

ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ
ΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗ- ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ,
και συγκεκριμένα
τρόφιμα, ποτά, καλλυντικά, φάρμακα ή συμπληρώματα διατροφής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ-ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΩΔΙΚΑ

1.1 Ο παρών κώδικας:

- προδιαγράφει τις δεοντολογικές αρχές που πρέπει να ακολουθεί μία ιστοσελίδα η οποία προωθεί ή/και πωλεί τρόφιμα, ποτά, συμπληρώματα διατροφής ή φάρμακα, προκειμένου να διασφαλίζει ένα υψηλό επίπεδο ηθικής σε ότι αφορά την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών και κατά συνέπεια και της σχετικής αγοράς.
- Σχετίζεται τόσο με παθητικές ιστοσελίδες (που δεν διενεργούν πωλήσεις ή άλλου είδους εμπορική συνδιαλλαγή με τους καταναλωτές) όσο και με ενεργητικές (στις οποίες υλοποιούνται τέτοιες συνδιαλλαγές).

1.2 Μπορεί να εφαρμοσθεί/χρησιμοποιηθεί κατά τον σχεδιασμό νέας ή για την βελτίωση υπάρχουσας ιστοσελίδας, ή ακόμη και για την εποπτεία της τήρησης μιας αναγκαίας δεοντολογίας σε ιστοσελίδα, στο πλαίσιο που αυτά απαιτούνται νομικά, συμβατικά ή με άλλου είδους εθελοντική ή προαιρετική δέσμευση.

1.3 Η εφαρμογή του παρόντος κώδικα μπορεί να γίνει και για εξυπηρέτηση σκοπών επιβεβαίωσης της δεοντολογικής ποιότητας μιας ιστοσελίδας και της αντικειμενικής επίδειξης αυτής προς όποιους τρίτους ενδιαφερόμενους, μέσω της απόκτησης και διατήρησης σχετικού σήματος εμπιστοσύνης. Είναι γενικά προς όφελος της επιχείρησης που δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο, να εμφανίζει κάποιο σήμα εμπιστοσύνης, το οποίο υποδηλώνει ότι η επιχείρηση έχει αυτοδεσμευτεί να λειτουργεί την ιστοσελίδα της βάσει συγκεκριμένων αρχών και είναι υπό διαρκή έλεγχο.

1.4 Υπάρχουν απαιτήσεις στον κώδικα που είναι γενικής εφαρμογής (generic). Συνεπώς το αντικείμενο, ο σκοπός, το πεδίο εφαρμογής και η μέθοδος εφαρμογής και τήρησης του παρόντος κώδικα μπορεί να ποικίλουν από επιχείρηση σε επιχείρηση, και να αποτελούν για κάθε ξεχωριστή ιστοσελίδα, μια ξεχωριστή επιλογή του εκάστοτε ιδιοκτήτη της. Ωστόσο αυτός, θα πρέπει να λάβει υπόψη του τα εξής:

1.4.1 ο παρών κώδικας δεοντολογίας τροποποιείται σε τακτική βάση, και πάντα σύμφωνα με τις εκάστοτε προκύπτουσες ανάγκες, και συνεπώς η επιχείρηση απαιτείται να υλοποιεί τακτική ανασκόπηση των εφαρμοζόμενων μεθόδων συμμόρφωσης με τον κώδικα και όταν απαιτείται να εφαρμόζει τις αντίστοιχες τροποποιήσεις

1.4.2 ο κώδικας δεν επιδιώκει τον περιορισμό της δημιουργικότητας των μεθόδων ηλεκτρονικής προώθησης και πώλησης, ούτε την ομοιόμορφη παρουσίαση αυτών, αλλά μόνο την αποφυγή κακών πρακτικών που βλάπτουν την ηθική και δεοντολογία της σχετικής αγοράς, με συνέπεια σχετικές αρνητικές χρηματοοικονομικές επιδράσεις

1.4.3 η εφαρμογή του κώδικα μπορεί να δώσει σημαντικά εξωτερικά οφέλη στην επιχείρηση (marketing tool) ιδιαίτερα αν επιδιωχθεί η απόκτηση του σχετικού σήματος εμπιστοσύνης. Ωστόσο δεν πρέπει να είναι μόνο τα οφέλη αυτά που θα καθοδηγήσουν την εφαρμογή του κώδικα, αλλά κυρίως η φιλοσοφία και πρακτική ότι προωθώντας ένα υψηλό επίπεδο δεοντολογίας μπορεί η επιχείρηση να διασφαλίσει μονιμότερη και αποδοτικότερη σχέση με τους καταναλωτές και συνεπώς αποτελεσματικότερα να επιδιώξει την επίτευξη των εκάστοτε επιχειρηματικών στόχων.

1.4.4 η εφαρμογή του κώδικα είναι εθελοντικής ισχύος εκτός των περιπτώσεων που μέρος του κώδικα (ή το σύνολο του) ενσωματωθεί ή αντανακλά σε νομοθετικές, συμβατικές ή άλλες υποχρεώσεις. Από την στιγμή της αποδοχής του κώδικα από την επιχείρηση (εθελοντική δέσμευση συμμόρφωσης σε αυτόν) ισχύουν τα όσα προδιαγράφονται στο κεφάλαιο 2.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ ΚΩΔΙΚΑ

2.1 Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο και εμπίπτουν στις προδιαγραφές του κεφαλαίου 1, δεσμεύονται οικειοθελώς να εφαρμόζουν τις διατάξεις του παρόντος Κώδικα

2.2 Οι επιχειρήσεις, συμφωνούν να υπόκεινται σε έλεγχο για την τήρηση του εν λόγω κώδικα, από ένα ανεξάρτητο σχήμα, στο οποίο θα αντιπροσωπεύονται ισόρροπα όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς και απαραίτητα αυτοί που συμμετείχαν στην ομάδα πυρήνα για την διαμόρφωση του παρόντος κώδικα. Το σχήμα αυτό, θα είναι αρμόδιο για:

- την διαμόρφωση αρχών, που θα εξασφαλίζουν την αντικειμενικότητα και διαφάνεια της λειτουργίας του
- την απονομή των 'σημάτων εμπιστοσύνης'(εφόσον αυτά δημιουργηθούν) στις ιστοσελίδες που πληρούν τις προϋποθέσεις
- τον έλεγχο συμμόρφωσης των φερόντων το 'σήμα'
- την εξέταση καταγγελιών καταναλωτών και διαμεσολάβηση προς επίλυσή τους
- την επιβολή κυρώσεων στους μη συμμορφούμενους
- την ανανέωση του κώδικα σε τακτά χρονικά διαστήματα, ώστε να ανταποκρίνεται αυτός στις νέες εξελίξεις, οικονομικές, κοινωνικές και νομοθετικές

2.3 Οι επιχειρήσεις δεσμεύονται να τροποποιούν την μέθοδο συμμόρφωσης τους με τον κώδικα σύμφωνα με τις όποιες τροποποιήσεις λάβει ο κώδικας, και να συμμορφώνονται άμεσα με τις όποιες υποδείξεις επιβάλει το ανεξάρτητο σχήμα του σημείου 2.2.

2.4 Οι επιχειρήσεις που είναι συνεπείς στην τήρηση του παρόντος κώδικα, θα γνωστοποιούνται στο καταναλωτικό κοινό ως επιχειρήσεις αξιόπιστες στις ηλεκτρονικές αγορές, με όποιο τρόπο αυτό είναι δυνατόν

2.5 Οι επιχειρήσεις συμφωνούν στην επιβολή κυρώσεων σε όσους παραβιάζουν τις αρχές του παρόντος κώδικα. Οι κυρώσεις θα επιβάλλονται από το ελεγκτικό σχήμα το εντεταλμένο για την τήρηση του κώδικα και θα περιλαμβάνουν, σε χρονική αλληλουχία, , τα εξής:

- Ειδοποίηση της επιχείρησης ότι πρέπει να συμμορφωθεί άμεσα
- Αφαίρεση του 'σήματος', εφόσον αυτό υπάρχει
- Δημοσιοποίηση του ονόματος της μη συμμορφούμενης επιχείρησης

- Αν συνεχίζει την ίδια πρακτική, ενεργοποίηση άλλων, νόμιμων διαδικασιών που προβλέπονται από τον νόμο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ-ΠΩΛΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

3.1 Κάθε εταιρεία που προωθεί ή και πωλεί προϊόντα μέσω διαδικτύου, πρέπει να εφαρμόζει τις ισχύουσες σχετικές διατάξεις, εθνικές και κοινοτικές, και να παρουσιάζει στην ιστοσελίδα της τα ακόλουθα¹:

- i. Γενικές πληροφορίες για την επιχείρηση
- ii. Ενημέρωση του καταναλωτή πριν την σύναψη σύμβασης πώλησης
- iii. Πληροφορίες για την προστασία των προσωπικών δεδομένων
- iv. Πληροφορίες για την ασφάλεια της ιστοσελίδας
- v. Πληροφορίες για την τήρηση της νομοθεσίας σχετικά με:
 - Ασφάλεια προϊόντων
 - Υγεία-ασφάλεια εργαζομένων
 - Παιδική εργασία
 - Προστασία περιβάλλοντος

Οι επιμέρους απαιτήσεις για τα παραπάνω αναφέρονται στο Παράρτημα, το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του παρόντος κώδικα.

3.2 Η ιστοσελίδα θα πρέπει να τηρεί όλες τις προδιαγραφές ασφαλούς χρήσης και να εμφανίζει υψηλό επίπεδο αξιοπιστίας.

3.3 Οι ιστοσελίδες επιχειρήσεων που έχουν έδρα στην ελληνική επικράτεια πρέπει οπωσδήποτε να αναφέρουν όλες τις περιεχόμενες πληροφορίες στην ελληνική γλώσσα και προαιρετικά σε όποια άλλη γλώσσα επιθυμούν (με προτίμηση σε μία ακόμη από τις επίσημες γλώσσες της ευρωπαϊκής ένωσης).

3.4 Στην περίπτωση παρουσίασης βράβευσης της ιστοσελίδας, θα πρέπει να αναφέρονται (ή παραπέμπονται) τα κριτήρια αξιολόγησης και βράβευσης, ο οργανισμός βράβευσης με τις εμπορικές σχέσεις αυτού, ο φορέας που αναγνωρίζει τον εν λόγω οργανισμό και λοιπά δεδομένα που αντικειμενικά μπορούν να πληροφορήσουν τον χρήστη περί της αξιοπιστίας της εν λόγω βράβευσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.: ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ-ΠΩΛΗΣΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ-ΠΟΤΩΝ-ΦΑΡΜΑΚΩΝ-ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ-ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

4.1 ΑΡΘΡΟ 1

Οι εταιρείες – επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παρασκευή, μεταποίηση, παραγωγή, διανομή, διακίνηση, ή την προσφορά προς πώληση ή διάθεση τροφίμων, ποτών, φαρμάκων και άλλων φαρμακευτικών προϊόντων, καλλυντικών, συμπληρωμάτων διατροφής, λόγω της ιδιόζουσας φύσης των προϊόντων αυτών και λόγω του κινδύνου που ενέχουν για τη ζωή και την υγεία των καταναλωτών, υποχρεούνται να τηρούν τις πρόσθετες και ειδικότερες προδιαγραφές, πρότυπα και κανόνες που ορίζονται από τις σχετικές νομικές διατάξεις.

Για την επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας της ανθρώπινης ζωής και υγείας, οι

¹ Βλέπε το Παράρτημα του Κώδικα

επιχειρήσεις υποχρεούνται όχι μόνον να τηρούν τη γενική υποχρέωση ασφάλειας των προαναφερομένων, αλλά επιπλέον να συμμορφώνονται με τις ειδικότερες ρυθμίσεις που ορίζονται ανά κατηγορία λαμβανομένου υπόψη του ευαίσθητου χαρακτήρα ορισμένων προϊόντων.

4.2 ΑΡΘΡΟ 2

Η επιχείρηση πρέπει να εφαρμόζει τις απαιτήσεις του άρθρου 2 παρ. 7 του Ν. 2251/94 ή όποιων τροποποιήσεων αυτού, με ιδιαίτερη βαρύτητα στην απαγόρευση ύπαρξη δήλωσης (ρήτρας αποποίησης ευθύνης) η οποία να αποκλείει ή να περιορίζει υπέρμετρα την ευθύνη της εταιρείας.

4.3 ΑΡΘΡΟ 3 (ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ)

Η επιχείρηση θα πρέπει με τρόπο αντικειμενικό και σαφή να καλύπτει όποιες από τις ακόλουθες ανάγκες έχουν εφαρμογή στο είδος των προϊόντων και δραστηριοτήτων της:

- I. Δήλωση συμμόρφωσης με τις κείμενες νομικές διατάξεις για τα προβαλλόμενα προϊόντα (πχ επισήμανση, παρουσίαση, συσκευασία, ποιοτική ή ποσοτική σύνθεση, κ.λ.π.), δηλ. με τις πιο εξειδικευμένες διατάξεις του ελληνικού και κοινοτικού Δικαίου, καθώς και με τα διεθνή τεχνικά πρότυπα που έχουν θεσπιστεί για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών, και, όπου είναι εφικτό, η δήλωση να παραπέμπει ή να αναφέρεται στη σχετική εφαρμοζόμενη νομοθεσία.
- II. Αναφορά αριθμών, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν τις υποχρεωτικές κατά τον νόμο άδειες, όπως, άδεια λειτουργίας της εγκατάστασης, άδεια μεταφοράς εμπορευμάτων, υγειονομική άδεια οχημάτων κ.λ.π.
- III. Αναφορά αριθμών έγκρισης κυκλοφορίας των εν λόγω προϊόντων από τις αρμόδιες κρατικές αρχές (ή άλλων σχετικών αναγκαίων αριθμών)
- IV. Παροχή πληροφοριών στο πλαίσιο και στην έκταση που, αυτές απαιτούνται (ή μπορούν να χρησιμοποιηθούν) για την απόδειξη της ασφάλειας των προϊόντων, ή, σχετίζονται με θέματα που έμμεσα ή άμεσα επιδρούν σ' αυτήν, όπως για:
 - την υποδομή της επιχείρησης (κτίρια, εξοπλισμό, υπηρεσίες υποστήριξης κ.λ.π.)
 - την επιδεξιότητα του ανθρώπινου δυναμικού, και ειδικά, την μόρφωση, επιμόρφωση-κατάρτιση, εμπειρία και λοιπές ικανότητες
 - το περιβάλλον/ συνθήκες εργασίας
- V. Παροχή πληροφοριών για τις μεθόδους διασφάλισης της ασφάλειας των προϊόντων, και μόνον στον βαθμό που αυτές σχετίζονται με αναγνωρισμένες πρακτικές εμπιπτουσες στο θεσμικό ή κανονιστικό πλαίσιο που διέπει τα συγκεκριμένα προϊόντα και την αγορά. Οι σχετικές πληροφορίες θα πρέπει να είναι εύκολα ελέγξιμες και να μην παραπλανούν του καταναλωτή. Ειδικότερα, όταν αναφέρονται πιστοποιητικά ή άλλου είδους βεβαιώσεις σχετικά με τις μεθόδους/πρακτικές, προσοχή θα δίδεται:
 - στο πεδίο εφαρμογής τους
 - στον αρμόδιο φορέα ελέγχου εφαρμογής και επαλήθευσής τους
 - στην ημερομηνία εφαρμογής και ισχύος τους
 - στις δυνατότητες επαλήθευσης της αλήθειας και ακρίβειας των αναγραφόμενων πληροφοριών
 - στην δυνατότητα ενημέρωσης του αρμόδιου φορέα σε περίπτωση διαπίστωσης απόκλισης από αυτές και σε λοιπά, κατά περίπτωση, απαραίτητα δεδομένα.

- VI. Σε περίπτωση ύπαρξης συστήματος ποιότητας ή ασφάλειας των προϊόντων ² ή οποιασδήποτε άλλης περίπτωσης που αναφέρεται στην ασφάλεια και υγιεινή των προϊόντων, η παροχή πληροφοριών θα πρέπει να συνοδεύεται από:
- σαφείς αναφορές των πρωτογενών σχετικών μελετών (π.χ. ανάλυση επικινδυνότητας) ή και γενικότερα, βιβλιογραφικές αναφορές για τις χρησιμοποιούμενες μεθόδους μείωσης των κινδύνων. Όπου είναι εφικτό, θα παρέχονται και σχετικές ηλεκτρονικές παραπομπές σε αυτά τα στοιχεία.
 - αναφορά των βασικών αρχείων που τηρούνται και σχετίζονται με την ασφάλειά τους
 - αναφορά των χρόνων τήρησης αυτών των αρχείων
- VII. Σε περίπτωση αναφοράς πιστοποιημένου συστήματος διαχείρισης ή άλλης πιστοποίησης /βεβαίωσης, που δεν σχετίζεται με την ασφάλεια ή ποιότητα των προϊόντων αλλά μπορεί ωστόσο να δημιουργήσει ανάλογους συνειρμούς³, θα πρέπει να καθίσταται σαφές ότι η αναφερόμενη πιστοποίηση δεν αναφέρεται ούτε επιδρά/σχετίζεται με την ποιότητα και ασφάλεια των προϊόντων
- VIII. Αναφορά των συνθηκών διακίνησης των προϊόντων, οι οποίες εγγυώνται την ασφαλή μετακίνηση και παράδοσή τους και ελαχιστοποιούν την πιθανότητα εμφάνισης κινδύνων
- IX. Περιγραφή του εφαρμοζόμενου συστήματος ανάκλησης και προσδιορισμός προϋποθέσεων-χρονικής στιγμής ενεργοποίησής του. Σε περίπτωση εμφάνισης προϊόντος σε ακατάλληλη κατάσταση θα πρέπει να:
- προσδιορίζονται οι προβλεπόμενοι από την επιχείρηση τρόποι και προϋποθέσεις μαζικής επιστροφής τους (συλλογή τους, επιστροφή χρημάτων, χρόνος επιστροφής κ.λ.π.)
 - υπάρχει ειδικός χώρος στην ιστοσελίδα, στον οποίο θα αναφέρονται τα υπό ανάκληση προϊόντα
 - να υπάρχει η δυνατότητα άμεσης ειδοποίησης (μέσω e-mail ή τηλεφωνικά) των πελατών, οι οποίοι πιθανώς έχουν παραλάβει προϊόντα υπό ανάκληση
- X. Δυνατότητα ενημέρωσης της επιχείρησης για την κατάσταση και ακεραιότητα των παραληφθέντων προϊόντων (σπασμένα μπουκάλια, αλλοιωμένα τρόφιμα κ.λ.π.)
- XI. Την υποβολή παραπόνων-καταγγελιών, με παροχή τηλεφώνων/e-mail/διευθύνσεων, στις:
- αρμόδιες κρατικές αρχές και κανονιστικούς-θεσμικούς φορείς⁴
 - ενώσεις καταναλωτών

4.4 ΑΡΘΡΟ 4 (ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ-ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ)

Επιβάλλεται:

- I. Σαφής διαχωρισμός μεταξύ διαφήμισης – εμπορικής επικοινωνίας και ενημέρωσης/συμβουλευτικής πληροφορίας
- II. Σαφής διαχωρισμός μεταξύ των πληροφοριών που απευθύνονται σε ειδικούς (π.χ. γιατρούς) και αυτών που απευθύνονται σε μη ειδικό κοινό (π.χ. ασθενείς)
- III. Παροχή πληροφοριών για την ιδιότητα και αξιοπιστία ατόμων, που παρέχουν δεδομένα στην ιστοσελίδα, μέσω συνομιλίας (chat) ή άμεσα ηλεκτρονικά μηνύματα

² ISO 9001, EL0T 1416/HACCP, N.E3/833, GMP/ GHP

³ ISO14001, OSHAS18001 κ.λ.π.

⁴ ΕΦΕΤ, ΕΟΦ ΕΚΕΒΥΑ, ΦΟΡΕΙΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ISO 9001/HACCP κ.λ.π.

- IV. Ενημέρωση πελάτη για ύπαρξη όποιας σχέσης εμπορικού συμφέροντος της ιστοσελίδας με τις τυχόν παρεχόμενες συμβουλές/πληροφορίες
- V. Κάθε διαφήμιση να μην είναι παραπλανητική ως προς τα στοιχεία της και ιδίως:
- τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προϊόντος, την τιμή, τον τρόπο διαμόρφωσής της
 - τους όρους υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες
 - την ιδιότητα, τα γνωρίσματα και τα δικαιώματα του διαφημιζόμενου
- VI. Η πειστικότητα της διαφήμισης να μην βασίζεται:
- στην μαρτυρία προσώπων στα οποία αποδίδεται ανύπαρκτη επιστημονική ιδιότητα
 - στην παρουσίασή της με την μορφή δημοσιογραφικής έρευνας ή επιστημονικής ανακοίνωσης
 - στην αναφορά επιστημονικών όρων ή αποτελεσμάτων ερευνών κ.λ.π. με σκοπό να προσδώσουν στην διαφημιστική ανακοίνωση επιστημονική βάση που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα
- VII. Η διαφήμιση να μην είναι αθέμιτη και κυρίως να μη δημιουργεί την εικόνα υπερβολικά δελεαστικής προσφοράς σε παιδιά, νέους και στις πιο ευάλωτες κατηγορίες του πληθυσμού
- VIII. Να αποφεύγεται η αναφορά σε επιστημονικές έρευνες, οι οποίες δεν έγιναν για το συγκεκριμένο προϊόν, και, κατά τον ισχυρισμό του προμηθευτή, τεκμηριώνουν την αποτελεσματικότητα/ασφάλεια του προϊόντος, λόγω του ότι είναι αδύνατον για τον μη ειδικό να εκτιμήσει την αντικειμενικότητα και την αξιοπιστία της εν λόγω έρευνας, η οποία έτσι, αποτελεί αντικείμενο παραπλάνησης
- IX. Η προβολή των λειτουργικών ιδιοτήτων των προϊόντων θα πρέπει να γίνεται με ταυτόχρονη παρουσίαση τυχόν αντενδείξεων, ανεπιθύμητων ενεργειών ή πιθανώς άλλων αρνητικών επιδράσεων (με ή/και χωρίς υπερκατανάλωση)
- X. Να μην εφαρμόζεται η τακτική των συχνών ερωτήσεων (F.A.Q.) ή η παρουσίαση επιλεκτικών ιστορικών, κοινωνικών, οικονομικών ή άλλων στοιχείων με τέτοιο τρόπο ώστε να αποτελούν άμεσες ή έμμεσες διαφημίσεις των προϊόντων, και ειδικά όταν έχουν τα χαρακτηριστικά που απαγορεύουν οι παραπάνω παράγραφοι 4.4.I έως 4.4.IX.

4.5 ΑΡΘΡΟ 5 (ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΣΥΝΑΨΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ)

Πριν από οποιαδήποτε πράξη αγοραπωλησίας, η εταιρεία πρέπει να παρέχει τις ακόλουθες, επιπλέον των γενικών που αναφέρονται στο Παράρτημα I, πληροφορίες:

i. Για το προϊόν

- a) Πλήρης περιγραφή ποιοτικών και ποσοτικών χαρακτηριστικών του, όπως, ονομασία, είδος, διαστάσεις, βάρος, ποσότητα, προέλευση (πχ φυτικής, ζωικής κλπ)
- b) Αναφορά τυχόν εφαρμόσιμων ανώτατων επιτρεπτών ορίων κατανάλωσης, σε συνδυασμό ή όχι, με κατανάλωση άλλων προϊόντων.
- c) Ενημέρωση για τις ενδεχόμενες αλληλεπιδράσεις με άλλα προϊόντα, όταν είναι ευλόγως δυνατόν να προβλεφθεί ότι το συγκεκριμένο προϊόν θα χρησιμοποιηθεί μαζί με άλλα.

- d) Παρουσίαση ετικέτας προϊόντος η οποία θα πρέπει να είναι σύμφωνη με την νομοθεσία και να περιέχει τις απαιτούμενες πληροφορίες για το είδος/βάρος/θρεπτική αξία/θερμίδες/διάρκεια ζωής/συστατικά, κ.λ.π.
- e) Αναφορά της συσκευασίας του και του είδους του περιέκτη (χάρτινος, γυάλινος κ.λ.π.)
- ii. Για τις συνθήκες παραγωγής του
 - a) Αν πρόκειται για προϊόν βιολογικής, συμβατικής καλλιέργειας, ή γενετικής τροποποίησης
 - b) Αναφορά του τόπου παραγωγής-προέλευσης του προϊόντος
 - c) Αναφορά, στην περίπτωση που εφαρμόζονται, των διαδικασιών και αποτελεσμάτων πιστοποίησης προϊόντων και μεθόδων παραγωγής (αριθμός και πεδίο εφαρμογής πιστοποιητικών και λοιπών υποχρεωτικών δεδομένων, σύμφωνα με το κανονιστικό πλαίσιο), συμπεριλαμβανομένων των απαραίτητων δεδομένων για βιολογικά προϊόντα, των αδειών κυκλοφορίας, των αριθμών και ημερομηνιών έκδοσης και λήξης συστημάτων διαχείρισης ποιότητας ή ασφάλειας κλπ
- iii. Για την χρήση του προϊόντος
 - a) Σαφείς οδηγίες για την ασφαλή χρήση, διατήρηση, συντήρηση και πλήρη αξιοποίηση του προϊόντος
 - b) Ενημέρωση για τους ενδεχόμενους κινδύνους κατά την χρήση και διατήρησή του
 - c) Υπόδειξη λήψης κατάλληλων μέτρων για την αποφυγή αλόγιστης, λανθασμένης ή άσκοπης χρήσης και για μείωση των συνεπειών μιας τέτοιας χρήσης
 - d) Αναφορά στην ομάδα ανθρώπων για την οποία προορίζεται το προϊόν
 - e) Αναφορά των υποομάδων του πληθυσμού που εκτίθενται σε κίνδυνο λόγω της κατανάλωσης του προϊόντος , όπως παιδιά, άτομα με φαινοκυτονουρία, άτομα αλλεργικά κ.λ.π.
 - f) Ημερομηνία λήξης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : «ΕΙΔΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ»

5.1 ΑΡΘΡΟ 6 (ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ)

5.1.1 Η παρουσίαση και διάθεση φαρμακευτικών προϊόντων θα πρέπει να ακολουθεί τις νομοθετημένες αρχές του τρόπου διάθεσης, επισήμανσης, διαφήμισης και φύλλου οδηγιών αυτών, όπως αυτές αναφέρονται στην Υπουργική Απόφαση Υ6α/776/23-6-1993 (ΦΕΚ 536/20-7-93) ή σε άλλη σχετική ισχύουσα νομοθεσία. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δίνεται στην συμμόρφωση με τις απαιτήσεις του Μέρους ΙΙΙ (κεφ.ΙΙ) της προαναφερόμενης Υπ. Απ. Υ6α/776 (άρθρα 21-23) που αποτελεί εναρμόνιση προς την οδηγία 92/28/ΕΟΚ ή με άλλες απαιτήσεις εθνικών ή ευρωπαϊκών νομοθεσιών σχετικών με την διαφήμιση και διάθεση φαρμακευτικών προϊόντων σε καταναλωτές/κοινό, συμπεριλαμβανομένης της οδηγίας 2001/83/ΕΚ, καθώς και στον σαφή διαχωρισμό της διαφήμισης προς κοινό και προς επαγγελματίες του κλάδου με αποκλεισμό κάθε δυνατότητας παραλαβής από το κοινό μηνυμάτων που απευθύνονται σε επαγγελματίες.

5.1.2 Σε κάθε περίπτωση απαγορεύεται η διαφήμιση και η διακίνηση (πώληση) μέσω διαδικτύου

- φαρμακευτικών προϊόντων που μπορούν να χορηγηθούν μόνο με ιατρική συνταγή,

- φαρμακευτικών προϊόντων που περιέχουν ψυχοτρόπες ή ναρκωτικές ουσίες, κατά την έννοια των διεθνών συμβάσεων, σύμφωνα με όσα ορίζονται στην κείμενη εθνική και κοινοτική νομοθεσία και εφόσον δεν υπάρχει άλλη σχετική απαγόρευση από τον ΕΟΦ.

Σχετικά με τα μη συνταγογραφούμενα φάρμακα επιτρέπεται η διαφήμιση ή/και η διακίνηση (πώληση) τους με τους εξής όρους:

- δεν ισχύει διάταξη της ελληνικής ή κοινοτικής νομοθεσίας που θέτει σχετικές απαγορεύσεις
- έχει χορηγηθεί όποια απαιτούμενη άδεια κυκλοφορίας σύμφωνα με το ελληνικό ή το κοινοτικό δίκαιο (με παροχή σαφούς πληροφόρησης στην ιστοσελίδα),
- όλα τα στοιχεία της διαφήμισης ενός φαρμάκου πρέπει να ανταποκρίνονται στις πληροφορίες που περιλαμβάνονται στη συνοπτική περιγραφή των χαρακτηριστικών του προϊόντος
- η διαφήμιση πρέπει να μην είναι παραπλανητική και να προάγει την ορθολογική χρήση του φαρμάκου παρουσιάζοντας το με τρόπο αντικειμενικό και χωρίς να υπερβάλλονται οι ιδιότητες του
- στην ιστοσελίδα αναφέρεται γραπτή πληροφόρηση προς τους πελάτες για:
 - ο προτίμηση φαρμακείων ή άλλων εξουσιοδοτημένων, για την πώληση φαρμάκων, φορέων, οι οποίοι διαθέτουν και συμβατικό κατάστημα
 - ο υλοποίηση αγοράς μόνον αφού ελέγξουν ή με άλλο τρόπο επιβεβαιώσουν την ταυτότητα και την αξιοπιστία του ηλεκτρονικού προμηθευτή
 - ο ύπαρξη σχετικής εγκυκλίου-διάταξης του ΕΟΦ, που γενικά απαγορεύει την διακίνηση, πώληση και διάθεση φαρμάκων μέσω Ίντερνετ

5.1.3 Σε συμφωνία με τα όσα αναφέρονται στην παράγραφο 5.1.1 και 5.1.2 η διαφήμιση φαρμακευτικού προϊόντος, η οποία απευθύνεται στο κοινό, πρέπει να είναι σύμφωνη με τα όσα ορίζει ο νόμος. Ειδικότερα, η διαφήμιση δεν θα πρέπει να:

- εμφανίζει ως περιττή την επίσκεψη σε γιατρό, παρέχοντας διάγνωση ή συνιστώντας θεραπεία δι'αλληλογραφίας
- υπαινίσσεται την ισοδυναμία/ανωτερότητα του διαφημιζόμενου σκευάσματος σε σχέση με άλλα, την έλλειψη παρενεργειών και ότι η υγεία του ατόμου μπορεί να βελτιωθεί
- υπαινίσσεται ότι η ασφάλεια και αποτελεσματικότητα οφείλεται στο γεγονός ότι είναι ουσία φυσική
- Απευθύνεται κατ' αποκλειστικότητα ή κατά κύριο λόγο στα παιδιά.
- Εξομοιώνει το φαρμακευτικό προϊόν με είδος διατροφής, με καλλυντικό ή άλλο καταναλωτικό προϊόν
- Αναφέρεται σε σύσταση επιστημόνων, ατόμων ασχολούμενων επαγγελματικά με την υγεία ή άλλων διασήμων ατόμων που μπορούν, λόγω φήμης, να προωθήσουν την κατανάλωση φαρμακευτικών προϊόντων
- Χρησιμοποιεί, με υπερβολικά ανησυχητικό ή παραπλανητικό τρόπο, διαβεβαιώσεις σχετικές με την επίτευξη ίασης
- Χρησιμοποιεί, με υπερβολικά ανησυχητικό ή παραπλανητικό τρόπο, οπτικές αναπαραστάσεις των αλλοιώσεων του ανθρώπινου

σώματος που οφείλονται σε ασθένειες ή τρώσεις, ή τη δράση του φαρμακευτικού προϊόντος στο ανθρώπινο σώμα ή σε μέρος του

5.1.4 Απαγορεύεται η δωρεάν διανομή δειγμάτων, καθώς και οι προσφορές.

5.1.5 Σε περίπτωση που, φαρμακευτικά προϊόντα τα οποία χορηγούνται μόνο με ιατρική συνταγή (ή δεν χορηγούνται με ιατρική συνταγή αλλά δεν επιτρέπεται να διαφημίζονται στο κοινό), προωθούνται σε σχετικό ηλεκτρονικό περιοδικό ανεξάρτητης παραγωγής (που προορίζεται για επαγγελματίες) στο οποίο δυνητικά μπορεί να έχει πρόσβαση και το κοινό, στις σχετικές ηλεκτρονικές καταχωρήσεις θα πρέπει να υπάρχουν σαφείς επισημάνσεις, που να δίνουν το νόημα ότι «η παρουσιαζόμενη πληροφόρηση προορίζεται για τους επαγγελματίες και μόνο, και ότι η παραλαβή των σχετικών πληροφοριών από μη επαγγελματίες/κοινό ενέχει κινδύνους γι' αυτούς, αυτούς λόγω της ενδεχόμενης παρεξήγησης που μπορεί να προκύψει από την έλλειψη επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων επί φαρμακευτικών προϊόντων και λειτουργιών αυτών»

5.1.6 Σε καμία περίπτωση δεν επιτρέπεται η παρουσίαση πληροφοριών, όπως ευρωπαϊκές δημόσιες εκθέσεις αξιολόγησης φαρμακευτικών προϊόντων, περιλήψεις χαρακτηριστικών προϊόντων, φύλλα οδηγιών κ.α., με τέτοιο τρόπο ώστε να έχουν διαφημιστικό χαρακτήρα.

5.1.7 Θα πρέπει να είναι σαφές πότε ο χρήστης «βγαίνει» από κάποια ιστοσελίδα της εταιρίας ή από σελίδες που χρηματοδοτεί η εταιρία ή πότε κατευθύνεται σε σελίδα που ανήκει στην εταιρία. Επίσης, θα πρέπει να είναι σαφές που μπορούν να βρεθούν συνταγογραφικές πληροφορίες, ενώ οι πληροφορίες οι σχετικές με την ονομασία του προϊόντος, τις δραστικές ουσίες κ.ά. θα πρέπει να είναι σε μέγεθος κατάλληλο για εύκολη ανάγνωση.

5.2 ΑΡΘΡΟ 7 (ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ)

5.2.1 Οι αντίστοιχες επιχειρήσεις υποχρεούνται να συμμορφώνονται προς την ισχύουσα ευρωπαϊκή και εθνική νομοθεσία, συμπεριλαμβανομένης της Οδηγίας 2002/46/ΕΚ, και ειδικότερα ως προς τις διατάξεις που έχουν εφαρμογή στην ηλεκτρονική παρουσίαση ή πώληση των προϊόντων. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί από τις επιχειρήσεις, όταν διαφημίζουν συμπληρώματα διατροφής, να μην αποδίδουν στα προϊόντα αυτά ιδιότητες πρόληψης, αγωγής, ή θεραπείας ανθρώπινης νόσου, ούτε να αναφέρουν τέτοιες ιδιότητες.

5.2.2 Σε περίπτωση που δηλώνεται το προϊόν ως συμπλήρωμα διατροφής, τότε θα πρέπει να δίδονται πληροφορίες σχετικά με την πηγή που ορίζει ότι το προωθούμενο και προσφερόμενο σκεύασμα είναι συμπλήρωμα διατροφής, και να αναφέρονται οι σχετικές άδειες από τις αρμόδιες αρχές (πχ αριθμός έγκρισης από ΕΟΦ, Γενικό Χημείο του Κράτους ή οποιονδήποτε άλλο αρμόδιο φορέα ημεδαπό ή αλλοδαπό έχει σχέση με το αντικείμενο).

5.2.3 Στο πλαίσιο των απαιτήσεων της 5.2.2 θα πρέπει να γίνεται σαφής αναφορά του αριθμού αδείας ή κυκλοφορίας τους στην ελληνική ή ευρωπαϊκή αγορά και το όνομα του φορέα που χορήγησε την άδεια αυτή.

5.3 ΑΡΘΡΟ 8 (ΤΡΟΦΙΜΑ (& ΠΟΤΑ))

5.3.1 Οι επιχειρήσεις τροφίμων θα πρέπει να ακολουθούν τις ισχύουσες διατάξεις της σχετικής με τα τρόφιμα και ποτά ελληνικής και ευρωπαϊκής νομοθεσίας (Κώδικας

Τροφίμων και Ποτών, Υγειονομικές Διατάξεις, Κτηνιατρικός Κώδικας, μη εναρμονισμένες αλλά ισχύουσες οδηγίες της Ε.Ε., Κανονισμός (ΕΚ) 178/2002, Κ.Υ.Α. 487/2000 κ.λ.π.), στο πλαίσιο που έχουν εφαρμογή στην ηλεκτρονική παρουσίαση ή πώληση των προϊόντων. Ιδιαίτερη προσοχή να δίδεται στα παρακάτω:

- I. Οι επιχειρήσεις τροφίμων είναι υπεύθυνες για την διασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων που προμηθεύουν στους καταναλωτές.
- II. Όλα τα τρόφιμα που διατίθενται στην αγορά, πρέπει να συμμορφώνονται προς τις ειδικές εθνικές και κοινοτικές διατάξεις οι οποίες διέπουν την ασφάλειά τους.
- III. Τρόφιμα τα οποία είναι μη ασφαλή, απαγορεύεται να διατίθενται στην αγορά. Μη ασφαλή είναι τα τρόφιμα ιδίως όταν:
 - είναι επιβλαβή για την υγεία (πχ με βραχυπρόθεσμο αρνητικό αποτέλεσμα όπως αυτό που συνήθως επιφέρουν μικροβιολογικοί ή φυσικοί κίνδυνοι ή μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα όπως αυτό που συνήθως επιφέρουν οι χημικοί κίνδυνοι)
 - είναι ακατάλληλα για ανθρώπινη κατανάλωση (πχ αλλοιωμένα τρόφιμα)
- IV. Οι επιχειρήσεις τροφίμων, οφείλουν να παρέχουν στον καταναλωτή κάθε δυνατή πληροφορία για την αποφυγή αρνητικών συνεπειών για την υγεία του, λαμβάνοντας υπόψη:
 - όλες τις πιθανές άμεσες ή/και βραχυπρόθεσμες ή/και μακροπρόθεσμες συνέπειες του τροφίμου στην υγεία του καταναλωτή
 - τις πιθανές σωρευτικές τοξικές συνέπειες
 - τις ιδιαίτερες ευαισθησίες όσον αφορά στην υγεία συγκεκριμένης κατηγορίας καταναλωτών, όταν το τρόφιμο προορίζεται για την εν λόγω κατηγορία
 - τις περιπτώσεις αρνητικών συνεπειών λόγω βραχυχρόνιας ή μακροχρόνιας υπερκατανάλωσης με αναφορά ενδεδειγμένων ορίων (πχ υπερκατανάλωση λιπών και ελαίων)
- V. Απαγορεύεται η δήλωση ή διαφήμιση με οποιοδήποτε τρόπο ενός τροφίμου με την οποία υπονοείται άμεσα ή έμμεσα ότι το εν λόγω τρόφιμο:
 - έχει ιδιότητες που δεν υπάρχουν πραγματικά σ' αυτό κατά τη χρησιμοποίησή του
 - είναι κατάλληλο, για την πρόληψη ή θεραπεία ασθενειών
- VI. Απαγορεύεται, η με οποιοδήποτε τρόπο δήλωση ή διαφήμιση ενός τροφίμου, με την οποία άμεσα ή έμμεσα υπονοείται ότι το τρόφιμο είναι ιδιαίτερα πλούσιο (ή κατά περίπτωση φτωχό) ως προς ένα ή περισσότερα από τα θρεπτικά βασικά συστατικά του, ή ότι περιέχει αυτά σε μεγαλύτερες ή, κατά περίπτωση, μικρότερες αναλογίες από το συνηθισμένο, χωρίς σχετική έγκριση του αρμόδιου κρατικού Φορέα (ΑΧΣ,ΕΟΦ κλπ)..
- VII. Οι εταιρείες παραγωγής αλκοολούχων ποτών θα πρέπει να εφαρμόζουν συστήματα που θα εμποδίζουν την παραγγελία των προϊόντων τους από ανηλίκους.
- VIII. Οι εταιρείες παραγωγής αλκοολούχων ποτών θα πρέπει να αναφέρουν το αλκοολικό περιεχόμενο και την αναμενόμενη δράση του ποτού στον άνθρωπο σε συνάρτηση με την ποσότητα και το χρόνο κατανάλωσης (με συναγόμενες οδηγίες προφύλαξης και πρόληψης).
- IX. Στην περίπτωση που αναφέρεται ότι το προϊόν είναι ελεγχμένο (ή ότι γίνονται έλεγχοι) τότε θα πρέπει να αναφέρονται τα σημεία ελέγχου, οι μέθοδοι (πχ πρότυπα κλπ) και να υπάρχει δήλωση τήρησης σχετικών αρχείων (με επεξήγηση όπως ανά περίπτωση απαιτείται).
- X. Στην περίπτωση που διαφημίζεται η ποιότητα του τροφίμου-ποτού, θα πρέπει να δίνονται σαφείς πληροφορίες για τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ποιότητας

του τροφίμου-ποτού, που η επιχείρηση θεωρεί ότι δίνουν το δικαίωμα χαρακτηρισμού του προϊόντος ως ανώτερης ποιότητας, και οι σχετικές δηλώσεις να συνοδεύονται από αντικειμενικά στοιχεία που αποδεικνύουν την ποιότητα αυτή.

5.4 ΑΡΘΡΟ 9 (ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ)

5.4.1 Οι εταιρείες παραγωγής-διακίνησης καλλυντικών είναι υπεύθυνες για την ασφάλεια των προϊόντων τους και για την τήρηση της κείμενης ελληνικής και κοινοτικής νομοθεσίας (οδηγίας 76/768/ΕΟΚ, και τροποποιήσεων αυτής, συμπεριλαμβανομένων σχετικών εγκυκλίων του ΕΟΦ) στα πλαίσια της ηλεκτρονικής παρουσίασης-προώθησης των προϊόντων τους.

5.4.2 Στην ιστοσελίδα θα πρέπει για κάθε προωθούμενο ή πωλούμενο προϊόν να αναφέρονται με σαφήνεια τουλάχιστον οι παρακάτω πληροφορίες στην ελληνική γλώσσα:

I.

- ο όνομα προϊόντος και εταιρίας
- ποιοτική σύνθεση, όπως αυτή αναγράφεται στη συσκευασία του προϊόντος και πάντα σε συμμόρφωση με τις εφαρμοζόμενες απαιτήσεις της νομοθεσίας
- ποσοτική σύνθεση για τις ουσίες που έχουν ταξινομηθεί ως επικύνδινες σύμφωνα με την οδηγία 67/548/ΕΟΚ (και τυχόν τροποποιήσεων αυτής)
- στοιχεία παρενεργειών (συχνότητα και είδος) όταν αυτές εμφανίζονται υπό κανονικές συνθήκες χρήσης

II.

- οδηγίες χρήσης
- οδηγίες διατήρησης
- ειδικές προφυλάξεις χρήσεώς τους

III. ο τόπος τήρησης του φακέλου του προϊόντος, ο αριθμός άδειας λειτουργίας του εργαστηρίου παρασκευής (για τα εγχωρίως παραγόμενα) και ο αντιπρόσωπος (για τα εισαγόμενα)

IV. άλλες πληροφορίες που αναφέρει η ετικέτα του προϊόντος

5.4.3 Στην προσφορά προς πώληση και στην διαφήμιση των καλλυντικών προϊόντων το κείμενο, οι ονομασίες, τα σήματα, οι εικόνες ή τα άλλα σύμβολα, παραστατικά ή μη, να μη χρησιμοποιούνται για να αποδώσουν σε αυτά τα προϊόντα χαρακτηριστικά τα οποία δεν έχουν ή δεν μπορούν να αποδειχθούν με χρήση ανεξάρτητων και αξιόπιστων πηγών, και οι όποιοι θετικοί ή αρνητικοί ισχυρισμοί (claims) να είναι σε συμμόρφωση με την ισχύουσα νομοθεσία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

I. Γενικές πληροφορίες για την επιχείρηση

- Πλήρη στοιχεία, όπως: επωνυμία, όνομα ιδιοκτήτη-προμηθευτή, φυσική διεύθυνση, τηλέφωνο, φαξ, ηλεκτρονική διεύθυνση
- Υπηρεσία εξυπηρέτησης πελατών με τηλέφωνο και ώρες λειτουργίας
- Αριθμούς μητρώου, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν την εγγραφή της σε Μητρώα της Εποπτεύουσας Κρατικής Αρχής, της ΔΟΥ και του Επαγγελματικού Σωματείου στο οποίο ανήκει

II. Ενημέρωση του καταναλωτή πριν την σύναψη σύμβασης πώλησης

Πριν ο καταναλωτής προβεί σε οποιαδήποτε ενέργεια, θα πρέπει να ενημερώνεται με σαφήνεια για:

- Την τελική τιμή του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων όλων των επιβαρύνσεων (με ιδιαίτερη προσοχή στους όποιους φόρους, όπως το ΦΠΑ, τα τυχόν μεταφορικά κ.λ.π.)
- Τις δυνατότητες επιλογής πληρωμής
- Το ότι θα παραλάβει σχετική απόδειξη/παραστατικό μαζί με το εμπόρευμα, ή θα του αποσταλούν ηλεκτρονικά τα πλήρη στοιχεία της παραγγελίας του τα οποία θα μπορεί να εκτυπώσει.
- Την περίπτωση μεγαλύτερης τηλεφωνικής χρέωσης για την χρήση της ιστοσελίδας στην περίπτωση που αυτό ισχύει για την χρήση κάποιων δυνατοτήτων της ιστοσελίδας
- Την διάρκεια ισχύος της αναφερόμενης προσφοράς ή της τιμής
- Την δυνατότητα άμεσης ακύρωσης ή αναθεώρησης της παραγγελίας
- Την πιθανή ημερομηνία παραλαβής της παραγγελίας του
- Το ότι θα λάβει επιβεβαίωση παραλαβής της παραγγελίας του με αναφορά δεδομένων αυτής
- Πιθανή ημερομηνία παραλαβής προϊόντων
- Ενδεχόμενη καθυστέρηση παραλαβής του προϊόντος
- Την νέα ημερομηνία παραλαβής
- Την πολιτική επιστροφής προϊόντων
- Τις εγγυήσεις μετά την πώληση
- Την πολιτική παραπόνων και την διαδικασία εξυπηρέτησης πελατών
- Την διαδικασία επιστροφής χρημάτων αν υπάρξει πρόβλημα
- Τα υπάρχοντα σχήματα εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών στην Ελλάδα⁵, καθώς και αυτά των διασυνοριακών διαφορών, σε ευρωπαϊκό⁶ και διεθνές⁷ επίπεδο
- Το ποια δικαστήρια είναι αρμόδια για δικαστική διευθέτηση ενδεχόμενων διαφορών
- Την υποβολή παραπόνων-καταγγελιών, με παροχή τηλεφώνων/διευθύνσεων, στις:
 - αρμόδιες κρατικές αρχές

⁵ - Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού των Νομαρχιών

- Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού των ΔΕΚΟ

- Συνήγορος του Πολίτη: τηλ. 210 72 82 9600 φαξ 210 72 92 129 www.sinigoros.gr/

- Τραπεζικός Μεσολαβητής: τηλ 210 33 76 700 φαξ 210 32 38 821 e-mail: contact@bank-omb.gr <http://www.bank-omb.gr/>

⁶ Ευρωπαϊκό Δίκτυο Εξωδικαστικής Επίλυσης Διαφορών: τηλ 210 3841 773, Φαξ: 210 3829 640, e-mail: info@efpolis.gr
<http://www.efpolis.gr>

⁷ κα. Κυριακοπούλου τηλ. 210 3821 618, φαξ 210 3803 422 e-mail: kyriako@gge.gr www.econsumer.gov (αμερικάνικη ιστοσελίδα)

- ενώσεις καταναλωτών

III. Πληροφορίες για την προστασία των προσωπικών δεδομένων

Με τις σχετικές πληροφορίες και τις απορρέουσες ενέργειες να εξασφαλίζονται τα παρακάτω:

- ❖ Συλλογή μόνο των απολύτως αναγκαίων στοιχείων και εντός του ισχύοντος νομικού πλαισίου, εθνικού και κοινοτικού
- ❖ Διατήρησή τους μόνο για όσο διάστημα είναι αναγκαία στην εταιρεία και για το χρονικό διάστημα που υπάρχει σχετική συγκατάθεση του καταναλωτή
- ❖ Παροχή δυνατότητας στον καταναλωτή να ανακαλεί οποτεδήποτε την συγκατάθεσή του για την επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων
- ❖ Διασφάλιση φύλαξης προσωπικών δεδομένων του καταναλωτή (access/security policy), ώστε τα στοιχεία του να παραμένουν απόρρητα (privacy policy).
- ❖ Ερώτηση καταναλωτή για τυχόν χρησιμοποίηση στοιχείων του για λόγους Marketing
- ❖ Ερώτηση καταναλωτή για αποδοχή Cookies
- ❖ Ερώτηση καταναλωτή εάν επιθυμεί να συνδεθεί σε links με παρεμφερή προϊόντα / υπηρεσίες ή/και να λαμβάνει ηλεκτρονικές διαφημίσεις
- ❖ Δεν επιτρέπεται η αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων (spamming), χωρίς την εκ των προτέρων συγκατάθεση του καταναλωτή
- ❖ Ο καταναλωτής πρέπει:
 - ο να έχει ανά πάσα στιγμή πρόσβαση στα προσωπικά του δεδομένα που φυλάσσονται στην ιστοσελίδα
 - ο να μπορεί να επέμβει σ'αυτά και να τα τροποποιεί
 - ο να μπορεί να πληροφορείται για την χρήση τους από την εταιρεία

IV. Αξιοπιστία-Ασφάλεια της ιστοσελίδας

Με τις σχετικές πληροφορίες και τις απορρέουσες ενέργειες να εξασφαλίζονται τα παρακάτω:

- Πολλαπλή επιβεβαίωση παραγγελίας από πελάτη (τριπλό κλικ)
- Ευκρινές τελικό στάδιο παραγγελίας
- Ασφαλής σύνδεση. Διακριτά δεδομένα σχετικά με την ασφάλεια σύνδεσης και σχετικών πληροφοριών (πχ πρωτόκολλο ασφάλειας, πιστοποιητικό ασφάλειας κ.λ.π.)
- Αξιοπιστία ιστοσελίδας(επίλυση θεμάτων σχετικά με την αστάθεια της σελίδας, την ενεργοποίηση ή ημιτελείς σύνδεσης, αδιέξοδους δικτυακούς κόμβους και κόμβους κατεύθυνσης υπό κατασκευή κ.ά., στο πλαίσιο που τα θέματα αυτά μπορούν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή)
- Σύστημα μη αποστολής λανθασμένα συμπληρωμένων φορμών
- Αναγραφή ημ/νίας τελευταίας ενημέρωσης της ιστοσελίδας. Αναγραφή συχνότητας ενημέρωσης του site
- Όχι αναγκαστική προβολή διαφημίσεων που επισκιάζουν το κείμενο της ιστοσελίδας
- Τρόπος επιβεβαίωσης ότι η αγορά του προϊόντος γίνεται από ενήλικα άτομα

V. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Με τις πληροφορίες και τις απορρέουσες ενέργειες να εξασφαλίζονται τα παρακάτω:

- Δήλωση τήρησης νομοθεσίας για την:
 - Ασφάλεια προϊόντων
 - Υγεία και Ασφάλεια των εργαζομένων
 - Παιδική εργασία
 - Προστασία περιβάλλοντος

Σαφής αναφορά αν η ιστοσελίδα μπορεί να χρησιμοποιηθεί από άτομα με ειδικές ανάγκες