



ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ΑΠΟΓΟΡΕΥΣΗ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ



ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΓΑΛΑΝΟΥ ΚΑΙΤΗ

ΠΑΤΡΑ 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΝΝΟΙΑ - ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ - ΠΗΓΕΣ ΔΙΚΑΙΟΥ

1.1 ΈΝΝΟΙΑ ΔΙΚΑΙΟΥ.....	7
1.2 ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ.....	8
1.3 ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΑ ΔΙΚΑΙΟΥ.....	9
1.4 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ.....	9
1.4.1 ΔΗΜΟΣΙΟ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ.....	9
1.4.2 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΔΙΚΑΙΟ.....	11
1.5 ΠΗΓΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ.....	11
1.6 ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ.....	12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

2.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΕΝΝΟΙΑΣ	15
2.2 Η ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΚΑΙΟ.....	15
2.3 ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ.....	16
2.4 ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ.....	17
2.5 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΝΟΜΟΥ 146/1914 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΜΟΡΦΩΝ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ.....	17

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	19
3.2 ΑΝΑΚΡΙΒΕΙΣ ΔΗΛΩΣΕΙΣ	19
3.3 ΑΝΑΓΓΕΛΙΑ ΕΚΠΟΙΗΣΗΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΛΟΓΩ ΔΙΑΛΥΣΗΣ	19
3.4 ΣΥΚΟΦΑΝΤΙΚΕΣ Η ΔΥΣΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΟΣΕΙΣ	20
3.5 ΧΡΗΣΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ Η ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ	20

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΓΕΝΙΚΗ ΡΗΤΡΑ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

4.1 ΧΩΡΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ.....	21
4.2 ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ.....	22
4.3 ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΡΗΤΡΑΣ.....	23
4.4 ΚΑΤ' ΙΔΙΑΝ ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ...24	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

5.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	26
5.2 Η ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΑΤΑΞΗ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 Ν 146/1914.....	27
5.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΘΕΜΙΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΞΕΩΝ.....	31

5.4 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ 146.....33

5.5 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΩΝ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ (ΝΟΜΟΣ 703/1977 «ΠΕΡΙ ΕΛΕΓΧΟΥ ΜΟΝΟΠΩΛΙΩΝ ΚΑΙ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ).....40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΒΑΛΛΟΥΝ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

6.1 ΑΝΑΚΡΙΒΗΣ, ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΘΕΜΙΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....42

6.1.1 ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΚΡΙΒΟΥΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....42

6.2 Η ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΚΑΙ Η ΑΘΕΜΙΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ...52

6.2.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΘΕΜΙΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ.....54

6.2.2 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....57

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΠΡΑΞΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΒΑΛΛΟΥΝ ΟΡΙΣΜΕΝΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ

7.1 ΔΥΣΦΗΜΙΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ59

7.2 ΣΥΚΟΦΑΝΤΙΚΗ ΔΥΣΦΗΜΙΣΗ.....62

7.3 ΠΑΡΑΝΟΜΗ ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ.....63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ- ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

8.1 ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ67

8.2 ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ67

8.3 ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΠΛΟΥΤΟΥ.....67

8.4 ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ68

8.5 ΣΥΓΚΡΟΥΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ68

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....69

ΔΔ.....70

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....71

ΝΟΜΟΣ 146/1914 «ΠΕΡΙ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ» (ΦΕΚ Β' 16.12.1913-27.1.1914)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΝΝΟΙΑ - ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ - ΠΗΓΕΣ ΔΙΚΑΙΟΥ

1.1'ΕΝΝΟΙΑ ΔΙΚΑΙΟΥ

Η συμβίωση οδηγεί αναπόφευκτα στη δημιουργία αντιθέσεων και στη σύγκρουση συμφερόντων. Προκειμένου να διασφαλιστεί η αρμονική συμβίωση των ανθρώπων, είναι απαραίτητη η δημιουργία κανόνων ρύθμισης της συμπεριφοράς των ανθρώπων. Η συμπεριφορά των ανθρώπων ρυθμίζεται από κοινωνικούς κανόνες, οι σπουδαιότεροι εκ των οποίων είναι οι κανόνες δικαίου.

Δίκαιο είναι το σύνολο των κανόνων, με τους οποίους ρυθμίζεται υποχρεωτικά και καταναγκαστικά η ανθρώπινη συμβίωση και την τήρησή τους επιβάλλει και εξασφαλίζει με κυρώσεις η κρατική εξουσία. Οι κανόνες αυτοί προβλέπουν, τι πρέπει να πράξουν τα μέλη μιας κοινωνίας και τι να παραλείψουν. Επιπλέον το δίκαιο ρυθμίζει την οργάνωση και τη λειτουργία του Κράτους, καθώς και τη σχέση του Κράτους με τους πολίτες.

Οι κανόνες δικαίου είναι γραπτοί, εφ' όσον απορρέουν από τη βούληση του νομοθέτη, και εθιμικοί.

Έθιμο είναι η ομοιόμορφη και αδιάκοπη τήρηση για μεγάλο χρονικό διάστημα ορισμένης συμπεριφοράς με την πεποίθηση ότι εφαρμόζεται κάποιος κανόνας δικαίου. Το έθιμο δεν πρέπει να αντίκειται στη λογική και την ηθική τάξη.

Άλλοι κανόνες που ρυθμίζουν τη συμπεριφορά των ανθρώπων είναι οι **κανόνες της ηθικής** και οι **κανόνες εθιμοτυπίας**. Η παραβίασή τους συνεπάγεται είτε τύψεις συνειδήσεως είτε κοινωνική αποδοκιμασία.

Ηθική είναι το σύνολο των μη αναγκαστικών κανόνων, οι οποίοι απευθύνονται στον εσωτερικό κόσμο του ανθρώπου και επιβάλλουν σε αυτόν ορισμένη συμπεριφορά έναντι των συνανθρώπων του. Οι κανόνες αυτοί μπορεί να προέρχονται είτε από τον εσωτερικό κόσμο του ανθρώπου είτε από τη θρησκεία. Η τήρηση των κανόνων της ηθικής επαφίεται στη διάθεση του καθενός. Δεν επιβάλλονται βιαίως όπως οι κανόνες της Πολιτείας. Συνέπειες της παράβασής τους: τύψεις, αποδοκιμασία από την κοινωνία, ανυποληψία.

Θεμελιώδης έννοια του δικαίου είναι αυτή της **έννομης σχέσης**. Έννομες σχέσεις είναι οι κοινωνικές σχέσεις, που ρυθμίζονται από το δίκαιο (π.χ. η πώληση, η μίσθωση, ο γάμος). Από τις έννομες σχέσεις παράγονται δικαιώματα και υποχρεώσεις. Η έννομη σχέση μπορεί να είναι ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου.

Θεσμός είναι το σύνολο εννόμων σχέσεων και καταστάσεων που διέπονται από ορισμένο πλέγμα κανόνων δικαίου, π.χ. ο γάμος, η οικογένεια, η εταιρία, η πώληση, το δάνειο. Ο θεσμός υπηρετεί έναν κοινωνικό σκοπό, επιτελεί δηλαδή μέσα στην έννομη τάξη μία λειτουργία.

1.2ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

- Ο **κανονιστικός** χαρακτήρας του δικαίου: Το δίκαιο αναφέρεται στο πώς πρέπει να ρυθμίζεται η συμπεριφορά των ανθρώπων.
- Ο **υποχρεωτικός-επιτακτικός** χαρακτήρας του δικαίου: Η συμπεριφορά των ανθρώπων δεν προσδιορίζεται ούτε υπαγορεύεται από τους ίδιους, αλλά επιβάλλεται από το δίκαιο, το οποίο τίθεται από την κρατική εξουσία.
- Οι κανόνες δικαίου απευθύνονται **στην εξωτερική συμπεριφορά** και όχι στον εσωτερικό κόσμο των ανθρώπων.

- Οι κανόνες δικαίου είναι **απρόσωποι και αφηρημένοι**, δηλ. δεν αφορούν συγκεκριμένη περίπτωση, αλλά κάθε περίπτωση που συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις που ορίζουν οι κανόνες δικαίου. Δεν εξαντλούνται σε μία μόνο εφαρμογή, αλλά μπορούν να εφαρμοστούν σε απροσδιόριστο αριθμό περιπτώσεων.

1.3 ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΑ ΔΙΚΑΙΟΥ

Ο κανόνας δικαίου αποτελείται από δύο προτάσεις:

- το **πραγματικό**, δηλ. το σύνολο των προϋποθέσεων που πρέπει να συντρέχουν, προκειμένου να εφαρμοστεί η έννομη συνέπεια, δηλ. ο κανόνας.
- η **έννομη συνέπεια** (ή κύρωση), δηλ. το νομικό αποτέλεσμα, που επέρχεται, όταν συντρέξουν οι προϋποθέσεις του κανόνα.

Κενό νόμου υπάρχει, όταν πρόκειται για αρρυθμιστη περίπτωση, δηλ. για περίπτωση που ο νομοθέτης δεν γνώριζε. Το κενό νόμου καλύπτεται από το δικαστή με αναλογική εφαρμογή νόμου.

1.4 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

1.4.1 ΔΗΜΟΣΙΟ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Δημόσιο δίκαιο είναι το σύνολο των κανόνων που αποσκοπούν στην προστασία του δημοσίου συμφέροντος. Το ιδιωτικό δίκαιο αντίθετα είναι το σύνολο των κανόνων που αποσκοπούν στην προστασία του ιδιωτικού συμφέροντος.

Το **δημόσιο δίκαιο** χωρίζεται στους ακόλουθους κλάδους:

- 1) **Συνταγματικό δίκαιο** είναι το σύνολο των κανόνων, που καθορίζουν τη μορφή του κράτους, την οργάνωση της κρατικής εξουσίας και τα όρια της άσκησής της απέναντι στα πρόσωπα, που ζουν και δραστηριοποιούνται μέσα στο κράτος, τη διάκριση των εξουσιών του κράτους.
- 2) **Διοικητικό δίκαιο** είναι το σύνολο των κανόνων, που ρυθμίζουν την οργάνωση και λειτουργία των δημοσίων υπηρεσιών, καθώς και τις σχέσεις των υπηρεσιών μεταξύ τους προς τους πολίτες.
- 3) **Ποινικό δίκαιο** είναι το σύνολο των κανόνων, που προβλέπουν ποιές πράξεις είναι εγκλήματα, δηλ. επισύρουν την εκ μέρους της πολιτείας επιβολή ποινικών κυρώσεων κατά του δράστη.
- 4) **Δημόσιο διεθνές δίκαιο** είναι το σύνολο των κανόνων, που ρυθμίζουν τις σχέσεις μεταξύ των κρατών.
- 5) **Εκκλησιαστικό δίκαιο** είναι το σύνολο των κανόνων, που ρυθμίζουν την οργάνωση της Εκκλησίας και τις σχέσεις της προς τα μέλη της, τους πιστούς, το Κράτος και τις άλλες θρησκευτικές κοινότητες.
- 6) **Δικονομικό δίκαιο ή Δικονομία** (διοικητική, πολιτική κα ποινική)
 - **διοικητική δικονομία** είναι το σύνολο των κανόνων, που ρυθμίζουν τον τρόπο, κατά τον οποίο επιλύονται οι διοικητικές διαφορές.
 - **πολιτική δικονομία** είναι το σύνολο των κανόνων, που ρυθμίζουν τον τρόπο, κατά τον οποίο επιλύονται οι ιδιωτικές διαφορές.
 - **ποινική δικονομία** είναι το σύνολο των κανόνων, που ρυθμίζουν τον τρόπο εκδίκασης των πράξεων που συνιστούν εγκλήματα.

Το **ιδιωτικό δίκαιο** χωρίζεται στους ακόλουθους κλάδους:

- 1) **Αστικό δίκαιο** είναι το σύνολο των κανόνων, που ρυθμίζουν τις έννομες σχέσεις όλων των προσώπων. Αναφέρεται στη ζωή του

ανθρώπου στο σύνολο της ύπαρξής του από τη γέννησή του μέχρι το θάνατό του. Επίσης περιέχει μεγάλο μέρος των κανόνων που διέπουν τις συναλλαγές.

- 2) **Εμπορικό δίκαιο** είναι το σύστημα των κανόνων, που ρυθμίζουν τις εμπορικές πράξεις, καθώς και τις σχέσεις που προκύπτουν από την άσκηση του εμπορίου.
- 3) **Εργατικό δίκαιο** είναι το σύστημα κανόνων δικαίου, που ρυθμίζει τις σχέσεις που δημιουργούνται από τη σύμβαση παροχής εξαρτημένης εργασίας, μεταξύ του εργοδότη και του εργαζόμενου. Οι κανόνες αυτοί καθορίζουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των εργαζομένων, καθώς επίσης και τα αντίστοιχα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των εργοδοτών.

1.4.2 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΔΙΚΑΙΟ

Εσωτερικό είναι το δίκαιο, που ρυθμίζει τις έννομες σχέσεις που δημιουργούνται εντός των ορίων του Κράτους. Το **διεθνές δίκαιο** περιλαμβάνει κανόνες που αφορούν τις σχέσεις μεταξύ κρατών και άλλα διακρατικά θέματα. Στο διεθνές δίκαιο υπάγεται και το **Ευρωπαϊκό Δίκαιο** ή **δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης**.

1.5 ΠΗΓΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

Πηγές του Ελληνικού δικαίου είναι:

- το **Σύνταγμα** του 1975, όπως έχει διαμορφωθεί μετά από τις αναθεωρήσεις του.
- οι **κανόνες διεθνούς δικαίου και το δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης**:
- οι **νόμοι**, οι οποίοι διακρίνονται σε:

Ὡς **τυπικούς νόμους**. Είναι οι νόμοι που ψηφίζονται από τη Βουλή, εκδίδονται από τον Πρόεδρο της Δημοκρατίας και δημοσιεύονται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως

Ὡς **ουσιαστικούς νόμους**. Τίθενται από το αρμόδιο όργανο της Πολιτείας και περιέχουν κανόνα δικαίου. Εκδίδονται όχι μόνο από τη νομοθετική, αλλά και από την εκτελεστική εξουσία (π.χ. οι υπουργικές αποφάσεις).

1.6ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ

Ο ελεύθερος ανταγωνισμός είναι μια αντικειμενική κατάσταση που προϋποθέτει την πολλαπλότητα των οικονομικών φορέων που μετέχουν στην αγορά, καθώς και την ισότητα των όρων και ευκαιριών των φορέων αυτών. Ο ελεύθερος ανταγωνισμός είναι αναγκαία προϋπόθεση της ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας και έτσι το κράτος δεν επιτρέπεται να ανατρέψει την ισορροπία του ανταγωνισμού και την ισότητα ευκαιριών των ανταγωνιστών, αλλά πρέπει να λαμβάνει τα αναγκαία μέτρα, για την προστασία της ισότητας μεταξύ των ανταγωνιστών και την προστασία από ανταγωνιστικές ενέργειες. Η ελευθερία του οικονομικού ανταγωνισμού επιβάλλεται και λόγω της αρχής της ισότητας των πολιτών απέναντι στο νόμο και στις δημόσιες υπηρεσίες

το σύνταγμα κατοχυρώνει τον ελεύθερο ανταγωνισμό ως υποκειμενικό ατομικό δικαίωμα και ως αντικειμενική θεσμική εγγύηση.

Αυτό προκύπτει από τη διάταξη του άρθρου 5 παρ. 1 που ορίζει ότι υπάρχει ελευθερία «εκάστου» να συμμετέχει στην οικονομική ζωή της χώρας και απαγόρευση της προσβολής των «δικαιωμάτων των άλλων».

Η ελευθερία του ανταγωνισμού προσβάλλεται τόσο από ιδιώτες όσο και από δημόσιους φορείς. Γι αυτό κρατικές παρεμβάσεις με τη μορφή

κρατικής ενίσχυσης ορισμένων επιχειρήσεων μεταβάλλουν τις συνθήκες ανταγωνισμού σε βάρος των μη επιχορηγούμενων επιχειρήσεων και είναι επιτρεπτές μόνο εφόσον είναι σύμφωνες με τις διατάξεις των άρθρων 5 παρ.1 και 106 του συντάγματος. Το σύνταγμα του 1975 περιέχει για πρώτη φορά διατάξεις που προβλέπουν την επέμβαση του κράτους στην οικονομία για τον προγραμματισμό και συντονισμό της οικονομικής δραστηριότητας. Οι διατάξεις αυτές αποβλέπουν στην προστασία άλλων συνταγματικά προστατευομένων έννομων αγαθών, όπως της δημόσιας υγείας, της ελευθερίας και ανθρωπίνης αξιοπρέπειας, του περιβάλλοντος και της εθνικής οικονομίας.

Υποκείμενα της ελευθερίας του ανταγωνισμού είναι κατά τη γενική διάταξη 25 παρ. 1 του συντάγματος τα φυσικά πρόσωπα καθώς ορίζεται ότι τίθενται υπό την εγγύηση του κράτους τα δικαιώματα του ανθρώπου ως άτομο και μέλος του κοινωνικού συνόλου. Παρόλα αυτά θεωρείται αυτονόητη η ικανότητα των νομικών προσώπων χωρίς την επίκληση κάποιας ειδικής συνταγματικής θεμελίωσης. Τα δικαιώματα της συμμετοχής στην κοινωνική, οικονομική και πολιτική ζωή της χώρας αφορούν δραστηριότητες που μπορούν να ασκηθούν όχι μόνο ατομικά, αλλά και συλλογικά και επομένως έχουν ως φορείς και νομικά πρόσωπα. Σχετικά με το αν τα νομικά πρόσωπα, για να είναι φορείς ατομικών δικαιωμάτων, πρέπει να είναι μόνο ιδιωτικού δικαίου ή και δημοσίου δικαίου, υποστηρίζεται τόσο η αρνητική όσο και η καταφατική λύση του ζητήματος. Πάντως ο θεμελιώδης νόμος της Βόννης ρυθμίζει το θέμα και υπέρ των νομικών προσώπων. Επιπλέον στο άρθρο 25 παρ. 1 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων κατοχυρώνονται τα ατομικά δικαιώματα και υπέρ των ενώσεων προσώπων. Το συμβούλιο της Επικρατείας έχει κρίνει ότι τα υποκείμενα της ατομικής ελευθερίας είναι τόσο τα φυσικά πρόσωπα όσο και τα συνιστώμενα από αυτά τα νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου. Εξάλλου στη σύγχρονη οικονομική

δε θα μπορούσε να εξαιρέσει κανείς τα νομικά πρόσωπα από τη συνταγματική προστασία της οικονομικής ελευθερίας αφού όλοι οι σημαντικοί φορείς της οικονομίας είναι οργανωμένοι σε αυτά. Η άσκησης όμως οικονομικής δραστηριότητας από τους φορείς της δημόσιας εξουσίας πρέπει να στηρίζεται πάντα στις διατάξεις του συντάγματος για την οικονομική ελευθερία και δε μπορούν να επικαλούνται γενικά την οικονομική και επαγγελματική ελευθερία για την ανάπτυξη οποιασδήποτε οικονομικής δραστηριότητας. Το κράτος και οι φορείς δημόσιας εξουσίας μπορούν να αναπτύσσουν επομένως οικονομικές δραστηριότητες ακόμη και ανταγωνιστικές των ιδιωτών στο πλαίσιο της ανοικτής οικονομίας της αγοράς, εφόσον εξυπηρετούν το γενικότερο συμφέρον. Το γενικό συμφέρον δικαιολογεί την οικονομική δραστηριότητα των φορέων δημόσιας εξουσίας μόνο όταν η ιδιωτική οικονομική πρωτοβουλία αδυνατεί ή δε μπορεί να εκπληρώσει εξίσου καλά ορισμένα δημόσια καθήκοντα. Τα παραπάνω κρίνονται σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας που περιλαμβάνονται στο γενικό συμφέρον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

2.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΕΝΝΟΙΑΣ

Με τον όρο Αθέμιτος ανταγωνισμός χαρακτηρίζεται το σύνολο των μεθόδων εμπορικού ανταγωνισμού που κολάζονται από τον Νόμο, όταν στη προσπάθεια προσέλκυσης καταναλωτικού κοινού χρησιμοποιούνται δόλια μέσα όπως απομίμηση ονόματος ή εμπορικού σήματος, δυσφήμιση ανταγωνιστών, ή προϊόντων τους, παραπλανητικές διαφημίσεις κ.ά.

Στην Ελλάδα η καταπολέμηση του αθέμιτου ανταγωνισμού επιδιώχθηκε πρώτα από τον Νόμο 146/1914, που αποτελούσε ακριβή μετάφραση του αντίστοιχου γερμανικού νόμου περί αθεμίτου ανταγωνισμού.

2.2 Η ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΚΑΙΟ

Η αφετηρία της μεταβάσεως της έννοιας του ανταγωνισμού από τον οικονομικό χώρο στο Δίκαιο πρέπει να αναζητηθεί στη συνέπεια της βιομηχανικής επανάσταση (τέλη 19^{ου} - αρχές 20ου αιώνα) με τη διάσπαση της αρχής της ελευθερίας των συμβάσεων. Ενώ η απόλυτη ελευθερία στον οικονομικό χώρο, η αρχή του «laisser - Faire», μετέτρεπε «την ελευθερία των συμβάσεων» σε μέσο με το οποίο οι οικονομικώς ισχυροί επέβαλλαν τη θέληση τους έτσι, ώστε η λεγόμενη ελευθερία να είναι στην πραγματικότητα «υπαγορευμένη ελευθερία», μέσα στο νεώτερο

κοινωνικό πλαίσιο η ελευθερία της οικονομικής δραστηριότητας του ενός προσδιορίζεται από την ελευθερία που και ο άλλος αναλαμβάνει.

Καθένας πρέπει να απολαμβάνει τις ίδιες δυνατότητες του ανταγωνισμού: «η αρχή του ανταγωνισμού». Η διατήρηση αυτής της αρχής εξαρτάται από δύο προϋποθέσεις; Πρώτον, για να είναι ο αγώνας δίκαιος και να αποτελεί ο ανταγωνισμός λειτουργία επιλογής, πρέπει οι συνθήκες, κάτω από τις οποίες ασκούν ανταγωνισμό οι επαγγελματίες, να είναι για όλους ίδιες. Μέσα η μέθοδοι που αλλοιώνουν αυτό το αποτέλεσμα είναι αθέμιτα και μη αποδεκτά από την έννομη τάξη. Ο αθέμιτος ανταγωνισμός παρίσταται ως κατάχρηση της φυσικής ευχέρειας για ελεύθερο ανταγωνισμό. Συνεπώς μόνο ο θεμιτός ανταγωνισμός είναι ελεύθερος. Αυτή η πρώτη προϋπόθεση της αρχής του ανταγωνισμού καλύπτεται και ρυθμίζεται από το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού.

Δεύτερον, προϋποθέτει τη διατήρηση αυτού του ανταγωνισμού καθεαυτού, ως οικονομικού φαινομένου. Έτσι διαπλάσθηκε το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού.

2.3 ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Βασικό νομοθέτημα του δικαίου αυτού, είναι ο νόμος 146/1914 «περί αθέμιτου ανταγωνισμού». Το δίκαιο αυτό, είναι σχετικά νέο, δημιούργημα των κοινωνικοοικονομικών συνθηκών του τέλους του 19^{ου} και των αρχών του 20ου αιώνα. Αν και στις απαρχές του το δίκαιο αυτό σκόπευε στην προστασία των ανταγωνιζομένων, η κατά τις τελευταίες δεκαετίες εμφάνιση των νέων οικονομικών δομών, η υπερανάπτυξη της βιομηχανίας και των συστημάτων επηρεασμού της αγοράς, συντέλεσαν ώστε οι σκοποί του να επεκταθούν και στην προστασία των καταναλωτών. Ο νομοθέτης καθορίζει τα πρότυπα τις αθέμιτης και

ειδικώς της παράνομης κατά τον ανταγωνισμό συμπεριφοράς, χρησιμοποιώντας γενικά την έννοια των χρηστών ηθών.

2.4 ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Βασικό νομοθέτημα του δικαίου αυτού, είναι ο νόμος 703/1977 «περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού». Το δίκαιο αυτό, θεσμοποιεί και εξασφαλίζει ρυθμιστικά εκείνο που άφηγε να εξυπακούεται το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού, «την ανταγωνιστική ελευθερία».

Ο ανταγωνισμός, πρέπει να είναι ελεύθερος. Συμπράξεις επιχειρήσεων που περιορίζουν, νοθεύουν ή αλλοιώνουν τον ανταγωνισμό, θεωρούνται ανεπίτρεπτες τόσο κατά το εθνικό, όσο και το κοινοτικό δίκαιο. Ο οικονομικός ανταγωνισμός επιβάλλεται να «υπάρχει», για να εξυπηρετεί οικονομικοπολιτικούς και κοινωνικοπολιτικούς σκοπούς: τη δημιουργία ενός οικονομικού συστήματος ελεύθερης αγοράς και τη δυνατότητα καθενός για ελεύθερη συμμετοχή σε αυτήν

2.5 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΝΟΜΟΥ 146/1914

Απαγόρευση πρακτικών που αντίκεινται στα χρηστά ήθη

Σύμφωνα με τον Ν 146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού: *«Απαγορεύεται κατά τας εμπορικής, βιομηχανικής ή γεωργικής συναλλαγάς πάσα προς τον σκοπόν ανταγωνισμού γινομένη πράξις, αντικειμένη εις τα χρηστά ήθη. Ο παραβάτης δύναται να εναχθή προς παράλειψιν και προς ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας.»* Το άρθρο αυτό αποτελεί τον πυρήνα της προστασίας που παρέχει η νομοθεσία σε όσους έχουν υποστεί αθέμιτο ανταγωνισμό, και απαγορεύει γενικά όλες

τις πράξεις που είναι αντίθετες στα χρηστά ήθη, δηλαδή τις πράξεις που για το μέσο λογικά σκεπτόμενο άτομο είναι ηθικά κατακριτέες και αποτελούν αθέμιτα μέσα ανταγωνισμού. Όπως δέχεται τόσο η θεωρία και η νομολογία, η πράξη που συνιστά αθέμιτο ανταγωνισμό, αφενός πρέπει να γίνεται προς ζημία του εμπορικού ανταγωνιστή και προς ωφελεία του δράστη και αφετέρου, πρέπει να γίνεται με σκοπό τον ανταγωνισμό και είναι αδιάφορο εάν ο δράστης γνωρίζει ή όχι ότι η πράξη του αντίκειται στα χρηστά ήθη

Έκταση προστασίας

Η προστασία του νόμου περί αθεμίτου ανταγωνισμού, όπως ρητά αναφέρουν τα άρθρα και του νόμου 146/1914, εκτείνεται **μόνο** στις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές επιχειρήσεις. Συνεπώς, δε προστατεύονται από τις περί αθεμίτου ανταγωνισμού διατάξεις οι ελεύθεροι επαγγελματίες (λ.χ. ιατροί, δικηγόροι, λογιστές κ.τ.ό.)

Κυρώσεις

Όποιος προβαίνει σε πράξεις αθεμίτου ανταγωνισμού, σύμφωνα με το νόμο 146/1914, τιμωρείται με: 1) Ποινικές κυρώσεις, δηλαδή φυλάκιση ή/και πρόστιμο ανάλογα της παράβασης, και 2) Αστικές κυρώσεις, δηλαδή μπορεί να υποχρεωθεί στην αποζημίωση της βλάβης που προκάλεσε αθέμιτα στον ανταγωνιστή του. Στην περίπτωση αυτή, αποζημιώνεται τόσο η θετική ζημία, δηλαδή η υποστείσα βλάβη, όσο και το διαφυγόν κέρδος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΜΟΡΦΩΝ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο νόμος περί αθεμίτου ανταγωνισμού, εκτός από το άρθρο 1 όπου προβλέπεται γενική ρήτρα απαγορεύουσα κάθε πράξη αθεμίτου ανταγωνισμού, εξειδικεύει συγκεκριμένες συμπεριφορές που αποτελούν πράξεις αθεμίτου ανταγωνισμού.

3.2 ΑΝΑΚΡΙΒΕΙΣ ΔΗΛΩΣΕΙΣ

Το άρθρο 2 και 3 του νόμου περί αθεμίτου ανταγωνισμού, ρητώς απαγορεύει σε δημόσιες γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις (κυρίως διαφημίσεις) κάθε ανακριβή δήλωση ικανή να παραγάγη την εντύπωση ιδιαίτερας ευνοϊκής προσφοράς σχετικά με: 1) την ποιότητα, την αρχική προέλευση, τον τρόπο της κατασκευής ή την τιμολόγηση εμπορευμάτων η βιομηχανικών εργασιών, 2) σχετικά με τον τρόπο ή την πηγή της προμηθείας, 3) την κατοχή βραβείων ή άλλων τιμητικών διακρίσεων, 4) την αιτία ή το σκοπό της πωλήσεως ή σχετικά με το ποσό των προς διάθεσιν εμπορευμάτων.

3.3 ΑΝΑΓΓΕΛΙΑ ΕΚΠΟΙΗΣΗΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΛΟΓΩ ΔΙΑΛΥΣΗΣ

Επιπρόσθετα, απαγορεύεται η δημόσια διαφήμιση και αναγγελία της εκποίησης εμπορευμάτων λόγω διάλυσης του καταστήματος, εάν δεν έχει ληφθεί, προηγουμένως, η σχετική άδεια από το αρμόδιο Πρωτοδικείο.

3.4 ΣΥΚΟΦΑΝΤΙΚΕΣ Η ΔΥΣΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΟΣΕΙΣ

Απαγορεύεται επίσης η διάδοση ειδήσεων που σχετίζονται με τα προϊόντα, υπηρεσίες, επιχείρηση τρίτου και μπορούν να βλάψουν τις εργασίες ανταγωνιστικής επιχειρήσεως ή την εμπορική πίστη της, ακόμη κι αν τα διαδοθέντα είναι αληθινά (δυσφημιστικές διαδόσεις). Σε περίπτωση που όσα διαδίδονται είναι αναληθή (συκοφαντικές διαδόσεις), όποιος τα διαδίδει έχει υποχρέωση αποζημίωσης αλλά και τιμωρείται ποινικά με φυλάκιση μέχρις 6 μηνών ή/και με χρηματική ποινή. Με την ίδια ποινή τιμωρείται και ο ιδιοκτήτης ή ο διευθυντής της επιχειρήσεως, εάν οι συκοφαντικοί ισχυρισμοί ή διαδόσεις έγιναν εν γνώσει του από υπάλληλό του ή αντιπρόσωπό του.

3.5 ΧΡΗΣΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ Η ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ

Ακόμη, απαγορεύεται και η χρήση ονόματος, εμπορικής επωνυμίας, ή ιδιαίτερου διακριτικού γνώρισματος καταστήματος ή βιομηχανικής επιχειρήσεως ανταγωνιστή με τρόπο που μπορεί να προκαλέσει σύγχυση με το όνομα, την εμπορική επωνυμία ή το ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα που νόμιμα μεταχειρίζεται κάποιος. Ως ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα θεωρείται μάλιστα και ο ιδιαίτερος διασχηματισμός ή η ιδιαίτερη διακόσμηση των εμπορευμάτων, της συσκευής ή του περικαλύμματος τους, εφόσον είναι γνωστά στους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως διακριτικά σημεία των ομοίων εμπορευμάτων κάποιου άλλου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΓΕΝΙΚΗ ΡΗΤΡΑ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

4.1 ΧΩΡΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ

Η γενική ρήτρα εφαρμόζεται μέσα στα όρια της χώρας. Προϋπόθεση είναι ο τόπος τελέσεως της ανταγωνιστικής πράξεως να βρίσκεται μέσα στη χώρα μας.

Τόπος τελέσεως θεωρείται τόσο ο τόπος της διενέργειας της πράξεως όσο και ο τόπος του αποτελέσματος π.χ. αποστολή δυσφημιστικής επιστολής από μια πόλη με παραλήπτη σε άλλη πόλη ή κατ' άλλη άποψη, ο τόπος συγκρούσεως των συμφερόντων.

Ο χαρακτηρισμός μιας ανταγωνιστικής πράξεως ως θεμιτής ή αθέμιτης από άποψη χωρικής εκτάσεως της γενικής ρήτρας μπορεί ν' ακολουθηθεί κατ' αρχήν τις θέσεις του ποινικού νομοθέτη ως προς τα τοπικά όρια ισχύος των ποινικών νόμων (αρθρ. 5 επ. Π.Κ.) προσαρμοζόμενες μέσα στο ευρύ αξιολογικό πεδίο της ρήτρας όταν υπάρχει συνδετικό στοιχείο με την αλλοδαπή. Συνεπώς ανταγωνιστική πράξη που τελείται από αλλοδαπούς στον ελληνικό χώρο, αν κατά τη γενική ρήτρα είναι αθέμιτη, δεν μεταβάλλει το χαρακτήρα αν κατά το δίκαιο της χώρας τους η πράξη αυτή ήταν επιτρεπτή. Επίσης πράξη ανταγωνιστική ημεδαπού στην αλλοδαπή, που κατά το δίκαιο της τελευταίας είναι θεμιτή και επιτρεπτή, δεν είναι αθέμιτη εκ μόνου του λόγου ότι εάν είχε τόπο τελέσεως τη χώρα μας θα αποδοκιμαζόταν ως αθέμιτη.

4.2 ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ

Η γενική ρήτρα εφαρμόζεται τόσο σε φυσικά όσο και σε νομικά πρόσωπα, ιδιωτικού ή δημόσιου δικαίου, εφ' όσον συμμετέχουν στον ιδιωτικό ανταγωνιστικό χώρο συναλλαγών. Το δημόσιο, με οποιαδήποτε μορφή και αν συμμετέχει στις συναλλαγές που προβλέπει το άρθρο 1 ν. 146/1914, υπόκειται στο δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού όπως κάθε άλλος ανταγωνιζόμενος, εκτός αν υπάρχει ειδική εξαίρεση εκ του νόμου. Παράβαση νόμου από το δημόσιο ή κατάχρηση της πολιτειακής εξουσίας, π.χ. πίεση στους κατοίκους μιας πόλεως να παρακολουθούν το κρατικό θέατρο αντί άλλων, μπορεί ν' αποτελεί αθέμιτη ανταγωνιστική πράξη.

Στο δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού εμπίπτουν επίσης και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (ραδιοφωνία, τηλεόραση, τύπος, κινηματογράφος).

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

Προϋποθέσεις για το χαρακτηρισμό μιας πράξεως ως αθέμιτης κατά τη γενική ρήτρα του άρθρου 1 είναι 1) πράξη κατά τις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές, 2) πράξη προς το σκοπό ανταγωνισμού και 3) η αντίθεση της πράξεως στα χρηστά ήθη.

4.3 ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΡΗΤΡΑΣ

A. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΤΑΞΕΩΣ

Οι κυριότερες προτάσεις κατατάξεως των ανταγωνιστικών πράξεων στο πλαίσιο της γενικής ρήτηρας είναι :

α) Ο Kohler κατέταξε τις πράξεις σε δυο κατηγορίες, τις «παραπλανήσεις» που άμεσα προσβάλλουν τα συμφέροντα των καταναλωτών και έμμεσα των ανταγωνιστών και τις «εχθρικές πράξεις» που στρέφονται απευθείας κατά των ανταγωνιστών.

β) Ο Nerreter διέκρινε μεταξύ πράξεων «μη επιτρεπού επηρεασμού», μη επιτρεπτής παρεμποδίσεως» και «μη επιτρεπτής εκμεταλλεύσεως».

γ) Ο Van Ryn διέκρινε σε 1) πράξεις προκλήσεως συγχύσεως, 2) πράξεις αποσπάσεως πελατείας άλλου, 3) πράξεις κατά της επιχειρηματικής ηθικής.

δ) Ο Fredericq διέκρινε σε πράξεις 1) προκλήσεως συγχύσεως, 2) παραπλανήσεως των πελατών, 3) οικειοποιήσεως των αποτελεσμάτων της εργασίας άλλων ανταγωνιστών, 4) παραβάσεως συμβατικών υποχρεώσεων προσωπικού των ανταγωνιστών, 5) μπουκοτάξ.

ε) Ο Rotondi διαιρεί τις ανταγωνιστικές προσβολές σε 1) προσβολές στην εσωτερική σφαίρα της επιχειρήσεως (π.χ. παράβαση απορρήτου) και 2) προσβολές στην εξωτερική σφαίρα της επιχειρήσεως (π.χ. παραπλανητική διαφήμιση).

στ) Ο Ligi διέκρινε σε 1) προσβολές του συμφέροντος του επιχειρηματία στην «ατομικότητα» του (π.χ. σύγχυση) και 2) προσβολές του συμφέροντος στην «κοινωνικότητα» του (π.χ. δυσφήμιση, απόσπαση προσωπικού).

ζ) Τέλος, ο Hefermahl διέκρινε πέντε ομάδες αθέμιτων ανταγωνιστικών πράξεων : 1) πράξεις προσελκύσεως πελατείας, 2) πράξεις παρεμποδίσεως, 3) πράξεις εκμεταλλεύσεως ξένης παροχής, 4) πράξεις προβαδίσματος δια παραβάσεως νόμου ή συμβάσεως και 5) πράξεις διακινδυνεύσεως της αγοράς.

4.3 ΚΑΤ' ΙΔΙΑΝ ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ

Πράξεις προσελκύσεως: Ο επηρεασμός του πελάτη και η προσέλκυση του ανήκει στην ίδια την ουσία του ανταγωνισμού. Ωστόσο απαγορεύονται εκείνα τα μέσα και οι μέθοδοι του ανταγωνισμού που επιδιώκουν να προσβάλλουν ή ν' αποκλείσουν την ελευθερία αποφάσεως και επιλογής του πελάτη

Πράξεις παρεμποδίσεως: Κάθε ανταγωνιστική πράξη από τη φύση της μπορεί να βλάψει τον ανταγωνιστή. Αυτή εξάλλου είναι η ουσία του ανταγωνισμού. Συνεπώς κάθε ανταγωνιστική πράξη που βλάπτει άλλον ανταγωνιστή δεν είναι κατ' ανάγκη και αθέμιτη. Όταν όμως αυτός που ασκεί τον ανταγωνισμό θέλει να επιβληθεί στην αγορά με μέσα τον αποκλεισμό ή την παρεμπόδιση του άλλου από το να συμμετάσχει στην αγορά με την παροχή του, τότε δεν ενεργεί θεμιτά.

Πράξεις εκμεταλλεύσεως ξένης παροχής: Βάση του θεμιτού ανταγωνισμού είναι η στήριξη στην ίδια παροχή, στην ίδια απόδοση. Η στήριξη όμως της ανταγωνιστικής δράσεως σε ξένη παροχή, εφόσον η τελευταία δεν προστατεύεται με αποκλειστικά δικαιώματα, δεν είναι καθεαυτή αθέμιτη, αλλά ελεύθερη, αφού τελικά η έννοια της προόδου αυτονόητα προϋποθέτει τη στήριξη πάνω σ' εκείνα που άλλοι έχουν πετύχει μέχρι τώρα.

Πράξεις διακινδυνεύσεις της αγοράς: Η κάλυψη από το δίκαιο του ανταγωνισμού των συμφερόντων όχι μόνο των ανταγωνιστών αλλά και των συμμετεχόντων στην αγορά, των καταναλωτών και της ολότητας επιτρέπει να χαρακτηριστεί μια πράξη ενός ανταγωνιζομένου ως αθέμιτη έστω και αν δεν προσβάλλει τα συμφέροντα των άλλων ανταγωνιστών, όταν η ανταγωνιστική αυτή πράξη διακινδυνεύει την ουσία του ανταγωνισμού και των λειτουργιών του και συνεπώς την αγορά σαν χώρο που συναντώνται η προσφορά και η ζήτηση. Δίκαιο ανταγωνισμού σημαίνει κανόνες συμπεριφοράς στην αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

5.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Είναι σύμφωνο με την ανθρώπινη φύση να προσπαθεί κάποιος να επιτύχει ωφελήματα με μεθόδους όχι πάντοτε ηθικές και τίμιες και συνεπώς είναι βέβαιο ότι υπήρξε αθέμιτος ανταγωνισμός αφότου υπήρξαν οικονομικές συναλλαγές σε κάθε ανθρώπινη κοινωνία. Και ασφαλώς η κρατική εξουσία προσπάθησε από παλιά να επέμβει και να απαγορεύσει ορισμένες ανήθικες πρακτικές στο εμπόριο.

Έτσι, π.χ. ακόμα και στους λεγόμενους κώδικες του βαβυλώνιου βασιλιά Χαμουραμπή (κατά τη δεύτερη χιλιετηρίδα π.χ.), υπήρχαν διατάξεις απαγορευτικές του αθέμιτου ανταγωνισμού, κυρίως για την προστασία των καταναλωτών. Και σε όλους τους λαούς της αρχαιότητας συναντιούνται τέτοιες απαγορευτικές διατάξεις όπως για τα μέτρα και τα σταθμά, για υπερβολικό κέρδος κ.α. Οι νομοθετικές όμως αυτές προσπάθειες παρέμειναν μεμονωμένες και περιστασιακές.

Πάντως, κατά το Μεσαίωνα και τις πρώτες εκατονταετηρίδες της νεώτερης ιστορικής εποχής, που η βιοτεχνία και το εμπόριο δεν είχαν αναπτυχθεί σημαντικά και είχαν ακόμα τοπικό χαρακτήρα, για την πρόληψη και την καταστολή του αθέμιτου ανταγωνισμού επαρκούσε η εποπτεία και η πειθαρχική εξουσία που ασκούσαν οι συντεχνίες και τα μέλη τους.

Μόνο μετά τη Γαλλική επανάσταση του 1789 αφότου καταργήθηκαν οι συντεχνίες και καθιερώθηκε η απόλυτη ελευθερία του εμπορίου και της εργασίας άρχισε να γίνεται αισθητή η ανάγκη των διατάξεων κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού, η οποία επιτάχθηκε από τα μέσα του 19^{ου}

αιώνα. Έτσι λόγω της εισαγωγής των μηχανών, η βιομηχανική παραγωγή και το εμπόριο πήραν μεγάλες διαστάσεις και διεθνοποιήθηκαν.

Στη Γερμανία, εκδόθηκε ο νόμος του 1896, για την καταπολέμηση του αθέμιτου ανταγωνισμού. Ο νόμος αυτός όμως αποδείχτηκε ατελής στην πρακτική του εφαρμογή γιατί περιείχε κυρίως απαγορεύσεις που παρείχαν έδαφος καταστρατήγησης του από τους παραγωγούς και τους εμπόρους. ΓΓ αυτό ο Γερμανικός νόμος του 1896 αναθεωρήθηκε με μεταγενέστερο νόμο του 1909, ο οποίος περιέλαβε γενική διάταξη με την οποία απαγορεύτηκαν όλες γενικά οι περιπτώσεις ανήθικου ανταγωνισμού.

Στην Ελλάδα με το νόμο του 1892, απαγορεύτηκαν ανακριβείς δηλώσεις στο εμπόριο της σταφίδας, σχετικά με την προέλευση της. Ολοκληρωμένο, όμως σύστημα προστασίας κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού νομοθετήθηκε μόλις το έτος 1914 με το νόμο 146 «περί αθέμιτου ανταγωνισμού», ο οποίος είχε σαν πρότυπο το γερμανικό νόμο του 1909.

5.2 Η ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΑΤΑΞΗ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 Ν 146/1914

Σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν. 146/1914 «απαγορεύεται στις εμπορικές βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές, κάθε πράξη που γίνεται με σκοπό ανταγωνισμού και αντίκειται στα χρηστά ήθη». Ο παραβάτης μπορεί να ενταχθεί για παράλειψη της πράξης και για την αποκατάσταση της ζημιάς που του προξενήθηκε.

Η διάταξη αυτή αποτελεί μία από τις λεγόμενες, «γενικές ρήτρες» στο δίκαιο. Στις γενικές ρήτρες καταφεύγει ο νομοθέτης όταν δεν μπορεί να προβλέψει με ακρίβεια όλες τις περιπτώσεις που θέλει να απαγορεύσει,

γιατί είναι πάρα πολλές και παρουσιάζουν ιδιαιτερότητες που δεν είναι δυνατό να καθοριστούν από πριν.

Αφήνει, λοιπόν, στον εφαρμοστή του δικαίου και ιδιαίτερα στο δικαστή να εφαρμόσει κατά την κρίση του την απαγόρευση της γενικής ρήτηρας στην ειδική περίπτωση που έχει μπροστά του και επί της οποίας πρέπει να αποφανθεί. Εννοείται ότι η κρίση αυτή του εφαρμοστή του δικαίου, δεν είναι απόλυτα ελεύθερη και ανεξέλεγκτη, αλλά περιορίζεται από τις προϋποθέσεις που είχε υπόψη του ο νομοθέτης όταν νομοθετούσε τη γενική ρήτρα.

Κατά την κρατούσα γνώμη, η γενική ρήτρα περί «Χρηστών ηθών» του άρθρου 1 του νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού παραπέμπει στην ηθική. Τα χρηστά ήθη, πρέπει να νοούνται λοιπόν ως τμήμα της δημόσιας τάξης και να γίνεται δεκτό, ότι αντιτίθενται σε αυτό κάθε πράξη, που αντίκειται στις κοινωνικές αντιλήψεις από τις οποίες ξεκινά η έννομη τάξη.

1) Τα χρηστά ήθη ως «γενική ρήτρα» και η λειτουργία των γενικών ρητρών

Προκαλεί εντύπωση το γεγονός του τι επιδίωξε ο νομοθέτης, όταν έθεσε τη γενική ρήτρα «περί χρηστών ηθών» στη διάταξη του άρθρου 1 του νόμου 146. Όπως ειπώθηκε ήδη, βούληση του νομοθέτη ήταν να επιτελέσει ο όρος «χρηστά ήθη» λειτουργία γενικής ρήτηρας.

Θέλησε δηλαδή, να δώσει με αυτήν στον δικαστή, βοήθημα για την αντιμετώπιση στο μέλλον κάθε ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, που θα έρχεται σε αντίθεση με τη έννομη τάξη και δεν θα απαγορεύεται από κάποια ειδική διάταξη του νόμου. Πρέπει λοιπόν, να εφαρμόζεται η γενική ρήτρα του άρθρου 1 του νόμου 146, όταν ένα πραγματικό περιστατικό έχει ανάγκη ρύθμισης επειδή δεν καλύπτεται από καμία ειδική νομοθετική διάταξη.

Σύμφωνα με τη βούληση του νομοθέτη θα έπρεπε η αντίθεση στα χρηστά ήθη να εννοείται έτσι, ώστε να μπορεί να υπαχθεί σε αυτά κάθε είδους συμπεριφορά, που αποδοκιμάζεται από την έννομη τάξη. Για να κριθεί, τότε υπάρχει τέτοια συμπεριφορά, μπορεί να εφαρμοσθεί η μέθοδος της «στάθμισης των συμφερόντων».

Η στάθμιση των συμφερόντων είναι μία μέθοδος ανεύρεσης του δικαίου, που γίνεται σήμερα πια, γενικά αποδεκτή. Πρέπει βέβαια να τονισθεί ότι όταν γίνεται λόγος για τη μέθοδο της «στάθμισης των συμφερόντων», ως «συμφέροντα» εκτός από τα κανονικά, εννοούνται επιπλέον και τα «ιδεατά». Πρόκειται για τους παράγοντες που συνεκτιμά ο νομοθέτης, όταν δημιουργεί δίκαιο και για τις γενικές αφηρημένες αρχές, κυρίως την ασφάλεια του δικαίου, τη δικαιοσύνη και τη σκοπιμότητα που έγκειται στην εξασφάλιση του κοινωνικού συμφέροντος.

α) Αντικειμενικά κριτήρια

Για να κρίνει ο δικαστής, αν μια ανταγωνιστική δραστηριότητα είναι αντίθετη στα χρηστά ήθη, πρέπει, πριν ακόμη προβεί στην στάθμιση των συμφερόντων, να ερευνήσει τον «όλο χαρακτήρα της», σε συνδυασμό με τα πραγματικά περιστατικά που τη συνοδεύουν. Δηλαδή το περιεχόμενο της πράξης, τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν και τα αποτελέσματα της. Στη συνέχεια πρέπει ο δικαστής να εξετάσει, ποια είναι τα θιγόμενα στην κάθε συγκεκριμένη περίπτωση συμφέροντα.

Πρώτο προβάλλει συνήθως το συμφέρον του επιχειρηματία, που ασκεί ανταγωνιστική δραστηριότητα. Εν προκειμένω πρέπει να ληφθεί υπόψη η αρχή, ότι κάθε επιχειρηματίας έχει δικαίωμα ελεύθερης άσκησης οικονομικής δραστηριότητας και ανταγωνισμού, που απορρέει απευθείας από το σύνταγμα. Έχει δικαίωμα να διαθέτει ανεμπόδιστα στην αγορά την προσφορά τους και να τη διαφημίζει, έτσι ώστε να επιτύχει να

διαλέξει ο πελάτης τη δική του μεταξύ περισσότερων προσφορών. Η άσκηση της ανταγωνιστικής δραστηριότητας είναι λοιπόν, επιτρεπτή, εφόσον δεν παρεμβάλλονται ιδιαίτερες συνθήκες που επιβάλλουν το αντίθετο. Κατόπιν πρέπει να ερευνηθούν τα συμφέροντα των ανταγωνιστών του επαγγελματία που ασκεί ανταγωνιστική δραστηριότητα.

Συγχρόνως πρέπει βέβαια να λαμβάνονται υπόψη και τα συμφέροντα όλων των άλλων προσώπων που συμμετέχουν στην αγορά. Αυτό, επιβάλλεται αφενός από τη φύση του ανταγωνισμού και αφετέρου, από τις σύγχρονες αντιλήψεις, όσον αφορά το αντικείμενο προστασίας του νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Πρώτη θέση ανάμεσα στα συμφέροντα αυτά, έχουν τα συμφέροντα των αγοραστών. Ως αγοραστές νοούνται οι έμποροι - μεταπωλητές, οι καταναλωτές που θα χρησιμοποιήσουν τα εμπορεύματα για επαγγελματικούς σκοπούς και οι ιδιώτες - καταναλωτές.

Σπουδαιότερη πάντως ομάδα αγοραστών, είναι η ομάδα των ιδιωτών - καταναλωτών. Όπως είναι φυσικό, υπάρχουν και μεταξύ αυτών αντιτιθέμενα συμφέροντα, σημασία όμως έχει ότι τα συμφέροντα αυτά στο σύνολο τους, είναι συνήθως αντίθετα προς τα συμφέροντα των επαγγελματιών, δηλαδή των κατασκευαστών, των εμπόρων κλπ.

Τέλος πρέπει να λαμβάνεται υποψη και το συμφέρον της «ολότητας» το οποίο πρέπει να εννοείται έτσι, ώστε να οδηγεί στη λήψη υποψη του γενικού συμφέροντος και στην επίτευξη μιας στάθμισης των αντικρουόμενων συμφερόντων, η οποία θα είναι υπεράνω του ατομικού συμφέροντος του καθενός.

β) Υποκειμενικά κριτήρια

Για την αντίθεση στη γενική ρήτρα του άρθρου 1 του νόμου 146 δεν προτίθεται οπωσδήποτε και αθέμιτος σκοπός ή αθέμιτα ελατήρια του

επαγγελματία που ασκεί μια ανταγωνιστική πράξη. Εντούτοις, υπάρχουν ορισμένες ανταγωνιστικές μέθοδοι, οι οποίες θεωρούνται αθέμιτες, μόνο όταν συντρέχουν και υποκειμενικά στοιχεία.

Ως παράδειγμα τέτοιας μεθόδου, μπορεί να αναφερθεί η «υποτίμηση». Αυτή, είναι κατά βάση επιτρεπτή, απαγορεύεται όμως ως αθέμιτη, όταν είναι προφανές, ότι γίνεται με σκοπό την οικονομική εξόντωση ορισμένου ή ορισμένων ανταγωνιστών.

Επίσης η συστηματική εκμετάλλευση των προϊόντων ξένης εργασίας με σκοπό το προσωπικό όφελος μπορεί να προσδώσει αθέμιτο χαρακτήρα σε αυτήν. Επιπλέον, αθέμιτη πράξη θεωρείται η πώληση με ειδική έκπτωση τιμών για ένα είδος ή για περιορισμένο αριθμό ειδών, όταν αυτή γίνεται με σκοπό τη συγκέντρωση των καταναλωτών και την εκμετάλλευση τους μέσω των τιμών των άλλων ειδών του καταστήματος.

Πρέπει να παρατηρηθεί ότι τα υποκειμενικά στοιχεία, συνάγονται συνήθως από τα αντικειμενικά περιστατικά, εφόσον ληφθούν υπόψη και όλες οι ειδικές συνθήκες. Συνεπώς ο δικαστής πρέπει κατά τη στάθμιση των συμφερόντων να εξετάζει πάντοτε την πράξη στο σύνολο της και σε συνδυασμό με όλα τα περιστατικά της συγκεκριμένης περίπτωσης.

5.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΘΕΜΙΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΞΕΩΝ

Συστηματική ταξινόμηση των απαγορευμένων από τη γενική ρήτρα του άρθρου 1 ανταγωνιστικών πράξεων, έχει επιχειρηθεί από πολλούς νομομαθείς, χωρίς όμως να υπάρχει μια κοινά αποδεκτή κατάταξη. Έτσι, π.χ. ο Hefermehl, διακρίνει τις εξής κατηγορίες αθέμιτων ανταγωνιστικών πράξεων:

(1) **Πράξεις προσέλκυσης της πελατείας:**, με τις οποίες επιδιώκεται να επηρεασθεί ο αγοραστής στην επιλογή του, από στοιχεία που δεν σχετίζονται με την καλή απόδοση κάποιας παροχής, όπως είναι π.χ., η

καλή ποιότητα του εμπορεύματος. Εδώ εντάσσονται οι περιπτώσεις δελεασμού του πελάτη με διάφορα δώρα, λαχεία, εκπτώσεις κ.α. καθώς και της επίμονης ενόχλησης στο δρόμο, σε δημόσιους χώρους ή από το τηλέφωνο, αποστολή μη παραγγελθέντων προϊόντων κ.τ.λ.

Έτσι ο καταναλωτής ενδέχεται να οδηγηθεί στην αγορά κάποιου προϊόντος όχι επειδή πραγματικά το θέλει, αλλά είτε του ασκείται μυχική πίεση και υπερβολικός δελεασμός με διάφορους τρόπους. Οι οποίοι, μπορεί να είναι η παροχή διαφημιστικών δώρων, η διανομή δειγμάτων προς δοκιμή, πωλήσεις με προσελκύστηκες προσφορές. Ο καταναλωτής, μπορεί επίσης να αγοράσει ένα προϊόν, γιατί η εντύπωση που του δημιουργείται για το προϊόν είναι πολύ καλύτερη από την πραγματικότητα. Έτσι με τη χρήση από τον παραγωγό των μεθόδων υποβλητικής διαφήμισης, οδηγείται ο καταναλωτής στην αγορά, χωρίς καν ο ίδιος να το αντιλαμβάνεται.

(2) **Πράξεις παρεμπόδισης των ανταγωνιστών**, με μέσα όμως αθέμιτα. Εδώ εντάσσονται οι περιπτώσεις παρεμπόδισης απόκτησης πελατείας ενός ανταγωνιστή, όταν για παράδειγμα προσελκύει κάποιος πελατεία μπροστά στο κατάστημα άλλου ανταγωνιστή. Επίσης μια άλλη περίπτωση είναι η παρεμπόδιση της διαφήμισης όταν, δηλαδή κολλάει κάποιος τις δικές του διαφημιστικές αφίσες επάνω σε άλλες ανταγωνιστών.

Εδώ, εντάσσονται, επίσης και η περίπτωση της δόλιας υποτίμησης, το μποϋκοτάζ, το οποίο αποτελεί αθέμιτη ανταγωνιστική πράξη στην «επιθετική» του μορφή, όταν δηλαδή δεν είναι μοναδικό μέσο άμυνας για την προάσπιση των νόμιμων και θιγόμενων δικαιωμάτων

(3) **Πράξεις εκμετάλλευσης ξένης παροχής**, όπως είναι για παράδειγμα η απομίμηση διαφήμισης ανταγωνιστή όταν έχει σαν σκοπό την πρόκληση σύγχυσης στους καταναλωτές. Επίσης, μια άλλη περίπτωση είναι η εκμετάλλευση της φήμης κάποιου ανταγωνιστή που

μπορεί να γίνει όταν προβάλλεται με τέτοιο τρόπο ένα αγαθό, ώστε να προκαλείται στους καταναλωτές σύγχυση ως προς το τίνοσ προϊόν αφορά η διαφήμιση. Εδώ επιδιώκεται η πάταξη του λεγόμενου «παρασιτικού ανταγωνισμού».

(4) **Πράξεις προβαδίσματος μέσω παράβασης νόμου ή κάποιας σύμβασης.** Για παράδειγμα, εάν ο νόμος επιβάλλει τα καταστήματα να πρέπει να παραμένουν κλειστά τις Κυριακές και κάποιος παραβιάσει το νόμο, επιδιώκοντας με αυτό τον τρόπο οικονομικό προβάδισμα, απέναντι στους νομοταγείς ανταγωνιστές τους.

(5) **Πράξεις διακινδύνευσης της αγοράς,** όπου σε αυτήν την κατηγορία εντάσσονται οι ανταγωνιστικές εκείνες πράξεις που έχουν ως αποτέλεσμα την κατάργηση αυτής καθεαυτής της ύπαρξης του ανταγωνισμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, η περίπτωση της καταχρηστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας δέσης μιας επιχείρησης, οπότε θα συντρέχουν και οι διατάξεις των Ν. 146 και 703.

5.4 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 1 ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ 146

Αναλύοντας τη διάταξη του άρθρου 1 του Ν.146, διαπιστώνουμε ότι για την εφαρμογή της, πρέπει να συντρέχουν οι εξής τρεις προϋποθέσεις:

1) **Πράξη αντίθετη προς τα χρηστά ήθη,** δηλαδή πράξη ανήθικη. Η λέξη «πράξη» παίρνεται στην περίπτωση αυτή με την πλατειά έννοια που περιλαμβάνει και την παράλειψη. Δηλαδή αν σε μια ορισμένη περίπτωση τα χρηστά ήθη επιβάλλουν μία δεδομένη ενέργεια, π.χ. να ανακοινωθεί προς τους καταναλωτές κάποια ελαττωματική ιδιότητα του πράγματος που πουλιέται ή εάν το πωλούμενο προϊόν λειτουργεί μόνο κάτω από ορισμένες συνθήκες και η ανακοίνωση αυτή παραλειφθεί. Τότε και στις

δύο παραπάνω περιπτώσεις έχει εφαρμογή η διάταξη του άρθρου 1 (εφόσον, φυσικά, συντρέχουν και οι υπόλοιπες προϋποθέσεις εφαρμογής της).

Για να μπορέσει ο εφαρμοστής του δικαίου να κρίνει αν μια πράξη (ή παράλειψη) είναι αντίθετη προς τα χρηστά ήθη, πρέπει να λάβει υπόψη του τις αντιλήψεις του κύκλου εκείνου των συναλλασσομένων μέσα στον οποίο επιχειρείται η πράξη.

Εξετάζεται δηλαδή, ποια θεωρείται ως ηθική συμπεριφορά από εκείνους που συναλλάσσονται στο συγκεκριμένο κλάδο της οικονομίας στον οποίο αφορά η πράξη.

Οι κλάδοι αυτοί έχουν σχέση με την παραγωγή ή την εμπορία κάποιων οικονομικών αγαθών, όπως π.χ. υφασμάτων, μηχανημάτων, τροφίμων ή και διαφορών υπηρεσιών (μεταφορικές, ασφαλιστικές, τραπεζικές, και ταξιδιωτικές επιχειρήσεις κα). Καθένας από τους κλάδους αυτούς παραγωγής ή πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών κρίνεται αυτοτελώς.

Είναι όμως δυνατό, μέσα σε ένα ειδικότερο κλάδο της οικονομίας, να συνηθίζονται ορισμένες πρακτικές που δεν είναι σύμφωνες με τα χρηστά ήθη. **Παράδειγμα** μέσα στον ειδικό κύκλο των ασφαλιστικών επιχειρήσεων, συνηθίζονται επιστροφές μέρους των ασφαλιστρών που πληρώθηκαν, δηλαδή πρακτική που αντίκειται όχι μόνο στα χρηστά ήθη απέναντι στους ανταγωνιστές (γιατί η επιστροφή των ασφαλιστρών ωφελεί τους ασφαλιζόμενους), αλλά και στις διατάξεις του Ν. 703/77 για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού.

Όμως η κρίση για το αν μια πράξη ή παράλειψη αντίκειται ή όχι στα χρηστά ήθη, δεν ανιχνεύεται μόνο στις αντιλήψεις των προμηθευτών του οικονομικού κλάδου, αλλά και στις γενικότερες αντιλήψεις των προσώπων που ζουν μέσα σε μια κοινωνία δικαίου και κυρίως των

καταναλωτών. Για το λόγο αυτό, είναι δυνατό να υπάρξουν διαφορές στις αναλήψεις περί των χρηστών ηθών.

Αναφερόμενοι σε παλαιότερες εποχές, ακόμα όμως και στη σημερινή εποχή, σε ορισμένες υποανάπτυκτες κοινωνίες οι αντιλήψεις για τα χρηστά ήδη μπορεί να είναι πιο εξασθενημένες και χαλαρές από ότι σε μια αναπτυγμένη κοινωνία. Ας θυμηθούμε ότι στην αρχαία Σπάρτη μόνο η αποκάλυψη της κλοπής και όχι η κλοπή κάθε αυτή θεωρούνταν ως αθέμιτη και τιμωρητέα.

Από την άλλη, στο Ρωμαϊκό δίκαιο, προκειμένου περί ελαττωμάτων του πωλούμενου πράγματος ίσχυε η αρχή: «*careat emptor*» (=ας προσέχει ο αγοραστής), η αρχή που επικαλούνται ακόμα και σήμερα οι νομικοί στις αγγλοσαξωνικές χώρες, και που αφήνει σε πολλά ζητήματα ακάλυπτο τον αγοραστή - καταναλωτή, γι' αυτό δεν συμβιβάζεται με τις σύγχρονες αντιλήψεις περί ηθικής.

Αλλά και στην ίδια κοινωνία, στον ίδιο συναλλακτικό κύκλο, είναι δυνατό με την πάροδο του χρόνου να αλλάξουν οι αντιλήψεις περί των χρηστών ηθών. Επομένως, η έννοια των χρηστών ηθών αλλάζει και διαφέρει ανάλογα με τον κοινωνικό κύκλο μέσα στον οποίο επιχειρείται και ανάλογα με το χρόνο κατά τον οποίο επιχειρείται η πράξη. Το αν μια πράξη αντίκειται στα χρηστά ήθη σε κάθε περίπτωση καλείται να κρίνει ο δικαστής λαμβάνοντας υπόψη την αντίληψη περί ορθού και ηθικού των συναλλακτικών κύκλων μέσα στους οποίους επιχειρείται η πράξη. Δεν θα πρέπει λοιπόν, ο δικαστής να κρίνει με βάση τις δικές του προσωπικές, αντιλήψεις που μπορεί να είναι αυστηρότερες ή επιεικέστερες.

Εξάλλου ο εφαρμοστής του δικαίου δεσμεύεται στη διαμόρφωση της κρίσης του για το αν μια ανταγωνιστική πράξη είναι ή όχι αθέμιτη, από το πλέγμα των ατομικών δικαιωμάτων του ελληνικού συντάγματος, καθώς και από τις άλλες γενικές αρχές του δικαίου, όπως της καλής

πίστης και της κατάχρησης δικαιώματος. Οφείλει, επίσης να λάβει σοβαρά υπόψη του τις επιταγές του ελεύθερου ανταγωνισμού όπως διαμορφώνονται στις διατάξεις του ελληνικού, αλλά και του κοινοτικού δικαίου.

2. Η πράξη (ή παράλειψη) πρέπει να επιχειρείται στις εμπορικές βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές. Εδώ θα πρέπει να κατανοηθεί το γεγονός, ότι αν επιχειρηθεί μια ανήθικη πράξη σε κάποια αστική συναλλαγή, για παράδειγμα εν ένας ιδιοκτήτης ενός διαμερίσματος αποκρύψει από τον ενοικιαστή του ένα ελάττωμα του διαμερίσματος που του νοίκιασε (π.χ. υγρασία, έλλειψη στεγανότητας της οροφής κτλ) στην περίπτωση αυτή, δεν έχει εφαρμογή ο Ν. 146 αλλά οι διατάξεις που έχουν σχέση με την μίσθωση (του Αστικού Κώδικα).

Επίσης, σε αντίθεση προς τη γενική διάταξη του γερμανικού νόμου του 1909 για τον αθέμιτο ανταγωνισμό (που όπως έχουμε ήδη αναφέρει, αναφέρεται και στις επαγγελματικές συναλλαγές), δεν περιλαμβάνονται στο άρθρο 1 του Ν. 146, ούτε οι ανήθικες πράξεις που γίνονται σε επαγγελματικές συναλλαγές των ελεύθερων επαγγελματιών (δηλ. καλλιτεχνών, λογοτεχνών, νομικών μηχανικών κα).

Όλες αυτές οι περιπτώσεις θα κριθούν σύμφωνα με τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα και του δικαίου της πνευματικής ιδιοκτησίας. Μπορούν ακόμα να εφαρμοστούν διατάξεις που περιλαμβάνονται σε ειδικούς νόμους που αφορούν τους επαγγελματίες αυτούς (όπως π.χ. ο Κώδικας για τους Δικηγόρους, οι νόμοι για τους μηχανικούς κα) αντίστοιχα.

Θα πρέπει να σημειωθεί ακόμα ότι ο νόμος 146 εφαρμόζεται και σε εκείνες τις περιπτώσεις των δημόσιων επιχειρήσεων, των νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου, όταν ασκούν εμπορική, βιομηχανική ή γεωργική επιχείρηση (π.χ. ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ, Επιχείρηση Πετρελαίου, Ελληνική Βιομηχανία Όπλων κα). Εφαρμόζεται επίσης ο Ν.

146 και στις επιχειρήσεις μαζικής ενημέρωσης είτε αυτές είναι εφημερίδες, είτε περιοδικά, κινηματογράφο, ραδιόφωνο, τηλεόραση, επιπρόσθετα και παράλληλα με κάποιους ειδικούς νόμους που αφορούν τα μέσα ενημέρωσης. Τέτοιος είναι ο νόμος 2328/1995 που καθορίζει το νομικό καθεστώς της ιδιωτικής τηλεόρασης και της τοπικής ραδιοφωνίας.

3) **Η πράξη (ή παράλειψη) πρέπει να επιχειρείται με σκοπό ανταγωνισμό.** Μια επιχείρηση ανταγωνιστική προξενεί κατά κανόνα κάποια βλάβη σε ανταγωνιστή ή ανταγωνιστές και αντίστοιχη ωφέλεια στον ίδιο που επιχειρεί την πράξη ή σε τρίτο. Η βλάβη αυτή και η αντίστοιχη ωφέλεια εννοούνται πάντοτε σε σχέση με τη μείωση ή αντίστοιχα την αύξηση της πελατείας των εν λόγω ανταγωνιστών και μπορεί να αφορά ορισμένο ανταγωνιστή ή ολόκληρες κατηγορίες ανταγωνιστών. Ιδιαίτερη σημασία, προκειμένου να μπορεί μια πράξη να υπαχθεί στο άρθρο 1 του Ν. 146 έχει ο σκοπός με τον οποίο επιχειρείται δηλαδή η πρόθεση του ανταγωνισμού.

Δεν είναι απαραίτητο βέβαια η πραγμάτωση αυτού του σκοπού να είναι δυνατή, δηλαδή η επίτευξη της βλάβης ή της ωφέλειας με μείωση ή αύξηση της αντίστοιχης πελατείας. Το στοιχείο του σκοπού ανταγωνισμού είναι ουσιώδες στοιχείο της βάσης της αγωγής που εγείρει ο ενάγων και πρέπει να αποδεικνύεται από αυτόν. Επειδή όμως πρόκειται για ένα στοιχείο «εσωτερικό» αφορά δηλαδή στη βούληση του εναγόμενου ανταγωνιστή, η ύπαρξη του αποδεικνύεται με βάση τα λεγόμενα «τεκμήρια». Με τον όρο αυτό, εννοείται η συμπεριφορά του ανταγωνιστή που επιχειρήσε την ανταγωνιστική πράξη ή από άλλα εξωτερικά στοιχεία.

Σαν ένα εξωτερικό στοιχείο, μπορεί να θεωρηθεί για παράδειγμα το ότι η πράξη ή παράλειψη να είναι τέτοιας φύσης, ώστε κατά την κοινή

αντίληψη να προκύπτει βλάβη για τον ενάγοντα ή ωφέλεια για τον επειρηθέντα την πράξη στην απαγόρευση της γενικής διάταξης του άρθρου 1 του Ν. 146 Θα πρέπει να επιχειρείται στις εμπορικές, βιομηχανικές και γεωργικές συναλλαγές και με σκοπό ανταγωνισμού, γεννιούνται δύο βασικά ζητήματα τα οποία πρέπει να διευκρινισθούν:

Τα ζητήματα αυτά είναι: α) αν απαιτείται η επιχειρούμενη πράξη να είναι και παράνομη, δηλαδή αντίθετη προς άλλη ειδική διάταξη νόμου (ανεξάρτητα από το ότι η παράβαση της γενικής αυτής διάταξης συνιστά αυτή καθ' αυτή παράβαση του νόμου και β) αν πρέπει να υπάρχει και υπαιτιότητα (δόλος ή αμέλεια) εκείνου που επιχειρεί την πράξη.

Πρώτο. Ως προς το πρώτο ζήτημα δίνεται γενικά αρνητική απάντηση. Μεταξύ μιας παράνομης και μιας ανήθικης πράξης υπάρχει συχνά μεγάλη διαφορά. Μια ανήθικη πράξη, δηλαδή μια πράξη που είναι αντίθετη προς τις αντιλήψεις της κοινωνίας για το σωστό και ηθικό, δηλαδή προς τα χρηστά ήθη, δεν είναι κατ' ανάγκη και αθέμιτη και δεν απαγορεύεται από το νόμο δεν είναι υποχρεωτικά και ανήθικη γιατί η πολιτεία απαγορεύοντας μια πράξη, μπορεί να αποβλέπει και σε άλλες σκοπιμότητες εκτός από την ηθική.

Γι αυτό και οι απαγορεύσεις από το νόμο αλλάζουν ανάλογα με τις πολιτικές σκοπιμότητες ενώ οι αντιλήψεις μιας κοινωνίας ανθρώπων για την ηθική είναι πιο σταθερές και μόνιμες.

Για παράδειγμα οι συναλλαγές σε ξένο συνάλλαγμα και η εξαγωγή του από τη χώρα, είχαν απαγορευθεί στην Ελλάδα από το έτος 1933 για να προστατευθεί το εγχώριο νόμισμα η δραχμή. Οι συναλλαγματικοί αυτοί περιορισμοί άρχισαν να εξασθενούν με την είσοδο της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή κοινότητα, για να εκλείψουν εντελώς με την ολοκλήρωση της ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς. Εντούτοις ακόμα και στην πιο αυστηρή

εφαρμογή τους η παράβαση των νομισματικών αυτών περιορισμών δε θεωρήθηκε ποτέ ως πράξη αντικειμενική στην ηθική.

Η εννοιολογική αυτή αντίθεση μεταξύ ανήθικης και παράνομης πράξης αντικατοπτρίζεται ακριβώς στο Ν'. 146 όπου η μεν γενική διάταξη του άρθρου 1 απαγορεύει ανταγωνιστικές πράξεις που είναι καθαυτές ανήθικες, ενώ οι υπόλοιπες διατάξεις (άρθρο 3 και επόμενα) καθιστούν παράνομες και απαγορεύουν ορισμένες πράξεις που δεν είναι κατ' ανάγκη και ανήθικες.

Δεύτερον. Σχετικά τώρα, με το δεύτερο ζήτημα της υπαιτιότητας οι αντιλήψεις διαφέρουν. Πάντως η πλειοψηφία της νομικής θεωρίας και νομολογίας δέχεται ότι, για την γενική διάταξη του άρθρου 1 η «υπαιτιότητα» ενυπάρχει μέσα στο προαπαιτούμενο του σκοπού ανταγωνισμού. Δηλαδή, δεν είναι δυνατό να νοηθεί σκοπός ανταγωνισμού χωρίς πρόθεση, δόλο, εκείνου που επιχειρεί την πράξη.

Αντίθετα, στις ειδικές απαγορεύσεις των άρθρων 3 και επόμενα για να επιτευχθεί η προστασία των ανταγωνιστών, του κοινού των καταναλωτών και της εθνικής οικονομίας, που όπως έχουμε αναφέρει αποτελούν το σκοπό προστασίας του Ν. 146. Πρέπει οι σχετικές απαγορεύσεις να εφαρμόζονται ανεξάρτητα από οποιοδήποτε πταίσμα εκείνου που επιχειρεί την ανταγωνιστική πράξη. Αλλά αυτό ισχύει μόνο ως προς την ευθύνη του, για την παύση της παράβασης και την παράλειψη της στο μέλλον.

Για την ποινική του ευθύνη, καθώς και για την ευθύνη του προς αποζημίωση του βλαπτόμενου απαιτείται πταίσμα και μάλιστα για την ποινική ευθύνη χρειάζεται δόλος, ενώ για την αποζημίωση αρκεί και αμέλεια.

5.5 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΩΝ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ (ΝΟΜΟΣ 703/1977 «ΠΕΡΙ ΕΛΕΓΧΟΥ ΜΟΝΟΠΩΛΙΩΝ ΚΑΙ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ)

Το δεύτερο κίνδυνο που διατρέχει ο ανταγωνισμός ως οικονομικό φαινόμενο δηλαδή, τον κίνδυνο αυτοπεριορισμού, αποσκοπεί να αποτρέψει ο νόμος 703/1977» περί ελέγχου των μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού» που τροποποιήθηκε με το ν. 1934/1991.

Ο νόμος αυτός επιδιώκει την εξασφάλιση της ύπαρξης του ανταγωνισμού και της ελευθερίας άσκησης του, καθώς επίσης και την προστασία του συστήματος της οικονομικής ελευθερίας της αγοράς. Ο Ελληνικός νόμος, όπως και οι υπόλοιποι νόμοι κατά την περιορισμών του ανταγωνισμού, έχει ακόμη σκοπό να βελτιώσει την ικανότητα καλής λειτουργίας του ανταγωνισμού.

1) Σχέσεις μεταξύ του νόμου 146/1914 και του τροποποιηθέντος νόμου 703/1977

Μετά τη θέσπιση και στην Ελλάδα νόμου για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση της σχέσης που υφίσταται μεταξύ αυτού και του νόμου για τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Πολύτιμο βοήθημα μπορεί να προσφέρει η θεωρία των χωρών, στις οποίες συνυπάρχουν από πολύ περισσότερο χρόνο παρόμοιοι νόμοι, όπως π.χ. συμβαίνει στη Γερμανία.

Πρέπει να ξεκινήσει κανείς από τη σκέψη, ότι και οι δύο νόμοι αναφέρονται στο ίδιο οικονομικό γεγονός («συμβάν») της ανθρώπινης σύμβασης και στο ίδιο κοινωνικό φαινόμενο, τον οικονομικό ανταγωνισμό. Οι νόμοι αυτοί, επιδιώκουν να ρυθμίσουν, πως θα ασκείται

και σε ποια έκταση θα υπάρχει ο ανταγωνισμός. Επιδιώκουν να καταπολεμήσουν τις καταχρήσεις της οικονομικής δραστηριότητας για το συμφέρον όλων και συγχρόνως να διατηρήσουν ένα θεμιτό και ελεύθερο ανταγωνισμό έτσι ώστε να λειτουργεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Βέβαια οι δύο αυτοί νόμοι, έχουν διαφορετικά αντικείμενα ρύθμισης και διαφορετικές λειτουργίες. Ο νόμος «περί αθέμιτου ανταγωνισμού» στρέφεται κατά του «υπερβολικού» ανταγωνισμού, περιορίζει τη δυνατότητα ελεύθερης δράσης. Ενώ ο νόμος «κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού», στρέφεται κατά του «υποτονικού» ανταγωνισμού, καθιστά δυνατή την ελεύθερη οικονομική δράση.

Πάντως οι δύο νόμοι συνθέτουν από κοινού το σύγχρονο δίκαιο του ανταγωνισμού, υπό ευρεία έννοια. Πρέπει δε να παρατηρηθεί ότι αφενός εξασφάλιση του «θεμιτού» αυτού, αφετέρου δε, τότε μόνον ο ανταγωνισμός μπορεί να είναι θεμιτός, όταν υφίσταται και λειτουργεί. Πολύ ορθά υποστηρίζεται μάλιστα, ότι η προστασία της ύπαρξης και της ελευθερίας του ανταγωνισμού λογικά προηγείται της προστασίας του θεμιτού αυτού.

Διασταύρωση επίσης των δύο νόμων, δεν είναι επίσης δυνατή, γιατί το πεδίο εφαρμογής του ενός αρχίζει εκεί, όπου τελειώνει το πεδίο εφαρμογής του άλλου νόμου. Είναι δηλαδή κάθε φορά ζήτημα ανεύρεσης των ορίων μεταξύ του θεμιτού και του αθέμιτου ανταγωνισμού.

Γενική αρχή λοιπόν του δικαίου του ανταγωνισμού είναι ότι μόνον ο θεμιτός ανταγωνισμός πρέπει να διατηρείται ελεύθερος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΒΑΛΛΟΥΝ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

6.1 ΑΝΑΚΡΙΒΗΣ, ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΘΕΜΙΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

6.1.1 ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΚΡΙΒΟΥΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν. 146/1914 απαγορεύεται κάθε είδους γνωστοποίηση ή ανακοίνωση που δημοσιοποιείται και προορίζεται για ευρύ κύκλο ανθρώπων, καθώς επίσης και κάθε αναληθής ή ανακριβής δήλωση που γίνεται στις συναλλαγές κατά το άρθρο 1 και η οποία μπορεί να δημιουργήσει στους καταναλωτές λανθασμένη εντύπωση ως προς την ποιότητα, την αρχική προέλευσης, τον τρόπο κατασκευής των εμπορευμάτων ή των βιομηχανικών εργασιών, για τον τρόπο ή την πηγή προμήθειας, την κατοχή βραβείων ή άλλων τιμητικών διακρίσεως, την αιτία ή το σκοπό της πώλησης ή του ποσού των εμπορευμάτων που είναι προς διάθεση.

Κεντρικό στοιχείο της απαγόρευσης αυτής είναι μία δήλωση η οποία πρέπει να παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά:

α) Ως προς τον τρόπο που εξωτερικεύεται η δήλωση Η δήλωση μπορεί να εξωτερικεύεται γραπτώς και να μεταδίδεται από εφημερίδες.

β) Η δήλωση να περιέχεται σε γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις που είναι δημόσιες και προορίζονται για ευρύ κύκλο προσώπων.

Δημόσιες θεωρούνται όλες οι ανακοινώσεις που γίνονται σε ακαθόριστο αριθμό προσώπων οι οποίοι αποτελούν έναν ευρύ κύκλο. Επομένως δεν περιλαμβάνονται στην απαγόρευση δηλώσεις που γίνονται σε στενό

κύκλο ανθρώπων, δηλαδή σε μεμονωμένα πρόσωπα, όπως σε μια ιδιωτική συγκέντρωση, όπου βρίσκονται ελάχιστα άτομα. Αν όμως το άτομο που κάνει την ανακοίνωση ή την δήλωση την κάνει επανειλημμένα σε πολλά μεμονωμένα άτομα ή έστω σε μία ιδιωτική συγκέντρωση όπου βρίσκονται πολλά άτομα, τότε θεωρείται ότι γίνεται σε ευρύ κύκλο ανθρώπων και ότι είναι δημόσια, επομένως εμπίπτει στην απαγόρευση του άρθρου 3. Από τη διατύπωση της διάταξης προκύπτει ότι αρκεί η δήλωση να έγινε κατά τέτοιο τρόπο ώστε να γίνει γνωστή από ευρύ κύκλο προσώπων χωρίς να χρειάζεται να έλαβε πράγματι γνώση της ένας ευρύς κύκλος προσώπων. Για παράδειγμα, μπροστά από ένα κατάστημα υπάρχουν κάποιες επιγραφές που περιέχουν τέτοιες δηλώσεις αλλά λόγω κακοκαιρίας πέρασαν ελάχιστα πρόσωπα τα οποία έλαβαν γνώση της δήλωσης.

γ) Η δήλωση πρέπει να αφορά σχέσεις που περιλαμβάνονται στις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές. Από την παραπάνω πρόταση συνεπάγεται ότι οι δηλώσεις που αφορούν σε άλλου είδους συναλλαγές, όπως των ελεύθερων επαγγελματιών ή οι καλλιτεχνικές, δεν περιλαμβάνονται στη διάταξη της απαγόρευσης. Σαν παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί η περίπτωση που ένας τραγουδιστής, ηθοποιός, ζωγράφος, δικηγόρος, γιατρός ή μηχανικός ανακοινώνει δήθεν ευχαριστίες ανύπαρκτων πελατών του για τις καλές υπηρεσίες που τους προσέφερε.

Για να εφαρμοστεί η απαγόρευση πρέπει η δήλωση να μπορεί έμμεσα να επιφέρει το αποτέλεσμα στις συναλλαγές του άρθρου 1, δηλαδή στις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές. Π.χ. η ανακριβής δήλωση ότι ο επιχειρηματίας παντρεύτηκε μια πολύ πλούσια γυναίκα είναι κάτι που αφορά στον οικογενειακό τους κύκλο, εντούτοις στα άτομα που συναλλάσσονται μαζί του είναι δυνατό να δημιουργηθεί η

εντύπωση ότι η επιχείρηση έχει οικονομική ευρωστία, πράγμα που δεν ισχύει.

δ) Η δήλωση πρέπει να είναι ανακριβής. Αυτό συνεπάγεται ότι και το κοινό των συναλλασσομένων δεν είναι σε θέση να αντιληφθεί την ανακρίβεια. Η δυνατότητα να γίνει αντιληπτή η ανακρίβεια της δήλωσης, κρίνεται σύμφωνα με τις αντιλήψεις, των καταναλωτών προς τους οποίους απευθύνεται η δήλωση. Λαμβάνεται υπόψη η αντίληψη του μέσου συναλλασσόμενου στον κύκλο αυτό, δηλαδή ούτε του δύσπιστου και επιμελή καταναλωτή, αλλά ούτε και του εξαιρετικά εύπιστου και επιπόλαιου που πιστεύει την ανακριβή δήλωση χωρίς σκέψη και έρευνα. Είναι φανερό ότι όταν η δήλωση απευθύνεται μόνο σε κύκλο έμπειρων και ειδημόνων ανθρώπων, η κρίση για την ανακρίβεια της δήλωσης θα είναι πολύ πιο σωστή παρά όταν απευθύνεται προς τον ευρύ κύκλο των καταναλωτών που συνήθως είναι ανίδεοι και εύπιστοι και έτσι έχουν μεγαλύτερη ανάγκη προστασίας.

Η ανακρίβεια της δήλωσης εξαρτάται από την ικανότητα των καταναλωτών να την αντιληφθούν, γι' αυτό και περιπτώσεις όπου η ανακρίβεια των δηλώσεων είναι ολοφάνερη στο μέσο καταναλωτή δεν εμπίπτουν στην απαγόρευση π.χ. η διαφήμιση του επιχειρηματία ότι τα προϊόντα του είναι τα καλύτερα που υπάρχουν, ή ότι τα ρούχα που πουλά έχουν την αντοχή του σίδηρου ή ακόμα ότι ένα αυτοκίνητο έχει ταχύτητα σφαίρας κ.α. Αξίζει να σημειωθεί ότι το επίπεδο μόρφωσης ενός ατόμου και η ηλικία του παίζουν σπουδαίο ρόλο στην αντίληψη της ανακρίβειας της δήλωσης από μέρος του. Ευκολότερα αντιλαμβάνονται την υπερβολή της διαφήμισης οι πιο μορφωμένοι και ειδήμονες καταναλωτές παρά οι αμόρφωτοι, ανήλικοι ή υπερήλικοι, μετανάστες κ.α.

ε) Η δήλωση πρέπει να είναι ικανή να δημιουργήσει στους καταναλωτές την εντύπωση ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς. Η προαπαίτηση αυτή βρίσκεται σε άμεση συνάφεια προς την ανακρίβεια

της δήλωσης. Όπως συμβαίνει και με την ανακρίβεια της δήλωσης, έτσι και εδώ για να κριθεί να η δήλωση μπορεί να δημιουργήσει την εντύπωση ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς, θα ληφθούν υπόψη οι αντιλήψεις του κοινού προς το οποίο απευθύνεται η δήλωση και μάλιστα του μέσου ανθρώπου του κοινού αυτού, δηλαδή ούτε του προσεκτικού και ειδήμονα καταναλωτή αλλά ούτε και του απρόσεκτου και επιπόλαιου, όπως έχει ήδη αναφερθεί προηγουμένως. Δεν είναι απαραίτητο να δημιουργηθεί πραγματικά στο κοινό η εντύπωση ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς, αρκεί να είναι δυνατό να δημιουργηθεί τέτοια εντύπωση. Για να διευκολυνθεί η σχετική κρίση ο νόμος απαριθμεί κατά τρόπο ενδεικτικό ορισμένα στοιχεία από τα οποία μπορεί να κριθεί αν η ανακριβής δήλωση μπορεί να δημιουργήσει την εντύπωση ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς.

Αυτό μπορεί να συμβαίνει όταν η ανακριβής δήλωση αφορά:

Πρώτον. *Την ποιότητα του εμπορεύματος.* Στην περίπτωση αυτή μπορούν να συντρέχουν και οι προϋποθέσεις της απάτης, κατά το άρθρο 386 του Ποινικού Κώδικα. Π.χ., ένα ύφασμα μαλλινοβάμβακο διαφημίζεται ως μάλλινο, ή ένα σκεύος επάργυρο διαφημίζεται ως ασημένιο. Ιδιαίτερα ως προς τα τρόφιμα και τα ποτά εφαρμόζονται παράλληλα και οι διατάξεις του Κώδικα Τροφίμων, ποτών και αντικειμένων κοινής χρήσης (Αποφ. Υπ. Εμπορίου 3.000 /1970, ιδίως του άρθρου 10). Για τα φαρμακευτικά, διαιτητικά και καλλυντικά προϊόντα έχει απαγορευθεί η διαφήμιση τους σύμφωνα με το άρθρο 16 του Ν.Δ. 96/73 περί εμπορίας των φαρμακευτικών, διαιτητικών και καλλυντικών προϊόντων. Τέλος, σύμφωνα με το Ν. 372/1976 για τη σύσταση και λειτουργία Ελληνικού Οργανισμού Τυποποίησης και το Π.Δ. 318/1983, προβλέπονται η κατάρτιση προδιαγραφών τυποποίησης για τα ελληνικά προϊόντα, η ενέργεια ελέγχων ποιότητας καθώς και η

απονομή σήματος και πιστοποιητικού ποιότητας σε αυτά που έχουν τις προδιαγραφές.

Δεύτερον. Την αρχική προέλευση του προϊόντος. Η ανακριβής δήλωση ως προς την αρχική προέλευση προϊόντος μπορεί να αφορά είτε στην προέλευση από συγκεκριμένο εργαστήριο, εργοστάσια ή εμπορικό οίκο μεγάλης φήμης (π.χ. μοντέλο του γαλλικού οίκου ραπτικής, DIOR, γυαλιά ηλίου RAY-BAN, VOGUE), είτε στη γεωγραφική προέλευση του από τόπο που διαφημίζεται για τα προϊόντα που παράγει (π.χ. ρολόγια από την Ελβετία, γαλλικά αρώματα, μαστίχα Χίου, λουκούμια Σύρου κ.α.).

Σύμφωνα με το άρθρο 5 εδαφ. 2 Ν. 146 η χρήση ονομάτων που χρησιμεύουν για την ονομασία εμπορευμάτων ή βιομηχανικών εργασιών στις συναλλαγές, χωρίς να σκοπεύουν στον προσδιορισμό της προέλευσης τους, δεν υπάγονται στην νομοθεσία για την απαγόρευση του άρθρου 3. Π.χ. στην Ελλάδα κάποια προϊόντα που εισάγονται και καταναλώνονται επί πολλά χρόνια όπως το κονιάκ, η σαμπάνια, η κολόνια, η μύρα Μονάχου, τα λουκάνικα Φραγκούρτης, έχουν καταλήξει να είναι συνώνυμα με τα αντίστοιχα είδη προϊόντων που δεν προέρχονται από αυτά τα μέρη (το αφρώδες κρασί λέγεται σαμπάνια ακόμα και αν δεν προέρχεται από τη γαλλική επαρχία Champagne, το απόσταγμα κρασιού λέγεται κονιάκ άσχετα αν η προέλευση του δεν είναι από τη γαλλική πόλη Cognac η κολόνια αποτελεί γενική ονομασία ενώ κανονικά ονομάζεται έτσι μόνο αυτή που προέρχεται από τη γερμανική πόλη Κολωνία). Οι ενδείξεις αυτές, που στην Ελλάδα χρησιμοποιούνται ως ονομασίες ενός είδους, στις αντίστοιχες χώρες που κατασκευάζονται προστατεύονται ως ενδείξεις προέλευσης και η ανακριβής χρήση τους, φυσικά απαγορεύεται. Ειδικά για το Κονιάκ, που στο Ν. 3462/28 «για την τροποποίηση των περί ευρεσιτεχνίας και αθεμίτου ανταγωνισμού

νόμων» (άρθρο 3) αναφέρεται σαν παράδειγμα ονομασίας είδους, 9α πρέπει να σημειωθεί ότι με μεταγενέστερο νόμο, ύστερα από διαβήματα της γαλλικής Κυβέρνησης, αποκαταστάθηκε ως ένδειξη γεωγραφικής προέλευσης και απαγορεύτηκε η χρήση της στην Ελλάδα από παραγωγούς και εμπόρους του είδους παρόλο που στις καθημερινές συναλλαγές, συνεχίζει να χρησιμοποιείται για κάθε απόσταγμα κρασιού). Επίσης διμερείς συμβάσεις με τη Γερμανία το 1964 και με την Αυστρία το 1970, αφορούν στην αμοιβαία προστασία ενδείξεων γεωγραφικών προελεύσεων των συμβαλλόμενων χωρών. Παρομοίως, με διάφορες οδηγίες της ευρωπαϊκής ένωσης, απαγορεύτηκε η καταχρηστική χρήση ορισμένων ενδείξεων γεωγραφικής προέλευσης μέσα στα γεωγραφικά όρια των κρατών μελών της.

Αντιθέτως, δεν θεωρούνται ότι περιλαμβάνονται στην απαγόρευση του άρθρου 3, φανταστικές ονομασίες προέλευσης. Στην απαγόρευση, όμως περιλαμβάνονται εικόνες που έμμεσα δείχνουν ανακριβή γεωγραφική προέλευση. Αυτά αναφέρονται στο άρθρο 5 του Ν. 146/1914. Στην απαγόρευση του άρθρου 3 υπάγεται επίσης η ανακριβής διαφήμιση, ότι τα εμπορεύματα προέρχονται από πτώχευση, πράγμα που δίνει την εντύπωση ότι τα εμπορεύματα προσφέρονται στο κοινό με πολύ ευνοϊκούς όρους. Στην περίπτωση πτώχευσης τα εμπορεύματα του πτωχεύσαντος πωλούνται από σύνδικο της πτώχευσης σε εξαιρετικά χαμηλές τιμές για να μαζευτούν γρήγορα χρήματα ώστε να πληρωθούν οι πτωχευτικοί πιστωτές.

Στην Ελλάδα, ειδικοί νόμοι που προστατεύουν ελληνικές ενδείξεις, προέλευσης, είναι ο Ν. του 1892 «περί ελέγχου του εμπορίου της σταφίδας», η ισχύς του οποίου διατηρήθηκε με το άρθρο 24 του Ν. 146, για τις ελιές Πηλίου και Αμφισσας, ο Ν. 5506/1932, «για την προστασία της εγχώριας οινοπαραγωγής», το Β.Δ. 423/1970 «για την αναγνώριση ονομασιών προέλευσης οίνων», κ.α.

Ρυθμίσεις για τις ενδείξεις γεωγραφικής προέλευσης υπάρχουν επίσης στο νόμο περί σημάτων (άρθρο 3, παρ. 1 γ'Ν. 2239/94) που απαγορεύει την καταχώριση τοπωνυμίων ως σημάτων, ώστε να μη μονοπωλούνται τα τοπωνύμια αυτά από τον παραγωγό που τα καταχώρισε πρώτος.

Ρυθμίσεις υπάρχουν επίσης και σε αγορανομικές διατάξεις, που αφορούν σε ενδείξεις γεωγραφικής προέλευσης, όπως, π.χ. η υποχρεωτική αναγραφή της ένδειξης «ελληνικής κατασκευής» για τα προϊόντα που κατασκευάζονται στην Ελλάδα, καθώς επίσης και η ένδειξη «μετασκευασθέν» ή «συσκευασθέν» στην Ελλάδα για τα προϊόντα που είναι Βιοτικής ανάγκης και εισάγονται από το εξωτερικό αλλά μετασκευάζονται ή συσκευάζονται στην Ελλάδα. Αυτά αναφέρονται στα άρθρα 69 και 70 της υπό αριθμόν 72/77 αγορανομικής διάταξης «περί κωδικοποίησης αγορανομικών διατάξεων εκδοθεισών μέχρι την 30/6/1977» σύμφωνα με την οποία οι χονδρέμποροι και οι λιανέμποροι είναι υποχρεωμένοι να αναγράφουν στα είδη βιοτικής ανάγκης εμφανώς την εγχώρια ή αλλοδαπή προέλευση τους.

Τρίτον. *Τον τρόπο της κατασκευής.* Η ένδειξη αυτή συνδέεται με την ποιότητα του προϊόντος, η οποία αναφέρεται χωριστά από τον νόμο. Π.χ., διαφημίζονται χαλιά ως χειροποίητα, ενώ είναι μηχανοποίητα και κατά συνέπεια χειρότερης ποιότητας και μικρότερης αξίας, ή ότι το ξύδι κατασκευάστηκε από κρασί, ενώ στην ουσία είναι προϊόν χημικής επεξεργασίας άλλων υλικών. Και για τον τρόπο κατασκευής η ανακριβής ένδειξη μπορεί να γίνει με εικόνες. Π.χ. μηχανοποίητα χαλιά έχουν μια ετικέτα που δείχνει μια γυναίκα να υφαίνει σε χειροκίνητο αργαλειό, μπουκάλια με λάδι από καλαμπόκι έχουν την εικόνα κλαδιού ελιάς δημιουργώντας την εντύπωση στους καταναλωτές ότι πρόκειται για ελαιόλαδο ή ακόμα μπουκάλια με αεριούχα ποτά έχουν ετικέτα με την

εικόνα λεμονιού ή πορτοκαλιού, ενώ στην ουσία δεν περιέχουν χυμό λεμονιού ή πορτοκαλιού αλλά μόνο τη γεύση τους.

Τέταρτον. *Τον τρόπο της τιμολόγησης εμπορευμάτων ή βιομηχανικών εργασιών.* Στο άρθρο 2 του Ν. 146, με τον όρο «εμπορεύματα» εννοούνται τα βιομηχανικά και γεωργικά προϊόντα και με τον όρο «βιομηχανικές εργασίες» εννοούνται και εμπορικές, βιοτεχνικές και γεωργικές εργασίες. Πρόκειται για περιπτώσεις στις οποίες για παράδειγμα, ο λιανικός έμπορος διαφημίζει ότι πουλάει σε τιμές εργοστασίου ή χονδρικής πώλησης ή ότι οι τιμές των προϊόντων του έχουν έκπτωση 30%, ενώ μέχρι τη στιγμή εκείνη τα συγκεκριμένα προϊόντα δεν είχαν προσφερθεί προς πώληση. Εδώ υπάγονται και οι διαφημίσεις κράχτης. Η έννοια αυτή, περιλαμβάνει τις περιπτώσεις κατά τις οποίες π.χ. κάποιο κατάστημα διαφημίζει ότι πουλάει ένα προϊόν σε πολύ χαμηλή τιμή κατά τρόπο τέτοιο, ώστε να δίνει την εντύπωση στο ευρύ κοινό των καταναλωτών ότι όλα τα προϊόντα του συγκεκριμένου καταστήματος έχουν ιδιαίτερα χαμηλές τιμές κάτι που ασφαλώς δεν συμβαίνει. Για την περίπτωση αυτή αναφέρει και το άρθρο 7 του Ν. 146 ότι θα πρέπει να θεωρείται αντικείμενη προς τα χρηστά ήθη, όταν πραγματοποιείται με στόχο την προσέλκυση και την εκμετάλλευση των καταναλωτών. Μια άλλη περίπτωση διαφήμισης - κράχτη, είναι όταν ένα προϊόν που δεν πωλείται καθόλου στο κατάστημα ή υπάρχει σε πολύ μικρές ποσότητες που εξαντλούνται πολύ γρήγορα, διαφημίζεται ότι πωλείται σε χαμηλές τιμές ώστε να προσελκυστούν οι πελάτες και να μπουν στο κατάστημα.

Πέμπτον. *Τον τρόπο ή την πηγή της προμήθειας.* Ο τρόπος ή η πηγή της προμήθειας είναι πολλές φορές πολύ σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τη βούληση των αγοραστών καταναλωτών. Π.χ όταν διαφημίζεται ότι τα εμπορεύματα που διατίθενται προμηθεύτηκαν από

τον πωλητή απ' ευθείας από τον παραγωγό, δημιουργείται η εντύπωση ότι εξασφαλίζονται τα κέρδη προσώπων που μεσολαβούν, ενώ στην ουσία έχουν προμηθευτεί από μεσολαβητή χονδρέμπορο, ή διαφημίζεται ανακριβώς ότι ο πωλητής προμηθεύτηκε τα εμπορεύματα του από πλεονάζον στρατιωτικό υλικό, που συνεπάγεται ότι τα απέκτησε σε πολύ χαμηλές τιμές κοκ.

Έκτον. *Τη δήθεν κατοχή βραβείων ή άλλων τιμητικών διακρίσεων.* Ο ευρύς κύκλος των καταναλωτών ο οποίος δεν έχει δική του γνώση για τις ιδιότητες αρκετών προϊόντων που πωλούνται, είναι φυσικό να εκφράσει την προτίμηση του σε εκείνο το προϊόν ή υπηρεσία την οποία έχουν επαινέσει άνθρωποι που θεωρούνται ειδικοί. Γι' αυτό το λόγο η διαφήμιση ότι σε ένα πράγμα έχουν απονεμηθεί βραβεία, τιμητικές διακρίσεις σε εκθέσεις, διαγωνισμούς, φεστιβάλ κλπ, επιδρά σημαντικά στην απόφαση των καταναλωτών να προτιμήσουν το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. Κατάχρηση στην περίπτωση αυτή γίνεται συνήθως στην βιομηχανία κρασιών και άλλων οινοπνευματωδών ποτών, όπου απεικονίζονται στις επικολλημένες ετικέτες σειρά μεταλλίων και πολλών άλλων τιμητικών διακρίσεων. Κατάχρηση επίσης γίνεται και στην περίπτωση της ανακριβούς αναγγελίας ότι η επιχείρηση που παράγει το προϊόν είναι π.χ. προμηθευτής κάποιας βασιλικής αυλής ή άλλων υψηλών προσώπων. Η τελευταία περίπτωση επιδρά αποφασιστικά σε ένα μικρό τμήμα του καταναλωτικού κοινού, που ως ματαιόδοξα άτομα θέλουν να εξομοιωθούν ως προς τις προτιμήσεις τους με τα υψηλά αυτά πρόσωπα.

Έβδομον. *Την αιτία ή στο σκοπό της πώλησης.* Στην περίπτωση αυτή υπάγεται για παράδειγμα η ανακριβής δήλωση ότι τα εμπορεύματα πωλούνται λόγω κατεδάφισης ή διάλυσης του καταστήματος ή λόγω στράτευσης ή μετανάστευσης του επιχειρηματία. Όλοι αυτοί οι λόγοι δίνουν την εντύπωση ότι οι τιμές είναι ιδιαίτερα χαμηλές. Πρέπει να

υπάρχει διάκριση ανάμεσα στην περίπτωση της αναγγελίας που είναι ανακριβής και στην περίπτωση της αναγγελίας για τη διάλυση καταστήματος που είναι αληθινή, η οποία, όμως, επίσης απαγορεύεται από το άρθρο 7 του Ν. 146 αν δεν προηγηθεί δικαστική ή διοικητική άδεια.

Όγδοο. *Την ποσότητα των εμπορευμάτων που διαθέτει ο πωλητής.* Όταν αναγγέλλεται ότι σε κατάστημα ή σε μια άλλου είδους επιχείρηση ότι έχει απομείνει μικρή μόνο ποσότητα εμπορευμάτων, τότε, ασκείται μυχολογική πίεση στον καταναλωτή ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο αναγγέλλεται. Έτσι, όταν ο πωλητής καλεί τους αγοραστές να βιαστούν να αγοράσουν γιατί εξαντλείται η διαθέσιμη ποσότητα, η μυχολογική πίεση που τους ασκείται, συνίσταται στο φόβο τους μήπως δεν προφτάσουν να αγοράσουν το αγαθό που εξαντλείται. Η αναγγελία επίσης του αγοραστή ότι π.χ. έχουν απομείνει ελάχιστα κομμάτια και θέλει να τα ξεφορτωθεί για να ανανεώσει το απόθεμα του δίνει στους αγοραστές τη λανθασμένη εντύπωση ότι τα εμπορεύματα που απέμειναν θα πωληθούν σε χαμηλές τιμές, και σπεύδουν να τα αγοράσουν. Ψυχολογική επίδραση μπορεί να έχει στους αγοραστές και η ακριβώς αντίθετη περίπτωση, δηλαδή η αναγγελία μεγαλύτερων ποσοτήτων από όσες πραγματικά έχει ο πωλητής. Με αυτό τον τρόπο δίνεται η εντύπωση στους αγοραστές ότι έχουν μεγαλύτερη δυνατότητα επιλογής παρά να πήγαιναν στους ανταγωνιστές του συγκεκριμένου πωλητή (π.χ, ο πωλητής θα μπορούσε να αναγγείλει ότι το κατάστημα του έχει χιλιάδες κομμάτια για όλα τα γούστα).

στ) Δεν απαιτείται σκοπός ανταγωνισμού

Ο νόμος δεν απαιτεί το σκοπό ανταγωνισμού ως απαραίτητο στοιχείο της εφαρμογής του άρθρου 3. Η έλλειψη όμως αυτή έχει πρακτική σημασία, γιατί εκείνο που επικαλείται παράβαση του άρθρου 3 δεν είναι υποχρεωμένος να αποδείξει ότι ο παραβάτης έκανε την ανακριβή αναγγελία με σκοπό ανταγωνισμού, εκτός φυσικά, αν για μεγαλύτερη προστασία του επικαλεστεί και το άρθρο 1, οπότε θα πρέπει να αποδείξει και το σκοπό ανταγωνισμού.

6.2 Η ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΚΑΙ Η ΑΘΕΜΙΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

1) Η έννοια και οι προϋποθέσεις της παραπλανητικής διαφήμισης

Παραπλανητική διαφήμιση θεωρείται κάθε διαφήμιση της οποίας το περιεχόμενο ή η μορφή της με οποιονδήποτε τρόπο παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται και εξαιτίας της παραπλάνησης αυτής, ενδέχεται να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ή να βλάμει έναν ανταγωνιστή. Για να κριθεί αν μία διαφήμιση είναι παραπλανητική, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως ενδείξεις σχετικά με:

α) Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των διαφημιζόμενων αγαθών ή υπηρεσιών, όπως η δυνατότητα διάθεσης, η ποσότητα (δηλαδή αν και κατά πόσο διαθέτει ο διαφημιζόμενος τα αγαθά που διαθέτει σε επαρκείς ποσότητες), η φύση (το είδος του αγαθού ή της υπηρεσίας που προσφέρεται), η μέθοδος της κατασκευής (π.χ. αν είναι χειροποίητα ή μηχανοποίητα), η χρήση, η γεωγραφική προέλευση, τα ιδιαίτερα γνωρίσματα, τα επιστημονικά ή Τεχνολογικά δεδομένα (τα στοιχεία δηλαδή που είναι σχετικά με τον τρόπο κατασκευής και τη σύνθεση τους)

και τα αποτελέσματα που αναμένονται από τη χρήση τους, γιατί οι ενδείξεις αυτές είναι εκείνες που κυρίως ενδιαφέρουν το καταναλωτικό κοινό προς το οποίο απευθύνεται η διαφήμιση.

β) την τιμή ή τον τρόπο διαμόρφωσης της καθώς και του όρους κάτω από τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, όπως είναι οι όροι πληρωμής ή πίστωσης, παράδοσης, ανταλλαγής, επιστροφής, επισκευής, συντήρηση και εγγύησης.

γ) Την ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του διαφημιζόμενου, όπως είναι τα στοιχεία της ταυτότητας του, τα περιουσιακά του στοιχεία, οι ικανότητες (π.χ. αν έχει διαπρέψει στον κλάδο της παραγωγής ή της εμπορίας που ασκεί), τα βραβεία και οι διακρίσεις του και ασφαλώς τα δικαιώματα του που είναι βιομηχανικής εμπορικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας. Δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας του διαφημιζόμενου ονομάζονται εκείνα τα δικαιώματα του στα σήματα, σε ονομασίες γεωγραφικής προέλευσης των προϊόντων του, σε εφευρέσεις, σε βιομηχανικά σχέδιάσματα που μεταχειρίζεται. Από την άλλη μεριά, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας είναι τα δικαιώματα του σε αισθητικά υποδείγματα, τίτλους εντύπων κα. που μεταχειρίζεται για την επισήμανση ή τη διαφήμιση των προϊόντων του ή των υπηρεσιών του.

Θα πρέπει επίσης να διευκρινισθεί ότι παραπλανητική λογίζεται και κάθε διαφήμιση όταν; Πρώτον) η πειστικότητα της βασίζεται στη μαρτυρία προσώπων, στα οποία αποδίδεται ανύπαρκτη, επιστημονική ιδιότητα ή αυθεντία (π.χ. ένα απορρυπαντικό που δήθεν έχει ερευνηθεί από πολλούς επιστήμονες και το συνιστούν ανεπιφύλακτα στο καταναλωτικό κοινό), Δεύτερον) εμφανίζεται με τη μορφή δημοσιογραφικής έρευνας, σχολείου ή επιστημονικής ανακοίνωσης, χωρίς να δηλώνεται ευδιάκριτα, ότι πρόκειται για διαφήμιση (π.χ. από

αναλύσεις που έγιναν σε ερευνητικά ινστιτούτα δέκα Πανεπιστημίων για 100 απορρυπαντικά που κυκλοφορούν στην Ευρώπη αποδείχτηκε ότι οι κόκκοι που περιέχει το συγκεκριμένο απορρυπαντικό που διαφημίζεται έχουν την καλύτερη απόδοση για τα ρούχα που πλένονται και τρίτον) περιέχει επιστημονικούς όρους, αποτέλεσμα ερευνών ή διάφορες περικοπές κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα με σκοπό να δώσει στο διαφημιστικό μήνυμα η ανακοίνωση μια επιστημονική βάση η οποία όμως δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

6.2.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΘΕΜΙΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Αθέμιτη διαφήμιση είναι κάθε διαφήμιση που προσβάλλει τα χρηστά ήθη να θεωρηθεί αθέμιτη ιδιαίτερα η διαφήμιση που παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά: α) έχει στόχο την πρόκληση ή εκμετάλλευση αισθημάτων φόβου, προλήψεων ή δεισιδαιμονιών ή την εξώθηση σε εγκληματικές πράξεις, β) διακρίνει μειωτικά κοινωνικές ομάδες με βάση το φύλο, τη φυλή, την ηλικία, το θρήσκευμα, την εθνικότητα, την καταγωγή, τις πεποιθήσεις και τις φυσικές ή μυχικές ιδιαιτερότητες, γ) δημιουργεί την εικόνα υπερβολικά δελεαστικής προσφοράς, ιδίως σε παιδιά, νέους και στις πιο ευάλωτες κατηγορίες, του πληθυσμού, δ) απευθύνει το διαφημιστικό μήνυμα κατευθείαν στο υποσυνείδητο, χωρίς να αφήνει τη δυνατότητα κριτικής στο δέκτη αυτού του μηνύματος, ε) προβάλλει με έμμεσο τρόπο, προϊόντα άλλα από εκείνα που αποτελούν το περιεχόμενο του διαφημιστικού μηνύματος που φαίνεται, χωρίς η προβολή αυτή να αποτελεί ουσιώδες και αναπόσπαστο τμήμα του.

Η αθέμιτη διαφήμιση περιλαμβάνει περιπτώσεις που προσβάλλουν τους ανταγωνιστές αυτού που τη χρησιμοποιεί αλλά και άλλες που δεν προσβάλλουν ανταγωνιστές.

Συναντώνται δύο περιπτώσεις που δεν προσβάλλουν ανταγωνιστές. Η πρώτη αναφέρεται σε διαφημίσεις που καπηλεύονται εθνικά θέματα και προσωπικότητες, την εθνική πολιτιστική κληρονομιά, τη θρησκευτική παράδοση, τα εθνικά σύμβολα καθώς και τα σύμβολα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή άλλων διεθνών οργανισμών. Π.χ, ένα πελοποννησιακό προϊόν με την ονομασία του Θεόδωρου Κολοκοτρώνη, «Χαλβάς ο ήλιος της Βεργίνας» (αντίθετα επιτρεπτή είναι η ονομασία «Μακεδονικός Χαλβάς» επειδή δείχνει τη γεωγραφική του προέλευση). Η δεύτερη περίπτωση αναφέρεται σε διαφημίσεις που διακρίνουν μειωτικά κοινωνικά ομάδες με βάση το φύλο, την ηλικία, τη φυλή, το θρήσκευμα, την εθνικότητα, τις πολιτικές πεποιθήσεις, τις φυσικές ή διανοητικές ιδιαιτερότητες και γενικότερα προσβάλλουν την ανθρώπινη αξιοπρέπεια.

(π.χ. προτροπή του διαφημιστικού μηνύματος να προτιμήσουν ένα προϊόν που δεν προτιμούν τα άτομα που έχουν άλλες θρησκευτικές αντιλήψεις, όπως το ούζου που δεν πίνουν οι μωαμεθανοί).

Αντίθετα, αποτελούν ανταγωνιστικές πράξεις που προσβάλλουν τους ανταγωνιστές και παραπλανούν τους καταναλωτές, οι εξής περιπτώσεις:

Πρώτη. Κάθε διαφήμιση που δεν προβάλλει ευθέως τις εταιρείες ή τα προϊόντα που επιχειρεί να διαφημίσει, αλλά προβάλλει διαφορετικά στοιχεία, χωρίς η προβολή αυτή να αποτελεί νοηματικά αναπόσπαστο τμήμα του διαφημιστικού μηνύματος. Πρόκειται για την έμμεση διαφήμιση. Για παράδειγμα, διαφημίζεται ένα τραπέζι, πάνω στο οποίο βρίσκεται ένα μπουκάλι κρασί μιας ορισμένης μάρκας ή ένα πακέτο τσιγάρα μιας ορισμένης μάρκας. Στην περίπτωση αυτή η διαφήμιση του κρασιού ή των τσιγάρων είναι έμμεση. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι την απαγόρευση της έμμεσης διαφήμισης επιβάλλει και ο Ν. 2328/1995 που καθορίζει το νομικό καθεστώς της ιδιωτικής τηλεόρασης, καθώς και η οδηγία της Ε.Ε. 89/552, περί άσκησης τηλεοπτικών δραστηριοτήτων. Η

αρχή όμως αυτή καταστρατηγείται από τους διαφημιζόμενους μέσω της χορηγίας από επιχειρήσεις διαφόρων τηλεοπτικών εκπομπών και της καθιερωμένης με την αγγλική της ονομασία «**product placements**» Όλες αυτές οι μέθοδοι έχουν σκοπό να μην αντιλαμβάνεται ο τηλεθεατής ή ο ακροατής ότι πρόκειται για διαφημιστικό μήνυμα, οπότε θα ήταν ενδεχομένως επιφυλακτικότερος.

Δεύτερη. Όλες οι διαφημίσεις που έχουν σκοπό να προκαλέσουν ανησυχία ή φόβο ή να εκμεταλλευτούν τα συναισθήματα αυτά, τις προλήψεις ή και την απειρία των καταναλωτών Π.χ. προτροπή προς τους καταναλωτές να αγοράσουν ένα λαχανικό ορισμένης εταιρείας ώστε να προφυλαχθεί καλύτερα από τον καρκίνο.

Τρίτη. Οι διαφημίσεις που μπορούν να προκαλέσουν ηθική πνευματική, μυχική φθορά στα παιδιά ή να τα παρασύρουν σε επικίνδυνη για τα ίδια ή για το κοινωνικό σύνολο συμπεριφορά. Π.χ. ότι ένα είδος όπλου θα ήταν η καλύτερη προστασία για τα παιδιά τα βράδια.

Τέταρτη. Κάθε διαφήμιση που δελεάζει υπερβολικά τους καταναλωτές και εκμεταλλεύεται κατά τρόπο απαράδεκτο την τάση του καταναλωτικού κοινού για τυχερά παιχνίδια και εύκολο κέρδος. Στην περίπτωση αυτή υπάγονται όλες οι περιπτώσεις που στους αγοραστές μοιράζονται δελτία για συμμετοχή σε κληρώσεις όπου θα έχουν τη δυνατότητα να κερδίσουν χρήματα και άλλα δώρα.

Πέμπτη. Οι διαφημίσεις που έχουν σκοπό τη μείωση του ανταγωνιστή, της καλής του φήμης ή των προϊόντων του, χρησιμοποιώντας ψευδείς ή συκοφαντικές δηλώσεις.

Έκτη. Αυτή η περίπτωση αναφέρεται στις διαφημίσεις που επικαλούνται στοιχεία υπεροχής του διαφημιζόμενου προϊόντος σε σχέση με άλλα του ίδιου είδους, ενώ τα στοιχεία αυτά δεν είναι ούτε ουσιώδη, ούτε αποδεδειγμένα. Πρόκειται για τη λεγόμενη συγκριτική

διαφήμιση, η οποία, αν είναι αληθινή είναι νόμιμη γιατί βοηθάει τον καταναλωτή στη σωστή επιλογή μεταξύ περισσοτέρων προϊόντων, ενώ αντίθετα αν έχει τα στοιχεία υπεροχής που αναφέρθηκαν, τότε συντελεί στη στρέβλωση της κρίσης του καταναλωτή και γι' αυτό απαγορεύεται.

6.2.2 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Πρόβλημα δημιουργείται συχνά σχετικά με τη νομιμότητα της συγκριτικής διαφήμισης, της διαφήμισης δηλαδή, που αναφέρεται κρίνοντας στα αγαθά ή της υπηρεσίες του ανταγωνιστή. Ειδικότερα προβληματισμός δημιουργείται όταν οι ισχυρισμοί που περιέχονται σε αυτή είναι αληθείς. Όπως ήδη γνωρίζουμε τα πράγματα είναι απλά όταν πρόκειται για δηλώσεις ανακριβείς η ακριβείς μεν, αλλά που δεν είναι εύκολο να αποδειχθούν. Στις περιπτώσεις αυτές είναι ξεκάθαρο ότι πρόκειται για αθέμιτο ανταγωνισμό.

Λιγότερο απλό όμως είναι το θέμα όταν ο ανταγωνισμός γίνεται με παροχές στοιχείων μέσα από τη διαφήμιση που είναι μεν αληθή, όπως είπαμε, με τον τρόπο όμως που παρουσιάζονται μπορεί έμμεσα να περιορίσουν τη δυνατότητα του καταναλωτικού κοινού να κριθεί αβίαστα και ανεπηρέαστα.

Παλαιότερα εθεωρείτο ότι και η μορφή αυτή διαφήμισης, κυρίως η επικριτική, ήταν απαγορευμένη. Ήδη όμως επικρατεί η αντίθετη άποψη η οποία θεωρείται για διάφορους λόγους ορθότερη. Ένα από τα επιχειρήματα με τα οποία υποστηρίζεται (κύρια η επικριτική) είναι ότι επιφέρει ισορροπία στα αντιμαχόμενα συμφέροντα, τόσο του ανταγωνιστή, όσο του καταναλωτή που έτσι εκτίθεται λιγότερο στον κίνδυνο παραπλάνησης, όσο και στο γενικότερο συμφέρον που

υπηρετείται με την αναγκαστική με τον τρόπο αυτό σύγκριση αγαθών υπηρεσιών, ιδιοτήτων κλπ.

Εν τούτοις, δεν είναι αποδεκτή κάθε μορφή συγκριτικής διαφήμισης., Πράγματι η συγκριτική διαφήμιση, θεωρείται ότι αντιβαίνει στο άρθρο 1 του ν. 146/1914 και κατά συνέπεια είναι «αντίθετη με τα χρηστά ήθη». Για να έχει τον χαρακτήρα αυτό η διαφήμιση, θα πρέπει:

α) Να κάνει αναφορά στις υπηρεσίες ή τα εμπορεύματα του ανταγωνιστή, με βάση της δική του προσφορά

β) Επίσης, να προκύπτει με σαφήνεια για ποιον ανταγωνιστή πρόκειται, έστω και αν αυτός δεν αναφέρεται ονομαστικά.

γ) Τέλος, θα πρέπει να μειώνονται τα αγαθά ή υπηρεσίες του ανταγωνιστή με τη σύγκριση αυτή. Εννοείται ότι ο ανταγωνιστικής θα πρέπει να παράγει ίδια ή παρόμοια προϊόντα ή να παρέχει παρόμοιες υπηρεσίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7
ΠΡΑΞΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΒΑΛΛΟΥΝ ΟΡΙΣΜΕΝΟ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ

7.1 ΔΥΣΦΗΜΙΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ

Η δυσφήμιση ανταγωνιστή αποτελεί την αντίθετη περίπτωση της ανακριβούς διαφήμισης του άρθρου 3. Ενώ, δηλαδή στο άρθρο 3 απαγορεύτηκε η διαφήμιση που γίνεται με ανακριβείς ανακοινώσεις στα άρθρα 11 και 12 απαγορεύτηκε η μείωση του ανταγωνιστή με ανακριβείς ανακοινώσεις ως προς το άτομο του ή ως προς τις εμπορικές του εργασίες, με σκοπό να τον βλάψει και να αποσπάσει πελάτες του.

Κατά το άρθρο 11, εκείνος που διαδίδει ή ισχυρίζεται κάποια πράγματα που αφορούν την εργασία ή την επιχείρηση άλλων ανταγωνιστών του, ή το πρόσωπο του διευθυντή ή ιδιοκτήτη της επιχείρησης αυτής ή ακόμα και τα εμπορεύματα ή τις βιομηχανικές εργασίες της επιχείρησης των άλλων, τότε είναι υποχρεωμένος να αποζημιώσει τον αδικηθέντα για τη ζημιά που του προξένησε. Αυτό ισχύει εφόσον εκείνα που διέδωσε δεν είναι αληθινά και είναι δυνατόν να αποδειχτούν από το πρόσωπο που δυσφημίστηκε, ότι δηλαδή πραγματικά διαδόθηκαν αυτά από τον ανταγωνιστή του. Επομένως, τα στοιχεία που απαρτίζουν την απαγόρευση αυτή είναι τα εξής:

α) Η ύπαρξη ισχυρισμού ή διάδοσης. Ισχυρισμός υπάρχει όταν κάποιος ανακοινώνει κάτι που προέρχεται από τον ίδιο, εκφράζει δηλαδή την προσωπική του γνώμη για κάτι. Διάδοση, από την άλλη μεριά, υπάρχει όταν κάποιος μεταδίδει σε άλλον ή σε άλλους κάτι που πληροφορήθηκε από τρίτους. Ο ισχυρισμός δεν χρειάζεται να εκφράζεται με λόγια, μπορεί να γίνει και με συμπερασματικές ενέργειες ή σιωπηρά, π.χ. όταν σε

ερώτηση για το πρόσωπο ή τις εργασίες του ανταγωνιστή κουνάει αρνητικά το κεφάλι του, σηκώνει περιφρονητικά τους ώμους του, ή χαμογελάει ειρωνικά ή όταν του ζητάνε ένα προϊόν παραγωγής ή εμπορίας ανταγωνιστή του που υπάρχει στο κατάστημα του και εκείνος του δίνει σκόπιμα προϊόν άλλου κατασκευαστή. Επίσης, σε αντίθεση με την ανακριβή δήλωση του άρθρου 3, η οποία για να απαγορεύεται, πρέπει να γίνεται δημόσια και σε ευρύ κύκλο προσώπων, ο ισχυρισμός ή η διάδοση του άρθρου 11 απαγορεύονται και όταν γίνονται ιδιωτικά και σε ένα μόνο άτομο.

β) Ο ισχυρισμός ή η διάδοση να αφορά σε ειδήσεις που δεν είναι αληθινές. Αν οι ειδήσεις αποδειχθούν αληθινές δεν υπάρχει ευθύνη εκείνου του προσώπου που τις ισχυρίζεται ή τις διαδίδει. Με τον όρο ειδήσεις ο νόμος εννοεί γεγονότα που μπορούν να ελεγχθούν κατά τρόπο αντικειμενικό και δεν αποτελούν απλώς τη γνώμη ενός ατόμου, δηλαδή την υποκειμενική του κρίση, η οποία, άλλωστε, υποκειμενική κρίση προστατεύεται από το σύνταγμα.

Με το άρθρο 14 του συντάγματος, καθένας μπορεί να εκφράζει και να διαδίδει, προφορικώς, γραπτώς και δια τον τύπο τους στοχασμούς του, τηρώντας τους νόμους του κράτους. Έτσι, σύμφωνα με αυτό το άρθρο το κάθε άτομο μπορεί να εκφράζει την υποκειμενική του κρίση δημοσίως, δεν του επιτρέπεται όμως να φτάσει μέχρι τη δυσφήμιση άλλου προσώπου.

Για παράδειγμα αν ένας ισχυρισθεί ότι ένα καινούργιο, ανεφάρμοστο ως τώρα, οικονομικό σύστημα, που εφαρμόζει ανταγωνιστής του, είναι αποτυχημένο, αυτό μπορεί να θεωρηθεί σαν έκφραση γνώμης, αν όμως το σύστημα αυτό έχει εφαρμοστεί στην πράξη με επιτυχία από πολλούς ανταγωνιστές του, τότε δεν αποτελεί μια απλή έκφραση γνώμης, αλλά αναληθής είδηση.

Την αναλήθεια της είδησης δεν υποχρεούται να την αποδείξει το πρόσωπο που βλάπτεται, αλλά εκείνος που ισχυρίζεται ή διαδίδει την είδηση οφείλει να αποδείξει ότι είναι αναληθής για να αποφύγει τις κυρώσεις του νόμου. Σε καμία περίπτωση δεν αρκεί να αποδείξει ότι πίστευε ότι είναι αληθινή, γιατί έπρεπε να ελέγξει την αλήθεια της πριν την ισχυριστεί ή την διαδώσει.

γ) Η είδηση πρέπει να αφορά την εργασία ή την επιχείρηση ή το πρόσωπο του ανταγωνιστή. Ισχυρισμοί ή διαδόσεις που αφορούν τις επαγγελματικές υποθέσεις του ανταγωνιστή είναι π.χ. το ότι η επιχείρηση του ανταγωνιστή είναι άσχημα οργανωμένη, ότι είναι καταχρεωμένη, ότι τα εμπορεύματα του είναι κακής ποιότητας, ή ελαττωματικά κ.α. Οι ισχυρισμοί και διαδόσεις που αφορούν το πρόσωπο του ανταγωνιστή, πρέπει να συμπεριλαμβάνονται κυρίως στην επαγγελματική του δραστηριότητα, π.χ. ότι είναι ανίκανος να διαχειριστεί τις υποθέσεις του, ότι δεν είναι έμπιστος κ.α. Μπορούν όμως να αφορούν και την ιδιωτική του ζωή εφόσον έχουν έστω και έμμεση επιρροή στις επαγγελματικές του υποθέσεις, π.χ., ο ισχυρισμός ή η διάδοση ότι ο ανταγωνιστής είναι χαρτοπαίκτης και χάνει πολλά χρήματα στα χαρτιά, ότι έχει φυλακιστεί στο παρελθόν για διάφορες απατεωνιές, ότι χωρίζει από την πλούσια γυναίκα του και κατά συνέπεια μειώνεται η οικονομική του δύναμη κα. Όλοι αυτοί οι ισχυρισμοί ή διαδόσεις μπορούν να επιδράσουν στις επαγγελματικές τους υποθέσεις, γιατί δημιουργούν την εντύπωση ότι η επιχείρηση του βρίσκεται σε δυσχερή οικονομική κατάσταση, ή ότι ο ίδιος δεν είναι τίμιος στις συναλλαγές του.

Ο νόμος κάνει διαχωρισμό του ιδιοκτήτη και του διευθυντή από το λοιπό προσωπικό της επιχείρησης, Αυτοί είναι τα κυριότερα πρόσωπα μέσα στο χώρο της επιχείρησης και οι προσωπικές τους ιδιότητες καθώς και οι δραστηριότητες τους έχουν άμεση επίδραση στις εργασίες της

επιχείρησης. Είναι όμως πιθανό οι διαδόσεις και οι ισχυρισμοί που αφορούν άλλα πρόσωπα της επιχείρησης να έχουν άμεση επίδραση στις εργασίες της επιχείρησης. Π.χ., ο ισχυρισμός ή η διάδοση ότι το μεγαλύτερο μέρος των εργατών ή υπαλλήλων της επιχείρησης είναι ανειδίκευτοι και ακατάλληλοι, ή ότι ο ταμίας της επιχείρησης είναι απατεώνας κ.α.

δ) Η είδηση πρέπει να είναι τέτοια ώστε να μπορεί να βλάμει τις εργασίες της επιχείρησης ή την εμπορική πίστη του ανταγωνιστή. Δεν χρειάζεται να συνέβη πραγματικά τέτοια βλάβη στις εργασίες της επιχείρησης ή στην εμπορική πίστη του ανταγωνιστή, αρκεί να υπάρχει η δυνατότητα να προκληθεί τέτοια βλάβη.,

Είναι όμως, φανερό, ότι εφόσον δεν συνέβη καμιά βλάβη στον ανταγωνιστή, ούτε ηδική αλλά ούτε και στον τομέα της εργασίας του, τότε δεν υπάρχει αξίωση για αποζημίωση, αλλά μόνο για παράλημη της πράξης και για μη επανάλημη της στο μέλλον.

ε) Ο ισχυρισμός ή η διάδοση πρέπει να γίνονται με σκοπό ανταγωνισμού, δηλαδή να στοχεύει στην απόσπαση πελατείας του ανταγωνιστή.

7.2 ΣΥΚΟΦΑΝΤΙΚΗ ΔΥΣΦΗΜΙΣΗ

Όταν εκείνος που ισχυρίσθηκε ή διέδωσε την είδηση, γνώριζε ότι αυτή ήταν αναληθής, τότε πρόκειται για συκοφαντική δυσφήμιση και έχει, και ποινική ευθύνη, σύμφωνα με το άρθρο 12. Μπορεί να τιμωρηθεί με φυλάκιση μέχρι έξι μήνες ή με χρηματική ποινή ή και με τα δύο. Η ίδια ποινή επιβάλλεται και στον ιδιοκτήτη ή τον διευθυντή της επιχείρησης όταν ήξεραν ότι οι συγκεκριμένοι ισχυρισμοί ή διαδόσεις έγιναν από υπάλληλο της επιχείρησης ή από αντιπρόσωπο τους και δεν διέμευσαν τους ισχυρισμούς ή τις διαδόσεις αυτές.

Όταν ο τρίτος ο οποίος αφορούν οι δυσφημιστικοί ισχυρισμοί ή διαδόσεις, είναι ανώνυμη εταιρεία τότε σύμφωνα με την νομολογία των ποινικών δικαστηρίων, εφαρμόζεται το άρθρο 364 του ποινικού κώδικα. Το συγκεκριμένο άρθρο αναφέρει τα εξής περί «Δυσφήμισης ανώνυμης εταιρίας: α) Όποιος ισχυρίζεται κατά οποιονδήποτε τρόπο ενώπιον τρίτου ή διαδίδει για ανώνυμη εταιρεία ορισμένο γεγονός σε σχέση προς τις επιχειρήσεις, την οικονομική κατάσταση ή γενικά τις εργασίες της, ή ως προς τα πρόσωπα των διοικούντων ή διευθυνόντων αυτήν, που να μπορεί να βλάψει την εμπιστοσύνη του κοινού προς την εταιρεία και γενικά προς τις επιχειρήσεις της, τιμωρείται με φυλάκιση μέχρι ενός έτους ή με χρηματική ποινή. β) Ο κατηγορούμενος δεν τιμωρείται αν αποδείξει την αλήθεια του γεγονότος που ισχυρίστηκε ή διέδωσε, γ) Αν το γεγονός το οποίο ισχυρίστηκε η διέδωσε ο κατηγορούμενος είναι μευδές, και γνωρίζει την αναλήθειά του, τιμωρείται με φυλάκιση». Στην ουσία το άρθρο 364 του Ποινικού Κώδικα είναι σχεδόν όμοιο με το άρθρο 12 του Ν.146.

7.3 ΠΑΡΑΝΟΜΗ ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗ

Γενικά περί διακριτικών γνωρισμάτων και στοιχεία της απαγόρευσης

Στα άρθρα 13 και 14, ο νόμος 146 απαγορεύει μερικές από τις πιο συνηθισμένες περιπτώσεις, άσκησης ανταγωνισμού. Είναι οι περιπτώσεις αθέμιτης χρήσης ορισμένων γνωρισμάτων που διακρίνουν το πρόσωπο, την επιχείρηση ή το κατάστημα ανταγωνιστή και εξαιτίας αυτής της αθέμιτης χρήσης, μπορεί να προκληθεί σύγχυση στο καταναλωτικό κοινό και γενικότερα στους συναλλακτικούς κύκλους και να τους δημιουργηθεί η εντύπωση ότι συναλλάσσονται με τον πραγματικό δικαιούχο του

διακριτικού γνωρίσματος ο οποίος κατά συνέπεια βλάπτεται στη φήμη του και χάνει πελατεία.

Αυτό συμβαίνει γιατί η καλή φήμη μιας επιχείρησης συχνά συγκεντρώνεται στα διακριτικά γνωρίσματα της και έτσι αυτά αποκτούν μεγάλη οικονομική αξία. Η χρησιμοποίηση ίδιων ή παρόμοιων διακριτικών γνωρισμάτων από έναν άλλο ανταγωνιστή, λόγω της σύγχυσης που ενδεχομένως θα προκαλέσει, είναι δυνατόν να οδηγήσει στην απόσπαση πελατών υπέρ αυτού που κάνει αθέμιτη χρήση διακριτικών γνωρισμάτων.

Όλα τα διακριτικά γνωρίσματα, εκτός από το σήμα, προστατεύονται κατά της παράνομης χρησιμοποίησης τους από άλλον με τα άρθρα 13 έως 15 του Ν. 146/1914. Σκοπός των διατάξεων αυτών είναι η παρεμπόδιση εκμετάλλευσης της ξένης καλής φήμης και συγχρόνως η προφύλαξη του καταναλωτικού κοινού από τον κίνδυνο σύγχυσης. Η προστασία λοιπόν των διακριτικών γνωρισμάτων δεν ενδιαφέρει μόνο τους ανταγωνιζόμενους, αλλά και τους καταναλωτές και γενικά όλα τα πρόσωπα μέσα στο χώρο της αγοράς, αφού οι ενδείξεις που παραπλανούν και προκαλούν σύγχυση, δημιουργούν τελικά ανασφάλεια στις συναλλαγές.

Τα διακριτικά γνωρίσματα επιχείρησης προορίζονται να εξατομικεύσουν την επιχείρηση ως σύνολο και να την ξεχωρίσουν από άλλες επιχειρήσεις. Τα διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων προορίζονται να εξατομικεύσουν τα εμπορεύματα, ώστε να προσδιορίζεται η προέλευση τους από ορισμένη επιχείρηση και να διακρίνονται με αυτόν τον τρόπο από τα εμπορεύματα των άλλων επιχειρήσεων. Πάντως τα διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων είναι δυνατόν έστω και με έμμεσο τρόπο να προσδιορίσουν και την επιχείρηση από την οποία προέρχονται. Είναι λοιπόν προφανές ότι οι διατάξεις που

ρυθμίζουν την προστασία των διακριτικών γνωρισμάτων βρίσκονται μεταξύ τους σε εσωτερική συνάφεια.

Χαρακτηριστικά όλων των διακριτικών γνωρισμάτων είναι ότι αποτελούν άυλα αγαθά και ο φορέας τους έχει δικαίωμα αποκλειστικότητας πάνω σε αυτά και ότι η έκταση προστασίας τους περιλαμβάνει μόνο τη χρήση που είναι σύμφωνη με το διακριτικό γνώρισμα. Πράγματι τα δικαιώματα πάνω στα διακριτικά τους γνωρίσματα προστατεύονται ουσιαστικά από άλλες διατάξεις, εκτός δηλαδή των άρθρων 13 και 14 του Ν. 146.

Το δικαίωμα πάνω στο όνομα προστατεύεται από το άρθρο 58 του Αστικού Κώδικα. Η επωνυμία και τα ιδιαίτερα διακριτικά γνωρίσματα της επιχείρησης προστατεύονται από το άρθρο 8 του Ν. 1089/80 περί εμπορικών και βιομηχανικών, επαγγελματικών και βιοτεχνικών επιμελητηρίων. Ο τίτλος εντύπων όπως είναι τα βιβλία, τα περιοδικά, οι εφημερίδες, προστατεύεται από το Ν. 2387/20 περί προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Είναι προφανές ότι τα άρθρα 13-14 του Ν. 146 δεν αποβλέπουν στην ουσιαστική προστασία των δικαιωμάτων αυτών, αλλά στη μη χρησιμοποίηση των διακριτικών γνωρισμάτων όταν υπάρχει κίνδυνος να δημιουργηθεί στους καταναλωτές σύγχυση, όσον αφορά δύο επιχειρήσεις, ή τα προϊόντα τους.

Δύο άλλα χαρακτηριστικά των διακριτικών γνωρισμάτων είναι ότι συνδέονται με μια επιχείρηση και για αυτό δεν μπορούν να μεταβιβασθούν χωρίς αυτήν και ότι αποτελεί κοινή προϋπόθεση προστασίας όλων των διακριτικών γνωρισμάτων να είναι αληθή, ώστε να μην δημιουργούν παραπλάνηση στο καταναλωτικό κοινό.

Η απαγόρευση που συναντάται στην παράγραφο 1 του άρθρου 13 επισημαίνει ότι, όποιος στις συναλλαγές κάνει χρήση ονόματος,

εμπορικής επωνυμίας, ή ιδιαίτερου διακριτικού γνωρίσματος καταστήματος ή βιομηχανικής επιχείρησης ή και εντύπου κατά τρόπο που μπορεί να προκαλέσει σύγχυση με το όνομα, την εμπορική επωνυμία ή το ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα, που άλλος μεταχειρίζεται νόμιμα, τότε θα υποχρεωθεί από τον τελευταίο σε παράλειψη της χρήσης αυτής. Επιπλέον έχει υποχρέωση να αποζημιώσει εκείνον που ζημιώθηκε από αυτή την παράνομη χρήση, αν γνώριζε ή έπρεπε να γνωρίζει ότι με την κατάχρηση αυτή μπορούσε να προκληθεί σύγχυση στις συναλλαγές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ- ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

8.1 ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Βασικός στόχος του ανταγωνισμού είναι η αύξηση της ευημερίας του καταναλωτή μέσω της αύξησης της αποτελεσματικότητας.. Η ύπαρξη μονοπωλίων στην αγορά οδηγεί σε υψηλές τιμές, σε μείωση της παραγωγής και σε χειροτέρευση της ποιότητας των αγαθών. Η μονοπωλιακή επιχείρηση εφησυχάζει και δεν έχει κίνητρο να βελτιώσει τα προϊόντα της. Το κίνητρο το προσφέρει ο ανταγωνισμός, ο οποίος δημιουργεί πίεση στις επιχειρήσεις να βελτιώσουν την προσφορά τους και να επενδύσουν στην έρευνα και τεχνολογία, αλλιώς οι πελάτες τους θα στραφούν στους ανταγωνιστές.

8.2 ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ο ανταγωνισμός εξασφαλίζει την παρουσία περισσότερων επιχειρήσεων στην αγορά και έτσι διασφαλίζει την ελευθερία επιλογής του καταναλωτή. Ο καταναλωτής δεν είναι αναγκασμένος να συναλλάσσεται μόνο με μία επιχείρηση, παρά μπορεί να διαλέξει αυτήν που του αρέσει και τον συμφέρει περισσότερο.

8.3 ΔΙΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΠΛΟΥΤΟΥ

Η μονοπωλιακή επιχείρηση αυξάνει τις τιμές και εκμεταλλεύεται την έλλειψη εναλλακτικών του καταναλωτή. Έτσι συσσωρεύει πλούτο σε βάρος των καταναλωτών. Αν αντίθετα επικρατεί ανταγωνισμός στην αγορά, οι επιχειρήσεις πιέζονται να μειώσουν τις τιμές τους και ο

καταναλωτής πληρώνει το ελάχιστο απαραίτητο αντίτιμο για τα αγαθά που επιθυμεί.

8.4 ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Για κάποιους στόχος του ανταγωνισμού είναι και η διαφύλαξη της δημοκρατίας. Καρτέλ και μονοπώλια συγκεντρώνουν πλούτο και δύναμη και είναι σε θέση να επηρεάσουν τους πολιτικούς προς το συμφέρον τους. Ο ανταγωνισμός δεν επιτρέπει τη δημιουργία καρτέλ και μονοπωλίων, ενώ παράλληλα διατηρεί την αντιπαλότητα των επιχειρήσεων μεταξύ τους, ώστε οι τελευταίοι δυσκολότερα θα καθίσουν στο ίδιο τραπέζι και θα επιδιώξουν κοινά συμφέροντα. Ιδιαίτερο ρόλο για τη διαφύλαξη της δημοκρατίας έχει ο ανταγωνισμός στις αγορές των ΜΜΕ. Αν επικρατεί ανταγωνισμός σε αυτές τις αγορές, εξασφαλίζεται η πολυφωνία και η ελευθερία της γνώμης.

8.5 ΣΥΓΚΡΟΥΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ

Πολλές φορές οι στόχοι του ανταγωνισμού συγκρούονται μεταξύ τους. Για παράδειγμα μπορεί μια συγχώνευση να οδηγεί σε μείωση του κόστους παραγωγής και αύξηση της αποτελεσματικότητας, αλλά ταυτόχρονα να μειώνει τις επιλογές του καταναλωτή, αφού μετά θα υπάρχουν λιγότερες επιχειρήσεις και εναλλακτικές στην αγορά. Η επιλογή του πιο επιθυμητού από τους δύο στόχους είναι ζήτημα Πολιτικής του Ανταγωνισμού, την οποία καθορίζει ο νομοθέτης και οι αρχές που εφαρμόζουν το Δίκαιο κατά των περιορισμών του Ανταγωνισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελίζα Αλεξανδρίδη: «Αθέμιτος ανταγωνισμός και προστασία του καταναλωτή» Εκδόσεις Σάκκουλα – 1992

Κορνηλία Δελούκα - Ιγγλέση; «Εισαγωγή στο δίκαιο του ανταγωνισμού» Εκδόσεις Σάκκουλα- 1994

Αντωνία Πουλάκου - Ευθυμιάτου: «Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου» Εκδόσεις Σάκκουλα - 1991

Λάμπρος Ε. Κοτσίρης, «Δίκαιο ανταγωνισμού αθεμίτου & ελεύθερου», 4η έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλα- 1998

Νικολάου Κ. Ρόκα, «Αθέμιτος ανταγωνισμός, (νόμος περί αθέμιτου ανταγωνισμού)», Σάκκουλα- 1999

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΝΟΜΟΣ 146/1914 «ΠΕΡΙ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ» (ΦΕΚ Β' 16.12.1913-27.1.1914)

Άρθρο 1

Απαγορεύεται κατά τας εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγάς πάσα προς τον σκοπόν ανταγωνισμού γινομένη πράξις, αντικειμένη εις τα χρηστά ήθη. Ο παραβάτης δύναται να εναχθή προς παράλειψιν και προς ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας.

Άρθρο 2

Υπό τον όρον «εμπορεύματα» κατά την έννοιαν του παρόντος νόμου νοούνται και βιομηχανικά και γεωργικά προϊόντα, υπό τον όρον δε βιομηχανικάί εργασίαι νοούνται και αι εμπορικάί, βιοτεχνικάί και γεωργικάί.

Άρθρο 3

Απαγορεύεται εις δημοσία γινομένας γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις, προοριζομένας δι' ευρύν κύκλον προσώπων, πάσα ανακριβής δήλωσις περί σχέσεων αναφερομένων εις τας κατά το άρθρον 1 συναλλαγάς ιδία δε περί της ποιότητος, της αρχικής προελεύσεως, του τρόπου της κατασκευής ή της τιμολογήσεως εμπορευμάτων η βιομηχανικών εργασιών, περί του τρόπου ή της πηγής της προμηθείας, της κατοχής βραβείων ή άλλων τιμητικών διακρίσεων, περί της αιτίας ή του σκοπού της πωλήσεως ή περί του ποσού των προς διάθεσιν εμπορευμάτων, ικανή να παραγάγη την εντύπωσιν ιδιαιτέρως ευνοϊκής προσφοράς.

Ο παραβάτης δύναται να εναχθή προς παράλειψιν των ανακριβών δηλώσεων και ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας.

Άρθρο 4

Όστις, προς τον σκοπόν όπως παραγάγη την εντύπωσιν ιδιαιτέρως ευνοϊκής προσφοράς, ποιείται υπό τους όρους του άρθρου 3 εν γνώσει αναληθείς δηλώσεις ικανάς να παραπλανήσουν το κοινόν, τιμωρείται με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι 3.000 δραχμών) ή με μίαν εκ των ποινών τούτων. Εάν αι εν τω προηγουμένω εδαφίω αναφερόμεναι ανακριβείς δηλώσεις γίνωσι παρ' υπαλλήλου ή εντολοδόχου, τιμωρείται, πλήν του υπαλλήλου ή εντολοδόχου, και ο κύριος ή διευθυντής της επιχειρήσεως, εάν η πράξις εγένετο εν γνώσει αυτού.

Άρθρο 5

Διά την εφαρμογήν των άρθρων 3 και 4, προς τας εν αυτοίς δηλώσεις εξομοιούνται αι δι' εικόνων παραστάσεις και άλλαι μέθοδοι, αίτινες σκοπούν και είναι ικαναί να αντικαταστήσουν αυτές. Η χρήσις ονομάτων, άτινα εν συναλλαγáις χρησιμεύουν προς ονομασίαν εμπορευμάτων ή βιομηχανικών εργασιών, χωρίς να σκοπούν τον προσδιορισμόν της προελεύσεως αυτών, δεν υπάγεται εις τας εν άρθροις 3 και 4 διατάξεις.

Άρθρο 6

Εάν διά δημοσία γινομένων γνωστοποιήσεων ή ανακοινώσεων, προοριζομένων δι' ευρύν κύκλον προσώπων, αναγγέλλεται η εκποίησης εμπορευμάτων, προερχομένων εκ πτωχεύσεως αλλά μη ανηκόντων πλέον εις την πτώχευσιν, απαγορεύεται πάσα ανακοίνωσις της εκ πτωχεύσεως προελεύσεως αυτών, ο δε παραβάτης, τιμωρείται με χρηματικήν ποινήν (μέχρι 1500 δραχμών) ή φυλάκισιν έως δύο μηνών ή με αμφοτέρας τας ποινάς ταύτας.

Άρθρο 7

1. Απαγορεύεται η προς το κοινόν αναγγελία της εκποιήσεως εμπορευμάτων, ως αποτελούσης διάλυσιν του καταστήματος ή διάλυσιν ωρισμένου κλάδου αυτού.

2. Κατ' εξαίρεσιν επιτρέπεται η κατά την προηγουμένην παράγραφον αναγγελία εκποιήσεως, μνημονευομένης εν τη αναγγελία και της αιτίας ταύτης και υπό τας κατά το παρόν άρθρον προϋποθέσεις, κατόπιν αδείας του αρμοδίου Προέδρου Πρωτοδικών [*σήμερα, του Μονομελούς Πρωτοδικείου*] ή επί Περιφερειών, ένθα δεν εδρεύει Πρωτοδικείον του αρμοδίου Ειρηνοδίκου [*σήμερα, Ειρηνοδικείου*].

3. Ο Πρόεδρος ή ο Ειρηνοδίκης δικάζων κατά την διαδικασίαν του άρθρ.634 Πολ. Δικονομίας και επομ. [*σήμερα, των άρθρων 686 επ. ΚΠολΔ*] αιτήσει του ενδιαφερομένου, ερευνά την ύπαρξιν των προϋποθέσεων του παρόντος άρθρου και χορηγεί την άδειαν καθορίζων την αιτίαν και τον χρόνον ενάρξεως και λήξεως της εκποιήσεως. Αντίγραφον της αιτήσεως επιδίδεται εις τον Πρόεδρον του οικείου Εμπορικού Επιμελητηρίου δυναμένου να παρέμβη κατά την συζήτησιν της αιτήσεως. Εν τη αιτήσει περί χορηγήσεως της κατά τ' ανωτέρω αδείας επισυνάπτονται: α) Υπεύθυνος δήλωσις του αιτούντος, εν η αναφέρονται η αιτία της διαλύσεως, ο χρόνος ενάρξεως και η διεύθυνσις του καταστήματος διενεργείας αυτής και β) λεπτομερής πίναξ εις διπλούν απογραφής των υπό εκποίησιν εμπορευμάτων, εν ω εμφανίζονται αναλυτικώς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτών κατ' είδος, προέλευσιν και ποιότητα ως και αι ποσότητες εκάστου τούτων. Ο Πρόεδρος εξελέγχει δαπάναις του δηλούντος την ειλικρίνειαν της δηλώσεως και του πίνακος απογραφής, διά δύο πραγματογνωμόνων οριζομένων υπ' αυτού και εκλεγομένων εκ καταλόγου καταρτιζομένου υπό του Εμπορικού Επιμελητηρίου εντός του μηνός Δεκεμβρίου εκάστου έτους

και ισχύοντος διά το επόμενον έτος ή εν ελλείψει τοιούτου διά δύο πραγματογνωμόνων της εκλογής του.

Επί εκποίησης εντός της τέως Διοικήσεως Πρωτευούσης ο εις των άνω πραγματογνωμόνων ορίζεται υπό του Προέδρου Πρωτοδικών υποχρεωτικώς εκ του Σώματος Ορκωτών Λογιστών. Δι' αποφάσεως του Υπουργού Εμπορίου, δύναται η παρούσα διάταξις να επεκτείνηται και εις άλλας περιφέρειας της Ελλάδος.

4. Η εκποίησης επιτρέπεται μόνον α) λόγω πραγματικής και οριστικής παύσεως των εργασιών ολοκλήρου της επιχειρήσεως, β) λόγω ουσιαστικής καταργήσεως κλάδου αυτής και ως προς τα είδη μόνον του κλάδου τούτου και γ) λόγω πτωχεύσεως του εμπόρου διά τελεσιδίκου αποφάσεως. Αποκλείεται η κατά τας διατάξεις του παρόντος άρθρου εκποίησης εμπορευμάτων, κτηθέντων προς μόνον τον σκοπόν πωλήσεως αυτών κατά την διάλυσιν ή κτηθέντων κατά το τελευταίον προ της υποβολής της αιτήσεως τρίμηνον.

5. Η διάρκεια της εκποίησης δεν δύναται να υπερβαίνει τους 4 μήνας. Ο Πρόεδρος όμως δύναται εκτιμών τας τυχόν εξαιρετικάς περιπτώσεις να χορηγή παράτασιν της άνω διάρκειας, πάντως ουχί πλέον των 4 εισέτι μηνών. Η εκποίησης επιτρέπεται να ενεργήται μόνον εντός του καταστήματος του αιτούντος.

6. Καθ' άπασαν την διάρκειαν της εκποίησης και εντός του πρώτου πενθημέρου εκάστου μηνός, ο τυχόν αδείας υποχρεούται όπως υποβάλη, εις το οικείον Εμπορικόν Επιμελητήριον εις διπλούν νέον πίνακα απογραφής περιέχοντα τα εκ του προηγουμένου πίνακος υπόλοιπα εμπορευμάτων κατά την τελευταίον ημέραν του παρελθόντος μηνός, η ειλικρίνεια του οποίου ελέγχεται υπό των πραγματογνωμόνων. Οι πραγματογνώμονες δύνανται κατόπιν καταγγελίας ή και αυτεπαγγέλτως να προβαίνωσιν εις έκτακτον έλεγchon, ότε, επί

παραβάσεως των διατάξεων του παρόντος, υποβάλλουσιν έκθεσιν εις το Επιμελητήριο.

7.Εις ην περίπτωσιν εις τα υπό εκποίησησιν εμπορεύματα αναγράφονται δύο τιμαί, εξ ων η μία παριστά την κανονικήν τιμήν πωλήσεως του εμπορεύματος και η ετέρα την μετ' έκπτωσιν λόγω της διαλύσεως ισχύουσαν τοιαύτην, η πρώτη των δύο τούτων τιμών δέον να μη αφίσταται της πραγματικής αγοραίας τιμής του εμπορεύματος, εφαρμοζομένης άλλως της υπό του άρθρ.8 προβλεπομένης ποινής εις βάρος του υπευθύνου. *[Το άρθρο 7 τίθεται όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 1 του Ν.Δ. 4181/1961 (ΦΕΚ Α' 144)]*

8. Ο Πρόεδρος των Πρωτοδικών, κατ' αίτησιν του Επιμελητηρίου και παντός τρίτου επί παραβάσεων του εποιούντος δύναται ν' ανακαλή εν όλω ή εν μέρει, ή τροποποιή την χορηγηθείσαν άδειαν. Επίσης εις περίπτωσιν ευλόγου αιτίας η άδεια δύναται ν' ανακληθή εν όλω ή εν μέρει ή τροποποιηθεί αναλόγως τη αιτήσει του ενδιαφερομένου.

9. Άδειαι εκποίησησεως υφιστάμεναι κατά την έναρξιν της ισχύος του παρόντος δύνανται εντός μηνός από ταύτης ν' ανανεωθώσιν επιμελεία του ενδιαφερομένου και τηρουμένων των διατάξεων του παρόντος, άλλως θεωρούνται ως αρθείσαι αυτοδικαίως.

10. Επί εκποίησησιν υπό έκπτωσιν τιμών λόγω παρόδου της εποχής, αίτινες ως τοιαύται αναγγέλλονται και είναι εν χρήσει εν τω κανονικό εμπορίω, δεν εφαρμόζονται αι ανωτέρω διατάξεις. Επιτρέπεται όμως, όπως διά Β.Δ/των εκδιδομένων προτάσει του Υπουργού Εμπορίου, ορίζεται ο αριθμός κατ' έτος, ο χρόνος ενάρξεως και η διάρκεια των τοιούτων εκποίησησιν καθ' άπασαν την χώραν. Μέχρι της εκδόσεως των Δ/των τούτων ισχύει το απο 24.1.1959 Β.Δ/μα «περί των επί εκπτώσει πωλήσεων υπό των εμπόρων λόγω παρόδου της εποχής».

11. Εκτός των περιπτώσεων της εκποίησησεως εμπορευμάτων περιών το παρόν άρθρον, εν ουδεμιά άλλη περιπτώσει, υπό οιανδήποτε

μορφήν, ονομασίαν, δικαιολογίαν ή πρόσχημα επιτρέπονται αναγγελίαι περί πωλήσεων επί εκπτώσει.

12. Ως αντικειμένη ίδια εις τα χρηστά ήθη και τας συνθήκας συναλλαγής θεωρείται η πώλησις επί ειδική εκπτώσει τιμών δι' εν ή περιορισμένον αριθμόν ειδών προς τον σκοπόν της συγκεντρώσεως του κοινού και της εκμεταλλεύσεως αυτού διά των εις τα άλλα είδη του καταστήματος τιμών εκτός εάν πρόκειται περί εκποιήσεως λόγω τέλους εποχής.

Άρθρο 8

Ο παραβαίνων τας διατάξεις του άρθρ.7 ως και των εις εκτέλεσιν τούτου εκδιδομένων Β.Δ/των και Υπουργικών αποφάσεων, ίδια δε ο αναγγέλων εκποίησιν άνευ αδειας, ή άνευ μνείας της αιτίας ταύτης ή ποιούμενος εν γνώσει ανακριβή δήλωσιν και χρησιμοποιών εν γνώσει ανακριβή πίνακα απογραφής ή παραλείπων την ενημέρωσιν τούτου ή πωλών εν τόπω ή χρόνω μη επιτρεπομένω ή εκθέτων προς πώλησιν εμπορεύματα αποκτηθέντα προς μόνον τον σκοπόν της εκποιήσεως αυτών κατά την διάλυσιν ή αποκτηθέντα κατά το τελευταίον προ της υποβολής της αιτήσεως τρίμηνον, ή μη περιλαμβανόμενα εις τον πίνακα, τιμωρείται κατά την διάταξιν του άρθρ.458 του Ποινικού Κώδικος. Κατά την αυτήν διάταξιν τιμωρείται και όστις εν γνώσει παραχωρεί προς τρίτον εμπορεύματα προς εκποίησιν κατά παράβασιν των διατάξεων του άρθρ.7. Τα ώς άνω εγκλήματα εκδικάζονται κατά την διαδικασίαν των άρθρ.417-425 Κ.Π.Δ..[Το άρθρο 8 τίθεται όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 1 του Ν.Δ.4181/1961 (ΦΕΚ Α' 144)]

Άρθρο 9

Διά Β.Δ/των, εκδιδόμενων προτάσει του υπουργού της Εθνικής Οικονομίας, μετ' απόφασιν του υπουργικού συμβουλίου, δύναται να ορισθή όπως η κατ' επάγγελμα λιανική πώλησις ορισμένων εμπορευμάτων γίνηται μόνον εις ωρισμένας μονάδας αριθμού, μέτρου ή βάρους ή μόνον εάν φέρονται σημειωμένα επ' αυτών, του περικαλύμματος ή του δοχείου ο αριθμός, το μέτρον, το βάρος ο τόπος, της κατασκευής ή της προελεύσεως αυτών. Ο παραβάτης των ορισμών των Διαταγμάτων του προηγουμένου εδαφίου τιμωρείται με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριακοσίων δραχμών) και με φυλάκισιν μέχρι δύο μηνών η με μίαν των ποινών τούτων.

Άρθρο 10

Των εις τα άρθρα 1 και 3 προβλεπομένων πράξεων την παράλειψιν δύναται ν' αξιώση πας επαγγελματίας, όστις παράγει ή εμπορεύεται όμοια ή συγγενή είδη, καθώς επίσης και τα εμπορικά και βιομηχανικά επιμελητήρια, οι εμπορικοί και βιομηχανικοί ή εν γένει επαγγελματικοί σύλλογοι. Ομοίως οι άνω επαγγελματίαι, τα επιμελητήρια και οι σύλλογοι έχουσιν έννομον αξίωσιν επί παραλείψει των κατά παράβασιν των άρθρων 6, 8 και 9 επιχειρουμένων πράξεων, ως και της κατά το άρθρον 7 αναγγελίας προς το κοινόν άνευ της προς τον αρμόδιον πρόεδρον των πρωτοδικών ή τον ειρηνοδίκην δηλώσεως. Εις ανόρθωσιν της κατά παράβασιν των διατάξεων του νόμου τούτου προερχομένης ζημίας υποχρεούται:

α) Όστις εις την περίπτωσιν του άρθρου 3 εγνώριζεν η ώφειλε να γνωρίζη το αναληθές των παρ' αυτού γενομένων διαφημίσεων. Κατά συντακτών, εκδοτών, τυπογράφων, πρακτόρων εφημερίδων ή περιοδικών χωρεί τότε μόνον αξίωσις επί αποζημιώσει, εάν εγνώριζον το αναληθές των ανακοινώσεων. β) Όστις εκ προθέσεως ή αμελείας παραβαίνει το εις το άρθρα 6,7,8 και 9 οριζόμενα. Προς παύσιν

των κατά παράβασιν των άρθρων 1,3,6,8 και 9, ως και της κατά το άρθρον 7 αναγγελίας προς το κοινόν, γινομένων υπό τινος υπαλλήλου ή αντιπροσώπου επιχειρήσεως ή καταστήματος πράξεων, υποχρεούται και δύναται να εναχθή και ο κύριος ή ο διευθυντής.

Άρθρο 11

Ο προς τον σκοπόν ανταγωνισμού ισχυριζόμενος ή διαδίδων, όσον αφορά την εργασίαν ή επιχείρησιν ετέρου, το πρόσωπον του ιδιοκτήτου ή του διευθυντού αυτής, τα εμπορεύματα ή τας βιομηχανικάς εργασίας τρίτου, ειδήσεις δυνάμενες να βλάβωσι τας εργασίας της επιχειρήσεως ή την εμπορικόν πίστιν αυτού, υποχρεούται, εφ' όσον τα διαδοθέντα δεν είναι κατά τρόπον ευαπόδεικτον αληθή, εις ανόρθωσιν της εις τον αδικηθέντα προσγενομένης ζημίας. Ο αδικηθείς δύναται προς τούτοις ν' αξιώση την παράλειψιν της επαναλήψεως ή της περαιτέρω διαδόσεως των ανακριβειών. Προκειμένου όμως περί εμπιστευτικής ανακοινώσεως, διά την οποίαν ο πληροφορών ή ο προς τον η πληροφορία έχει εύλογον συμφέρον δύναται να ζητηθή η παράλειψις μόνον, εάν τα ανακοινωθέντα είναι αναληθή. Εάν δ' ο πληροφορών εγνώριζεν η ώφειλε να γνωρίζη το αναληθές της ανακοινώσεως, υποχρεούται και εις ανόρθωσιν της τυχόν προσγενομένης ζημίας. Η διάταξις του τελευταίου εδαφίου του άρθρου 10 εφαρμόζεται αναλόγως.

Άρθρο 12

Ο εν γνώσει της αναληθείας ισχυριζόμενος ή διαδίδων ως προς την επιχείρησιν ή εργασίαν ετέρου, το πρόσωπον του ιδιοκτήτου ή του διευθυντού αυτής, τα εμπορεύματα ή τας βιομηχανικάς εργασίας τρίτου, ειδήσεις, δυναμένας να βλάβωσι της επιχείρησιν, τιμωρείται με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών) ή με μίαν των ποινών τούτων. Διά της αυτής ποινής

τιμωρείται και ο κύριος ή ο διευθυντής της επιχειρήσεως, εάν οι περί ων πρόκειται ισχυρισμοί ή διαδόσεις εγένοντο εν γνώσει αυτού παρά τινος των υπαλλήλων ή των αντιπροσώπων του.

Άρθρο 13

Όστις κατά τας συναλλαγάς ποιείται χρήσιν ονόματος τινός, εμπορικής επωνυμίας, ή ιδιαιτέρου διακριτικού γνωρίσματος καταστήματος ή βιομηχανικής επιχειρήσεως, ή εντύπου τινός κατά τρόπον δυνάμενον να προκαλέση σύγχυσιν με το όνομα, την εμπορικήν επωνυμίαν ή το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα, άτινα έτερος νομίμως μεταχειρίζεται, δύναται να υποχρεωθή υπό του τελευταίου εις παράλειψιν της χρήσεως. Υποχρεούται δε προς τούτοις απέναντι του ζημιωθέντος εις ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας, εάν εγνώριζεν ή όφειλε να γνωρίζη ότι διά της καταχρήσεως ταύτης ηδύνατο να προκληθή σύγχυσις. Προς το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα εξομοιούνται και εκείνα εν γένει εκ των σημείων καταστήματος η επιχειρήσεως τινός, τα οποία θεωρούνται εις τους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως ιδιαίτερα διακριτικά αυτών. Ως ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα θεωρείται και ο ιδιαίτερος διασχηματισμός ή η ιδιαίτερα διακόσμησις των εμπορευμάτων, της συσκευής ή του περικαλύμματος αυτών, εφόσον είναι γνωστά εις τους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως διακριτικά σημεία των ομοίων εμπορευμάτων άλλου τινός. Η διατάξις του τελευταίου εδαφίου του άρθρου 10 εφαρμόζεται αναλόγως.

Άρθρο 14

Όστις κατά τας συναλλαγάς ποιείται εν γνώσει και εκ προθέσεως χρήσιν ονόματος τινός, εμπορικής επωνυμίας, ή ιδιαιτέρου διακριτικού γνωρίσματος καταστήματος ή βιομηχανικής επιχειρήσεως, ή εντύπου τινός προς τον σκοπόν όπως προκληθή σύγχυσις με το όνομα, την

εμπορικήν επωνυμίον ή το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα, άτινα έτερος νομίμως μεταχειρίζεται, τιμωρείται με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών) ή με μίαν των ποινών τούτων. Αι διατάξεις του παρόντος και του προηγουμένου άρθρου δεν έχουσιν εφαρμογήν προς προστασίαν των εμπορικών και βιομηχανικών σημάτων, ως προς α διατηρούνται εν ισχύ και εφαρμόζονται αι ιδιαίτεροι περί αυτών νόμιμοι ορισμοί. Δεν αποκλείεται η εφαρμογή του παρόντος και του προηγουμένου άρθρου και εις τας περιπτώσεις καθ' ας η χρήση του ξένου ονόματος, της ξένης εμπορικής επωνυμίας ή του ιδιαίτερου διακριτικού γνωρίσματος γίνεται με μικράς παραλλαγάς, εφόσον αύται δεν αποκλείουν τον κίνδυνον της συγχύσεως.

Άρθρο 15

Εν περιπτώσει καταδίκης, κατά τα άρθρα 13 και 14, διατάσσεται υπό του δικαστηρίου, τη αιτήσει του αδικουμένου, η αφαίρεσις του διακριτικού γνωρίσματος. Εάν η αφαίρεσις δεν είναι άλλως δυνατή, το δικαστήριον δύναται να διατάξη την καταστροφήν αυτών, αλλά μόνον εάν ο καταδικασθείς εγνώριζεν ή ώφειλε να γνωρίζη ότι έκαμε χρήση ξένου διακριτικού γνωρίσματος. Το δικαστήριον δύναται κατά την κρίσιν του, και εν περιπτώσει αθώσεως, να διατάξη την τοιαύτην αφαίρεσιν ή καταστροφήν.

Άρθρο 16

Με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών) ή με μίαν των ποινών τούτων τιμωρείται όστις, ως υπάλληλος, εργάτης ή μαθητευόμενος παρά τινι εμπορικώ ή βιομηχανικώ καταστήματι ή επιχειρήσει, ανακοινώνει άνευ δικαιώματος εις τρίτους, κατά το χρονικόν διάστημα της υπηρεσίας του, απόρρητα του καταστήματος ή της επιχειρήσεως εμπειστευμένα αυτώ ως εκ της

υπηρεσίας του, ή άλλως περιελθόντα εις την αντίληψίν του, προς τον σκοπόν ανταγωνισμού ή επί τη προθέσει βλάβης του κυρίου του καταστήματος ή της επιχειρήσεως. Με την αυτήν ποινήν τιμωρείται και ο χρησιμοποιών ή ανακοινών εις τρίτους άνευ δικαιώματος, προς τον σκοπόν ανταγωνισμού, τα τοιαύτα απόρρητα, ων έλαβε γνώσιν διά τινός των εν τω προηγουμένω εδαφίω ανακοινώσεων ή δι' ιδίας αυτού πράξεως αντικειμένης εις τους νόμους ή τα χρηστά ήθη.

Άρθρο 17

Με την ποινήν του προηγουμένου άρθρου τιμωρείται ο άνευ δικαιώματος χρησιμοποιών ή ανακοινών εις τρίτους τα εμπιστευθέντα αυτώ κατά τας συναλλαγάς σχέδια ή κανόνες τεχνικής φύσεως, ιδία δε σχεδιάσματα, πρότυπα, τύπους, υποδείγματα, οδηγίας.

Άρθρο 18

Αι παραβάσεις των διατάξεων των άρθρων 16 και 17 γεννώσι προς τούτοις και υποχρέωσιν προς αποκατάστασιν της προξενηθείσης ζημίας. Με τας εν τω άρθρω 16 ποινάς, ηλαττωμένας εις το ήμισυ, τιμωρείται και όστις επιχειρεί επί σκοπώ ανταγωνισμού να εξωθήση άλλον εις πράξιν αντικειμένην εις τας διατάξεις του άρθρου 16 εδ.1 και άρθρου 17.

Άρθρο 19

Αι εκ των διατάξεων του νόμου τούτου πηγάζουσαι αξιώσεις επί παραλείψει ή επί αποζημιώσει εισάγονται ως εμπορικάι υποθέσεις ενώπιον του αρμοδίου πρωτοδικείου, παραγράφονται δε μετά εξ μήνας από του χρονικού σημείου, καθ' ο ο έχων την αξίωσιν έλαβε γνώσιν της πράξεως και του υπευθύνου προσώπου, πάντως δε μετά τριετίαν αφ' ης εγένετο η πράξις. Διά τας επί αποζημιώσει αξιώσεις ουδέποτε άρχεται η παραγραφή προ του χρονικού σημείου καθ' ο επροξενήθη η βλάβη.

Άρθρο 20

Ο έχων αξίωσιν επί παραλείψει πράξεως αντικειμένης εις τους ορισμούς του παρόντος νόμου δύναται να ζητήσει και την λήψιν (προσωρινών μέτρων) παρά του αρμοδίου προέδρου των πρωτοδικών, ή διά την περίπτωσιν του τελευταίου εδαφίου του άρθρου 7, παρά του αρμοδίου ειρηνοδίκου, εφαρμοζομένων αντιστοίχως όλων των διατάξεων του νόμου ΓΨΙΖ' «περί προσωρινών μέτρων εν ταις περί διακατοχής διαφορας. Κατά των αποφάσεων του Προέδρου Πρωτοδικών ή των Ειρηνοδικών επιτρέπεται έφεσης ενώπιον του Προέδρου των Εφετών ή του Προέδρου των Πρωτοδικών κατά περίπτωσιν, εντός προθεσμίας 10 ημερών από της κοινοποιήσεως της αποφάσεως μη παρατεινομένης λόγω αποστάσεως. *[Το τελευταίο εδάφιο τίθεται όπως προστέθηκε με το άρθρο 2 του Ν.Δ.4181/1961 (ΦΕΚ Α' 144)]*

Άρθρο 21

Η ποινική καταδίωξη, πλην των περιπτώσεων των άρθρων 6, 8 και 9, χωρεί μόνον κατ' έγκλησιν. Εις την περίπτωσιν του άρθρου 4 δικαιούται εις έγκλησιν πας εκ των εν τω πρώτω εδαφίω του άρθρου 10 αναφερομένων επαγγελματιών, επιμελητηρίων ή συλλόγων.

Άρθρο 22

Εν περιπτώσει καταδίκης, επί τη βάσει των άρθρων 4,6,8 και 9 το δικαστήριον δύναται να διατάξει όπως η απόφασις δημοσιευθεί, δια του τύπου δαπάνη του καταδικασθέντος εντός τασσομένης διετίας. Εάν ο καταδικασθείς δεν ενεργήσει την δημοσίευσιν κατά τους όρους της αποφάσεως προβαίνει εις ταύτην ο εισαγγελεύς και η δαπάνη, βεβαιουμένη υπό του οικείου εφόρου εισπράττεται κατά τας διατάξεις

περί εισπράξεως δημοσίων εσόδων. Εάν η καταδίκη επέλθη επί τη βάση των άρθρων 12 και 14 εδάφιοι πρώτον το δικαστήριο δίδει πάντοτε την άδειαν εις τον αδικηθέντα όπως δημοσιευθεί εντός ορισμένης προθεσμίας την απόφασιν δαπάνη του καταδικασθέντος. Αιτήσιν του αθωωθέντος δύναται το δικαστήριο να διατάξει την γνωστοποίηση της αθώσεως. Τα έξοδα ταύτης καταλογίζονται εις βάρος του Δημοσίου εφόσον δεν κατελογίσθη εις βάρος του μηνυτού ή του πολιτικώς ενάγοντος. Προκειμένου περί αγωγής επί παραλείψει εγειρόμενης επί τη βάσει των διατάξεων του παρόντος νόμου, δύναται το δικαστήριο εν τη απόφασί του να δώσει την άδειαν εις τον νικώντα όπως δημοσιευθεί εντός ορισμένης προθεσμίας το διατακτικόν της αποφάσεως του ηττηθέντος.

Άρθρο 23

Ο μη διατηρών κύριον κατάστημα δεν δύναται να επικαλεσθεί την κατά τον παρόντα νόμο παρεχομένην προστασίαν, ειμή εάν εν τη χώρα, εν η ευρίσκεται το κύριον κατάστημα αυτού, αι ελληνικαί επιχειρήσεις απολαμβάνωσι της αυτής με τας εγχωρίους προστασίας. Προς απόδειξιν της τοιαύτης εν τη αλλοδαπή προστασίας δύναται να χρησιμεύσει και δηλώσεις των υπουργών επί των Εξωτερικών και επί της Εθνικής Οικονομίας, δημοσιευομένη δια της εφημερίδος της Κυβερνήσεως.

Άρθρο 24

Καταργείται το άρθρον 445 του Ποινικού Νόμου. Διατηρείται εν ισχύ ο ειδικός ΒΜΕ της 27 Ιουλίου 1892 νόμος περί ελέγχου του εμπορίου της σταφίδας.

