

## Αρχές Επικοινωνίας με Πελάτη

(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι του ΚΠΗΕ, ΦΕΚ Β' Αρ. Φύλλου 832, 9.4.2013)



## **Άρθρο 1: Διαφήμισεις και εμπορικές πρακτικές**

Η διαφήμιση και προώθηση των υπηρεσιών προμήθειας ηλεκτρικής ενέργειας διενεργείται σε συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία περί διαφήμισης που αφορά

στην προστασία των καταναλωτών και στη χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, όπως εκάστοτε ισχύει.

Ειδικότερα:

1. Κάθε πληροφορία που παρέχεται (προφορικά, στο διαδίκτυο, σε διαφημιστικό ή επικοινωνιακό μέσο, σε οικονομικές προσφορές, σε λογαριασμούς, κ.λπ.) είναι κατανοητή και ακριβής.
2. Ο προμηθευτής εξασφαλίζει ότι οποιαδήποτε πληροφορία προς τους καταναλωτές, σχετικά με τις προσφερόμενες χρεώσεις και υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένου του τύπου της πωλούμενης ενέργειας, όπως αυτός αποδεικνύεται από τα πιστοποιητικά εγγυήσεων προέλευσης που πρέπει να κατέχει ο προμηθευτής, ή με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προμηθευτή (όπως η ταυτότητα, η ιδιότητα, η εταιρική σχέση, οι διακρίσεις και τα περιουσιακά του στοιχεία) δεν παραπλανά, ούτε επιδιώκει να παραπλανήσει τους καταναλωτές, είτε λόγω ανακρίβειας, ή λόγω ασάφειας, ή έλλειψης ουσιωδών στοιχείων, έτσι ώστε να τους οδηγεί ή να ενδέχεται να τους οδηγήσει να λάβουν απόφαση συναλλαγής, την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβαναν.
3. Ο προμηθευτής λαμβάνει κάθε δυνατό μέτρο, ώστε να εξασφαλιστεί, ότι οποιαδήποτε πληροφορία για τις προσφερόμενες χρεώσεις και υπηρεσίες του που δεν βρίσκονται πλέον σε ισχύ, και η οποία μπορεί να παραπλανήσει τους καταναλωτές, αφαιρείται από τα μέσα προβολής του.
4. Ο προμηθευτής εξασφαλίζει ότι οι εμπορικές πρακτικές που ακολουθούνται για την προώθηση των υπηρεσιών του δεν είναι επιθετικές, υπό την έννοια ότι παρεμποδίζουν, ή ενδέχεται να παρεμποδίσουν σημαντικά την ελευθερία επιλογής του μέσου καταναλωτή.

## **Άρθρο 2: Συμπεριφορά συνεργατών και προσωπικού κατά την άσκηση εμπορικών πρακτικών**

Ο προμηθευτής αναρτά στο δικτυακό τόπο του και σε σημείο το οποίο μπορεί εύκολα να έχει πρόσβαση ο καταναλωτής, κατάλογο με τα επικαιροποιημένα πλήρη στοιχεία των εμπορικών του συνεργατών. Σχετικά με το προσωπικό του προμηθευτή ή των

εμπορικών συνεργατών του, που έρχεται σε άμεση επικοινωνία με τους καταναλωτές, επιβάλλονται τα εξής:

1. Το προσωπικό από την αρχή της επικοινωνίας διευκρινίζει με σαφήνεια την ταυτότητά του, την επωνυμία του προμηθευτή που εκπροσωπεί και τον εμπορικό σκοπό της επικοινωνίας.
2. Κατά την προσωπική επίσκεψη, το προσωπικό επιδεικνύει αναγνωριστική ταυτότητα εκπροσώπησης με φωτογραφία ή άλλο διακριτικό σήμα του και

3. Το προσωπικό είναι πλήρως ενημερωμένο και απαντά στις ερωτήσεις των καταναλωτών με σαφήνεια και ακρίβεια.

4. Όταν η προώθηση, ή η πώληση γίνεται με επίσκεψη στην οικία του καταναλωτή, ή με τηλεφωνική κλήση, να γίνεται με σεβασμό στις ώρες κοινής ησυχίας και με εξαίρεση των επισήμων αργιών και Κυριακών, εκτός κι αν ο καταναλωτής ζητήσει κάτι διαφορετικό.

5. Το προσωπικό δεν παραπλανά, ούτε επιδιώκει να παραπλανήσει με κανέναν τρόπο, με πράξεις ή παραλείψεις ή επιχειρηματολογία, τους καταναλωτές δίνοντας λανθασμένες εντυπώσεις για την παρεχόμενη υπηρεσία του προμηθευτή, ή τις παρεχόμενες υπηρεσίες άλλων προμηθευτών, ή αρνητική εικόνα για άλλους προμηθευτές.

6. Ειδικά το προσωπικό των εμπορικών συνεργατών του προμηθευτή, δηλώνει με σαφήνεια την ιδιότητά του ως εξουσιοδοτημένος συνεργάτης του προμηθευτή και δεν προβαίνει σε παραπλανητικές ενέργειες δημιουργώντας την εντύπωση ότι έχει παρασχεθεί στην εταιρεία του εξουσία αντιπροσώπευσης του προμηθευτή ή δικαιώματα που ανήκουν στον προμηθευτή και δεν έχουν εκχωρηθεί σε αυτήν.

7. Το προσωπικό απευθύνεται στους καταναλωτές με ευγένεια και χρήση κατάλληλου λεξιλογίου. Ιδιαίτερη ευαισθησία επιδεικνύεται κατά την επικοινωνία με ευάλωτους καταναλωτές (καταναλωτές με ειδικές ανάγκες, οικονομικά ασθενείς, ηλικιωμένους κλπ) και άτομα που δεν ομιλούν την ελληνική γλώσσα. Το προσωπικό δεν εκμεταλλεύεται την αδυναμία των καταναλωτών αυτών προκειμένου να πραγματοποιήσει πωλήσεις.

8. Σε κάθε περίπτωση επικοινωνίας (επίσκεψη, τηλεφωνική κλήση, sms, e-mail) που ο καταναλωτής επιθυμεί την εξαίρεσή του από μελλοντικές προωθητικές ενέργειες, το προσωπικό του παρέχει μία εύκολη μέθοδο για τη δωρεάν διαγραφή του από το μητρώο προώθησης καταναλωτών του προμηθευτή.

9. Στις περιπτώσεις στοχευμένης επικοινωνίας με χρήση λίστας καταναλωτών, ο προμηθευτής έχει διασφαλίσει τη συγκατάθεση των παραληπτών, σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 2472/1997 περί προστασίας του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, έχοντας εξαίρεσει από τη λίστα των καταναλωτών εκείνους που είτε έχουν εγγραφεί στη λίστα του άρθρου 13 που τηρεί η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, είτε έχουν ενημερώσει εγγράφως τον προμηθευτή.

### **Άρθρο 3: Προσυμβατική ενημέρωση του καταναλωτή**

Κατά την επικοινωνία που προηγείται της υπογραφής της σύμβασης προμήθειας, ο προμηθευτής διασφαλίζει την πλήρη, ακριβή και σαφή ενημέρωση του καταναλωτή, ώστε να είναι σε θέση ο τελευταίος να επιλέξει την πλέον συμφέρουσα για αυτόν προσφορά. Σε κάθε περίπτωση, ο προμηθευτής εξασφαλίζει, ότι ο καταναλωτής ο οποίος συνάπτει τη σύμβαση έχει την ικανότητα ή τη νόμιμη εξουσιοδότηση να συνάψει τη σύμβαση αυτή. Ο προμηθευτής αναρτά τις αρχές επικοινωνίας με πελάτη σε εύκολα προσβάσιμο σημείο στην ιστοσελίδα του και εξασφαλίζει ότι το προσωπικό και οι συνεργάτες του έχουν λάβει πλήρη γνώση της παρούσας.

Ειδικότερα, η έγκαιρη και επαρκής ενημέρωση του καταναλωτή από τον προμηθευτή περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα:

1. Κατηγορία τιμολόγησης στην οποία εντάσσεται ο καταναλωτής.
2. Περιγραφή των προσφερόμενων υπηρεσιών.
3. Μοναδιαίες χρεώσεις που συνδέονται με τις προσφερόμενες υπηρεσίες, με διακριτή αναγραφή της κάθε χρέωσης και επεξήγηση της υπηρεσίας με την οποία συνδέεται η κάθε χρέωση. Σαφής αναφορά των χρεώσεων και των υπηρεσιών που συμπεριλαμβάνονται στις μοναδιαίες χρεώσεις.
4. Σε περίπτωση προσφοράς πακέτου με πάγια χρέωση για κατανάλωση εντός συγκεκριμένων ορίων, απολύτως σαφής αναφορά περί του ποιες υπηρεσίες και χρεώσεις περιλαμβάνονται στην πάγια χρέωση, ποιες χρεώσεις επιβάλλονται επιπρόσθετα του παγίου για επιπλέον υπηρεσίες/ χρεώσεις, ή κατανάλωση πέραν του ορίου, και πως εφαρμόζονται τα όρια βάσει εκτιμήσεων, ή πραγματικών μετρήσεων κατανάλωσης του πελάτη.
5. Εκτίμηση του συνολικού ετήσιου λογαριασμού του καταναλωτή βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών κατανάλωσής του, με διακριτή ανάλυση του επιμέρους κόστους για κάθε χρέωση/ υπηρεσία (ενέργεια/ ανταγωνιστικό σκέλος τιμολογίου, χρήση συστήματος, χρήση δικτύου, λοιπές ρυθμιζόμενες χρεώσεις, κλπ), ή σαφή ένδειξη ποιες είναι οι υπηρεσίες που καλύπτονται από κάθε χρέωση, ώστε να είναι δυνατή η σύγκριση στην ίδια βάση με άλλες προσφορές από τον ίδιο ή άλλο προμηθευτή. Η σύγκριση χρεώσεων η οποία πραγματοποιείται από τον προμηθευτή και αφορά διαφορετικούς προμηθευτές γίνεται επίσης επί της ίδιας βάσης, άλλως θεωρείται παραπλανητική.
6. Έναρξη και λήξη ισχύος των χρεώσεων και τρόπους ενημέρωσης για τις εκάστοτε ισχύουσες χρεώσεις.
7. Γενικούς όρους της σύμβασης προμήθειας.
8. Ειδικούς όρους που συνδέονται με τη συγκεκριμένη προσφορά από τον προμηθευτή.
9. Ελάχιστη διάρκεια ισχύος της σύμβασης, όρους ανανέωσης, ενδεχόμενες ρήτρες πρόωρης καταγγελίας.
10. Όρους υπαναχώρησης από τη σύμβαση.
11. Εκτιμώμενο χρόνο ενεργοποίησης της υπηρεσίας, εφόσον αυτός δεν ορίζεται διαφορετικά στη νομοθεσία.
12. Εναλλακτικούς τρόπους πληρωμής λογαριασμού.
13. Συχνότητα αποστολής λογαριασμού, καθώς και κάθε άλλη πληροφορία για επιπλέον λογαριασμό που ενδέχεται να λαμβάνει ο καταναλωτής για τις χρεώσεις υπέρ τρίτων.
14. Όρους σχετικά με το ύψος και την καταβολή τυχόν εγγύησης.