊόντος (βλέπε ξανά παράγραφο Ε.4.(β)). Το βάρος απόδειξης στη συγκεκριμένη περίπτωση, της χρήσης της φράσης «μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων» βαρύνει την Προσφεύγουσα η οποία και έχει επικαλεστεί τη χρήση της. Ανά χείρας έχουμε μόνο την αναγραφή τη φράσης στην τηλεοπτική διαφήμιση του προϊόντος HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000. Η φράση δεν φαίνεται να έχει χρησιμοποιηθεί στην αποτύπωση της διαφήμισης στη σελίδα 9 της επιστολής, ημερομηνίας 18/03/2019, των Δικηγόρων της Προσφεύγουσας προς την Εντεταλμένη Υπηρεσία. Το ίδιο ισχύει και για τις περιπτώσεις των σελίδων του «Εγγράφου 2» που επισυνάφτηκε στην επιστολή, ημερομηνίας 10/05/2019, με παραλήπτη και πάλι την Εντεταλμένη Υπηρεσία. Στο «Εγγραφο 1» της ίδιας επιστολής παρουσιάζεται στιγμιότυπο από κινητό τηλέφωνο, με ημερομηνία παραλαβής μηνύματος sms 20/11 και ώρα 09:07, στο οποίο εμφανίζεται διαφήμιση για το αυτό προϊόν χωρίς να αναγράφεται η φράση. Με όλα τα πιο πάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η Προσφεύγουσα προώθησε το προϊόν HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000 χρησιμοποιώντας πλημμελώς τη φράση «μέχρι εξαντλήσεως των αποθεμάτων». Επομένως στην περίπτωση για την Εταιρεία έχει εφαρμογή η περίπτωση Α.5 του Παραρτήματος Ι του Νόμου.

10. (α) Επόμενο προς εξέταση θέμα είναι αυτό των παραγράφων **Γ.2.(α) και (β)** σε αντιστοιχία με τις παραγράφους **Δ.9. και 10.** που αφορά και πάλι το προϊόν HITACHI 55" 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000. Από την επιχειρηματολογία που ανέπτυξαν η Προσφεύγουσα και η Καθ' ης η προσφυγή προκύπτει ότι υπάρχει συμφωνία ως προς το γεγονός ότι στις 20/11/2018 υπήρξε άμεση αντίδραση από την Εταιρεία όταν το προϊόν αυτό είχε εξαντληθεί. Με αυτό σαν δεδομένο προχωρούμε στην αξιολόγηση της ενέργειας αυτής με κριτήρια μας τις θέσεις μας όπως αποτυπώθηκαν στην παράγραφο Ε.3.(α) Ε.4.(β) και κατ' αναλογία στην Ε.9.(ε). Είμαστε της άποψης ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία ορθά έχει αξιολογήσει τη συγκεκριμένη ενέργεια. Από το σύνολο των τρόπων με τους οποίους έχει διαφημιστεί το προϊόν η Προσφεύγουσα παρουσίασε την αντίδραση της στην εξάντληση των αποθεμάτων μόνο για την ιστοσελίδα της. Καμία αναφορά δεν έχει κάνει για τους άλλους τρόπους με τους οποίους το είχε προωθήσει. Κατά αυτή την έννοια η Καθ' ης η προσφυγή ορθά αναγνώρισε την προσπάθεια της Προσφεύγουσας ως μετριαστικό παράγοντα. Αυτό γιατί ναι μεν υπήρξε άμεση αντίδραση στην εξάντληση των αποθεμάτων, χωρίς όμως αυτή να είναι ολοκληρωμένη ως ανάλογη των τρόπων με τους οποίους προωθήθηκε το προϊόν. Επικροτούμε την στάση της Προσφεύγουσας που συνειδητά και υπεύθυνα απέφυγε να διαφημίσει το προϊόν μετά την εξάντληση των αποθεμάτων του, όμως, η σχετική της αντίδραση δεν μπορεί να θεωρηθεί αρκετή.

(β) Προχωρώντας, χωρίς να υπεισέλθουμε στην ουσία του θέματος είμαστε της άποψης ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία δεν θα έπρεπε να επεκτείνει το θέμα του αξιόπιστου της Εταιρείας καλύπτοντας και το θέμα που εγέρθηκε εδώ. Αυτό γιατί ακόμη και αν θεωρήσουμε ότι η Εταιρεία όντως αναξιόπιστα, όπως στις

παραγράφους 5.1.2.5, 5.1.2.3 και 5.1.3.5 της Απόφασης αναφέρεται, η συγκεκριμένη στάση της Εταιρείας δεν μπορεί να συμπαρασύρει αυτόματα σε ίδιο χαρακτηρισμό και τις λοιπές τις ενέργειες και χωρίς στοιχειοθέτηση. Φυσικά, λόγω των διαπιστώσεων της αμέσως πιο πάνω παραγράφου καθιστούν άνευ αντικειμένου τη συζήτηση.

11. (α) Συνεχίζοντας, με τα επιχειρήματα της Προσφεύγουσας και τη θεματική που αναφέρονται στην παράγραφο **Γ.2.(δ)** και με τις θέσεις της Καθ' ης η προσφυγή στην παράγραφο **Δ.11 και 12.**, σχετική είναι η παράγραφος Ε.5.(α). Επιπλέον όμως στοιχείο αποτελεί η παραπομπή στην απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου στην υπόθεση C-281/12. Οι παράγραφοι 33 μέχρι και 38 αυτή της απόφασης είναι οι πιο σχετικές με την ενώπιον μας υπόθεση. Στο σημείο αυτό νομίζω θα πρέπει να γίνει μία διευκρίνιση. Από τις διαπιστώσεις στην παράγραφο Ε.5.(α) θα πρέπει να διαχωρίσουμε την επίδραση των προωθητικών ενεργειών προϊόντων προς τους καταναλωτές. Άλλο είναι η αντιμετώπιση των καταστημάτων και ιστοσελίδας της Εταιρείας ως ένας ενιαίος χώρος πώλησης προϊόντων και άλλο οι επενέργεια των προωθητικών ενεργειών της Εταιρείας στους καταναλωτές. Από τη μία είδαμε πως αντιμετωπίζεται το θέμα των αποθεμάτων των Προϊόντων. Από την άλλη όμως, σε αυτή την περίπτωση είμαστε της άποψης ότι η παραπομπή της Καθ' ης η προσφυγή στην απόφαση C-281/12, από τη στιγμή που επεξηγεί έννοιες που μας αφορούν, είναι ορθή. Το αν αφορούσε εντελώς διαφορετική περίπτωση είναι αδιάφορο. Το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο έχει πραγματευτεί με τις έννοιες «παραπλανητικής» εμπορικής πρακτικής και της «αποφάσεως συναλλαγής» οι οποίες επενεργούν σε όλες τις περιπτώσεις του πεδίου εφαρμογής τους. Κρίνουμε ότι οι προϋποθέσεις της κατάφασης και των δύο εννοιών πληρούνται στην περίπτωση μας. Ο καταναλωτής προσήλθε στο κατάστημα της Εταιρείας μετά που πήρε την απόφαση να αγοράσει συγκεκριμένο προϊόν. Σχετική είναι η παράγραφος 36 της C-281/12 που πραγματεύεται τον όρο «απόφαση συναλλαγής» και η παράγραφος 33 που αφορά την «παραπλανητική» εμπορική πρακτική.

(β) Θα πρέπει επίσης να έχουμε κατά νου ότι η Εταιρεία με τις προωθητικές ενέργειες που αφορούσαν το Black Friday του 2018 στην ουσία πρόσφερε μέσω της ιστοσελίδας της την εξ αποστάσεως αγορά προϊόντων και ταυτόχρονα αγορά των ίδιων προϊόντων με φυσική παρουσία στα καταστήματα. Κατά αρχήν δεν θα πρέπει οι κανόνες του ενός τρόπου διάθεσης να συγχέονται με τους κανόνες που ισχύουν στον άλλο. Παρατηρούμε ότι η επιχειρηματολογία της Προσφεύγουσας συνδυάζει την εξ αποστάσεως διάθεση προϊόντων με τη διάθεση τους με φυσική παρουσία του πελάτη στο κατάστημα. Για την πρώτη περίπτωση ίσχυε, κατά τον επίδικο χρόνο, ο περί των Δικαιωμάτων των Καταναλωτών Νόμος του 2013 (133(I)/2013) και για τη δεύτερη ο Νόμος. Η αναφορά της Προσφεύγουσας για τους δύο εναλλακτικούς τρόπους με τους οποίους μπορούσε ο καταναλωτής να παραλάβει το Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games διαρρηγγύουν τον σαφή διαχωρισμό που υπάρχει στους δύο τρόπους διάθεσης/αγοράς προϊόντων. Έτσι, ναι μεν η Εταιρεία είχε διαθέσιμα τα προϊόντα στον ενιαίο χώρο πώλησης που διατηρεί, παρουσίασε δε αδυναμία να ανταποκριθεί στη διάθεση τους με βάση τον δεύτερο τρόπο. Συμπληρώνουμε ότι δεν έχουμε ένδειξη ότι ο καταναλωτής ήταν ενημερωμένος από πριν, κατά την επαφή του με τις διαφημίσεις δηλαδή, για τον τρόπο που μπορούσε να προμηθευτεί το πιο πάνω προϊόν όταν προσέλθει με φυσική παρουσία σε ένα κατάστημα. Με άλλα λόγια από τα ενώπιον μας στοιχεία δε φαίνεται να υπήρξε πληροφόρηση -κατά την προώθηση- για τον τρόπο με τον οποίο ένας καταναλωτής μπορούσε να αγοράσει

το προϊόν ώστε να διαμορφώσει ανάλογα και την καταναλωτική του συμπεριφορά. Ως εκ τούτου οι ισχυρισμοί της Προσφεύγουσας απορρίπτονται και υιοθετούνται οι θέσεις της Καθ' ης η προσφυγή.

12. (α) Ακολούθως η Προσφεύγουσα με την επιχειρηματολογία της, όπως παρουσιάζεται στις παραγράφους **Γ.3.(α), (β) και (δ)**, αντικρούει τα ευρήματα της Εντεταλμένης Υπηρεσίας περί αντιφατικών στοιχείων στις διαθέσιμες ποσότητες των Προϊόντων. Η Καθ' ης η προσφυγή υπερασπίστηκε της θέσης της με τα όσα καταγράφονται στις παραγράφους **Δ.13. και 14.** Όπως προκύπτει από τις αντικρουόμενες θέσεις, υπάρχει σαφής συμφωνία των μερών ότι υπήρξε παράθεση στοιχείων από την Εταιρεία τα οποία όμως αντιμετωπίζονται διαφορετικά από τους δύο. Καλούμαστε επομένως να τοποθετηθούμε επί της διαφοράς αυτής.

(β) Από τη μία έχουμε την Προσφεύγουσα να επικαλείται ότι τα τελευταία χρονικά στοιχεία που είχε παραδώσει στην Καθ' ης η προσφυγή ήταν τα επικαιροποιημένα και αυτά θα έπρεπε να ληφθούν υπόψη. Στην ουσία η Καθ' ης η προσφυγή δεν αποδέχτηκε τον χαρακτηρισμό τους ως τέτοιο με αποτέλεσμα να διαγιγνώσκεται αντίθεση μεταξύ των στοιχείων. Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι για αυτό το θέμα ζητήσαμε κατά την διεξαγωγή της ενώπιον μας προφορικής ακρόασης, στις 20/07/2021, να μας παρασχεθούν από την Προσφεύγουσα στοιχεία που να καταδεικνύουν ότι τα δεδομένα που παρέδωσε στην Εντεταλμένη Υπηρεσία τελευταία ήταν τα επικαιροποιημένα. Πέραν των όσων είχαν παρουσιαστεί μέχρι την έκδοση της Απόφασης, δεν έχουμε κάτι άλλα στη διάθεσή μας. Οπότε κρίσιμα είναι τα όσα περιέχει ο διοικητικός φάκελος της υπόθεσης και ειδικότερα η μεταξύ της Εταιρείας και Εντεταλμένης Υπηρεσίας αλληλογραφία.

(γ) Στην πιο πάνω ανταλλαγή επιστολών το μόνο που μπορέσαμε να εντοπίσουμε και να θεωρήσουμε ως επικαιροποίηση είναι η αναφορά στην επιστολή, ημερομηνίας 28/06/2019, στην οποία η Προσφεύγουσα με ρητό και επεξηγηματικό τρόπο αναφέρει τη σωστή διάσταση της παρουσίασης του προϊόντος HITACHI 55'' 4K Ultra HD Smart TV 55HK6000. Στην αμέσως προηγούμενη της επιστολή, της 10/05/2019, παραθέτει στοιχεία για τα οποία δεν υπάρχει επεξήγηση για τη σχέση τους με τα στοιχεία που είχαν συμπεριληφθεί στην επιστολή ημερομηνίας 18/03/2019. Με άλλα λόγια δεν είχε προβεί σε εκείνες τις δηλώσεις στις οποίες να μπορούμε να εκλάβουμε ως επικαιροποίηση ή διόρθωση ή αντικατάσταση ή ακόμα και αποκατάσταση της πραγματικής εικόνας. Για αυτό το λόγο θεωρούμε ότι δικαιολογημένα η Εντεταλμένη Υπηρεσία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι υπήρχε αντιφατικότητα στα στοιχεία που παρείχε η Εταιρεία. Η ευθύνη, κατά την ταπεινή μας άποψη, για υπόδειξη των στοιχείων που θα έπρεπε να ληφθούν υπόψη έχει εκείνος που τα επικαλείται, που στην προκειμένη ήταν η Προσφεύγουσα. Έτσι, για το συγκεκριμένο θέμα απορρίπτεται η θέση της Προσφεύγουσας και υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή. Αυτό μας οδηγεί και στο να απορρίψουμε επίσης της θέση της Προσφεύγουσας ότι η Καθ' ης η προσφυγή αγνόησε τα επικαιροποιημένα στοιχεία που δόθηκαν με την πιο πρόσφατη επιστολή. Αυτό αποτελεί συνέπεια της αποτυχίας της ίδιας της Προσφεύγουσας να παρουσιάσει καταλλήλως τις δικές τις θέσεις.

(δ) Τέλος η Προσφεύγουσα, για το σημείο αυτό, υποστηρίζει ότι τα επικαιροποιημένα -κατά την ίδια- στοιχεία που υποβλήθηκαν, είχαν με το σημείο 7.3.3.2 της Απόφασης απορριφθεί αυθαίρετα καθότι στερούνταν τεκμηρίωσης και αιτιολογίας. Θα διαφωνήσουμε με την Προσφεύγουσα. Στο εν λόγω σημείο της Απόφασης η Εντεταλμένη Υπηρεσία ανέπτυξε τους λόγους στους οποίους στήριξε

τη θέση της και δεν παρατηρούμε ότι κατέληξε στο συμπέρασμά της αυθαίρετα. Η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται και υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή.

13. Επόμενο σημείο ελέγχου της Απόφασης αποτελεί το σημείο 7.3.1.3 με τις σχετικές θέσεις να παρουσιάζονται στις παραγράφους **Γ.4.** και **Δ.15.** Παρατηρούμε ότι τα στοιχεία για τα διαθέσιμα προϊόντα που ήταν στην ίδια κατηγορία και στην ίδια τιμή με το Sega Mega Drive Ultimate Portable Game Player – AT Games, προσκομίστηκαν από την Εταιρεία προς υποστήριξη των θέσεων της. Προσπάθεια της Εταιρείας ήταν να καταδείξει ότι ναι μεν το προϊόν είχε εξαντληθεί, όμως ένας καταναλωτής εξακολουθούσε να μπορεί να προμηθευτεί αντίστοιχα προϊόντα. Είμαστε της θέσης ότι ευθύνη για παρουσίαση αυτού του είδους των στοιχείων βαρύνει το μέρος που τα επικαλείται. Επομένως, μας φέρει σύμφωνους η καταληκτική θέση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας στο σημείο 7.3.1.3 της Απόφασης όπου η Εταιρεία θα έπρεπε να προσκομίσει στοιχεία τα οποία θα καθιστούσαν τα προϊόντα που η Εταιρεία επέδειξε ισοδύναμα με το υπό διερεύνηση προϊόν. Όσο δε για το προϊόν που αποκλείστηκε, η Καθ' ης η προσφυγή δήλωσε ότι αυτό έγινε γιατί ήταν το υπό εξέταση προϊόν. Η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται και υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή.

14. (α) Ενσκήπτοντας στα επιχειρήματα που παρουσιάζονται στις παραγράφους **Γ.5.** και **Δ.16.** καλούμαστε να τοποθετηθούμε κατά πόσο έγινε σεβαστό, από την Εντεταλμένη Υπηρεσία, το δικαίωμα της ακρόασης της Προσφεύγουσας. Κατά την ίδια την Προσφεύγουσα αυτό έχει συμβεί, με την Καθ' ης η προσφυγή να υποστηρίζει το αντίθετο. Από τη μία, στο κείμενο του Νόμου υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ διαπίστωσης μίας παράβασης και απόφασης για επιβολή διοικητικού προστίμου. Σε αυτή τη διαπίστωση οφείλει η Διοίκηση να δώσει το δικαίωμα στην αντίδραση και στην παράθεση των θέσεων και απόψεων με τον τρόπο που ο διοικούμενος θεωρεί ότι εξυπηρετούνται τα έννομα του συμφέροντα. Η Εντεταλμένη Υπηρεσία διαπίστωσε παράβαση και έδωσε τη δυνατότητα στην Εταιρεία να προτάξει τις θέσεις/ αντιρρήσεις της. Από τα ενώπιον μας στοιχεία δεν έχουμε κάποια ένδειξη που να μπορεί να μας δημιουργήσει την εντύπωση ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία είχε λάβει την τελική της απόφαση πριν από τη διεξαγωγή της ενώπιον της ακρόασης ή ότι η ακρόαση είχε διεξαχθεί από την Εντεταλμένη Υπηρεσία μόνο για σκοπούς μετρισμού της ποινής. Όπως πληροφορούμαστε από τα πρακτικά της ακρόασης ενώπιον της Εντεταλμένης Υπηρεσίας, στις 11/02/2020, ο Διευθυντής της Εντεταλμένης Υπηρεσίας διευκρίνισε στον Δικηγόρο της Εταιρείας ότι δεν είχε, σε εκείνο το σημείο, παρθεί κάποια απόφαση (τέλος πρώτης και αρχή δεύτερης σελίδας των πρακτικών που βρίσκονται στον οικείο διοικητικό φάκελο).

(β) Θα πρέπει επίσης να σημειώσουμε ότι χωρίς διαπίστωση παράβασης κατόπιν έρευνας, κατ' αναλογία των όσων ισχύουν στις ποινικές διαδικασίες, δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί η πιο πάνω αναφερόμενη ακρόαση, που σκοπό έχει -μεταξύ άλλων- τη διαφύλαξη των δικαιωμάτων των διοικουμένων. Εξάλλου χωρίς τη διαπίστωση παραβάσεων η ακρόαση του διοικουμένου θα ήταν άνευ αντικειμένου. Αυτό είναι και το νόημα του άρθρου 12(1) του Νόμου. Σε αυτή τη διαδικασία πραγματοποιείται η αναγωγή πραγματικών περιστατικών στον Νόμο που ισοδυναμεί με την κατάφαση της παράβασης. Ακολουθεί η ενημέρωση του διοικουμένου για τα περιστατικά εκείνα που ενεργοποιούν τις σχετικές διατάξεις του Νόμου (σχετικό είναι το άρθρο 12(1) του Συντάγματος της Κυπριακής Δημοκρατίας) και παραχωρείται η δυνατότητα στον διοικούμενο να τοποθετηθεί

επί αυτών. Εάν το τελευταίο αυτό δικαίωμα δεν τύχει σεβασμού τότε η διαδικασία υπόκειται σε ακύρωση καθότι παραβιάζεται το δικαίωμα στην ακρόαση.

(γ) Επομένως, με βάση τα πιο πάνω η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται, υιοθετείται η θέση της Καθ' ης η προσφυγή.

15. (α) Στο επόμενο της σημείο, όπως βλέπουμε στην παράγραφο **Γ.6.**, η Προσφεύγουσα προβαίνει σε ενδεικτική απαρίθμηση των ουσιαστικών γεγονότων και/ ή σημαντικών μετριαστικών παραγόντων που κατά την άποψη της δεν λήφθηκαν δεόντως και/ ή καθόλου υπόψη στην Απόφαση. Όπως μπορούμε να δούμε στην παράγραφο **Δ.17.** η Καθ' ης η προσφυγή αντικρούει τον ισχυρισμό αυτό παραπέμποντας στην παράγραφο 7.3.4 της Απόφασης. Από την πλευρά μας προσθέτουμε ότι στην παράγραφο 8.4 της Απόφασης καταγράφονται οι μετριαστικοί παράγοντες που λήφθηκαν υπόψη. Στην ουσία παρατηρούμε ότι η Προσφεύγουσα επικαλείται επιπλέον δεδομένα τα οποία θα έπρεπε, κατά τη δική της άποψη, να ληφθούν υπόψη στην Απόφαση. Επίσης, αν και είναι εκ του περισσού, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η κρίση μας, όπως και σε αντίστοιχες περιπτώσεις, περιορίζεται σε γεγονότα και περιστάσεις οι οποίες ίσχυαν κατά τον επίδικο χρόνο της Απόφασης.

(β) Πρώτα θα ασχοληθούμε με τις περιπτώσεις για τις οποίες είμαστε τις θέσεις ότι δεν μπορούν να ληφθούν υπόψη ως μετριαστικοί παράγοντες. Αυτές είναι εκείνες των παραγράφων **Γ.6.(β) (γ), (δ), (ζ) και (η).**

(i) Για την περίπτωση της παραγράφου **Γ.6(β)**, είμαστε της άποψης ότι οι πρόνοιες του Νόμου δεν μπορούν να καμφθούν και ένας διοικούμενος σε περίπτωση παράβασής του να αντιμετωπιστεί ελαφρύτερα με βάση τον παράγοντα που προβάλλει η Προσφεύγουσα. Επίσης, ο παράγοντας αυτός δεν μπορεί να σταθμιστεί με αντικειμενικά κριτήρια. Στον αντίποδα αν εκλαμβάνονταν αυτός ο παράγοντας υπόψη θα μπορούσε να αντιστραφούν τα δεδομένα εναντίον της Εταιρείας. Για παράδειγμα, η εμπειρία της Εταιρείας από την ελληνική αγορά (βλέπε σχετικά την επιστολή της Εταιρείας, ημερομηνίας 28/06/2019, προς την Εντεταλμένη Υπηρεσία) θα μπορούσε -αντιστρόφως ανάλογα- να χρησιμοποιηθεί ώστε να επιβαρυνθεί η θέση της. Εν τούτοις, στη βάση της αρχής της ισότητας θα ακολουθηθεί η θέση που εκφράζουμε στην παράγραφο Ε.17.(β),

(ii) τα δεδομένα που παρατίθενται στην παράγραφο **Γ.6(γ)** είμαστε της άποψης ότι δεν μπορούν να επηρεάσουν την κατάφαση της παράβασης που έχουν αναγνωρισθεί με την Απόφαση. Αυτά είναι δεδομένα που θα έπρεπε η ίδια η Εταιρεία να λάβει υπόψη της και να χαράξει τον τρόπο που θα εμπορευτεί ευθυγραμμιζόμενη με τον Νόμο,

(iii) στην παράγραφο **Γ.6.(δ)** παρατίθεται ένα στοιχείο που κατά την άποψη μας είναι αδιάφορο προς τη διάπραξη αδικημάτων κατά παράβαση του Νόμου. Μετά από προσεκτική παρατήρηση εντοπίζουμε ότι η Προσφεύγουσα κάνει λόγο για «συνολική αξία» των αποθεμάτων προϊόντων τεχνολογίας. Με βάση τον Νόμο όμως σημασία έχει τα επαρκή τεμάχια υπό τις περιστάσεις για έκαστο προϊόν που διαφημίζεται. Η αξία τους δεν είναι στοιχείο προς εξέταση. Ένα προϊόν μπορεί να είναι μικρής αξίας (φθηνό) και κατ'

επέκταση και η συνολική αξία του αποθέματός του, αλλά το απόθεμα αυτό να είναι επαρκές με βάση τον Νόμο. Το αντίστροφο μπορεί να ισχύει για ένα ακριβό προϊόν.

(iv) ο ισχυρισμός που περικλείεται στην παράγραφο **Γ.6(ζ)** αποτελεί απλά τη θέση της Εταιρείας. Είναι το αντικείμενο κρίσης της παρούσας απόφασης. Εάν αποδεικνύεται ορθή η θέση δεν θα αποτελεί μόνο μετριαστικό παράγοντα αλλά λόγο απάλειψης των σχετιζόμενων διοικητικών προστίμων και αντιθέτως εάν οι ισχυρισμοί της Εντεταλμένης Υπηρεσίας αποδειχθούν.

(v) στη θέση που προβάλλεται με την παράγραφο **Γ.6(η)** έχουμε απαντήσει στην παράγραφο Ε.8..

(γ) Ακολουθούν οι θέσεις μας στα επιχειρήματα των **παραγράφων Γ.6(α), (ε) και (στ)**, για τα οποία κατά την ταπεινή μας άποψη υπάρχει έδαφος να τελεσφορήσουν. Είμαστε επίσης της άποψης ότι στην ουσία έχουμε ενώπιον μας δύο και όχι τέσσερις μετριαστικούς παράγοντες. Ο ένας αποτελείται από τις παραγράφους Γ.6(α) και (ε) που πραγματεύονται στην ουσία το ίδιο αντικείμενο και ο άλλος από την παράγραφο Γ.6(η).

(i) Οι παράγραφοι **Γ.6(α) και (ε)** κάνουν λόγο για τον διαθέσιμο όγκο προϊόντων και πωλήσεων που αφορούσαν την ημέρα του Black Friday. Θα πρέπει όμως να ξεκαθαρίσουμε ότι δεν μας ενδιαφέρουν τα τεμάχια που πουλήθηκαν κατά την ημέρα εκείνη αλλά οι κωδικοί που ήταν διαθέσιμοι για εκείνη την ημέρα. Είναι αλήθεια ότι μόνο για ένα μικρό ποσοστό υπήρξε διαπίστωση παραβάσεων και επιβολή διοικητικών προστίμων. Φυσικά αυτό το γεγονός δεν μπορεί να αναιρέσει ούτε και να μειώσει την ένταση και τη βαρύτητα των παραβάσεων που έχουν διαπιστωθεί. Δείχνει απλά την αστοχία της Εταιρείας σε αυτές. Υπό αυτή την έννοια το δεδομένο αυτό το αποδεχόμαστε ως μετριαστικό παράγοντα, με μειωμένη σημασία και βαρύτητα.

(ii) Με τη θέση της Προσφεύγουσας στην παράγραφο **Γ.6(στ)** δεν έχουμε παρά να συμφωνήσουμε. Το περιεχόμενο του σχετικού φακέλου ανταποκρίνεται στη θέση αυτή. Φυσικά η ανταπόκριση αυτή δε σημαίνει αυτόματα και την εναρμόνιση των ενεργειών της Προσφεύγουσας με τις πρόνοιες του Νόμου, θέμα που είναι εντελώς ξεχωριστό. Αναγνωρίζεται η ανταπόκριση που επέδειξε η Προσφεύγουσα.

16. Προχωρώντας στην παράγραφο **Γ.7.**, η τοποθέτηση μας στο θέμα των «αντιφατικών στοιχείων» έγινε στην παράγραφο Ε.12.(γ) και κατ' επέκταση η κρίση της Εντεταλμένης Υπηρεσίας επί αυτού την κρίνουμε ως σωστή. Όσο δε για το αν η Εταιρεία λειτούργησε κακοπροαίρετα στην Απόφαση η ίδια η Εντεταλμένη Υπηρεσία στην παράγραφο 8.4 δηλώνει με τον πιο επίσημο τρόπο ότι η Εταιρεία δεν λειτούργησε με δόλο και μάλιστα το στοιχείο αυτό συμπεριλήφθηκε στους ελαφρυντικούς παράγοντες, θέση την οποία αποδεχόμαστε και υιοθετούμε. Η θέση της Προσφεύγουσας απορρίπτεται.

17. **(α)** Ολοκληρώνουμε με τις θέσεις της Προσφεύγουσας των παραγράφων **Γ.8., 9., 10. και 11.**, τις οποίες οι Καθ' ης η προσφυγή αντέκρουσε με τα επιχειρήματα που αναφέρονται στην παράγραφο **Δ.18.** Παρατηρούμε από τις θέσεις της ότι, η Καθ' ης η προσφυγή τήρησε μία συνέπεια ως προς την

αντιμετώπιση αυτού του είδους των παραβάσεων, η οποία αντικατοπτρίζεται στην Απόφαση. Είμαστε της θέσης ότι η Εντεταλμένη Υπηρεσία έχει προβεί σε επαρκή αιτιολογία των πορισμάτων της και των λόγων που την οδήγησαν στην επιβολή του διοικητικού προστίμου. Η Απόφαση χαρακτηρίζεται από δομή, επεξήγηση των βημάτων που ακολουθήθηκαν και ανάλυση/ στοιχειοθέτηση όλων των ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν. Επιπλέον, για την αναφορά της Εταιρείας στο ύψος του διοικητικού προστίμου σε συνάρτηση με την πανδημία και τον κύκλο εργασιών της, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι ορθά η Εντεταλμένη Υπηρεσία έλαβε υπόψη τον κύκλο εργασιών της Εταιρείας όπως ίσχυε κατά τον επίδικο χρόνο, δηλαδή το 2018. Κατά την ταπεινή μας άποψη ο Νόμος δεν παρέχει το περιθώριο στην Εντεταλμένη Υπηρεσία να αναιρέσει ή να εφαρμόσει διαφορετικά τις πρόνοιες του Νόμου ότι ισχύουν αυτού του είδους οι περιστάσεις.

(α) Από τις αποφάσεις 2014/09(ΑΠ) και 2018/02(ΑΠ) της Εντεταλμένης Υπηρεσίας μπορεί με σχετική ευκολία κάποιος να επαληθεύσει τη συνέπεια στις ενέργειές της. Όμως, είμαστε της άποψης ότι, σύμφωνα με την αρχή της ισότητας η Καθ' ης η προσφυγή θα έπρεπε να είχε αναγνωρίσει ακόμη ένα ελαφρυντικό παράγοντα προς όφελος της Προσφεύγουσας. Στην υπόθεση 2014/09(ΑΠ), η ίδια η Εντεταλμένη Υπηρεσία καταγράφει ως τέταρτο παράγοντα που λήφθηκε υπόψη για τον καθορισμό του ύψους του διοικητικού προστίμου *«Τη χρονική στιγμή της εμπορικής πρακτικής, η οποία ήταν η περίοδος των εορτών του Πάσχα, περίοδος κατά την οποία η ζήτηση αρνίσιου κρέατος είναι αυξημένη από το καταναλωτικό κοινό της Κύπρου»*. Αν και για αυτό το θέμα η περίοδος του Black Friday δεν μπορεί να επηρεάσει την κρίση για την ύπαρξη παράβασης, όπως στην παράγραφο Ε.15.(β)(ii) έχουμε αναφέρει, εντούτοις κατ' αναλογία των όσων έχουν αναφερθεί θα έπρεπε η περίοδος αυτή, που αποτελεί και τον επίδικο χρόνο, να αναγνωρισθεί υπό τις περιστάσεις ως μετριαστικός παράγοντας.

ΣΤ. ΑΠΟΦΑΣΗ ΥΠΟΥΡΓΟΥ

Η Υπουργός, έχοντας υπόψη τις σχετικές πρόνοιες του Νόμου, το περιεχόμενο της προσβληθείσας Απόφασης, τα σχετικά αυτής έγγραφα και κατόπιν εξέτασης των θέσεων τόσο της Προσφεύγουσας όσο και της Καθ' ης η προσφυγή, αποφάσισε όπως αποδεχτεί τη διάπραξη των παραβάσεων όπως έχουν διαπιστωθεί από την Εντεταλμένη Υπηρεσία.

Εν τούτοις λόγω της αναγνώρισης της ύπαρξης επιπλέον μετριαστικών παραγόντων προς όφελος της Προσφεύγουσας, η Υπουργός βάσει του εδαφίου 4(γ) του άρθρου 12 του περί των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών των Επιχειρήσεων προς τους Καταναλωτές Νόμου του 2007 (103(I)/2007) τροποποιεί την Απόφαση ως προς το ύψος της επιβληθείσας ποινής και το επιβληθέν διοικητικό πρόστιμο ύψους €50.000 μειώνεται στα €40.000.

Νατάσα Πηλείδου
Υπουργός