

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΒΙΑΣΕΩΝ ΣΕ ΒΑΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΕΝΝΟΜΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΒΙΑΣΕΩΝ ΑΥΤΩΝ»

Εισηγήτριες:

ΒΑΓΕΝΑ ΘΕΩΝΗ
ΚΑΡΑΜΕΤΣΗ ΕΥΤΥΧΙΑ

Επιβλέπων:

ΓΕΩΡΓΙΑΔΟΥ ΝΙΚΗ

ΠΑΤΡΑ 2015

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η πτυχιακή αυτή εργασία αποτελεί την κορύφωση των σπουδών μας στο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδος, σχολή Διοίκησης Οικονομίας, τμήμα Διοίκηση Επιχειρήσεων.

Καταρχάς θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις καθηγήτριες Κ. Αλεβίζου και Κ. Γεωργοπούλου, με τις οποίες συνεργαστήκαμε κατά το μεγαλύτερο μέρος συγγραφής της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την καθηγήτρια μας Κυρία Γεωργιάδου Νίκη, η οποία ανέλαβε την εποπτεία της εργασίας μας κατά το τελικό στάδιο ολοκλήρωσης και παρουσίασης.

Τέλος, πρέπει να σημειώσουμε ότι ως μη νομικοί δεν επιχειρήσαμε μία νομική σε βάθος διερεύνηση του θέματος (την οποία μόνο εμπειρογνώμονες νομικοί θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν) αλλά την καταγραφή, ταξινόμηση και παρουσίαση των καταγεγραμμένων νομικών απόψεων, με αναφορά στην αντίστοιχη κάθε φορά βιβλιογραφική πηγή. Το ερευνητικό έργο μας πραγματοποιείται μέσω της διερεύνησης των δικαστικών αποφάσεων, τις οποίες παραθέτουμε και αναλύουμε στο δεύτερο μέρος της εργασίας μας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η έννομη προστασία του καταναλωτή, καθώς και η αναφορά περιπτώσεων παραβιάσεων σε βάρος του, αποτελούν το αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Στόχος της παρούσας μελέτης είναι να αποδείξει αν το υφιστάμενο νομοθετικό και θεσμικό πλαίσιο σχετικά με την προστασία του καταναλωτή στις χώρες της Ε.Ε και της Ελλάδας είναι τελικά ικανό να προστατέψει τον καταναλωτή επαρκώς. Σκοπός της έρευνας μας είναι η παρουσίαση και η ανάλυση αυτού του θεσμικού πλαισίου. Ο ν.2251/1994 αποτελεί την έκφραση και το πλήρες σύστημα προστασίας της αρχής-συναλλακτικής υποχρέωσης προστασίας του καταναλωτή.

Πριν από την αναλυτική παρουσίαση των επιμέρους θεμάτων που καλύπτουν το προστατευτικό πεδίο του δικαίου προστασίας του καταναλωτή βάσει του ν.2251/1994 διευκρινίζονται οι έννοιες του «καταναλωτή» και του «προμηθευτή». Στη συνέχεια εξετάζονται οι γενικοί όροι των συναλλαγών (ΓΟΣ), οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, οι συμβάσεις από απόσταση, οι συμβάσεις μέσω διαδικτύου και το ηλεκτρονικό εμπόριο, η προστασία του καταναλωτή σε πωλήσεις καταναλωτικών αγαθών και παροχή εγγυήσεων καθώς και ζητήματα ευθύνης του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα. Αναφορά γίνεται επιπλέον στην προστασία της ασφάλειας και της υγείας των καταναλωτών, στην ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες, στη προστασία του καταναλωτή ως δέκτη διαφημιστικών μηνυμάτων, στη παραπλανητική διαφήμιση, στην συγκριτική διαφήμιση, στην άμεση διαφήμιση και στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Στη συνέχεια εξετάζονται οι ενώσεις καταναλωτών, οι συλλογικές αγωγές των καταναλωτών και η εξώδικη προστασία του καταναλωτή. Παράλληλα, αναφέρονται και αναλύονται και περιπτώσεις παραβιάσεων σε βάρος του καταναλωτή καθώς και τις κυρώσεις που επιβλήθηκαν για αυτές. Το τελευταίο μέρος της παρούσας εργασίας αφορά συμπεράσματα που απορρέουν από την παραπάνω έρευνα, καθώς και αναφορά προτάσεων για την αντιμετώπιση προβλημάτων που έχουν ανακύψει.

Ακολουθεί παράρτημα του ν.2251/1994 όπως ισχύει μετά τις τελευταίες τροποποιήσεις του. Συμπληρώνεται με βιβλιογραφία.

Summary

The legal protection of consumer, as well as the report of cases of his violations at the expense, they are the subject of the present final work. Objective of present study is it proves if the existing legislative and institutional frame with regard to the protection of consumer in the countries of EU and Greece is finally capable to protect the consumer sufficiently. Aim of our research is the presentation and the analysis of this institutional frame. N.2251/1994 it constitutes the expression and the complete system of protection of beginning of obligation of protection of consumer.

Before the analytic presentation of individual subjects that covers the protective field of right of protection of consumer n.2251/1994 are clarified the significances of “consumer” and “supplier”. Afterwards are examined the general terms of transactions (GOS), the conventions except commercial shop, the conventions from distance, the conventions via internet and the electronic trade, the protection of consumer in sales of consuming goods and benefit of guarantees as well as questions of responsibility of producer for defective products. Report becomes moreover in the protection of safety and the health of consumers, in the responsibility providing services, in the protection of consumer as receptor of advertising messages, in the misleading publicity, in the comparative publicity, in the direct publicity and in the illicit commercial practices. Afterwards are examined the unions of consumers, the collective educations of consumers and the extrajudicial protection of consumer. At the same time, they are reported and are analyzed also cases of violations at the expense the consumer as well as the sanctions that were imposed for them. The last part of present work concerns conclusions that derive from the research, as well as report of proposals on the confrontation of problems that has emerged.

It follows annex n.2251/1994 as it is in effect afterwards his last modifications. It is supplemented with bibliography.

Περιεχόμενα

| | |
|--|-----------|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ | 2 |
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ | 3 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 10 |
| ΜΕΡΟΣ Α΄ | |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 | |
| ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ | 13 |
| 1.1. Η προστασία του καταναλωτή ως μια ιστορικά εδραιωμένη ιδέα | 13 |
| 1.2. Προστασία καταναλωτή στο Ελληνικό Δίκαιο | 14 |
| 1.3. Η έννοια του καταναλωτή | 16 |
| 1.3.1. Κριτική ως προς την ευρεία έννοια του καταναλωτή | 17 |
| 1.3.2. Τα δικαιώματα του καταναλωτή | 18 |
| 1.3.3. «Ο λογικά προσεχτικός καταναλωτής» | 19 |
| 1.4. Η έννοια του προμηθευτή | 19 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 | |
| ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ | 21 |
| 2.1. Έννοια Γενικών Όρων Συναλλαγών | 21 |
| 2.2. Χαρακτηριστικά Γενικών Όρων Συναλλαγών | 21 |
| 2.2. Ο Δικαστικός έλεγχος των Γενικών Όρων Συναλλαγών | 22 |
| 2.2.1. Ο έλεγχος της ένταξής τους στη σύμβαση | 22 |
| 2.2.2. Έλεγχος μέσω της ερμηνείας τους | 23 |
| 2.2.3. Έλεγχος του κύρους του περιεχομένου των ΓΟΣ | 23 |
| 2.3. Συνέπειες της καταχρηστικότητας ενός ΓΟΣ | 25 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 | |
| ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ | |
| 3.1. Έννοια συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος | 26 |
| 3.2. Η έννοια των συμβάσεων από απόσταση | 28 |

| | |
|---|----|
| 3.3. Πεδίο εφαρμογής | 30 |
| 3.3.1. Εξαιρούμενες συμβάσεις από το νόμο | 30 |
| 3.4. Μέσα προστασίας καταναλωτή σε συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος | 31 |
| 3.4.1 Υποχρέωση ενημέρωσης και τήρησης έγγραφου τύπου | 31 |
| 3.4.2. Δικαίωμα Υπαναχώρησης | 35 |
| 3.5. Καταβολή τιμήματος | 39 |
| 3.6. Προστασία της ιδιωτικής ζωής του καταναλωτή | 40 |
| 3.7. Υποχρέωση φύλαξης του προϊόντος | 40 |
| 3.9. Διοικητικές κυρώσεις | 40 |
| 3.10. Πρόσθετες ρυθμίσεις στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και στις συμβάσεις από απόσταση | 41 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ 43

| | |
|--|----|
| 4.1. Η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου | 43 |
| 4.3. Η προστασία του καταναλωτή στο ηλεκτρονικό εμπόριο | 44 |
| 4.3.1. Η ηλεκτρονική υπογραφή στο ελληνικό δίκαιο | 47 |
| 4.3.2. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο | 51 |
| 4.3.3. Σχεδιασμός ιστοσελίδας με βάση κανόνες δικαίου | 53 |
| 4.3.4. Επιγραμμική(online) Κατάρτιση Συμβάσεων | 54 |
| 4.3.5. Δικαίωμα Υπαναχώρησης | 55 |
| 4.4. Διοικητικές Κυρώσεις | 57 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ 58

| | |
|--|----|
| 5.1. Η πώληση και οι εγγυήσεις καταναλωτικών αγαθών στο κοινοτικό δίκαιο | 58 |
| 5.2. Η πώληση και οι εγγυήσεις καταναλωτικών αγαθών στο Ελληνικό δίκαιο | 60 |
| 5.2.1. Τροποποίηση Αστικού Κώδικα (άρθρα 534-561) | 60 |
| 5.2.2. Κύριες διατάξεις σχετικά με τη νομική εγγύηση | 61 |
| 5.2.3. Διατάξεις για την εμπορική εγγύηση - Άρθρο 5 του νόμου 2251/1994 | 62 |
| 5.3. Υποχρεώσεις προμηθευτών | 62 |
| 5.3.1. Υποχρέωση παροχής πληροφοριών | 63 |
| 5.3.2. Υποχρέωση παροχής εγγυήσεων | 63 |
| 5.3.3. Υποχρέωση εξασφάλισης, συντήρησης, ανταλλακτικών | 64 |
| 5.4. Δικαιώματα αγοραστή σε περίπτωση ευθύνης του πωλητή | 64 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Η ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΓΙΑ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ _____ 69

| | |
|---|----|
| 6.1. Έννοια παραγωγού και ελαττωματικού προϊόντος _____ | 69 |
| 6.2. Η ευθύνη του παραγωγού _____ | 70 |
| 6.3. Η έννοια της ζημιάς _____ | 71 |
| 6.3.1. Ζημιά λόγω θανάτου ή σωματικών βλαβών _____ | 72 |
| 6.3.2. Ζημιά λόγω βλάβης ή καταστροφής περιουσιακού στοιχείου _____ | 72 |
| 6.4. Η έννοια του ελαττώματος _____ | 73 |
| 6.5. Διακρίσεις των ελαττωμάτων _____ | 73 |
| 6.6. Λόγοι απαλλαγής του παραγωγού _____ | 74 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ _____ 76

| | |
|--|----|
| 7.1. Έννοια του προμηθευτή, παραγωγού και διανομέα _____ | 76 |
| 7.2. Έννοια του ασφαλές προϊόντος _____ | 77 |
| 7.3. Μέτρα για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων _____ | 78 |
| 7.4. Τα χαρακτηριστικά των προϊόντων _____ | 79 |
| 7.5. Οδηγίες χρήσης των προϊόντων και οι σχετικοί κίνδυνοι _____ | 80 |
| 7.6. Ψυχική υγεία των ανηλίκων _____ | 80 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ _____ 82

| | |
|--|----|
| 8.1. ΚΑΝΟΝΑΣ ΕΥΘΥΝΗΣ _____ | 82 |
| 8.2. Λόγοι περιορισμού ή άρσης ευθύνης _____ | 84 |
| 8.2.1. Ευθύνη εις ολόκληρον – Δικαίωμα αναγωγής _____ | 85 |
| 8.2.2. Συντρέχον πταίσμα του ζημιωθέντος (ή προσώπου για το οποίο ευθύνεται ο ζημιωθείς) _____ | 85 |
| 8.2.3. Αποκλεισμός απαλλακτικών ρητρών _____ | 85 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ _____ 86

| | |
|--|----|
| 9.1. Η έννοια της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής _____ | 86 |
| 9.1.1. Η έννοια της παραπλανητικής εμπορικής πρακτικής _____ | 88 |
| 9.1.2. Η έννοια της επιθετικής εμπορικής πρακτικής _____ | 89 |
| 9.2. Μαύρη λίστα αθέμιτων εμπορικών πρακτικών _____ | 90 |

| | |
|--|-----|
| 9.2.1. Αθέμιτες παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές | 90 |
| 9.2.2. Αθέμιτες επιθετικές εμπορικές πρακτικές | 93 |
| 9.2.3. Κυρώσεις για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές | 94 |
| 9.3. Η διαφήμιση ως αθέμιτη εμπορική πρακτική | 95 |
| 9.3.1. Νομοθετικές διατάξεις σχετικά με τη διαφήμιση | 95 |
| 9.3.2. Η έννοια της διαφήμισης | 97 |
| 9.3.3. Παραπλανητική διαφήμιση | 98 |
| 9.3.4. Συγκριτική διαφήμιση | 101 |
| 9.3.5. Άμεση διαφήμιση | 103 |
| 9.3.6 Έννομα βοηθήματα για αθέμιτη διαφήμιση | 104 |
| 9.5. Παιδί και διαφήμιση | 104 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΕΝΩΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ 106

| | |
|---|-----|
| 10.1. Η ανάγκη για συλλογική προστασία των καταναλωτών | 106 |
| 10.2. Η έννοια των ενώσεων των καταναλωτών | 107 |
| Καταναλωτικές Ενώσεις | 107 |
| 10.3. Η έννοια της Συλλογικής Αγωγής | 111 |
| 10.4. Νομιμοποίηση ενώσεων καταναλωτών | 112 |
| 10.5. Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης | 116 |
| 10.5.1. Προϋποθέσεις άσκησης της αξίωσης χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης | 118 |
| 10.6. Καταχρηστική άσκηση συλλογικής αγωγής και οι συνέπειες της | 119 |
| 10.7. Συνέπειες αναληθούς πληροφόρησης από τις ενώσεις καταναλωτών | 120 |
| 10.8. Η συλλογική αγωγή των ενώσεων καταναλωτών στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Κοινότητας | 121 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

Η ΕΞΩΔΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ 124

| | |
|--|-----|
| 11.1. Γενικά | 124 |
| 11.2. Ο Φιλικός Διακανονισμός | 124 |
| 11.3. Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς | 125 |
| 11.4. Προστασία των καταναλωτών μέσω άλλων οργάνων | 127 |
| 11.5. Κυρώσεις των προμηθευτών | 130 |

ΜΕΡΟΣ Β' 132

ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΒΙΑΣΕΩΝ ΣΕ ΒΑΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ 132

| | |
|---------------------|------------|
| ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ | 154 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 157 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι | 159 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ | 208 |

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Διανύουμε μια εποχή όπου τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι καταναλωτές υφίστανται υψηλές πιέσεις εξαιτίας της κρίσης. Από τη μια οι καταναλωτές βλέπουν το εισόδημά τους να μειώνεται δραματικά και πολλοί είναι αυτοί που αδυνατούν να καλύψουν ακόμα και βασικές τους ανάγκες, ενώ οι περισσότεροι καλούνται να περιορίσουν δραστικά τις δαπάνες τους. Οι επιχειρήσεις από την άλλη βλέπουν τις πωλήσεις και τους τζίρους τους να καταρρέουν, τη ρευστότητά τους να περιορίζεται σε ασφυκτικά επίπεδα. Οι συνθήκες αυτές δημιουργούν τεράστιες προκλήσεις στο επίπεδο της εμπορικής επικοινωνίας. Οι εταιρείες καλούνται σήμερα να διατηρήσουν τα μερίδιά τους, ακόμα και την ίδια την παρουσία τους, σε μια αγορά που διαρκώς συρρικνώνεται. Κι αυτό πρέπει να το κάνουν διαθέτοντας πολύ λιγότερους πόρους για μάρκετινγκ και επικοινωνία, σε σχέση με το παρελθόν. Είναι επόμενο, μέσα σε αυτό το περιβάλλον, ο ανταγωνισμός να εντείνεται και οι σχέσεις εμπιστοσύνης να δοκιμάζονται. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων προσπαθεί να επιβιώσει μειώνοντας κόστη και περιθώρια κέρδους, αλλά και απορροφώντας διαδοχικές φορολογικές αυξήσεις, προκειμένου να προσφέρει καλύτερες τιμές. Σίγουρα όμως, υπάρχουν και κάποιοι οι οποίοι καταφεύγουν σε αθέμιτες πρακτικές. Αυτούς έχουμε όλοι ευθύνη και συμφέρον να τους απομονώσουμε.

Η διαφορά με το παρελθόν είναι ότι σήμερα τα ισχυρότερα όπλα βρίσκονται στα χέρια του καταναλωτή. Γνωρίζουμε όλοι ότι υπάρχουν ιστοσελίδες και ηλεκτρονικές εφαρμογές, που με ένα κλικ, παρέχουν πρόσβαση σε στοιχεία και συγκρίσεις σχετικά με τιμές, προσφορές, τεχνικά χαρακτηριστικά, αξιολογήσεις άλλων χρηστών κτλ. Επιπλέον, με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να εκθέτουν και να καταγγέλλουν δημοσίως περιπτώσεις παραπλάνησης ή παραβίασης των δικαιωμάτων τους. Η αρνητική εμπειρία έστω και ενός ατόμου, μπορεί να φθάσει σε ένα κοινό χιλιάδων μέσα σε λίγες ώρες, πλήττοντας συνολικά τη φήμη ενός προϊόντος ή μιας επιχείρησης. Σε κανονικές – προ κρίσης δηλαδή – συνθήκες, όλες αυτές οι δυνατότητες μπορεί να μην αξιοποιούνταν αρκετά. Κάποιες αθέμιτες πρακτικές μπορεί να περνούσαν απαρατήρητες, γιατί κανείς δεν έμπαινε στον κόπο να τις καταγγείλει. Τώρα όμως τα πράγματα είναι διαφορετικά. Ο καταναλωτής και θα ψάξει και θα συγκρίνει και θα δημοσιοποιήσει τις εμπειρίες του. Και η ζημιά που μπορεί να προκαλέσει σε μια επιχείρηση η οποία επιχειρεί να τον παραπλανήσει, είναι ενδεχομένως πολλαπλάσια από την αξία ενός προστίμου.

Αυτό βεβαίως δεν σημαίνει ότι το Κράτος δεν έχει ευθύνη, ότι δεν υποχρεούται να επιβάλλει κανόνες και να φροντίζει για την τήρησή τους. Αντίθετα, οφείλει να εντείνει τις προσπάθειές του, ειδικά στο επίπεδο της ενημέρωσης και της εκπαίδευσης του καταναλωτή, ώστε να γνωρίζει όχι μόνο τα δικαιώματά του, αλλά και τις νέες δυνατότητες που έχει για να τα προασπίσει. Η αναγκαιότητα της προστασίας του καταναλωτή, από όλους τους κινδύνους που απειλούν την υγεία του, την ποιότητα της ζωής του και της αξιοπρεπούς διαβίωσής του, οδήγησε στην θέσπιση νέων διατάξεων τόσο σε κοινοτικό όσο και σε εθνικό επίπεδο.¹

Στην Ελληνική έννομη τάξη, ο νόμος 2251/1994 αποτελεί το μοναδικό ολοκληρωμένο σύστημα κανόνων δικαίου για την προστασία του καταναλωτή. Ο νόμος αυτός, με αρκετές τροποποιήσεις και βελτιώσεις σε σχέση με τον αρχικό, τροποποιήθηκε αρκετές φορές, με τελευταία και κύρια αυτή που πραγματοποιήθηκε με την Κοινή Υπουργική Απόφαση 27764οικ./04-06-2014 για την τροποποίηση-συμπλήρωση της κοινής υπουργικής απόφασης Ζ1-891/2013 «Προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας προς την οδηγία 2011/83/ΕΕ». Διαρθρώνεται σε τρία μέρη και αποτελείται από 15 άρθρα. Προηγούνται οι γενικές διατάξεις (άρθρο 1). Στο πρώτο μέρος ρυθμίζονται διατάξεις ουσιαστικού δικαίου

¹http://www.acci.gr/acci/Home/EBEA_President_Speeches/tabid/772/ItemID/2805/View/Details/language/en-US/Default.aspx

(άρθρα 2-9), στο δεύτερο μέρος (άρθρα 9α-9θ) περιέχονται αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ενώ στο τρίτο μέρος (άρθρα 10-15) ρυθμίζονται οργανωτικές διατάξεις. Τα μέρη αυτά αντιστοιχούν προς το «ατομικό» ή «ειδικό» δίκαιο προστασίας του καταναλωτή (ρυθμίζει τις ατομικές συμβάσεις του καταναλωτή με τον προμηθευτή) και προς το «συλλογικό» ή «γενικό» δίκαιο προστασίας του καταναλωτή (ρυθμίζει κυρίως την οργάνωση του καταναλωτικού κινήματος).

Η προστασία των συμφερόντων και των δικαιωμάτων του Έλληνα καταναλωτή αποτελεί, κατά ρητή επιταγή του νόμου, καθήκον του κράτους, με την έννοια ότι το κράτος οφείλει να διαμορφώνει με τέτοιο τρόπο την κοινωνική του πολιτική, ώστε αφενός μεν να μην βλέπει τα συμφέροντα των καταναλωτών, αφετέρου δε να τα προάγει και να τα προστατεύει. Ο ν.2251/1994, προβαίνει σε μια ενδεικτική απαρίθμηση των κατευθύνσεων προς τις οποίες εκτείνεται η προστασία του καταναλωτή, που αφορούν τη μέριμνα για την υγεία και την ασφάλεια του, τα οικονομικά συμφέροντα του, για την οργάνωση του σε ενώσεις, για την ακρόαση του, την πληροφόρηση και την επιμόρφωση του.²

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία επιχειρείται να διερευνηθεί η νομική προστασία του Έλληνα καταναλωτή. Προκειμένου να πραγματοποιηθεί η διερεύνηση αυτή, επιχειρήθηκε η παρουσίαση και η ανάλυση των επιμέρους διατάξεων του ν.2251/1994 για την «Προστασία του Καταναλωτή». Συγκεκριμένα, αποτελείται από δύο μέρη, το πρώτο αφορά τις νομοθετικές ρυθμίσεις που προασπίζουν την προστασία του καταναλωτή και στο δεύτερο αναπτύσσεται μια σειρά από περιπτώσεις αγωγών και καταγγελιών στις οποίες παραβιάζονται τα δικαιώματά του. Πιο αναλυτικά:

Στο πρώτο κεφάλαιο, καταρχάς γίνεται μια ιστορική ανάδρομη σχετικά με την προστασία του καταναλωτή, αναλύονται οι έννοιες του καταναλωτή και του προμηθευτή, καθώς και τα χαρακτηριστικά του λογικά προσεχτικού καταναλωτή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, διατυπώνονται η έννοια και τα χαρακτηριστικά των Γενικών Όρων Συναλλαγών, ο δικαστικός έλεγχος τους καθώς και οι συνέπειες καταχρηστικότητάς τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο, προσδιορίζονται οι συμβάσεις έκτος εμπορικού καταστήματος και οι εξ αποστάσεως συμβάσεις, τα χαρακτηριστικά τους, η υποχρέωση ενημέρωσης από τον προμηθευτή καθώς και την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, αναλύεται το ηλεκτρονικό εμπόριο, η ηλεκτρονική δήλωση βούλησης, η ηλεκτρονική υπογραφή, οι υποχρεωτικά παρεχόμενες πληροφορίες καθώς και ο σχεδιασμός ιστοσελίδας βάσει κανόνων δικαίου.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, αναφέρονται οι υποχρεώσεις των προμηθευτών σε πωλήσεις καταναλωτικών αγαθών, η παροχή εγγυήσεων και τα δικαιώματα του αγοραστή/καταναλωτή σε περίπτωση ευθύνης του πωλητή.

Στο έκτο κεφάλαιο, προσδιορίζονται η έννοια και η ευθύνη του παραγωγού, η έννοια του ελαττωματικού προϊόντος, οι απαιτήσεις του καταναλωτή που υπέστη ζημιά καθώς και οι λόγοι απαλλαγής του παραγωγού αν υπάρχει.

Στο έβδομο κεφάλαιο, διατυπώνονται με σαφήνεια οι έννοιες του προμηθευτή και του ασφαλούς προϊόντος, τα χαρακτηριστικά του καθώς και η λήψη μέτρων για συμμόρφωση των προϊόντων με την γενικά ρητή επιταγή προάσπισης της υγείας και της ασφάλειας του καταναλωτή και της ψυχικής υγείας των ανηλίκων.

Στο όγδοο κεφάλαιο, δίνεται ένας σαφής ορισμός της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες και ρυθμίζονται θέματα αποζημιωτικής ευθύνης και υπαιτιότητας αυτού.

Στο ένατο κεφάλαιο, επιχειρείται μια προσέγγιση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, μια σαφή κατηγοριοποίηση τους σε παραπλανητικές και επιθετικές καθώς και μια απαρίθμηση συγκεκριμένων τόσο παραπλανητικών όσο και επιθετικών πρακτικών οι οποίες

² Περάκης Ε., 2008, σε *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό* (Επιμέλεια Ελ. Αλεξανδρίδου), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 25

απαγορεύονται σε κάθε περίπτωση. Επιπλέον προσδιορίζεται η έννοια της διαφήμισης και του προμηθευτή ως διαφημιζόμενου, ο ορισμός του ιδιοκτήτη κώδικα καθώς επίσης και το επιτρεπτό της συγκριτικής διαφήμισης υπό προϋποθέσεις.

Στο δέκατο κεφάλαιο, αναφερόμαστε στις ενώσεις καταναλωτών, την οργάνωσή τους, τη νομική τους υπόσταση, το σκοπό τους, καθώς επίσης και στα συλλογικά μέσα προστασίας του καταναλωτή.

Στο ενδέκατο και τελευταίο κεφάλαιο, αναλύονται διατάξεις σχετικές με τον φιλικό διακανονισμό καταναλωτικών διαφορών μέσω της αρμόδιας Επιτροπής Φιλικού Διακανονισμού, το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς και περιγράφεται το καταστατικό συγκρότησής του. Επιπλέον αναφερόμαστε στην εκπροσώπηση των καταναλωτών μέσω άλλων δημοσίων οργάνων καθώς και στις κυρώσεις που μπορεί να επιβάλλει η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή στις περιπτώσεις που γίνονται παραβάσεις των διατάξεων του νόμου περί προστασίας των καταναλωτών.

Τέλος, ακολουθεί μια σειρά από συμπεράσματα στα οποία καταλήξαμε από την παραπάνω διερεύνηση. Καταλήγει λοιπόν κανείς ότι μέσα σε ένα συνεχώς εξελισσόμενο και μεταβαλλόμενο περιβάλλον που ο καταναλωτής αναμφίβολα αποτελεί το ασθενέστερο μέλος σε μια σύμβαση χρήζει συνεχώς ισχυρή έννομη προστασία. Ωστόσο, και ο Έλληνας νομοθέτης πρέπει να είναι συνεχώς σε μια εγρήγορση και να θεσπίζει συνεχώς νέες ή και τροποποιητικές διατάξεις με σκοπό πάντα τον απόλυτα προστατευμένο καταναλωτή-πολίτη. Ο καταναλωτής από την πλευρά του πρέπει να αποκτήσει καταναλωτική παιδεία, οφείλει να πληροφορείται και να επιμορφώνεται σχετικά με θέματα που τον αφορούν και να μη δέχεται απλά άπραγος την θυματοποίηση του.

ΜΕΡΟΣ Α'

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

1.1. Η προστασία του καταναλωτή ως μια ιστορικά εδραιωμένη

ιδέα

Επί αιώνες η ιδέα για προστασία του καταναλωτή κατά δόλιων και επικίνδυνων πρακτικών των επιχειρήσεων αντανάκλασε αντιλήψεις της κοινωνικής και θρησκευτικής ηθικής υλοποιούμενη μέσα από διατάξεις ποινικού δικαίου. Πολλά είναι τα ιστορικά παραδείγματα που εμφανίζουν την προστασία του καταναλωτή ως υποχρέωση της Πολιτείας. Ο Λυσίας στο περίφημο κατηγορικό του διάλογο «κατά των σιτοπωλών» ζητεί από τους ηλιαστές την καταδίκη των σιτεμπόρων γιατί παραβαίνοντας τους νόμους της Πολιτείας, επί ζημιά του λαού αγόραζαν συνεταιρικά το σιτάρι, απέφευγαν τον ανταγωνισμό και δημιουργούσαν αποθέματα με σκοπό το μονοπωλιακό καθορισμό της τιμής του με υπέρβαση του επιτρεπτού κέρδους. Ο ρήτορας με τον λόγο αυτό ήθελε να τονίσει τη σημασία κάθε δίκης για αισχροκέρδεια σε βάρος του λαού. Οι Ρωμαίοι αναγνωρίζοντας ότι οι έμποροι πάντα υπερβάλλουν για τα προσφερόμενα είδη τους, καταδίκασαν τις ανακριβείς δηλώσεις. Στη Magna Carta του 1215 με σκοπό την προστασία των πολιτών περιλαμβάνονταν εξουσίες για επιβολή ομοιόμορφων μέσων μετρήσεως και βάρους των κυριότερων ειδών, δηλαδή κρασιών, υφασμάτων και σιτηρών.³ Ο πρόεδρος Kennedy το 1962 είπε μια αυτονόητη αλήθεια «Καταναλωτές είμαστε όλοι», μεταφέροντας έτσι το αμερικάνικο Κογκρέσο το μήνυμά του για προστασία των συμφερόντων του καταναλωτή.

Από αρχαιοτάτων χρόνων προβάλλονταν ερωτήματα σχετικά με την προστασία του καταναλωτή. Ο καταναλωτής είναι αναγκαίο να προστατευθεί από τον επιχειρηματία που εκμεταλλεύοντας την ευπιστία και άγνοιά του επιδιώκει να τον παρασύρει να αγοράσει αγαθά που δεν χρειάζεται ή να τα αγοράσει ακριβότερα; Ή πρέπει να προστατευθεί από τη δική του έλλειψη γνώσης και αυτοπειθαρχίας που τον παρασύρει να επωφεληθεί από την εύκολη πίστωση ή να αγοράσει αγαθά που ούτε έχει τα μέσα να τα αποκτήσει;⁴

Παλιότερα η νέα τεχνολογία αφορούσε τη μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα των μέσων παραγωγής ενώ σήμερα αναφέρεται στην παραγωγή νέων αγαθών, συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση του καταναλωτισμού. Σήμερα όλα τα μέσα και οι μηχανισμοί κατευθύνονται προς τον καταναλωτή ο οποίος καλείται να επιλέξει μεταξύ των προσφερόμενων αγαθών με «ελεύθερη βούληση». Η ανάπτυξη όμως της τεχνολογίας και των μηχανισμών της αγοράς έχει δημιουργήσει ένα τεράστιο κενό πληροφόρησης, έχει ξεπεράσει την γνώση και εμπειρία του καταναλωτή αφήνοντας έτσι στον καταναλωτή όχι την ελευθερία της επιλογής αλλά την ελευθερία της υποταγής. Άραγε πως είναι δυνατόν να επιλέξει κανείς ελεύθερα όταν δεν γνωρίζει, αφού τα προσφερόμενα αγαθά δεν διατηρούν πλέον σταθερά χαρακτηριστικά και ο

³ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ 34

⁴ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ35

ανταγωνισμός δεν λειτουργεί σε αγορές χωρίς διαφάνεια και με κενά πληροφόρησης; Η αγορά αγαθών και υπηρεσιών καταστρώνεται τόσο οργανωμένα από ειδικούς έτσι ώστε ο καταναλωτής να μην μπορεί να φυλαχτεί από μόνος του αλλά και να μην αποτελεί καν αντίπαλο του επιχειρηματία. Εξάλλου η αρχή ελευθερίας των συμβάσεων αντί να λειτουργεί ως μια σχέση ισότητας μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών, χρησιμοποιήθηκε από τον πιο δυνατό για να επιβάλλει τους όρους του με σκοπό την δημιουργία ή την αύξηση της οικονομικής του θέσης σε βάρος των ασθενέστερων, όπου ο ασθενέστερος στην αλυσίδα παραγωγής είναι ο πιο απόμακρος σε αυτή, δηλαδή ο τελικός καταναλωτής. Συνεπώς το αίτημα για προστασία του καταναλωτή ήταν και είναι επιβεβλημένο.⁵

1.2. Προστασία καταναλωτή στο Ελληνικό Δίκαιο

Μέχρι τα μέσα του αιώνα μας ως μοναδικοί θεματοφύλακες των συμφερόντων των καταναλωτών, πέραν από τις διατάξεις του δημοσίου δικαίου λειτουργούσαν οι γενικές ρήτρες του ιδιωτικού δικαίου και ιδιαίτερα του δικαίου περί αθέμιτου ανταγωνισμού.⁶ Σε διάφορους παλαιότερους κανόνες Δικαίου όπως ο Αγορανομικός Κώδικας και ο Κώδικας Τροφίμων και Ποτών, αλλά και στο ίδιο το ελληνικό Σύνταγμα μπορεί να ανιχνεύσει κανείς προστατευτικές διατάξεις για τον καταναλωτή. Επίσης, οι διατάξεις του ν. 146/1914 «για τον αθέμιτο ανταγωνισμό» αποτέλεσαν για πολλά χρόνια ένα έμμεσο προστατευτικό μέτρο για τους καταναλωτές από τις αθέμιτες ανταγωνιστικές μεθόδους των επιχειρήσεων.

Το πρώτο αυτόνομο Δίκαιο προστασίας του καταναλωτή θεσπίστηκε το 1991, με το ν. 1961/1991 «για την προστασία του καταναλωτή και άλλες διατάξεις». Το νομοθέτημα αυτό αποτέλεσε την εναρμόνιση του Ελληνικού Δικαίου με μια σειρά οδηγιών με τις οποίες ο κοινοτικός νομοθέτης επέβαλε την προστασία των Ευρωπαϊκών καταναλωτών σε συγκεκριμένους τομείς, μεταξύ των οποίων υπήρξε και η οδηγία 84/450/ΕΟΚ για την προστασία των καταναλωτών από την παραπλανητική διαφήμιση. Η συμμόρφωση αυτή της χώρας μας προς τους κανόνες ένταξης της στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα έγινε μάλιστα με καθυστέρηση επτά χρόνων και ύστερα από καταδίκη της από το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Ο νόμος αυτός κάλυπτε ένα ευρύ φάσμα συναλλαγών στις οποίες εμπλέκεται ο καταναλωτής, όπως οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, οι γενικοί όροι συναλλαγών, η ευθύνη του παραγωγού για τα ελαττωματικά προϊόντα, η εξυπηρέτηση μετά την πώληση, η υγεία και η ασφάλεια, οι ενώσεις καταναλωτών και η διαφήμιση. Τρία χρόνια μετά την ψήφισή του ο νόμος αυτός αντικαταστάθηκε από τον ν. 2251/1994 «για την προστασία των καταναλωτών» με τον οποίο, κατά τους συντάκτες του, μπορούσαν να προστατευτούν αποτελεσματικότερα τα συμφέροντα των καταναλωτών. Τα νομοθετήματα αυτά έθεσαν τις βάσεις για την ενδυνάμωση του καταναλωτικού κινήματος στην Ελλάδα, το οποίο όμως παρά την πρόοδο που έχει σημειώσει τα τελευταία χρόνια δεν έχει αποκτήσει την ανάλογη δυναμική με άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Στην ελληνική έννομη τάξη μέχρι τον ν.2251/1994 δεν υπήρχε ένα ολοκληρωμένο σύστημα κανόνων δικαίου για την προστασία των καταναλωτών. Με το νόμο 2251/1994 ο Έλληνας νομοθέτης, εναρμονίζοντας το εσωτερικό και το κοινοτικό δίκαιο, ανέπτυξε σύστημα ειδικής προστασίας του τελικού καταναλωτή, λόγω της φύσης του ως άνθρωπο με διαφορετικές ανάγκες που δεν ανταποκρίνεται στο ιδεατό πρότυπο, του ορθολογικά σκεπτόμενου και ενεργούντος ανθρώπου. Με την προστασία αυτή ανεβαίνει το επίπεδο

⁵ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 37-38

⁶ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 38

διαφάνειας της αγοράς, εξισορροπούνται μειονεκτήματα σε βάρος των καταναλωτών των συστημάτων της αγοράς και ωθείται η προσέγγιση προς μια ιδεατή ισοδύναμη σχέση καταναλωτών και επιχειρήσεων στις διαδικασίες της αγοράς.⁷

Οι ίδιοι εξάλλου οι Έλληνες καταναλωτές δεν δηλώνουν ευχαριστημένοι από την προστασία των δικαιωμάτων τους, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2002. Πιο συγκεκριμένα, μόνο το 21% των Ελλήνων καταναλωτών εκτιμά ότι τα δικαιώματά τους προστατεύονται ικανοποιητικά, ενώ το ποσοστό για τους Φιλανδούς και Βρετανούς καταναλωτές ανέρχεται σε 82% και 75% αντίστοιχα.

Επιπροσθέτως, οι καταναλωτές στην Ελλάδα εκτιμούν ότι τα δικαιώματά τους προστατεύονται καλύτερα σε άλλο κράτος μέλος εκτός της χώρας τους.⁸

Ο ν. 2251/1994 όπως αυτός προκύπτει μετά τις τροποποιήσεις:

- του Ν. 2496/1997 (ΦΕΚ 87 Α'/16-5-1997),
- του Ν. 2741/1999 (ΦΕΚ 199 Α'/28-9-1999),
- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 496/7-12-2000 (ΦΕΚ 1545 Β'/ 18-12-2000),
- του Ν. 3043/2002 (ΦΕΚ 192 Α'/21-8-2002),
- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 659/14-10-2002 (ΦΕΚ 1373 Β'/ 25-10-2002),
- του Π.Δ. 301/2002 (ΦΕΚ 267 Α'/4-11-2002),
- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 629/10-05-2005 (ΦΕΚ 720 Β'/ 30-05-2005)
- του νόμου 3587/2007 (ΦΕΚ 152 Α'/10-7-2007)
- του νόμου 3714/2008 (ΦΕΚ 231 Α'/7-11-2008)
- του νόμου 3758/2009 (ΦΕΚ 68 Α'/5-5-2009)
- του νόμου 3853/2010 (ΦΕΚ 90 Α'/18-6-2010)
- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1-111/2012 (ΦΕΚ 627 Β'/7-3-2012)
- του νόμου 4177/2013 (ΦΕΚ 173 Α'/8-8-2013)
- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. Ζ1-891/30-08-2013 (ΦΕΚ 2144 Β'/30-08-2013),
- του νόμου 4242/2014 (ΦΕΚ 50 Α'/28-2-2014), και

- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. 27764οικ./4-06-2014 (ΦΕΚ 1470 Β'/6-6-2014)
- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. Ζ1-891/30-08-2013 (ΦΕΚ 2144 Β'/30-08-2013),
- του νόμου 4242/2014 (ΦΕΚ 50 Α'/28-2-2014)
- της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. 27764οικ./4-06-2014 (ΦΕΚ 1470 Β'/6-6-2014)

αποτελεί την έκφραση και το πλήρες σύστημα προστασίας της αρχής-συναλλακτικής υποχρέωσης προστασίας του καταναλωτή. Διαρθρώνεται σε τρία μέρη και αποτελείται από 15 άρθρα. Προηγούνται οι γενικές διατάξεις (άρθρο 1). Στο πρώτο μέρος ρυθμίζονται διατάξεις ουσιαστικού δικαίου (άρθρα 2-9), στο δεύτερο μέρος (άρθρα 9α-9θ) περιέχονται

⁷ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 43

⁸ www.europa.eu.int

αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ενώ στο τρίτο μέρος (άρθρα 10-15) ρυθμίζονται οργανωτικές διατάξεις. Τα μέρη αυτά αντιστοιχούν προς το «ατομικό» ή «ειδικό» δίκαιο προστασίας του καταναλωτή (ρυθμίζει τις ατομικές συμβάσεις του καταναλωτή με τον προμηθευτή) και προς το «συλλογικό» ή «γενικό» δίκαιο προστασίας του καταναλωτή (ρυθμίζει κυρίως την οργάνωση του καταναλωτικού κινήματος).

1.3. Η έννοια του καταναλωτή

Σύμφωνα με το άρθρο 1, «Γενικές διατάξεις», ν.2251/1994, ως καταναλωτής ορίζεται «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα για τα οποία προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά ή τα οποία κάνουν χρήση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών, εφόσον αποτελούν τον τελικό αποδέκτη τους. Καταναλωτής είναι και α) κάθε αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος, β) κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εγγυάται υπέρ καταναλωτή, εφόσον δεν ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του.»⁹

Επομένως, ένα πρόσωπο ή ενώσεις προσώπων για να θεωρηθεί ως καταναλωτής πρέπει να πληροί τις εξής προϋποθέσεις:

1. Να πρόκειται για προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών στην αγορά. Δηλαδή, για να χαρακτηριστεί ο αποδέκτης ενός προϊόντος ή υπηρεσίας ως καταναλωτής, θα πρέπει να υπάρχει μια αγορά στην οποία το συγκεκριμένο αγαθό ή υπηρεσία να κυκλοφορεί ή να είναι γνωστό ή να απευθύνεται ή να αποβλέπει στην αγορά, στο ευρύ καταναλωτικό κοινό και να μη κατασκευάζεται για συγκεκριμένο μεμονωμένο πελάτη ή προσφέρεται σε εξατομικευμένο αποδέκτη. Συνεπώς, για αγαθά μη ευρισκόμενα στην αγορά (κατασκευασμένα κατόπιν ατομικής παραγγελίας) ή τόσο εξειδικευμένα, ώστε να μην δημιουργούν «αγορά», δεν δύναται να υπάρξει καταναλωτική σύμβαση.
2. Ο προμηθευόμενος τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες να είναι ο τελικός αποδέκτης. Δεν είναι δυνατόν να θεωρηθεί ως καταναλωτής το πρόσωπο εκείνο που αποκτά προϊόντα, αγαθά, κινητά ή ακίνητα πράγματα, με σκοπό να τα μεταβιβάσει αυτούσια ή επεξεργασμένα, να παραχωρήσει τη χρήση ή να τα χρησιμοποιήσει για λογαριασμό ή για την οικονομική εξυπηρέτηση τρίτου. Επίσης, ως καταναλωτής θεωρείται και εκείνος ο οποίος προμηθεύεται το προϊόν ή την υπηρεσία για το επάγγελμα του, αρκεί να είναι ο τελικός χρήστης. Δηλαδή, δεν απαιτείται ο τελικός αποδέκτης να χρησιμοποιήσει το αγαθό για προσωπικές μη επαγγελματικές ανάγκες του, όπως προέβλεπε ο προϊσχύουσας νόμος 1969/1991 (άρθρο 2, παρ.1).¹⁰

Η έννοια του καταναλωτή τροποποιήθηκε με το νέο νόμο 3587/2007, με τον οποίο επήλθαν ορισμένες διαφοροποιήσεις σε σχέση με τον προηγούμενο ορισμό του καταναλωτή που δινόταν στο ν.2251/1994. Με το νέο νόμο, διευρύνθηκε ακόμη περισσότερο η έννοια του καταναλωτή και ειδικότερα:

α) θεωρούνται πλέον καταναλωτές εκτός από τα φυσικά και νομικά πρόσωπα και ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα,

β) τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά πρέπει να προορίζονται για τους καταναλωτές, οι οποίοι πρέπει ταυτόχρονα να αποτελούν και τον τελικό αποδέκτη τους, ενώ παλιότερα αρκούσε είτε τα προϊόντα και οι υπηρεσίες να προορίζονταν για τους καταναλωτές είτε διαζευκτικά να αποτελούσαν αυτοί τον τελικό αποδέκτη τους και

⁹ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 1

¹⁰ Καρακώστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 71

γ) καταναλωτές θεωρούνται πια και εκείνοι που εγγυώνται υπέρ του καταναλωτή, εφόσον δεν ενεργούν στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.¹¹

Όπως προαναφέρθηκε ο καταναλωτής πρέπει να αποτελεί και τον **τελικό αποδέκτη** των προϊόντων ή υπηρεσιών και μάλιστα ανεξάρτητα από το εάν ενεργεί για την κάλυψη προσωπικών ή επαγγελματικών αναγκών. Ο καταναλωτής θα πρέπει να είναι ο τελευταίος σταθμός στη διαδρομή του αγαθού ή της υπηρεσίας προς την κατανάλωση. Τελικός αποδέκτης δε μπορεί, επομένως, να είναι και για το λόγο αυτό δεν προστατεύεται από το νόμο 2251/1994, εκείνος που προμηθεύεται προϊόντα με σκοπό να τα διαθέσει σε άλλους αυτούσια αλλά και μετά από επεξεργασία ή να παραχωρήσει τη χρήση τους σε άλλους, εκείνος, δηλαδή, που αποτελεί ενδιάμεσο κρίκο στην εμπορική αλυσίδα.¹²

Σύμφωνα με την παραπάνω έννοια, τελικός αποδέκτης θεωρείται εκείνος που βρίσκεται στο τέρμα της αλυσίδας κυκλοφορίας του αγαθού και το μόνο που απομένει πια είναι η χρήση, η ανάλωση ή η ένταξή του στην περιουσία του καταναλωτή. Όσον αφορά τις υπηρεσίες, καταναλωτής θεωρείται ο χρήστης που χρησιμοποιεί την εν λόγω υπηρεσία για προσωπικό του λογαριασμό και όφελος και δεν την διοχετεύει σε παραπέρα χρήστες. Η προστασία του τελικού αποδέκτη δικαιολογείται με τη σκέψη ότι υστερεί λόγω της ερασιτεχνικής του ιδιότητας έναντι της εμπειρίας και εξειδικευμένης γνώσης του επαγγελματία προμηθευτή.¹³ Η ιδιότητα, λοιπόν, του καταναλωτή μπορεί να αναγνωριστεί σύμφωνα με άποψη που υποστηρίζεται στη θεωρία αλλά και στην ελληνική νομολογία, και στον έμπορο, ο οποίος, όμως, ενεργεί εκτός της επαγγελματικής του ενασχόλησης και είναι τελικός αποδέκτης υπηρεσιών, τις οποίες δε μεταβιβάζει περαιτέρω. Η κρίση περί της ιδιότητας ενός καταναλωτή ως τελικού αποδέκτη αγαθών ή υπηρεσιών θα πρέπει να γίνεται με αντικειμενικά κριτήρια, που θα επιτρέπουν στον εκάστοτε προμηθευτή να γνωρίζει εκ των προτέρων την ιδιότητα του αντισυμβαλλομένου του.

Ο αποδέκτης της διαφήμισης, όπως επίσης και ο εγγυητής του καταναλωτή θεωρούνται κατά ρητή επιταγή του νόμου καταναλωτές. Η προστασία του εγγυητή κατά το ν.2251/1994, όπως τροποποιήθηκε πρόσφατα, υπάρχει μόνο εφόσον ο πρωτοφειλέτης είναι καταναλωτής.¹⁴ Σημειωτέων ότι, για τον εγγυητή υιοθετείται το κριτήριο της σύνδεσης της εγγύησης με την επαγγελματική ή επιχειρηματική δράση του προσώπου που εγγυάται, σε αντίθεση με τον καταναλωτή πρωτοφειλέτη, όπου απαιτείται να είναι ο τελικός αποδέκτης ανεξάρτητα από τον εάν ενεργεί ή όχι στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας.

1.3.1. Κριτική ως προς την ευρεία έννοια του καταναλωτή

Ο παραπάνω ορισμός της έννοιας του καταναλωτή παρέχει προστασία σε μία μεγάλη ομάδα προσώπων, οι οποίοι συναλλάσσονται με επαγγελματίες προμηθευτές, παράλληλα, όμως, είναι ιδιαίτερα ευρύς προκαλώντας με τον τρόπο αυτό αντιδράσεις και αμφισβητήσεις σχετικά με την σκοπιμότητα μιας τόσο ευρείας διατύπωσης. Η υπερβολική διεύρυνση της έννοιας του καταναλωτή μπορεί να αποβεί εις βάρος των ίδιων των καταναλωτών, με την έννοια ότι μπορεί να προστατεύονται και πρόσωπα τα οποία δεν χρίζουν προστασίας, όπως

¹¹ Αλεξανδρίδου Ελ., 2007, «Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικού», Νο Β, 1493 επ

¹² Περάκης Ε., 2008, σε *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό* (Επιμέλεια Ελ. Αλεξανδρίδου), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 42

¹³ Αλεξανδρίδου Ελ., 1996, *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό*, εκδόσεις Σάκκουλα, Θεσσαλονίκη σελ 35

¹⁴ Περάκης Ε., 2008, σε *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό* (Επιμέλεια Ελ. Αλεξανδρίδου), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 47

για παράδειγμα επαγγελματίες που ενεργούν στα πλαίσια της επαγγελματικής τους απασχόλησης, οι οποίοι είναι συνήθως οικονομικά εύρωστοι, έμπειροι στις συναλλαγές και δεν στερούνται διαπραγματευτικής ικανότητας.¹⁵

Επιπλέον, σύμφωνα με την ευρεία έννοια του καταναλωτή ως τελικού αποδέκτη δημιουργείται ανά πάσα στιγμή αμφισβήτηση και ανασφάλεια τόσο στο πρόσωπο του προμηθευτή, ο οποίος στερείται της δυνατότητας να γνωρίζει κάθε στιγμή αν αυτός με τον οποίο συναλλάσσεται φέρει ή όχι την ιδιότητα του καταναλωτή, αλλά και για το συναλλασσόμενο με τον προμηθευτή, του οποίου η ιδιότητα του καταναλωτή μπορεί να αμφισβητηθεί οποτεδήποτε.

Υποστηρίζεται και η άποψη, ότι αντί του ορισμού της έννοιας του καταναλωτή, ο οποίος υποκρύπτει κινδύνους σχετικά με το πότε είναι και πότε δεν είναι άξιος ειδικής προστασίας κάποιος, προτιμότερο είναι να αναζητηθούν οι καταστάσεις εκείνες, οι οποίες όταν συντρέχουν καθιστούν οποιοδήποτε πρόσωπο άξιο προστασίας.¹⁶

Ο Έλληνας νομοθέτης έδωσε τον ορισμό της έννοιας του καταναλωτή με σκοπό να προσαρμοστεί στις αντίστοιχες Κοινοτικές Οδηγίες. Αξίζει να σημειωθεί ότι, βασική αρχή των οδηγιών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας είναι αυτή της ελάχιστης εναρμόνισης, αφήνοντας στα κράτη-μέλη να λάβουν «αυστηρότερα προστατευτικά μέτρα», με την έννοια είτε της παροχής πιο εκτεταμένης κάλυψης στον καταναλωτή είτε της επέκτασης της προστασίας και σε άλλες ομάδες.¹⁷ Ο Έλληνας νομοθέτης θέλησε να παρέχει υψηλότερο επίπεδο προστασίας στον καταναλωτή μέσω αυστηρότερων εθνικών διατάξεων από τις αντίστοιχες κοινοτικές. Στα παραπάνω πλαίσια εντάσσεται και η άποψη η οποία υποστηρίζει ότι εφόσον μέσα στην ευρεία έννοια του καταναλωτή που δίνεται από τον Έλληνα νομοθέτη, περιλαμβάνονται και τα πρόσωπα εκείνα που προστατεύονται από την κοινοτική νομοθεσία, δεν τίθεται θέμα αντίθεσης του ελληνικού νόμου με το κοινοτικό δίκαιο.¹⁸

1.3.2. Τα δικαιώματα του καταναλωτή¹⁹

Το Κράτος οφείλει να προστατεύει και να διασφαλίζει τα θεμελιώδη δικαιώματα και συμφέροντα του καταναλωτή, που είναι τα εξής:

- Α) το δικαίωμα να λαμβάνονται μέτρα για τη προστασία της υγείας και της ασφάλειας του,
- Β) το δικαίωμα να λαμβάνονται μέτρα για τη προστασία των οικονομικών συμφερόντων του,
- Γ) το δικαίωμα να οργανώνεται σε ενώσεις, που έχουν ως σκοπό τη προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών κατά τις διατάξεις του νόμου,
- Δ) το δικαίωμα να ακούγονται οι απόψεις του μέσω των αρμόδιων φορέων του κατά τη λήψη αποφάσεων της Πολιτείας, που αφορούν τα συμφέροντα του και
- Ε) το δικαίωμα κατάλληλης πληροφόρησης και επιμόρφωσης του για τα ανωτέρω δικαιώματα του, ιδιαίτερα των ευπρόσβλητων ομάδων καταναλωτών σε θέματα που αφορούν

¹⁵ Αλεξανδρίδου Ελ., 1996, *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό*, εκδόσεις Σάκκουλα, Θεσσαλονίκη, σελ 38

¹⁶ Δέλλιος Γ., 2005, *Προστασία των Καταναλωτών και Σύστημα Ιδιωτικού Δικαίου*, ο καταναλωτής ως υποκείμενο έννομη προστασίας, Τόμος 1, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ 117

¹⁷ Περάκης Ε., 2008, *σε Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό* (Επιμέλεια Ελ. Αλεξανδρίδου), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ.50

¹⁸ Αλεξανδρίδου Ελ., 2007, «*Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικόλογου*», Νο Β, 1493 επ

¹⁹ Αναγνωστόπουλος Άλκης Ν., 2005, *Εμπορικό Δίκαιο*, Εκδόσεις ΔΚ, Πάτρα, σελ. 127-128

στην αγορά, στον ανταγωνισμό, στον καταναλωτή, στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και στην προαγωγή της βιώσιμης κατανάλωσης.

Η παραίτηση του καταναλωτή από τα θεμελιώδη δικαιώματά του, όπως αυτά προβλέπονται από το νόμο, είναι άκυρη.

Να σημειωθεί ότι ειδική μέριμνα λαμβάνεται από το Κράτος για τη προστασία των ασθενέστερων και πιο ευπαθών ομάδων καταναλωτών όπως ανηλίκων, υπερηλίκων, οικονομικά ασθενών, αγράμματων, μεταναστών, κατοίκων δυσπρόσιτων περιοχών κλπ.

1.3.3. «Ο λογικά προσεχτικός καταναλωτής»

Υπάρχει μια ευρύτατη ποικιλία καταναλωτών που χρήζονται προστασία, από τον επιφανειακό παρατηρητή μέχρι τον έμπειρο και πλήρως ενημερωμένο καταναλωτή. Επιλέγοντας ως πρότυπο τον επιφανειακό παρατηρητή, καταλήγει κανείς ότι είναι αναγκαία η προστασία ακόμη και του τελευταίου συναλλασσόμενου, ενώ επιλέγοντας ως πρότυπο τον έμπειρο και ενημερωμένο καταναλωτή, η προστασία του νόμου περιορίζεται σε πολύ σπάνιες περιπτώσεις. Αυτός ο τύπος του καταναλωτή είναι δυσεύρετος. Επομένως, ο ιδανικός τύπος καταναλωτή είναι ο ενδιάμεσος, εκείνος που διαθέτει τη μέση αντίληψη κατά τον σχηματισμό της δικαιοπρακτικής βούλησης του και επιδιώκει συνεχώς να ενημερώνεται σχετικά με τα προσφερόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες. Τα εθνικά δικαστήρια και το Δικαστήριο Ευρωπαϊκής Κοινότητας λαμβάνουν υπ' όψη στις νομολογίες τους έναν «λογικά προσεχτικό καταναλωτή», ενεργητικό, που ψάχνει για πληροφορίες και έχει τη δυνατότητα να επεξεργάζεται αυτή τη πληροφόρηση που του παρέχεται και με βάση αυτή κάνει τις επιλογές του σχετικά με τα προσφερόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες. Αυτός ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να προστατεύει ο ίδιος τον εαυτό του, χωρίς να υπάρχει ανάγκη θέσπισης ειδικών υπερπροστατευτικών μέτρων.²⁰

Ο μέσος καταναλωτής στη νομολογία του δικαστηρίου είναι πρόσωπο με ορθή κρίση, συνειδητό και ενημερωμένο σε σχέση με την συμπεριφορά του στην αγορά. Οφείλει να γνωρίζει την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων και να προβαίνει σε αποτελεσματικές επιλογές. Εντούτοις ο μέσος καταναλωτής δεν είναι κάποιος που χρειάζεται μικρή προστασία, επειδή είναι σε θέση πάντα να λάβει τις διαθέσιμες πληροφορίες και να δράσει εύλογα.²¹

1.4. Η έννοια του προμηθευτή

Σύμφωνα με το άρθρο 1, παρ. 4, ν 2251/1994 «*Προμηθευτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής του δραστηριότητας προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής είναι και ο διαφημιζόμενος*». Ο ορισμός αυτός αφορά κάθε επαγγελματία ή επιχειρηματία που συναλλάσσεται²² με καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένων και των φυσικών προσώπων χωρίς να λαμβάνεται υπόψη το εύρος της δραστηριότητας ή της οικονομικής του επιφάνειας.

Έτσι, με την προσθήκη του άρθρου 8 ν.2251/1994 που αφορά την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες, ως προμηθευτής μπορεί να θεωρηθεί και οποιοσδήποτε παρέχει στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας όπως γιατρός, μηχανικός, δικηγόρος κ.α. Επίσης από το άρθρο 1, παρ. 3, ν.2251/1994 που αναφέρεται στο πεδίο εφαρμογής του

²⁰ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 75-76

²¹ http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_el.pdf

²² Περάκης Ε. , 2008, *σε Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό* (Επιμέλεια Ελ. Αλεξανδρίδου), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 65

νόμου, συνάγεται ότι προμηθευτές είναι και οι επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής ιδιωτικού ή δημοσίου τομέα καθώς και οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης.

Μπορεί να θεωρηθεί σύμφωνο με το σκοπό του νόμου, ότι στη ρύθμιση συμπεριλαμβάνεται και εκείνος ο προμηθευτής ο οποίος δεν ασκεί υπό αυστηρή έννοια επαγγελματική δραστηριότητα με σκοπό την κερδοσκοπία και τον βιοπορισμό, αλλά διεξάγει συναλλαγές που του δίνουν την ευχέρεια να αποκτήσει ειδικές γνώσεις και εμπειρία αλλά και διαπραγματευτική υπεροχή έναντι του καταναλωτή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι συναλλαγές που γίνονται υπέρ κοινωφελών σκοπών και διενεργούνται κατά συστηματικό τρόπο από εκπροσώπους των οικείων φορέων (π.χ. ιδρύματα κλπ). Υπάγονται, δηλαδή, στην έννοια του προμηθευτή και κοινωφελείς οργανώσεις, οι οποίες πραγματοποιούν συστηματικά τις ίδιες συναλλαγές, αποκτώντας εμπειρία και διαπραγματευτική ισχύ.²³

²³ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 77

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

2.1. Έννοια Γενικών Όρων Συναλλαγών

Γενικοί Όροι Συναλλαγών είναι όροι σε συμβάσεις που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων, για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων και δεν αποτελούν αντικείμενο διαπραγμάτευσης μεταξύ των μερών. Αν υπάρχει οικονομική ανισορροπία μεταξύ των μερών της σύμβασης, ο οικονομικά ασθενέστερος βρίσκεται συχνά αντιμέτωπος με έναν μακρύ κατάλογο όρων. Σε περίπτωση που η σύμβαση είναι μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή, οι ΓΟΣ δε δεσμεύουν τον καταναλωτή, αν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε ανυπαίτως και ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξή τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους. Κατά τον επιστημονικό ορισμό, είναι ρήτρες με προκαθορισμένο περιεχόμενο για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων που θα καταρτιστούν μελλοντικά μεταξύ της επιχείρησης που τις θεσπίζει και τους κατ' ιδίαν συναλλασσόμενους, με ισχύ γενική και ενιαία.²⁴

2.2. Χαρακτηριστικά Γενικών Όρων Συναλλαγών²⁵

Προκύπτουν τα εξής εννοιολογικά χαρακτηριστικά των Γενικών Όρων των Συναλλαγών:

α) Οι Γενικοί Όροι των Συναλλαγών έχουν χαρακτήρα συμβατικό

Οι Γενικοί Όροι των Συναλλαγών τίθενται από τον έναν χρήστη στον άλλον, κατά τη κατάρτιση της σύμβασης, χωρίς να έχουν το δικαίωμα διαπραγμάτευσης σχετικά με το περιεχόμενό τους. Σε κάθε περίπτωση προϋποθέτει συμφωνία των συμβαλλομένων περί ισχύος των ΓΟΣ, δηλαδή αφενός σύμφωνη δήλωση βούλησης του πελάτη προκειμένου οι εν λόγω όροι να καταστούν περιεχόμενο της σύμβασης και αφετέρου δήλωση του χρήστη περί εντάξεων των ΓΟΣ στη σύμβαση. Οι ΓΟΣ προορίζονται να αποτελέσουν περιεχόμενο της υπό σύναψη σύμβασης και δεν αποκλείεται το γεγονός να αποτελέσουν περιεχόμενο και μονομερούς δήλωσης υπό την προϋπόθεση η δήλωση βούλησης να σχετίζεται με την υφιστάμενη συμβατική σχέση μεταξύ των ενδιαφερομένων. Ο συμβατικός τους χαρακτήρας δεν επηρεάζεται όταν απαιτείται να εγκριθούν από τη διοίκηση, όπως π.χ. συμβαίνει με τους όρους ασφαλιστηρίων ζωής, που εγκρίνονται από την αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Εμπορίου ή με τους όρους ασφαλιστηρίων που καλύπτουν την αστική ευθύνη από αυτοκινητικά ατυχήματα. Οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών μπορούν να αποτελέσουν περιεχόμενο εμπράγματων, ενοχικών ή και δικονομικών συμβάσεων, καθώς και επίσης συμβάσεων του δημοσίου τομέα ή ΟΤΑ

β) Οι Όροι αυτοί έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων και δεν μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο διαπραγμάτευσης

Οι Γ.Ο.Σ. είναι όροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων μονομερώς. Η διατύπωση των Γενικών Όρων Συναλλαγών γίνεται μόνο από τον χρήστη ή και από μία τρίτη πλευρά πριν από τη σύναψη της σύμβασης χωρίς να λαμβάνονται υπόψη ατομικά γνωρίσματα της συγκεκριμένης περίπτωσης. Άρα ρήτρες που αποτέλεσαν αντικείμενο διαπραγμάτευσης εξαιρούνται από το πεδίο εφαρμογής του νόμου. Εννοιολογικό στοιχείο των Γενικών Όρων

²⁴ El.wikipedia.org/wiki/Γενικοί_Όροι_Συναλλαγών

²⁵ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 82,83

Συναλλαγών ώστε να διευκολύνεται η μελλοντική πολλαπλή χρήση τους, αποτελεί η τυπική ομοιομορφία του περιεχομένου τους. Το χαρακτηριστικό αυτό καταδεικνύει ότι ο χρήστης θέλει να επιβάλλει τους όρους της ανεξαρτησίας των συνθηκών της συγκεκριμένης ατομικής περίπτωσης.

γ) Οι Όροι προορίζονται να αποτελέσουν ομοιόμορφο περιεχόμενο απροσδιόριστου αριθμού μελλοντικών συμβάσεων.²⁶

Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1 ν. 2251/94 προκύπτει ότι πρέπει να υπάρχει πρόθεση χρησιμοποίησης των όρων σε απροσδιόριστο δηλαδή σε αόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων. Στο προστατευτικό πεδίο του άρθρου 2 παρ. 1 πρέπει να συμπεριληφθούν και όροι για τους οποίους υπάρχει πρόθεση πολλαπλής χρησιμοποίησης σε ορισμένο αριθμό συμβάσεων. Έχει γίνει δεκτό ότι ενώ δεν είναι αναγκαίο να προορίζονται οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών για μεγάλο αριθμό όμοιων συμβάσεων, η πρόθεση του συντάκτη να τους χρησιμοποίησει σε μία και μόνο σύμβαση δεν αρκεί να τους προσδώσει το χαρακτηριστικό των ΓΟΣ. Προς τούτο κρίνεται απαραίτητο να προορίζονται οι προδιατυπωμένοι όροι για ένταξη σε μερικές τουλάχιστον όμοιες συμβάσεις, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει και ότι θα πρέπει να έχουν ήδη χρησιμοποιηθεί στον αντίστοιχο αριθμό συμβάσεων. Βασικό στοιχείο στην προκείμενη περίπτωση είναι η πρόθεση πολλαπλής ομοιόμορφης χρησιμοποίησής τους, ώστε να αποκλείεται ο προσανατολισμός της διατύπωσής τους προς κάποιον συγκεκριμένο πελάτη.

2.2. Ο Δικαστικός έλεγχος των Γενικών Όρων Συναλλαγών

Στο πλαίσιο του νόμου 2251/94 διακρίνονται τρεις μορφές δικαστικού ελέγχου των Γενικών Όρων Συναλλαγών:

- α)** Ο έλεγχος της ένταξής τους στη σύμβαση
- β)** Ο έλεγχός τους μέσω ερμηνείας
- γ)** Ο άμεσος έλεγχός τους δηλαδή ο έλεγχος του περιεχομένου τους

2.2.1. Ο έλεγχος της ένταξής τους στη σύμβαση

Για την ένταξη των Γενικών Όρων Συναλλαγών στη σύμβαση απαιτείται η ενσωμάτωσή τους στη σύμβαση (δηλαδή η ισχύς τους και μόνο) και όχι η διαπραγμάτευση του περιεχομένου των ΓΟΣ. Και επειδή ο αντισυμβαλλόμενος δεν έχει το δικαίωμα να συμμετέχει στη διαμόρφωση του περιεχομένου τους, η αναγωγή τους σε περιεχόμενο της σύμβασης προϋποθέτει τη συνδρομή πρόσθετων προϋποθέσεων επιπλέον των γενικών προαπαιτούμενων για την κατάρτιση οποιασδήποτε έγκυρης σύμβασης.

Αναγκαία προϋπόθεση της ένταξής τους στη σύμβαση είναι να εξασφαλίζεται η δυνατότητα γνώσης του περιεχομένου των Γενικών Όρων Συναλλαγών, κατά την κατάρτιση της σύμβασης, εκ μέρους του αντισυμβαλλόμενου. Από την υποχρέωση του προμηθευτή να εξασφαλίζει στον καταναλωτή τη δυνατότητα πραγματικής γνώσης του περιεχομένου των ΓΟΣ απορρέει ο κανόνας ότι οι ΓΟΣ θα πρέπει να είναι σαφείς, συγκεκριμένοι και διατυπωμένοι απλά ώστε ο μέσος καταναλωτής να είναι σε θέση να κατανοήσει το νόημά τους. Η υπόδειξη των Γενικών Όρων Συναλλαγών θα πρέπει να είναι ρητή, δηλαδή ο προμηθευτής να επισημάνει στον καταναλωτή ότι η σύμβαση συνάπτεται υπό τους συγκεκριμένους ΓΟΣ ώστε ο καταναλωτής να μην έχει καμία αμφιβολία. Τελευταία προϋπόθεση για την ένταξη των ΓΟΣ στη σύμβαση αποτελεί η συγκατάθεση του

²⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 84

αντισυμβαλλόμενου, η οποία κατά τις ειδικότερες περιστάσεις μπορεί να είναι ρητή ή σιωπηρή. Η ρητή συγκατάθεση μπορεί να είναι προφορική ή γραπτή. Προφορική είναι στις περιπτώσεις προφορικής κατάρτισης της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης μέσω τηλεφώνου, ενώ γραπτή στην περίπτωση των συμβάσεων που υποβάλλονται σε έγγραφο τύπο. Στην τελευταία περίπτωση γίνεται δεκτό ότι αναγκαία είναι η υπογραφή της κύριας σύμβασης όχι και των ΓΟΣ, οι οποίοι και ως ανυπόγραφοι μπορούν να ενταχθούν στο περιεχόμενο της σύμβασης, αρκεί η αναφορά ή η παραπομπή σε αυτούς να είναι ρητή και ευκρινής.²⁷

Κατά το άρθρο 2 παρ. 1 ν. 2251/94 ορίζεται ότι « οι ΓΟΣ δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή αν κατά την κατάρτιση της σύμβασης του αγνοούσε ανυπαιτίως».

«Οι γενικοί όροι συμβάσεων και παρεπόμενων συμφωνιών που καταρτίζονται στην Ελλάδα, διατυπώνονται γραπτώς στην ελληνική γλώσσα, κατά τρόπο σαφή, συγκεκριμένο και εύληπτο, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να αντιληφθεί πλήρως το νόημά τους και εκτυπώνονται με ευανάγνωστους χαρακτήρες σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σύμβασης. Οι γενικοί όροι των διεθνών συναλλαγών που εφαρμόζονται στην ελληνική αγορά αποτυπώνονται υποχρεωτικά και στην ελληνική γλώσσα».²⁸

2.2.2. Έλεγχος μέσω της ερμηνείας τους

Εφόσον κριθεί ότι οι Γενικοί Όροι μπορούν να αποτελέσουν μέρος της σύμβασης, ακολουθεί το στάδιο έμμεσου ελέγχου της ερμηνείας των ΓΟΣ δηλαδή εξακρίβωσης του νοήματός τους. Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 2 παρ. 4-5 του ν. 2251/94, κατά την ερμηνεία των Γενικών Όρων Συναλλαγών εφαρμόζονται ειδικοί ερμηνευτικοί κανόνες,

- όροι που συμφωνήθηκαν ύστερα από διαπραγμάτευση μεταξύ των συμβαλλομένων είναι επικρατέστεροι από τους αντίστοιχους γενικούς όρους». Άρα, όταν σε μία σύμβαση συνυπάρχουν Γενικοί Όροι Συναλλαγών και ειδικοί όροι αντιφατικοί μεταξύ τους, οι ειδικοί όροι που αποτέλεσαν αντικείμενο ατομικής συμφωνίας κατίζουν των ΓΟΣ με αποτέλεσμα η ρήτρα των ΓΟΣ που αντιβαίνει στους ειδικούς όρους να μην ενταχθεί στη σύμβαση και να μην αποκτήσει ισχύ. Εξάλλου κατά την ερμηνεία των γενικών όρων συναλλαγών λαμβάνεται υπόψιν η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών
- οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτο για λογαριασμό του προμηθευτή σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή²⁹

2.2.3. Έλεγχος του κύρους του περιεχομένου των ΓΟΣ

Αφού διαπιστωθεί η ένταξη των Γενικών Όρων Συναλλαγών στη σύμβαση και αποσαφηνιστεί με ερμηνεία το περιεχόμενό τους, στη συνέχεια πρέπει να ελεγχθεί αν είναι καταχρηστικοί και γενικότερα παράνομοι. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας τους κρίνεται με βάση τη φύση των αγαθών ή υπηρεσιών που αφορά η σύμβαση, τον σκοπό της, το σύνολο των ειδικών συνθηκών κατά τη σύναψή της και όλες οι υπόλοιπες ρήτρες της σύμβασης ή άλλης σύμβασης από την οποία αυτή εξαρτάται.³⁰

²⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ85-87

²⁸ Βλ. παράρτημα I, Άρθρο 2, παρ.2

²⁹ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ90-91

³⁰ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 95

Καταχρηστικοί όροι σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 7 είναι:

- α)** παρέχουν στον προμηθευτή, χωρίς εύλογη αιτία υπερβολικά μεγάλη προθεσμία αποδοχής της πρότασης του καταναλωτή για σύναψη σύμβασης,
- β)** περιορίζουν τις ανειλημμένες συμβατικές υποχρεώσεις και ευθύνες των προμηθευτών,
- γ)** προβλέπουν προθεσμία καταγγελίας της σύμβασης υπερβολικά σύντομη για τον καταναλωτή ή υπερβολικά μακρά για τον προμηθευτή,
- δ)** συνεπάγονται την παράταση ή ανανέωση της σύμβασης για χρονικό διάστημα υπερβολικά μακρό, αν ο καταναλωτής δεν την καταγγείλει σε ορισμένο χρόνο,
- ε)** επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης ή λύσης της σύμβασης χωρίς ορισμένο, ειδικό και σπουδαίο λόγο, ο οποίος να αναφέρεται στη σύμβαση,
- στ)** επιτρέπουν στον προμηθευτή να καταγγείλει σύμβαση αόριστης διάρκειας χωρίς εύλογη προθεσμία,
- ζ)** επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα να κρίνει μονομερώς αν η παροχή του είναι σύμφωνη με τη σύμβαση,
- η)** επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το απεριόριστο δικαίωμα να ορίζει μονομερώς το χρόνο εκπλήρωσης της παροχής του,
- θ)** ορίζουν ότι η παροχή δεν είναι υποχρεωτικό να ανταποκρίνεται στις ουσιώδεις, για τον καταναλωτή, προδιαγραφές, στο δείγμα, στις ανάγκες της ειδικής χρήσης, για την οποία την προορίζει ο καταναλωτής και την οποία αποδέχεται ο προμηθευτής ή στο συνηθισμένο προορισμό της,
- ι)** επιτρέπουν στον προμηθευτή να μην εκτελέσει τις υποχρεώσεις του χωρίς σπουδαίο λόγο,
- ια)** χωρίς σπουδαίο λόγο αφήνουν το τίμημα αόριστο και δεν επιτρέπουν τον προσδιορισμό του με κριτήρια ειδικά καθορισμένα στη σύμβαση και εύλογα για τον καταναλωτή,
- ιβ)** περιορίζουν την ευθύνη του προμηθευτή για κρυμμένα ελαττώματα του πράγματος,
- ιγ)** αποκλείουν ή περιορίζουν υπέρμετρα την ευθύνη του προμηθευτή,
- ιδ)** προβλέπουν τη μετακύληση της ευθύνης του πωλητή ή του εισαγωγέα αποκλειστικά στον παραγωγό του αγαθού ή σε άλλον,
- ιε)** περιορίζουν την υποχρέωση του προμηθευτή να τηρεί τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει οι εντολοδόχοι του ή εξαρτούν την εκπλήρωση των υποχρεώσεων του από την τήρηση ειδικής τυπικής διαδικασίας,
- ιστ)** επιτρέπουν στον προμηθευτή να καταγγέλλει τη σύμβαση κατά την κρίση του, αν η ίδια ευχέρεια δεν αναγνωρίζεται στον καταναλωτή, ή να παρακρατεί τα ποσά που έχουν καταβληθεί για παροχές που δεν έχουν ακόμη εκτελεσθεί από αυτόν, όταν τη σύμβαση καταγγέλλει ο ίδιος,
- ιζ)** συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τα δικαιώματά του σε περίπτωση μη εκπλήρωσης ή πλημμελούς εκπλήρωσης της παροχής του προμηθευτή, ακόμη και αν τον προμηθευτή βαρύνει πταίσμα,
- ιη)** εμποδίζουν τον καταναλωτή να υπαναχωρήσει (από τη σύμβαση), όταν η αύξηση του τιμήματος σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης είναι υπερβολική για αυτόν,
- ιθ)** αποκλείουν ή περιορίζουν τη νόμιμη ευχέρεια του καταναλωτή να μην εκτελέσει τη σύμβαση,
- κ)** απαγορεύουν στον καταναλωτή να επισχέσει εν όλω ή εν μέρει την καταβολή του τιμήματος, όταν ο προμηθευτής δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις του,

- κα)** επιβάλλουν στον καταναλωτή που πιστώθηκε με το τίμημα των αγαθών ή υπηρεσιών να εκδώσει μεταχρονολογημένη επιταγή,
- κβ)** συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τις ενστάσεις του κατά τρίτου που διαδέχεται τον προμηθευτή στη σχέση με τον καταναλωτή,
- κγ)** απαγορεύουν στον καταναλωτή να προτείνει σε συμψηφισμό προς υποχρεώσεις του από τη σύμβαση ομοειδείς απαιτήσεις του κατά του προμηθευτή,
- κδ)** βεβαιώνουν ότι ο καταναλωτής γνωρίζει ορισμένους όρους της σύμβασης ή την κατάσταση των προμηθευόμενων πραγμάτων ή την ποιότητα των υπηρεσιών, ενώ πραγματικά τα αγνοεί,
- κε)** υποχρεώνουν τον καταναλωτή να προκαταβάλει υπερβολικά μεγάλο μέρος του τιμήματος πριν αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης από τον προμηθευτή, μολονότι ο προμηθευτής δεν ανέλαβε την υποχρέωση να εκτελέσει παραγγελία του καταναλωτή με βάση συγκεκριμένες προδιαγραφές ή χαρακτηριστικά ούτε η παροχή του προμηθευτή συνίσταται σε υπηρεσίες με κράτηση,
- κστ)** επιτρέπουν στον προμηθευτή να απαιτήσει από τον καταναλωτή υπέρμετρες εγγυήσεις,
- κζ)** αναστρέφουν το βάρος της απόδειξης σε βάρος του καταναλωτή ή περιορίζουν υπέρμετρα τα αποδεικτικά του μέσα,
- κη)** περιορίζουν υπέρμετρα την προθεσμία, μέσα στην οποία ο καταναλωτής οφείλει να υποβάλει στον προμηθευτή τα παράπονα ή να εγείρει τις αξιώσεις του κατά του προμηθευτή,
- κθ)** αναθέτουν στον προμηθευτή χωρίς σπουδαίο λόγο την αποκλειστικότητα της συντήρησης και των επισκευών του πράγματος και της προμήθειας των ανταλλακτικών,
- λ)** επιβάλλουν στον καταναλωτή, σε περίπτωση μη εκπλήρωσης της παροχής του, υπέρμετρα οικονομική επιβάρυνση ή
- λα)** αποκλείουν την υπαγωγή των διαφορών από σύμβαση στο φυσικό τους δικαστή με την πρόβλεψη αποκλειστικής αλλοδαπής δικαιοδοσίας ή διαιτησίας.
- λβ)** προβλέπουν την καταβολή αποζημίωσης στον προμηθευτή, χωρίς αυτός να υποχρεούται να επικαλεστεί και να αποδείξει τη ζημία που υπέστη.³¹

2.3. Συνέπειες της καταχρηστικότητας ενός ΓΟΣ

«Γενικοί όροι συναλλαγών που έχουν σαν αποτέλεσμα τη διατάραξη της ισορροπίας δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του καταναλωτή απαγορεύονται και είναι άκυροι ως καταχρηστικοί. Έννομη συνέπεια της καταχρηστικότητας είναι επομένως η ακυρότητα των ΓΟΣ. Οι καταναλωτές εφόσον συναντήσουν καταχρηστικές ρήτρες, έχουν το δικαίωμα είτε να τις αμφισβητήσουν είτε να μη τις τηρήσουν.

Η ακυρότητα των καταχρηστικών ΓΟΣ εξετάζεται αυτεπαγγέλτως από το δικαστήριο. Αρμόδια αρχή για καταχρηστικές ρήτρες είναι η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και ειδικότερα η Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή για την υποβολή παραπόνων εκ μέρους των καταναλωτών.³²

³¹ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 2, παρ.7

³² www.efpolis.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ

3.1. Έννοια συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος

Είναι συχνές οι περιπτώσεις που παραγγέλνουμε ένα αγαθό ή μία υπηρεσία κατόπιν τηλεφωνικής πώλησης ή επίσκεψης του πωλητή στο σπίτι μας. Τέτοιες συμβάσεις χαρακτηρίζονται από τον νόμο ως συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος. Επειδή, ακριβώς ενέχουν κινδύνους για τους καταναλωτές, διέπονται από κανόνες δικαίου που παρέχουν αυξημένα δικαιώματα προστασίας.³³

Ο νόμος στο άρθρο 3, παρ.1 και 2 δίνει τους ορισμούς του καταναλωτή, του αγαθού και του προμηθευτή ως εξής :

"καταναλωτής": κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις που καλύπτουν τα άρθρα 3 έως 4η, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα:

"προμηθευτής": κάθε φυσικό πρόσωπο ή κάθε νομικό πρόσωπο, ανεξάρτητα από το εάν διέπεται από το ιδιωτικό ή δημόσιο δίκαιο, το οποίο ενεργεί, ακόμη και μέσω κάθε άλλου προσώπου ενεργούντος εξ ονόματός του ή για λογαριασμό του, για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με τις εμπορικές, επιχειρηματικές, βιοτεχνικές ή επαγγελματικές δραστηριότητές του σε σχέση με συμβάσεις καλυπτόμενες από τα άρθρα 3 έως 4η.

"αγαθό": κάθε ενσώματο κινητό πράγμα, πλην των πραγμάτων τα οποία πωλούνται στο πλαίσιο μέτρων αναγκαστικής εκτέλεσης ή με άλλο τρόπο από νόμιμη αρχή· το νερό, το φυσικό αέριο και η ηλεκτρική ενέργεια θεωρούνται "αγαθά" κατά την έννοια των άρθρων 3 έως 4η, εφόσον διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα:

Σύμφωνα με το άρθρο 3, παρ.8, ν.2251/1994, ως σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος νοείται σύμφωνα με τον νόμο κάθε σύμβαση μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή (άρθρο 3 § 8 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013) :

(α) η οποία συνάπτεται με ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή, (β) για την οποία έγινε προσφορά από τον καταναλωτή κάτω από τις ίδιες συνθήκες που περιγράφονται στην περίπτωση (α) (γ) η οποία συνάπτεται στο εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή ή με χρήση οποιουδήποτε μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας αμέσως μετά από προσωπική και ατομική επαφή με τον καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή, με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, ή (δ) η οποία συνάπτεται στη διάρκεια εκδρομής οργανωμένης από τον προμηθευτή με σκοπό ή αποτέλεσμα τη διαφήμιση και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών στον καταναλωτή.³⁴

³³ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

³⁴ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

Η κατάρτιση συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος διέπεται από το γενικό δίκαιο προστασίας του καταναλωτή (Ν. 2251/1994) και την ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013, που ενσωμάτωσε την Οδηγία 2011/83/ΕΕ για τα δικαιώματα των καταναλωτών.³⁵

3.1.1. Προϋποθέσεις εφαρμογής νόμου³⁶

Τα άρθρα 3 έως και 3ιβ του ν.2251/1994 εφαρμόζεται στις εξής περιπτώσεις:

1. Όταν ο τόπος κατάρτισης της σύμβασης δεν είναι το εμπορικό κατάστημα ή το γραφείο του προμηθευτή αλλά χώρος εκτός του καταστήματος του, της επιλογής του προμηθευτή στον οποίο βρίσκεται ο καταναλωτής χωρίς να σκοπεύει να προμηθευτεί το προϊόν ή την υπηρεσία π.χ. σε σχολείο, εκδρομή, ξενοδοχείο, δημοσίους χώρους, σπίτι ή γραφείο του καταναλωτή, μεταφορικά μέσα. Ο τόπος κατάρτισης αποτελεί το τυπικό κριτήριο για την εφαρμογή της διάταξης του άρθρου 3 έως 3ιβ, ν.2251/1994. Ο νόμος ορίζει την έννοια του "εμπορικού καταστήματος" ως:

α) κάθε ακίνητος χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο προμηθευτής πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε μόνιμη βάση, ή

β) κάθε κινητός χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο προμηθευτής πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε συνήθη βάση.

Ο νόμος ορίζει ως σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος και εκείνη τη σύμβαση η οποία, βέβαια συνάπτεται στο εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή με χρήση οποιουδήποτε μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας αμέσως μετά από προσωπική και ατομική επαφή με τον καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή, με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, αρκεί δηλαδή η πρόταση για κατάρτιση της σύμβασης να έχει γίνει εκτός εμπορικού καταστήματος.

2. Όταν την πρωτοβουλία για σύναψη της σύμβασης την έχει ο προμηθευτής. Ο προμηθευτής δηλαδή να είναι εκείνος που θέλησε να αναζητήσει τον καταναλωτή χωρίς τη ρητή πρόσκληση του. Η πρωτοβουλία του προμηθευτή για σύναψη της σύμβασης αποτελεί το ουσιαστικό κριτήριο για την εφαρμογή της διάταξης του άρθρου 3 έως 3ιβ, ν.2251/1994. Έτσι, ο νόμος δεν εφαρμόζεται σε συμβάσεις οι οποίες συνάπτονται εκτός του εμπορικού καταστήματος του προμηθευτή, εφόσον ο καταναλωτής έχει προσκαλέσει τον προμηθευτή, δηλαδή έχει αναλάβει την πρωτοβουλία για σύναψη της σύμβασης και επομένως είναι προετοιμασμένος, ενήμερος και δεν αιφνιδιάζεται ούτε παρενοχλείται. Στην περίπτωση αυτή ελλείπει το στοιχείο του απρόοπτου και του αιφνιδιασμού.
3. Όταν ο καταναλωτής έχει υποβάλλει προσφορά (πρόταση για κατάρτιση της σύμβασης), κατόπιν επισκέψεως του προμηθευτή χωρίς ρητή πρόσκληση εκ μέρους του καταναλωτή ή έπειτα από ρητή πρόσκληση του, εφόσον όμως στη περίπτωση αυτή (που έπεται ρητή πρόσκληση εκ μέρους του καταναλωτή) η πρόταση του καταναλωτή αφορά άλλα προϊόντα για τα οποία δεν γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει ότι και τα άλλα αυτά προϊόντα περιλαμβάνονται στις εμπορικές δραστηριότητες του προμηθευτή. Δηλαδή, κατ' εξαίρεση ο

³⁵ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

³⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 133 - 135

καταναλωτής προστατεύεται και αν ακόμα η σύμβαση καταρτίστηκε έπειτα από ρητή πρόσκληση του «εφόσον έχει αντικείμενο προϊόντα αλλά από εκείνα για τα οποία έγινε η πρόσκληση, εκτός εάν ο καταναλωτής γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει ότι και τα άλλα αυτά προϊόντα περιλαμβάνονται στις εμπορικές δραστηριότητες του προμηθευτή ή αν τα προϊόντα αυτά σχετίζονται άμεσα με τα προϊόντα για τα οποία έγινε η πρόσκληση». Έτσι κατά το πόσο έγινε η συγκεκριμένη σύμβαση εμπίπτει στο προστατευτικό πεδίο του νόμου, θα κριθεί με βάση δύο διαδοχικώς εφαρμοσμένα κριτήρια: ένα υποκειμενικό (η γνώση του καταναλωτή) και ένα αντικειμενικό (υπαίτια άγνοια). Όσον αφορά το υποκειμενικό στοιχείο, η γνώση θα κριθεί με βάση το συγκεκριμένο καταναλωτή, ο οποίος συνήψε τη συγκεκριμένη σύμβαση, θα ερευνηθεί δηλαδή αν ο συγκεκριμένος καταναλωτής γνώριζε ότι το συγκεκριμένο προϊόν εμπίπτει στο κύκλο δραστηριοτήτων του συγκεκριμένου προμηθευτή για παράδειγμα επειδή είχε συναλλαγή και στο παρελθόν μαζί του. Αν δεν γνώριζε τότε θα εξετασθεί τι όφειλε να γνωρίζει ενόψει της σχέσης του με ορισμένο κύκλο προσώπων ή λόγω του επαγγέλματος. Κριτήριο αποτελεί ο ορίζοντας προσδοκίας του μέσου, συνετού και έντιμου καταναλωτή του συγκεκριμένου κύκλου δραστηριοτήτων όπως αυτός προσδιορίζεται και προδιαγράφεται από την εμπειρία ή τις γνώσεις του αναφορικά και με το είδος ή τη χρήση ορισμένου προϊόντος. Έτσι, αν κατά τις κρατούσες στις συναλλαγές αντιλήψεις, τα προσφερόμενα προϊόντα σχετίζονται με αυτά για τα οποία ο προμηθευτής προσκλήθηκε, τότε ο συγκεκριμένος καταναλωτής όφειλε να γνώριζε ότι περιλαμβάνονται στις εμπορικές δραστηριότητες του προμηθευτή. Αντίθετα, αν δεν υπάρχει «σχέση» κατά την παραπάνω έννοια, τότε ελλείπει το στοιχείο της υπαιτιότητας. Με βάση δηλαδή τις κρατούσες στις συναλλαγές αντιλήψεις προσδιορίζεται το στοιχείο του αιφνιδιασμού που θέτει τον καταναλωτή σε μειονεκτική διαπραγματευτική θέση έναντι του προμηθευτή και τον καθιστά άξιο προστασίας με βάση τις ανωτέρω διατάξεις του νόμου.³⁷

3.2. Η έννοια των συμβάσεων από απόσταση

Σύμφωνα με τον Ν. 2251/1994, συμβάσεις από απόσταση ορίζονται οι συμβάσεις που αφορούν αγαθά ή υπηρεσίες και συνάπτονται στο πλαίσιο ενός συστήματος προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση, που οργανώνεται από τον προμηθευτή, χωρίς ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, ο οποίος χρησιμοποιεί, αποκλειστικά ένα ή περισσότερα μέσα τεχνικής επικοινωνίας από απόσταση μέχρι και τη σύναψη της σύμβασης. Κάθε προμηθευτής, ο οποίος προτίθεται να συνάπτει με τους καταναλωτές συμβάσεις από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών, υποχρεούται να ζητήσει την καταχώρισή του στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 3419/2005 – Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) και Εκσυγχρονισμός της Επιμελητηριακής Νομοθεσίας (άρθρο 3γ, ν.2251/1994).

Η πρόβλεψη του νομοθέτη για θέσπιση ειδικής ρύθμισης όσον αφορά τις συμβάσεις από απόσταση, οι οποίες μετονομάστηκαν σε «εμπορία από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών, πλην των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών» με το άρθρο 2 παρ. 1 της ΥΑ Ζ1-629 (ΦΕΚ Β' 720/30-05-2005), εξυπηρετεί κυρίως τον καταναλωτή, τα οικονομικά συμφέροντα του οποίου διατρέχουν σοβαρό κίνδυνο λόγω της έλλειψης της ταυτόχρονης φυσικής παρουσίας προμηθευτή και καταναλωτή και της κατ' επέκταση λεγόμενης «υστέρησης σε πληροφόρηση και διαπραγματευτική ισχύ».³⁸

Ειδικότερα, σύμφωνα με μία άποψη θεωρείται δεδομένη η έλλειψη ισορροπίας ανάμεσα στην πληροφόρηση για το πωλούμενο προϊόν ή την υπηρεσία που λαμβάνει ο

³⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 134

³⁸ Γιοβανόπουλος Ρ., 2008, σε *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό* (Επιμέλεια Αλεξανδρίδου Ελ), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 192

καταναλωτής και στην αντίστοιχη πληροφόρηση, την οποία διαθέτει ο προμηθευτής, λόγω της επαγγελματικής του ιδιότητας, της τεχνογνωσίας και της συχνότητας με την οποία εμφανίζονται οι συμβάσεις αυτού του είδους στις συναλλαγές. Ταυτόχρονα, προς τη θέσπιση ειδικής ρύθμισης συνάδει και η μειωμένη διαπραγματευτική ικανότητα του καταναλωτή σε σύγκριση με την οργανωμένη επιχείρηση του προμηθευτή, ο οποίος λόγω της μαζικότητας, της συχνότητας και της ταχύτητας του ίδιου είδους συναλλαγής, έχει αποκτήσει εξειδίκευση, ενώ συνήθως χρησιμοποιεί προδιατυπωμένους γενικούς όρους συναλλαγών (Γ.Ο.Σ), στους οποίους ο καταναλωτής προσχωρεί χωρίς να έχει την ευχέρεια να διαπραγματευτεί. Όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό κυρίως με το γεγονός ότι ο καταναλωτής δεν είναι σε θέση να εξετάσει το πράγμα εκ του φυσικού του, ώθησαν τον νομοθέτη να θεσπίσει ένα πλέγμα ειδικών διατάξεων.³⁹

Επομένως, με βάση τον παραπάνω ορισμό σύμφωνα με το ν.2251/1994 για να θεωρηθεί μια σύμβαση ως σύμβαση από απόσταση, πρέπει να πληροί τις παρακάτω προϋποθέσεις:

α) Η σύμβαση να αφορά αγαθό ή υπηρεσία. Ως "αγαθό" ορίζεται σύμφωνα με το νόμο, κάθε ενσώματο κινητό πράγμα, πλην των πραγμάτων τα οποία παλούνται στο πλαίσιο μέτρων αναγκαστικής εκτέλεσης ή με άλλο τρόπο από νόμιμη αρχή. Συμβάσεις που αφορούν αγαθά, σύμφωνα με το άρθρο 3, Ν.2251/1994, είναι κατά κύριο λόγο πωλήσεις κινητών πραγμάτων. Ως σύμβαση παροχής υπηρεσιών" ορίζεται κάθε σύμβαση πλην σύμβασης πώλησης βάσει της οποίας ο προμηθευτής παρέχει ή αναλαμβάνει να παράσχει υπηρεσία στον καταναλωτή, ο δε καταναλωτής καταβάλλει ή αναλαμβάνει να καταβάλει το τίμημα.

β) Ο προμηθευτής να έχει πάρει την πρωτοβουλία για σύναψη της σύμβασης. Έτσι, από τη συγκεκριμένη διάταξη νόμου, δεν ρυθμίζονται συμβάσεις από απόσταση, που συνάπτονται μετά από πρωτοβουλία του καταναλωτή, διότι η σύμβαση αυτή δεν θα είναι αποτέλεσμα επηρεασμού του καταναλωτή από τον προμηθευτή αλλά αποτέλεσμα ώριμης και συνάμα ελεύθερης σκέψης του καταναλωτή.

γ) Η πρόταση για σύναψη της σύμβασης, καθώς και η αποδοχή της πρέπει να διαβιβάζονται με ένα ή και περισσότερα τεχνικά μέσα π.χ. τηλέφωνο, τηλεόραση, ταχυδρομικές επιστολές, ραδιόφωνο κ.λ.π. χωρίς την άμεση επικοινωνία προμηθευτή και καταναλωτή. Στα τηλεπικοινωνιακά αυτά μέσα περιλαμβάνονται τα έντυπα με ή χωρίς παραλήπτη, οι τυποποιημένες επιστολές, τα διαφημιστικά έντυπα με στέλεχος παραγγελίας, οι κατάλογοι, το εικονοτηλέφωνο, η τηλεεικονογραφία (vidotext) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και η τηλεομοιοτυπία (fax).⁴⁰

δ) Η σύμβαση πρέπει να συνάπτεται στο πλαίσιο ενός συστήματος προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση.⁴¹ Ένα σύστημα προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση υφίσταται, όταν ο προμηθευτής δημιουργεί στην επιχείρηση του όλες τις απαραίτητες υποδομές, ώστε να μπορεί να δύναται ανα πάσα στιγμή με τρόπο μόνιμο και συστηματικό να διαπραγματεύεται και να συνάπτει συμβάσεις προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση .

³⁹ Λιβαδά Χρ.,2005,Η έννοια του προστατευτέου καταναλωτή σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 11/2005,1137 επ, Δέλλιος Γ., 2005, Προστασία των Καταναλωτών και Σύστημα Ιδιωτικού Δικαίου, ο καταναλωτής ως υποκείμενο έννομης προστασίας, Τόμος 1, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη, σελ 315

⁴⁰ Καράκωστας Ιωάννης Κ.,2004,Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή(Ν2251/1994),Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 155

⁴¹Γιοβανόπουλος Ρ., 2008, σε Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό- Κοινοτικό (Επιμέλεια Αλεξανδρίδου Ελ.,Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 191

3.3. Πεδίο εφαρμογής

Τα άρθρα 3 έως 4η, ν 2251/1994 για συμβάσεις πώλησης, συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και εξ αποστάσεως συμβάσεις, εφαρμόζονται, βάσει των όρων και στον βαθμό που ορίζεται στις διατάξεις τους, σε οποιαδήποτε σύμβαση συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή. Εφαρμόζονται επίσης σε συμβάσεις προμήθειας νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας ή τηλεθέρμανσης, μεταξύ άλλων και από δημόσιους παρόχους, στον βαθμό που τα προϊόντα αυτά παρέχονται σε συμβατική βάση.

Οι διατάξεις των άρθρων 3 έως 4η ισχύουν με την επιφύλαξη ειδικότερων ενωσιακών πράξεων ή εναρμονισμένων προς αυτές εθνικών διατάξεων που ρυθμίζουν ειδικούς τομείς.⁴²

3.3.1. Εξαιρούμενες συμβάσεις από το νόμο

Σύμφωνα με τα άρθρα 3 έως 4η, ν.2251/1994, οι διατάξεις του νόμου δεν εφαρμόζονται στις παρακάτω περιπτώσεις:

α) για κοινωνικές υπηρεσίες που σχετίζονται με την κοινωνική στέγαση, την παιδική μέριμνα και τη στήριξη των οικογενειών και των ατόμων που έχουν μονίμως ή προσωρινώς ανάγκη, περιλαμβανομένης της μακροπρόθεσμης μέριμνας·

β) για υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης όπως ορίζεται στο άρθρο 3 (α) του ν. 4213/2013 (ΦΕΚ Α' 261) «Προσαρμογή της εθνικής νομοθεσίας στις διατάξεις της Οδηγίας 2011/24/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 9ης Μαρτίου 2011 περί εφαρμογής των δικαιωμάτων των ασθενών στο πλαίσιο της διασυνοριακής υγειονομικής περίθαλψης (L 88/45/ 4.4.2011) και άλλες διατάξεις», είτε παρέχονται μέσω υγειονομικών εγκαταστάσεων είτε όχι

γ) για δραστηριότητες τζόγου, που περιλαμβάνουν τυχερά παιχνίδια στα οποία ο παίκτης ποντάρει χρηματικά, περιλαμβανομένων των λαχειοφόρων αγορών, τα παιχνίδια σε καζίνα και τις συναλλαγές που αφορούν στοιχήματα·

δ) για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, οι οποίες ρυθμίζονται αποκλειστικά από το άρθρο 4θ του ν.2251/1994.

ε) για τη δημιουργία, απόκτηση ή μεταβίβαση δικαιωμάτων επί ακινήτων ή δικαιωμάτων εντός ακίνητης περιουσίας. Αυτές οι συμβάσεις λόγω μεγάλης οικονομικής σημασίας καταρτίζονται κατόπιν ώριμης σκέψης του καταναλωτή και απαιτούν συμβολαιογραφικό έγγραφο. Ωστόσο, η εξαίρεση θα πρέπει να αφορά αυστηρά και μόνο περιπτώσεις κατά τις οποίες η παροχή.

στ) για την κατασκευή νέων κτηρίων, τη ριζική μετατροπή υφιστάμενων κτηρίων και τη μίσθωση στέγης ως κατοικίας·

ζ) οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Προεδρικού Διατάγματος 339/96 (Α' 225) «Περί οργανωμένων ταξιδιών, σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 90/314/ΕΟΚ (ΕΕL 158/59) για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις»·

η) οι οποίες, σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, καταρτίζονται με δημόσιο τύπο·

θ) για την προμήθεια τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών που προορίζονται για τρέχουσα κατανάλωση στο πλαίσιο του νοικοκυριού και τα οποία παραδίδονται από τον προμηθευτή σε συχνή και τακτική βάση στο σπίτι, την κατοικία ή τον χώρο εργασίας του καταναλωτή.⁴³ Οι

⁴² Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3α, παρ. 1

⁴³ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3α, παρ. 3

συγκεκριμένες συμβάσεις αναφέρονται σε αγαθά αναλώσιμα που δεν διατηρούνται για μεγάλο χρονικό διάστημα και συνεπώς λόγω της προθεσμίας υπαναχώρησης δεν είναι δυνατό να εφαρμοστούν οι διατάξεις του γιατί σε περίπτωση υπαναχώρησης ο προμηθευτής δεν θα μπορούσε να διαθέσει αλλού το προϊόν αυτό. Η εξαίρεση αυτή πηγάζει κυρίως από το γεγονός ότι ο καταναλωτής συνήθως εξυπηρετείται παρά επιβαρύνεται, ο οποίος κατά κανόνα διαθέτει τις στοιχειώδεις γνώσεις σχετικά με τα συγκεκριμένα προϊόντα. Επιπλέον λόγω του αναλώσιμου του χαρακτήρα τους, είναι πρακτικά αδύνατον να ασκηθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης.⁴⁴

ι) για υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών, με την εξαίρεση του άρθρου 3δ παράγραφος 2 και των άρθρων 4γ και 4στ·

ια) οι οποίες συνάπτονται μέσω αυτόματων μηχανών πώλησης ή εμπορικών καταστημάτων αυτόματης πώλησης, όπου ο πελάτης εξυπηρετείται μόνος του από τη συσκευή που διαθέτει συνήθως κερματοδέκτη με την καταβολή κάποιου τιμήματος (π.χ. αυτόματοι διανομείς εισιτηρίων, αναψυκτικών) ή όπου δεν υπάρχει προσωπικό και ο πελάτης εξυπηρετείται μόνος του από τις συσκευές αυτόματης πληρωμής και παράδοσης προϊόντων (π.χ. κοινόχρηστα πλυντήρια ρούχων)⁴⁵

ιβ) οι οποίες συνάπτονται με τηλεπικοινωνιακούς φορείς μέσω δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων για τη χρήση αυτών ή οι οποίες συνάπτονται για τη χρήση μιας μοναδικής κλήσης που πραγματοποιεί ο καταναλωτής μέσω τηλεφώνου, διαδικτύου ή τηλεομοιοτυπίας.

ιγ) Οι διατάξεις των άρθρων 3 έως 4η δεν εφαρμόζονται σε εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις για τις οποίες ο καταναλωτής καταβάλλει ποσό που δεν υπερβαίνει τα 30 ευρώ.⁴⁶

3.4. Μέσα προστασίας καταναλωτή σε συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος

Τόσο η Κοινοτική όσο και η Ελληνική νομοθεσία έχουν λάβει μέτρα που προστατεύουν τον καταναλωτή κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος ή εξ αποστάσεως. Τα σημαντικότερα μέσα προστασίας του καταναλωτή, όπως αυτά προβλέπονται από το άρθρο 4, ν.2251/1994 σε εξ' αποστάσεως συμβάσεις, είναι δύο:

α) Η εκτενής πληροφόρηση και

β) Το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή.

Πιο αναλυτικά :

3.4.1 Υποχρέωση ενημέρωσης και τήρησης έγγραφου τύπου

Ο μεγαλύτερος κίνδυνος για τον καταναλωτή κατά τη κατάρτιση συμβάσεων είτε από απόσταση είτε εκτός εμπορικού καταστήματος είναι αυτός της ανεπαρκούς πληροφόρησης, μιας και ο καταναλωτής δεν έχει τη δυνατότητα να δει από κοντά το προϊόν και να λάβει γνώση των χαρακτηριστικών του (εξ αποστάσεως συμβάσεις) ή λαμβάνεται εξ απροόπτου και αιφνιδιάζεται από τον προμηθευτή (εκτός εμπορικού καταστήματος).

⁴⁴ Αλεξανδρίδου Ελ., 1996, *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό*, εκδόσεις Σάκκουλα, Θεσσαλονίκη, σελ.112

⁴⁵ Γιοβανόπουλος Ρ., 2008, σε *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό- Κοινοτικό* (Επιμέλεια Αλεξανδρίδου Ελ., Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 193

⁴⁶ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3α, παρ. 3

Σύμφωνα με το άρθρο 3β, παρ.1, και 3γ, παρ.1 του ν.2251/1994 οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος ή εξ αποστάσεως είναι άκυρες υπέρ του καταναλωτή όταν δεν αναφέρονται τα παρακάτω, τα οποία πρέπει να παρέχονται πριν ακόμα δεσμευτεί ο καταναλωτής, δηλαδή κατά το προσυμβατικό στάδιο :

α) τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών,

β) την ταυτότητα του προμηθευτή, λόγου χάρη την εμπορική επωνυμία του

γ) τη γεωγραφική διεύθυνση όπου ο προμηθευτής είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό τηλεφώνου του προμηθευτή, τον αριθμό τηλεομοιοτυπίας και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του, εάν υπάρχει, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να επικοινωνήσει με τον προμηθευτή γρήγορα και αποτελεσματικά και, κατά περίπτωση, τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του προμηθευτή για λογαριασμό του οποίου ενεργεί

δ) τη γεωγραφική διεύθυνση της εμπορικής έδρας του προμηθευτή και, όπου ενδείκνυται, τη διεύθυνση του προμηθευτή για λογαριασμό του οποίου ενεργεί, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τυχόν παράπονά του

ε) τη συνολική τιμή των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων του Φ.Π.Α. και κάθε άλλου τέλους, ή αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή, καθώς και, όπου τυγχάνει εφαρμογής, όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου και κάθε άλλη δαπάνη ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις. Σε περίπτωση σύμβασης αορίστου χρόνου ή σύμβασης που περιλαμβάνει συνδρομή, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Εάν οι συμβάσεις αυτές επιβαρύνονται με σταθερή τιμή, η συνολική τιμή σημαίνει επίσης τη συνολική μηνιαία δαπάνη. Εάν η συνολική δαπάνη δεν μπορεί ευλόγως να υπολογισθεί εκ των προτέρων, περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η τιμή πρόκειται να υπολογιστεί

στ) το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων,

ζ) τις διευθετήσεις πληρωμής, παράδοσης, εκτέλεσης, της προθεσμίας εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες και, όπου τυγχάνει εφαρμογής, της πολιτικής που εφαρμόζει ο προμηθευτής για την αντιμετώπιση των παραπόνων,

η) όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος, καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο Παράρτημα και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του Ν. 2251/1994,

θ) ότι ο καταναλωτής θα επιβαρυνθεί με τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών σε περίπτωση υπαναχώρησης και, για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, εάν τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικώς, τη δαπάνη επιστροφής τους

ι) σε περίπτωση που ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού, ότι ο καταναλωτής δεσμεύεται να καταβάλει το εύλογο κόστος στον προμηθευτή σύμφωνα με το άρθρο 3ι παράγραφος 3⁴⁷

⁴⁷ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3β, παρ. 1

ια) όταν δεν παρέχεται δικαίωμα υπαναχώρησης, την πληροφορία ότι ο καταναλωτής δεν θα έχει δικαίωμα υπαναχώρησης ή, κατά περίπτωση, τις περιστάσεις υπό τις οποίες ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμά του υπαναχώρησης

ιβ) υπενθύμιση της ύπαρξης της ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα

ιγ) την ύπαρξη και τους όρους εφαρμογής υπηρεσιών υποστήριξης

ιδ) την ύπαρξη σχετικών κωδίκων συμπεριφοράς, όπως ορίζονται στο άρθρο 9α περίπτωση στ) του Ν. 2251/94, και του τρόπου απόκτησης αντιγράφων τους, κατά περίπτωση

ιε) τη διάρκεια της σύμβασης ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης

ιστ) την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης

ιζ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, την ύπαρξη και τους όρους κατάθεσης χρημάτων ή άλλων χρηματοοικονομικών εγγυήσεων που πρέπει να καταβληθούν ή να παρασχεθούν από τον καταναλωτή όποτε το ζητήσει ο προμηθευτής·

ιη) τις δυνατότητες λειτουργίας του ψηφιακού περιεχομένου, μαζί με τα ισχύοντα τεχνικά μέτρα προστασίας

ιθ) κάθε τυπική διαλειτουργικότητα ψηφιακού περιεχομένου με υλισμικό και λογισμικό της οποίας ο προμηθευτής έχει γνώση ή ευλόγως αναμένεται να έχει γνώση

κ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης, στον οποίο υπάγεται ο προμηθευτής, καθώς και τους τρόπους πρόσβασης σε αυτόν.⁴⁸

Η υποχρεωτική ενημέρωση των παραπάνω πληροφοριών ισχύει επίσης για συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται πάνω σε υλικό μέσο.⁴⁹

Σε περίπτωση σύναψης συμβάσεως εκτός εμπορικού καταστήματος, ο προμηθευτής οφείλει να παράσχει τις πληροφορίες αυτές εγγράφως ή εάν συμφωνεί ο καταναλωτής σε άλλο σταθερό μέσο. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι ευανάγνωστες και διατυπωμένες σε απλή και κατανοητή γλώσσα.⁵⁰

Στην περίπτωση σύναψης μιας εξ αποστάσεως σύμβασης, πριν από την τροποποίηση του νόμου, το άρθρο 4 παρ. 9 απαιτούσε έγγραφη ενημέρωση του καταναλωτή, δηλαδή απαιτούνταν μονομερή έγγραφο συστατικό τύπου, για να είναι έγκυρες. Μετά όμως, και την τελευταία τροποποίηση του νόμου με το ν.3587/2007 κατέστη σαφές, ότι η εγκυρότητα των συμβάσεων από απόσταση δεν είναι δυνατόν να εξαρτάται από την έγγραφη ενημέρωση του καταναλωτή από τη μεριά του προμηθευτή καθώς είναι δυνατόν να ενημερωθεί και με άλλο σταθερό μέσο επικοινωνίας.⁵¹

Οι πληροφορίες αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της σύμβασης και δεν μεταβάλλονται πλην ρητής συμφωνίας των συμβαλλόμενων μερών. Εάν ο προμηθευτής δεν τηρήσει τις υποχρεώσεις ενημέρωσης που προβλέπονται στο παρόν άρθρο η σύμβαση είναι άκυρη υπέρ

⁴⁸ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3β, παρ. 1

⁴⁹ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3β, παρ. 2

⁵⁰ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3γ, παρ. 1

⁵¹ Δεσποτίδου Α., «Ζητήματα Προστασίας του Καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση κατά το άρθρο 4 ν.2251/1994», *ΕπισκεΔ* 2005, 563επ

του καταναλωτή (άρθρο 3β § 9 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Ο καταναλωτής που δεν ενημερώθηκε για κάποιο από τα ανωτέρω στοιχεία ή ενημερώθηκε ελλιπώς, δύναται να επικαλεσθεί την ακυρότητα της σύμβασης. Η ακυρότητα είναι σχετική υπέρ του καταναλωτή. Αυτό σημαίνει ότι μόνο ο καταναλωτής, ο οποίος δεν έλαβε την απαιτούμενη από το νόμο πληροφόρηση, μπορεί να επικαλεσθεί την ακυρότητα της σύμβασης, όχι όμως ο προμηθευτής.⁵²

Επιπλέον, εάν ο προμηθευτής δεν έχει τηρήσει τις υποχρεώσεις ενημέρωσης για τις πρόσθετες επιβαρύνσεις ή άλλες δαπάνες ή για τις δαπάνες επιστροφής των αγαθών, ο καταναλωτής δεν πληρώνει τις εν λόγω επιβαρύνσεις ή δαπάνες.⁵³

Σημαντικό είναι να αναφέρουμε αν ο καταναλωτής δεν λάβει γραπτώς και σε εύλογο χρονικό διάστημα τις ανωτέρω πληροφορίες καθώς και το έντυπο-υπόδειγμα της δήλωσης υπαναχώρησης, τότε η σύμβαση είναι άκυρη και ότι ακόμη κι αν τηρηθεί ο έγγραφος τύπος της σύμβασης, η σύμβαση είναι άκυρη σε περίπτωση που το έγγραφο αυτό περιέχει αναληθή ή ελλιπή στοιχεία. Την ακυρότητα μπορεί να την επικαλεσθεί μόνο ο καταναλωτής.

Ως προς την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημέρωσης που ορίζονται στα άρθρα 3β έως 3ιβ, το βάρος της απόδειξης το έχει ο προμηθευτής.⁵⁴

Εκτέλεση της σύμβασης

Για την αποδοχή της σύμβασης από τον καταναλωτή δεν απαιτείται έγγραφος τύπος. Η διαβίβαση της αποδοχής μπορεί να γίνει με τη χρησιμοποίηση τεχνικών μέσων. Οι δαπάνες της επικοινωνίας από απόσταση για την διαβίβαση της αποδοχής βαρύνουν τον προμηθευτή, εκτός αν η πρόταση για σύναψη της σύμβασης προβλέπει το αντίθετο.⁵⁵ Από την αποδοχή της σύμβασης από τον καταναλωτή αρχίζει η εκτέλεση της. Όσον αφορά την προθεσμία εκτέλεσης της σύμβασης, όταν αυτήν δεν αναφέρεται στη πρόταση για σύναψη της σύμβασης, ο νόμος ορίζει ότι η παροχή πρέπει να παρασχεθεί εντός τριάντα (30) ημερών μετά τη λήψη της παραγγελίας από τον προμηθευτή. Ενδεχόμενος προσδιορισμός άλλης προθεσμίας είναι νόμιμος αλλά υπόκεινται σε έλεγχο καταχρηστικότητας σύμφωνα με το άρθρο 2, Ν. 2251/1994.

Σε περίπτωση που ο προμηθευτής δεν δύναται να παραδώσει το αγαθό ή να παράσχει την υπηρεσία που του παραγγέλθηκε, μπορεί να προμηθεύσει κάποιο ισότιμο ή ισοδύναμο αγαθό ή υπηρεσία ίδιας τιμής και ποιότητας. Οφείλει όμως, να ενημερώσει τον καταναλωτή εγγράφως ότι μπορεί να επιστρέψει το προϊόν ή την υπηρεσία υποκατάστασης, σε περίπτωση που δεν μείνει ικανοποιημένος. Σύμφωνα με τις αρχές καλής πίστης, ο καταναλωτής έχει την υποχρέωση να επιστρέψει το προϊόν ή να αρνηθεί την υπηρεσία μέσα σε εύλογη χρονική περίοδο ανάλογης με την προθεσμία υπαναχώρησης από τη σύμβαση. Σε περίπτωση επιστροφής, σύμφωνα με τον νόμο, τα έξοδα βαρύνουν τον καταναλωτή.⁵⁶

⁵² <http://lawandtech.eu/2014/06/05/e-commerce-2/>

⁵³ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3β, παρ. 6

⁵⁴ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 3β, παρ. 8

⁵⁵ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 160

⁵⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 164-165

3.4.2. Δικαίωμα Υπαναχώρησης

Το μειονέκτημα στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος ή από απόσταση οφείλεται στο γεγονός ότι, ο καταναλωτής λαμβάνεται εξ απορόπτου χωρίς να του παρέχεται η δυνατότητα ώριμης σκέψης ή δεν έρχεται σε άμεση επαφή και γνώση των χαρακτηριστικών των αγαθών ή των υπηρεσιών, για τα οποία του προτείνεται από τον προμηθευτή να καταρτίσει σύμβαση. Το μειονέκτημα αυτό αντισταθμίζεται με τη παροχή ενός δικαιώματος στον καταναλωτή για να ανατρέψει τη συμφωνία εντός όμως ενός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος. Το δικαίωμα υπαναχώρησης ασκείται με μονομερή απευθυντέα δήλωση του καταναλωτή και δεν απαιτείται να περιέχει αιτιολογία. Η δήλωση υπαναχώρησης δεν είναι απαραίτητο να περιβληθεί τον έγγραφο τύπο.

Στις συμβάσεις που συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος ή από απόσταση, το δικαίωμα του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση (η οποία όμως πρέπει να έχει συναφθεί εγκύρως) αποτελεί το βασικότερο μέτρο προστασίας του. Το δικαίωμα αυτό μπορεί να το ασκήσει ο καταναλωτής με δήλωση βούλησης του προς τον προμηθευτή. Μάλιστα ο καταναλωτής μπορεί να ασκήσει την υπαναχώρηση αναιτιολογήτως, χωρίς να δηλώνει οποιοδήποτε λόγο υπαναχώρησης, χωρίς καμιά εξήγηση, απλώς και μόνο επειδή αυτή είναι η βούληση του.

Σύμφωνα με το ν.2251/1994, ο καταναλωτής-συναλλασσόμενος μπορεί να ζητήσει να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση αναιτιολογήτως, μέσα σε ρητή προθεσμία δεκατεσσάρων ημερολογιακών ημερών, η οποία προθεσμία για τα αγαθά αρχίζει από την παραλαβή τους και για τις υπηρεσίες από την παραλαβή των εγγράφων που ενημερώνουν τον καταναλωτή ότι έχει συναφθεί η σύμβαση.

Ο νόμος 2251/1994 όπως ισχύει με τις τελευταίες τροποποιήσεις, εισήγαγε για πρώτη φορά το υπόδειγμα έντυπο υπαναχώρησης, το οποίο παρατίθεται και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του.⁵⁷

Υπόδειγμα Εντύπου Υπαναχώρησης

(συμπληρώστε και επιστρέψτε το παρόν έντυπο μόνο εάν επιθυμείτε να υπαναχωρήσετε από τη σύμβαση)

- Προς [ο προμηθευτής οφείλει να αναγράψει εδώ το όνομά του, τη γεωγραφική του διεύθυνση και, εάν υπάρχει, τον αριθμό της τηλεομοιοτυπίας του και τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου]:
- Γνωστοποιώ/Γνωστοποιούμε (*) με την παρούσα ότι υπαναχωρώ/υπαναχωρούμε (*) από τη σύμβασή μου/μας (*) πώλησης των ακόλουθων αγαθών (*)/παροχής της ακόλουθης υπηρεσίας (*)
- Που παραγγέλθηκε(–αν) στις (*)/που παρελήφθη(–σαν) στις (*)
- Όνομα καταναλωτή(–ών)
- Διεύθυνση καταναλωτή(–ών)
- Υπογραφή καταναλωτή(–ών) (μόνο εάν το παρόν έντυπο κοινοποιηθεί σε χαρτί)
- Ημερομηνία

(*) Διαγράφεται η περιττή ένδειξη

⁵⁷ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

A) Άσκηση Δικαιώματος Υπαναχώρησης

Για την άσκηση του δικαιώματος αυτού δεν απαιτείται να χρησιμοποιηθεί το έντυπο υπόδειγμα καθώς η δήλωση υπαναχώρησης είναι έγκυρη άνομη και αν γίνεται προφορικά. Η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης με συστημένη επιστολή όπως προβλέπει ο νόμος έχει καθαρά και μόνο αποδεικτικό χαρακτήρα και σύμφωνα με τις αρχές καλής πίστης πρέπει να αποσταλεί πριν τη λήξη προθεσμίας της υπαναχώρησης⁵⁸. Έτσι, πριν από τη λήξη της προθεσμίας υπαναχώρησης, ο καταναλωτής ενημερώνει τον προμηθευτή για την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Προς τον σκοπό αυτό, ο καταναλωτής δύναται:

α) είτε να χρησιμοποιήσει το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο τμήμα Β του Παραρτήματος του Ν. 2251/1994 και να σταλεί με συστημένη επιστολή

β) είτε να κάνει οποιαδήποτε άλλη σαφή δήλωση που να παρουσιάζει την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Γ) είτε να υποβάλλει με άλλο σταθερό μέσο το οποίο τίθεται στη διάθεσή του από τον προμηθευτή, όπως λόγω χάρη με ηλεκτρονική επιστολή (άρθρα 4 § 10 και 11 Ν. 2251/1994 και 3ζ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).⁵⁹

Γενικότερα, από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν χωρεί παραίτηση του καταναλωτή αλλά ούτε δυσχέραση της άσκησης του για ακυρότητα της σύμβασης. Επίσης άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης πριν την έναρξη της προθεσμίας είναι θεμιτή και δεν έρχεται σε αντίθεση με τον νόμο. Αν ο καταναλωτής δεν ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης μέσα στη προθεσμία των 14 ημερών, το δικαίωμα αποσβεννύεται. Το ίδιο ισχύει και αν περάσει άπρακτη η προθεσμία των 12 μηνών με τη μόνη διαφορά ότι στη περίπτωση αυτή, ο καταναλωτής εξακολουθεί να έχει τη δυνατότητα να λυθεί από την εξ' αποστάσεως σύμβαση ζητώντας την ακύρωση της εφόσον ο προμηθευτής δεν εκπλήρωσε κατά τη διάρκεια των δώδεκα μηνών την υποχρέωση πληροφόρησης.

Με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, η σύμβαση λύεται και τερματίζουν οι υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων μερών για την σύναψη της σύμβασης, ακόμα και όταν η προσφορά έγινε από τον καταναλωτή.

Ο καταναλωτής φέρει το βάρος της απόδειξης ότι άσκησε το δικαίωμα υπαναχώρησης δυνάμει του παρόντος άρθρου.⁶⁰

I) Υποχρεώσεις του προμηθευτή σε περίπτωση υπαναχώρησης

Σε περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από τον καταναλωτή σύμφωνα με τα παραπάνω, ο προμηθευτής υποχρεούται να επιστρέψει τα ποσά που της κατέβαλε ο καταναλωτής, συμπεριλαμβανομένων των δαπανών μεταφοράς, με τα ίδια μέσα,

⁵⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 146 και 161

⁵⁹ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

⁶⁰ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 3ζ, παρ. 4

που χρησιμοποιήθηκαν για την πληρωμή, εντός δέκα τεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών από την ημέρα της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης ή μέχρι την επιστροφή των αγαθών (άρθρα 4 § 10 και 11 Ν. 2251/1994 και 3ι της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Η ρύθμιση αυτή είναι ιδιαίτερος ευνοϊκή για τον καταναλωτή γιατί μετά την πάροδο των 14 ημερών μπορεί να ζητήσει τόκους υπερημερίας χωρίς προηγουμένως να απαιτείται όχληση του προμηθευτή.

Επιπλέον, εάν ο καταναλωτής ρητώς είχε επιλέξει τρόπο παράδοσης άλλο από τον φθηνότερο τυποποιημένο τρόπο παράδοσης που προσφέρει ο προμηθευτής, τότε ο τελευταίος δεν είναι υποχρεωμένος να επιστρέψει πρόσθετες δαπάνες παράδοσης.

Εάν ο προμηθευτής προσφέρθηκε να παραλάβει ο ίδιος τα αγαθά, ο προμηθευτής μπορεί να παρακρατήσει την επιστροφή του τιμήματος μέχρι να λάβει πίσω τα αγαθά ή μέχρι ο καταναλωτής να παράσχει αποδείξεις ότι έστειλε πίσω τα αγαθά, όποιο από τα δύο συμβεί πρώτο.⁶¹

II) Υποχρεώσεις του καταναλωτή σε περίπτωση υπαναχώρησης

Ο καταναλωτής υποχρεούται να αποστείλει τα προς επιστροφή αγαθά εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ανακοίνωσε στην επιχείρηση την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Ο καταναλωτής υποχρεούται να επιστρέψει το αγαθό στην αρχική του κατάσταση. Η επιστροφή του αγαθού οφείλει να γίνει μέσα σε εύλογο χρόνο από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλιώς ο προμηθευτής δικαιούται να αρνηθεί την παραλαβή του αγαθού και να παρακρατήσει το τίμημα. Ο καταναλωτής επιβαρύνεται με το κόστος επιστροφής των αγαθών. Εφόσον όμως τα αγαθά έχουν παραδοθεί στην οικία του καταναλωτή τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης και πρόκειται για αγαθά που από τη φύση τους δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς, η επιχείρηση έχει την υποχρέωση να συλλέγει τα αγαθά με δικά της έξοδα από την οικία του καταναλωτή (άρθρο 3ι § 1 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλην εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών (άρθρο 3ι § 2 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Επομένως, τυχόν άνοιγμα των συσκευασιών των αγαθών από τον καταναλωτή δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αιτιολογία για την άρνηση του δικαιώματος υπαναχώρησης από την πλευρά της επιχείρησης.⁶²

B) Προθεσμία Άσκησης Υπαναχώρησης

Σύμφωνα με τον νόμο ο καταναλωτής έχει δικαίωμα υπαναχώρησης που ασκείται με συστημένη επιστολή μέσα σε 14 ημερολογιακές ημέρες από την παραλαβή του εγγράφου της σύμβασης ή από τυχόν μεταγενέστερη παραλαβή του προϊόντος, εκτός αν στη σύμβαση προβλέπεται μακρύτερη προθεσμία.

Σύμφωνα με τα παραπάνω η προθεσμία αρχίζει εφόσον έχουν συντελεστεί τόσο η παράδοση του προϊόντος όσο και παράδοση του σχετικού εγγράφου της σύμβασης. Ειδικότερα:

⁶¹ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

⁶² <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

- Ü Αν έχει παραδοθεί το προϊόν αλλά το έγγραφο της σύμβασης δεν έχει παραδοθεί, η προθεσμία άσκησης υπαναχώρησης αρχίζει από τη χρονική στιγμή παράδοσης του σχετικού εγγράφου. Ας σημειωθεί ότι η υπαναχώρηση πριν από την παράδοση του σχετικού εγγράφου σύμβασης δεν θεωρείται ουσιαστική διότι η σύμβαση δεν θεωρείται καταρτισθείσα λόγω έλλειψης συστατικού τύπου.
- Ü Αν έχει παραδοθεί το έγγραφο της σύμβασης αλλά δεν έχει παραδοθεί το προϊόν, η προθεσμία υπαναχώρησης θα αρχίσει από την χρονική στιγμή παράδοσης του προϊόντος. Μόνο αν ο καταναλωτής παραλάβει το προϊόν θα έχει την δυνατότητα να το ελέγξει ως προς την ποιότητα που του υποσχέθηκε ο προμηθευτής. Βέβαια ο καταναλωτής μπορεί να υπαναχωρήσει και πριν την έναρξη της προθεσμίας (παραλαβή προϊόντος). Σε περιπτώσεις συμβάσεων, εκτός εμπορικού καταστήματος, παροχής υπηρεσιών η προθεσμία άσκησης δικαιώματος υπαναχώρησης αρχίζει από την παραλαβή του εγγράφου της σύμβασης. Ας σημειωθεί ότι η άσκηση υπαναχώρησης μετά την παροχή-εκτέλεση υπηρεσιών δεν είναι δυνατή. Από την χρονική στιγμή που θα παρέλθει η προθεσμία υπαναχώρησης και ο καταναλωτής δεν έχει δηλώσει επιθυμία υπαναχώρησής του από την σύμβαση, τότε δεσμεύεται και μπορεί να αποδεσμευτεί.⁶³

Επομένως, η έναρξη της προθεσμίας υπαναχώρησης ορίζεται

- α) από την ημερομηνία σύναψης της σύμβασης, για τις συμβάσεις υπηρεσιών
- β) για τις συμβάσεις πώλησης, από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή των αγαθών, ή την φυσική κατοχή του τελευταίου αγαθού σε περίπτωση παραγγελίας πολλών αγαθών, ή την φυσική κατοχή της τελευταίας παρτίδας ή τεμαχίου σε περίπτωση παραγγελιών πολλών αγαθών σε παρτίδες ή τεμάχια.

Όπως προαναφέρθηκε ο προμηθευτής έχει την υποχρέωση βάσει του νόμου να ενημερώσει τον καταναλωτή εκ των προτέρων, πριν καταρτιστεί η σύμβαση σχετικά με τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και την διαδικασία άσκησης του δικαιώματος της υπαναχώρησης. Εάν δεν έχει ενημερώσει τον καταναλωτή και δεν έχει χορηγήσει υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης, τότε η προθεσμία υπαναχώρησης δεν είναι 14ήμερη αλλά επιμηκύνεται για άλλους 12 μήνες μετά την πάροδο της προθεσμίας υπαναχώρησης (άρθρο 3στ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).⁶⁴

Εάν ο προμηθευτής έχει παράσχει στον καταναλωτή όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες εντός 12 μηνών, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημερολογιακές ημέρες από την ημέρα που ο καταναλωτής λαμβάνει τις εν λόγω πληροφορίες.

Κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης ο καταναλωτής υποχρεούται να λάβει οποιοδήποτε μέτρο φύλαξης του αγαθού και διατήρησης του εις το ακέραιο. Εάν το προϊόν καταστραφεί είτε από δόλο είτε από αμέλεια του καταναλωτή τότε αυτός, δεν δικαιούται να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

⁶³ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 147

⁶⁴ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

Γ) Εξαιρέσεις από το Δικαίωμα Υπαναχώρησης

Κατ' εξαίρεση, ο καταναλωτής δεν έχει το δικαίωμα υπαναχώρησης στις ακόλουθες περιπτώσεις συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος (άρθρο 3ιβ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013) :

- Συμβάσεις υπηρεσιών μετά την πλήρη παροχή της υπηρεσίας, εάν η εκτέλεση άρχισε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, και με την εκ μέρους του αναγνώριση ότι θα απωλέσει το δικαίωμά του υπαναχώρησης μόλις η σύμβαση εκτελεσθεί πλήρως από τον προμηθευτή.
- Την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει η επιχείρηση και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης.
- Την προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων.
- Την προμήθεια αγαθών τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα.
- Την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση.
- Την προμήθεια αγαθών τα οποία, μετά την παράδοση, λόγω της φύσης τους, είναι αναπόσπαστα αναμειγμένα με άλλα στοιχεία.
- Την προμήθεια εφημερίδων και παντός είδους περιοδικών, εξαιρουμένων των συνδρομητικών συμβάσεων για την προμήθεια αυτών των εντύπων.
- Την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο, εάν η εκτέλεση ξεκίνησε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και την επιβεβαίωση εκ μέρους του ότι χάνει έτσι το δικαίωμά του υπαναχώρησης.⁶⁵

3.5. Καταβολή τιμήματος

Σε ότι αφορά η καταβολή τιμήματος, οι διατάξεις του άρθρου 3ε παρ. 4 αναφέρουν ότι «απαγορεύεται η είσπραξη όλου ή μέρους του τιμήματος ακόμη και με τη μορφή αρραβώνα, εγγυοδοσίας, έκδοσης ή αποδοχής αξιόγραφων ή με άλλη μορφή κατά τη διάρκεια προθεσμίας υπαναχώρησης». Δηλαδή, γεννάται υποχρέωση και των δυο συμβαλλόμενων μερών στη σύμβαση, για ταυτόχρονη εκπλήρωση των παροχών τους. Ο προμηθευτής υποχρεούται σε παράδοση των παραγγελθέντων αγαθών ή τη παροχή υπηρεσιών και ταυτόχρονα ο καταναλωτής υποχρεούται σε καταβολή του τιμήματος κατά τη στιγμή της παράδοσης. Ο προμηθευτής συνεπώς δεν έχει κατά ανώτερο χρονικό διάστημα αξίωση για το τίμημα έναντι του καταναλωτή ακόμη και αν μεταξύ τους έχει συμφωνηθεί διαφορετικά. Αντίθετα, σύμφωνα με το νόμο ο προμηθευτής υποχρεώνεται να εκπληρώσει πρώτος την παροχή του (παράδοση αγαθών-παροχή υπηρεσιών) και εν συνεχεία ο καταναλωτής μετά την πάροδο της προθεσμίας υπαναχώρησης να καταβάλλει το τίμημα. Σύμφωνα όμως με τα συναλλακτικά ήθη και τις αρχές καλής πίστης, σε περίπτωση που ο προμηθευτής έχει παραδώσει στον καταναλωτή, ήδη πριν την κατάρτιση της σύμβασης και την παράδοση του εγγράφου, δείγμα του προϊόντος προς εξέταση δεν υποχρεώνεται σε

⁶⁵ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

προεκπλήρωση αλλά μπορεί να παραδώσει το αντικείμενο της σύμβασης μετά την παρέλευση της προθεσμίας υπαναχώρησης η οποία εν προκειμένω αρχίζει με την παράδοση του εγγράφου.⁶⁶

3.6. Προστασία της ιδιωτικής ζωής του καταναλωτή

Τα μέσα τεχνικής επικοινωνίας που χρησιμοποιεί ο προμηθευτής πρέπει να χρησιμοποιούνται με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην προσβάλλουν σε καμιά περίπτωση την ιδιωτική ζωή του καταναλωτή (π.χ. τηλεφωνήματα σε ακατάλληλες ημέρες και ώρες, ενόχληση στον εργασιακό χώρο κτλ). Η προστασία της ιδιωτικής ζωής του καταναλωτή εντάσσεται στην ευρύτερη προστασία της προσωπικότητας του ανθρώπου (άρθρο 57 ΑΚ). Τυχόν παραβίαση της προσδίδει στον καταναλωτή αφενός αξίωση άρση της προσβολής και παράλειψης της στο μέλλον, και αφετέρου αξίωση αποκατάστασης της υφιστάμενης ζημιάς καθώς και χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης.⁶⁷

3.7. Υποχρέωση φύλαξης του προϊόντος

Ο νόμος 2251/1994 άρθρο 3 παρ. 6 ορίζει ότι «ο καταναλωτής δεν έχει υποχρέωση φύλαξης ή επιστροφής του προϊόντος που του έστειλε ο προμηθευτής για δοκιμή ή εξέταση ή ως δείγμα εκτός αν το ζήτησε ο ίδιος ή συμφωνήθηκε διαφορετικά». Αναλυτικά:

- Σε περίπτωση που ο προμηθευτής έστειλε στον καταναλωτή το προϊόν για δοκιμή, εξέταση ή ως δείγμα, ο καταναλωτής δεν έχει την υποχρέωση φύλαξης του προϊόντος εφόσον όμως δεν έχει ζητήσει ο ίδιος την αποστολή του ή δεν έχει συμφωνηθεί διαφορετικά. Αν το προϊόν καταστραφεί τυχαία, την ευθύνη και τον κίνδυνο φέρει ο προμηθευτής ενώ ο καταναλωτής δικαιούται να υπαναχωρήσει από την σύμβαση. Συνεπώς ο καταναλωτής δεν υποχρεώνεται να λάβει μέτρα για την φύλαξη του προϊόντος και δεν ευθύνεται για τις πιθανές ζημιές αυτού. Αν όμως το προϊόν καταστράφηκε εσκεμμένα από τον καταναλωτή ή εκποιήθηκε ή μεταποιήθηκε, την ευθύνη την έχει ο καταναλωτής και δεν δικαιούται να υπαναχωρήσει.
- Αν ο καταναλωτής έχει ζητήσει ο ίδιος την αποστολή του τότε υποχρεούται την φύλαξή του και την λήψη κάθε αναγκαίου μέτρου για την προστασία του. Το άρθρο 3 παρ. 6 προκύπτει σαφώς ποιο είναι το μέτρο επιμέλειας πρέπει να δείξει ο καταναλωτής. Σε περίπτωση που το προϊόν αυτό καταστραφεί, την ευθύνη την φέρει ο καταναλωτής και δεν δικαιούται να υπαναχωρήσει.⁶⁸

3.9. Διοικητικές κυρώσεις

Οποιοσδήποτε συμβατικές ρήτρες καταργούν ή περιορίζουν, άμεσα ή έμμεσα, τα προαναφερόμενα δικαιώματα των καταναλωτών είναι άκυρες. Επιπλέον, ακόμη και αν το δίκαιο που είναι εφαρμοστέο σε συμβάσεις δεν είναι το Ελληνικό αλλά το δίκαιο κάποιου άλλου κράτους μέλους της ΕΕ, οι καταναλωτές δεν μπορούν να παραιτηθούν από τα

⁶⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 149

⁶⁷ Γιοβανόπουλος Ρ., 2008, σε *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό- Κοινοτικό* (Επιμέλεια Αλεξανδρίδου Ελ., Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 213

⁶⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 150

δικαιώματα που τους παρέχονται από το Ελληνικό δίκαιο (άρθρο 4η της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Στους προμηθευτές, που παραβιάζουν τις έννομες υποχρεώσεις τους, επιβάλλονται από τον Υπουργό Ανάπτυξης αυτεπαγγέλτως ή κατόπιν καταγγελίας, μεταξύ άλλων, οι εξής διοικητικές κυρώσεις (άρθρο 13α § 12 Ν. 2251/1994) :

- Πρόστιμο από χίλια πεντακόσια (1.500) έως ένα εκατομμύριο (1.000.000) ευρώ. Σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου, το ανώτατο όριο προστίμου διπλασιάζεται.
- Προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης ή τμήματος της για χρονικό διάστημα από τρεις (3) μήνες έως ένα (1) έτος σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου.⁶⁹

3.10. Πρόσθετες ρυθμίσεις στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και στις συμβάσεις από απόσταση⁷⁰

Όσον αφορά την παράδοση των προϊόντων ή υπηρεσιών. Σύμφωνα με το άρθρο 4β, Ν.2251/1994, ο προμηθευτής παραδίδει τα αγαθά με τη μεταβίβαση της φυσικής κατοχής ή ελέγχου των αγαθών στον καταναλωτή χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, αλλά οπωσδήποτε εντός 30 ημερολογιακών ημερών από τη σύναψη της σύμβασης, εκτός εάν τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν συμφωνήσει διαφορετικά ως προς τον χρόνο παράδοσης. Σε περίπτωση μη έγκαιρης παράδοσης, ο καταναλωτής πρέπει να του ζητήσει να πραγματοποιήσει την παράδοση εντός επιπλέον προθεσμίας ανάλογης των περιστάσεων. Εάν ο προμηθευτής δεν παραδώσει τα αγαθά εντός αυτής της επιπλέον προθεσμίας, ο καταναλωτής δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση. Μόλις καταγγελθεί η σύμβαση, ο προμηθευτής οφείλει να επιστρέψει, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, όλα τα χρήματα που είχαν πληρωθεί βάσει της σύμβασης. Η ανωτέρω προθεσμία παράδοσης δεν ισχύει σε περιπτώσεις που ο προμηθευτής έχει αρνηθεί την παράδοση των αγαθών ή σε περιπτώσεις όπου ο καταναλωτής ενημέρωσε τον προμηθευτή, ότι η παράδοση απαιτείται να γίνει σε ή μέχρι μία ορισμένη ημερομηνία.

Όσον αφορά την τηλεφωνική επικοινωνία. Όταν ο προμηθευτής χρησιμοποιεί τηλεφωνική γραμμή για τηλεφωνική επικοινωνία μαζί του σχετικά με τις συναπτόμενες συμβάσεις, ο καταναλωτής (τη στιγμή που επικοινωνεί με τον προμηθευτή) δεν υποχρεούται να πληρώσει παραπάνω από τη βασική τιμή χρέωσης. Εάν ο προμηθευτής προβεί σε τηλεφωνική κλήση προς τον καταναλωτή με σκοπό τη σύναψη εξ αποστάσεως σύμβασης, οφείλει, στην αρχή της συνομιλίας με τον καταναλωτή, να δηλώσει την ταυτότητά του και, όπου τούτο έχει εφαρμογή, την ταυτότητα του προσώπου εξ ονόματος του οποίου τηλεφωνεί και τον εμπορικό σκοπό της επικοινωνίας.

Όσον αφορά την παροχή μη παραγγελθέντων. Ο καταναλωτής απαλλάσσεται από την υποχρέωση να λάβει κατ' οποιονδήποτε τρόπο υπόψη την παροχή μη παραγγελθέντων αγαθών ή μη ζητηθείσης παροχής υπηρεσιών. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η απουσία απάντησης από τον καταναλωτή ύστερα από περίπτωση παροχής μη παραγγελθέντων δεν ισοδυναμεί με συναίνεση.

⁶⁹ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/11/consumer-rights/>

⁷⁰ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρα 4α, παρ 1, 4β, 4γ, 4δ, 4ε, 4στ, 4ζ.

Όσον αφορά τις πρόσθετες πληρωμές. Προτού ο καταναλωτής δεσμευθεί από τη σύμβαση ή προσφορά, ο προμηθευτής επιδιώκει τη ρητή συναίνεση του καταναλωτή για κάθε πρόσθετη πληρωμή επιπλέον της αμοιβής που συμφωνείται για την κύρια συμβατική υποχρέωση του προμηθευτή. Εάν ο προμηθευτής δεν έχει λάβει τη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, ο καταναλωτής δικαιούται την επιστροφή αυτής της πληρωμής.

Όσον αφορά την μετάθεση κινδύνου. Σύμφωνα με το άρθρο 4δ, ν. 2251/1994, στις συμβάσεις κατά τις οποίες ο προμηθευτής αποστέλλει τα προϊόντα στον καταναλωτή, ο κίνδυνος απώλειας ή βλάβης των αγαθών μετατίθεται στον καταναλωτή, όταν αυτός ή κάποιος τρίτο μέρος το οποίο ορίζεται σχετικά από τον καταναλωτή και είναι διαφορετικό του μεταφορέα έχει αποκτήσει τη φυσική κατοχή των αγαθών. Σε περίπτωση όμως, που ο καταναλωτής έχει παραδώσει τα προϊόντα στο μεταφορέα, δηλαδή εάν ο μεταφορέας έχει ενταλθεί από τον καταναλωτή να μεταφέρει τα αγαθά, ο κίνδυνος απώλειας ή βλάβης τους αφορά πάλι τον καταναλωτή, με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων του καταναλωτή έναντι του μεταφορέα.

Όσον αφορά τα έξοδα για τη χρήση μέσων πληρωμής. Σύμφωνα με το άρθρο 4γ, ν. 2251/1994, απαγορεύεται στον προμηθευτή να χρεώνει στους καταναλωτές, για τη χρήση ενός συγκεκριμένου μέσου πληρωμής, δαπάνη υπερβαίνουσα το κόστος χρήσης αυτού του μέσου από τον ίδιο.

Οι διατάξεις του άρθρου 4β, για την παράδοση και του άρθρου 4δ για την μετάθεση κινδύνου, δεν εφαρμόζονται σε συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου μη ευρισκόμενου πάνω σε υλικό μέσο. Ενώ, όλες οι υπόλοιπες διατάξεις ισχύουν κανονικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

4.1. Η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου

Ως **Ηλεκτρονικό Εμπόριο** (Η.Ε.), ή ευρέως γνωστό ως e-commerce, eCommerce ή e-comm, ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του Διαδικτύου. Σύμφωνα με την υφιστάμενη νομοθεσία και όπως ενδεικτικά απαριθμούνται σ' αυτή, μέσα ηλεκτρονικού εμπορίου δια των οποίων επιχειρείται αυτό, εκτός από τα διάφορα διαφημιστικά έντυπα και καταλόγους ή διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ΜΜΕ, θεωρούνται: το τηλέφωνο, το ραδιόφωνο, το εικονοτηλέφωνο, το βιντεοτέξτ (μικροϋπολογιστής και τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η τηλεομοιοτυπία καθώς και η τηλεόραση.

Αρχικά, το ηλεκτρονικό εμπόριο αναγνωρίστηκε ως η διευκόλυνση ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών, χρησιμοποιώντας τεχνολογίες όπως η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων και η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων. Αυτές εισήχθησαν στα τέλη του 1970 επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να στέλνουν εμπορικά φυλλάδια όπως, παραγγελίες αγοράς ή ηλεκτρονική έκδοση τιμολογίων. Η ανάπτυξη και αποδοχή των πιστωτικών καρτών των αυτόματων τραπεζικών μηχανών και τηλεφωνικών καταθέσεων τη δεκαετία του 1980 είναι επίσης μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου. Μία ακόμα μορφή του ήταν το σύστημα αεροπορικών κρατήσεων που τυποποιήθηκε από την εταιρία Sabre στις ΗΠΑ και την Travicom στο Ηνωμένο Βασίλειο. Από το 1990 και έπειτα, το ηλεκτρονικό εμπόριο περιείχε επιπρόσθετα το σύστημα ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού, την αναζήτηση και την αποθήκευση δεδομένων. Στις μέρες μας, το ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει τα πάντα, από την παραγγελία ψηφιακού περιεχομένου για άμεση διαδικτυακή κατανάλωση έως και την παραγγελία συμβατικών αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και τις υπηρεσίες που διευκολύνουν άλλες μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου. Σε ερευνητικό επίπεδο, μεγάλες εταιρίες και οικονομικά ιδρύματα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να ανταλλάξουν χρηματοοικονομικά δεδομένα που υποβοηθούν εγχώριες και διεθνείς εταιρίες. Η ακεραιότητα και η ασφάλεια των δεδομένων αποτελούν κρίσιμα ζητήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου.⁷¹

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν αποτελεί το μέλλον της εμπορίας προϊόντων και υπηρεσιών. Τόσο στις ΗΠΑ όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση το λιανικό ηλεκτρονικό εμπόριο προβλέπεται να αυξηθεί κατά 10% ετησίως κατά τα έτη από το 2012 ως το 2015, φτάνοντας τον τζίρο των \$279 δις (ή 15% του συνολικού τζίρου των διακινούμενων προϊόντων και υπηρεσιών) και των €134 δις (ή 10% του συνολικού τζίρου των διακινούμενων προϊόντων και υπηρεσιών) αντιστοίχως.⁷²

Το ηλεκτρονικό εμπόριο συνιστά την ψηφιακή εκτέλεση συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων ή επιχειρήσεων και καταναλωτών που βασίζονται στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων μέσω δικτύων. Το ηλεκτρονικό είναι το εμπόριο εκείνο που διενεργείται

⁷¹ <http://el.wikipedia.org>

⁷² <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

ηλεκτρονικά. Δηλαδή εκείνο που βασίζεται στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων που περιλαμβάνουν κείμενα, ήχο και εικόνα.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε :

α) Έμμεσο (off-line): είναι εκείνο που αναφέρεται στην ηλεκτρονική εμπορία ενσώματων υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν με παραδοσιακούς τρόπους π.χ. το ταχυδρομείο.

β) Άμεσο (on-line): είναι εκείνο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση αυτών αγαθών και υπηρεσιών όπως λογισμικό, οπτικοακουστικό υλικό, υπηρεσίες πληροφόρησης κλπ.⁷³

Το ηλεκτρονικό εμπόριο γνωρίζει σημαντική αύξηση και στην Ελλάδα, καθώς σημαντικές εκπτώσεις και προσφορές που φτάνουν και το 40% της αρχικής τιμής απολαμβάνουν όσοι κάνουν τις αγορές από το διαδίκτυο. Ωστόσο, οι ηλεκτρονικές αγορές πρέπει να γίνονται με ιδιαίτερη προσοχή τόσο για την ασφάλεια των συναλλαγών όσο και για την ποιότητα του εμπορεύματος.⁷⁴

4.3. Η προστασία του καταναλωτή στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Λαμβάνοντας υπόψη τον διασυνοριακό χαρακτήρα του παγκόσμιου ιστού και των δυνατοτήτων αυτού, κάθε κράτος θεσπίζει μια σειρά νομοθετημάτων, είτε με προσαρμογή υφισταμένων, είτε με έκδοση νέων, προκειμένου αφενός μεν, να ενισχυθούν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές, αφετέρου δε αυτές να τυγχάνουν νόμιμες κατά το εσωτερικό δίκαιο και ασφαλείς για τους συναλλασσομένους. Ειδικότερα, η οδηγία 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8.6.2000 "για ορισμένες πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά" πραγματοποιεί τον στόχο για θέσπιση ενός συνεκτικού κανονιστικού πλαισίου που θα διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές στο πλαίσιο της ΕΕ. Στην οδηγία περιλαμβάνονται διατάξεις που αφορούν τις επιμέρους πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως είναι η εγκατάσταση των φορέων παροχής υπηρεσιών, η χρήση των εμπορικών επικοινωνιών, οι ηλεκτρονικές συμβάσεις, το καθεστώς αδειών, της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες Διαδικτύου και την εφαρμογή της οδηγίας. Η οδηγία 2000/31/EK πραγματεύεται ορισμένα μόνο ζητήματα και τούτο, διότι ο κοινοτικός νομοθέτης έκρινε ότι οι ισχύουσες διατάξεις του εθνικού δικαίου των κρατών μελών μπορούν να εφαρμοστούν αναλογικά και στις συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Επίσης, η προσέγγιση της οδηγίας είναι "οριζόντια", δηλ. η οδηγία δεν ρυθμίζει συγκεκριμένες υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας (π.χ. την πώληση λογισμικού ή την πώληση καταναλωτικών αγαθών μέσω του Διαδικτύου, τις υπηρεσίες παροχής πρόσβασης στο δίκτυο ή φιλοξενίας ιστοσελίδων κοκ.) ή εξειδικευμένους τομείς δικαίου, αλλά επιχειρεί να καλύψει συγκεκριμένες πτυχές της οικονομικής δραστηριότητας των φορέων παροχής των εν λόγω υπηρεσιών. Επιπλέον, η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο συμπληρώνει το ισχύον κοινοτικό δίκαιο που αφορά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, στο οποίο περιλαμβάνονται μια σειρά οδηγίες, όπως είναι η οδηγία 1999/93 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, η οδηγία 95/46/EK για την προστασία των προσωπικών δεδομένων και η οδηγία 2002/58/EK για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, η οδηγία

⁷³ Καράκωστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 173

⁷⁴ www.lawnet.gr/.../pio-austiroi-kanones-sto-ilektroniko-emporio-apo-ton-...

2001/29/EK για την πνευματική ιδιοκτησία και τα συγγενικά δικαιώματα στην κοινωνία της πληροφορίας, οι οδηγίες στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών κοκ

Στην Ελλάδα το ηλεκτρονικό εμπόριο ρυθμίζεται βασικά με το ΠΔ 131/2003 με το οποίο έγινε προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την Κοινοτική Οδηγία 2000/31/EK. Σε ειδικότερους τομείς ισχύουν, παράλληλα με το ΠΔ 131/2003, άλλα νομοθετήματα, όπως είναι ο ν. 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών, ο ν. 2472/1997 για την προστασία προσωπικών δεδομένων, το ΠΔ 150/2001 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές κοκ.⁷⁵

Η ηλεκτρονική εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών σε καταναλωτές χαρακτηρίζεται από την κατάρτιση συμβάσεων από απόσταση. Ως σύμβαση από απόσταση θεωρείται «κάθε σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως, όπως ενδεικτικά το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο, το φαξ ή το διαδίκτυο, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης» (άρθρο 3 § 7 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Περαιτέρω, «μέσα τεχνικής επικοινωνίας από απόσταση, με την έννοια του άρθρου αυτού, είναι ιδίως τα έντυπα χωρίς παραλήπτη, τα έντυπα με παραλήπτη, οι τυποποιημένες επιστολές, τα διαφημιστικά έντυπα με στέλεχος παραγγελίας, οι κατάλογοι, το τηλέφωνο με ή χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση, το ραδιόφωνο, το εικονοτηλέφωνο, το βιντεοτέξτ (μικροϋπολογιστής και τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η τηλεομοιοτυπία και η τηλεόραση» (άρθρο 4 § 1 Ν. 2251/1994).⁷⁶

Πρόσφατα, άλλαξε το θεσμικό πλαίσιο των εταιρειών που ασκούν ηλεκτρονικό και εξ αποστάσεως εμπόριο με το νόμο 4242/14 (ΦΕΚ 50 Α/28-02-2014), με αποτέλεσμα να καταργηθεί η καταχώριση των εταιρειών αυτών στο ειδικό μητρώο που τηρούνταν στο υπουργείο Ανάπτυξης. Η ανωτέρω καταχώριση αποτελούσε απαραίτητη προϋπόθεση για τη θεώρηση των αναγκαίων φορολογικών βιβλίων και στοιχείων από την αρμόδια δημόσια οικονομική υπηρεσία και αποδεικνύονταν με βεβαίωση που χορηγείται από την αρμόδια υπηρεσία του υπουργείου Ανάπτυξης.

Ο νόμος πλέον ορίζει ότι: «Κάθε προμηθευτής, ο οποίος προτίθεται να συνάψει με τους καταναλωτές συμβάσεις από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών, υποχρεούται να ζητήσει την καταχώριση του στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 3419/2005 - Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) και Εκσυγχρονισμός της Επιμελητηριακής Νομοθεσίας». Ως εκ τούτου καμία πράξη δεν μπορούν να κάνουν οι εταιρείες αυτές αν πρώτα δεν εγγραφούν στο ΓΕΜΗ. Προϋπόθεση όμως της εγγραφής αυτής είναι η προηγούμενη εγγραφή στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθήνας για τους επαγγελματίες της Αθήνας ή σε επιμελητήριο επιλογής τους ή της περιοχής τους.⁷⁷

Επιπλέον, με το νομό 4242/14 (ΦΕΚ 50 Α/28-02-2014) επιβλήθηκαν νέοι πιο αυστηροί κανόνες στην λειτουργία του ηλεκτρονικού εμπορίου. Μεταξύ άλλων

- Προβλέπεται προθεσμία δεκατεσσάρων ημερών στους καταναλωτές για να επιστρέφουν το αγαθό που αγόρασαν μέσω διαδικτύου, με επιστροφή των χρημάτων τους.
- Θεσπίζεται υποχρέωση λεπτομερούς και σαφούς ενημέρωσης των καταναλωτών για το συνολικό κόστος του προϊόντος ή της υπηρεσίας πριν από την πραγματοποίηση της

⁷⁵ <http://el.wikipedia.org>

⁷⁶ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

⁷⁷ <http://www.power-tax.gr/el/normal/34/2371/Viewarticle.aspx>

αγοράς στις συναλλαγές που γίνονται μέσω διαδικτύου, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, μέσω φαξ, μέσω τηλεφώνου και εκτός εμπορικού καταστήματος. Ειδικότερα, οι έμποροι οφείλουν να αναφέρουν το συνολικό κόστος του προϊόντος ή της υπηρεσίας, καθώς και κάθε άλλη πρόσθετη δαπάνη (έξοδα μεταφοράς, δασμοί, ΦΠΑ κτλ.)

- Δημιουργείται ενιαίο πανευρωπαϊκό έντυπο υπαναχώρησης, που καθιστά απλή τη διαδικασία υπαναχώρησης σε διασυνοριακές συναλλαγές.
- Αναφέρονται με σαφήνεια τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις του καταναλωτή και τον εμπόρου, σε περίπτωση ακύρωσης μιας σύμβασης.
- Ο καταναλωτής πρέπει να ενημερωθεί με σαφήνεια για το ποιος πληρώνει τη έξοδα σε περίπτωση επιστροφής των εμπορευμάτων.
- Παρέχεται ειδική προστασία των καταναλωτών σε περίπτωση συμβάσεων που συνάπτονται διά τηλεφώνου (cold calling). Η σύμβαση είναι έγκυρη και ισχύει από τη στιγμή που ο καταναλωτής υπογράψει ότι αποδέχεται την προσφορά, ενώ μέχρι σήμερα αρκούσε η προφορική συναίνεση διά τηλεφώνου για την εγκυρότητα της σύμβασης.
- Απαγορεύεται να επιβαρύνονται οι καταναλωτές με επιπλέον κόστος, όταν πληρώνουν με πιστωτική κάρτα. Επίσης, απαγορεύεται οποιαδήποτε επιπρόσθετη χρέωση των καταναλωτών (πέραν της βασικής τιμής χρέωσης), όταν καλούν σε γραμμή εξυπηρέτησης. Ενισχύεται η προστασία των καταναλωτών σε ό,τι αφορά τα ψηφιακά προϊόντα (υποχρέωση παροχής ενημέρωσης σχετικά με τη συμβατότητα του περιεχομένου, τις τεχνικές προδιαγραφές του (hardware και του software).
- Θεσπίζεται υποχρέωση ενημέρωσης των καταναλωτών πριν από την πραγματοποίηση της αγοράς για τα βασικά στοιχεία που αφορούν μια συναλλαγή (π.χ., το συνολικό κόστος, τον τρόπο πληρωμής και τη διάρκεια της σύμβασης), για αγορές που γίνονται εντός εμπορικών καταστημάτων.
- Ενισχύονται τα δικαιώματα του καταναλωτή.

Αναλυτικότερα,

1. Ο καταναλωτής έχει προθεσμία δεκατεσσάρων ημερολογιακών ημερών για να υπαναχωρήσει, αν έχει κάνει αγορές εξ αποστάσεως, χωρίς να αναφέρει τούς λόγους και με μοναδική επιβάρυνση τη δαπάνη επιστροφής του προϊόντος. Ο προμηθευτής, από την πλευρά του, οφείλει να επιστρέψει τα χρήματα (συμπεριλαμβανομένων των εξόδων αποστολής) εντός δεκατεσσάρων ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε από τον καταναλωτή ότι αυτός υπαναχωρεί. Αν ο προμηθευτής δεν έχει ενημερώσει τον καταναλωτή για το δικαίωμα υπαναχώρησης, τότε η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά την κανονική προθεσμία των δεκατεσσάρων ημερών.
2. Ο προμηθευτής οφείλει να έχει παραδώσει το προϊόν μέσα σε 30 ημέρες από την παραγγελία του, εκτός κι αν έχει συμφωνηθεί άλλη ημερομηνία παραλαβής.
3. Ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας του προϊόντος μόνον εάν ο ίδιος προέβη σε κακή χρήση. Για παράδειγμα, αν αποσυσκευάσει το προϊόν, για να δει πώς είναι και αν λειτουργεί, αυτό δεν σημαίνει ότι μειώνει την αξία του.

Έτσι, με τη καθιέρωση μιας σειράς από υποχρεώσεις πληροφόρησης του καταναλωτή, τη θέσπιση απαιτήσεων για τη διαδικασία σύναψης συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα, τη θεσμοθέτηση δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή, και τη θέση σε ισχύ ρυθμίσεων που αφορούν στη διαφήμιση στο διαδίκτυο, ο καταναλωτής απολαμβάνει πλέον μιας ισχυρούς προστασίας στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου.⁷⁸

4.3.1. Η ηλεκτρονική υπογραφή στο ελληνικό δίκαιο⁷⁹

Με το π.δ. 150/2001 ενσωματώθηκε στο ελληνικό δίκαιο η Οδηγία 99/93/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου «Σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές». Σύμφωνα με αυτό, μία ηλεκτρονική υπογραφή (δηλαδή δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή συνημμένα σε άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα ή συσχετιζόμενα λογικά με αυτά που χρησιμεύουν ως μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας) επέχει θέση ιδιόχειρης υπογραφής τόσο στο ουσιαστικό όσο και στο δικονομικό δίκαιο, εφόσον πληροί τις ουσιαστικές και τυπικές προϋποθέσεις που αναφέρονται παρακάτω:

A. Ουσιαστικές προϋποθέσεις της ηλεκτρονικής υπογραφής

α) Να συνδέεται μονοσήμαντα με τον υπογράφοντα·
β) Να είναι ικανή να καθορίσει ειδικά και αποκλειστικά την ταυτότητα του υπογράφοντος·
γ) Να δημιουργείται με μέσα, τα οποία ο υπογράφων να μπορεί να διατηρήσει υπό τον αποκλειστικό του έλεγχο· και
δ) Να συνδέεται με τα δεδομένα, στα οποία αναφέρεται, κατά τρόπο ώστε να μπορεί να εντοπισθεί οποιαδήποτε μεταγενέστερη αλλοίωση των εν λόγω δεδομένων. Μία ηλεκτρονική υπογραφή που πληροί τις ουσιαστικές προϋποθέσεις χαρακτηρίζεται από τη νομοθεσία ως «προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή» ή «ψηφιακή υπογραφή».

B. Τυπικές προϋποθέσεις της ηλεκτρονικής υπογραφής

α) Να βασίζεται σε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό· και
β) Να δημιουργείται από ασφαλή διάταξη δημιουργίας υπογραφής.

Καθορίζοντας τη σημασία των δύο αυτών τυπικών προϋποθέσεων, το π.δ. ρητά ορίζει ότι από μόνης της η μη συνδρομή τους δεν αποκλείει την ισχύ της ηλεκτρονικής υπογραφής ή το παραδεκτό της ως αποδεικτικού στοιχείου. Εν προκειμένω, ως «πιστοποιητικό» χαρακτηρίζεται η ηλεκτρονική βεβαίωση που συνδέει δεδομένα επαλήθευσης της ηλεκτρονικής υπογραφής (όπως κώδικες ή δημόσια κλειδιά κρυπτογραφίας) με ένα άτομο και επιβεβαιώνει την ταυτότητά του. Περαιτέρω, ως «ασφαλής διάταξη δημιουργίας υπογραφής» χαρακτηρίζεται το διατεταγμένο υλικό ή λογισμικό που χρησιμοποιείται για την εφαρμογή των δεδομένων δημιουργίας της ηλεκτρονικής υπογραφής, το οποίο διασφαλίζει, μέσω ενδεδειγμένων τεχνικών και διαδικαστικών μέσων, την αξιοπιστία της δημιουργίας ηλεκτρονικής υπογραφής και συγκεκριμένα ότι τα δεδομένα δημιουργίας ηλεκτρονικής υπογραφής που χρησιμοποιούνται προς παραγωγή υπογραφών (μονοσήμαντα δεδομένα, όπως π.χ. κώδικες ή ιδιωτικά κλειδιά κρυπτογραφίας):

⁷⁸ <http://www.power-tax.gr/el/normal/34/2371/Viewarticle.aspx>

⁷⁹ <http://www.taxlaw.gr/el/idika-themata/418-h-h-hlektronikh-ypografh-sto-ellhniko-dikaio>

α) απαντούν κατ' ουσία μόνο μία φορά και ότι το απόρρητο είναι διασφαλισμένο, β) δεν μπορούν, με εύλογη βεβαιότητα, να αντληθούν από αλλού, καθώς και ότι η υπογραφή προστατεύεται από πλαστογραφία με τα μέσα της σύγχρονης τεχνολογίας, και γ) μπορούν να προστατεύονται αποτελεσματικά από τον νόμιμο υπογράφονα κατά της χρησιμοποίησης από τρίτους.

Επισημαίνεται ότι οι ασφαλείς διατάξεις δημιουργίας υπογραφής δε μεταβάλλουν τα προς υπογραφή δεδομένα, αλλά ούτε εμποδίζουν την υποβολή των δεδομένων αυτών στο υπογράφονα πριν από τη διαδικασία υπογραφής.

Η διασφάλιση της αξιοπιστίας της δημιουργίας υπογραφής κατά τα ανωτέρω από τις ασφαλείς διατάξεις δημιουργίας υπογραφής διαπιστώνεται από την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών Ταχυδρομείων (Ε.Ε.Τ.Τ.) ή από οριζόμενους από αυτή δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς. Η Ε.Ε.Τ.Τ. και οι φορείς αυτοί υποχρεούνται στην εφαρμογή των ελαχίστων κριτηρίων που προβλέπονται στην Απόφαση της Επιτροπής της 6.11.2000 (Ε (2000) 3179 τελικό). Η συμμόρφωση των προϊόντων ηλεκτρονικής υπογραφής προς αναγνωρισμένα πρότυπα αποτελεί τεκμήριο συμμόρφωσης με τις απαιτήσεις που καθορίζονται στο σημείο (στ) του Παραρτήματος ΙΙ και του ότι διασφαλίζεται η αξιοπιστία της δημιουργίας υπογραφής κατά τα ανωτέρω.

Γ. Διεθνή ζητήματα

Η προσφορά υπηρεσιών πιστοποίησης εντός της ελληνικής επικράτειας από παρόχους υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένους στην Ελλάδα διέπεται από την κείμενη ελληνική νομοθεσία. Υπηρεσίες πιστοποίησης στους καλυπτόμενους από τη νομοθεσία της Ε.Ε. για την ηλεκτρονική υπογραφή τομείς, εφόσον προέρχονται από άλλη χώρα-μέλος της Ε.Ε., συνεπάγονται τις ίδιες έννομες συνέπειες με τις αντίστοιχες υπηρεσίες πιστοποίησης που παρέχονται από πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένο στην Ελλάδα.

Προϊόντα ηλεκτρονικής υπογραφής που συνάδουν με την κείμενη νομοθεσία της Ε.Ε. συνεπάγονται τις ίδιες έννομες συνέπειες με τα αντίστοιχα προϊόντα ηλεκτρονικής υπογραφής που προέρχονται από την Ελλάδα. Ιδιαίτερα η διαπίστωση συμμόρφωσης προς την κείμενη νομοθεσία της Ε.Ε. που αφορά προϋποθέσεις για ασφαλείς διατάξεις δημιουργίας της υπογραφής από φορέα, στον οποίο έχει ανατεθεί ή διαπίστωση αυτή σύμφωνα με τη νομοθεσία κράτους μέλους της Ε.Ε., έχει άμεση ισχύ και στην Ελλάδα.

Τα αναγνωρισμένα πιστοποιητικά που εκδίδονται στο κοινό από πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένο σε χώρα εκτός της Ε.Ε. είναι νομικώς ισοδύναμα με τα εκδιδόμενα από πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης εγκατεστημένο στην Ε.Ε., εφόσον πληρούν ορισμένους όρους που καθορίζει το π.δ. 150/2001.

Όροι ισχύοντες για αναγνωρισμένα πιστοποιητικά

Τα αναγνωρισμένα πιστοποιητικά πρέπει να περιλαμβάνουν:
α) ένδειξη ότι το πιστοποιητικό εκδίδεται ως αναγνωρισμένο πιστοποιητικό,
β) τα στοιχεία αναγνώρισης του παρόχου υπηρεσιών πιστοποίησης και το κράτος, στο οποίο είναι εγκατεστημένος,

γ) το όνομα του υπογράφοντος ή ψευδώνυμο που αναγνωρίζεται ως ψευδώνυμο,
δ) πρόβλεψη ειδικού χαρακτηριστικού του υπογράφοντος, που θα περιληφθεί, εφόσον είναι σημαντικό σε σχέση με τον σκοπό, για τον οποίο προορίζεται το πιστοποιητικό,
ε) δεδομένα επαλήθευσης υπογραφής που αντιστοιχούν σε δεδομένα δημιουργίας υπογραφής υπό τον έλεγχο του υπογράφοντος,
στ) ένδειξη της έναρξης και του τέλους της περιόδου ισχύος του πιστοποιητικού,

ζ) τον κωδικό ταυτοποίησης του πιστοποιητικού,
η) την προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή του παρόχου των υπηρεσιών πιστοποίησης που το εκδίδει,

θ) τυχόν περιορισμούς του πεδίου χρήσης του πιστοποιητικού και
ι) τυχόν όρια στο ύψος των συναλλαγών, για τις οποίες το πιστοποιητικό μπορεί να χρησιμοποιηθεί.

Όροι ισχύοντες για παρόχους υπηρεσιών πιστοποίησης που εκδίδουν αναγνωρισμένα πιστοποιητικά

Οι πάροχοι υπηρεσιών πιστοποίησης πρέπει:

α) να αποδεικνύουν την απαραίτητη αξιοπιστία για την παροχή υπηρεσιών πιστοποίησης σύμφωνα με τα εκάστοτε ισχύοντα κριτήρια,
β) να διασφαλίζουν την παροχή ασφαλών και άμεσων υπηρεσιών καταλόγου και ανάκλησης,
γ) να διασφαλίζουν ότι η ημερομηνία και ο χρόνος έκδοσης ή ανάκλησης πιστοποιητικού μπορεί να προσδιοριστεί επακριβώς,
δ) να προβαίνουν, με κατάλληλα μέσα και σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο, σε επαλήθευση της ταυτότητας και ενδεχομένως τυχόν ειδικών χαρακτηριστικών του ατόμου, στο όνομα του οποίου έχει εκδοθεί αναγνωρισμένο πιστοποιητικό,
ε) να απασχολούν προσωπικό που διαθέτει την κατάρτιση, την εμπειρία και τα προσόντα που είναι απαραίτητα για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, ιδίως ικανότητα σε διαχειριστικό επίπεδο, τεχνογνωσία και εμπειρία στις ηλεκτρονικές υπογραφές και εξοικείωση με τις κατάλληλες διαδικασίες ασφάλειας, και να χρησιμοποιούν κατάλληλες διοικητικές και διαχειριστικές διαδικασίες, οι οποίες να αντιστοιχούν προς αναγνωρισμένα πρότυπα,
στ) να χρησιμοποιούν αξιόπιστα συστήματα και προϊόντα, τα οποία προστατεύονται έναντι τροποποίησης, και να διασφαλίζουν την τεχνική και κρυπτογραφική ασφάλεια των διεργασιών πιστοποίησης, οι οποίες υποστηρίζονται από αυτά,
ζ) να λαμβάνουν μέτρα έναντι της πλαστογράφησης πιστοποιητικών και σε περίπτωση που ο πάροχος πιστοποίησης παράγει δεδομένα δημιουργίας υπογραφής να εγγυώνται την τήρηση του απορρήτου κατά τη διάρκεια της διεργασίας παραγωγής των εν λόγω δεδομένων,
η) να διαθέτουν επαρκείς χρηματικούς πόρους, ώστε να λειτουργούν σύμφωνα με τις απαιτήσεις που καθορίζονται στην οδηγία, ιδίως για την ανάληψη της ευθύνης ζημιών,
θ) να καταγράφουν το σύνολο των συναφών πληροφοριών που αφορούν ένα αναγνωρισμένο πιστοποιητικό για χρονικό διάστημα 30 ετών, ιδίως για την παροχή αποδεικτικών στοιχείων πιστοποίησης σε νομικές διαδικασίες. Η καταγραφή αυτή δύναται να πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα,
ι) να μην αποθηκεύουν ή αντιγράφουν δεδομένα δημιουργίας υπογραφής του ατόμου, προς το οποίο ο πάροχος υπηρεσιών πιστοποίησης παρέσχε υπηρεσίες διαχείρισης κλειδιών,
ια) πριν συνάψουν συμβατική σχέση με πρόσωπο που ζητεί πιστοποιητικό από αυτούς για να κατοχυρώσει την ηλεκτρονική του υπογραφή, να το ενημερώνουν με ανθεκτικά μέσα επικοινωνίας σχετικά με τους ακριβείς όρους και προϋποθέσεις χρησιμοποίησης του πιστοποιητικού, συμπεριλαμβανομένων ενδεχομένων περιορισμών της χρήσης του πιστοποιητικού, της ύπαρξης μηχανισμού εθελοντικής διαπίστευσης και των διαδικασιών υποβολής παραπόνων και επίλυσης διαφορών. Οι πληροφορίες αυτές, οι οποίες μπορούν να διαβιβάζονται ηλεκτρονικώς, πρέπει να παρέχονται εγγράφως, σε εύκολα καταληπτή

γλώσσα. Σχετικά αποσπάσματα των πληροφοριών αυτών καθίστανται επίσης προσιτά κατόπιν αιτήματος τρίτων, οι οποίοι βασίζονται στο πιστοποιητικό αυτό, ιβ) να χρησιμοποιούν αξιόπιστα συστήματα για την αποθήκευση πιστοποιητικών σε επαληθεύσιμη μορφή, ούτως ώστε:

- μόνο αρμόδιοι να μπορούν να διενεργούν εισαγωγές και τροποποιήσεις,
- να μπορεί να ελέγχεται η γνησιότητα των πληροφοριών,
- να είναι δυνατή η κοινόχρηστη ανάκτηση πιστοποιητικών μόνο στις περιπτώσεις εκείνες, για τις οποίες έχει δοθεί η συγκατάθεση του κατόχου, και
- οι τυχόν τεχνικές αλλαγές που θέτουν σε κίνδυνο τις εν λόγω απαιτήσεις ασφαλείας να γίνονται εμφανώς αντιληπτές από τον χειριστή.

Ευθύνη των παρόχων υπηρεσιών πιστοποίησης

Οι πάροχοι υπηρεσιών πιστοποίησης που εκδίδουν αναγνωρισμένο πιστοποιητικό στο κοινό ή εγγυώνται για την ακρίβεια τέτοιου πιστοποιητικού ευθύνονται έναντι οποιουδήποτε φορέα ή φυσικού ή νομικού προσώπου για τη ζημία που προκλήθηκε σε βάρος του, επειδή το πρόσωπο αυτό εύλογα βασίστηκε στο πιστοποιητικό, όσον αφορά:

- α) Στην ακρίβεια, κατά τη στιγμή της έκδοσής του, όλων των πληροφοριών που περιέχονται στο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό και την ύπαρξη όλων των στοιχείων που απαιτούνται για την έκδοσή του.
- β) Στη διαβεβαίωση ότι ο υπογράφων, η ταυτότητα του οποίου βεβαιώνεται στο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό, κατά τη στιγμή της έκδοσής του, κατείχε δεδομένα δημιουργίας υπογραφής που αντιστοιχούσαν στα αναφερόμενα ή καθοριζόμενα στο πιστοποιητικό δεδομένα επαλήθευσης της υπογραφής.
- γ) Στη διαβεβαίωση ότι αμφότερα τα δεδομένα δημιουργίας υπογραφής και επαλήθευσης υπογραφής μπορούν να χρησιμοποιηθούν συμπληρωματικά, εφόσον προέρχονται από πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης.

Οι πάροχοι υπηρεσιών πιστοποίησης ευθύνονται επίσης, αν παραλείψουν να καταγράψουν την ανάκληση του πιστοποιητικού. Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις ο εκάστοτε πάροχος δεν ευθύνεται, αν αποδείξει ότι δεν τον βαρύνει πταίσμα.

Στο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό μπορούν να αναγράφονται, από τον πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης, περιορισμοί χρήσης αυτού υπό την προϋπόθεση ότι οι περιορισμοί τίθενται κατά τρόπο, ο οποίος είναι αναγνωρίσιμος από οποιονδήποτε τρίτο. Σε αυτή την περίπτωση ο πάροχος υπηρεσιών πιστοποίησης δεν ευθύνεται για τη ζημία που προκύπτει από την υπέρβαση των αναφερόμενων περιορισμών κατά τη χρήση του αναγνωρισμένου πιστοποιητικού.

Επίσης, στο αναγνωρισμένο πιστοποιητικό δύνανται να αναγράφονται, από τον πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης, όρια για το ύψος των συναλλαγών, για τις οποίες μπορεί να χρησιμοποιηθεί το σχετικό πιστοποιητικό, με την προϋπόθεση ότι τα όρια αυτά τίθενται κατά τρόπο αναγνωρίσιμο από οποιονδήποτε τρίτο. Στην περίπτωση αυτή ο πάροχος υπηρεσιών πιστοποίησης δεν ευθύνεται για τη ζημία που προκαλείται από την υπέρβαση των ορίων αυτών.

Συστάσεις για την ασφαλή επαλήθευση της υπογραφής

Κατά τη διαδικασία επαλήθευσης της υπογραφής θα πρέπει να διασφαλίζεται με εύλογη βεβαιότητα ότι:

- α) τα δεδομένα που χρησιμοποιούνται προς επαλήθευση της υπογραφής αντιστοιχούν στα δεδομένα που εμφανίζονται στον επαληθεύοντα,

β) η υπογραφή επαληθεύεται με αξιοπιστία και ότι το αποτέλεσμα της επαλήθευσης εμφανίζεται με ορθό τρόπο,
γ) ο επαληθεύων μπορεί ενδεχομένως να ορίσει με βεβαιότητα τα περιεχόμενα των δεδομένων που υπογράφονται,
δ) η γνησιότητα και η εγκυρότητα του πιστοποιητικού που απαιτείται κατά τη στιγμή της επαλήθευσης της υπογραφής έχουν ελεγχθεί με αξιοπιστία,
ε) το αποτέλεσμα της επαλήθευσης, όπως και η ταυτότητα του υπογράφοντος, εμφανίζονται με τον ορθό τρόπο,
στ) η χρησιμοποίηση ψευδώνυμου δηλώνεται εμφανώς και
ζ) μπορούν να εντοπιστούν τυχόν τροποποιήσεις απόμηνες της ασφάλειας

4.3.2. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Σε περίοπτο σημείο του ιστοτόπου επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως λόγω χάρη σε τυχόν επί μέρους ιστοσελίδα με τα στοιχεία επικοινωνίας, θα πρέπει να αναγράφονται (άρθρα 4 § 1 ΠΔ 131/2003 και 3β § 1 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013) :

- Η εμπορική επωνυμία της επιχείρησης,
- Η γεωγραφική διεύθυνση στην οποία βρίσκεται η έδρα της,
- Τα στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με την επιχείρηση και, τουλάχιστον, ο αριθμός τηλεφώνου, ο αριθμός τηλεομοιοτυπίας και η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της επιχείρησης,
- Εφόσον η επιχείρηση είναι εγγεγραμμένη σε εμπορικό μητρώο, ή παρόμοιο δημόσιο μητρώο, το οικείο μητρώο και τον αριθμό εγγραφής του σε αυτό (π.χ. αριθμό καταχώρησης στο ΓΕΜΗ και στο ΤΑΕ – ΕΠΕ),
- Εφόσον η δραστηριότητα υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης, τα στοιχεία της σχετικής εποπτικής αρχής,
- Όσον αφορά τα νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα την επαγγελματική ένωση ή παρόμοιο όργανο στο οποίο είναι εγγεγραμμένη η επιχείρηση, τον επαγγελματικό τίτλο και το κράτος μέλος που τον έχει χορηγήσει, μνεία των επαγγελματικών κανόνων που ισχύουν στο κράτος μέλος εγκατάστασης καθώς και του τρόπου πρόσβασης σ' αυτούς, και
- Εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί ο φορέας υπόκειται σε ΦΠΑ, τον αριθμό αναγνώρισης που προβλέπεται από το κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας κύκλου εργασιών σύμφωνα με το άρθρο 36 του Ν. 2859/2000 (Α` 248) “κύρωση του κώδικα φόρου προστιθέμενης αξίας.”⁸⁰

Επίσης, πριν από την ολοκλήρωση κάθε ηλεκτρονικής παραγγελίας ο καταναλωτής θα πρέπει να λαμβάνει γνώση των ακόλουθων πληροφοριών (άρθρα 4 § 2 ΠΔ 131/2003 και 3β, 3δ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

- Τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών.
- Κατά πόσον ισχύουν περιορισμοί στην παράδοση.
- Ποια μέσα πληρωμής είναι δεκτά.
- Τη συνολική τιμή των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων του Φ.Π.Α. και κάθε άλλου τέλους. Οι τιμές πρέπει να είναι σαφείς και ακριβείς και να διευκρινίζεται ότι περιλαμβάνουν φόρο και έξοδα αποστολής. Αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των

⁸⁰ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, θα πρέπει να αναφέρεται ο τρόπος με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή.

- Όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου και κάθε άλλη δαπάνη ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις.
- Σε περίπτωση σύμβασης αορίστου χρόνου ή σύμβασης που περιλαμβάνει συνδρομή, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Εάν οι συμβάσεις αυτές επιβαρύνονται με σταθερή τιμή, η συνολική τιμή σημαίνει επίσης τη συνολική μηνιαία δαπάνη. Εάν η συνολική δαπάνη δεν μπορεί ευλόγως να υπολογισθεί εκ των προτέρων, περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η τιμή πρόκειται να υπολογιστεί.
- Το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων.
- Τις διευθετήσεις πληρωμής, παράδοσης, εκτέλεσης, της προθεσμίας εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες και, όπου τυγχάνει εφαρμογής, της πολιτικής που εφαρμόζει ο προμηθευτής για την αντιμετώπιση των παραπόνων.
- Τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, καθώς και υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης.
- Τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών, όταν ο καταναλωτής επιβαρυνθεί με αυτή σε περίπτωση υπαναχώρησης και, για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, εάν τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικώς.
- Το εύλογο κόστος που ο καταναλωτής υποχρεούται τυχόν να καταβάλει στην επιχείρηση σε περίπτωση υπαναχώρησης.
- Υπενθύμιση της ύπαρξης της ευθύνης της επιχείρησης για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων.
- Την ύπαρξη και τους όρους τυχόν υπηρεσιών υποστήριξης του πελάτη μετά την πώληση, εξυπηρέτησης μετά την πώληση και εμπορικών εγγυήσεων.
- Την τυχόν ύπαρξη σχετικών κωδίκων συμπεριφοράς και του τρόπου απόκτησης αντιγράφων τους.
- Τη διάρκεια της σύμβασης, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης.
- Την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης.
- Την υποχρέωση και τους όρους τυχόν εγγύησης που πρέπει να καταβληθεί ή να παρασχεθεί από τον καταναλωτή όποτε το ζητήσει η επιχείρηση.
- Τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης, στον οποίο τυχόν υπάγεται η επιχείρηση, καθώς και τους τρόπους πρόσβασης σε αυτόν.

Οι παραπάνω πληροφορίες πρέπει να παράσχονται στον τελικό πελάτη – καταναλωτή με σαφή και ευκρινή τρόπο και αμέσως προτού υποβάλει ηλεκτρονικά κάθε παραγγελία του (άρθρο 3δ § 2 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Αν δεν παρασχεθούν, οποιαδήποτε σύμβαση καταρτίστηκε καθίσταται άκυρη υπέρ του καταναλωτή (άρθρο 3β § 9 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).⁸¹

⁸¹ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

4.3.3. Σχεδιασμός ιστοσελίδας με βάση κανόνες δικαίου⁸²

Κάθε επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου οφείλει να προβεί στον σχεδιασμό του ιστοτόπου της με βάση ορισμένους κανόνες δικαίου αλλά και να συμπεριλάβει σε αυτόν νομικά άρτιους όρους, που θα διέπουν τη χρήση του και θα πληροφορούν για την προστασία της ιδιωτικότητας των πελατών – χρηστών.

Έτσι, στους όρους χρήσης του ιστοτόπου θα πρέπει να αναφέρεται ότι η παρουσίαση προς πώληση των προϊόντων και υπηρεσιών επί του ιστοτόπου έχει τον χαρακτήρα πρόσκλησης προς τους χρήστες για την υποβολή πρότασης κατάρτισης σύμβασης και ότι τέτοια παρουσίαση δεν αποτελεί με οποιονδήποτε τρόπο δέσμευση της επιχείρησης για τη διαθεσιμότητα και την επάρκεια των προβαλλόμενων προϊόντων και υπηρεσιών (άρθρα 127 επ. ΑΚ).

Επίσης, είναι απαραίτητη η αναφορά

1. στα διάφορα τεχνικά στάδια έως τη σύναψη της σύμβασης αγοραπωλησίας προϊόντων ή/και υπηρεσιών,
2. εάν ο φορέας παροχής υπηρεσιών θα αρχειοθετήσει ή όχι τη σύμβαση μετά τη σύναψή της καθώς και εάν προβλέπεται δυνατότητα πρόσβασης σε αυτήν
3. τα τεχνικά μέσα που θα επιτρέπουν τον εντοπισμό και τη διόρθωση σφαλμάτων ηλεκτρονικού χειρισμού πριν από την ανάθεση της παραγγελίας,
4. τις γλώσσες στις οποίες μπορεί να συναφθεί η σύμβαση,
5. τους σχετικούς κώδικες δεοντολογίας στους οποίους υπόκειται, καθώς και τα στοιχεία που επιτρέπουν την πρόσβαση στους εν λόγω κώδικες με ηλεκτρονικά μέσα (άρθρο 9 § 1 ΠΔ 131/2003).

Τέλος, κρίνεται σκόπιμη η συμπερίληψη όρων για τους τρόπους πληρωμής, τα δικαιώματα πνευματικής και βιομηχανικής ιδιοκτησίας της επιχείρησης, την άδεια χρήσης και τις υποχρεώσεις των χρηστών, τους ανήλικους χρήστες, τη χρήση υπερσυνδέσμων από και προς τον ιστότοπο, την προβολή διαφημίσεων, τις εμπορικές επικοινωνίες, τον περιορισμό της ευθύνης της επιχείρησης και τη διεθνή δικαιοδοσία και το εφαρμοστέο δίκαιο.

Στην πολιτική προστασίας του ιστοτόπου θα πρέπει να αναφέρονται (α) το είδος και η έκταση των προσωπικών δεδομένων των πελατών – χρηστών που συλλέγονται και τυγχάνουν επεξεργασίας από την επιχείρηση, (β) οι σκοποί τέτοιας συλλογής και επεξεργασίας, (γ) οι αποδέκτες ή οι κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων (5 § 2α Ν. 3471/2006) καθώς και (δ) την ύπαρξη του δικαιώματος πρόσβασης (12 Ν. 2472/1997).

Επίσης, κρίνεται σκόπιμο να συμπεριλαμβάνει όρους για τη λήψη της συγκατάθεσης των πελατών – χρηστών, τα λοιπά δικαιώματά τους προς ενημέρωση, αντίρρηση και δικαστική προστασία, τη χρήση ηλεκτρονικών μπισκότων (cookies), τα τηρούμενα μέτρα ασφαλείας δεδομένων, τη διεθνή δικαιοδοσία και το εφαρμοστέο δίκαιο.

Σημειώνεται ότι η συλλογή και επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων που είναι αναγκαία κατ' είδος και έκταση για τους σκοπούς, για τους οποίους ενημερώθηκε ο πελάτης – χρήστης (5 § 2β Ν. 3471/2006). Έτσι, πέρα από τον σκοπό της πρόσβασης του πελάτη – χρήστη στον ιστότοπο, η επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου δεν μπορεί να συλλέγει και να επεξεργάζεται προσωπικά του δεδομένα για λοιπούς σκοπούς, όπως για την εκτέλεση παραγγελιών ή την αποστολή εμπορικών επικοινωνιών δίχως την προηγούμενη λήψη της συγκατάθεσής του. Ειδικότερα, έχει κριθεί ότι η εγκατάσταση και χρήση ηλεκτρονικού

⁸² <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

μπισκότου (cookie) επιτρέπεται μόνο με τη συγκατάθεση του πελάτη – χρήστη μετά από σαφή και εκτενή ενημέρωση για την εγκατάσταση αυτή, το σκοπό της επεξεργασίας, την άσκηση του δικαιώματος πρόσβασης και τυχόν αποδέκτες των δεδομένων. Η συγκατάθεση αυτή μπορεί να δίδεται μέσω κατάλληλων ρυθμίσεων στο φυλλομετρητή ιστού ή μέσω άλλης εφαρμογής (4 § 5 Ν. 3471/2006, υπ' αρ. 7/2011 απόφ. ΑΠΔΠΧ).

4.3.4. Επιγραμμική(online) Κατάρτιση Συμβάσεων⁸³

Η επιχείρηση οφείλει να μεριμνά ώστε ο πελάτης, υποβάλλοντας κάθε παραγγελία του, να αναγνωρίζει ρητώς ότι η παραγγελία συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής. Εάν η υποβολή παραγγελίας απαιτεί την ενεργοποίηση ενός εικονιδίου επιλογής ή ανάλογη λειτουργία, το εικονίδιο επιλογής ή η ανάλογη λειτουργία πρέπει να φέρουν ευανάγνωστη σήμανση που να αναγράφει τις λέξεις “παραγγελία με υποχρέωση πληρωμής” ή μια ανάλογη σαφή διατύπωση που να δείχνει ότι η υποβολή παραγγελίας συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής στον προμηθευτή. Εάν η επιχείρηση δεν τηρεί τα παραπάνω, ο καταναλωτής δεν δεσμεύεται από τη σύμβαση ή την παραγγελία (άρθρο 3δ § 2 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Μετά την με τεχνικά μέσα επιγραμμική συγκατάθεση του πελάτη – χρήστη η επιχείρηση οφείλει να αποστέλλει αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας αυτού χωρίς περιττή καθυστέρηση και με ηλεκτρονικά μέσα. Η παραγγελία και το αποδεικτικό παραλαβής θεωρείται ότι έχουν παραληφθεί όταν ο πελάτης – χρήστης έχει πρόσβαση σε αυτό. Επιπρόσθετα, η επιχείρηση οφείλει να θέτει στη διάθεση του πελάτη – χρήστη κατάλληλα, αποτελεσματικά και προσιτά μέσα που θα επιτρέπουν να επισημαίνει και να διορθώνει τα λάθη του κατά τον ηλεκτρονικό χειρισμό πριν από την ανάθεση της παραγγελίας (άρθρο 10 § 1 ΠΔ 131/2003).

Στα στάδια πριν από την ολοκλήρωση της παραγγελίας ο πελάτης – χρήστης πρέπει να ενημερώνεται για

- (α) την ταυτότητα και τη διεύθυνση της επιχείρησης,
- (β) τα ουσιώδη χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας,
- (γ) την τιμή, την ποσότητα και τις δαπάνες μεταφοράς, καθώς και το φόρο προστιθέμενης αξίας, εφόσον δεν περιλαμβάνεται στην τιμή,
- (δ) τον τρόπο πληρωμής, παράδοσης και εκτέλεσης,
- (ε) τη διάρκεια ισχύος της προσφοράς ή της τιμής,
- (στ) το δικαίωμα υπαναχώρησης,
- (ζ) ελάχιστη διάρκεια ισχύος της σύμβασης στην περίπτωση συμβάσεων για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών που επιτελείται διαρκώς ή περιοδικώς (άρθρο 4 § 2 Ν. 2251/1994).

Περαιτέρω, η επιχείρηση οφείλει να εκπληρώσει την παροχή της σύμβασης το αργότερο εντός τριάντα (30) ημερών από τη διαβίβαση της παραγγελίας του καταναλωτή, άλλως ο καταναλωτής έχει δικαίωμα υπαναχώρησης (άρθρο 4 § 8 Ν. 2251/1994).

Μέχρι και την παράδοση των προϊόντων η επιχείρηση υποχρεούται να γνωστοποιεί στον πελάτη – χρήστη

- i. την επωνυμία και τη διεύθυνση του πιο προσιτού για τον καταναλωτή καταστήματος, όπου μπορεί να απευθύνεται για την επισκευή του προϊόντος,
- ii. τον τρόπο καταβολής του τιμήματος, περιλαμβανομένων των όρων πίστωσης ή πληρωμής με δόσεις, καθώς και τους όρους εξασφάλισης,
- iii. πληροφορίες σχετικές με την εξυπηρέτηση μετά την πώληση και τις υφιστάμενες εμπορικές εγγυήσεις και

⁸³ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

iv. τους όρους καταγγελίας της σύμβασης, όταν πρόκειται για σύμβαση αόριστου χρόνου ή διάρκειας μεγαλύτερης του ενός έτους (άρθρο 4 § 9 Ν. 2251/1994).

Αν πρόκειται για υπηρεσία [και όχι για παράδοση προϊόντος], η επιχείρηση δεν υποχρεούται σε παροχή της πριν από το πέρας της περιόδου υπαναχώρησης (άρθρο 3ε § 3 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Η είσπραξη όλου ή μέρους του τιμήματος μίας παραγγελίας απαγορεύεται τόσο πριν από την παράδοση του προϊόντος ή την παροχή της υπηρεσίας όσο και πριν από το πέρας της 14ήμερης προθεσμίας της περιόδου υπαναχώρησης (άρθρα 4 § 7 Ν. 2251/1994 και 3ε § 4 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Σε περίπτωση παροχής μη παραγγελθέντων αγαθών / υπηρεσιών ο καταναλωτής απαλλάσσεται από την υποχρέωση να επιστρέψει τα αγαθά ή να καταβάλλει κάποιο τίμημα, ενώ η απουσία απάντησης από τον καταναλωτή ύστερα από περίπτωση παροχής μη παραγγελθέντων δεν ισοδυναμεί με συναίνεση (άρθρο 4ζ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

4.3.5.Δικαίωμα Υπαναχώρησης⁸⁴

Κατά την παροχή προϊόντων / υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρήσει αζημίως και αναιτιολογήτως εντός δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών, αν δεν συμφωνήθηκε μεγαλύτερη προθεσμία, επιστρέφοντας στην επιχείρηση το αγαθό στην αρχική του κατάσταση, χωρίς να επιβαρύνεται με οποιαδήποτε δαπάνη, εκτός από τα έξοδα επιστροφής. Για τον λόγο αυτό η επιχείρηση υποχρεούται να αποστέλλει σε αυτόν μαζί με τα παραγγελθέντα προϊόντα / υπηρεσίες σε έντυπο ή ηλεκτρονικό έγγραφο υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης (4 § 10 και 11 Ν. 2251/1994).

Για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης η προθεσμία δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών αρχίζει (άρθρο 3ε § 2 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013) :

α) από την ημερομηνία σύναψης της σύμβασης, για τις συμβάσεις υπηρεσιών.

β) για τις συμβάσεις πώλησης,

(i) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή των αγαθών ή

(ii) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής αποκτά τη φυσική κατοχή του τελευταίου αγαθού, σε περίπτωση πολλών αγαθών παραγγελθέντων από τον καταναλωτή με μια παραγγελία και παραδιδόμενων χωριστά,

(iii) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής αποκτά τη φυσική κατοχή της τελευταίας παρτίδας ή του τελευταίου τεμαχίου, σε περίπτωση παράδοσης αγαθού αποτελούμενου από πολλές παρτίδες ή πολλά τεμάχια,

(iv) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής αποκτά τη φυσική κατοχή του πρώτου αγαθού, σε περίπτωση σύμβασης τακτικής παράδοσης αγαθών σε καθορισμένη χρονική περίοδο,

Αν η επιχείρηση δεν έχει πληροφορήσει τον πελάτη για τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης και δεν έχει χορηγήσει υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης, τότε η προθεσμία υπαναχώρησης δεν είναι 14ήμερη αλλά επιμηκύνεται για άλλους 12 μήνες μετά την πάροδο της προθεσμίας υπαναχώρησης (άρθρο 3στ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Προκειμένου να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης, ο καταναλωτής οφείλει πριν από την πάροδο της σχετικής προθεσμίας να γνωστοποιήσει την βούλησή του για

⁸⁴ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

υπαναχώρηση εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο το οποίο τίθεται στη διάθεσή του από την επιχείρηση, όπως λόγου χάρη με ηλεκτρονική επιστολή (άρθρα 4 § 10 και 11 Ν. 2251/1994 και 3ζ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Ο καταναλωτής υποχρεούται να αποστείλει τα προς επιστροφή αγαθά εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ανακοίνωσε στην επιχείρηση την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Ο καταναλωτής επιβαρύνεται με το κόστος επιστροφής των αγαθών. Εφόσον όμως τα αγαθά έχουν παραδοθεί στην οικία του καταναλωτή τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης και πρόκειται για αγαθά που από τη φύση τους δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς, η επιχείρηση έχει την υποχρέωση να συλλέγει τα αγαθά με δικά της έξοδα από την οικία του καταναλωτή (άρθρο 3ι § 1 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλην εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών (άρθρο 3ι § 2 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013). Επομένως, τυχόν άνοιγμα των συσκευασιών των αγαθών από τον καταναλωτή δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αιτιολογία για την άρνηση του δικαιώματος υπαναχώρησης από την πλευρά της επιχείρησης.

Σε περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από τον καταναλωτή σύμφωνα με τα παραπάνω, η επιχείρηση υποχρεούται να επιστρέψει τα ποσά που της κατέβαλε ο καταναλωτής, συμπεριλαμβανομένων των δαπανών μεταφοράς, με τα ίδια μέσα, που χρησιμοποιήθηκαν για την πληρωμή, εντός δέκα τεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών από την ημέρα της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης ή μέχρι την επιστροφή των αγαθών (άρθρα 4 § 10 και 11 Ν. 2251/1994 και 3ι της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Κατ' εξαίρεση, ο καταναλωτής δεν έχει το δικαίωμα υπαναχώρησης στις ακόλουθες περιπτώσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεων (άρθρο 3ιβ της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013) :

- Συμβάσεις υπηρεσιών μετά την πλήρη παροχή της υπηρεσίας, εάν η εκτέλεση άρχισε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, και με την εκ μέρους του αναγνώριση ότι θα απωλέσει το δικαίωμά του υπαναχώρησης μόλις η σύμβαση εκτελεσθεί πλήρως από τον προμηθευτή.
- Την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει η επιχείρηση και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης.
- Την προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων.
- Την προμήθεια αγαθών τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα.
- Την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση.
- Την προμήθεια αγαθών τα οποία, μετά την παράδοση, λόγω της φύσης τους, είναι αναπόσπαστα αναμειγμένα με άλλα στοιχεία.
- Την προμήθεια εφημερίδων και παντός είδους περιοδικών, εξαιρουμένων των συνδρομητικών συμβάσεων για την προμήθεια αυτών των εντύπων.
- Την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο, εάν η εκτέλεση ξεκίνησε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και την επιβεβαίωση εκ μέρους του ότι χάνει έτσι το δικαίωμά του υπαναχώρησης.

Καμία επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου δεν μπορεί να προτείνει τη σύναψη ηλεκτρονικών συμβάσεων, εάν δεν εγγραφεί στο μητρώο αυτό. Επιπλέον, η καταχώριση στο μητρώο αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη θεώρηση των αναγκαίων φορολογικών βιβλίων και στοιχείων από την αρμόδια δημόσια οικονομική υπηρεσία και αποδεικνύεται με

βεβαίωση που χορηγείται από την αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας (άρθρα 4 § 12 Ν. 2251/1994 και 3γ § 1 και 2 της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Επιπλέον, εφόσον διαβιβάζει ή κοινοποιεί προσωπικά δεδομένα πελατών – χρηστών της σε τρίτους, όπως λόγω χάρη σε τρίτα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που διαχειρίζονται τον ιστότοπό της ή εκτελούν τις σχετικές με αυτόν παραγγελίες βάσει σύμβασης έργου ή παροχής υπηρεσιών, η επιχείρηση υποχρεούται να γνωστοποιήσει εγγράφως στην Αρχή, τη σύσταση και λειτουργία αρχείου ή την έναρξη της επεξεργασίας με ειδικό έντυπο (άρθρα 6 και 7 § 1β Ν. 2472/1997).

4.4. Διοικητικές Κυρώσεις⁸⁵

Οποιοσδήποτε συμβατικές ρήτρες καταργούν ή περιορίζουν, άμεσα ή έμμεσα, τα προαναφερόμενα δικαιώματα των καταναλωτών είναι άκυρες. Επιπλέον, ακόμη και αν το δίκαιο που είναι εφαρμοστέο σε συμβάσεις δεν είναι το Ελληνικό αλλά το δίκαιο κάποιου άλλου κράτους μέλους της ΕΕ, οι καταναλωτές δεν μπορούν να παραιτηθούν από τα δικαιώματα που τους παρέχονται από το Ελληνικό δίκαιο (άρθρο 4η της ΚΥΑ Ζ1-891/13-06-2013).

Στις επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, που παραβιάζουν τις έννομες υποχρεώσεις τους, επιβάλλονται από τον Υπουργό Ανάπτυξης αυτεπαγγέλτως ή κατόπιν καταγγελίας, μεταξύ άλλων, οι εξής διοικητικές κυρώσεις (άρθρο 13α § 12 Ν. 2251/1994) :

- Πρόστιμο από χίλια πεντακόσια (1.500) έως ένα εκατομμύριο (1.000.000) ευρώ. Σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου, το ανώτατο όριο προστίμου διπλασιάζεται.
- Προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης ή τμήματος της για χρονικό διάστημα από τρεις (3) μήνες έως ένα (1) έτος σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου.

⁸⁵ <http://lawandtech.eu/el/2014/06/05/e-commerce-2/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ

5.1. Η πώληση και οι εγγυήσεις καταναλωτικών αγαθών στο κοινοτικό δίκαιο⁸⁶

Οι κανόνες που πλαισιώνουν την πώληση καταναλωτικών αγαθών στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) εγγυώνται στον καταναλωτή ένα στοιχειώδες όριο ομοιόμορφης προστασίας. Εξασφαλίζουν ιδίως την προστασία του σε περίπτωση μη συμμόρφωσης του προϊόντος προς τους όρους της σύμβασης. Η οδηγία 99/44/ΕΚ σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών, αφορά τη νόμιμη εγγύηση και τις εμπορικές εγγυήσεις. Η οδηγία αυτή θεμελιώνεται στο [Πράσινο βιβλίο](#) που εξέδωσε η Επιτροπή το 1993 για τις εγγυήσεις των καταναλωτικών αγαθών και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση.

Η **έννοια της νόμιμης εγγύησης** αφορά τη νομική προστασία του αγοραστή από ελαττώματα των αγορασθέντων προϊόντων. Η νομική αυτή προστασία έχει καταστεί υποχρεωτική από το νόμο και δεν εξαρτάται από τη σύμβαση. Η οδηγία θεσπίζει κατά τον τρόπο αυτό την αρχή της συμμόρφωσης του προϊόντος προς τους όρους της σύμβασης. Η **έννοια της εμπορικής εγγύησης**, αντίθετα, προϋποθέτει την εκδήλωση της βούλησης ενός ατόμου, του εγγυητή, ο οποίος αυτοκαθίσταται υπεύθυνος για ορισμένα ελαττώματα. Η οδηγία δεν χρησιμοποιεί την ορολογία της νομικής και εμπορικής εγγύησης. Όταν χρησιμοποιείται ο όρος «εγγύηση», καλύπτει μόνο τις εμπορικές εγγυήσεις που ορίζονται ως εξής: «κάθε ανάληψη υποχρέωσης εκ μέρους του πωλητή ή του παραγωγού προς τον καταναλωτή, χωρίς επιπλέον επιβάρυνση, για επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος, αντικατάσταση, επισκευή ή φροντίδα καθ' οιονδήποτε τρόπο του αγαθού σε περίπτωση που το καταναλωτικό αγαθό δεν ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά που αναφέρονται στη δήλωση της εγγύησης ή στη σχετική διαφήμιση».

Καταναλωτικό αγαθό θεωρείται κάθε ενσώματο κινητό πράγμα, εκτός από τα αγαθά τα οποία πωλούνται στα πλαίσια αναγκαστικής εκτέλεσης ή με άλλο τρόπο από δικαστική αρχή, το νερό και το φυσικό αέριο όταν δεν είναι συσκευασμένα προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα και την ηλεκτρική ενέργεια.

Τα καταναλωτικά αγαθά πρέπει να είναι **σύμφωνα προς τους όρους της σύμβασης πώλησης**. Τα καταναλωτικά αγαθά τεκμαίρονται σύμφωνα προς τους όρους της σύμβασης, εφόσον κατά την παράδοσή τους στον καταναλωτή:

- ανταποκρίνονται στην περιγραφή που έχει γίνει από τον πωλητή και έχουν τις ιδιότητες του αγαθού εκείνου που ο πωλητής είχε παρουσιάσει στον καταναλωτή ως δείγμα ή υπόδειγμα·
- είναι κατάλληλα για τις χρήσεις για τις οποίες προορίζονται συνήθως τα αγαθά του ίδιου τύπου·

⁸⁶ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/protection_of_consumers/132022_el.htm

- είναι κατάλληλα για κάθε ειδική χρήση την οποία επιζητεί ο καταναλωτής και την οποία γνωστοποίησε στον πωλητή κατά τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης, ο δε πωλητής την αποδέχθηκε·
- η ποιότητα και οι επιδόσεις τους είναι ικανοποιητικές λαμβάνοντας υπόψη τη φύση του αγαθού και τις δημόσιες δηλώσεις του πωλητή, του παραγωγού ή του αντιπροσώπου του σχετικά με αυτά.

Ο πωλητής ευθύνεται έναντι του καταναλωτή για κάθε **έλλειψη συμμόρφωσης** η οποία υπάρχει κατά τη στιγμή της παράδοσης του αγαθού και εμφανίζεται εντός δύο ετών από τη στιγμή αυτή. Ωστόσο, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι υφίσταται έλλειψη συμμόρφωσης εάν, κατά τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης, ο καταναλωτής γνώριζε ή δεν μπορούσε ευλόγως να αγνοεί την έλλειψη αυτή.

Ο πωλητής δεν ευθύνεται όταν το αγαθό δεν ανταποκρίνεται στις δημόσιες δηλώσεις του πωλητή, του παραγωγού ή του αντιπροσώπου του όταν αποδεικνύει:

- ότι δεν γνώριζε και δεν μπορούσε ευλόγως να γνωρίζει τη σχετική δήλωση·
- ότι διόρθωσε τη σχετική δήλωση κατά τη στιγμή της πώλησης του αγαθού·
- ότι η απόφαση για την αγορά δεν μπορούσε να επηρεαστεί από τη σχετική δήλωση.

Η έλλειψη συμμόρφωσης που απορρέει από κακή εγκατάσταση του καταναλωτικού αγαθού εξομοιούται με έλλειψη συμμόρφωσης προς τους όρους της σύμβασης, όταν η εγκατάσταση αποτελεί μέρος της σύμβασης πώλησης του αγαθού και έχει πραγματοποιηθεί από τον πωλητή ή υπ' ευθύνη του. Τούτο ισχύει εξίσου όταν το αγαθό, το οποίο προοριζόταν να εγκατασταθεί από τον καταναλωτή, εγκαταστάθηκε από τον καταναλωτή, η δε κακή εγκατάσταση οφείλεται σε παράλειψη των οδηγιών εγκατάστασης.

Η έλλειψη συμμόρφωσης, η οποία εκδηλώνεται εντός έξι μηνών από την παράδοση, τεκμαίρεται ότι υφίσταται κατά την παράδοση, εκτός εάν αποδειχθεί το αντίθετο ή εάν το τεκμήριο αυτό είναι ασυμβίβαστο με τη φύση των αγαθών ή τη φύση της έλλειψης συμμόρφωσης.

Όταν μια έλλειψη συμμόρφωσης επισημαίνεται στον πωλητή, ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να ζητήσει από αυτόν είτε την επισκευή του αγαθού είτε τη δωρεάν αντικατάστασή του εντός εύλογης προθεσμίας και χωρίς σημαντικές δυσχέρειες για τον καταναλωτή, είτε ανάλογη μείωση του τιμήματος είτε την ακύρωση της σύμβασης, εάν η επισκευή και η αντικατάσταση του αγαθού αποδεικνύονται αδύνατες ή δυσανάλογες, ή εάν ο πωλητής δεν χρησιμοποίησε άλλο τρόπο αποζημίωσης εντός εύλογης προθεσμίας ή χωρίς σημαντικές δυσχέρειες για τον καταναλωτή.

Η ακύρωση της σύμβασης δεν είναι δυνατή σε περίπτωση που η έλλειψη συμμόρφωσης είναι ασήμαντη.

Όταν θεμελιώνεται **ευθύνη του τελικού πωλητή** έναντι του καταναλωτή λόγω έλλειψης συμμόρφωσης που απορρέει από πράξη ή παράλειψη του παραγωγού ή προγενέστερου πωλητή εντασσομένου στην ίδια αλυσίδα συμβάσεων ή οποιουδήποτε άλλου μεσάζοντος, ο τελικός πωλητής έχει το δικαίωμα να στραφεί κατά παντός υπευθύνου.

Συμμόρφωση της εμπορικής εγγύησης⁸⁷

Η εμπορική εγγύηση, δεσμεύει νομικά τον πωλητή ή παραγωγό που την προσφέρει σύμφωνα με τους όρους που ορίζονται στο έγγραφο της εγγύησης και στη σχετική διαφήμιση. Η εγγύηση πρέπει να επισημαίνει ότι ο καταναλωτής έχει εξάλλου τα νόμιμα δικαιώματα και να καθορίζει σαφώς ότι αυτά τα δικαιώματα δεν θίγονται από την εγγύηση. Η εγγύηση πρέπει επίσης να προσδιορίζει σε απλή και κατανοητή γλώσσα το περιεχόμενο της εγγύησης και τα ουσιαστικά στοιχεία που απαιτούνται για την ενεργοποίηση της εγγύησης, και κυρίως τη διάρκεια και την εδαφική της έκταση καθώς και το όνομα και τη διεύθυνση του εγγυητή. Εφόσον το ζητήσει ο καταναλωτής, η εγγύηση του παραδίδεται εγγράφως ή υπό τη μορφή άλλου σταθερού μέσου. Το κράτος μέλος στο οποίο το καταναλωτικό αγαθό διατίθεται στο εμπόριο μπορεί να επιβάλει στο έδαφός του να συντάσσεται η εγγύηση σε μία ή περισσότερες επίσημες γλώσσες της Κοινότητας. **Η μη συμμόρφωση της εμπορικής εγγύησης** στις διατάξεις της οδηγίας δεν επηρεάζει την εγκυρότητά της και ο καταναλωτής μπορεί να απαιτήσει την τήρησή της.

5.2. Η πώληση και οι εγγυήσεις καταναλωτικών αγαθών στο Ελληνικό δίκαιο

Με το [νόμο 3043/2002](#) – Ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων καθώς και με το άρθρο 16 του νόμου [3853/2010](#) – Απλοποίηση διαδικασιών σύστασης προσωπικών και κεφαλαιουχικών εταιριών και άλλες διατάξεις - προσαρμόστηκε η Ελληνική νομοθεσία στην Οδηγία 99/44/EK «σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών». Η προσαρμογή αυτή επήλθε α) με τροποποίηση των άρθρων 534-561 του ΑΚ και β) με τροποποίηση και συμπλήρωση του άρθρου 5 «πώληση καταναλωτικών αγαθών και εγγυήσεις» του [Ν. 2251/94](#), όπως ισχύει, για την προστασία των καταναλωτών.⁸⁸
Συγκεκριμένα :

5.2.1. Τροποποίηση Αστικού Κώδικα (άρθρα 534-561)⁸⁹

Το άρθρο 1 του νόμου 3043/02 αναφέρεται στην τροποποίηση των άρθρων 534-561 ΑΚ.
Επισημαίνονται ιδιαίτερα:

Άρθρο 534: Πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων
Θεσπίζεται η υποχρέωση του πωλητή για παράδοση του πράγματος με τις συμφωνημένες ιδιότητες και χωρίς πραγματικά ελαττώματα

Άρθρο 535: Προσδιορίζονται τα κριτήρια έλλειψης ανταπόκρισης στη σύμβαση. Ο πωλητής έχει την υποχρέωση παράδοσης του πράγματος με τις συμφωνηθείσες ιδιότητες και χωρίς πραγματικά ελαττώματα. Ο αγοραστής αρκεί να επιδείξει την έλλειψη ενός από τα τέσσερα

⁸⁷ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/protection_of_consumers/l32022_el.htm

⁸⁸ <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/exasfalisi-asfalon-synallagon/56-polisi-agathon-eggyiseis.html>

⁸⁹ www.dikonomia.gr/sites/default/files/egkikliosz1_71_20013.doc

κριτήρια για να αποδείξει τη μη ανταπόκριση στη σύμβαση. Το άρθρο αυτό παραθέτει τις προϋποθέσεις που χρειάζονται για να είναι τα αγαθά σύμφωνα με το συμβόλαιο.

Άρθρο 536: Πλημμελής εγκατάσταση

Ο πωλητής δεν εκπληρώνει την υποχρέωσή του και στην περίπτωση πλημμελούς εγκατάστασης του πράγματος. Το άρθρο αυτό εξομοιώνει τις περιπτώσεις πλημμελούς εγκατάστασης με έλλειψη ανταπόκρισης στη σύμβαση.

Άρθρο 537: Ευθύνη για ελλείψεις

Καθιερώνει την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα ή έλλειψη συμφωνηθέντων ιδιοτήτων κατά τον χρόνο παράδοσης του πράγματος. Ο πωλητής ευθύνεται ανεξάρτητα από υπαιτιότητά του. Απαλλαγή του πωλητή προβλέπεται μόνο σε περίπτωση γνώσης του αγοραστή και όχι σε περίπτωση υπαίτιας άγνοιάς του.

Άρθρο 540: Δικαιώματα αγοραστή

Καταγράφονται τα δικαιώματα του αγοραστή στην περίπτωση ευθύνης του πωλητή για έλλειψη συμφωνηθείσας ιδιότητας ή πραγματικού ελαττώματος του πράγματος. Αυτά είναι τα δικαιώματα της επισκευής ή αντικατάστασης του πράγματος (χωρίς επιβάρυνση του αγοραστή) με άλλο, ή μείωσης του τμήματος ή υπαναχώρησης αυτής της σύμβασης. Τα δικαιώματα αυτά παρέχονται εναλλακτικά στον αγοραστή χωρίς ιεραρχική διαβάθμιση μεταξύ τους δηλ. χωρίς ορισμένα από αυτά να έχουν προτεραιότητα. Στην περίπτωση επουσιώδους ελαττώματος δεν θίγεται το δικαίωμα της υπαναχώρησης.

Άρθρο 554: Παραγραφή

Τα δικαιώματα του αγοραστή λόγω πραγματικού ελαττώματος ή έλλειψης συνομολογημένης ιδιότητας παραγράφονται μετά την πάροδο πέντε ετών για τα ακίνητα και δύο ετών για τα κινητά.

Άρθρο 555

Η παραγραφή αρχίζει από την παράδοση του πράγματος στον αγοραστή, έστω και αν ο αγοραστής ανακάλυψε το ελάττωμα ή την έλλειψη συνομολογημένης ιδιότητας αργότερα. Δηλ. ο αγοραστής δικαιούται να ασκήσει τα δικαιώματά του από τη στιγμή της παράδοσης του πράγματος και για 2 χρόνια, εφόσον στο διάστημα αυτό εκδηλωθεί πραγματικό ελάττωμα ή έλλειψη συμφωνηθείσας ιδιότητας.

Άρθρο 559: Παροχή εγγύησης

Αν ο πωλητής ή τρίτος έχει παράσχει εγγύηση για το πράγμα που πουλήθηκε, ο αγοραστής έχει, έναντι εκείνου που εγγυήθηκε, τα δικαιώματα που απορρέουν από τη δήλωση της εγγύησης σύμφωνα με τους όρους που περιέχονται σε αυτήν ή τη σχετική διαφήμιση, χωρίς να παραβλάπτονται τα δικαιώματά του που πηγάζουν από το νόμο.

5.2.2. Κύριες διατάξεις σχετικά με τη νομική εγγύηση⁹⁰

- Ο πωλητής υποχρεούται να παραδώσει το πράγμα με τις συμφωνημένες ιδιότητες και χωρίς πραγματικά ελαττώματα. Επίσης η πλημμελής εγκατάσταση του πράγματος, εφόσον αποτελεί μέρος της σύμβασης, θεωρείται έλλειψη ανταπόκρισης στη σύμβαση.

⁹⁰ <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/exasfalisi-asfalon-synallagon/56-polisi-agathon-eggysiseis.html>

- Τα αγαθά πρέπει να είναι σε συμμόρφωση με τη σύμβαση, δηλ.:
 - α) Να συμφωνούν με την περιγραφή του πωλητή και να έχουν την ίδια ποιότητα και χαρακτηριστικά, όπως κάθε ίδιο προϊόν.
 - β) Να ταιριάζουν με το σκοπό για τον οποίο ο αγοραστής αγόρασε το αγαθό και τον γνωστοποίησε στον πωλητή τη στιγμή της αγοράς.
-
- Εάν ένα ελάττωμα παρουσιάζεται τους έξι πρώτους μήνες μετά την αγορά του πράγματος, ο αγοραστής δεν έχει να αποδείξει ότι το προϊόν ήταν ελαττωματικό τη στιγμή της παράδοσης. Το βάρος της απόδειξης είναι στον πωλητή. Μετά τους έξι μήνες ο αγοραστής πρέπει να αποδείξει ότι το προϊόν είναι ελαττωματικό.
- Καθιερώνεται η ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα ή έλλειψη συννομολογημένων ιδιοτήτων του πράγματος, η οποία εγείρεται σε περίοδο δύο ετών για τα κινητά και πέντε ετών για τα ακίνητα από τη στιγμή της παράδοσής του. Εξαιρέση γίνεται μόνον, εάν ο αγοραστής γνώριζε από πριν το ελάττωμα. Όταν η έλλειψη της συμμόρφωσης γνωστοποιείται στον πωλητή, ο αγοραστής δικαιούται να ζητήσει: α) την επισκευή ή την αντικατάσταση του πράγματος χωρίς οικονομική επιβάρυνση, μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα και χωρίς σημαντική ενόχληση του και β) μείωση του τιμήματος ή ακύρωση του συμβολαίου εάν η επισκευή ή η αντικατάσταση του πράγματος είναι αδύνατη ή δυσανάλογη σε σχέση με την αξία του. Τα παραπάνω δεν ισχύουν στην περίπτωση που το ελάττωμα είναι μικρό.

5.2.3. Διατάξεις για την εμπορική εγγύηση - Άρθρο 5 του νόμου 2251/1994

Το άρθρο αυτό αφορά τις σχέσεις προμηθευτή – καταναλωτή και ειδικότερα καθορίζει τις υποχρεώσεις του προμηθευτή καταναλωτικών αγαθών απέναντι στον καταναλωτή. Οι υποχρεώσεις αυτές αναλύονται παρακάτω.

5.3.Υποχρεώσεις προμηθευτών

Σύμφωνα με το άρθρο 5 του ν.2251/94, επιβάλλονται στους προμηθευτές ορισμένες υποχρεώσεις, οι οποίες αναφέρονται στον τρόπο εκτέλεσης συμβάσεων πώλησης και στη προμήθεια καινούργιων προϊόντων με μακρά διάρκεια ζωής. Για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου, προμηθευτής είναι και ο κατασκευαστής καταναλωτικού προϊόντος, ο εισαγωγέας του σε κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε), καθώς και κάθε πρόσωπο που παρουσιάζεται ως παραγωγός καταναλωτικού προϊόντος, θέτοντας σε αυτό το όνομά του, το σήμα του ή άλλο διακριτικό σημείο.⁹¹

Οι εν λόγω υποχρεώσεις των προμηθευτών είναι:

- 1) Υποχρέωση παροχής πληροφοριών
- 2) Υποχρέωση παροχής εγγυήσεων
- 3) Υποχρέωση εξασφάλισης συντήρησης, επισκευής, ανταλλακτικών⁹²

⁹¹Βλ.πάρρτημα Ι, Άρθρο 5, παρ.1

⁹²Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 189

Αναλυτικότερα:

5.3.1.Υποχρέωση παροχής πληροφοριών

Σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ. 2 ν. 2251/94, ο προμηθευτής σε κάθε πώληση οφείλει να παρέχει στον καταναλωτή γραπτώς, στην ελληνική γλώσσα, σαφείς οδηγίες για την ασφαλή χρήση, συντήρηση, πλήρη αξιοποίηση του προϊόντος και ενημέρωση για επίσης τυχόν κινδύνους κατά τη χρήση και διατήρησή του. Επίσης, ο προμηθευτής κατά τη πώληση, οφείλει να ενημερώνει τον καταναλωτή για την πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος.

Πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος, είναι ο εύλογα αναμενόμενος χρόνος κατά τον οποίο, το προϊόν θα μπορεί να χρησιμοποιείται σύμφωνα με τον προορισμό του, έστω και έπειτα από επισκευή ή αντικατάσταση ανταλλακτικών, ωστόσο η φθορά από την χρήση καταστήσει το προϊόν άχρηστο ή την περαιτέρω χρήση του οικονομικά ασύμφορη.⁹³

5.3.2.Υποχρέωση παροχής εγγυήσεων

Ο προμηθευτής οφείλει στον καταναλωτή να παρέχει εγγύηση γραπτώς ή με άλλο τεχνικό μέσο αποτύπωσης, που να είναι διαθέσιμο και προσιτό στον καταναλωτή. Σε περίπτωση προμήθειας καινούργιων προϊόντων με μακρά διάρκεια, η παροχή γραπτής εγγύησης είναι υποχρεωτική.⁹⁴

Εγγύηση είναι η ανάληψη υποχρέωσης χωρίς επιπλέον επιβάρυνση για επιστροφή του τιμήματος ή για αντικατάσταση, επισκευή ή φροντίδα με οποιονδήποτε τρόπο του καταναλωτικού αγαθού εφόσον αυτό δεν ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά που αναφέρονται στη δήλωση της εγγύησης ή στη σχετική διαφήμιση. Πρόκειται για μια υπόσχεση που θεμελιώνει πρόσθετη υποχρέωση του εγγυώμενου σε σχέση με τις υποχρεώσεις του πωλητή. Η εγγύηση πρέπει να δηλώνει ότι τα δικαιώματα του καταναλωτή από την εθνική νομοθεσία σχετικά με την πώληση δεν θίγονται από την εγγύηση, διευκρίνιση απαραίτητη κυρίως για να αποφευχθεί η δημιουργία της εντύπωσης ότι πέραν της εγγύησης ο καταναλωτής δεν έχει άλλα δικαιώματα. Η εγγύηση δεσμεύει νομικά το άτομο που την προσφέρει, ενώ επίσης ορίζει ότι περιεχόμενο της εγγύησης δεν αποτελεί μόνο η σχετική δήλωση αλλά και η σχετική διαφήμιση.⁹⁵ Το περιεχόμενο της υποχρέωσης αυτής έγκειται στη δέσμευση του πωλητή ή τρίτου και τη συνακόλουθη ανάληψη ευθύνης ότι το πράγμα δεν θα έχει ελαττώματα. Η εγγύηση πρέπει να είναι σύμφωνη με τους κανόνες της καλής πίστης και να μην αναιρείται από υπερβολικές ρήτρες εξαιρέσεων.⁹⁶ Η πρακτική σημασία του θεσμού της εγγύησης έγκειται στα εξής

- Την επιμήκυνση της παραγραφής της ευθύνης του πωλητή
- Τη μετάθεση του χρόνου μετάστασης του κινδύνου μέχρι τη λήξη της εγγυητικής προθεσμίας και
- Την άμεση ευθύνη του παραγωγού του προϊόντος

Η εγγύηση πρέπει να περιλαμβάνει σε απλή, ευανάγνωστη και κατανοητή διατύπωση στην ελληνική γλώσσα, τουλάχιστον την επωνυμία και τη διεύθυνση του εγγυητή, το προϊόν

⁹³ Αλεξανδρίδου Ελ., 1996, *Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό*, εκδόσεις Σάκκουλα, Θεσσαλονίκη, σελ 125

⁹⁴ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη,σελ191

⁹⁵ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών,2/2001 (Έτος 7^ο) , Νομική βιβλιοθήκη, σελ 137

⁹⁶ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 5, παρ.4

στο οποίο αναφέρεται η εγγύηση, το ακριβές περιεχόμενο της, τη διάρκειά της, την τοπική έκταση ισχύος του καθώς και τα δικαιώματα που περιέχει το εφαρμοστέο δίκαιο. Η διάρκεια της εγγύησης πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με τη πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος. Ειδικά για τα προϊόντα τεχνολογίας αιχμής, η διάρκεια της εγγύησης πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με το χρόνο κατά τον οποίο αναμένεται ότι θα παραμένουν σύγχρονα από τεχνολογική άποψη, αν ο χρόνος αυτός είναι συντομότερος από τη πιθανή διάρκεια ζωής τους.⁹⁷ Σε περίπτωση αντικατάστασης του προϊόντος ή ανταλλακτικού του, η εγγύηση αυτόματα ανανεώνεται για όλη της τη διάρκεια ως προς το νέο προϊόν ή ανταλλακτικό.

5.3.3. Υποχρέωση εξασφάλισης, συντήρησης, ανταλλακτικών

Ο προμηθευτής καινούργιων διαρκών καταναλωτικών αγαθών οφείλει, να εξασφαλίσει στους καταναλωτές τη συνεχή παροχή τεχνικών υπηρεσιών για τη συντήρηση και την επισκευή των αγαθών για χρονικό διάστημα ίσο με την πιθανή διάρκεια της ζωής τους, Επίσης οφείλει να εξασφαλίσει την δυνατότητα στους καταναλωτές την ευχέρεια προμήθειας των ανταλλακτικών και άλλων τυχόν προϊόντων, που απαιτούνται για τη χρήση τους σύμφωνα με τον προορισμό τους, για όλη την πιθανή διάρκεια της ζωής τους. Αυτό σημαίνει ότι, ακόμα και αν ένα προϊόν έχει σταματήσει να παράγεται, ο προμηθευτής οφείλει να εξασφαλίζει τη χρήση των αναγκαίων ανταλλακτικών του σε προσιτές τιμές.⁹⁸

5.4. Δικαιώματα αγοραστή σε περίπτωση ευθύνης του πωλητή

Τα δικαιώματα των αγοραστών χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες. Αυτά που προβλέπονται απευθείας από το νόμο και αυτά που προβλέπονται στην εγγύηση που χορηγεί ο εκάστοτε κατασκευαστής/εισαγωγέας.

A. Δικαιώματα του αγοραστή που πηγάζουν απευθείας από το νόμο.⁹⁹

Τα δικαιώματα αυτά προβλέπονται στον Αστικό Κώδικα, ο οποίος είναι από τους πιο θεμελιώδεις νόμους του κράτους μας, καθώς ρυθμίζει πάρα πολλά θέματα της συμβίωσής μας. Τα δικαιώματα αυτά πηγάζουν απευθείας από το νόμο και δεν έχουν καμία απολύτως σχέση με την τυχόν εγγύηση που δίνει ο κατασκευαστής/εισαγωγέας/πωλητής του προϊόντος. Όλα τα δικαιώματα ισχύουν και ασκούνται μόνο κατά του πωλητή, δηλ. της εταιρείας (dealer, αντιπροσώπου) από την οποία αγοράσαμε το προϊόν, και όχι κατά του εισαγωγέα ή του κατασκευαστή ή οποιουδήποτε άλλου εξουσιοδοτημένου αντιπροσώπου/συνεργείου.

Ο Αστικός Κώδικας, που μεταξύ άλλων ρυθμίζει τα σχετικά με την πώληση, τροποποιήθηκε το 2002, σε συμμόρφωση με αντίστοιχη Ευρωπαϊκή Οδηγία (44/1999), στηρίζοντας δραστικά τον αγοραστή εφεξής. Ορίζει λοιπόν στο άρθρο 534: «Ο πωλητής υποχρεούται να παραδώσει το πράγμα με τις συνολογούμενες ιδιότητες και χωρίς πραγματικά ελαττώματα.» Στο άρθρο 535 ορίζει ποια είναι τα πραγματικά ελαττώματα: «Ο πωλητής δεν εκπληρώνει

⁹⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (N.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη,σελ193,194

⁹⁸Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (N.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 197

⁹⁹ <http://www.georgasnet.gr/dikaiomata-katanaloti.html>

την κατά το προηγούμενο άρθρο υποχρέωσή του, αν το πράγμα που παραδίδει στον αγοραστή δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση και ιδίως:

1. δεν ανταποκρίνεται στην περιγραφή που έχει γίνει από τον πωλητή ή στο δείγμα ή υπόδειγμα που ο πωλητής είχε παρουσιάσει στον αγοραστή
2. δεν είναι κατάλληλο για το σκοπό της συγκεκριμένης σύμβασης και ιδιαίτερα για τη σύμφωνη με το σκοπό αυτόν ειδική χρήση
3. δεν είναι κατάλληλο για τη χρήση για την οποία προορίζονται συνήθως πράγματα της ίδιας κατηγορίας
4. δεν έχει την ποιότητα ή την απόδοση που ο αγοραστής ευλόγως προσδοκά από πράγματα της ίδιας κατηγορίας, λαμβάνοντας υπόψη και τις δημόσιες δηλώσεις του πωλητή, του παραγωγού ή του αντιπροσώπου του, στο πλαίσιο ιδίως της σχετικής διαφήμισης ή της επισήμανσης, εκτός αν ο πωλητής δεν γνώριζε ούτε όφειλε να γνωρίζει τη σχετική δήλωση».

Η 3η και κυρίως η 4η περίπτωση είναι η πιο σημαντική: Δεν έχει την ποιότητα ή την απόδοση που ο αγοραστής ευλόγως προσδοκά από πράγματα της ίδιας κατηγορίας.

Στο άρθρο 537 ορίζεται μάλιστα ότι (αναφέρεται με απλά λόγια) αν το πράγμα εμφάνισε ελαττώματα μέσα σε ένα εξάμηνο από την αγορά του, θεωρούνται τα ελαττώματα αυτά ότι υπήρχαν κατά την παράδοση του πράγματος στον αγοραστή, δηλ. εξ αρχής.

Τα δικαιώματα του αγοραστή στις παραπάνω περιπτώσεις, ορίζονται ξεκάθαρα και άνευ ουδεμίας αμφιβολίας στο άρθρο 540 ΑΚ:

«Στις περιπτώσεις ευθύνης του πωλητή για πραγματικό ελάττωμα ή για έλλειψη συνομολογημένης ιδιότητας ο αγοραστής δικαιούται κατ' επιλογήν του:

1. να απαιτήσει, χωρίς επιβάρυνσή του, τη διόρθωση ή αντικατάσταση του πράγματος με άλλο, εκτός αν μια τέτοια ενέργεια είναι αδύνατη ή απαιτεί δυσανάλογες δαπάνες
2. να μειώσει το τίμημα
3. να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, εκτός αν πρόκειται για επουσιώδες πραγματικό ελάττωμα.

Ο πωλητής οφείλει να πραγματοποιήσει τη διόρθωση ή την αντικατάσταση σε εύλογο χρόνο και χωρίς σημαντική ενόχληση του αγοραστή».

Στο άρθρο 541 ΑΚ ορίζεται επίσης ότι: «Ο αγοραστής μπορεί, αν διαπιστωθεί αργότερα και άλλο ελάττωμα, να ασκήσει εκ νέου ένα από τα δικαιώματα του προηγούμενου άρθρου. Το ίδιο ισχύει και όταν λείπει συνομολογημένη ιδιότητα».

Στο άρθρο 543 μάλιστα ορίζεται ότι αν το ελάττωμα υπάρχει κατά την παράδοση ή μέσα στο εξάμηνο από αυτήν, ο αγοραστής έχει δικαίωμα αποζημίωσης και για την επιπλέον ζημία που υπέστη εξ αιτίας του ελαττωματικού πράγματος. Π.χ. απώλεια εισοδήματος λόγω απώλειας χρόνου στα συνεργεία.

Αναφέρεται ένα παράδειγμα με βάση τα ανωτέρω, που στηρίζεται σε πάρα πολλά παράπονα που έχουν αναρτηθεί σε διάφορα fora αυτοκινήτων: Εάν εμφανιστεί σοβαρό

πρόβλημα στον κινητήρα, το οποίο δεν επισκευάζεται παρά την πρώτη ή δεύτερη προσπάθεια του εξουσιοδοτημένου συνεργείου, ή εάν το πρόβλημα εξ αρχής είναι μη επισκευάσιμο, ή αν απαιτεί δυσανάλογα μεγάλο χρόνο και ταλαιπωρία του αγοραστή, ο τελευταίος μπορεί να απαιτήσει άμεσα αντικατάσταση όλου του αυτοκινήτου, διότι ο κινητήρας είναι το πιο βασικό (ουσιώδες) μέρος του. Ή μπορεί να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, δηλ. να απαιτήσει να πάρουν πίσω το αυτοκίνητό του και να του δώσουν όλα τα χρήματα που είχε πληρώσει για την αγορά του. Ή να απειλήσει ότι αν δεν αλλάξουν αμέσως κινητήρα, θα προβεί σε μία από τις παραπάνω ενέργειες.

Από πλευράς διαδικασίας, τα δικαιώματα αυτά ασκούνται με αποστολή μιας εξωδίκου δηλώσεως προς τον πωλητή. Εάν ο πωλητής ωστόσο δεν συμμορφωθεί, απαιτείται προσφυγή στο δικαστήριο με άσκηση αγωγής. Όλα τα παραπάνω δικαιώματα του αγοραστή, παραγράφονται μετά διετία από την παράδοση του πράγματος, όπως ορίζεται στο άρθρο 554 του Αστικού Κώδικα, δηλ. ο αγοραστής έχει δύο χρόνια καιρό από την παράδοση για να τα ασκήσει, αλλιώς χάνονται. Από εκεί και πέρα μένει μόνο η επιπλέον εγγύηση που τυχόν δίνει κάθε πωλητής/κατασκευαστής/εισαγωγέας, οπότε ισχύουν οι όροι που προβλέπονται στην εγγύηση αυτή. Δηλαδή, ανεξαρτήτως της εγγύησης που δίνει ο κάθε κατασκευαστής, για οποιοδήποτε κινητό πράγμα αγοράζουμε, από κινητό τηλέφωνο μέχρι στερεοφωνικό μέχρι ψυγείο μέχρι αυτοκίνητο, ο νόμος προβλέπει υποχρεωτική εγγύηση του πωλητή προς τον αγοραστή δύο ετών.

Πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι δυστυχώς ο συνήγορος του καταναλωτή όπως και ο συνήγορος του πολίτη, δεν έχουν αποφασιστικές αρμοδιότητες ως προς την επίλυση προβλημάτων, μπορεί μόνο να χορηγήσουν συστάσεις και ενδεχομένως να προτείνουν επιβολή διοικητικών ποινών, αλλά δεν μπορούν να επιλύσουν αποφασιστικά συγκεκριμένο πρόβλημα. Αυτή την εξουσία την έχουν μόνο τα δικαστήρια, όπου προσφεύγει ο πολίτης που αισθάνεται αδικημένος.

B. Δικαιώματα του αγοραστή που πηγάζουν από την εγγύηση που χορηγεί ο εκάστοτε κατασκευαστής/εισαγωγέας/πωλητής του προϊόντος.¹⁰⁰

Τα δικαιώματα αυτής της κατηγορίας στηρίζονται αποκλειστικά στην εγγύηση που χορηγεί ο κατασκευαστής/εισαγωγέας/πωλητής και ασκούνται μόνο κατά αυτού που τη χορηγεί. Εάν λοιπόν την εγγύηση δίνει ο κατασκευαστής/εισαγωγέας αλλά όχι και ο πωλητής (dealer, αντιπρόσωπος), τα δικαιώματα αυτής της κατηγορίας δεν μπορούν να ασκηθούν κατά του συγκεκριμένου πωλητή/αντιπροσώπου. Για την κατηγορία αυτή δικαιωμάτων δεν υπάρχουν πολλά πράγματα να παραθέσουμε. Το θέμα ρυθμίζεται από το νόμο 2251/1994 «Για την προστασία του καταναλωτή», όπως αυτός τροποποιήθηκε το 2002 σε συμμόρφωση με την οδηγία 44/1999 της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και το 2007. Στο άρθρο 5 του νόμου αυτού προβλέπονται κάποιες ρυθμίσεις σχετικά με την εγγύηση ενός προϊόντος.

Συγκεκριμένα στην § 3 ορίζεται ότι "Κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που διαθέτει, στο πλαίσιο της επαγγελματικής, εμπορικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητας του, απευθείας στον καταναλωτή καταναλωτικά προϊόντα, υποχρεούται, με επιμέλεια του και χωρίς καμία επιβάρυνση του καταναλωτή, στην επισκευή του προϊόντος, εντός των ορίων της εγγύησης που παρέχεται γι' αυτό, συμβατικά ή από το νόμο. Σε περίπτωση που το προϊόν δεν βρίσκεται μεν εντός των ορίων της εγγύησης, βρίσκεται, όμως, εντός της πιθανής διάρκειας ζωής του ο προμηθευτής οφείλει να εξασφαλίζει την επισκευή του και την προμήθεια ανταλλακτικών του". Η πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος ορίζεται στην ίδια παράγραφο, και συγκεκριμένα αναφέρεται ότι "Πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος είναι ο εύλογα

¹⁰⁰ <http://www.georgasnet.gr/dikaiomata-katanaloti.html>

αναμενόμενος χρόνος κατά τον οποίο το προϊόν θα μπορεί να χρησιμοποιείται σύμφωνα με τον προορισμό του, έστω και έπειτα από επισκευή ή αντικατάσταση ανταλλακτικών, εωσότου η φθορά από την τακτική χρήση καταστήσει το προϊόν άχρηστο ή την περαιτέρω χρήση του οικονομικά ασύμφορη".

Στην § 4 προβλέπονται όροι για το περιεχόμενο της εγγύησης και τίθενται περιορισμοί στα δικαιώματα του προμηθευτή:

"Όταν παρέχεται εγγύηση στον καταναλωτή, ο προμηθευτής οφείλει να παρέχει αυτήν εγγράφως ή με άλλο τεχνικό μέσο αποτύπωσης που μπορεί να είναι διαθέσιμο και προσιτό στον καταναλωτή. Σε περίπτωση προμήθειας καινούργιων προϊόντων με μακρά διάρκεια ζωής (διαρκή καταναλωτικά αγαθά), η παροχή γραπτής εγγύησης είναι υποχρεωτική. Η εγγύηση πρέπει να περιλαμβάνει, με απλή, ευανάγνωστη και κατανοητή διατύπωση στην ελληνική γλώσσα, τουλάχιστον την επωνυμία και τη διεύθυνση του εγγυητή, το προϊόν στο οποίο αναφέρεται η εγγύηση, το ακριβές περιεχόμενο της, τη διάρκεια της και την έκταση της εδαφικής ισχύος της. Στην εγγύηση πρέπει να δηλώνονται, με σαφήνεια και πληρότητα, τα δικαιώματα που έχει ο καταναλωτής σύμφωνα με το εφαρμοστέο δίκαιο και να διευκρινίζεται ότι τα δικαιώματα αυτά δεν θίγονται από την εγγύηση. Η εγγύηση πρέπει να είναι σύμφωνη με τους κανόνες της καλής πίστης και να μην αναιρείται από υπερβολικές ρήτρες εξαιρέσεων. Η διάρκεια της εγγύησης πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με την πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος. Ειδικά, για τα προϊόντα τεχνολογίας αιχμής, η διάρκεια της εγγύησης πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με το χρόνο κατά τον οποίο τα προϊόντα αυτά αναμένεται ότι θα παραμένουν σύγχρονα από τεχνολογική άποψη, αν ο χρόνος αυτός είναι συντομότερος από την πιθανή διάρκεια ζωής τους".

Στις επόμενες παραγράφους 5 και 6 προβλέπονται οι πιο ενδιαφέρουσες και σημαντικές ρυθμίσεις προς όφελος του αγοραστή/καταναλωτή:

. Η παράβαση των διατάξεων της προηγούμενης παραγράφου δεν θίγει το κύρος της εγγύησης, την οποία ο καταναλωτής μπορεί να επικαλεσθεί και να απαιτήσει την τήρησή της. Σε περίπτωση αντικατάστασης του προϊόντος ή ανταλλακτικού του, η εγγύηση αυτόματα ανανεώνεται για όλη της τη διάρκεια ως προς το νέο προϊόν ή ανταλλακτικό. Εάν κατά τη διάρκεια ισχύος της εγγύησης εμφανισθεί στο προϊόν ελάττωμα και ο προμηθευτής αρνείται ή βραδύνει την επισκευή πέραν του αναγκαίου κατά περίπτωση χρόνου, ο καταναλωτής δικαιούται να ζητήσει την αντικατάσταση του προϊόντος με νέο ίσης αξίας και ποιότητας ή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Αν ο απαιτούμενος χρόνος επισκευής υπερβαίνει τις δεκαπέντε (15) εργάσιμες ημέρες, ο καταναλωτής δικαιούται να ζητήσει την προσωρινή αντικατάσταση του προϊόντος για όσο χρόνο διαρκεί η επισκευή."

6. Σε κάθε περίπτωση επιφυλάσσεται η εφαρμογή των διατάξεων του Αστικού Κώδικα για την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελατώματα ή έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων. Παραίτηση του καταναλωτή από την προστασία του κατά τις διατάξεις αυτές, πριν από την εμφάνιση του ελαττώματος ή της έλλειψης της συνομολογημένης ιδιότητας, είναι άκυρη".

Προβλέπεται λοιπόν ότι αν ο προμηθευτής καθυστερεί στην επισκευή του ελαττωματικού προϊόντος, ο καταναλωτής μπορεί μεταξύ άλλων να ζητήσει αντικατάσταση του προϊόντος με καινούριο. Εξάλλου για το ανταλλακτικό που αντικαθίσταται, ο νόμος είναι επίσης σαφής: Η εγγύηση ανανεώνεται εξ ολοκλήρου για το νέο ανταλλακτικό που τοποθετήθηκε. Δηλ. η εγγύηση για το ανταλλακτικό ξεκινάει από την αρχή για χρονικό διάστημα ίσο με την αρχική. Αν για παράδειγμα δίνεται τριετής εγγύηση για ένα αυτοκίνητο και στα 2,5 χρόνια αλλαχθεί ο κινητήρας, ο κινητήρας έχει εγγύηση για άλλα τρία χρόνια, είτε αρέσει στον προμηθευτή, είτε όχι. Το σκεπτικό του νομοθέτη ήταν ότι αν ένα πράγμα είναι ελαττωματικό και το διορθώνεις, θα πρέπει η επιδιόρθωση να είναι σωστή και σοβαρή, και όχι να εξαπατάς τον

καταναλωτή προσπαθώντας απλώς να περάσει η αρχική εγγύηση που δίνεις.

Επισημαίνεται επίσης ότι, όπως ρητά καθορίζεται στον παραπάνω νόμο, σε κάθε περίπτωση υπερισχύουν οι διατάξεις του Αστικού Κώδικα, δηλ. ο πωλητής δεν μπορεί να αποφύγει την ευθύνη του δίνοντας μικρότερη εγγύηση ή με πιο ασύμφορους όρους για τον αγοραστή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Η ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΓΙΑ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

6.1. Έννοια παραγωγού και ελαττωματικού προϊόντος

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ.1 του νόμου 2251/94 ο παραγωγός ευθύνεται για κάθε ζημιά που οφείλεται σε ελάττωμα του προϊόντος.

Ως παραγωγός θεωρείται ο κατασκευαστής ενός τελικού προϊόντος, ο παραγωγός κάθε πρώτης ύλης ή ο κατασκευαστής ενός συστατικού καθώς και κάθε πρόσωπο που εμφανίζεται ως παραγωγός του προϊόντος, επιθέτοντας σε αυτό την επωνυμία, το σήμα ή κάθε άλλο διακριτικό του σημείο. Βέβαια η έννοια του παραγωγού περιλαμβάνει όχι μόνο τον πραγματικό παραγωγό αλλά και τα πρόσωπα που συμμετέχουν στη διαδικασία παραγωγής και διανομής, δηλαδή τον αποκαλούμενο οιονεί παραγωγό, τον εισαγωγέα και τον προμηθευτή του προϊόντος.¹⁰¹

Προϊόντα με την έννοια αυτού του άρθρου θεωρούνται και τα κινητά πράγματα που ενσωματώθηκαν ως συστατικά σε άλλα πράγματα κινητά ή ακίνητα. Προϊόντα θεωρούνται επίσης οι φυσικές δυνάμεις, ιδίως το ηλεκτρικό ρεύμα και η θερμότητα, εφόσον υπόκεινται σε εξουσίαση, όταν περιορίζονται σε ορισμένο χώρο.¹⁰²

Το προϊόν θεωρείται ελαττωματικό, εάν δεν παρέχει την ασφάλεια που δικαιούται κανείς να αναμένει, λαμβανομένων υπόψη όλων των περιστάσεων, συμπεριλαμβανομένων:

- α) Της εξωτερικής εμφάνισης του προϊόντος
- β) Της ευλόγως αναμενόμενης χρησιμοποίησης του προϊόντος
- γ) Του χρόνου κατά τον οποίο το προϊόν ετέθη σε κυκλοφορία¹⁰³

Ως εξωτερική εμφάνιση του προϊόντος νοείται η διαδικασία και ο τρόπος παρουσιάσεώς του στη δημοσιότητα, με άλλα λόγια η εκ μέρους του παραγωγού προβολή του προϊόντος στους ενδεχόμενους πελάτες, αγοραστές, χρήστες, καταναλωτές κ.λ.π. Η περιγραφή του προϊόντος, των ιδιοτήτων, των πλεονεκτημάτων, της ασφάλειας την οποία παρέχει η χρήση ή η κατανάλωση του, μέσω διαφημιστικών προβολών, καταλόγων, αφισών, τηλεοπτικών ή ραδιοφωνικών εκπομπών και η κάθε είδους προβολή του στο καταναλωτικό κοινό συνιστούν την παρουσίαση του προϊόντος. Η διάψευση της προσδοκίας ασφαλείας οφείλεται πολύ συχνά σε ελλειπείς ή εσφαλμένες υποδείξεις ή επισημάνσεις για τους ενδεχόμενους κινδύνους ή σε υπερβολική προβολή της ασφάλειας του προϊόντος. Η εξωτερική εμφάνιση του προϊόντος ενδέχεται επομένως να συνιστά ελάττωμα και είναι δυνατόν να στοιχειοθετήσει την ευθύνη του παραγωγού, Η διαφήμιση, η προβολή και η υπόσχεση ορισμένων ιδιοτήτων, όπως και η διαβεβαίωση περί της ασφάλειας του προϊόντος δημιουργούν πρωτογενή υποχρέωση σεβασμού της εμπιστοσύνης και της πίστωσης των αποδεκτών της προτάσεως καταναλώσεως του προϊόντος που απηύθυνε ο παραγωγός. Η διάψευση της εμπιστοσύνης

¹⁰¹Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 202

¹⁰² www.efpolis.gr/el/asfaleia-ton-katanaloton/efhini-paragogou-ellatomatika-proionta

¹⁰³ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/132012_el.htm

αποτελεί τον καταλυτικό λόγο γένεσης της υποχρέωσης προς αποζημίωση για τον άμεσα θιγόμενο καταναλωτή, αλλά και το λόγο γένεσης της αξίωσης χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης της ενώσεως των καταναλωτών κατά το άρθρο 10 του νόμου. Στο μέτρο που τα υποσχόμενα από τον συγκεκριμένο παραγωγό δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα, επέρχεται διάψευση των προσδοκιών του καταναλωτικού κοινού και τρώση της εμπιστοσύνης του. Κάθε παραγωγός που μετέρχεται τέτοιες μεθόδους παρουσίασης του προϊόντος του, αφενός καθιστά το προϊόν του ελαττωματικό με τις συνέπειες που ορίζει το άρθρο 6 του νόμου 2251/1994, αφετέρου παραβαίνει την πρωτογενή υποχρέωση σεβασμού της προσωπικότητας του μέσου καταναλωτή στην ιδιαίτερη έκφρασή της εμπιστοσύνης και επομένως δημιουργεί διασάλευση της κοινωνικής ισορροπίας, η οποία πρέπει να αποκατασταθεί μέσω της χρηματικής ικανοποίησης για ηθική βλάβη.

6.2. Η ευθύνη του παραγωγού

Η εφαρμογή των διατάξεων για την ευθύνη του παραγωγού είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την παραγωγή προϊόντων. Για να υπάρχει ευθύνη του παραγωγού θα πρέπει:

- να υπάρχει ελάττωμα στο προϊόν που έθεσε ο παραγωγός σε κυκλοφορία
- ζημιά και
- αιτιώδης συνάφεια μεταξύ του ελαττώματος και της ζημιάς¹⁰⁴

Η ευθύνη του παραγωγού θα πρέπει να καλύπτει μόνο τα κινητά αγαθά που αποτελούν αντικείμενο βιομηχανικής παραγωγής καθώς και τα κινητά αγαθά που χρησιμοποιούνται κατά την ανέγερση ακινήτων ή ενσωματώνονται σ' αυτά. Εξαιρούνται τα προϊόντα της γεωργίας και του κυνηγιού, εκτός εάν έχουν υποστεί μεταποίηση βιομηχανικού χαρακτήρα που θα μπορούσε να τα καταστήσει ελαττωματικά.¹⁰⁵ Η ευθύνη του παραγωγού δεν μειώνεται αν η ζημιά οφείλεται τόσο σε ελάττωμα του προϊόντος, όσο και σε πράξη ή παράλειψη τρίτου. Ενώ αντίθετα δύναται να μειωθεί ή να αρθεί, λαμβανομένων υπόψη όλων των περιστάσεων, όταν η ζημιά οφείλεται τόσο σε ελάττωμα του προϊόντος όσο και σε υπαιτιότητα του ζημιωθέντος προσώπου για τις πράξεις του οποίου ευθύνεται ο ζημιωθείς.¹⁰⁶

Η εφαρμογή των διατάξεων για την ευθύνη του παραγωγού σε περιπτώσεις παροχής υπηρεσιών που δεν συνδέονται με την παραγωγή προϊόντος δεν υφίσταται. Αν όμως η παροχή υπηρεσιών συνίσταται στην παραγωγή προϊόντος τότε είναι δυνατή η εφαρμογή του νόμου, εφόσον συντρέχουν οι προϋποθέσεις, και ιδίως η ιδιότητα του παραγωγού και η θέση του προϊόντος σε κυκλοφορία.

Ο παραγωγός δεν ευθύνεται, εάν αποδείξει:

- α) ότι δεν έθεσε το προϊόν σε κυκλοφορία
- β) ότι, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων, είναι πιθανόν το ελάττωμα που προκάλεσε τη ζημιά να μην υπήρχε, όταν ο παραγωγός έθεσε το προϊόν σε κυκλοφορία ή να εμφανίστηκε αργότερα

¹⁰⁴ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 202

¹⁰⁵ eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:31985L0374

¹⁰⁶ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 6, παρ 11

γ) ότι ούτε κατασκεύασε το προϊόν, αποβλέποντας στην πώληση ή σε οποιαδήποτε άλλη μορφή διανομής με οικονομικό σκοπό, ούτε το κατασκεύασε ή το διένειμε στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας

δ) ότι το ελάττωμα οφείλεται στο ότι το προϊόν κατασκευάστηκε σύμφωνα με αναγκαστικούς κανόνες δικαίου που θεσπίστηκαν από δημόσια αρχή

ε) ότι, όταν έθεσε το προϊόν σε κυκλοφορία, το επίπεδο επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων δεν επέτρεπε να διαπιστωθεί η ύπαρξη του ελαττώματος

στ) εάν πρόκειται για κατασκευαστή συστατικού, ότι το ελάττωμα μπορεί να αποδοθεί στη σχεδίαση του προϊόντος στο οποίο το συστατικό έχει ενσωματωθεί ή στις οδηγίες που παρέσχε ο κατασκευαστής του προϊόντος.¹⁰⁷

Εάν είναι αδύνατο να προσδιοριστεί η ταυτότητα του παραγωγού, κάθε προμηθευτής του προϊόντος θα θεωρείται ως παραγωγός του, εκτός αν έχει ενημερώσει τον ζημιωθέντα εντός εύλογης προθεσμίας, σχετικά με την ταυτότητα του παραγωγού ή εκείνου που του προμήθευσε το προϊόν. Ο προμηθευτής εισαγόμενων προϊόντων από τρίτες χώρες στην Ε.Ε ευθύνεται αν η ταυτότητα του εισαγωγέα δεν αναγράφεται στο προϊόν. Προκειμένου, να απαλλαγεί δεν αρκεί να υποδείξει, εντός εύλογης προθεσμίας, τον πραγματικό παραγωγό η εκείνον που τον προμήθευσε το συγκεκριμένο προϊόν, αλλά πρέπει να κατονομάσει τον εισαγωγέα. Αν ο προμηθευτής δεν καταστήσει γνωστή την ταυτότητα του παραγωγού, ο ζημιωθείς δεν μπορεί ούτε να τον εξαναγκάσει δικαστικά στην επίδειξη αυτής της συμπεριφοράς ούτε να ζητήσει αποζημίωση για μη εκπλήρωση. Η συνέπεια της μη συμμόρφωσης του προμηθευτή συνιστάται στην απώλεια της ευνοϊκής έννομης θέσης που το επιφυλάσσει ο νομοθέτης και ο προμηθευτής υποχρεούται πλέον να αποκαταστήσει τη ζημιά που προκάλεσε το ελαττωματικό προϊόν, αφού «θεωρείται» κατά πλάσμα δικαίου, «για την εφαρμογή του νόμου παραγωγός». Ο προμηθευτής φέρει τον πλήρη κίνδυνο σχετικά με τις πηγές εντοπισμού και κατονομασίας του παραγωγού, ώστε να ευθύνεται ακόμη και αν αυτές καταστραφούν από λόγους ανώτερης βίας.¹⁰⁸

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ. 10, αν δύο ή περισσότερα πρόσωπα ευθύνονται για την ίδια ζημιά, τα πρόσωπα αυτά ευθύνονται εις ολόκληρων έναντι του καταναλωτή και έχουν κατ' αλληλίων δικαίωμα αναγωγής αναλόγως προς τη συμμετοχή τους στην επίτευση της ζημιάς. Σε περίπτωση που ένας από τους συνοφειλέτες ευθύνεται σύμφωνα με τις διατάξεις περί της ευθύνης του παραγωγού, ενώ ο άλλος υπέχει αδικοπρακτική ευθύνη λόγω πράξης ή παράλειψης, ο νόμος στο άρθρο 6 προβλέπει την παράλληλη ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων. Αυτό σημαίνει ότι ο ζημιωθείς δύναται να στραφεί είτε κατά του παραγωγού είτε κατά του ευθυνόμενου σύμφωνα με τις γενικές διατάξεις προσώπου.

Οι αξιώσεις κατά του παραγωγού για ζημίες παραγράφονται μετά τριετία αφότου ο ζημιωθείς πληροφορήθηκε ή όφειλε να πληροφορηθεί τη ζημιά, το ελάττωμα και την ταυτότητα του παραγωγού. Μετά δεκαετία από την κυκλοφορία του συγκεκριμένου προϊόντος επέρχεται απόσβεση των δικαιωμάτων του ζημιωθέντος κατά του παραγωγού.¹⁰⁹

6.3. Η έννοια της ζημιάς¹¹⁰

Με βάση το άρθρο 6. παρ.6 του ν. 2251/1994 ζημιά εννοείται:

α) η ζημιά λόγω θανάτου ή σωματικής βλάβης,

¹⁰⁷ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/l32012_el.htm

¹⁰⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 207- 208

¹⁰⁹ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 6, παρ 13

¹¹⁰ <http://www.efpolis.gr/el/asfaleia-ton-katanaloton/efini-paragogou-ellatomatika-proionta.html>

β) η βλάβη ή η καταστροφή, εξαιτίας του ελαττωματικού προϊόντος, κάθε περιουσιακού στοιχείου του καταναλωτή, εκτός από το ίδιο το ελαττωματικό προϊόν, συμπεριλαμβανομένου και του δικαιώματος χρήσης των περιβαλλοντικών αγαθών, εφόσον η ζημία από τη βλάβη ή την καταστροφή τους υπερβαίνει το ποσό των πεντακοσίων (500) ευρώ, και υπό την προϋπόθεση ότι, κατά τη φύση τους προορίζονταν και πραγματικά χρησιμοποιήθηκαν από το ζημιωθέντα για προσωπική του χρήση ή κατανάλωση.

6.3.1. Ζημιά λόγω θανάτου ή σωματικών βλαβών¹¹¹

Στη ζημιά λόγω θανάτου ή σωματικής βλάβης εμπίπτουν ζημιές που επέρχονται στο πρόσωπο όχι μόνο του καταναλωτή που χρησιμοποιεί το ελαττωματικό πράγμα για ιδιωτικούς λόγους αλλά και του προσώπου που κάνει επαγγελματική χρήση του προϊόντος, π.χ. τέτοιο πρόσωπο είναι ο έμπορος που προμηθεύτηκε το προϊόν για επαγγελματική χρήση.

Σε περίπτωση θανάτου προσώπου οι αξιώσεις γεννώνται είτε στο πρόσωπο των κληρονόμων είτε απευθείας υπέρ του τρίτου. Στη περίπτωση που επέρχεται πρώτα ο τραυματισμός και στη συνέχεια ο θάνατος, το θεμέλιο της αξίωσης πρέπει να διακριθεί ως εξής: οι αξιώσεις που δημιουργούνται μέχρι το θάνατο του δικαιούχου μεταβιβάζονται στους κληρονόμους στους οποίους περιέρχονται ως κληρονομικό δικαίωμα ενώ οι αξιώσεις του προσώπου που τραυματίστηκε και στη συνέχεια απεβίωσε λόγω τραυματισμού μεταβαίνουν στους κληρονόμους βάσει των ειδικών διατάξεων του κληρονομικού δικαίου

Εκτός από τον ζημιωθέντα, τρίτα πρόσωπα έχουν αξίωση αποζημίωσης κατά του παραγωγού μόνο αν είχαν αξίωση για παροχή υπηρεσιών εκ μέρους του τραυματισθέντος, η οποία δεν μπορεί να ικανοποιηθεί λόγω του τραυματισμού. Η αποζημίωση συνίσταται στο χρηματικό ποσό που απαιτείται για την αναπλήρωση των υπηρεσιών του τραυματισθέντος. Αποκαταστάα ζημιά δεν είναι μόνο η ζημιά που επέρχεται στο ίδιο το πρόσωπο αλλά και η περαιτέρω εξαιτίας της βλάβης του προσώπου περιουσιακή ζημιά. Ο νόμος καλύπτει όχι μόνο τα έξοδα της κηδείας, τις δαπάνες για ιατρική και νοσοκομειακή περίθαλψη αλλά και για περαιτέρω ζημιές όπως π.χ. αποζημίωση για στέρηση διατροφής λόγω ανικανότητας προς εργασία.

6.3.2. Ζημιά λόγω βλάβης ή καταστροφής περιουσιακού στοιχείου¹¹²

Βάσει του ορισμού που δίδεται από το άρθρο 6 παρ. 2 ν.2251/94, ως προϊόν θεωρείται και το κινητό που είναι ενσωματωμένο σε άλλο κινητό πράγμα. Από τον ορισμό αυτό συνάγεται ότι ως παραγωγός ευθύνεται και ο κατασκευαστής ενός συστατικού του κυρίου πράγματος και ως ελαττωματικό θεωρείται τόσο το σύνθετο ή ενιαίο πράγμα, όσο και το συστατικό μέρος ή τμήμα του όλου πράγματος. Αν λοιπόν η ελαττωματικότητα και η από αυτήν προκαλούμενη ζημιά περιορίζονται στο συστατικό ή στο μέρος του πράγματος, τότε πρόκειται περί ζημιάς στο ίδιο το ελαττωματικό πράγμα που δεν εμπίπτει στον προστατευτικό

¹¹¹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 223-225

¹¹² Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 227, 231

σκοπό του νόμου. Αν όμως το ελάττωμα προκαλέσει ζημιά ή καταστροφή στο υπόλοιπο ή στο όλο πράγμα θα πρέπει να δεχθούμε ότι πρόκειται περί ζημιάς που εκτείνεται εκτός του ίδιου του ελαττωματικού προϊόντος, σε περιουσιακά στοιχεία που χρήζουν προστασίας και εμπίπτουν στο πεδίο της αποζημιωτικής ευθύνης του νόμου.

Όπως ήδη αναφέρθηκε. «ο παραγωγός ευθύνεται για κάθε ζημιά που οφείλεται σε ελάττωμα του προϊόντος του». Προϋπόθεση λοιπόν για την ευθύνη του παραγωγού είναι η ύπαρξη αιτιώδους συνάφεια μεταξύ του ελαττώματος του προϊόντος και της ζημιάς. Σύμφωνα με το κριτήριο της συνάφειας μεταξύ ελαττώματος και επερχόμενης ζημιάς, η αποκατάσταση της ίδιας της ελαττωματικότητας του μέρους ή του όλου σύνθετου πράγματος και των ζημιών που τελούν σε συνάφεια με αυτήν, όπως π.χ. η μειωμένη αξία του πράγματος κλπ. δεν εμπίπτουν στον προστατευτικό σκοπό του νόμου. Αντίθετα, οι ζημιές που προκαλούνται από τη μεταδοτικότητα του ελαττώματος του μέρους πράγματος στο σύνθετο και οι ζημιές που επέρχονται συνεπεία της προσβολής αυτής στην περιουσία του θύματος, εντάσσονται στη σφαίρα προστασίας των διατάξεων περί ευθύνης του παραγωγού.

Ως δικαιούχος της αποζημίωσης πρέπει να θεωρηθεί ο κύριος του ζημιωθέντος πράγματος, καθώς επίσης ο εμπράγματος δικαιούχος, ο κάτοχος ή ακόμα και ο έχων δικαίωμα προσδοκίας, οι οποίοι υπάγονται στον προστατευτικό σκοπό του νόμου εφόσον συντρέχουν και οι λοιπές προϋποθέσεις και, ειδικότερα, ή ιδιωτική χρήση ή κατανάλωση του πράγματος από τον ζημιωθέντα.

6.4. Η έννοια του ελαττώματος

Η έννοια του ελαττώματος κατά το νόμο 2251/94 διαφέρει από την έννοια του πραγματικού ελαττώματος στο δίκαιο των συμβάσεων του Α.Κ. Κατά τις διατάξεις του Α.Κ., οι συνέπειες της παροχής ελαττωματικού αντικειμένου προσανατολίζονται κυρίως στην προστασία του αγοραστή αν το πράγμα δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση, ενώ στο πεδίο της αδικοπρακτικής θεμελίωσης της ευθύνης του παραγωγού η ελαττωματικότητα του πράγματος πρέπει να οφείλεται σε παραβίαση συγκεκριμένης υποχρέωσης, την οποία όφειλε και μπορούσε να τηρήσει ο παραγωγός.

6.5. Διακρίσεις των ελαττωμάτων¹¹³

Α) Επί ελαττωμάτων της παραγωγικής διαδικασίας: αυτά οφείλονται σε απόκλιση από τους όρους και τη διαδικασία παραγωγής που έχει καθορίσει ο ίδιος παραγωγός, θεμελιώνεται ευθύνη του τελευταίου διότι οι απαιτήσεις ασφαλείας του μέσου χρήστη ή καταναλωτή διαμορφώθηκαν επί τη βάση των δεδομένων του συγκεκριμένου παραγωγού.

Β) Επί των ελαττωμάτων σχεδιασμού, δομής ή σύστασης: ο καταναλωτής προσδοκά ότι το προϊόν είναι σχεδιασμένο κατά τέτοιο τρόπο ώστε, αν χρησιμοποιηθεί με βάση τις οδηγίες χρήσης και σύμφωνα με τον προσδιορισμό του, να αναμένει ευλόγως ακίνδυνη χρήση του, πέραν ενδεχομένων με το πράγμα κινδύνων.

Γ) Τα ελαττώματα παροχής οδηγιών: έλλειψη οδηγιών χρήσης ή παροχή εσφαλμένης ή ανεπαρκούς πληροφόρησης για την χρήση ή κατανάλωση του προϊόντος

¹¹³ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 215

συνιστά ελάττωμα που συνδέεται με τον πλημμελή τρόπο παρουσίασης ή εμφάνισης του προϊόντος στο καταναλωτικό κοινό.

Δ) Τα ελαττώματα παρακολούθησης, ελέγχου και ανάκλησης: ειδικότερη κατηγορία ελαττωμάτων παρακολούθησης αποτελούν εκείνα τα οποία διαπιστώνονται με βάση νεότερες επιστημονικές εξελίξεις και τα οποία δεν ήταν δυνατόν να εντοπιστούν κατά το χρόνο παραγωγής με τα τότε γνωστά επιστημονικά και τεχνολογικά δεδομένα. Πρόκειται για ελαττώματα που προέρχονται από τους κινδύνους της επιστημονικής ή τεχνολογικής εξέλιξης.

6.6. Λόγοι απαλλαγής του παραγωγού¹¹⁴

Ο παραγωγός (αλλά και όλα τα άλλα πρόσωπα που ευθύνονται) απαλλάσσεται αν αποδείξει έναν από τους λόγους απαλλαγής

Οι λόγοι απαλλαγής είναι οι ακόλουθοι:

A) Μη θέση του ζημιογόνου προϊόντος σε κυκλοφορία

Θέση σε κυκλοφορία σημαίνει διάθεση, αποστολή ή παράδοση του πράγματος εκ' μέρους του παραγωγού για περαιτέρω διανομή εκτός της σφαίρας παραγωγής. Ένα προϊόν για να θεωρηθεί ότι τέθηκε σε κυκλοφορία πρέπει να συντρέχουν τα εξής στοιχεία: 1) το υποκειμενικό της εκούσιας διάθεσης του προϊόντος από τον παραγωγό και 2) το αντικειμενικό στοιχείο της εξόδου του από τη σφαίρα παραγωγής.

B) Το ελάττωμα δεν υπήρχε κατά το χρόνο θέσης του προϊόντος σε κυκλοφορία

Το ελάττωμα πρέπει να εκδηλωθεί μέχρι το χρόνο της κυκλοφορίας του προϊόντος. Αν το ελάττωμα εμφανιστεί στη συνέχεια, δεν συνεπάγεται ευθύνη του παραγωγού, εκτός αν το ελάττωμα υπήρχε κατά το χρόνο θέσης του προϊόντος σε κυκλοφορία και απλώς δεν εκδηλώθηκε κατά τον κρίσιμο χρόνο αλλά εμφανίστηκε μεταγενέστερα. Στις περιπτώσεις που ο παραγωγός απλά αποδεικνύει, ότι το ελάττωμα μπορεί να θεωρηθεί ότι προέρχεται τόσο από την περιοχή του κατασκευαστή, όσο και από την περιοχή του εμπόρου ή του χρήστη, δεν απαλλάσσεται.

Γ) Κατασκευή ή διανομή του προϊόντος για ιδιωτικούς λόγους

Για την απαλλαγή του παραγωγού απαιτείται:

- 1) να μην παρήγαγε το προϊόν με πρόθεση τη διανομή του με οποιαδήποτε μορφή π.χ. πώληση, εκμίσθωση
- 2) η παραγωγή και η διανομή να μην έγιναν στο πλαίσιο της επαγγελματικής δραστηριότητας του παραγωγού

Δ) Κατασκευή του προϊόντος σύμφωνα με αναγκαστικούς κανόνες δικαίου που θεσπίστηκαν από δημόσια αρχή

Ο παραγωγός προκειμένου να απαλλαγεί της ευθύνης, πρέπει να αποδείξει τους συγκεκριμένους κανόνες που επιβάλλουν τον τρόπο παραγωγής, κατασκευής κλπ όπως

¹¹⁴ <http://www.e-archimedes.gr/faq/item/4634->

επίσης και τον αιτιώδη σύνδεσμο μεταξύ της τήρησης των κανόνων και της ελαττωματικότητας του προϊόντος.

E) Ελάττωμα που οφείλεται στο γενικό επίπεδο των επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων

Ο παραγωγός απαλλάσσεται της ευθύνης μόνον αν αποδείξει ότι κατά το χρόνο της θέσης του προϊόντος σε κυκλοφορία υπήρχε αντικειμενική ευθύνη διάγνωση του ελαττώματος. Αντίθετα η αδυναμία διάγνωσης του ελαττώματος λόγω μειωμένων επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων, δεν συνιστά λόγο απαλλαγής του παραγωγού.

ΣΤ) Ελάττωμα που οφείλεται στο κύριο προϊόν στο οποίο έχει ενσωματωθεί το συστατικό

Σύμφωνα με την παρ. 9 του άρθρου 6, ο παραγωγός αν αποδείξει ότι το ελάττωμα οφείλεται στο σχεδιασμό του προϊόντος στο οποίο το συστατικό έχει ενσωματωθεί ή στις οδηγίες του κατασκευαστή του προϊόντος, τότε δεν ευθύνεται και άρα παραγωγός θεωρείται ο κατασκευαστής του προϊόντος στο οποίο ενσωματώθηκε το συστατικό.

Σε περίπτωση που ο παραγωγός συστατικού παράγει τα συστατικά και προσδιορίζει ο ίδιος το τελικό προϊόν για το οποίο προσδιορίζονται, ο κατασκευαστής του τελικού προϊόντος δεν ευθύνεται αν το προϊόν είναι ακατάλληλο για τη χρήση που υπέδειξε ο παραγωγός του συστατικού. Άρα ευθύνεται αποκλειστικά ο παραγωγός του συστατικού μέρους. Αν όμως ο τελικός παραγωγός επιλέξει το συστατικό παρά τις αντίθετες οδηγίες του παραγωγού του, τότε πρόκειται περί ελαττώματος σχεδιασμού και ευθύνεται αποκλειστικά ο παραγωγός του τελικού προϊόντος.

Όταν ο παραγωγός του τελικού προϊόντος παραγγέλνει το συστατικό σε τρίτο παραγωγό, ο τελευταίος δεν ευθύνεται αν το συστατικό αποδειχθεί ακατάλληλο για τον προορισμό του και καθιστά το τελικό προϊόν ελαττωματικό. Αντίθετα, όταν ο τελικός κατασκευαστής παραγγέλνει συστατικά στον παραγωγό τους, γνωστοποιώντας του τη συγκεκριμένη χρήση, χωρίς όμως να του υποδεικνύει και τον τρόπο σχεδιασμού, η ακαταλληλότητα του συστατικού για τη συγκεκριμένη χρήση δεν συνιστά ελάττωμα σχεδιασμού του τελικού προϊόντος και στη περίπτωση αυτή ευθύνεται αποκλειστικά ο παραγωγός.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

7.1. Έννοια του προμηθευτή, παραγωγού και διανομέα

ο προμηθευτής είναι υποχρεωμένος να διαθέτει στην αγορά μόνο ασφαλή προϊόντα. Επιπλέον, πρέπει:

- να παρέχει στον καταναλωτή χρήσιμες πληροφορίες, ώστε να μπορεί να αξιολογεί τους εγγενείς κινδύνους ενός προϊόντος, στην περίπτωση που δεν γίνονται άμεσα αντιληπτοί.
- να επιλέγουν τις κατάλληλες δράσεις, συμπεριλαμβανόμενης, αν είναι αναγκαίο για την πρόληψη των κινδύνων αυτών, της απόσυρσης από την αγορά, της επαρκούς και αποτελεσματικής προειδοποίησης των καταναλωτών ή της ανάκλησης από τους καταναλωτές.¹¹⁵

Σύμφωνα με το άρθρο 1. προμηθευτής είναι, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που, κατά την άσκηση της επιχειρηματικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Επίσης, προμηθευτής είναι και ο παραγωγός καταναλωτικού προϊόντος, ο αντιπρόσωπός του, ο εισαγωγέας καταναλωτικού προϊόντος σε κράτος μέλος της Ε.Ε. και κάθε επαγγελματίας που συμμετέχει στην αλυσίδα εφοδιασμού της αγοράς καταναλωτικού προϊόντος και μπορεί να επηρεάσει τα χαρακτηριστικά της ασφάλειάς του, καθώς και ο διανομέας.¹¹⁶

Ο προμηθευτής θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τόσο τους κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και του Εθνικού Δικαίου. Δηλαδή τα προϊόντα που κατασκευάζει θα πρέπει να ανταποκρίνονται απολύτως προς τα πρότυπα, που έχουν θεσπιστεί για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών. Τα Ευρωπαϊκά πρότυπα αποτελούν τεχνικές προδιαγραφές οι οποίες έχουν εγκριθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τυποποίησης (CEN) ή την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ηλεκτροτεχνικής Τυποποίησης. Στην Ελλάδα ο αρμόδιος φορέας τυποποίησης είναι ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης (Ε.Λ.Ο.Τ.). Μόνο στη περίπτωση που ο προμηθευτής παρέχει προϊόντα σύμφωνα με τα παραπάνω πρότυπα θεωρείται ότι συμμορφώθηκε με την σχετική υποχρέωσή του

Η κοινοτική οδηγία 2001/95/EK για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων ορίζει ως παραγωγούς:

α) τον κατασκευαστή του προϊόντος, όταν είναι εγκαταστημένος στην Κοινότητα, και οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο εμφανίζεται ως κατασκευαστής, αναγράφοντας στο προϊόν το όνομά του, το σήμα του ή οποιοδήποτε άλλο διακριτικό σήμα, ή το πρόσωπο που ανασκευάζει το προϊόν

β) τον αντιπρόσωπο του κατασκευαστή, εφόσον ο κατασκευαστής δεν είναι εγκατεστημένος στην Κοινότητα, ή ελλείψει αντιπροσώπου εγκατεστημένου στην Κοινότητα, ο εισαγωγέας του προϊόντος

¹¹⁵ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/l21253_el.htm

¹¹⁶ Βλ. παράρτημα I, Άρθρο 7, παρ 1

γ) οι άλλοι επαγγελματίες στην αλυσίδα του εφοδιασμού (διανομείς), εφόσον οι δραστηριότητές τους μπορούν να επηρεάσουν τα χαρακτηριστικά ασφαλείας ενός προϊόντος που διατίθεται στην αγορά, όπως π.χ. ο μεταφορέας τροφίμων με φορτηγό ψυγείο.¹¹⁷

Διανομέας με βάση την Οδηγία 2001/95/EK είναι κάθε επαγγελματίας στην αλυσίδα εφοδιασμού, η δραστηριότητα του οποίου δεν επηρεάζει τα χαρακτηριστικά ασφαλείας του προϊόντος. Οι διανομείς υποχρεούνται να ενεργούν επιμελώς ώστε να συμβάλλουν στην τήρηση των εφαρμοστέων απαιτήσεων ασφάλειας, ιδίως με το να μην προμηθεύουν προϊόντα, για τα οποία γνωρίζουν ή για τα οποία θα έπρεπε να γνώριζαν, βάσει των πληροφοριών που έχουν στην κατοχή τους και της επαγγελματικής τους πείρας, ότι δεν συμμορφούνται προς τις απαιτήσεις αυτές.

Εξάλλου, οι διανομείς, εντός των ορίων των οικείων δραστηριοτήτων τους, συμμετέχουν στην παρακολούθηση της ασφάλειας των προϊόντων που διατίθενται στο εμπόριο, ιδιαίτερα με τη διαβίβαση πληροφοριών που αφορούν τους κινδύνους των προϊόντων, με τη φύλαξη και την παροχή των αναγκαίων εγγράφων για τον

εντοπισμό της προέλευσης των προϊόντων και με τη συνεργασία τους στις δράσεις που αναλαμβάνονται από τους παραγωγούς και τις αρμόδιες αρχές για την αποφυγή των κινδύνων. Εντός των ορίων των οικείων δραστηριοτήτων τους, λαμβάνουν μέτρα τα οποία τους επιτρέπουν να συνεργάζονται αποτελεσματικά.¹¹⁸

7.2. Έννοια του ασφαλές προϊόντος

Ένα προϊόν θεωρείται ασφαλές όταν, υπό συνήθεις ή ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες χρήσης, συμπεριλαμβανομένης της διάρκειάς της και της θέσης αυτού σε λειτουργία, της εγκατάστασής του και των αναγκών συντήρησής του, ή δεν παρουσιάζει κανένα κίνδυνο ή παρουσιάζει κινδύνους χαμηλής σημασίας, που είναι συνυφασμένοι με τη χρήση του προϊόντος και οι οποίοι θεωρούνται αποδεκτοί στο πλαίσιο ενός υψηλού βαθμού προστασίας της υγείας και της ασφάλειας των προσώπων, λαμβανομένων υπόψιν, ιδίως, των ακόλουθων στοιχείων:¹¹⁹

α) τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, και ιδίως της σύνθεσης, της συσκευασίας, των οδηγιών συναρμολόγησης, της εγκατάστασης και της συντήρησής του.

β) τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει το προϊόν σε άλλα προϊόντα, εφόσον, το προϊόν αυτό χρησιμοποιείται μαζί με τα άλλα

γ) τον τρόπο παρουσίασης, διάθεσης του προϊόντος στους καταναλωτές καθώς και οι οδηγίες χρήσης και λειτουργίας του

δ) τις κατηγοριών καταναλωτών που εκτίθενται σε κίνδυνο λόγω της χρησιμοποίησης του προϊόντος, ιδίως των ανηλίκων και των ηλικιωμένων.¹²⁰

Η δυνατότητα επίτευξης υψηλότερου βαθμού ασφαλείας ή προμήθειας άλλων προϊόντων που παρουσιάζουν μικρότερο κίνδυνο, δεν συνιστά επαρκή λόγο για το χαρακτηρισμό ενός προϊόντος ως ασφαλούς ή επικίνδυνου (άρθρο 7 παρ. 4 ν. 2251/94).

¹¹⁷ <http://www.synigoroskatanaloti.gr/docs/law/eu/Dir-EK-2001-95.pdf>

¹¹⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 254

¹¹⁹ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 7, παρ.3

¹²⁰ <http://www.synigoroskatanaloti.gr>

7.3. Μέτρα για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων

Ορισμένα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει νόμους για την ασφάλεια των προϊόντων οι οποίοι, επιβάλλουν μεταξύ άλλων, στους οικονομικούς φορείς γενική υποχρέωση να διαθέτουν στο εμπόριο μόνον ασφαλή προϊόντα. Οι νόμοι αυτοί διαφέρουν μεταξύ τους όσον αφορά το βαθμό προστασίας που παρέχουν στον άνθρωπο. Οι διαφορές αυτές και η έλλειψη νομοθεσίας σε άλλα κράτη μέλη ενδέχεται να δημιουργήσουν εμπόδια στις συναλλαγές και να στρεβλώσουν τον ανταγωνισμό εντός της εσωτερικής αγοράς.

Στις κοινοτικές ρυθμίσεις δεν υπάρχουν ειδικές διατάξεις που να διέπουν την ασφάλεια συγκεκριμένων προϊόντων. Επομένως θα πρέπει να θεσπιστεί μια γενική επιταγή ασφαλείας για όλα τα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά και προορίζονται για τους καταναλωτές ή ενδέχεται να χρησιμοποιηθούν απ' αυτούς. Γι' αυτό το λόγο το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο εξέδωσε τις Οδηγίες 92/59/ΕΟΚ και 2001/95/ΕΚ για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων.¹²¹

Η υποχρέωση τήρησης της γενικής επιταγής ασφαλείας πρέπει να συμπληρωθεί με την υποχρέωση των οικονομικών φορέων να παρέχουν στον καταναλωτή τις σχετικές πληροφορίες και να λαμβάνουν τα ανάλογα μέτρα σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ώστε να είναι ενημερωμένοι για τους ενδεχόμενους κινδύνους που θα μπορούσαν να προκύψουν από τα προϊόντα αυτά.

Σύμφωνα με την παρ. 6 του άρθρου 7 ν. 2251/94 κάθε αρμόδια αρχή δύναται να απαγορεύσει προσωρινά τη διάθεση ορισμένου προϊόντος όταν αυτό χρησιμοποιούμενο υπό κανονικές και δυνάμενες να προβλεφθούν συνθήκες παρουσιάζει κινδύνους για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών. Οι κίνδυνοι πρέπει να είναι σοβαροί και άμεσοι, διότι τότε μόνο δικαιολογείται η λήψη ασφαλιστικών μέτρων. Η οριστική απόσυρση του προϊόντος από την αγορά, η διάθεσή του υπό περιορισμούς, καθώς και η λήψη ή άρση προληπτικών μέτρων από την αρμόδια αρχή ρυθμίζονται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης ή άλλου αρμόδιου Υπουργού.

Η υπουργική απόφαση Φ1-503/19 «Γενική ασφάλεια των προϊόντων» προβλέπει ότι ο έλεγχος της ασφαλείας των προϊόντων ανατίθεται στην αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Ανάπτυξης, πλην των ειδικών προϊόντων, για τα οποία βάσει του νόμου ορίζεται άλλη αρμόδια αρχή. Σύμφωνα με το άρθρο 7 της παραπάνω απόφασης, οι αρμόδιες υπηρεσίες μπορούν να λαμβάνουν για το σκοπό αυτό τα ενδεδειγμένα μέτρα και ιδίως: **Α)**τη διενέργεια κατάλληλων ελέγχων των χαρακτηριστικών ασφαλείας του προϊόντος σε επαρκή κλίμακα μέχρι το τελευταίο στάδιο της χρήσης ή της κατανάλωσής του, **Β)**τη συγκέντρωση όλων των πληροφοριών από τα ενδιαφερόμενα μέρη, **Γ)**τη λήψη δειγμάτων ενός προϊόντος ή μιας σειράς προϊόντων για να υποβληθούν σε έλεγχο σχετικά με την ασφαλείά τους, **Δ)**την επιβολή προϋποθέσεων για τη διάθεση ενός προϊόντος στην αγορά, ούτως ώστε να το καταστήσουν ασφαλές και την απαίτηση αναγραφής στο προϊόν κατάλληλων προειδοποιήσεων για τους τυχόν κινδύνους που παρουσιάζει,

Ε)την υποχρέωση της έγκαιρης και κατάλληλης ενημέρωσης, **ΣΤ)**την προσωρινή απαγόρευση, κατά το διάστημα που απαιτείται για τη διενέργεια των διαφόρων ελέγχων, της προμήθειας, της πρότασης της προμήθειας ή της έκθεσης ενός προϊόντος ή μιας παρτίδας προϊόντων, όταν υπάρχουν σαφείς ενδείξεις για την επικινδυνότητάς του, **Ζ)**την απαγόρευση διάθεσης στην αγορά ενός προϊόντος ή μιας παρτίδας προϊόντων που αποδεικνύονται επικίνδυνα και στη θέσπιση των απαιτούμενων συνοδευτικών μέτρων προκειμένου να εξασφαλιστεί ή τήρηση της απαγόρευσης αυτής, **Η)**την αποτελεσματική και άμεση διοργάνωση της απόσυρσης ενός επικίνδυνου προϊόντος ή μιας επικίνδυνης παρτίδας

¹²¹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 248

προϊόντος που έχουν ήδη διατεθεί στην αγορά και εν ανάγκη της καταστροφής τους υπό κατάλληλες συνθήκες.

Τα παραπάνω μέτρα απευθύνονται ανάλογα με την περίπτωση: α) στον παραγωγό, β) στους διανομείς, γ) σε κάθε άλλο πρόσωπο όταν κρίνεται αναγκαία η συνεργασία του.¹²²

Όταν ένα κράτος μέλος λαμβάνει μέτρα, πλην των ελέγχων, τα οποία περιορίζουν τη διάθεση ενός προϊόντος ή μιας παρτίδας προϊόντων στην αγορά ή επιβάλλουν την αναστολή ή την απαγόρευση της εμπορίας τους ή την απόσυρσή τους, το εν λόγω κράτος πρέπει να το κοινοποιήσει στην Επιτροπή, εκτός αν ο αντίκτυπός τους είναι τοπικός ή, εν πάση περιπτώσει, περιορίζεται στο έδαφος του οικείου κράτους μέλους. Η Επιτροπή αφού ζητήσει τη γνώμη των ενδιαφερόμενων μερών, γνωστοποιεί αμέσως τη θέση της στο κράτος μέλος που έλαβε την πρωτοβουλία και, αν θεωρεί το μέτρο αυτό δικαιολογημένο και στα υπόλοιπα κράτη μέλη. Όταν ένα κράτος μέλος λαμβάνει ή προτίθεται να λάβει επείγοντα μέτρα για να περιορίσει την εμπορία ή τη χρήση ενός προϊόντος ή μιας παρτίδας προϊόντων στο έδαφος του, λόγω σοβαρού και άμεσου κινδύνου, ενημερώνει επείγοντως την Επιτροπή.¹²³

7.4. Τα χαρακτηριστικά των προϊόντων

Το Δικαστήριο Ευρωπαϊκής Κοινότητας (ΔΕΚ) έκρινε ότι, απαραίτητη προϋπόθεση των κρατών μελών είναι να ενημερώνουν τους καταναλωτές για τα προϊόντα που τους προσφέρονται, ώστε να έχουν τη δυνατότητα να κάνουν την επιλογή τους σύμφωνα με την ενημέρωση αυτή και έτσι να αποφεύγεται η πρόκληση σύγχυσης στους καταναλωτές. Μ' αυτόν τον τρόπο ο καταναλωτής έχει πλήρης γνώση για τα βασικά χαρακτηριστικά των προϊόντων, και έτσι θα μπορέσει να συγκρίνει τις τιμές των ανταγωνιστικών προϊόντων και να προβεί σε αγορά εφόσον το επιθυμεί. Επίσης θα πρέπει να ληφθούν μέτρα ώστε, να μην δημιουργείται στον καταναλωτή εσφαλμένη εντύπωση ως προς τον πραγματικό τόπο καταγωγής ή προέλευσης του προϊόντος.¹²⁴

Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο επιβάλλει, την υποχρέωση, να αναγράφονται για όλα τα προϊόντα η τιμή πώλησης και η τιμή μονάδος μέτρησης με εξαίρεση, τα προϊόντα που πωλούνται χύμα γιατί η τιμή πώλησής τους δεν μπορεί να προσδιοριστεί πριν προσδιοριστεί η επιθυμητή ποσότητα από τον καταναλωτή. Οι ενδείξεις αυτές θα πρέπει να είναι προσιτές και ευανάγνωστες από το καταναλωτικό κοινό. Από τις πολυάριθμες κατηγορίες προϊόντων αντικείμενο ιδιαίτερης προσοχής αποτέλεσαν τα τρόφιμα και τα φάρμακα.¹²⁵

Όσον αφορά τα τρόφιμα, η Οδηγία 2000/13/ΕΚ θέτει θετικές και αρνητικές υποχρεώσεις σχετικά με την επισήμανση ούτως ώστε ο καταναλωτής να μην οδηγείται σε πλάνη:

- ως προς τα χαρακτηριστικά των τροφίμων και κυρίως τη ταυτότητα, τη σύνθεση, τη ποσότητα και τον τρόπο παρασκευής τους
- με την αναφορά ιδιοτήτων στα τρόφιμα που όμως δεν υφίστανται
- με υπαινιγμούς ότι το προϊόν έχει χαρακτηριστικά τα οποία δεν έχουν τα τρόφιμα¹²⁶

¹²² Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 255-256

¹²³ <http://www.synigoroskatanaloti.gr/docs/law/eu/Dir-EK-2001-95.pdf>

¹²⁴ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 259

¹²⁵ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 264

¹²⁶ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/l21090_el.htm

Τώρα όσον αφορά τα φάρμακα, η Οδηγία 65/65/ΕΟΚ, έθεσε υποχρεώσεις που αφορά την επισήμανση χαρακτηριστικών τους στις οδηγίες χρήσης, που θα πρέπει να συντάσσονται με σαφής όρους, στην επίσημη γλώσσα του κάθε κράτους όπου διατίθεται το φάρμακο. Ειδικότερα, η εξωτερικά συσκευασία του φαρμακευτικού προϊόντος θα πρέπει να αναφέρει ενδείξεις, οι οποίες να είναι ευανάγνωστες και ευκολονόητες όσον αφορά: την ονομασία του, την ποιοτική και ποσοτική του σύνθεση, τη φαρμακευτική του μορφή καθώς και το περιεχόμενό του σε βάρος.¹²⁷

7.5. Οδηγίες χρήσης των προϊόντων και οι σχετικοί κίνδυνοι

Σύμφωνα με την Οδηγία 2001/95/ΕΚ για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων, επιβάλλει στους παραγωγούς την υποχρέωση, να παρέχουν στους καταναλωτές τις κατάλληλες πληροφορίες, που να του επιτρέπουν να αξιολογεί τους κινδύνους που ίσως παρουσιάζει το προϊόν κατά τη διάρκεια της χρήσης του. Και μ' αυτόν τον τρόπο παρέχεται μια ουσιαστική εγγύηση στους καταναλωτές.

Όσον αφορά τα τρόφιμα, η Οδηγία 2000/13/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου του, επιβάλλει ορισμένες υποχρεώσεις. Προβλέπει ότι, εκτός από τα χαρακτηριστικά των προϊόντων θα πρέπει να αναφέρονται και ορισμένες επισημάνσεις όπως: την ονομασία πωλήσεως, τον κατάλογο των συστατικών, την ποσότητα ορισμένων συστατικών ή κατηγοριών συστατικών, την καθαρή ποσότητα για τα προσυσκευασμένα τρόφιμα, την τελική ημερομηνία ανάλωσης, τις ιδιαίτερες συνθήκες διατηρήσεως και χρήσεως, το όνομα ή την εμπορική επωνυμία και τη διεύθυνση του κατασκευαστή.¹²⁸

Η Οδηγία 2001/83/ΕΚ σχετικά με τα φάρμακα επισήμανε, ότι η ύπαρξη ενημερωτικού εντύπου εντός της συσκευασίας κάθε φαρμάκου είναι υποχρεωτική. Το ενημερωτικό έντυπο θα πρέπει να περιλαμβάνει: τον τρόπο χορήγησης, ημερομηνία λήξης, οδηγίες για την διατήρηση του φαρμάκου, προειδοποίηση με την οποία το φάρμακο πρέπει να φυλάγεται μακριά από παιδιά, φαρμακευτικές αλληλεπιδράσεις, τη δοσολογία, τη συχνότητα χορήγησης, τη χρονική στιγμή όπου θα πρέπει να χορηγείται καθώς και τυχόν παρενέργειες που ίσως προκύψουν κατά τη χρήση του.

Σχετικά με την ασφάλεια των παιχνιδιών, η Οδηγία 88/378/ΕΟΚ του συμβουλίου, επιβάλλει την τοποθέτηση ευανάγνωστων και ευδιάκριτων ενδείξεων είτε στη συσκευασία του είτε πάνω στο παιχνίδι. Για τα παιχνίδια μικρών διαστάσεων, οι ενδείξεις αυτές μπορούν να τίθενται σε συσκευασία, σε ετικέτα ή σε συνοδευτικό σημείωμα.¹²⁹

7.6. Ψυχική υγεία των ανηλίκων

Οι προμηθευτές υποχρεούνται να διαθέτουν στην αγορά προϊόντα τα οποία, ως εκ του προορισμού, της χρήσης ή των συνθηκών διάθεσης δεν ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων.

Ως προϊόντα τα οποία ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων θεωρούνται ιδίως τα προϊόντα τα οποία:

α) προκαλούν στους ανηλίκους, ανασφάλεια ή φόβο,

¹²⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 262

¹²⁸ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0013&from=EL>

¹²⁹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη,σελ 265-267

β) παροτρύνουν, άμεσα ή έμμεσα, σε επιθετική συμπεριφορά και ειδικότερα σε χρήση ή άσκηση βίας,

γ) προσβάλλουν την ανθρώπινη αξιοπρέπεια,

δ) προτρέπουν στην υιοθέτηση προτύπων συμπεριφοράς που δεν συνάδουν με τους ηθικούς και νομικούς κανόνες της σύγχρονης κοινωνίας ή είναι επιζήμια για το περιβάλλον,

ε) καλλιεργούν διακρίσεις λόγω φυλής, φύλου, θρησκείας, ιθαγένειας ή αναπηρίας,

στ) παροτρύνουν σε εθισμούς και δραστηριότητες που είναι επιβλαβείς για τους ίδιους¹³⁰

Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί με απόφασή του να επιβάλλει, για την προστασία των ανηλίκων, περιοριστικά και διορθωτικά μέτρα στην κυκλοφορία προϊόντων τα οποία, υπό συνήθως ή ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες, ενέχουν σοβαρούς κινδύνους για τη ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων, όπως τροποποίηση της επισήμανσής τους ή υπαγωγή σε όρους της εμπορίας τους.¹³¹

Από το υπουργείο Ανάπτυξης ανακοινώθηκε η νέα σύνθεση της επιτροπής, με πρόεδρο τον βοηθό Συνήγορο του Πολίτη για τα Δικαιώματα του Παιδιού, ενώ μέλη ορίστηκαν εκπρόσωποι του Δημοσίου, της ακαδημαϊκής κοινότητας αλλά και της αγοράς (επιμελητήρια, ΕΣΕΕ, βιοτέχνες παιχνιδιών)

Ειδικότερα, έργο της επιτροπής είναι:

- Η έκδοση γνωμοδοτήσεων, με τις οποίες θα εισηγείται περιοριστικά μέτρα στην κυκλοφορία προϊόντων που παραβαίνουν τις σχετικές με την ψυχική υγεία των ανηλίκων διατάξεις.

- Ο εντοπισμός γενικότερων πρακτικών προώθησης και διάθεσης προϊόντων, που ενδέχεται να εγκυμονούν κινδύνους για τους ανηλίκους και η εισήγηση, όπου κρίνεται αναγκαίο, για την έκδοση κωδίκων συρρύθμισης της πολιτείας με τους ενδιαφερόμενους οικονομικούς φορείς ή και κανονιστικών διατάξεων.

- Η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού, ειδικότερα δε των γονέων-καταναλωτών και των νέων, σε θέματα προστασίας της ψυχικής υγείας των ανηλίκων.¹³²

Σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, η Επιτροπή Προστασίας Ανηλίκων θα δέχεται αναφορές, καταγγελίες και ερωτήματα στο τηλεφωνικό κέντρο 1520, ιστοσελίδα επικοινωνίας : www.1520.gov.gr, σχετικά με ζητήματα προστασίας των δικαιωμάτων των ανηλίκων, ως καταναλωτών, προκειμένου να διερευνά και να γνωμοδοτεί στο πλαίσιο της αποστολής της.

¹³⁰ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 7α, παρ 2

¹³¹ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 7α, παρ 3

¹³² http://www.efpolis.gr/filesbase/1897_sitefile-10997.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

8.1. ΚΑΝΟΝΑΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Με το άρθρο 8 ν. 2251/1994 για την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες συμπληρώνεται ένα σύστημα αυξημένης επαγγελματικής ευθύνης που ξεκινά από το άρθρο 6 του ίδιου νόμου, με τη ρύθμιση της ευθύνης του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων. Η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα διαμορφώθηκε ως γνήσια αντικειμενική ευθύνη από διακινδύνευση, ανεξάρτητα από υπαιτιότητα, ενώ η ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες έχει χαρακτήρα νόθο αντικειμενικό και απλώς διευκολύνει τον ζημιωθέντα ως προς την προϋπόθεση της συνδρομής επαγγελματικού πταίσματος του ζημιωθέντος. Οι λόγοι αυτής της διαφοράς αντικατροπτίζονται στις ατελέσφορες προσπάθειες για την έκδοση Κοινοτικής Οδηγίας σχετικά με την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες. Το αρχικό Προσχέδιο Πρότασης Οδηγίας προέβλεπε γνήσια αντικειμενική ευθύνη για τις πλημμελείς υπηρεσίες όπως και για τα ελαττωματικά προϊόντα. Όμως υπό το βάρος της επισήμανσης των πολλαπλών ιδιαιτεροτήτων που συνεπάγεται το «άυλο» των υπηρεσιών σε αντίθεση με τα «υλικά» προϊόντα, η θέση αυτή εγκαταλείφθηκε τόσο στην Πρόταση Οδηγίας του 1990 όσο και στο Σχέδιο Οδηγίας του 1992, που όπως και το άρθρο 8 ν. 2251/1994, απλώς μετέφεραν το βάρος απόδειξης της έλλειψης υπαιτιότητας στον παρέχοντα την υπηρεσία. Έκτοτε, η πρωτοβουλία για ρύθμιση της ευθύνης του παρέχοντος δεν έχει επαναληφθεί, και φαίνεται ότι έχει οριστικά ματαιωθεί. Παρόλα αυτά, ο Έλληνας νομοθέτης ήταν ο μοναδικός μεταξύ των κρατών-μελών της ΕΕ που έσπευσε με το άρθρο 8 του ν. 2251/1994 να υιοθετήσει την ματαιωθείσα Πρόταση Οδηγίας, καταργώντας μάλιστα πολλούς από τους περιορισμούς της και διευρύνοντας έτσι το πεδίο εφαρμογής της κατά τρόπο, ώστε να καταλαμβάνει κάθε ζημιά που προκαλείται από πλημμελείς υπηρεσίες οποιασδήποτε μορφής ελεύθερου επαγγέλματος.¹³³

Σε σχέση με την Πρόταση Οδηγίας, το άρθρο 8 περιέχει πανομοιότυπη ρύθμιση, με μόνο δύο σημαντικές διαφοροποιήσεις. Κατά πρώτο λόγο μια διεύρυνση μια διεύρυνση του πεδίου εφαρμογής της ρύθμισης: ενώ η Προδ αποσκοπούσε μόνο στην κάλυψη των ζημιών που προκαλούνται στη ζωή, στην υγεία και στη σωματική ακεραιότητα, καθώς και στα ενσώματα αγαθά προσώπου, το άρθρ. 8 δεν περιέχει τέτοιο περιορισμό, επομένως ρυθμίζει και την αποκατάσταση της καθαρά περιουσιακής ζημίας. Κατά δεύτερο λόγο, εκ πρώτης όψεως τουλάχιστον, φαίνεται να εισάγεται και ένας περιορισμός του ίδιου πεδίου εφαρμογής: το άρθρ. 8 ν. 2251/1994 δεν αναφέρεται καθόλου στην παροχή υπηρεσιών από δημόσιο φορέα οποιασδήποτε μορφής, ενώ η Προδ κάλυπτε και αυτές τις περιπτώσεις, εκτός από τις υπηρεσίες που αφορούν τη δημόσια ασφάλεια.

Αφού λοιπόν το άρθρ. 8 ν. 2251/1994 δεν δημιουργήθηκε εκ του μηδενός και στο εσωτερικό του ελληνικού δικαίου, αλλά ουσιαστικά η ρύθμισή του, ως περιεχόμενο της Προδ, τέθηκε προς επεξεργασία και κριτική σε ευρωπαϊκό επίπεδο, έχει σημασία η διαπίστωση ότι αυτή η ρύθμιση αναμφίβολα δεν έτυχε καλής αποδοχής από τους νομικούς των διάφορων κρατών μελών και από τις επαγγελματικές τάξεις τις οποίες αφορούσε. Αντίθετα έγινε αποδεκτή από τις ενώσεις καταναλωτών. Η κριτική εναντίον της Προδ αφορούσε τόσο τη γενική σύλληψη και λειτουργία της, όσο και τις επιμέρους ρυθμίσεις,

¹³³ <http://www.enas.gr/dellios1.pdf>

όπως κατά κύριο λόγο το «τεκμήριο υπαιτιότητας» του παρέχοντος υπηρεσίες, για το οποίο γίνεται λόγος στη συνέχεια. Ως προς τα περισσότερα επιχειρήματά της η κριτική πρέπει να θεωρηθεί δικαιολογημένη, διαπίστωση που δεν δικαιώνει, βέβαια, την επιλογή του έλληνα νομοθέτη να εισαγάγει πρόωρα (πριν, δηλαδή, η Πρόταση γίνει Οδηγία, που δεν έγινε ποτέ) τη ρύθμιση στο εσωτερικό μας δίκαιο.¹³⁴

Ο παρέχων υπηρεσίες ευθύνεται για κάθε περιουσιακή ζημία ή ηθική βλάβη που προκάλεσε παράνομα και υπαίτια, με πράξη ή παράλειψή του, κατά την παροχή αυτών στον καταναλωτή. Ως παρέχων υπηρεσίες νοείται όποιος, στο πλαίσιο της άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας παρέχει υπηρεσία, κατά τρόπο ανεξάρτητο. Δεν είναι υπηρεσία, με την έννοια αυτού του άρθρου, παροχή η οποία έχει ως άμεσο και αποκλειστικό αντικείμενο την κατασκευή προϊόντων ή τη μεταβίβαση εμπραγμάτων δικαιωμάτων ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.¹³⁵

Η διάταξη αυτή αποτελεί το θεμελιώδη κανόνα στον οποίο βασίζεται το σύστημα ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες. Η διάταξη δεν έχει απλώς καθοδηγητικό χαρακτήρα αλλά αποτελεί τον ιδρυτικό κανόνα δικαίου της ευθύνης.

Με το άρθρο 8 του ν.2251/1994 η ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες αποκτά μια εξειδικευμένη αδικοπρακτική ρύθμιση, η οποία όμως δεν αποκλείει την κοινή αδικοπρακτική ούτε την τυχόν ενδοσυμβατική ευθύνη κατά τον Α.Κ. Η νέα ρύθμιση διακρίνεται από αυτήν της ενδοσυμβατικής ευθύνης κυρίως διότι με το άρθρο 8 ο παρέχων ευθύνεται όχι μόνον έναντι του αντισυμβαλλόμενου του, αλλά και έναντι κάθε τρίτου ζημιωθέντος εξαιτίας των υπηρεσιών. Από την άλλη πλευρά η ευθύνη του άρθρου 8 διαφέρει από αυτήν του Α.Κ.914, κυρίως ως προς το ότι ο ζημιώσας που παρείχε την υπηρεσία φέρει το βάρος απόδειξης της ελλειψής πταίσματος του. Ο ζημιωθείς αρκεί να αποδείξει ότι το συγκεκριμένο είδος υπηρεσιών είναι γενικά ικανό να προκαλεί ζημίες του είδους της ήδη επελθούσας, χωρίς να χρειάζεται να υποδείξει την συγκεκριμένη πράξη ή παράλειψη που έφερε το ζημιογόνο αποτέλεσμα. Πρόκειται λοιπόν για μια προωθημένη μορφή αντικειμενικής ευθύνης με σοβαρή εύκολη αποδεικτική διευκόλυνση για τον ζημιωθέντα, ο οποίος εξαιτίας του γνωσιολογικού ελλείμματος του σε σχέση με τον εξειδικευμένο επάγγελμα του παρέχοντος, αντιμετωπίζει πράγματι δυσχέρειες ως προς την απόδειξη του ενδεχόμενου πταίσματος του τελευταίου. Με την αντιστροφή αυτού του βάρους απόδειξης, ο νομοθέτης υποχρεώνει έμμεσα τον παρέχοντα τις υπηρεσίες σε αύξηση του μέτρου επιμέλειας του και συνακόλουθα στοχεύει σε μεγαλύτερη ασφάλεια των υπηρεσιών που παρέχονται σε επαγγελματική βάση.¹³⁶

Με βάση τα γενικώς ισχύοντα στο δίκαιο προκειμένου να στοιχειοθετηθεί η ευθύνη ενός προσώπου πρέπει να αποδεικνύονται τέσσερα στοιχεία:

- α) ότι έπραξε κάτι παράνομο,
- β) ότι το έπραξε υπαίτια,
- γ) ότι υφίσταται ζημία κάποιου και

δ) ότι υπάρχει αιτιώδης σύνδεσμος μεταξύ της υπαίτιας και παράνομης συμπεριφοράς του ενός προσώπου και της ζημίας του άλλου προσώπου.¹³⁷

Για τη θεμελίωση του παρανόμου αναγκαία προϋπόθεση είναι η παραβίαση συγκεκριμένου κανόνα δικαίου, που επιβάλλει ή απαγορεύει ορισμένη συμπεριφορά του

¹³⁴ <http://www.enas.gr/foundedaki1.pdf>

¹³⁵ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 8, παρ 1-2

¹³⁶ <http://www.enas.gr/dellios1.pdf>

¹³⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ270

παρέχοντος υπηρεσίες. Απαιτείται ειδικότερα η παραβίαση συναλλακτικής υποχρέωσης που καθορίζεται είτε από ειδική διάταξη του νόμου είτε από τις γενικές διατάξεις των ΑΚ 281 και 288 όπου επιβάλλουν σε κάθε συναλασσόμενο να ασκεί τα δικαιώματα και την ελευθερία του σύμφωνα με την αρχή της καλής πίστης και να μην υπερβαίνει τα όρια που επιβάλλονται από τον κοινωνικό σκοπό του δικαιώματος στον κύκλο ελευθερίας δράσεως.¹³⁸

Η ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες προβλέπεται ρητά ως υποκειμενική ευθύνη (άρθρ. 8 § 1). Το βάρος απόδειξης της έλλειψης «υπαιτιότητας» επιρρίπτεται στον παρέχοντα την υπηρεσία (άρθρ. 8 § 4). Ο ζημιωθείς οφείλει να αποδείξει τη ζημία του και τον αιτιώδη σύνδεσμο μεταξύ της παροχής της υπηρεσίας και της ζημίας (§ 3). Η διάταξη οριοθετεί το πεδίο εφαρμογής της, ορίζοντας τις έννοιες της υπηρεσίας και του παρέχοντος υπηρεσίες (§2). Από την πρώτη εξαιρούνται οι υπηρεσίες που έχουν ως άμεσο και αποκλειστικoάντικείμενο την κατασκευή προϊόντων ή τη μεταβίβαση εμπράγματων δικαιωμάτων ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και το βασικό της χαρακτηριστικό είναι ότι παρέχεται κατά τρόπο ανεξάρτητο στο πλαίσιο επαγγελματικής δραστηριότητας ενός προσώπου. Για την εκτίμηση της συνδρομής της «υπαιτιότητας» του παρέχοντος υπηρεσίες, το άρθρ. 8 ν. 2251/1994 αφενός περιέχει κάποια γενικά κριτήρια (§ 4 «...λαμβάνονται υπόψη η ευλόγως προσδοκώμενη ασφάλεια...», § 5 «Μόνη η ύπαρξη ή η δυνατότητα παροχής τελειότερης υπηρεσίας κατά το χρόνο παροχής της υπηρεσίας ή μεταγενέστερα δεν συνιστά υπαιτιότητα») και αφετέρου προσθέτει έναν κατάλογο ειδικότερων κριτηρίων – «ειδικών συνθηκών», που είναι

- α) η φύση και το αντικείμενο της υπηρεσίας, ιδίως σε σχέση με το βαθμό επικινδυνότητάς της,
- β) η παρουσίαση και ο τρόπος παροχής της,
- γ) ο χρόνος παροχής της,
- δ) η αξία της παρεχόμενης υπηρεσίας
- ε) η ελευθερία δράσης που μεταβιβάζεται στον ζημιωθέντα στο πλαίσιο της υπηρεσίας,
- στ) αν ο ζημιωθείς ανήκει σε κατηγορία μειονεκτούντων ή ευπρόσβλητων προσώπων και
- ζ) αν η παρεχόμενη υπηρεσία αποτελεί εθελοντική προσφορά του παρέχοντος αυτήν¹³⁹

Μια ακόμα αναγκαία προϋπόθεση για την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες αποτελεί η πρόκληση ζημιάς. Ο νόμος δεν περιέχει σαφή ορισμό της ζημιάς, κατά συνέπεια θα εφαρμοστεί το γενικό δίκαιο της αποζημίωσης.

Η αιτιώδης συνάφεια μεταξύ της παροχής υπηρεσίας και της ζημιάς αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για τη θεμελίωση της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίας, κατά την οποία ο παρέχων υπηρεσίες ευθύνεται για κάθε ζημιά «που προκάλεσε» υπαιτίως κατά την παροχή υπηρεσιών.¹⁴⁰

8.2. Λόγοι περιορισμού ή άρσης ευθύνης

Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 8 παρ. 6, τα ζητήματα της συνυπευθυνότητας, της μείωσης ή άρσης της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες και της απαγόρευσης των απαλλακτικών ρητρών ρυθμίζονται με αναλογική εφαρμογή των διατάξεων των παρ. 10, 11

¹³⁸Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ275

¹³⁹ <http://www.enas.gr/foundedaki1.pdf>

¹⁴⁰ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 277

και 12 του άρθρου 6 του που αναφέρεται στην ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων.

8.2.1. Ευθύνη εις ολόκληρον – Δικαίωμα αναγωγής

«Εάν δύο ή περισσότερα πρόσωπα ευθύνονται για την ίδια ζημιά, τα πρόσωπα αυτά ευθύνονται εις ολόκληρον έναντι του καταναλωτή και έχουν κατ' αλλήλων δικαίωμα αναγωγής αναλόγως προς τη συμμετοχή τους στην επέλευση της ζημιάς». Επίσης ο ζημιωθείς δικαιούται να επιλέξει τον οικονομικώς ισχυρότερο ή τον πιο προσιτό από τους οφειλέτες του και να απαιτήσει από αυτόν την πλήρη ικανοποίηση της αξιώσεώς του για αποζημίωση. Η καταβολή εκ μέρους ενός των συνοφειλετών απαλλάσσει τους λοιπούς εις ολόκληρον οφειλέτες, υπό τον όρο ότι οδηγεί σε πλήρη ικανοποίηση των αξιώσεων του δανειστή. Περαιτέρω, ο συνοφειλέτης που κατάβαλλε ολόκληρη την αποζημίωση έχει δικαίωμα αναγωγής εναντίον ενός εκάστου των υπολοίπων οφειλετών για καταβολή του αναλογούντος στον καθένα μεριδίου.¹⁴¹

8.2.2. Συντρέχον πταίσμα του ζημιωθέντος (ή προσώπου για το οποίο ευθύνεται ο ζημιωθείς)

Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 6 παρ. 11 του ν. 2251/94, «Η ευθύνη του παραγωγού δεν μειώνεται αν η ζημιά οφείλεται σωρευτικά τόσο σε ελάττωμα του προϊόντος όσο και σε πράξη ή παράλειψη τρίτου, μπορεί όμως ενόψει όλων των ειδικών συνθηκών να μειωθεί ή και να αρθεί όταν συντρέχει πταίσμα του ζημιωθέντος ή προσώπου για το οποίο ευθύνεται ο ζημιωθείς».

Στη περίπτωση αυτή ο ζημιωθείς μπορεί να στραφεί είτε κατά του φορέα παροχής υπηρεσιών, είτε κατά του ευθυνόμενου σύμφωνα με τις γενικές αδικοπρακτικές διατάξεις προσώπου. Σε περίπτωση λοιπόν που είναι δυνατός ο καταλογισμός στον ζημιωθέντα υπαίτιας συμπεριφοράς, η ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες μπορεί να μειωθεί ή και να αρθεί κατά το μέτρο της συνυπαιτιότητας του ζημιωθέντος. Αναγκαία προϋπόθεση για την εφαρμογή της παραπάνω διάταξης αποτελεί η υπαίτια συμπεριφορά του ζημιωθέντος, η οποία συμβάλλει αιτιωδώς στην επέλευση της ζημιάς. Αντιθέτως, ανυπαίτια συμβολή του ζημιωθέντος στο ζημιογόνο αποτέλεσμα δεν οδηγεί σε περιορισμό ή αποκλεισμό της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες.¹⁴²

8.2.3. Αποκλεισμός απαλλακτικών ρητών

Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 6 παρ. 12 ορίζεται ότι «κάθε συμφωνία περιορισμού ή απαλλαγής του παραγωγού από την ευθύνη του είναι άκυρη». Ρήτρες συνεπώς που έχουν ως περιεχόμενο την απαλλαγή ή τον περιορισμό της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες είτε ως προς το ύψος της αποζημίωσης είτε ως προς την έκταση της αποκατασταθείσας ζημιάς, είναι άκυρες.¹⁴³

¹⁴¹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 282

¹⁴² Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 284

¹⁴³ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 285

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

9.1. Η έννοια της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής

Ως εμπορική πρακτική ορίζεται, κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή, που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές.¹⁴⁴

Οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές χαρακτηρίζονται ως το μεγάλο πρόβλημα σε ολόκληρη την Ε.Ε. διότι στρεβλώνουν την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών και παράλληλα βλάπτουν τους σωστούς επιχειρηματίες επιφέροντας κλονισμό στην εμπιστοσύνη της αγοράς. Έτσι ήταν αναγκαία η θέσπιση αυστηρότερων κανόνων στις εμπορικές πρακτικές προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών με στόχο την ορθή λειτουργία της αγοράς και την εξασφάλιση ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών.¹⁴⁵ Οι νόμοι των κρατών μελών που αφορούν τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές, οι οποίες μπορούν να δημιουργήσουν αισθητές στρεβλώσεις του ανταγωνισμού και εμπόδια στην ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Στον τομέα της διαφήμισης, η οδηγία 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση, θεσπίζει ελάχιστα κριτήρια για την εναρμόνιση της νομοθεσίας για την παραπλανητική διαφήμιση, όμως δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διατηρήσουν ή να θεσπίσουν μέτρα που παρέχουν εκτενέστερη προστασία στους καταναλωτές. Ως εκ τούτου, οι διατάξεις των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση διαφέρουν σημαντικά. Οι διαφορές αυτές δημιουργούν αβεβαιότητα ως προς το ποιοι εθνικοί κανόνες ισχύουν για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και δημιουργούν πολλά εμπόδια τα οποία βλάπτουν τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Τα εμπόδια αυτά αυξάνουν το κόστος των επιχειρήσεων όταν χρησιμοποιούν τις ελευθερίες της εσωτερικής αγοράς, ιδίως όταν επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε διασυνοριακό μάρκετινγκ, διαφημιστικές εκστρατείες και προώθηση πωλήσεων. Τα εμπόδια αυτά δημιουργούν επίσης αβεβαιότητα στους καταναλωτές όσον αφορά τα δικαιώματά τους και υποσκάπτουν την εμπιστοσύνη τους στην εσωτερική αγορά.¹⁴⁶

Η οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά θεσπίζει κοινούς κανόνες στα Κράτη - Μέλη της Ε.Ε., προκειμένου οι Ευρωπαίοι καταναλωτές να έχουν την ίδια προστασία από επιθετικές και παραπλανητικές πρακτικές οπουδήποτε και αν συναλλάσσονται, στον τόπο τους ή σε άλλη χώρα της Ε.Ε., ή στις αγορές τους μέσω διαδικτύου. Η οδηγία αυτή αποτελεί την πρώτη οδηγία πλήρους εναρμόνισης για την προστασία του καταναλωτή, σε μια προσπάθεια του κοινοτικού νομοθέτη να δημιουργήσει ομοιομορφία στα διαφορετικά εθνικά δίκαια των

¹⁴⁴ <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/athemites-emporikes-praktikes.html>

¹⁴⁵ http://redl.gr/documents/EmporikesPraktikes_RedL.pdf

¹⁴⁶ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2005-0048+0+DOC+XML+V0//EL>

κρατών μελών. Η εναρμόνιση θα αυξήσει σημαντικά τη νομική βεβαιότητα και για τους καταναλωτές και για τις επιχειρήσεις. Τόσο οι καταναλωτές όσο και οι επιχειρήσεις θα μπορούν να βασίζονται σε ένα ενιαίο ρυθμιστικό πλαίσιο βασιζόμενο, με τη σειρά του, σε σαφώς καθορισμένες νομικές έννοιες που θα ρυθμίζουν όλες τις πτυχές των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών σε όλη την ΕΕ. Το αποτέλεσμα θα είναι η εξάλειψη των εμποδίων από τον κατακερματισμό των κανόνων για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και η επίτευξη της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς σε αυτό τον τομέα¹⁴⁷.

Η οδηγία 2005/29 μεταφέρθηκε στην ελληνική έννομη τάξη με τα άρθρα 9α έως 9θ του ν.2251/1994, όπως τροποποιήθηκε με τον ν.3587/2007.

Η παρούσα οδηγία ορίζει τις **αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων** που απαγορεύονται εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), προστατεύοντας έτσι τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών που συναλλάσσονται με εμπορευόμενους.¹⁴⁸

Ως σημείο αναφοράς τίθεται ο μέσος καταναλωτής, ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος, λαμβανομένων υπόψη των κοινωνικών, πολιτιστικών και γλωσσικών παραγόντων, κατά την ερμηνεία του δικαστηρίου.¹⁴⁹

Σύμφωνα με την οδηγία 2005/29/ΕΚ αθέμιτες είναι οι εμπορικές πρακτικές οι οποίες δεν σέβονται τις αρχές επαγγελματικής ευσυνειδησίας και δύνανται να επηρεάσουν τις αποφάσεις συναλλαγής των καταναλωτών.¹⁵⁰

Σύμφωνα με το ν.2251/1994, μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη όταν:

- είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας. Ως επαγγελματική ευσυνειδησία ορίζεται το μέτρο της ειδικής τεχνικής ικανότητας και μέριμνας που ευλόγως αναμένεται να επιδεικνύει ένας προμηθευτής προς τους καταναλωτές, κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται στην έντιμη πρακτική της αγοράς ή και στη γενική αρχή της καλής πίστης, στον τομέα δραστηριοτήτων του προμηθευτή,
- στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή, δηλαδή μειώνει σημαντικά την ικανότητα του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση, με επακόλουθο ο καταναλωτής να λάβει μια απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε,
- είναι παραπλανητική, δηλαδή:
 - 1) παρέχει εσφαλμένες πληροφορίες
 - 2) παρέχει πληροφορίες ασαφείς που μπορεί να οδηγήσουν τον καταναλωτή σε αποφάσεις συναλλαγής που διαφορετικά, δεν θα ελάμβαναν
 - 3) παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες
- είναι επιθετική, δηλαδή χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό ή κατάχρηση επιρροής
- εμπίπτει στη μαύρη λίστα των περιπτώσεων που αναφέρονται στο ν. 2251/1994.

¹⁴⁷ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2005-0048+0+DOC+XML+V0//EL>

¹⁴⁸ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_information/132011_el.htm

¹⁴⁹ http://ec.europa.eu/consumers/archive/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_el.pdf

¹⁵⁰ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_information/132011_el.htm

Επομένως, αθέμιτη εμπορική πρακτική είναι κάθε παραπλανητική και επιθετική πράξη, κάθε παράλειψη ενημέρωσης, που μπορεί να εξαπατήσει τους καταναλωτές και να τους οδηγήσει σε μια απόφαση που διαφορετικά δεν θα έπαιρναν με αποτέλεσμα να βλάψουν τα οικονομικά τους συμφέροντα. Στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές συμπεριλαμβάνονται η διαφήμιση και το μάρκετινγκ αν παρουσιάζουν χαρακτηριστικά παραπλάνησης ή παράλειψη ενημέρωσης.¹⁵¹

Επίσης, όπως προβλέπεται στο άρθρο 5, παρ. 3 της οδηγίας 2005/29/EK ευάλωτοι καταναλωτές είναι οι πλέον εκτεθειμένοι σε εμπορική πρακτικά ή σε προϊόν λόγω της πνευματικής ή σωματικής αναπηρίας τους, της ηλικίας τους ή της ευπιστίας τους. Οι καταναλωτές που ενδεχομένως είναι πιο ευάλωτοι είναι ηλικιωμένοι, παιδιά και έφηβοι.¹⁵²

Ως αθέμιτες εμπορικές πρακτικές νοούνται οι παραπλανητικές και επιθετικές πρακτικές όπως αυτές αναλύονται παρακάτω.

9.1.1. Η έννοια της παραπλανητικής εμπορικής πρακτικής

Οι παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές ρυθμίζονται από τις ειδικές διατάξεις του άρθρου 9δ για τις παραπλανητικές πράξεις και 9ε για τις παραπλανητικές παραλείψεις του ν.2251/1994. Αναλυτικότερα:

Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.¹⁵³

Τέτοιες πληροφορίες αφορούν κυρίως:

- α) η ύπαρξη ή η φύση του προϊόντος,
- β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως είναι η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι κίνδυνοι, η εκτέλεση, η σύνθεση, τα συνοδευτικά εξαρτήματα, η μετά την πώληση υποστήριξη προς τον καταναλωτή και η αντιμετώπιση των παραπόνων, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, η παράδοση, η καταλληλότητα, η χρήση, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική ή εμπορική προέλευση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δοκιμών ή ελέγχων του προϊόντος,
- γ) η έκταση των δεσμεύσεων του προμηθευτή, τα κίνητρα για την εμπορική πρακτική και η φύση της διαδικασίας πωλήσεων, κάθε δήλωση ή σύμβολο που αφορά άμεση ή έμμεση χορηγία ή έγκριση του προμηθευτή ή του προϊόντος,
- δ) η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της ή η ύπαρξη ειδικής συμφέρουσας τιμής,
- ε) η ανάγκη υπηρεσίας, ανταλλακτικού, αντικατάστασης ή επισκευής,
- στ) η φύση, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του προμηθευτή ή του αντιπροσώπου του, όπως είναι η ταυτότητα και τα περιουσιακά στοιχεία του, τα προσόντα του, η ιδιότητα, η έγκριση, η εταιρική σχέση, η σύνδεση και η κυριότητα δικαιωμάτων βιομηχανικής, εμπορικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας ή τα βραβεία και οι διακρίσεις του,
- ζ) τα δικαιώματα του καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος αντικατάστασης ή επιστροφής¹⁵⁴

¹⁵¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32005L0029> σχετικά με L 149/22,11.6.2005

¹⁵² http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_el.pdf

¹⁵³ Βλ. Παράρτημα I, άρθρο 9δ, παρ. 1

¹⁵⁴ Βλ. Παράρτημα I, άρθρο 9δ, παρ. 1

Οι προϋποθέσεις του ορισμού της παραπλανητικής πρακτικής είναι:

A) Η εμπορική πρακτική να περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες ή ακόμα και όταν είναι αντικειμενικά ορθές να παραπλανούν τον μέσο καταναλωτή και

B) Η εμπορική πρακτική να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή ή να ενδέχεται να τον οδηγήσει σε απόφαση συναλλαγής στην οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

Επιπλέον, παραπλανητική εμπορική πρακτική θεωρείται κάθε προσπάθεια μάρκετινγκ και της συγκριτικής διαφήμισης των προϊόντων που δημιουργούν σύγχυση με άλλα προϊόντα, με εμπορικά σήματα, επωνυμίες και άλλα διακριτικά γνωρίσματα ανταγωνιστών καθώς και την μη συμμόρφωση του εμπορευόμενου προς τις δεσμεύσεις που περιέχουν κώδικες συμπεριφοράς με τους οποίους ανέλαβε να δεσμευτεί όταν η δέσμευση είναι ρητή και όχι προγραμματική, και μπορεί να εξακριβωθεί και ο προμηθευτής αναφέρει σε μια εμπορική πρακτική ότι δεσμεύεται από τον κώδικα(άρθρο 9δ, παρ.2, ν 2251/1994)

Τέλος, όλες οι πληροφορίες που είναι απαραίτητες στον καταναλωτή πρέπει να δίνονται με τρόπο σαφή και καταληπτό, την κατάλληλη στιγμή, ώστε να του επιτρέψουν να αποφασίσει. Σε αντίθετη περίπτωση, πρόκειται για **παραπλανητική πρακτική λόγω παράλειψης** καθώς παραλείπονται ή αποκρύπτονται ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής με αποτέλεσμα να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.¹⁵⁵

Όσον αφορά το βάρος απόδειξης, το επωμίζεται ο καταναλωτής. Ο καταναλωτής είναι δηλαδή υποχρεωμένος να αποδείξει ότι αν δεν είχε λάβει χώρα η παραπλανητική πρακτική δεν θα είχε λάβει την απόφαση να προβεί σε συναλλαγή

9.1.2. Η έννοια της επιθετικής εμπορικής πρακτικής

Οι επιθετικές εμπορικές πρακτικές ρυθμίζονται από τις διατάξεις του άρθρου 9ζ του ν.2251/1994.

Οι αποφάσεις συναλλαγής των καταναλωτών πρέπει να λαμβάνονται ελεύθερα. Δεν επιτρέπεται να είναι καρπός οποιασδήποτε παρενόχλησης, καταναγκασμού, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρησης επιρροής ώστε να περιορίσει έντεχνα την ελευθερία επιλογής του καταναλωτή και να ωθήσει να αποφασίσει για μια συναλλαγή που διαφορετικά δεν θα αποφάσιζε.¹⁵⁶

Σύμφωνα με το άρθρο 9ζ, παρ. 1, ν.2251/1994, μια εμπορική πρακτική θεωρείται επιθετική εάν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρηση επιρροής και, ως εκ τούτου, παρεμποδίζει ή ενδέχεται να παρεμποδίσει σημαντικά την ελευθερία επιλογής ή συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή ως προς το προϊόν, με αποτέλεσμα να τον οδηγήσει ή να είναι πιθανόν να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

Επιπλέον, το άρθρο 9ζ, παρ. 2, περιλαμβάνει μια ενδεικτική απαρίθμηση των παραγόντων που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να χαρακτηριστεί μια εμπορική πρακτική ως επιθετική. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

- η φύση ή η επιμονή, ο τόπος, και η διάρκεια της επιθετικής πρακτικής
- η ενδεχόμενη χρήση απειλητικών ή προσβλητικών εκφράσεων ή συμπεριφορών

¹⁵⁵ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_information/l32011_el.htm

¹⁵⁶ http://ec.europa.eu/consumers/archive/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_el.pdf

- η εκμετάλλευση συγκεκριμένης περίπτωσης που αφορά τον καταναλωτή, προκειμένου να επηρεαστεί η απόφασή του
- οι μη συμβατικές προϋποθέσεις που επιβάλλονται στον καταναλωτή
- όταν αυτός επιθυμεί να ασκήσει τα δικαιώματά του στο πλαίσιο της σύμβασης.¹⁵⁷

9.2. Μαύρη λίστα αθέμιτων εμπορικών πρακτικών

Ο Νόμος παραθέτει μια "μαύρη" λίστα εμπορικών πρακτικών που θεωρούνται αθέμιτες κάτω από οποιεσδήποτε περιστάσεις ώστε να εξασφαλιστεί ότι οι εμπορευόμενοι, οι επαγγελματίες μάρκετινγκ και οι πελάτες γνωρίζουν σαφώς τι είναι απαγορευμένο :

9.2.1. Αθέμιτες παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές¹⁵⁸

1) ισχυρισμό, ότι πρόκειται για συμβαλλόμενο σε κώδικα συμπεριφοράς, ενώ ο προμηθευτής δεν είναι συμβαλλόμενος, π.χ. *«το ταξιδιωτικό μας γραφείο έχει υπογράψει τον κώδικα συμπεριφοράς της ένωσης ταξιδιωτικών γραφείων»*, γεγονός που αποδεικνύεται αναληθές

2) χρησιμοποίηση σήματος ή αντίστοιχου διακριτικού γνωρίσματος χωρίς την αντίστοιχη άδεια, π.χ. *χρησιμοποίηση διεθνών σημάτων πιστοποίησης όπως ISO κ.λπ.*

3) ισχυρισμό, ότι ένας κώδικας συμπεριφοράς έχει την έγκριση δημόσιου ή άλλου φορέα, ενώ δεν την έχει, π.χ. *«η επιχείρηση είναι μέλος του κώδικα συμπεριφοράς ασφαλιστών που έχει εγκριθεί από το Υπουργείο Ανάπτυξης»*

4) ισχυρισμό, ότι ο προμηθευτής, συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών πρακτικών του, ή ένα προϊόν έχει την έγκριση, την πιστοποίηση ή την άδεια δημόσιου ή ιδιωτικού φορέα, ενώ δεν την έχει, ή παρόμοιο ισχυρισμό ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης, της πιστοποίησης ή της άδειας, π.χ. *«όλα τα προϊόντα μας είναι βιολογικά και εγκεκριμένα από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων»*

5) πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να γίνεται γνωστή η ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων που μπορεί να έχει ο προμηθευτής για τους οποίους πιστεύει ότι δεν θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλο προμηθευτή να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένων υπόψιν του προϊόντος, της κλίμακας διαφήμισης αυτού και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»), π.χ.

6) *« προλάβετε..., τηλεοράσεις μόνο 50 ευρώ» και ο έμπορος διέθεσε προς πώληση μόνο 10 τηλεοράσεις, ενώ λαμβάνοντας υπόψη τις συνήθεις πωλήσεις του, την εξαιρετικά χαμηλή τιμή και το εύρος της διαφήμισης στον Τύπο για μια εβδομάδα, θα έπρεπε να μπορεί να διαθέσει μια αρκετά μεγαλύτερη ποσότητα.*

7) πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε καθορισμένη τιμή και στη συνέχεια:

α) άρνηση επίδειξης του διαφημιζόμενου προϊόντος στους καταναλωτές, πχ. *Νεαρός καταναλωτής διαβάζει στην εφημερίδα για την προσφορά ενός laptop σε πολύ συμφέρουσα τιμή. Σπεύσει το ίδιο απόγευμα στο κατάστημα όπου του λένε: «δυστυχώς δεν το προλάβετε όλα*

¹⁵⁷ Βλ. Παράρτημα I, άρθρο 9ζ, παρ. 1 και 2

¹⁵⁸ http://redl.gr/documents/EmporikesPraktikes_RedL.pdf

πουλήθηκαν. Όμως έχουμε και άλλα μοντέλα», ή

β) άρνηση λήψης παραγγελιών για το προϊόν ή παράδοσής του σε εύλογο χρόνο, π.χ. διαφήμιση ενός συγκεκριμένου μοντέλου κινητού τηλεφώνου σε χαμηλή τιμή το οποίο όμως δεν υπάρχει σε τέτοια αποθέματα που να μπορεί να καλύψει τη μεγάλη ζήτηση εξ' αιτίας του εύρους διαφήμισης, ή γ) επίδειξη ενός ελαττωματικού δείγματός του, με πρόθεση προώθησης ενός άλλου προϊόντος («δόλωμα και μεταστροφή»), π.χ. προσφέρεται προς πώληση ηλεκτρικό ψυγείο σε χαμηλή τιμή. Όταν ο πελάτης ζητήσει να το δει, ο πωλητής του το παρουσιάζει, αλλά του υποδεικνύει κάποιο μειονέκτημα και τον προτρέπει να αγοράσει κάποιο άλλο μοντέλο σε υψηλότερη τιμή.

8) ψευδή δήλωση, ότι το προϊόν θα είναι διαθέσιμο για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, ή ότι θα διατίθεται μόνο υπό ειδικούς όρους για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να προκληθεί η λήψη άμεσης απόφασης και να στερηθεί από τους καταναλωτές η δυνατότητα ή ο χρόνος να προβούν σε τεκμηριωμένη επιλογή, π.χ. στην τηλεόραση βλέπουμε τη διαφήμιση «τηλεφωνήστε τώρα για την αγορά της καταπληκτικής κουζίνομηχανής. Η προσφορά μόνο για 2 ώρες». Αν όμως πάρουμε τηλέφωνο στην εταιρεία και κάποια άλλη μέρα διαπιστώνουμε ότι η τιμή του συγκεκριμένου προϊόντος είναι η ίδια.

9) ανάληψη της υποχρέωσης παροχής υπηρεσιών υποστήριξης μετά την πώληση σε καταναλωτές με τους οποίους ο προμηθευτής είχε επικοινωνήσει πριν από τη συναλλαγή σε γλώσσα που δεν είναι επίσημη γλώσσα του κράτους μέλους στο οποίο βρίσκεται ο προμηθευτής και στη συνέχεια διάθεση αυτής της υπηρεσίας μόνο σε άλλη γλώσσα, χωρίς αυτό να έχει καταστεί γνωστό στον καταναλωτή πριν αυτός δεσμευθεί για τη συναλλαγή, π.χ. προσφορά για φθηνή αγορά υπολογιστών από τη Βουλγαρία με τη διαβεβαίωση ότι η υπηρεσία τεχνικής υποστήριξης θα γίνεται από τεχνικούς που μιλούν ελληνικά και ακολούθως όταν πραγματοποιηθεί η αγορά, ανακαλύπτουμε ότι αυτό δεν ισχύει,

10) δήλωση, ή με άλλο τρόπο δημιουργία της εντύπωσης ότι ένα προϊόν μπορεί να πωλείται νόμιμα, ενώ δεν μπορεί, π.χ. διαφήμιση στο διαδίκτυο για την πώληση συσκευής που οι οδηγοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν νόμιμα για να διαφεύγουν τα ραντάρ καταγραφής της ταχύτητας της τροχαίας, γεγονός που είναι αναληθές γιατί η χρήση αυτών των συσκευών απαγορεύεται.

11) παρουσίαση των δικαιωμάτων που παρέχει ο νόμος στον καταναλωτή ως ειδικό χαρακτηριστικό της προσφοράς του προμηθευτή, π.χ. «προσφέρουμε δικαίωμα υπαναχώρησης εντός 14 ημερών, σε περίπτωση αγοράς μέσω internet», ενώ το προαναφερόμενο δικαίωμα δίνεται ήδη από την ισχύουσα νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών.

12) χρήση κειμένου στα μέσα, για την προώθηση ενός προϊόντος, πληρωμένου από τον προμηθευτή, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενο του ή από εικόνα ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση), π.χ. σε ένα γυναικείο περιοδικό προβάλλεται ως εξαιρετικό για τις ιδιότητες του ένα προϊόν αδυνατίσματος που δοκιμάστηκε σε μεγάλο αριθμό γυναικών όμως δεν πρόκειται για αποτέλεσμα επιστημονικής έρευνας αλλά για πληρωμένη από εταιρεία καλλυντικών διαφήμιση.

13) διατύπωση ουσιωδώς ανακριβούς ισχυρισμού όσον αφορά στη φύση ή στην έκταση του κινδύνου για την προσωπική ασφάλεια του καταναλωτή ή της οικογένειάς του, αν ο καταναλωτής δεν αγοράσει το προϊόν, π.χ. ο πωλητής συστήματος συναγερμού προειδοποιεί τον καταναλωτή, ότι αν δεν αγοράσει το προϊόν θα διατρέξει κίνδυνο αυτός και η οικογένεια του γιατί υπάρχει έξαρση λησטיών στην περιοχή τους

14) προώθηση παρόμοιου προϊόντος με εκείνο που προσφέρει συγκεκριμένος κατασκευαστής, με τέτοιο τρόπο ώστε να παραπλανάτε σκόπιμα ο καταναλωτής ότι έχει κατασκευασθεί από τον συγκεκριμένο κατασκευαστή, ενώ δεν συμβαίνει αυτό, π.χ. *προώθηση προϊόντος γνωστής μάρκας μίξερ σε πολύ συμφέρουσα τιμή, το οποίο όμως πρόκειται για αντίγραφο και δεν έχει κατασκευαστεί από τον συγκεκριμένο κατασκευαστή*

15) δημιουργία, λειτουργία ή προώθηση ενός πυραμιδωτού συστήματος πωλήσεων, όπου ο καταναλωτής θεωρεί ότι έχει την ευκαιρία για μεγαλύτερο όφελος με την εισαγωγή άλλων καταναλωτών στο σύστημα, παρά με την ίδια την πώληση ή την κατανάλωση των προϊόντων, π.χ. *«μπορείτε να πάρετε μέρος στο πυραμιδωτό σύστημα μόνο με 15 ευρώ και αν μας συστήσετε δέκα νέους πελάτες θα σας επιστρέψουμε τα χρήματα που θα έχετε πληρώσει»*

16) ισχυρισμό, ότι ο προμηθευτής πρόκειται να σταματήσει τη δραστηριότητά του ή να μετακομίσει, ενώ αυτό δεν ισχύει, π.χ. *στη βιτρίνα καταστήματος αναγράφεται η φράση: «προλάβετε κλείνουμε. Όλα στο κόστος». Όμως αποδεικνύεται στη συνέχεια ότι η επιχείρηση δεν κλείνει, ούτε μετακομίζει.*

17) ισχυρισμό, ότι τα προϊόντα μπορούν να διευκολύνουν σε κέρδη από τυχερά παίγνια, π.χ. *«Με την αγορά του τυχερού βραχιολιού, θα αλλάξει η τύχη σας και θα κερδίσετε τον πρώτο λαχνό».*

18) αναληθή ισχυρισμό ότι προϊόν είναι σε θέση να θεραπεύει ασθένεια, δυσλειτουργίες ή δυσμορφίες, π.χ. *«Με τη θαυματουργή κρέμα θα θεραπεύσετε κάθε ασθένεια ή θα χάσετε 20 κιλά».*

19) διάδοση ουσιωδώς ανακριβών πληροφοριών σχετικά με τις συνθήκες της αγοράς ή τη δυνατότητα εύρεσης του προϊόντος, προκειμένου να παροτρυνθεί ο καταναλωτής να αποκτήσει το προϊόν με όρους λιγότερο ευνοϊκούς σε σχέση με αυτούς που ισχύουν υπό κανονικές συνθήκες της αγοράς, π.χ. *«Μη ψάξετε αλλού. Μόνο σε εμάς θα βρείτε την φθηνότερη τηλεόραση plasma». Η συγκεκριμένη τηλεόραση όμως πωλείται σε πολλά καταστήματα και σε καλύτερη τιμή.*

20) ισχυρισμό για μία εμπορική πρακτική διεξαγωγής διαγωνισμού ή καταβολής επάθλων χωρίς τη χορήγηση των περιγραφόμενων επάθλων ή του ισοδυνάμου τους, π.χ. *«Συγχαρητήρια. Μόλις κερδίσατε επιταγή 100 ευρώ. Τηλεφωνείστε για να πάρετε το δώρο σας». Ο καταναλωτής τηλεφωνεί και φυσικά δεν παίρνει καμία επιταγή, αντίθετα δέχεται πρόταση για αγορά καλλυντικών.*

21) περιγραφή του προϊόντος ως «δωρεάν», «χωρίς επιβάρυνση» ή με αντίστοιχη διατύπωση, αν ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει οποιαδήποτε άλλη πληρωμή εκτός του αναπόφευκτου κόστους για την απάντηση στην εμπορική πρακτική ή για την παραλαβή ή την παράδοση του αντικειμένου, π.χ. *διαφημίζεται η προσφορά μιας «δωρεάν» παραμονής δυο ημερών σε πολυτελές ξενοδοχείο αλλά όταν ο καταναλωτής τη ζητήσει, καλείται να καταβάλει ένα μέρος της αξίας της.*

22) προσθήκη στο υλικό μάρκετινγκ τιμολογίου ή αντίστοιχου εγγράφου με το οποίο ζητείται πληρωμή και το οποίο παρέχει στον καταναλωτή την εντύπωση ότι έχει ήδη παραγγείλει το προϊόν, ενώ αυτό δεν ισχύει, π.χ. *εταιρεία διαφημίζει ότι παρέχεται η δυνατότητα δωρεάν δοκιμής μηχανής κουρέματος γρασιδιού και όταν το στέλνει το προϊόν για*

δοκιμή, αποστέλλει μαζί με τα δελτία αποστολής του και άλλα έντυπα για υπογραφή, διατυπωμένα όμως με τέτοιο τρόπο που να έχουν την ισχύ δελτίων παραγγελίας.

23) ψευδή ισχυρισμό ή δημιουργία της εντύπωσης, ότι ο προμηθευτής δεν ενεργεί για σκοπούς που συνδέονται με την εμπορική δραστηριότητά του, την επιχείρηση, την τέχνη ή το επιτήδευμά του, ή υποδύεται ψευδώς τον καταναλωτή, π.χ. διαφήμιση στον τύπο για μεταχειρισμένο αυτοκίνητο σε τιμή ευκαιρίας. Αναγράφεται κινητό τηλέφωνο για πληροφορίες. Κλείνεται ραντεβού και ο καταναλωτής ανακαλύπτει ότι δεν πρόκειται για ιδιώτη αλλά για εταιρία πώλησης μεταχειρισμένων αυτοκινήτων.

24) δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης, ότι οι υπηρεσίες, μετά την πώληση του προϊόντος, διατίθενται σε κράτος μέλος άλλο από αυτό στο οποίο πωλείται το προϊόν, π.χ. «Το τηλέφωνο αντίκα που σας προσφέρουμε καλύπτεται με εγγύηση και τεχνική υποστήριξη σε όλα τα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης», ισχυρισμός που αποδεικνύεται μετά την αγορά ότι δεν είναι αληθής, με τη δικαιολογία ότι η τεχνική υποστήριξη αφορούσε μόνο συγκεκριμένα μοντέλα.

9.2.2. Αθέμιτες επιθετικές εμπορικές πρακτικές¹⁵⁹

- 1) δημιουργία της εντύπωσης ότι ο καταναλωτής δεν μπορεί να εγκαταλείψει το χώρο έως ότου συναφθεί η σύμβαση, π.χ. Μια εταιρεία μεταφέρει υποψήφιους αγοραστές προϊόντων στις εγκαταστάσεις της και εκεί τους ανακοινώνει τιμές «καταπληκτικών προσφορών», οι οποίες όμως ισχύουν μόνο εάν οι υποψήφιοι πελάτες υπογράψουν τα συμβόλαια πριν εγκαταλείψουν τον χώρο παρουσίασης. Κάποιοι πελάτες αναγκάζονται να υπογράψουν βεβιασμένα γιατί βιάζονται να επιστρέψουν και η επιστροφή τους είναι δυνατή μόνο με αυτοκίνητο της εταιρείας.
- 2) προσωπικές επισκέψεις στο σπίτι του καταναλωτή κατά τις οποίες αγνοείται το αίτημα του καταναλωτή για αποχώρηση ή μη επάνοδο, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται για να επιβληθεί η εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης, π.χ. Στην κατοικία κάποιας καταναλώτριας γίνεται επίδειξη ενός ατμομάγειρα. Μετά την επίδειξη η καταναλώτρια δηλώνει ότι δεν ενδιαφέρεται τελικά για το προϊόν. Ζητά από τον πωλητή να φύγει, όμως αυτός γίνεται φορτικός και επιμένει στην υπογραφή του συμβολαίου. Για να τον ξεφορτωθεί ο καταναλωτής αναγκάζεται να δεχτεί να υπογράψει το συμβόλαιο.
- 3) συνεχή και ανεπιθύμητη άγρα πελατών, μέσω τηλεφώνου, φαξ ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων μέσων εξ αποστάσεως, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται για να επιβληθεί εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης, π.χ. Υπάλληλος εταιρείας πώλησης υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας τηλεφωνεί καθημερινά σε ηλικιωμένο καταναλωτή και πειστικά τον καλεί να υπογράψει κάποιο συμβόλαιο.
- 4) απαίτηση από τον καταναλωτή που επιθυμεί να προβάλλει αξίωση δυνάμει ασφαλιστήριου συμβολαίου, να προσκομίσει έγγραφα που δεν θα μπορούσαν εύλογα να θεωρηθούν συναφή για την απόδειξη της αξίωσης ή συστηματική αποφυγή απάντησης στη σχετική αλληλογραφία, έτσι ώστε να αποθαρρυνθεί ο καταναλωτής από την άσκηση των συμβατικών του δικαιωμάτων, π.χ. Ασφαλιστική εταιρεία που καλύπτει με συμβόλαιο οικιακό εξοπλισμό σε περίπτωση κλοπής, προκειμένου να μην καταβάλει στον καταναλωτή την αποζημίωση που δικαιούται του ζητά να της προσκομίσει τις αποδείξεις των προϊόντων

¹⁵⁹ http://redl.gr/documents/EmporikesPraktikes_RedL.pdf

που κλάπηκαν, γεγονός που δεν είναι εφικτό λόγω του μεγάλου χρονικού διαστήματος που μεσολάβησε από την αγορά των προϊόντων αυτών.

- 5) ένταξη σε διαφήμιση άμεσης πειστικής πρόσκλησης προς τα παιδιά να αγοράσουν ή να πείσουν τους γονείς τους ή άλλα ενήλικα άτομα να τους αγοράσουν διαφημιζόμενα προϊόντα, π.χ. Σε παιδικό περιοδικό διαβάζουμε την διαφήμιση: «Παιδιά, πείτε στους γονείς σας να σας αγοράσουν την κούκλα Magic που σας χορεύει και θα πάρετε μέρος στην κλήρωση για ταξίδι στην Disneyland».
- 6) απαίτηση άμεσης ή μεταγενέστερης πληρωμής ή επιστροφής ή φύλαξης για προϊόντα που έχει προμηθεύσει ο προμηθευτής, τα οποία όμως δεν έχουν παραγγελθεί από τον καταναλωτή, εκτός αν τα προϊόντα αυτά αποτελούν υποκατάστατα που παρέχονται σύμφωνα με την παράγραφο 5 του άρθρου 4, π.χ. «Κάποιος καταναλωτής παραλαμβάνει με το ταχυδρομείο βιβλία χωρίς να τα έχει παραγγείλει. Ο πωλητής ζητά από τον καταναλωτή να τα πληρώσει μέσω της πιστωτικής του κάρτας, ή εάν δεν τα θέλει να τα επιστρέψει πίσω, ή να φροντίσει για την ασφαλή φύλαξή τους μέχρι την επιστροφή τους στην εταιρία με δικά του έξοδα».
- 7) ρητή ενημέρωση του καταναλωτή ότι, αν δεν αγοράσει το προϊόν ή δεν αποδεχθεί την υπηρεσία, τίθεται σε κίνδυνο το επάγγελμα ή η ζωή του προμηθευτή, π.χ. «πωλητής ασκεί στη νεαρή καταναλώτρια συναισθηματική πίεση να αγοράσει οικιακή συσκευή γιατί έχει απόλυτη ανάγκη τα χρήματα καθότι πάσχει από βαρύτατη ασθένεια και εκτός αυτού θα απολυθεί αν δεν πραγματοποιήσει κάποιες πωλήσεις».
- 8) δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει, ή, αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ αυτά στην πραγματικότητα δεν υφίστανται, ή, ότι η δυνατότητα διεκδίκησης του επάθλου ή άλλου οφέλους προϋποθέτει την καταβολή χρημάτων από τον καταναλωτή ή συνεπάγεται δαπάνη, π.χ. «Καταναλωτές προσεγγίζονται από νεαρά άτομα και δέχονται να υποβληθούν σε απλές ερωτήσεις με το δέλεαρ της προσφοράς ζεύγους γυαλιών εφόσον απαντήσουν σωστά. Όταν όμως στη συνέχεια οι καταναλωτές ζητήσουν το δώρο τους, τους εξηγείται ότι για να το πάρουν θα πρέπει να αγοράσουν κάποιο άλλο από τα προϊόντα της εταιρίας».

9.2.3. Κυρώσεις για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές¹⁶⁰

Κάθε καταναλωτής ή και ένωση καταναλωτών έχουν το δικαίωμα, σε περίπτωση που εφαρμογής μιας αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, να ζητούν την δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και αποζημίωση για την ζημία που υφίστανται εξαιτίας της πρακτικής αυτής.

Το Δικαστήριο μπορεί, μετά από σχετική αίτηση, να διατάξει, δια του τύπου ή με άλλο πρόσφορο τρόπο, τη δημοσίευση της απόφασης που διατάσσει την παύση της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, στο σύνολό της, ή εν μέρει, καθώς και τη δημοσίευση σχετικής επανορθωτικής δήλωσης του παραβάτη.

Ο προμηθευτής στον οποίον αποδίδεται παράβαση των διατάξεων του παρόντος μέρους, υποχρεούται να προσκομίζει στο Δικαστήριο αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που αφορούν εμπορική πρακτική, εφόσον αυτό κριθεί

¹⁶⁰ Ν.2251/1994, άρθρο 9θ

αναγκαίο από το Δικαστήριο, εν όψει των δεδομένων της συγκεκριμένης περίπτωσης, λαμβανομένων υπόψιν των έννομων συμφερόντων όλων των διαδίκων. Αν δεν προσκομισθούν τα στοιχεία αυτά ή κριθούν ανεπαρκή, οι ισχυρισμοί του ενάγοντος ή των εναγόντων καταναλωτών τεκμαίρονται αληθείς.

Ο έλεγχος των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών μπορεί να γίνει και από ιδιοκτήτες κωδίκων συμπεριφοράς, εφόσον προβλέπονται σχετικές διαδικασίες προσφυγής ενώπιον των φορέων αυτών. Η προσφυγή στις διαδικασίες του προηγούμενου εδαφίου δεν συνεπάγεται παραίτηση από το δικαίωμα δικαστικής προσφυγής.

Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να διατάξει, με απόφασή του, για λόγους δημοσίου συμφέροντος, την άμεση παύση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, την σύσταση για συμμόρφωση εντός οριζόμενης προθεσμίας και την επιβολή προστίμου.

9.3. Η διαφήμιση ως αθέμιτη εμπορική πρακτική

9.3.1. Νομοθετικές διατάξεις σχετικά με τη διαφήμιση

Αναμφίβολα η διαφήμιση έχει εισβάλλει στη ζωή μας δυναμικά. Καθημερινά βομβαρδιζόμαστε με διαφημιστικά μηνύματα από τα ΜΜΕ, το ραδιόφωνο, τις αφίσες, το διαδίκτυο, που στόχο έχουν να επηρεάσουν την ψυχολογία και τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Η επιρροή της διαφήμισης είναι καταλυτική και πολύ συχνά μας επηρεάζει αρνητικά. Γι' αυτό είναι ανάγκη να αναπτύξουμε μηχανισμούς αντίστασης στα κελεύσματά της.

Οι διαφημιστές έχουν διάφορες τεχνικές με τις οποίες επηρεάζουν το καταναλωτικό κοινό, όπως ελκυστικά μηνύματα που έχουν επενδυθεί με ωραία μουσική, καλό και έξυπνο σενάριο. Ζούμε σε μια εποχή όπου κυριαρχεί η εικόνα και ο ήχος έναντι του λόγου και αυτό γιατί τα μηνύματα διαδέχονται γρήγορα το ένα το άλλο, ο εγκέφαλος δεν προλαβαίνει να τα επεξεργαστεί και έτσι τα υιοθετεί άκριτα. Ακόμα στις διαφημιστικές εταιρείες συνεργάζονται πολλοί επιστήμονες όπως ψυχολόγοι, κοινωνιολόγοι, μαρκετίστες, με στόχο να ασκήσουν μεγάλη επίδραση στη βούληση του ατόμου και να το στρέψουν προς κερδοφόρες για την εταιρεία καταναλωτικές συμπεριφορές. Η επίδραση αυτή είναι ανάγκη να περιοριστεί, ξεκινώντας από εμάς τους ίδιους, που αντί να αποδεχόμαστε παθητικά τις πληροφορίες πρέπει να τις ελέγχουμε. Επιπρόσθετα, επιβάλλεται να ιεραρχούμε σωστά τις ανάγκες μας, να μην ταυτίζουμε το «έχειν» με το «είναι» και να αποβάλλουμε το πνεύμα του υλικού ευδαιμονισμού. Παράλληλα, γνωρίζοντας τα μέσα πειθούς που χρησιμοποιούν οι διαφημιστές, μπορούμε να προφυλαχτούμε απ' την επιρροή τους. Σημαντικό ρόλο στην αντίσταση που πρέπει να αναπτύξουμε απέναντι στα κάθε λογής διαφημιστικά μηνύματα που μας βομβαρδίζουν καθημερινά, κατέχει η παιδεία, η κριτική ικανότητα και η εγκράτεια. Ιδιαίτερα καθοριστικός είναι και ο ρόλος της οικογένειας, η οποία θα πρέπει να δημιουργεί ορθά πρότυπα στα παιδιά της. Τέλος, η πολιτεία οφείλει να ελέγχει τις διαφημιστικές εταιρείες με θεσμικά πλαίσια για την προστασία του καταναλωτή και ο ΙΝΚΑ (Ινστιτούτο Καταναλωτών) να ενημερώνει το κοινό, ώστε να μη χειραγωγείται από τους διαφημιστές.

Με δεδομένο ότι η διαφήμιση ασκεί μεγάλη επιρροή στον άνθρωπο και ιδιαίτερα στους νέους της ηλικίας μας, που είμαστε πιο επιρρεπείς στις εξωγενείς επιδράσεις, είναι ανάγκη να αναπτύξουμε την κριτική μας ικανότητα και να εκτιμήσουμε τις πραγματικές μας.¹⁶¹

¹⁶¹ <http://2epal-news.blogspot.gr/2012/02/h.html>

Ένα από τα κύρια μέσα του αποδοτικού ανταγωνισμού είναι η διαφήμιση αλλά συγχρόνως αποτελεί και ένα από τα πιο επικίνδυνα για τους καταναλωτές. Κάθε ανταγωνιζόμενος στη προσπάθεια του να δημιουργήσει πελατειακές σχέσεις προβάλλει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του με σκοπό να προσελκύσει την προσοχή του κοινού, να το πληροφορήσει σχετικά με την προσφορά του, ώστε το κοινό να επιλέξει ορθολογικά. Ωστόσο επειδή ο καταναλωτής δεν επιλέγει πάντα με την λογική αλλά και συναισθηματικά, η διαφήμιση χρησιμοποιεί μεθόδους υποβολής ώστε ο καταναλωτής να καταλήγει συχνά σε μη ορθολογική επιλογή και εδώ όπως και στη παραπλάνησης βρίσκεται ο κίνδυνος.

Κυρίως για τους παραπάνω λόγους, κρίνεται σκόπιμο η διαφήμιση να υποβάλλεται σε κάποιον έλεγχο, προκειμένου να διασφαλίζεται η ευεργετική της επίδραση σε μια οικονομία και να αποτρέπονται φαινόμενα καταχρηστικής και παράνομης χρησιμοποίησής της. Έτσι η διαφήμιση, όπως και οι περισσότερες ανταγωνιστικές δραστηριότητες, ρυθμίζεται πλέον από το Δίκαιο και για το σκοπό αυτό έχει θεσπιστεί εκτενής σχετική νομοθεσία.

Η δύναμη της διαφήμισης όχι μόνο για προσέλκυση του κοινού αλλά ακόμη για «χρησιμοποίηση» του κοινού αντίθετα με ζωτικά και θεμελιώδη συμφέροντα και αγαθά του όπως π.χ. η υγεία ή η σωματική ακεραιότητα του, επιβάλλει στα σύγχρονα κράτη τη ρύθμιση της διαφήμισης/ και τον περιορισμό της όταν αυτή αντίκειται στα χρηστά ήθη και θίγει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, τιμή, υπόληψη, τον ιδιωτικό και οικογενειακό βίο, την επαγγελματική, κοινωνική, επιστημονική, καλλιτεχνική, πολιτική ή άλλη υπόσταση κάθε ατόμου.¹⁶²

Το Συμβούλιο των Ευρωπαϊκών Κρατών εκτιμώντας ότι οι ισχύουσες στα κράτη-μέλη νομοθεσίες για την παραπλανητική διαφήμιση διαφέρουν πολύ μεταξύ τους, ότι η διαφήμιση εκτείνεται και πέρα των συνόρων των κρατών μελών επιφέροντας άμεσες επιπτώσεις στη λειτουργία της κοινής αγοράς, ότι η διαφήμιση επιδρά στην οικονομική κατάσταση των καταναλωτών, ότι η παραπλανητική διαφήμιση δύναται να οδηγήσει τον καταναλωτή στη λήψη επιβλαβών για τον εαυτό του αποφάσεων, ότι οι διάφορες νομοθεσίες των κρατών-μελών συνεπάγονται έναν άνισο βαθμό προστασίας των καταναλωτών, ότι είναι προς το συμφέρον του κοινού γενικά να εναρμονιστούν οι εθνικές διατάξεις κατά της παραπλανητικής διαφήμισης, οι οποίες πρέπει να' ναι κατάλληλες και αποτελεσματικές και ότι σε ορισμένες περιπτώσεις πρέπει να περιέλθει στη γνώση του κοινού, εξέδωσε την Οδηγία 84/450/ΕΟΚ για την παραπλανητική διαφήμιση. Η Οδηγία αυτή σκοπεύει στη προστασία των καταναλωτών και των προσώπων που ασκούν εμπορική, βιοτεχνική, βιομηχανική ή επαγγελματική δραστηριότητα καθώς και στη προστασία των συμφερόντων του κοινού, γενικά από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειες της.¹⁶³

Σύμφωνα με την 84/450/ΕΟΚ Οδηγία περί παραπλανητικής διαφήμισης, ως παραπλανητική διαφήμιση θεωρείται «κάθε διαφήμιση που με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της παρουσίας της παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στον οποίων τη γνώση περιέρχεται και που εξαιτίας του απατηλού χαρακτήρα της είναι ικανή να επηρεάσει την οικονομική συμπεριφορά ή που, για τους λόγους αυτούς βλάπτει ή ενδέχεται να βλάψει έναν ανταγωνιστή».¹⁶⁴

Αργότερα με τη θέσπιση της οδηγίας 97/55/ΕΚ τροποποιήθηκε η οδηγία 84/450/ΕΟΚ σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση προκειμένου να συμπεριληφθεί και η συγκριτική διαφήμιση. Στην νέα αυτή οδηγία επισημαίνεται η ανάγκη της πλήρους εναρμόνισης των

¹⁶² Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 187

¹⁶³ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 189

¹⁶⁴ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 189

βασικών διατάξεων που διέπουν τη συγκριτική διαφήμιση στα κράτη μέλη.

Πρόσφατα, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο θέσπισε μια νεότερη οδηγία 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, η οποία τροποποίησε τις διατάξεις της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ. Η εν λόγω οδηγία προστατεύει τους επαγγελματίες και τους καταναλωτές από την παραπλανητική διαφήμιση η οποία θεωρείται αθέμιτη εμπορική πρακτική. Στο πλαίσιο αυτό, ορίζει επίσης τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες είναι νόμιμη η συγκριτική διαφήμιση. Η παρούσα οδηγία καταργεί την οδηγία 84/450/CEE και ενοποιεί όλες τις τροποποιήσεις σε μία ενιαία νομική πράξη.¹⁶⁵

Στο ελληνικό δίκαιο, από πολύ νωρίς ο νομοθέτης με το άρθρο 3 του ν. 146/14 «περί αθέμιτου ανταγωνισμού» έθεσε ρυθμίσεις που αφορούν την αντιμετώπιση των ανακριβών δηλώσεων και κυρίως της απατηλής διαφημίσεως, έστω και αν η διάταξη του άρθρου αυτού ούτε ορισμό της διαφήμισης δίνει ούτε ρητά αναφέρεται σε αυτήν.

Σήμερα, η διαφήμιση ρυθμίζεται από το άρθρο 9 επ. του Ν. 2251/1994 «Προστασία των καταναλωτών», όπως αυτό τροποποιήθηκε με το Ν. 3587/2007, με τον οποίο ενσωματώνεται, μεταξύ άλλων, η Οδηγία 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

9.3.2. Η έννοια της διαφήμισης

Σύμφωνα με τον νόμο 2251/1994 (άρθρο 9, παρ.1), *διαφήμιση νοείται κάθε ανακοίνωση που γίνεται στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με σκοπό τη προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των εν γένει δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων.*

Η ανακοίνωση αυτή πρέπει να γίνεται αντιληπτή με ευρύτατο τρόπο και μπορεί να περιλαμβάνει κάθε μορφή έκφρασης: γραπτή, προφορική, με λέξεις, με εικόνες ή άλλα επικοινωνιακά μέσα.¹⁶⁶

Οι φορείς της διαφήμισης είναι κυρίως οι εφημερίδες, τα περιοδικά, ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, οι τοίχοι, τα συγκοινωνιακά μέσα, ακόμα ανεμούρια κ.α.¹⁶⁷

Η διαφήμιση είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της οικονομίας. Και όσο πληθαίνει ο αριθμός των προσφερομένων προϊόντων και υπηρεσιών τόσο πιο απαραίτητη γίνεται η διαφήμιση. Όπως για την παραγωγή κάθε προϊόντος και υπηρεσίας υπάρχουν όροι και προϋποθέσεις παραγωγής, έτσι και για την διαφήμιση. Υπάρχουν όροι και προϋποθέσεις οι οποίοι πρέπει να τηρούνται. Όπως υπάρχουν και φορείς που είναι επιφορτισμένοι να αποφαινούνται αν μία διαφήμιση πληροί τις προϋποθέσεις και άρα μπορεί να προβάλλεται ή όχι. Το βασικό νομοθέτημα σχετικά με τις διαφημίσεις είναι ο ν. 2328/1995 καθώς και ο ν. 2251/94 όπως τροποποιήθηκε με τον 3587/07 για την προστασία του καταναλωτή. Παράλληλα υπάρχει και ο Ελληνικός Κώδικας Διαφήμισης – Επικοινωνίας, που συντάχθηκε από το Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας και αποτελεί τον κώδικα δεοντολογίας που έχουν αποδεχτεί για αυτοδέσμευση όλοι οι φορείς της διαφήμισης (διαφημιστές, διαφημιζόμενοι, μέσα επικοινωνίας, κ.λπ.). Το Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας είναι αρμόδιο για την εφαρμογή του Κώδικα. Σε αυτό μπορεί να προσφεύγουν τόσο διαφημιζόμενοι και διαφημιστές, όσο και καταναλωτές.¹⁶⁸

¹⁶⁵ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_information/l32010_el.htm

¹⁶⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 341

¹⁶⁷ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 188

¹⁶⁸ <http://www.ekpizo.gr/category/δράσεις/δράσεις/διαφήμιση>

Σύμφωνα με τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης, η λέξη διαφήμιση λαμβάνεται στο ευρύτερο νόημα της και περιλαμβάνει κάθε μορφή διαφήμισης για προϊόντα και υπηρεσίες, ανεξάρτητα από το μέσο που χρησιμοποιείται, καθώς και διαφημιστικά μηνύματα σε συσκευασίες προϊόντων, σε ετικέτες και σε υλικό των σημείων πώλησης. Το άρθρο 11 αναφέρει ότι οι διαφημίσεις πρέπει να διακρίνονται ως διαφημίσεις, οποιαδήποτε μορφή κι αν έχουν και οποιοδήποτε μέσο κι αν χρησιμοποιούν. Ο Ελληνικός Κώδικας Διαφήμισης στις βασικές αρχές του αναφέρει ότι όλες οι διαφημίσεις πρέπει να' ναι νόμιμες, έντιμες και να λένε την αλήθεια, να μην προσβάλλουν τα ήθη και τις επικρατούσες αντιλήψεις ευπρέπειας, να μην κάνουν κατάχρηση της εμπιστοσύνης του καταναλωτή και να μην εκμεταλλεύεται την έλλειψη πείρας ή γνώσεων του. Πρέπει να προστατεύουν την ιδιωτική ζωή κάθε ατόμου χωρίς να απεικονίζουν ή να αναφέρονται σ' αυτό δίχως την ρητή συγκατάθεση του. Όσον αφορά τα παιδιά και τους νέους δεν πρέπει να εκμεταλλεύονται την ευπιστία τους και την έλλειψη πείρας, να μην περιέχουν στοιχεία ή οπτικές παραστάσεις που θα μπορούσαν να τους βλάψουν πνευματικά, ηθικά ή σωματικά.¹⁶⁹

Η διαφήμιση πρέπει να τηρεί τις ακόλουθες αρχές:

A) Η αρχή της αλήθειας: Αποτελεί θεμελιώδη αρχή της διαφήμισης και αναφέρεται στο γεγονός της μη αναφοράς οποιουδήποτε αναληθούς στοιχείου. Η γνώση ή η άγνοια της αναλήθειας από τον προβαίνοντα στη διαφήμιση είναι αδιάφορη.

B) Η αρχή της ουσιαστικότητας: της διαφήμισης επιβάλλει την ύπαρξη ουσιαστικού συσχετισμού μεταξύ της διαφημίσεως και του διαφημιζόμενου αγαθού. Η διαφήμιση δεν απαιτείται να' ναι πλήρης, αρκεί να προβάλλει τα πλεονεκτήματα του διαφημιζόμενου αγαθού χωρίς να αναφέρει και τα μειονεκτήματα του.¹⁷⁰

Η διαφήμιση είναι το κυριότερο μέσον για την πληροφόρηση του καταναλωτικού κοινού σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά. Ωστόσο η νομοθεσία θέτει συγκεκριμένους περιορισμούς προκειμένου να προστατευθούν οι καταναλωτές από πρακτικές που θίγουν τα δικαιώματά τους. Βάσει της παραπάνω νομοθεσίας απαγορεύεται η αθέμιτη διαφήμιση (ως μία μορφή αθέμιτης εμπορικής πρακτικής). Αθέμιτη εννοείται η διαφήμιση όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις της επαγγελματικής ευσυνειδησίας και στρεβλώνει ουσιαστικά ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιαστικά την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή.¹⁷¹

9.3.3. Παραπλανητική διαφήμιση

Με το άρθρο 3 του ν. 2251/1994 εισήχθη στο Ελληνικό Δίκαιο η απαγόρευση ανακριβών δηλώσεων στο πλαίσιο του ανταγωνισμού, καταλαμβάνοντας κυρίως, την παραπλανητική διαφήμιση. Στην έννοια αυτή εμπίπτουν ανακριβείς γνωστοποιήσεις και ανακοινώσεις που γίνονται δημόσια και απευθύνονται στο ευρύ κοινό με σκοπό τη δημιουργία εντύπωσης ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς.¹⁷²

Τα θέματα που σχετίζονται με την παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση στην Ελλάδα ρυθμίστηκαν ωστόσο ουσιαστικά για πρώτη φορά με τα άρθρα 18-21 του Νόμου 1961/1991 «περί προστασίας του καταναλωτή». Ο Νόμος αυτός ήταν ευρύτερος από τον

¹⁶⁹ Βλ. Ελληνικό Κώδικα διαφήμισης, <http://www.sde.gr/wp-content/uploads/2012/10/ekd-e.pdf>

¹⁷⁰ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 188

¹⁷¹ <http://www.ekpizo.gr/usefull/> (πληροφορίες σχετικά με την διαφήμιση)

¹⁷² www.imegsevee.gr/attachments/article/561/meleti_antagonismou.pdf (νομοθεσία για την παραπλανητική διαφήμιση, σελ 4-5)

παλιό Νόμο 146 του 1914, τόσο ως προς την έννοια της διαφήμισης γενικά, όσο και ως προς τις έννοιες της παραπλανητικής και της αθέμιτης διαφήμισης. Το 1994 ακολούθησε η ψήφιση του Νόμου 2251 για την προστασία του καταναλωτή, με τον οποίο καταργήθηκε και αντικαταστάθηκε ο Ν. 1961/1991.

Σύμφωνα με το άρθρο 9 του Νόμου ορίζεται ότι παραπλανητική διαφήμιση αποτελεί κάθε διαφήμιση που το περιεχόμενο ή η μορφή της παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει, με οποιονδήποτε τρόπο, τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται και στη γνώση των οποίων περιέρχεται και εξαιτίας αυτής της παραπλάνησης ενδέχεται να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ή να βλάψει έναν ανταγωνιστή. Ως αθέμιτη διαφήμιση ορίζεται κάθε διαφήμιση που προσβάλλει τα χρηστά ήθη.¹⁷³

Το άρθρο 9 του Ν. 2251/1994 τροποποιήθηκε με το άρθρο 3 της Κοινής Υπουργικής Απόφασης Ζ1-496/07.12.20004, με το οποίο επήλθε η προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της οδηγίας 97/55/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου «για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση προκειμένου να συμπεριληφθεί η συγκριτική διαφήμιση». Επιπλέον, με το άρθρο 11 του Ν. 3587/2007 με τον οποίο επήλθε προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την οδηγία 2006/114/EK, τροποποιήθηκε το άρθρο 9 του Ν.2251/1994 ως προς τις ρυθμίσεις περί παραπλανητικής διαφήμισης και τις προϋποθέσεις επιτρεπτού της συγκριτικής διαφήμισης, μεταξύ των οποίων αναφέρεται ότι η συγκριτική διαφήμιση επιτρέπεται εφόσον δεν είναι παραπλανητική κατά την έννοια των διατάξεων των άρθρων 9δ και 9ε, θα κρίνεται δηλαδή η παραπλάνηση με βάση τις διατάξεις για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές¹⁷⁴.

Η οδηγία 2006/114/EK προστατεύει τους επαγγελματίες και τους καταναλωτές από την παραπλανητική διαφήμιση η οποία θεωρείται **αθέμιτη εμπορική πρακτική**. Σύμφωνα, με τις διατάξεις της οδηγίας 2006/114/EK απαγορεύονται οι διαφημίσεις που παραπλανούν ή ενδέχεται να παραπλανήσουν τα πρόσωπα στα οποία απευθύνονται. Πράγματι, λόγω του απατηλού χαρακτήρα τους, μπορεί να επηρεάσουν την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών και επαγγελματιών ή να βλάψουν έναν ανταγωνιστή επαγγελματία. Ο παραπλανητικός χαρακτήρας μιας διαφήμισης καθορίζεται βάσει μιας σειράς κριτηρίων που είναι:

- τα χαρακτηριστικά των αγαθών και των υπηρεσιών (διαθεσιμότητα, σύνθεση ή φύση, μέθοδος κατασκευής ή παροχής, προέλευση, κλπ.), τα αναμενόμενα αποτελέσματα από τη χρήση τους και τα αποτελέσματα των δοκιμών ποιότητας·
- η τιμή τους ή ο τρόπος διαμόρφωσής της·
- οι όροι προμήθειας των αγαθών και των υπηρεσιών·
- η ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του διαφημιζομένου (ταυτότητα και περιουσία, ικανότητες, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, κλπ.).

Με την τελευταία οδηγία καταργείται η οδηγία 84/450/ΕΟΚ και ενοποιούνται όλες τις τροποποιήσεις σε μία ενιαία νομική πράξη.¹⁷⁵

Η παραπλανητική διαφήμιση στην ελληνική νομοθεσία θεωρείται αθέμιτη και ρυθμίζεται από τον νόμο 2251/1994 ως μια μορφή αθέμιτης εμπορικής πρακτικής.

¹⁷³ www.imegseevee.gr/attachments/article/561/meleti_antagonismou.pdf (νομοθεσία για την παραπλανητική διαφήμιση, σελ 5)

¹⁷⁴ http://www.imegseevee.gr/attachments/article/561/meleti_antagonismou.pdf

¹⁷⁵ http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_information/l32010_el.htm

9.3.3.1.Στοιχεία και κριτήρια παραπλάνησης

A) Η ανακρίβεια του μηνύματος

Παραπλανητική δεν είναι μόνο η αντικειμενικά ανακριβής διαφήμιση αλλά και η αντικειμενικά ακριβής, η οποία γίνεται αντιληπτή εσφαλμένα από τους αποδέκτες της. Συνεπώς, το κατά πόσο μια διαφήμιση προκαλεί ή ενδέχεται να προκαλέσει πλάνη στους αποδέκτες της δεν θα κριθεί μόνο βάσει αντικειμενικών αλλά και υποκειμενικών κριτηρίων. Η αντικειμενικά ακριβής διαφήμιση μπορεί να είναι μια πολύ αποτελεσματικά παραπλανητική διαφήμιση όταν ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται λανθασμένα τα αληθή στοιχεία της. Η αμφισημία ή η πολυσημία των εννοιών που πιθανόν να περιέχει το διαφημιστικό μήνυμα είναι μια κλασσική αιτία εσφαλμένης αντίληψης αληθών στοιχείων διαφήμισης.¹⁷⁶

B) Πράξη ή παράλειψη διαφημιζόμενου

Η παραπλανητική διαφήμιση δεν προϋποθέτει απαραίτητως πράξη του διαφημιζόμενου, αλλά παραπλάνηση μπορεί να θεωρηθεί και η παράλειψη παροχής πληροφοριών που θα επηρέαζαν τον καταναλωτή στη διαμόρφωση της απόφασής τους και εφόσον κατά τις περιστάσεις προκύπτει τέτοια υποχρέωση του διαφημιζόμενου.¹⁷⁷

Γ) Το μέτρο υπολογισμού της πλάνης σύμφωνα με το Δ.Ε.Κ

Το Δ.Ε.Κ. μέσα από τη νομολογία του έκρινε πως ο προσδιορισμός της παραπλάνησης γίνεται με βάση το κριτήριο της προσδοκίας του μέσου, ευλόγως προσεκτικού και συνεχώς ενημερωμένου καταναλωτή που αντιμετωπίζει το διαφημιστικό μήνυμα με κριτική διάθεση (λογικά προσεκτικός καταναλωτής).¹⁷⁸

Δ) Η ομάδα και το ποσοστό των καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται η διαφήμιση

Η διαπίστωση της παραπλάνησης βασίζεται στην εντύπωση που δημιουργεί η διαφήμιση στην ομάδα καταναλωτών στην οποία απευθύνεται. Μια ομάδα καταναλωτών με ειδικές γνώσεις είναι πιο δύσκολο να παραπλανηθούν από ότι μια ομάδα καταναλωτών που στερούνται τις ανάλογες γνώσεις. Το ύψος του ποσοστού της ομάδας που πρέπει να εκλαμβάνει μια διαφήμιση ως ανακριβή για να συντρέχει κίνδυνος παραπλάνησης, δεν είναι απόλυτα σαφές. Κατά την γερμανική νομολογία αρκεί ένα όχι ασήμαντο ποσοστό, το οποίο ανέρχεται περίπου στο 10-15% της σχετικής ομάδας. Το ποσοστό αυτό αυξάνεται σε περιπτώσεις ακριβών ανακοινώσεων που όμως εκλαμβάνεται από τους καταναλωτές και μειώνεται σε περιπτώσεις όπου η ανακοίνωση αναφέρεται σε τομείς στους οποίους ο κίνδυνος παραπλάνησης μπορεί να επιφέρει σοβαρές επιπτώσεις στο κανονικό σύνολο, όπως

¹⁷⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 344

¹⁷⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 345

¹⁷⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 349

σε τομείς υγείας, ασφάλειας, διατροφής κ.τ.λ.καρακώστας 345-346 Η γερμανική νομολογία δέχεται κριτικές κατά τις οποίες το ποσοστό 10-15% είναι αρκετά χαμηλό και δεν συνυπολογίζει τους καταναλωτές με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο. Όμως, σκοπός της ρύθμισης για την παραπλανητική διαφήμιση δεν είναι η προστασία ακόμη και του τελευταίου χαμηλά πνευματικά καταναλωτή. Οι ρυθμίσεις, γενικότερα, λαμβάνουν υπ' όψη έναν λογικά προσεχτικό καταναλωτή με μέσο πνευματικό και μορφωτικό επίπεδο.¹⁷⁹

E) Η δυνατότητα επηρεασμού της οικονομικής συμπεριφοράς

Η πρόκληση κινδύνου παραπλάνησης των καταναλωτών δεν αρκεί για την απαγόρευση της διαφήμισης. Απαιτείται, επιπλέον, η πλάνη αυτή να επηρεάσει την οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή, δηλαδή ότι η διαφήμιση όχι απλώς προσέλκυσε τον καταναλωτή αλλά και τον προκάλεσε να ασχοληθεί με το αντικείμενο της, ενώ υπό διαφορετικές συνθήκες πιθανόν να μην το είχε προσέξει ή τον κατέστησε προθυμότερο ως προς τη λήψη απόφασης για αγορά. Η δυνατότητα επηρεασμού γίνεται δεκτή, όταν η παραπλάνηση αναφέρεται σε ουσιώδη στοιχεία για την απόφαση του καταναλωτή, η δε εκτίμηση της σχετίζεται άμεσα με το ποσοστό των παραπλανώμενων καταναλωτών. Όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό, τόσο μικρότερη είναι η ανάγκη ειδικής εξέτασης του επηρεασμού της οικονομικής συμπεριφοράς του καταναλωτή. Έτσι, πολλές φορές η δυνατότητα επηρεασμού του καταναλωτή είναι αποτέλεσμα της ίδιας της παραπλάνησης του.¹⁸⁰

9.3.4. Συγκριτική διαφήμιση

Ο νόμος επιτρέπει υπό ορισμένες προϋποθέσεις τη συγκριτική διαφήμιση, δηλαδή τη διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα ή έμμεσα ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή ή των αγαθών ή υπηρεσιών που εκείνος προσφέρει, εφόσον το διαφημιστικό μήνυμα συγκρίνει με αντικειμενικό τρόπο τα ουσιώδη, συναφή, επαληθεύσιμα και επιλεγμένα με αμεροληψία χαρακτηριστικά ανταγωνιστικών αγαθών ή υπηρεσιών.¹⁸¹

Διακρίνουμε τα εξής είδη της:

1. **Προσωπική συγκριτική διαφήμιση:** Είναι η διαφήμιση εκείνη που αφορά το «πρόσωπο», τις ιδιότητες του ανταγωνιστή και όχι τα προσφερόμενα αγαθά του, δηλαδή συνιστάται σε δηλώσεις σχετικές με τις προσωπικές ιδιότητες ή σχέσεις του ανταγωνιστή. Η συγκεκριμένη μορφή συγκριτικής διαφήμισης παραβιάζει την συνταγματική κατοχυρωμένη αξιοπρέπεια του ανθρώπου και είναι συνεπώς αθέμιτη.
2. **Προσκολλώμενη ή προσεγγίζουσα σε ξένη φήμη διαφήμιση:** Είναι η συγκριτική διαφήμιση εκείνη που αναφέρεται σε προϊόντα ή υπηρεσίες ή την επιχείρηση άλλου ανταγωνιστή κατά τρόπο θετικό προκειμένου να υπογραμμίσει το ισάξιο προς αυτά των διαφημιζόμενων αγαθών. Η διαφήμιση αυτή έχει σκοπό να στηριχθεί στην απόδοση ενός άλλου και να εκμεταλλευθεί την ξένη παροχή ή φήμη που δημιουργήθηκε με θυσίες και

¹⁷⁹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 346

¹⁸⁰ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 347

¹⁸¹ http://enosikatanaloton.blogspot.gr/2011/09/blog-post_9335.html

δαπάνες, προς όφελος του διαφημιζόμενου. Έτσι, η πράξη αυτή θεωρείται σαν αθέμιτη εκμετάλλευση ξένης παροχής.¹⁸²

3. **Επικριτική συγκριτική διαφήμιση:** Είναι εκείνη η διαφήμιση που αναφέρεται με αρνητικό τρόπο σε προϊόντα ή υπηρεσίες άλλου ανταγωνιστή έτσι ώστε υποβιβάζοντας τα, να προβάλλει τα ίδια αγαθά και να δώσει προβάδισμα στον διαφημιζόμενο. Οι προϋποθέσεις για να χαρακτηριστεί μια διαφήμιση ως επικριτική συγκριτική είναι οι εξής:
- Σύγκριση με παροχές (προϊόντα ή υπηρεσίες) άλλου ανταγωνιστή
 - Ο μέσω της σύγκρισης επερχόμενος υποβιβασμός ή μείωση της παροχής του ανταγωνιστή σε σχέση με την παροχή του ασκούντος την διαφήμιση αυτή
 - Χρησιμοποίηση διαφόρων μέσων σύγκρισης, ως ισχυρισμών, αξιολογικών κρίσεων, συμβόλων, εικόνων και σχημάτων
 - Η δυνατότητα εξατομικεύσεως του άλλου ανταγωνιστή.¹⁸³

Το είδος αυτής της συγκριτικής διαφήμισης επιτρέπεται υπό προϋποθέσεις και μάλιστα θεωρείται αναγκαίος παράγοντας διαφάνειας, σωστής πληροφόρησης και καλής λειτουργίας της αγοράς.

Σύμφωνα με το ν.2251/1994 άρθρο 9, παρ.2 συγκριτική διαφήμιση είναι κάθε διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα ή έμμεσα ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή ή τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αυτός προσφέρει. Η διαφήμιση αυτή, όσον αφορά τη σύγκριση, επιτρέπεται εφόσον: (άρθρο 9, παρ. 2, ν.2251/1994)

- δεν είναι παραπλανητική,
- συγκρίνει προϊόντα ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους,
- συγκρίνει, κατά τρόπο αντικειμενικό, ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή,
- δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή,
- προϊόντα με ονομασία προέλευσης αφορά, σε κάθε περίπτωση, προϊόντα με την ίδια ονομασία προέλευσης
- δεν επωφελείται αθέμιτα από την φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων ανταγωνιστή ή από τα δηλωτικά καταγωγής ανταγωνιστικών προϊόντων,
- δεν παρουσιάζει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία ως απομίμηση ή αντίγραφο προϊόντος ή υπηρεσίας που φέρουν σήμα κατατεθέν ή εμπορική επωνυμία και
- δεν δημιουργεί σύγχυση μεταξύ προμηθευτών, μεταξύ διαφημιστή και ανταγωνιστή ή μεταξύ των εμπορικών σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών γνωρισμάτων, προϊόντων ή υπηρεσιών του διαφημιστή και του ανταγωνιστή.

¹⁸² Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 144

¹⁸³ Κοτσίρης Λάμπρος Ε, 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Σάκκουλα ΑΕ, Αθήνα Θεσσαλονίκη, σελ. 144

Επιπλέον, ο νόμος αναφέρει ότι κάθε συγκριτική διαφήμιση που αναφέρεται σε ειδική προσφορά επιτρέπεται εφόσον επισημαίνεται να σαφή τρόπο η ημερομηνία κατά την οποία η προσφορά ή εφόσον χρειάζεται, ότι η ειδική προσφορά εξαρτάται από την διαθεσιμότητα των προϊόντων και υπηρεσιών. Σε περίπτωση που η ειδική προσφορά δεν έχει αρχίσει ακόμα, πρέπει να επισημαίνεται η ημερομηνία έναρξης περιόδου κατά την οποία ισχύουν η ειδική τιμή ή οι άλλοι ειδικοί όροι. (άρθρο 9, παρ. 3, ν.2251/1994)

Τέλος, ο νομοθέτης αναφέρεται στη ρύθμιση για τις συγκριτικές δοκιμές. Πιο συγκεκριμένα, η μνεία ή αναπαραγωγή σε διαφημίσεις των αποτελεσμάτων συγκριτικών δοκιμών για αγαθά ή υπηρεσίες, που έχουν διεξαχθεί από τρίτους, επιτρέπεται μόνο με την έγγραφη συναίνεση του υπευθύνου για τη δοκιμή πρόσωπο. Στην περίπτωση αυτή, ο διαφημιζόμενος ευθύνεται για την συγκριτική δοκιμή σαν αυτή να είχε διεξαχθεί από τον ίδιο ή υπό την καθοδήγηση του. (άρθρο 9, παρ. 4, ν.2251/1994)

9.3.5. Άμεση διαφήμιση

Στην παρ. 5, άρθρο 9, ν. 2251/1994, ορίζεται ότι η μετάδοση διαφημιστικού μηνύματος απευθείας στον καταναλωτή μέσω τηλεφώνου, τηλεομοιοτυπίας (φαξ), ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αυτόματης κλήσης ή άλλου ηλεκτρονικού μέσου επικοινωνία επιτρέπεται μόνο εφόσον τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις του άρθρου 11 για τη μη ζητηθείσα επικοινωνία του ν.3471/2006 για την προστασία των προσωπικών δεδομένων στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

Γενικά, ισχύει ότι η μετάδοση διαφημιστικού μηνύματος απευθείας στον καταναλωτή μέσω τηλεφώνου, τηλεομοιοτυπίας (φαξ), ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αυτόματης κλήσης ή άλλου ηλεκτρονικού μέσου επικοινωνίας επιτρέπεται μόνο αν συναινεί ρητά ο καταναλωτής.¹⁸⁴

Επιπλέον, η άμεση διαφήμιση επιτρέπεται μόνο αν ο προμηθευτής ή άλλος για λογαριασμό του προμηθευτή κάνει χρήση στοιχείων ή πληροφοριών προσωπικού χαρακτήρα του καταναλωτή που περιήλθαν σε γνώση του από προηγούμενες συναλλακτικές σχέσεις του με τον καταναλωτή, από γενικά προσιτές πηγές, όπως κατάλογο ή άλλα δημοσιευμένα στοιχεία ή από άλλο φυσικό ή νομικό πρόσωπο, εφόσον ο καταναλωτής εγκρίνει ρητά τη μεταβίβαση των προσωπικών του στοιχείων για το σκοπό της άμεσης διαφήμισης. Ο διαφημιστής είναι υποχρεωμένος να αναφέρει στον καταναλωτή τον τρόπο με τον οποίο περιήλθαν σε γνώση του τα προσωπικά στοιχεία του καταναλωτή.¹⁸⁵

Ο προμηθευτής οφείλει, να διακόψει κάθε μορφή άμεσης διαφήμισης και να διαγράψει τα προσωπικά στοιχεία του καταναλωτή, εφόσον το ζητήσει ο ίδιος.

Τέλος, η άμεση διαφήμιση θα πρέπει να γίνεται με τρόπο που να μην προσβάλλει την ιδιωτική ζωή του καταναλωτή .

¹⁸⁴ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 368

¹⁸⁵ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 370

9.3.6 Έννομα βοηθήματα για αθέμιτη διαφήμιση

A) Αξίωση για παράλειψη της κατ' άρθρο 9 παράνομης διαφήμισης

Αξίωση για παράλειψη της απαγορευμένης διαφήμισης έχουν :

- 1) Κάθε καταναλωτής ή ενώση καταναλωτών για τη προστασία των μελών τους
- 2) ενώσεις καταναλωτών που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 10, παρ.16 για τη προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού και
- 3) τα βιομηχανικά, βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια για την προστασία των συντεχνιακών τους συμφερόντων

Με την υπό (1) και (2) συλλογική αγωγή μπορούν να ζητήσουν και προληπτική προστασία, δηλαδή παράλειψη παράνομης διαφήμισης που δεν έχει ακόμη εκδηλωθεί. Επίσης, ο νόμος αναγνωρίζει τη δυνατότητα επανόρθωσης της παραπλανητικής ή συγκριτικής διαφήμισης με κάθε πρόσφορο μέσο, ιδίως με επανορθωτική διαφήμιση με έξοδα του διαφημιζόμενου (άρθρο 10, παρ. 16, περ. α'). Εξάλλου, οι έχοντες αξίωση παράλειψης μπορούν να ζητήσουν την εξασφάλιση της αξίωσης τους με τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων.¹⁸⁶

B) Αξίωση για αποζημίωση και χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης

Οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ασκούν, ως μη δικαιούχοι διάδικοι, αγωγή αποζημίωσης για περιουσιακή ζημιά που υπέστησαν τα μέλη τους και χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης. Με συλλογική αγωγή μπορούν να ζητήσουν χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης του καταναλωτικού κοινού. Η χρηματική ικανοποίηση αυτή παρέχεται μόνο μια φορά και το ύψος της καθορίζεται ιδίως από την ένταση της προσβολής της έννομης τάξης, που επήλθε με την παράνομη διαφήμιση, το μέγεθος του διαφημιζόμενου και τις ανάγκες γενικής και ειδικής πρόληψης. Εκ του ποσού που επιδικάζεται, ποσοστό 20% διατίθεται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή εντός μηνός από την είσπραξή του για σκοπούς προώθησης πολιτικών προστασίας του καταναλωτή και εκπαίδευσης του προσωπικού που απασχολείται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας ρυθμίζονται τα θέματα εφαρμογής της παρούσας παραγράφου. Τόσο οι ενώσεις καταναλωτών όσο και τα επιμελητήρια, σύμφωνα με το άρθρο 10, παρ. 16 (γ) για εξασφάλιση της απαιτήσεως τους για χρηματική ικανοποίηση, μπορούν να ζητήσουν τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης.¹⁸⁷

9.5. Παιδί και διαφήμιση

Η ουσιαστικότερη άμυνα του καταναλωτή απέναντι στην διαφήμιση που αποσκοπεί να τον μετατρέψει σε αγοραστή είναι η κριτική του σκέψη. Γίνεται εύκολα αντιληπτό πόσο ευάλωτες είναι απέναντι στην διαφήμιση οι ομάδες που αδυνατούν να αναπτύξουν αυτή την άμυνα. Πιο συγκεκριμένα, τα παιδιά των οποίων η ίδια η ψυχοπνευματική τους φύση τα

¹⁸⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 371

¹⁸⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 378-379

καθιστά ευάλωτα στην διαφημιστική υποβολή. Εκτός όμως από την εξέταση αυτής της διάστασης, δηλαδή του ελέγχου του τρόπου με τον οποίο η διαφήμιση απευθύνεται στο παιδί ως καταναλωτή και η επίδραση που του ασκεί σε νοητικό, ψυχικό και κοινωνικό επίπεδο, επιβάλλεται να προσμετρηθούν οι επιπτώσεις που διαμορφώνει η διαφήμιση και από την εικόνα του παιδιού. Οι διαφημίσεις που απευθύνονται στο παιδί εκμεταλλεύονται συχνά κατά αθέμιτο τρόπο την άγνοια, την απειρία του, την αδυναμία κριτικού ελέγχου και το γεγονός ότι συχνά αδυνατεί να διακρίνει τα όρια μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας.¹⁸⁸

Στο άρθρο 9 παρ. 6 του Ν.2251/1994 απαγορεύεται η διαφήμιση παιδικών παιχνιδιών ανάμεσα στην 7η και την 22η ώρα της ημέρας. Για την εφαρμογή των διατάξεων που ρυθμίζουν την διαφήμιση, οι τηλεοπτικοί σταθμοί λογίζονται ως προμηθευτές.

Τα παιδιά ως μια ειδική κατηγορία καταναλωτών, επηρεάζονται εύκολα από αυτό που ακούν ή από αυτά που βλέπουν, ειδικά στην τηλεόραση, χωρίς να έχουν τη κριτική ικανότητα να διακρίνουν ανάμεσα στην υπερβολή, το ψέμα και την αλήθεια. Τα παιδιά αποτελούν ειδική κατηγορία καταναλωτή, και για το λόγο αυτό κρίνεται απαραίτητη η πρόβλεψη ειδικής προστασίας τους από το νόμο. Ο κίνδυνος που ελλοχεύει και αφορά τη ψυχική και πνευματική υγεία και ισορροπία του παιδιού, και κατ' επέκταση ολόκληρης της οικογένειας είναι προφανής. Επιπλέον, αν προσθέσουμε και την πίεση που μπορεί να ασκηθεί στους γονείς προκειμένου να μην αισθανθεί μειονεκτικά το παιδί τους αλλά και την πίεση που μπορεί να ασκήσει το ίδιο το παιδί με σκοπό να αποκτήσει το διαφημιζόμενο π.χ παιχνίδι, με όποιες συνέπειες μπορεί να έχουν οι ενέργειες αυτές στον οικογενειακό προϋπολογισμό, προκύπτει η αναγκαιότητα να τύχει το παιδί ειδικής έννομης προστασίας.¹⁸⁹

Το ζήτημα κατά πόσον απασχολεί τον νομοθέτη το θέμα «παιδί» και τι μέτρα λαμβάνει για την προστασία του από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές διερευνάται από πλευράς ειδικής νομοθεσίας για τη ραδιοτηλεόραση, νομοθεσίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο και οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, όπως και από πλευράς κωδίκων δεοντολογίας και νομολογίας του ΔΕΚ. Διαπιστώνεται ότι έχουν γίνει σημαντικά βήματα σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο, οι ρυθμίσεις όμως είναι αποσπασματικές, ενώ είναι επιβεβλημένη η διαμόρφωση γενικών αρχών, που θα εφαρμόζονται ανεξαρτήτως γεωγραφικής περιοχής και χρησιμοποιούμενων μέσων. Τα παιδιά ως καταναλωτές είναι ένα νέο φαινόμενο. Έχουν αποφασιστικό λόγο, όχι μόνον όταν πρόκειται για την προσωπική τους κατανάλωση, όπως, π.χ., για τον τρόπο διασκέδασης, τη σίτιση και την ένδυσή τους, αλλά και όταν πρόκειται για τις καταναλωτικές ανάγκες ολόκληρης της οικογένειας.¹⁹⁰

¹⁸⁸ http://www.neagenia.gr/appdata/documents/odigos_katanaloti.pdf

¹⁸⁹ Αλεξανδρίδου Ελ, 2008, «Πρακτικές Προώθησης των πωλήσεων, τηλεόραση και παιδί», ΔΙΜΕΕ, 13 επ

¹⁹⁰ Αλεξανδρίδου Ελ, 2008, «Πρακτικές Προώθησης των πωλήσεων, τηλεόραση και παιδί», ΔΙΜΕΕ, 13 επ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΕΝΩΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

10.1. Η ανάγκη για συλλογική προστασία των καταναλωτών¹⁹¹

Η σύγχρονη τεχνολογική, βιομηχανική και οικονομική εξέλιξη, με τους αυξημένους σε έκταση και είδος κινδύνους που προκαλεί για ευρύτερο εκάστοτε αριθμό προσώπων, δημιούργησε την ανάγκη να εξασφαλιστεί και με τα μέσα του ιδιωτικού δικαίου αποτελεσματική έννομη προστασία υπέρ ευρύτερων συλλογικών συμφερόντων ή συλλογικών έννομων αγαθών. Μεταξύ αυτών προέχουσα θέση καταλαμβάνουν σήμερα η υγεία, η ασφάλεια και τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών.

Η έννομη αντιμετώπιση των αυξημένων κινδύνων που συνεπάγεται στη σύγχρονη εποχή η κυκλοφορία επικίνδυνων ελαττωματικών προϊόντων, η χρήση παραπλανητικών διαφημιστικών μεθόδων ή αθέμιτων γενικών όρων συναλλαγών – για να αναφέρουμε τις πιο χαρακτηριστικές περιπτώσεις απειλής ή βλάβης των καταναλωτικών συμφερόντων – δεν μπορεί να είναι μόνο υπόθεση ατομικής θιγόμενων προσώπων. Ενδιαφέρει γενικότερα το κοινωνικό σύνολο. Και η ανεπάρκεια της αναγνωριζόμενης από το ισχύον δίκαιο ατομικής προστασίας προέβαλε ως επιτακτική την ανάγκη της συλλογικής προστασίας.

Ως αίτημα η ανάγκη αυτή προβάλλει αρχικά στο χώρο του ουσιαστικού δικαίου. Το κρίσιμο ερώτημα που τίθεται εδώ είναι, αν το ισχύον ουσιαστικό ιδιωτικό δίκαιο, το οποίο εξαρτά την παροχή έννομης προστασίας από την προηγούμενη προσβολή ή την απειλή προσβολής υποκειμενικών δικαιωμάτων ή εννόμως προστατευόμενων συμφερόντων, μπορεί να λειτουργήσει προς την κατεύθυνση της προστασίας ευρύτερων συλλογικών συμφερόντων.

Τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών συνιστούν ειδικότερη έκφραση του γενικού δημόσιου συμφέροντος, η θεραπεία του οποίου ανάγεται βέβαια εξ ορισμού στο χώρο του δημόσιου δικαίου. Εντούτοις η ενεργοποίηση του ιδιωτικού δικαίου προς την κατεύθυνση της προστασίας γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων, ανταποκρίνεται στη σήμερα γενικότερα εκδηλούμενη λειτουργική μεταβολή του ιδιωτικού δικαίου από καθαρώς ατομικό σε κοινωνικό δίκαιο. Και επιβάλλεται ως αντιστάθμισμα στην παρατηρούμενη προς πολλές κατευθύνσεις αδρανοποίηση της διοικήσεως λόγω πολιτικών και οικονομικών σκοπιμοτήτων καθώς και στην επίσης πολλές φορές παρατηρούμενη αναποτελεσματικότητα ή αδυναμία του κρατικού διοικητικού μηχανισμού σε σχέση με την αντιμετώπιση γενικότερων κοινωνικών προβλημάτων.

Η διεύρυνση των στόχων του ουσιαστικού δικαίου προς την κατεύθυνση της συλλογικής προστασίας δημιουργεί το βασικό πρόβλημα προσαρμογής του στηριζόμενου στην ιδέα της ατομικής προστασίας μηχανισμού της πολιτικής δίκης προς τη νέα αυτή «συλλογική διάσταση»: Δικαστική προστασία στα πλαίσια του ισχύοντος συστήματος του Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας σημαίνει κατ' αρχήν προστασία τού άμεσα και προσωπικώς θιγόμενου σε σχέση με δικαιώματα ή έννομα συμφέροντά του. Στις περιπτώσεις εκδήλωσης παράνομης συμπεριφοράς εκ μέρους προμηθευτών, όπως λ.χ. κυκλοφορίας επικίνδυνων ελαττωματικών προϊόντων, χρήσης αθέμιτων διαφημιστικών μεθόδων ή γενικών όρων συναλλαγών, ως θιγόμενο

¹⁹¹ <http://www.dsnet.gr/ekpaideush/seminaria/pouliadis.htm>

εμφανίζεται κυρίως το γενικότερο συμφέρον των καταναλωτών, του κοινού γενικώς, φορέας του οποίου είναι το σύνολο των ατόμων του συγκεκριμένου στενότερου ή ευρύτερου γεωγραφικού χώρου, στον οποίο κυκλοφορούν τα προϊόντα αυτά, γίνεται η χρήση της διαφημίσεως ή των γενικών όρων συναλλαγών. Το σύνολο των ατόμων αυτών αποτελεί μεν το φορέα του ανωτέρω έννομου αγαθού, στερείται όμως φυσικά τόσο ικανότητας διαδίκου (άρθρ. 62 ΚπολΔ), όσο και διαδικαστικής ικανότητας (άρθρ. 63 ΚπολΔ), ώστε να προβεί σε οποιαδήποτε δικαστική επιδίωξη.

Το ισχύον υποκειμενικό πρότυπο ένδικης προστασίας δημιουργεί έτσι την ανάγκη ύπαρξης ενός κατάλληλου αντιπροσωπευτικού φορέα, υπέρ του οποίου θα αναγνωριστεί η σχετική νομιμοποίηση για την επιδίωξη της εκάστοτε ως αναγκαίας κρινόμενης έννομης προστασίας συλλογικών συμφερόντων.

Ως αντιπροσωπευτικοί φορείς, νομιμοποιούμενοι για την επιδίωξη συλλογικών καταναλωτικών συμφερόντων στα πλαίσια πολιτικής δίκης, αναγνωρίστηκαν, όπως είναι γνωστό, με το νόμο 2251/94^{192[1]} οι ενώσεις καταναλωτών και επιπλέον τα εμπορικά και βιομηχανικά, βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια.

10.2. Η έννοια των ενώσεων των καταναλωτών

Για την προστασία και τη προαγωγή των συμφερόντων τους, οι καταναλωτές μπορούν να ιδρύουν ενώσεις καταναλωτών. Οι ενώσεις καταναλωτών συνιστώνται ως ενώσεις προσώπων ή ως σωματεία και διέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 10 του ν. 2251/1994 και του Αστικού Κώδικα. Σκοπός τους είναι η προστασία των ατομικών και συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών και η παροχή πληροφοριών, συμβουλών και κάθε είδους συνδρομή για την άσκηση των δικωμάτων τους ως καταναλωτές.¹⁹³ Δεν μπορούν να ασκούν παράλληλα και άλλη δραστηριότητα προμηθευτικών συνεταιρισμών ή άλλης εμπορίας ή την παροχή υπηρεσιών σε τρίτους με αμοιβή και αυτό γιατί η τυχόν άσκηση τέτοιας δραστηριότητας, αποτελεί δραστηριότητα προμηθευτή που θα μπορούσε να 'ναι αντίθετη προς τα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού. Σε περίπτωση παράβασης δημιουργείται λόγος διάλυσης της ένωσης. Πάντως αν παρεπιπτόντως εκτός από τη προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών επιδιώκουν και άλλους σκοπούς που δεν έρχονται σε αντίθεση με αυτά δεν συντρέχει λόγος διάλυσης¹⁹⁴ (π.χ. η ΕΚΠΟΙΖΩ επιδιώκει και τη βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος). Παρακάτω παρατίθενται ενδεικτικά κάποιες από αυτές που λειτουργούν σήμερα στην Ελλάδα:

Καταναλωτικές Ενώσεις¹⁹⁵

1. Ένωση Καταναλωτών - Ποιότητα Ζωής (Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ.)
2. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών (ΚΕ.Π.ΚΑ.)
3. Ινστιτούτο Καταναλωτών (ΙΝ.ΚΑ.) / Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδας (Γ.Ο.Κ.Ε.)
4. Νέο Ινστιτούτο Καταναλωτών (Νέο ΙΝ.ΚΑ.)

¹⁹³ Αναγνωστόπουλος Άλκης Ν., 2005, Εμπορικό Δίκαιο, Εκδόσεις ΔΚ, Πάτρα

¹⁹⁴ Καρακώστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 382, βλέπε υποσημειώσεις

¹⁹⁵ http://www.synigoroskatanaloti.gr/stk_links.html

5. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών Σερρών (Ε.Π.ΚΑ.Σ.)
6. Μοτοσυκλετιστική Ένωση Καταναλωτών (ΜΟΤ.Ε.Κ.)
7. Ένωση Καταναλωτών και Δανειοληπτών
8. Ένωση Καταναλωτών Βόλου και Θεσσαλίας
9. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας
10. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών Ν.Κιλκίς (ΕΝΩ.Π.ΚΑ)
11. Σύλλογος Προστασίας Καταναλωτών Έδεσσας
12. Ελληνική Καταναλωτική Οργάνωση (Ε.ΚΑΤ.Ο.)
13. Βιοκαταναλωτές για Ποιοτική Ζωή (ΒΙΟΖΩ)
14. Ελληνικό Κέντρο Καταναλωτών (ΕΛ.ΚΕ.ΚΑ)
15. Ένωση Καταναλωτών Ελλάδας
16. Ινστιτούτο Καταναλωτών Κρήτης (ΙΝΚΑ ΚΡΗΤΗΣ)
17. Ινστιτούτο Καταναλωτών (ΙΝ.ΚΑ.) Ηλείας
18. Ινστιτούτο Καταναλωτών (ΙΝ.ΚΑ.) Μακεδονίας
19. Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας (Ε.Ε.Κ.Ε)
20. Ένωση Ενεργών Καταναλωτών (ΕΝ.Ε.ΚΑ)

Μια ένωση καταναλωτών αποκτά **νομική προσωπικότητα** με την καταχώρηση στο Μητρώο Ενώσεων Καταναλωτών, το οποίο τηρείται στη Γενική Γραμματεία του Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης. Το μητρώο αυτό είναι δημόσιο βιβλίο στο οποίο αναγράφεται και ο αριθμός φορολογικού μητρώου κάθε ένωσης. Κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να έχει πρόσβαση στις εγγραφές του Μητρώου και να ζητεί αντίγραφο ή πιστοποιητικό των εγγραφών αυτών. Ο αριθμός μητρώου ενώσεων καταναλωτών εγγράφεται υποχρεωτικά στα έντυπα, στη σφραγίδα και στα έγγραφα των ενώσεων καταναλωτών.¹⁹⁶ . Στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή συνιστάται πενταμελής επιτροπή, η οποία αποτελείται από: α) δύο Προϊσταμένους Διεύθυνσης της Γραμματείας αυτής, οι οποίοι προτείνονται με τον αναπληρωτή τους από τον Γενικό Γραμματέα Καταναλωτή, β) έναν εκπρόσωπο του Συνηγόρου του Καταναλωτή και γ) δύο εκπροσώπους των ενώσεων καταναλωτών που είναι μέλη του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτή και Αγοράς (Ε.Σ.Κ.Α.) και εκλέγονται με τους αναπληρωτές τους από το Ε.Σ.Κ.Α..

Ο Πρόεδρος και τα μέλη της Επιτροπής διορίζονται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας με θητεία τριών (3) ετών. Τα μέλη που προέρχονται από τον Ε.Σ.Κ.Α. δεν επιτρέπεται να διοριστούν για δύο συνεχόμενες θητείες.

Έργο της επιτροπής είναι η πιστοποίηση της πραγματικής λειτουργίας των ενώσεων καταναλωτών και της τήρησης των παραγράφων 5, 6, 8 έως και 11 του παρόντος.

Η πιστοποίηση ανακαλείται από την Επιτροπή εγγράφως σε περίπτωση που ενώσεις καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού δεν υλοποιούν καμία δράση για δύο συνεχή έτη ή δεν

¹⁹⁶ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ. 3 και 4

συμμορφώνονται. Οι αδρανείς ενώσεις καταναλωτών δεν δικαιούνται επιχορήγησης από Ο.Τ.Α. πρώτου και δεύτερου βαθμού. Η πενταμελής επιτροπή συνεδριάζει τακτικώς εντός του πρώτου τριμήνου κάθε ημερολογιακού έτους και εκτάκτως οποτεδήποτε κληθεί να πιστοποιήσει νέα καταναλωτική οργάνωση. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας ορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις πιστοποίησης των καταναλωτικών οργανώσεων. Η διαγραφή της ένωσης καταναλωτών από το Μητρώο ενεργείται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας. Η διαγραφή της ένωσης καταναλωτών από το Μητρώο συνεπάγεται, αυτοδικαίως, και την ανάκληση της πιστοποίησής της.¹⁹⁷

Οι Ενώσεις Καταναλωτών οργανώνονται σε ενώσεις πρώτου βαθμού και δεύτερου βαθμού. Μέλη της ένωσης καταναλωτών πρώτου βαθμού μπορεί να είναι μόνο φυσικά και όχι νομικά πρόσωπα, ενώ μέλη στις ενώσεις δεύτερου βαθμού μπορεί να είναι μόνο ενώσεις καταναλωτών πρώτου βαθμού. Για την **σύσταση** ένωσης καταναλωτών πρώτου βαθμού απαιτούνται εκατό (100) τουλάχιστον ιδρυτικά μέλη. Σε δήμους ή κοινότητες με πληθυσμό μέχρι πέντε χιλιάδες (5000) κατοίκους αρκούν πενήντα (50) ιδρυτικά μέλη. Κάθε καταναλωτής δεν επιτρέπεται να συμμετάσχει σε περισσότερες από μια ενώσεις καταναλωτών. Οι εγγραφές πέραν της πρώτης είναι άκυρες. Οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ιδρύουν γραφεία και σε περιοχές εκτός έδρας τους. Για την σύσταση ένωσης καταναλωτών δεύτερου βαθμού απαιτείται η συμμετοχή πέντε τουλάχιστον ενώσεων καταναλωτών πρώτου βαθμού. Κάθε ένωση καταναλωτών δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μία ενώσεις δεύτερου βαθμού.¹⁹⁸

Ο Ελληνικός νόμος προβλέπει τον αναγκαίο αριθμό μελών για τη σύσταση μιας ένωσης καταναλωτών, ο οποίος είναι απαραίτητος για να παρουσιάζει μια ένωση κάποια εχέγγυα σοβαρότητα και κοινωνική αντιπροσωπευτικότητα.

Απαγορεύεται να συμμετέχουν στο διοικητικό συμβούλιο των ενώσεων καταναλωτών όσοι έχουν καταδικασθεί, αμετάκλητα, για απιστία, απάτη, πλαστογραφία, υπεξαίρεση, δωροδοκία, παράβαση του νόμου περί μεσαζόντων και του νόμου περί ναρκωτικών. Τα μέλη των διοικητικών συμβουλίων των ενώσεων καταναλωτών όλων των βαθμών δεν επιτρέπεται να λαμβάνουν από αυτές οποιασδήποτε μορφής αποζημίωση για τις υπηρεσίες που παρέχουν, με εξαίρεση τα ποσά που καλύπτουν δαπάνες για την εξυπηρέτηση των σκοπών των ενώσεων, εφόσον αποδεικνύονται με νόμιμα παραστατικά.¹⁹⁹

Πόροι των ενώσεων καταναλωτών είναι αποκλειστικά τα δικαιώματα εγγραφής, οι συνδρομές και οι εθελοντικές εισφορές των μελών τους, οι συνδρομές και οι λοιπές εισπράξεις από δημόσιες εκδηλώσεις και διάθεσης εντύπων, τα εισοδήματα από την αξιοποίηση της περιουσίας τους, κληρονομίες και κληροδοσίες, οι επιχορηγήσεις από το κράτος, από οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, από την Ευρωπαϊκή Ένωση, τους διεθνείς οργανισμούς και τις διεθνείς ενώσεις καταναλωτών²⁰⁰ καθώς και από το ποσοστό 20% επί των ποσών που επιδικάζονται για χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης. Αξίζει να σημειωθεί ότι κάθε απόφαση επιχορήγησης των ενώσεων καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού από οποιονδήποτε φορέα κοινοποιείται υποχρεωτικά στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή. Οι δωρεές εκ μέρους των καταναλωτών αποκλείονται διότι εφόσον όλοι οι άνθρωποι είναι καταναλωτές, ανάλογα με τον οικονομικό τους ρόλο και την ανάγκη προστασίας τους στη συγκεκριμένη συναλλαγή, οι παραπάνω δωρεές θα μπορούσαν να

¹⁹⁷ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ. 12 και 28

¹⁹⁸ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ. 2

¹⁹⁹ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ. 11

²⁰⁰ Καρακώστας Ιωάννης Κ., 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 383

υποκρύπτουν στη πραγματικότητα δωρεές προμηθευτών.²⁰¹ Απαγορεύεται απολύτως σε ενώσεις καταναλωτών η οποιουδήποτε είδους άμεση ή έμμεση λήψη οικονομικής παροχής από προμηθευτές ή οργανώσεις προμηθευτών καθώς και από πολιτικά κόμματα ή άλλες πολιτικές οργανώσεις οποιασδήποτε μορφής.

Τα **καθήκοντα** των ενώσεων καταναλωτών είναι πολύ σημαντικά και είναι τα παρακάτω:

- Ø Υποβάλλουν στη δημόσια Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα, τα συμβούλια και τις επιτροπές δημόσιας διοίκησης και των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης για ζητήματα που αφορούν τους καταναλωτές.
- Ø Ενημερώνουν, εκπαιδεύουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές σε ζητήματα κατανάλωσης. Ιδίως παρέχουν στους καταναλωτές πληροφορίες σχετικά με τις τιμές, την ποιότητα, τους ελέγχους και την ασφάλεια των προϊόντων που κυκλοφορούν ή πρόκειται να κυκλοφορήσουν στην αγορά καθώς και των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Ø Αντιπροσωπεύουν τους καταναλωτές δικαστικά και εξώδικα κατά τις διατάξεις του νόμου.
- Ø Για την επίτευξη των στόχων τους, οι ενώσεις καταναλωτών έχουν δικαίωμα να ζητούν και να λαμβάνουν πληροφορίες για θέματα που ανάγονται στα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού από τις δημόσιες υπηρεσίες, τους δημόσιους οργανισμούς, τις επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου και τις ανεξάρτητες επιτροπές που λειτουργούν στο πλαίσιο της δημόσιας και της τοπικής αυτοδιοίκησης κ.τ.λ
- Ø διοίκηση και στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης προτάσεις για κάθε είδους ζητήματα που αφορούν τους καταναλωτές.
- Ø Παρίστανται υποχρεωτικά στα όργανα και τα παντός είδους συμβούλια και επιτροπές της δημόσιας διοίκησης, οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης για τη συζήτηση θεμάτων που αφορούν τους καταναλωτές.
- Ø Προτείνουν στις επαγγελματικές οργανώσεις προμηθευτών την κατάρτιση κωδίκων επαγγελματικής δεοντολογίας και σχεδίων συμβάσεων-τύπων για τις συναλλαγές των μελών τους με καταναλωτές και καλούμενοι από τις οργανώσεις αυτές, συμμετέχουν με εκπροσώπους τους στην κατάρτιση των εν λόγω κωδίκων και σχεδίων συμβάσεων-τύπων.²⁰²

Οι ενώσεις καταναλωτών τηρούν σε έντυπη ή και ηλεκτρονική μορφή τα ακόλουθα βιβλία που αριθμούνται και θεωρούνται από το Γραμματέα του Πρωτοδικείου της έδρας τους τα εξής:

A)Βιβλίο Μητρώου Μελών, στο οποίο για τις ενώσεις πρώτου βαθμού αναγράφονται το ονοματεπώνυμο, το επάγγελμα, η διεύθυνση κατοικίας, ο αριθμός δελτίου αστυνομικής ταυτότητας και οι χρονολογίες εγγραφής και διαγραφής του μέλους, ενώ για τις ενώσεις δευτέρου βαθμού αναγράφονται η επωνυμία, η έδρα τους, ο αριθμός των εγγεγραμμένων μελών τους, οι χρονολογίες εγγραφής και διαγραφής τους και οι δικαστικές αποφάσεις έγκρισης ή τροποποίησης των καταστατικών των μελών που τις συγκροτούν,

B)Βιβλίο Πρακτικών συνεδριάσεων Γενικών Συνελεύσεων των μελών τους,

Γ) Βιβλίο Πρακτικών συνεδριάσεων της διοίκησης,

²⁰¹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 383 Βλέπε υποσημείωση 4

²⁰² Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 383, Αναγνωστόπουλος Άλκης Ν., 2005, *Εμπορικό Δίκαιο*, Εκδόσεις ΔΚ, Πάτρα, σελ.147

Δ)Βιβλίο Ταμείου, στο οποίο καταχωρίζονται, κατά χρονολογική σειρά, όλες οι εισπράξεις και πληρωμές και

Ε)Βιβλίο Περιουσίας, όπου καταγράφονται όλα τα ακίνητα και κινητά περιουσιακά της ένωσης.²⁰³

Αξίζει να σημειωθεί, ότι απαγορεύεται στις ενώσεις καταναλωτών οποιαδήποτε διαφήμιση επιχειρήσεων και οι δραστηριότητες τους παρακολουθούνται από την Γενική Γραμματεία Καταναλωτή.

Επιπλέον, οι ενώσεις καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού δεν επιτρέπεται να στεγάζονται σε χώρους που χρησιμοποιούνται ως κατοικία ή επαγγελματική στέγη νομικών ή φυσικών προσώπων που συμμετέχουν σε αυτές.

10.3. Η έννοια της Συλλογικής Αγωγής

Ήδη στο καθαρά ατομικό επίπεδο έννομης προστασίας διαπλάθονται από το ισχύον ιδιωτικό δίκαιο κανόνες νομικής συμπεριφοράς, οι οποίοι αποβλέπουν να κατευθύνουν τη δράση του ατόμου κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να μη δημιουργούνται ή διατηρούνται κίνδυνοι για εννόμως προστατευόμενα συμφέροντα, οι οποίοι υπερβαίνουν ένα γενικώς αποδεκτό και κοινωνικά πρόσφορο μέτρο, και πολύ περισσότερο να μη προκαλείται προσβολή τους. Αυτό συμβαίνει π.χ. στην περίπτωση των γενικών υποχρεώσεων ασφάλειας και πρόνοιας. Ενδιαφέρεται έτσι η έννομη τάξη κατά πρώτο λόγο να αποτρέψει την ίδια τη διακινδύνευση ή την προσβολή έννομων αγαθών. Σύμφωνα με το σκοπό αυτό διαθέτει και τους μηχανισμούς εκείνους, οι οποίοι εξασφαλίζουν σε περίπτωση απειλούμενης προσβολής έννομων αγαθών την άμεση υποχρεωτική τήρηση των ήδη προς την κατεύθυνση της πρόληψης επιβαλλόμενων κανόνων συμπεριφοράς. Διότι εφόσον επιβάλλει την αποκατάσταση επερχόμενων ζημιών, κατά μείζονα λόγο αποβλέπει και στην πρόληψή τους. Στα πλαίσια του ιδιωτικού δικαίου η παροχή προληπτικής προστασίας κατά απειλούμενων προσβολών δικαιωμάτων ή έννομων αγαθών επιτυγχάνεται έτσι, ως γνωστόν, κυρίως μέσω των λεγόμενων γενικών αξιώσεων παραλείψεως ή άρσεως της προσβολής.²⁰⁴

Με τις διατάξεις του άρθρου 10, ν. 2251/1994 εισάγεται πλέον στη χώρα μας ένα ολοκληρωμένο σύστημα ένδικης προστασίας των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού μέσω της συλλογικής αγωγής. Με τις διατάξεις αυτές γενικεύεται η χρήση της συλλογικής αγωγής σε κάθε περίπτωση προσβολής των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού και διευκρινίζονται οι δικονομικές λεπτομέρειες ασκήσεως της.²⁰⁵

Αλλά και η γενική αξίωση άρσεως της προσβολής εξυπακούεται λογικά ως μέσο συλλογικής προστασίας. Διότι στις περιπτώσεις κατά τις οποίες έχει ήδη δημιουργηθεί η εστία των κινδύνων, έχει ήδη δηλαδή προκληθεί παράνομη διατάραξη, όπως π.χ. με την κυκλοφορία επικίνδυνων ελαττωματικών προϊόντων, τη χρήση παραπλανητικής διαφήμισης κ.λπ., αίτημα της συλλογικής αγωγής θα είναι η απομάκρυνσή της. Και η γενική προληπτική αξίωση άρσεως αποβλέπει ως γνωστόν στην απομάκρυνση της εστίας των κινδύνων, του αιτίου δηλαδή της παράνομης διαταράξεως. Η τελευταία κρίνεται εδώ βέβαια όχι σε σχέση με μεμονωμένα άτομα, αλλά με βάση τα γενικότερα συμφέροντα των καταναλωτών. Η συλλογική αξίωση παραλείψεως αντιθέτως αποβλέπει, σύμφωνα με τη διατύπωση του νόμου,

²⁰³ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ.1

²⁰⁴ <http://www.dsanet.gr/ekpaideush/seminaria/pouliadis.htm>

²⁰⁵ Καρακώστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 385

στην παράλειψη της εκδήλωσης της ίδιας της συμπεριφοράς, η οποία προκαλεί την παράνομη διατάραξη, είτε στο μέλλον είτε όταν αυτή απειλείται για πρώτη φορά.²⁰⁶

Συλλογική αγωγή είναι η αγωγή που ασκούν οι οργανώσεις καταναλωτών για την προστασία συλλογικών συμφερόντων, δηλαδή συμφερόντων που δεν αφορούν ατομικά έναν καταναλωτή, αλλά ολόκληρες κατηγορίες καταναλωτών ή όλους τους καταναλωτές γενικά. Η άσκηση της συλλογικής αγωγής αποτελεί την καταλληλότερη μορφή προστασίας των καταναλωτικών συμφερόντων τα οποία δεν είναι ατομικά συμφέροντα ενός ή περισσότερων ατόμων ή μιας αριθμητικά περιορισμένης ομάδας (ιδιωτικά συμφέροντα), αλλά ανάγονται στην έννοια του γενικού δημοσίου συμφέροντος και αναφέρονται σε ευρύτερο και ανοικτό κύκλο προσώπων. Τα συλλογικά αυτά έννομα αγαθά ή συμφέροντα των καταναλωτών είναι κυρίως η ζωή, η υγεία, η ασφάλεια και τα οικονομικά τους συμφέροντα.²⁰⁷

Αίτημα της συλλογικής αγωγής μπορεί να είναι κατά τη ρητή διατύπωση του νόμου «η παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί», όπως π.χ. η παράλειψη χρησιμοποίησης καταχρηστικών γενικών όρων συναλλαγών ή παραπλανητικής διαφήμισης κ.λπ.

10.4. Νομιμοποίηση ενώσεων καταναλωτών

Η νομιμοποίηση των ενώσεων καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού σύμφωνα με το άρθρο 10 του ν. 2251/194 εμφανίζεται έχοντας τριπλή κατεύθυνση:

A) Άσκηση ατομικών αξιώσεων των μελών της ένωσης

Κάθε ένωση καταναλωτών νομιμοποιείται να ζητεί για τα δικαιώματα των μελών της, ως καταναλωτών έννομη προστασία, δικαστικώς ή διοικητικώς, οποιασδήποτε μορφής. Ιδίως νομιμοποιείται να ασκεί αγωγή, αίτηση ασφαλιστικών μέτρων, αίτηση ακυρώσεως ή προσφυγή κατά διοικητικών πράξεων και παράσταση πολιτικής αγωγής (παρ. 15, άρθρο 10, ν.2251/94). Με άλλα λόγια οι ενώσεις καταναλωτών νομιμοποιούνται για άσκηση ατομικών αξιώσεων των μελών τους κατά προμηθευτών ή παραγωγών. Η ένωση νομιμοποιείται ως μη δικαιούχος διάδοχος και μπορεί να ζητήσει έννομη προστασία ακόμα και αν τα μέλη της αδρανούν. Αξίζει να τονιστεί ότι η ένωση καταναλωτών μπορεί να ζητήσει έννομη προστασία όχι μόνο για τα δικαιώματα των μελών της ως καταναλωτών, όπως αυτά θεμελιώνονται από τον νόμο 2251/1994, αλλά και γι' αυτά που πηγάζουν από τον Αστικό Κώδικα, εφόσον πρόκειται για σχέση δύο προσώπων (προμηθευτή- καταναλωτή). Η διάφορα μεταξύ της συλλογικής άσκησης ατομικών αξιώσεων και της δικαστικής επιδίωξης συλλογικών αξιώσεων με συλλογική αγωγή έγκειται στο γεγονός ότι στην πρώτη περίπτωση ένας συλλογικός φορέας προβάλλει δικαστικά μια ή περισσότερες αξιώσεις μεμονωμένων ατόμων, ενώ στη δεύτερη περίπτωση ο ίδιος ο φορέας ασκεί μια συλλογική αξίωση που αποβλέπει όχι στην ατομική δικαστική προστασία επιμέρους ατόμων (πρώτη περίπτωση), αλλά στη συλλογική προστασία αορίστου αριθμού προσώπων.²⁰⁸

²⁰⁶ <http://www.dsnet.gr/ekpaideush/seminaria/pouliadis.htm>

²⁰⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 384

²⁰⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 386-387

B) Άσκηση πρόσθετων παρεμβάσεων σε εκκρεμείς δίκες μελών της ένωσης

Κάθε ένωση καταναλωτών δικαιούται να παρεμβαίνει προσθέτως σε εκκρεμείς δίκες μελών της για την υποστήριξη των δικαιωμάτων τους ως καταναλωτές». Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να παρεμβαίνουν προσθέτως και σε εκκρεμείς δίκες άλλων ενώσεων καταναλωτών (που έχουν ασκήσει συλλογική αγωγή για την προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού) για την υποστήριξη τους.²⁰⁹

Γ) Άσκηση συλλογικών αγωγών

Προκειμένου να εξασφαλισθεί η εύρυθμη λειτουργία της αγοράς η πολιτεία έχει πάρει - μεταξύ άλλων - και μέτρα που αποσκοπούν στην προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών και συγκεκριμένα το άρθρο 10 του [νόμου 2251/1994](#) «προστασία των καταναλωτών», όπως αυτό τροποποιήθηκε από την [Κοινή Υπουργική Απόφαση Ζ1-111/2012 \(ΦΕΚ Β' 627/07-03-2012\)](#). Οι νομοθετικές αυτές παρεμβάσεις, με τις οποίες εξ' άλλου επήλθε η προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της [Οδηγίας 98/27/EK](#) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 19.5.1998 περί των αγωγών παραλείψεως, έδωσαν τη δυνατότητα στις ενώσεις καταναλωτών, οι οποίες πληρούν ορισμένες προϋποθέσεις, να υποβάλλουν, εξ ονόματος όλων των καταναλωτών, συλλογικές αγωγές (ή, όπως εναλλακτικά λέγονται, αγωγές παραλείψεως), όταν διαπιστώσουν ότι παραβιάζονται τα νομικά κατοχυρωμένα δικαιώματα τους σε τομείς όπως η καταναλωτική πίστη, οι όροι των συμβάσεων, τα οργανωμένα ταξίδια, η χρονομεριστική μίσθωση (time-share), η διαφήμιση, οι πωλήσεις από απόσταση, κλπ. Οι αποφάσεις επί των συλλογικών αγωγών ισχύουν για όλες τις ομοειδείς επιχειρήσεις (πχ τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες κλπ) που χρησιμοποιούν ανάλογους όρους και κρίθηκαν παράνομοι και καταχρηστικοί. Συνεπώς είναι υποχρεωμένες όλες οι ως άνω επιχειρήσεις να συμμορφώνονται με τις αποφάσεις αυτές.²¹⁰

Σύμφωνα με το άρθρο 10, παρ.16, ν.2251/1994, ενώσεις καταναλωτών που έχουν τουλάχιστον πεντακόσια (500) ενεργά μέλη και έχουν εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών πριν από ένα τουλάχιστον έτος, μπορούν να ασκούν κάθε είδους αγωγή για την προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού (συλλογική αγωγή). Η συλλογική αγωγή μπορεί να ασκηθεί και όταν ακόμη η παράνομη συμπεριφορά προσβάλλει τα συμφέροντα τουλάχιστον τριάντα (30) καταναλωτών.²¹¹

Σύμφωνα με το άρθρο 10, παρ. 17 του ίδιου νόμου, συλλογική αγωγή μπορούν να ασκήσουν από κοινού περισσότερες της μιας ενώσεις καταναλωτών πρώτου βαθμού ακόμη κι αν καθεμιά από αυτές έχει μικρότερο αριθμό ενεργών μελών από το προβλεπόμενο κατώτατο όριο, αρκεί τα ενεργά μέλη όλων αθροιστικά των ενώσεων να υπερβαίνουν το όριο αυτό. Η συλλογική αγωγή ασκείται με απόφαση του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης καταναλωτών. Συλλογική αγωγή μπορούν να ασκήσουν, από κοινού, και περισσότερες της μιας ενώσεις καταναλωτών πρώτου και δευτέρου βαθμού ακόμη και αν η ένωση πρώτου βαθμού έχει αριθμό ενεργών μελών μικρότερο από το κατώτατο προβλεπόμενο όριο. Ενεργά μέλη λογίζονται όσα έχουν εκπληρώσει τις ταμειακές τους υποχρεώσεις. Ο αριθμός αποδεικνύεται με κοινή υπεύθυνη δήλωση των μελών του διοικητικού συμβουλίου της οικείας ένωσης καταναλωτών.²¹²

²⁰⁹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (Ν. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 387

²¹⁰ <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/exasfalisi-asfalon-synallagon/61-syllogikes-agoges.html>

²¹¹ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ.16

²¹² Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ.17

Κάθε ένωση καταναλωτών με την άσκηση συλλογικής αγωγής μπορεί να ζητήσει:

- α) Την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί,
- β) Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης,
- γ) Τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων εξασφάλισης των απαιτήσεων του καταναλωτικού κοινού για την παράλειψη της παράνομης συμπεριφοράς ή την χρηματική ικανοποίηση μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης,
- δ) την αναγνώριση του δικαιώματος αποκατάστασης της ζημίας που υφίστανται οι καταναλωτές από την παράνομη συμπεριφορά.²¹³

Δικαίωμα συλλογικής αγωγής/αγωγής παράλειψης εντός της Ελλάδας έχουν επίσης – υπό προϋποθέσεις - και καταναλωτικές οργανώσεις από τα άλλα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε περίπτωση παράβασης των συλλογικών συμφερόντων των αλλοδαπών καταναλωτών, η οποία διαπράχθηκε στην Ελληνική επικράτεια. Αντίστοιχο δικαίωμα υποβολής συλλογικών αγωγών/αγωγών παραλείψεως στα δικαστήρια των άλλων κρατών-μελών της ΕΕ έχουν – υπό προϋποθέσεις – και οι ελληνικές καταναλωτικές οργανώσεις.²¹⁴

Η συλλογική ένδικη προστασία των καταναλωτών πραγματοποιείται έτσι συνολικά σε προληπτικό επίπεδο υπό δύο παραλλαγές: Αφενός μεν εμφανίζεται ως πρόληψη, η οποία προηγείται της πράξεως και αποβλέπει να εμποδίσει επικείμενη παράνομη προσβολή (πρωτογενής πρόληψη) προς την κατεύθυνση αυτή αξιοποιείται, όπως είδαμε, η γενική προληπτική αξίωση παραλείψεως. Αφετέρου δε εμφανίζεται ως πρόληψη, η οποία ακολουθεί και αποσκοπεί να προλάβει μελλοντικές προσβολές (δευτερογενής πρόληψη). Προς τη δεύτερη αυτή κατεύθυνση χρησιμοποιείται η χρηματική ικανοποίηση ηθικής βλάβης.²¹⁵

Συλλογικές αγωγές των περιπτώσεων α' και β' δικάζονται κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας, στη συντομότερη δυνατή δικάσιμο. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει την προσωρινή εκτέλεση της απόφασης. Οι έννομες συνέπειες που προκύπτουν από την απόφαση αυτή ισχύουν έναντι πάντων, και αν δεν ήταν διάδικοι. Το δεδικασμένο απόφασης που δέχεται εν όλω ή εν μέρει αγωγή της περίπτωσης δ' ισχύει και υπέρ των ζημιωθέντων καταναλωτών, έστω και αν αυτοί δεν είχαν συμμετάσχει στη σχετική δίκη. Εφόσον καταστεί αμετάκλητη η δικαστική απόφαση επί συλλογικής αγωγής της περίπτωσης δ', ο ζημιωθείς καταναλωτής μπορεί, με βάση την απόφαση αυτή, να γνωστοποιήσει εγγράφως στον προμηθευτή, κατά του οποίου εκδόθηκε η εν λόγω απόφαση, την απαίτησή του, αναφέροντας τα στοιχεία που την προσδιορίζουν. Μετά την άπρακτη παρέλευση τριάντα (30) ημερών από την έγγραφη γνωστοποίηση, ο καταναλωτής, εφόσον δεν ικανοποιηθεί, μπορεί να ζητήσει την έκδοση διαταγής πληρωμής για την απαίτησή του από το δικαστήριο, εφόσον αυτή είναι εκκαθαρισμένη ή μπορεί ευχερώς να εκκαθαριστεί. Η απαίτηση αποδεικνύεται και με κάθε ιδιωτικό έγγραφο το οποίο, ως εκ του είδους ή της συνήθειας της συναλλαγής, χορηγείται ως απόδειξη στους καταναλωτές. Απαιτήσεις καταναλωτών που απορρέουν από την παράνομη συμπεριφορά, πέραν αυτών που ορίζονται στις περιπτώσεις α' έως και δ', δεν θίγονται. Το δικαίωμα άσκησης ατομικής αγωγής των καταναλωτών δεν επηρεάζεται από την απόρριψη του αιτήματος αγωγής της ένωσης καταναλωτών.²¹⁶

Η συλλογική αγωγή ασκείται σε αποκλειστική προθεσμία έξι (6) μηνών από την τελευταία εκδήλωση της παράνομης συμπεριφοράς που αποτελεί τη βάση της.

²¹³ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ.15

²¹⁴ <http://www.efpolis.gr/el/diasfalisi-oikonomikon-symefronton-katanaloton/exasfalisi-asfalon-synallagon/61-sylogikes-agoges.html>

²¹⁵ <http://www.dsnet.gr/ekpaideush/seminaria/pouliadis.htm>

²¹⁶ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ. 20

Αποκλειστικώς αρμόδιο για την εκδίκαση συλλογικής αγωγής είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της κατοικίας ή της έδρας του εναγομένου. Αν αντικείμενο της συλλογικής αγωγής αποτελεί ραδιοτηλεοπτική διαφήμιση, αποκλειστικώς αρμόδιο είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της έδρας του ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού σταθμού.

Από όλα τα παραπάνω, συμπεραίνουμε ότι οι προϋποθέσεις για την άσκηση συλλογικών αγωγών από τις ενώσεις καταναλωτών θα πρέπει να συντρέχουν σωρευτικώς και είναι οι εξής:

1. τη συλλογική αγωγή πρέπει να ασκεί ένωση καταναλωτών που έχει συσταθεί κατά το άρθρο 10 και σκοπό έχει την προστασία των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού,
2. η ένωση πρέπει να έχει εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών ένα χρόνο προ της ασκήσεως της συλλογικής αγωγής,
3. η ένωση ή οι ενώσεις καταναλωτών θα πρέπει να έχουν τουλάχιστον 500 ενεργά μέλη και αν κάποια από αυτά είναι διπλοεγγεγραμμένα σαφώς δεν μπορούν να ασκήσουν την συλλογική αγωγή και
4. απαιτείται απόφαση του διοικητικού συμβουλίου της ενώσεως. Αν την συλλογική αγωγή ασκήσουν περισσότερες ενώσεις τότε απαιτούνται αποφάσεις όλων των διοικητικών συμβουλίων των ενώσεων.²¹⁷

Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του παρόντος νόμου από μέρος του προμηθευτή, η ένωση καταναλωτών μπορεί να ζητήσει την παράλειψη της παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν εκδηλωθεί. Όταν η ως άνω παράνομη συμπεριφορά εκδηλώνεται μετά από σύσταση ή υπόδειξη των ενώσεων των προμηθευτών ή εφόσον οι ενώσεις των προμηθευτών προβαίνουν στην ως άνω συμπεριφορά, τότε μπορεί να ζητηθεί και η παύση της. Οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν επίσης να ζητήσουν τη δέσμευση, την απόσυρση ή την καταστροφή ελαττωματικών προϊόντων επικίνδυνων για την υγεία ή την ασφάλεια του κοινού, καθώς και τη λήψη μέτρων (κατάλληλη δημοσίευση του συνόλου ή μέρους, ή/και η δημοσίευση επανορθωτικής δήλωσης) ώστε να εκλείψουν τα συνεχιζόμενα αποτελέσματα της παράβασης.²¹⁸

Ο νόμος 2251/1994 ρητώς ορίζει ότι η αξίωση παραλείψεως της παράνομης συμπεριφοράς μπορεί να ασκηθεί και προληπτικώς, δηλαδή προτού εκδηλωθεί η παράνομη συμπεριφορά του προμηθευτή. Στην περίπτωση αυτή σκοπός είναι η απομάκρυνση των κινδύνων και των πηγών τους. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι άλλες υφιστάμενες παράνομες προσβολές που διατάραζαν τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών. Στο σημείο αυτό δεν απαιτείται η υπαιτιότητα του προμηθευτή. Αίτημα της αγωγής είναι η επαναφορά της κατάστασης που υπήρχε πριν από την προσβολή.²¹⁹

Ειδικότερα, οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ζητήσουν:

- Ø την απαγόρευση χρησιμοποίησης καταχρηστικών όρων συναλλαγών. Το δικαστήριο αναγνωρίζει την ακυρότητα τους και διατάζει τον χρήστη τους να μην τους ενσωματώσει στις συμβάσεις που συνάπτει με τους καταναλωτές, ενώ αν είναι ήδη ενσωματωμένοι τον υποχρεώνει να τους ανακαλέσει.
- Ø Την καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών από τον παρέχοντα υπηρεσίες. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να παρέχοντα ελαττωματικές υπηρεσίες σε απροσδιόριστο αριθμό

²¹⁷ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 389

²¹⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ.394- 395

²¹⁹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 396

καταναλωτών, έτσι ώστε να τίθενται σε κίνδυνο η υγεία, η ασφάλεια και τα οικονομικά συμφέροντα τους. Είναι δυνατό να ασκηθεί αξίωση ακόμη και πριν αυτός τις παράσχει, όταν πιθανό είναι ότι χρησιμοποιηθούν μεθόδους ή/ και υλικά με τις οποίες θα παραχθούν ελαττωματικές υπηρεσίες.

- Ø Την απαγόρευση παραπλανητικής, αθέμιτης, συγκριτικής ή άμεσης διαφήμισης. Αυτό μπορεί να γίνει και πριν αυτή ακόμα προβληθεί. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η διαφήμιση να αντιβαίνει τις διατάξεις που ορίζουν το πότε και υπό ποιες προϋποθέσεις επιτρέπεται η προβολή της. Η ένωση καταναλωτών μπορεί να ζητήσει την επανόρθωση παραπλανητικής ή συγκριτικής διαφήμισης με κάθε πρόσφορο τρόπο και με επανορθωτική διαφήμιση με έξοδα του διαφημιζόμενου.
- Ø Η απόσυρση ή/και η καταστροφή ελαττωματικών προϊόντων που διακινούνται, ενώ εάν δεν διακινούνται η δέσμευσή τους. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η επικινδυνότητα τους για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών. Μπορεί επίσης να ζητηθεί η παράλειψη της διακίνησης επικίνδυνων ελαττωματικών προϊόντων στο μέλλον.
- Ø Η τήρηση των όρων των άρθρων 3 και 4, ν.2251/1994 από τον προμηθευτή που συνάπτει συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος ή από απόσταση, να ενημερώνει τον καταναλωτή για όσα προβλέπει ο νόμος και να σέβεται την ιδιωτική του ζωή. Απαραίτητη προϋπόθεση της αξίωσης είναι ο προμηθευτής αυτός να συνάπτει τέτοιες συμβάσεις με μεγάλο αριθμό καταναλωτών, χωρίς να καταρτίζει έγγραφα και να τους ενημερώνει για όσα προβλέπονται από το νόμο.
- Ø Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, η οποία παρέχεται μια μόνο φορά.³⁹⁶⁻³⁹⁷
- Ø Την λήψη ασφαλιστικών μέτρων για την εξασφάλιση των απαιτήσεων τους για παράλειψη ή χρηματική ικανοποίηση μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης. Σε περίπτωση ελαττωματικών προϊόντων επικίνδυνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού μπορεί να διαταχθεί ως ασφαλιστικό μέτρο η δέσμευση των προϊόντων.²²⁰

Δ) Περιεχόμενο της συλλογικής αγωγής

Για τη άσκηση της συλλογικής αγωγής πρέπει να αναφέρονται ρητώς τα εξής:

- Ø Η ύπαρξη έννομης σχέσης μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή (σύμβαση)
- Ø Η ύπαρξη έννομου συμφέροντος άξιου προστασίας (συνεχής κατάχρηση ΓΟΣ ή ύπαρξη παραπλανητικής διαφήμισης ή παροχή ελαττωματικών προϊόντων)
- Ø Επαρκή στοιχεία για την νομιμοποίηση της συγκεκριμένης ένωσης καταναλωτών (έγκριση καταστατικού, εγγραφή στο Μητρώο Ενώσεων Καταναλωτών, απόφαση του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης για την αγωγή)
- Ø Τα επίμαχα πραγματικά περιστατικά²²¹

10.5. Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης

Έχει παρατηρηθεί ότι ένα ουσιώδες έννομο αγαθό που υπόκεινται σε προσβλητικές ενέργειες και γι' αυτό προστατεύεται και από το νόμο, είναι η εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού αναφορικά με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα, την ποιότητα, την αποτελεσματικότητα και την ασφάλεια των υπό διάθεση προϊόντων. Η διάψευση των

²²⁰ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 416

²²¹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 417-418

ελπίδων και των προσδοκιών που εμπεδώθηκαν στον καταναλωτή, επιφέρει διασάλευση της εμπιστοσύνης του και δημιουργεί κοινωνική αναστάτωση και αναταραχή, όταν ο μέσος καταναλωτής αντιληφθεί ότι έχει υποστεί ανεπίτρεπτο και κακόβουλο επηρεασμό και έχει λάβει με αυτό τον τρόπο αποφάσεις που δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες του. Οι προμηθευτές συχνά χρησιμοποιούν τεχνικές οι οποίες θίγουν άμεσα τα οικονομικά συμφέροντα του καταναλωτή ενώ ενδεχομένως να προσβάλλουν ακόμη και την υγεία και την ασφάλεια του. Ο καταναλωτής νιώθει δέσμιος των επιλογών και των μεθόδων των πραγματικά ασυνείδητων προμηθευτών. Ταυτόχρονα όμως, προσβάλλεται και το δικαίωμα αυτοπροσδιορισμού του καταναλωτή, θεμελιώδες στοιχείο της προσωπικότητας του ατόμου.²²²

Ο νόμος ορίζει ρητώς την δυνατότητα των ενώσεων καταναλωτών να ζητήσουν χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης σε περίπτωση προσβολής των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Η χρηματική ικανοποίηση έχει αποκαταστατικό χαρακτήρα, καθώς σκοπό έχει την επαναφορά-αποκατάσταση της προτέρας καταστάσεως, την επαναφορά των πραγμάτων στην προηγούμενη ηθική και κοινωνική ισορροπία, η οποία διαταράχθηκε από την προσβλητική ενέργεια. Βέβαια η χρηματική ικανοποίηση δεν αποβλέπει στην κατά κυριολεξία αποκατάσταση –πράγμα φύσει αδύνατο-, αλλά στην αποκατάσταση της ψυχικής ηρεμίας του καταναλωτή και στην χορήγηση οικονομικής ενίσχυσης ώστε να υπερνικήσει ή να μειώσει τους ψυχικούς πόνους και στεναχώριες που υπέστη. Αλλά αναμφίβολα η χρηματική ικανοποίηση αποτελεί και μέσο προστασίας της προσωπικότητας.²²³

Πιο αναλυτικά, στο ιδιωτικό μας δίκαιο αναγνωρίζεται εκτός από την περιουσιακή ζημιά και η μη περιουσιακή ζημιά ή αλλιώς η επονομαζόμενη ως ηθική βλάβη. Η ηθική βλάβη είναι η βλάβη που υφίσταται ένα άτομο σε μη περιουσιακά αγαθά, όπως η προσωπικότητα, η ζωή, η ασφάλεια, η ψυχική και σωματική υγεία κ.τ.λ του κάθε ατόμου.²²⁴

Η αξίωση χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης δεν έχει κυρωτικό ή τιμωρητικό σκοπό αλλά αποκαταστατικό και προστατευτικό. Εξάλλου το ποσό της χρηματικής ικανοποίησης υπολογίζεται βάσει του μεγέθους της επιχείρησης και του ετήσιου κύκλου εργασιών της, ώστε η αποζημίωση να μην οδηγήσει σε οικονομικό αφανισμό του υπόχρεου.²²⁵

Επίσης αξίζει να σημειωθεί ότι συλλογικές αγωγές κατά προμηθευτών με αξίωση για χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης μπορούν να ασκήσουν και τα εμπορικά και βιομηχανικά, βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια.(άρθρο 10, παρ.24, ν 251/1994)

Ο νόμος 2251/94 στο άρθρο 10, παρ. 22, ορίζει ότι το ποσοστό 20% του επιδικαζόμενο ποσό διατίθεται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή για εκπαίδευση του προσωπικού της και για σκοπούς προώθησης πολιτικών προστασίας του καταναλωτή . Οι σκοποί που σχετίζονται με την προστασία του καταναλωτή είναι α) η δημιουργία οργανισμών ή επιτροπών με σκοπό τον ποιοτικό έλεγχο των προϊόντων και την αξιολόγηση τους ανάλογα με τη σχέση ποιότητας-αποτελεσματικότητας-τεχνικής εξέλιξης προς την τιμή τους και τη γνωστοποίηση των αποτελεσμάτων τους στους καταναλωτές και στις ενώσεις καταναλωτών

²²² Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 405-406

²²³ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 306, Καράκωστας Ι. και Παπαρσενίου Π., «Χρηματική Ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, ν. 2251/1994, ΔΕΕ,5/1996 , σελ. 475

²²⁴ Καράκωστας Ι. και Παπαρσενίου Π., «Χρηματική Ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, ν. 2251/1994, ΔΕΕ,5/1996 , σελ. 475

²²⁵ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 406-407

μέσω εντύπων και ραδιοηλεκτρονικών εκπομπών, β) η δημιουργία οργανισμών ή επιτροπών προληπτικού ελέγχου του επιτρεπτού των διαφημίσεων.²²⁶

Η διάθεση των επιδικαζόμενων ποσών χρηματικής ικανοποίησης υπέρ κοινωφελών σκοπών είναι θεσμός καινούργιος για το ελληνικό δίκαιο, ο οποίος δεν εντάσσεται συστηματικά στις ήδη υπάρχουσες γενικές κατηγορίες της αστικής ευθύνης. Ανάλογες ρυθμίσεις συναντώνται στο δίκαιο του Λίχτενστάιν (άρθρ. 40 III PGR), στο πολωνικό (άρθρ. 448 πολων-ΑΚ) και το αιθιοπικό δίκαιο (άρθρ. 2106-2111 Cc). Ο πολωνικός Αστικός Κώδικας του 1964 παρέχει έτσι στο ζημιωθέντα το δικαίωμα σε περίπτωση που προσβάλλονται προσωπικά έννομα αγαθά του από πρόθεση να ζητήσει από τον προσβολέα να καταβάλει εύλογο χρηματικό ποσό στον πολωνικό ερυθρό σταυρό.²²⁷

10.5.1. Προϋποθέσεις άσκησης της αξίωσης χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης

A) Ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα

Συνηθίζεται οι παραγωγοί να παρουσιάζουν τα προϊόντα τους με τρόπο που να αφυπνίζουν ή εμπεδώνουν την εμπιστοσύνη του μέσου καταναλωτή ως προς την ασφάλεια που παρέχει το συγκεκριμένο προϊόν κατά τη χρήση ή την κατανάλωση του. Έτσι οι καταναλωτές αναπτύσσουν μία ισχυρή προσδοκία ως προς την έλλειψη ελαττωματικότητας των προϊόντων. Η διάγνωση της προσδοκίας ασφάλειας οφείλεται συχνά σε λανθασμένες, ελλιπείς υποδείξεις για τους ενδεχόμενους κινδύνους ή σε υπερβολική προβολή της ασφάλειας του προϊόντος. Η εξωτερική εμφάνιση, η προβολή, η διαφήμιση και η διαβεβαίωση περί της ασφάλειας του προϊόντος δημιουργούν πρωτογενή υποχρέωση σεβασμού της εμπιστοσύνης και της πίστωσης του καταναλωτή. Όταν τα υποσχόμενα από τον παραγωγό δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα, τότε επέρχεται διάγνωση των προσδοκιών του καταναλωτικού κοινού και τρώση της εμπιστοσύνης του. Ο παραγωγός παραβαίνει την πρωτογενή υποχρέωση του σεβασμού της προσωπικότητας του μέσου καταναλωτή και δημιουργεί διασάλευση της κοινωνικής ισορροπίας, η οποία πρέπει να αποκατασταθεί μέσω της χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης.²²⁸

B) Απειλή της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών

Σύμφωνα με τον νόμο οι προμηθευτές υποχρεούνται να διαθέτουν στην αγορά μόνο ασφαλή προϊόντα. ασφαλή προϊόντα είναι εκείνα που υπό συνθήκες ή ευλόγως προσδιορισμένες συνθήκες χρήσης, δεν παρουσιάζουν κανένα κίνδυνο ή παρουσιάζουν κινδύνους χαμηλού επιπέδου που συνδέονται με τη χρήση του προϊόντος και θεωρούνται αποδεκτοί στο πλαίσιο ενός υψηλού βαθμού προστασίας της υγείας και της ασφάλειας των προσώπων. Ο νόμος θεωρεί παράνομη τη συμπεριφορά των προμηθευτών εκείνων που παράγουν, εισάγουν ή διαθέτουν προϊόντα επικίνδυνα για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών, χωρίς να απαιτείται και η επέλευση της συγκεκριμένης βλάβης στο

²²⁶ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 409

²²⁷ <http://www.dsanet.gr/ekpaideush/seminaria/pouliadis.htm>

²²⁸ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή* (N. 2251/1994), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 401

καταναλωτικό κοινό από τη χρήση των προϊόντων. Με τον τρόπο αυτό ο νόμος θεσπίζει πρωτογενή υποχρέωση σεβασμού της υγείας και της ασφάλειας του κοινού και μάλιστα σε προληπτικό επίπεδο. Η διάθεση επικινδύνων προϊόντων είναι παράνομη και γεννά ταυτόχρονα αξίωση χρηματικής ικανοποίησης των ενώσεων των καταναλωτών με στόχο την αποκατάσταση της κοινωνικής ισορροπίας.²²⁹

Γ) Παραπλανητική διαφήμιση

Η παραπλανητική διαφήμιση αποτελεί μια παράνομη συμπεριφορά του προμηθευτή και γεννά αξίωση χρηματικής ικανοποίησης υπέρ των ενώσεων καταναλωτών. Ως παραπλανητική διαφήμιση αναφέρεται κάθε ανακοίνωση που γίνεται στο πλαίσιο εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών (άρθρο 9, παρ. 1.ν 2251/94). Συγκεκριμένα, ορίζεται ως κάθε διαφήμιση το περιεχόμενο ή η μορφή της οποίας προκαλεί ή ενδέχεται να προκαλέσει πλάνη στα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στον οποίον τη γνώση περιέρχεται και εξαιτίας της πλάνης αυτής, μπορεί να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά. Ο νόμος ορίζει και τα στοιχεία τα οποία πρέπει να διερευνώνται και να λαμβάνονται υπόψη ώστε να κριθεί αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική που είναι τα εξής: τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του αγαθού, η καταλληλότητα, η σύνθεση, οι χρήσεις, τα επιστημονικά ή τεχνολογικά δεδομένα και τα αναμενόμενα από τη χρήση του αποτελέσματα. Επιπλέον ο νόμος αναφέρει ότι ως παραπλανητική λογίζεται κάθε διαφήμιση όταν περιέχει επιστημονικούς όρους ή ιδιωτισμούς, αποτελέσματα ερευνών ή περικοπές κειμένων επιστημονικού ή τεχνικού χαρακτήρα, με σκοπό να προσδώσει στην διαφημιστική ανακοίνωση επιστημονική βάση που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

Συμπερασματικά, καταλήγουμε ότι ο νομοθέτης θέλει να προστατεύσει τον καταναλωτή από κάθε μορφής διαφήμιση, η οποία εκμεταλλεύεται την εμπιστοσύνη και την απειρία του. Κάθε διαφήμιση πρέπει να ανταποκρίνεται στην αλήθεια και να αφήνει τον καταναλωτή να αποφασίζει ελεύθερα. Οι διαφημίσεις εκείνες που δεν ανταποκρίνονται στην αλήθεια, περιέχουν ανακρίβειες, αναλήθειες ή διογκώνουν την αποτελεσματικότητα και την ασφάλεια του προϊόντος ή υπερτονίζουν γνωρίσματα και ιδιότητες που αυτό δεν διαθέτει, προκαλούν διάψευση των προσδοκιών και ελπίδων του μέσου καταναλωτή και προσβάλλουν την εμπιστοσύνη με την οποία αυτός περιέβαλε τα συγκεκριμένα αγαθά. Η παραπλανητική διαφήμιση επηρεάζει τον καταναλωτή στο να λαμβάνει αποφάσεις οι οποίες ωφελούν τον διαφημιζόμενο προμηθευτή και επομένως πλήττει την οικονομική του κατάσταση, αφού αυτός συνάπτει συμβάσεις ή ωθείται προς σύναψη συμβάσεων, που δεν εξυπηρετούν τις πραγματικές τους ανάγκες και επιδιώξεις.²³⁰

10.6. Καταχρηστική άσκηση συλλογικής αγωγής και οι συνέπειες

της

Ο νόμος 2251/94 στο άρθρο 10, παρ. 23 αναφέρει ότι αν η αγωγή για χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης απορριφθεί τελεσίδικα ως προφανώς αβάσιμο, δηλαδή ως ουσιαστικά αβάσιμο, ο εναγόμενος προμηθευτής μπορεί να ζητήσει με αγωγή (ασκούμενης

²²⁹ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 402

²³⁰ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν. 2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 404

εντός 6 μηνών από την τελευταία απορριπτική απόφαση) αποζημίωση από την ενάγουσα-ένωση καταναλωτών και προσωπικά από τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, τα οποία ευθύνονται εις ολόκληρον.

Στην περίπτωση όπου η αναλήθεια οφείλεται σε δόλο ή βαριά αμέλεια των μελών επανειλημμένα, το δικαστήριο μπορεί να διατάξει τη διάλυση της ένωσης. Ειδικότερα, με την παρ.29 του άρθρου 10 του ν.2251/94 δίδεται η δυνατότητα στο προμηθευτή να ασκήσει αγωγή εντός αποκλειστικής προθεσμίας ενός (1) έτους από την τελεσιδικία της τελευταίας απορριπτικής απόφασης και να ζητήσει τη διάλυση της ένωσης καταναλωτών υπό την προϋπόθεση ότι η ένωση καταναλωτών επανειλημμένως άσκησε εναντίον του αγωγές για χρηματική ικανοποίηση οι οποίες απορρίφθηκαν με τελεσίδικες αποφάσεις ως προφανώς προφανώς αβάσιμες.

10.7. Συνέπειες αναληθούς πληροφόρησης από τις ενώσεις καταναλωτών

Σύμφωνα με το άρθρο 10, παρ.26 του ν.2251/1994, οι ενώσεις καταναλωτών οφείλουν και πρέπει να ανακοινώνουν μόνον ακριβείς και αληθείς πληροφορίες στο καταναλωτικό κοινό. Όταν ανακοινώνουν στοιχεία τα οποία προκύπτουν από έρευνες που έχουν πραγματοποιήσει, οφείλουν να θέτουν στην διάθεση του καταναλωτικού κοινού και κάθε ενδιαφερόμενου, τα στοιχεία που αφορούν στον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας, όπως είναι, ιδίως, η μεθοδολογία της δειγματοληψίας, με επιτόπιες, τηλεφωνικές ή ηλεκτρονικές συνεντεύξεις, και η μέθοδος και τα στοιχεία της τιμοληψίας.²³¹

Οι συνέπειες της αναληθούς πληροφόρησης είναι οι εξής:

- α) ανάκλησης της πιστοποίησής της,
- β) έκπτωσης του διοικητικού συμβουλίου της,
- γ) αποβολής της από το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς (Ε.Σ.Κ.Α) και από τα συλλογικά όργανα εκπροσώπησης και
- δ) διαγραφής της από το Μητρώο.

Κάθε μέλος της ένωσης, κάθε ένωση καταναλωτών, ο αρμόδιος εισαγγελέας, ο Συνήγορος του Καταναλωτή και ο Γενικός Γραμματέας Καταναλωτή μπορούν να ζητήσουν τα α, β και δ μέτρα, μέσα σε προθεσμία έξι (6) μηνών από την τελευταία παράβαση ή από την ανακοίνωση της αναληθούς πληροφορίας. Ειδικότερα :

- Ø για την ανάκληση της πιστοποίησης της ένωσης αποφαινεται η Επιτροπή της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή,
- Ø για την έκπτωση του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης, αποφαινεται το αρμόδιο δικαστήριο, που δικάζει κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας. Αν η σχετική αίτηση γίνει δεκτή, το δικαστήριο διορίζει, με την ίδια απόφαση, προσωρινό διοικητικό συμβούλιο. Τα μέλη που εκπίπτουν δεν είναι επανεκλέξιμα για μια τριετία από την έκπτωσή τους. Το Διοικητικό Συμβούλιο δεν εκπίπτει, εάν οι αναληθείς πληροφορίες ή ο τρόπος με τον οποίο ανακοινώνονται επιδρούν ελάχιστα στην προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών ή αν η αναλήθειά τους δεν οφείλεται σε δόλο ή βαριά αμέλεια των μελών του.

²³¹ Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ. 26

- Ø Για την αποβολή από το Ε.Σ.Κ.Α και από τα συλλογικά όργανα εκπροσώπησης του άρθρου 13 αποφάινεται το Ε.Σ.Κ.Α, χωρίς τη συμμετοχή των εκπροσώπων της ένωσης. Η απόφαση αυτή υπόκειται στην έγκριση του Υπουργού Ανάπτυξης.²³²

10.8. Η συλλογική αγωγή των ενώσεων καταναλωτών στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Κοινότητας²³³

Η προστασία των καταναλωτών, ως κρατική πολιτική, είναι στη σημερινή βιομηχανική κοινωνία επιβεβλημένη και ήδη από χρόνια συνήθης στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με την εγκαθίδρυση και την ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Εσωτερικής Αγοράς με τη μορφή της ελεύθερης κυκλοφορίας εμπορευμάτων και υπηρεσιών προέκυψε επίσης και για την Κοινότητα η ανάγκη να αναγνωριστεί η υπέρ των καταναλωτών πολιτική ως αυτοτελής παράλληλος σκοπός της κοινοτικής δράσης.

Υπ' αυτό το πνεύμα πραγματοποιήθηκαν ή προετοιμάστηκαν ήδη στα πλαίσια της αρχικής Συνθήκης μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 90 πολλές ρυθμίσεις, ιδιαίτερα ύστερα από έκδοση οδηγιών, οι οποίες αποβλέπουν στην υλοποίηση πολιτικής προστατευτικής των καταναλωτικών συμφερόντων, παρόλο που η αρχική Συνθήκη της Ε.Ο.Κ. δεν περιελάμβανε ρητά την προστασία των καταναλωτών μεταξύ των σκοπών της Κοινότητας.

Το 1992 θεσμοθετήθηκε ρητώς με τη Συνθήκη του Μάαστριχτ η προστασία των καταναλωτών ως αυτοτελής αρμοδιότητα της Κοινότητας (άρθρο 129^A ΣυνθΕΚ). Η αρμοδιότητα αυτή ενισχύθηκε ουσιαστικά ακόμη μια φορά με τη Συνθήκη του Άμστερνταμ το 1997 (άρθρο 153 ΣυνθΕΚ στη νέα διατύπωση).

Παρόλη τη μεγάλη σημασία που αποδίδεται σε κοινοτικό επίπεδο στις οργανώσεις καταναλωτών σε σχέση με την υλοποίηση του στόχου της αποτελεσματικής προστασίας των καταναλωτικών συμφερόντων, το ζήτημα της πρόσβασης των οργανώσεων αυτών ενώπιον των δικαστηρίων παραμένει μέχρι σήμερα στην αρμοδιότητα των εθνικών δικαίων. Η εξασφάλιση της πρόσβασης των καταναλωτών στη δικαιοσύνη, όπως και κάθε πολίτη, αποτελεί σύμφωνα με την κατανομή των αρμοδιοτήτων στη Συνθήκη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας υπόθεση των κρατών μελών και όχι της Κοινότητας. Έτσι, για παράδειγμα, τόσο η οδηγία του Συμβουλίου η σχετική με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται από καταναλωτές, όσο και η Οδηγία για την παραπλανητική διαφήμιση επιβάλλουν μεν στα κράτη μέλη τη μέριμνα για την ύπαρξη κατάλληλων και αποτελεσματικών μέσων για την καταπολέμηση της παραπλανητικής διαφήμισης και των καταχρηστικών συμβατικών όρων, και μεταξύ των μέσων αυτών αναφέρουν και την εξουσία των οργανώσεων καταναλωτών να προσφεύγουν ενώπιον των δικαστηρίων ή των αρμόδιων διοικητικών οργάνων, η τελική όμως επιλογή αφήνεται στην απόφαση του εκάστοτε εθνικού νομοθέτη.

Η διστακτικότητα της Επιτροπής προς την κατεύθυνση αυτή προκάλεσε το ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 13^{ης} Μαρτίου 1987, με το οποίο ζητείται από την Επιτροπή «να προτείνει Οδηγία για την εναρμόνιση των νομοθεσιών των

²³² Βλ. Παράρτημα Ι, άρθρο 10, παρ. 27

²³³ <http://www.dsnet.gr/ekpaideush/seminaria/pouliadis.htm>

κρατών μελών όσον αφορά την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών, δίνοντας στις ενώσεις των καταναλωτών τη δυνατότητα να ενδιαφερθούν άμεσα προς το συμφέρον των κατηγοριών που εκπροσωπούν και προς το συμφέρον του κάθε καταναλωτή». Περαιτέρω το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ζητεί με το ίδιο ψήφισμα «όπως τα κράτη μέλη εξασφαλίσουν στις ενώσεις καταναλωτών τη δυνατότητα να παρίστανται σε δίκες ως εκπρόσωποι της κατηγορίας της οποίας τα συμφέροντα εκφράζουν καθώς και ως εκπρόσωποι μεμονωμένων πολιτών».

Στο Πράσινο Βιβλίο της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων για την προσφυγή των καταναλωτών στη δικαιοσύνη επισημαίνεται ως αντίθεση στην αρχή της ελεύθερης κυκλοφορίας και της απαγόρευσης διακρίσεως η νομιμοποίηση μόνο των «εθνικών» οργανώσεων ενώπιον των εθνικών δικαστηρίων. Επίσης το ψήφισμα του Συμβουλίου της 13^{ης} Ιουλίου 1992 συμπεριελάμβανε μεταξύ των μελλοντικών προτεραιοτήτων της πολιτικής προστασίας και προώθησης των συμφερόντων των καταναλωτών «τη δυνατότητα των οργανώσεων καταναλωτών, που έχουν έννομο συμφέρον, σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, να έχουν πρόσβαση στη δικαιοσύνη στο έδαφος των κρατών μελών, σύμφωνα με τη *lex fori* του δικάζοντος δικαστή».

Ήδη η Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών εισάγει τη δυνατότητα διασυννοριακής προσφυγής των εθνικών οργανώσεων καταναλωτών ενώπιον των αρμοδίων αρχών του κράτους καταγωγής της επιχείρησης. Η προτεινόμενη ρύθμιση προβλέπει την αναγνώριση εξουσίας στους φορείς εκείνους οι οποίοι νομιμοποιούνται σύμφωνα με την εκάστοτε εθνική νομοθεσία για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών, να προσφεύγουν ενώπιον των δικαστηρίων ή των διοικητικών αρχών άλλου κράτους μέλους, εφόσον τα συμφέροντα τα οποία εκπροσωπούν θίγονται από παράβαση η οποία εκδηλώνεται στο κράτος αυτό, και να ζητούν την παύση ή την παράλειψη της παράβασης. Σύμφωνα με το άρθρο 1 § 2 της οδηγίας «ως παράβαση νοείται κάθε ενέργεια αντίθετη προς τις οδηγίες που απαριθμούνται στο παράρτημα, όπως έχουν μεταφερθεί στην εσωτερική έννομη τάξη των κρατών μελών, η οποία θίγει τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών». Οι οδηγίες αυτές είναι οι εννέα σπουδαιότερες οδηγίες οι οποίες έχουν εκδοθεί για την προστασία των καταναλωτών και αφορούν: α) την παραπλανητική διαφήμιση· β) τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος· γ) την καταναλωτική πίστη· δ) την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων· ε) τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις· στ) τη διαφήμιση φαρμάκων που προορίζονται για ανθρώπους· ζ) τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων· η) τις συμβάσεις χρονομεριστικής μίσθωσης ακινήτων· θ) τις εξ αποστάσεως συμβάσεις.

Συνεπώς αυτή τη στιγμή επιδιώκεται σε Ευρωπαϊκό Κοινοτικό επίπεδο τόσο η γενίκευση της εισαγωγής της συλλογικής αγωγής στα κράτη μέλη όσο και η εισαγωγή της διασυννοριακής συλλογικής αγωγής.

Η ίδρυση ιδιωτικών ενώσεων καταναλωτών αποτελεί την αποτελεσματικότερη και από συνταγματικοπολιτική άποψη πλέον επιθυμητή μορφή οργάνωσης των συμφερόντων του καταναλωτή. Η νομιμοποίησή τους για τη δικαστική προάσπιση των συμφερόντων αυτών αποτελεί εξάλλου, όπως στην πράξη αποδείχτηκε, ένα δοκιμασμένο και πρόσφορο μέσο για την προστασία του εκτιθέμενου στους κινδύνους της σύγχρονης βιομηχανικής εποχής καταναλωτή.

Η αναγνώριση εξουσίας στις ενώσεις καταναλωτών για τη δικαστική επιδίωξη καταναλωτικών συμφερόντων στα πλαίσια του ιδιωτικού δικαίου συνδέεται οπωσδήποτε με γενικότερες συνέπειες για τη δομή και λειτουργία της ιδιωτικής έννομης τάξης· διότι προκαλεί (αλλά και προϋποθέτει) λειτουργική μεταβολή του

ιδιωτικού δικαίου λόγω της οικονομοπολιτικής ενεργοποίησής του προς την κατεύθυνση της επιδίωξης γενικότερων συμφερόντων κατ' απόκλιση από το καθιερωμένο θεσμικό πλαίσιο της πολιτικής δίκης, όπου κυριαρχεί σε μεγάλο βαθμό η απομόνωση της ατομικής διαφοράς και η αποσύνδεσή της από γενικότερες κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές προεκτάσεις. Το αποτέλεσμα αυτό θα πρέπει να θεωρηθεί ως θετικό, διότι η κινητοποίηση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας έρχεται ως αντιστάθμισμα στις αδυναμίες ή δυσλειτουργίες του κρατικού διοικητικού μηχανισμού λόγω της εξάρτησής του από τις επιταγές των εκάστοτε οικονομικών και πολιτικών περιστάσεων και τους πολιτικούς στόχους που επιβάλλουν οι κατά καιρούς κυβερνήσεις στο διοικητικό σύστημα. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι η ιδιωτική πρωτοβουλία υποκαθιστά την κρατική διοίκηση⁹ απλώς την συμπληρώνει και την ενισχύει. Αποτελεσματική προστασία των καταναλωτών, αλλά και άλλων γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων, επιτυγχάνεται έτσι με την κινητοποίηση των ίδιων των ενδιαφερομένων. Η ίδια η επιβολή του δικαίου ανήκει βέβαια πάντα στα αρμόδια κρατικά όργανα, δηλαδή τα δικαστήρια. Η ιδιωτική πρωτοβουλία θέτει απλώς σε λειτουργία του μηχανισμού του δικαικού ελέγχου.

Οι ενώσεις καταναλωτών καλούνται να εκπληρώσουν την κοινωνική αποστολή που ο νόμος και η κοινή γνώμη τους αναθέτει. Το συλλογικό φαινόμενο δεν οδηγεί βέβαια στο σύγχρονο συνταγματικό κράτος σε κατάλυση της αυτόνομης έννομης σφαίρας των προσώπων, στη θυσία της στο βωμό των συλλογικών κοινωνικών αναγκών. Τα παραδοσιακά μορφώματα του ιδιωτικού δικαίου παραμένουν. Απλώς θα πρέπει να εναρμονίζονται με τις σύγχρονες κοινωνικές λειτουργίες, στις οποίες το σύγχρονο ιδιωτικό δίκαιο καλείται να ανταποκριθεί.

Σύμφωνα με δημοσιογραφική ανακοίνωση (Pressemitteilung) στην οποία προέβη το Lord Chancellor's Department την 23.5.1997 (βλ. EuZW 1997, 516) σχεδιάζεται και στη Μ. Βρετανία η αναγνώριση υπέρ των ενώσεων καταναλωτών του δικαιώματος να εγείρουν συλλογική αγωγή ως εκπρόσωποι μεμονωμένων ατόμων ή συλλογικών καταναλωτικών συμφερόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

Η ΕΞΩΔΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

11.1. Γενικά²³⁴

Ο καταναλωτής ως ένα άτομο ασθενές και νομικά ως διαθέτων λιγότερη πείρα, χρήζει άμεσης προστασίας απέναντι στον διαπραγματευτή (προμηθευτή). Γι' αυτό και το ουσιαστικό δίκαιο εισάγει ένα πλέγμα προστατευτικών ρυθμίσεων για τα συμφέροντα τους με σκοπό να προστατευθούν οι καταναλωτές κατά το προσυμβατικό στάδιο, κατά το στάδιο κατάρτισης της σύμβασης και κατά το στάδιο εξέλιξης της σύμβασης.

Πολλές φορές το κόστος της δικαστικής επίλυσης μιας διαφοράς που ανακύπτει μεταξύ επιχειρηματιών και καταναλωτών υπερκαλύπτει την οικονομική αξία της συναλλαγής που έλαβε χώρα. Αυτό το γεγονός σε συνδυασμό με το μεγάλο χρονικό διάστημα που απαιτείται συνήθως για την έκδοση μιας δικαστικής απόφασης καθιστά πολλές φορές την προσφυγή στα δικαστήρια ασύμφορη για τους καταναλωτές. Για την επίλυση αυτού του προβλήματος θεσμοθετήθηκαν εναλλακτικά μέσα επίλυσης των διαφορών, άλλοτε ως αποτέλεσμα κρατικής πρωτοβουλίας και άλλοτε με πρωτοβουλία του ιδιωτικού τομέα. Οι προαναφερόμενες εναλλακτικές μέθοδοι επίλυσης των διαφορών είναι πιο ελκυστικές, τόσο για τους καταναλωτές, όσο και για τους επιχειρηματίες εξαιτίας του μικρού κόστους τους και της ταχύτητας επίλυσης της διαφοράς.²³⁵

Ο καταναλωτής δεν επιζητά μόνο την προστασία εκείνη που συνίσταται στην αποκατάσταση της ισότητας στην αντιπαράθεσή του με τον ισχυρό προμηθευτή αλλά κυρίως αυτό που επιζητά είναι μια απλή, ταχεία, οικονομική και δραστική ατομική προστασία. Η ατομική του προστασία επιτυγχάνεται είτε με τη θεσμοθέτηση μιας ταχείας και απλής διαδικασίας για την επίλυση των καταναλωτικών διαφορών είτε με την ανάπτυξη μηχανισμών πραγμάτωσης των δικαιωμάτων του. Η προσφυγή του σε όργανα διαιτησίας εξασφαλίζει ταχύτερη και απλούστερη διαδικασία, και θα πρέπει να αποτελούνται από διαιτητές που θα ορίζονται από ενώσεις καταναλωτών και επαγγελματιών.

11.2. Ο Φιλικός Διακανονισμός²³⁶

Με βάση το ν. 2251/94, προστασία των καταναλωτών, για να προστατευθεί ο καταναλωτής και για να επιλύονται οι καταναλωτικές διαφορές εισήχθη ένα ειδικό όργανο, η Επιτροπή Φιλικού Διακανονισμού. Βασικό στοιχείο για την αποτελεσματικότερη λειτουργία της αποτελεί η διάρθρωση της κατά τέτοιο τρόπο ώστε να διασφαλίζεται η εξειδικευμένη παροχή των υπηρεσιών και η αμεροληψία κατά την εκτέλεση του έργου της δηλαδή να μην δέχεται πιέσεις που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την απόφασή της.²³⁷ Είναι αναγκαία η στήριξη του κράτους με την κατάλληλη υποδομή των Επιτροπών Φιλικού διακανονισμού χωρίς αυτό να σημαίνει ότι μπορεί να τις ελέγχει ή να συμμετέχει στη σύνθεσή της.

Η Επιτροπή είναι τριμελής και αποτελείται από:

²³⁴ Καράκωστας Ιωάννης Κ, 2004, *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (Ν.2251/1994)*, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 434, 437

²³⁵ <http://www.efpolis.gr/el/epanorthosi-askisi-dikaiomaton/79-exodikastiki-epilisi.html>

²³⁶ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 11

α) έναν δικηγόρο, μέλος του οικείου δικηγορικού συλλόγου, που ορίζεται, με τον αναπληρωτή του από το διοικητικό συμβούλιο του δικηγορικού συλλόγου, ως πρόεδρος
β) έναν εκπρόσωπο του τοπικού εμπορικού και βιομηχανικού επιμελητηρίου, που ορίζεται, με τον αναπληρωτή του, από το διοικητικό συμβούλιο του επιμελητηρίου. Στους νομούς όπου υπάρχουν βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια, το διοικητικό τους συμβούλιο ορίζει επίσης έναν εκπρόσωπο με τον αναπληρωτή του. Στη σύνθεση της επιτροπής μετέχει ο εκπρόσωπος του επιμελητηρίου που είναι υλικά αρμόδιο για τον προμηθευτή. Όπου είναι εφικτό, κάθε επιμελητήριο ορίζει ανά έναν εκπρόσωπο κάθε κλάδους της αγοράς με τον αναπληρωτή του, ώστε αυτός να μετέχει στη συγκρότηση της Επιτροπής όταν κρίνεται διαφορά που ανάγεται στη δραστηριότητα μέλους του στον αντίστοιχο κλάδο της αγοράς, και
γ) έναν εκπρόσωπο των τοπικών ενώσεων καταναλωτών, που προτείνεται, με τον αναπληρωτή του, από τα διοικητικά συμβούλιά τους. Εάν δεν υφίστανται οι ενώσεις αυτές, στην επιτροπή συμμετέχει εκπρόσωπος ένωσης καταναλωτών δεύτερου βαθμού, διαφορετικά εκπρόσωπος του τοπικού εργατικού κέντρου, που προτείνεται, με τον αναπληρωτή του, από τη διοίκηση αυτού. Ο γραμματέας της επιτροπής, με τον αναπληρωτή του, προέρχονται από τους υπαλλήλους της υπηρεσίας εμπορίου της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης (Ν. Α.) και προτείνονται στον Συνήγορο του Καταναλωτή από τον οικείο νομάρχη.

Η θητεία των μελών των επιτροπών φιλικού διακανονισμού είναι διετής και μπορεί να ανανεώνεται μία ή περισσότερες φορές.

Στην Επιτροπή, οι υποθέσεις των καταναλωτικών διαφορών, υπάγονται ύστερα από αίτηση του ενδιαφερόμενου καταναλωτή ή της τοπικής ένωσης καταναλωτών καθώς και ύστερα από παραπομπή από τον Συνήγορο του καταναλωτή. Οι υποθέσεις συζητούνται κατά τη σειρά που ορίζει ο πρόεδρος μέσα σε δεκαπέντε (15) το πολύ ημέρες από την υποβολή της αίτησης ή της παραπομπής τους και ύστερα από πρόσκληση των ενδιαφερομένων πριν πέντε (5) ημέρες τουλάχιστον. Όταν οι ειδικές συνθήκες το απαιτούν, οι προθεσμίες αυτές μπορούν με απόφαση του προέδρου της Επιτροπής να παρατείνονται για πέντε (5) το πολύ ημέρες. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν κατά τη συζήτηση να παρίστανται αυτοπροσώπως ή να εκπροσωπούνται από πληρεξούσιο δικηγόρο ή τρίτο πρόσωπο που έχει σχετική εξουσιοδότηση. Η Επιτροπή κρίνει κατά το ισχύον δίκαιο. Προκειμένου να εξειδικεύσει τα συναλλακτικά ήθη, δηλαδή τους ειδικούς εθιμοτυπικούς κανόνες που τηρούνται στις συναλλαγές, ο νόμος της επιτρέπει να ζητά πληροφορίες από δημόσιες υπηρεσίες, δημόσιους οργανισμούς, επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, επιμελητήρια και επαγγελματικούς συλλόγους.

Η Επιτροπή συνεδριάζει, νομίμως, με την παρουσία όλων των μελών της και λαμβάνει τις αποφάσεις της κατά πλειοψηφία. Τα πορίσματα της Επιτροπής κοινοποιούνται στον Συνήγορο του Καταναλωτή και στους ενδιαφερομένους το αργότερο εντός δεκαπέντε (15) ημερών από τη συζήτηση των σχετικών υποθέσεων. Τα πορίσματα της Επιτροπής δεν παράγουν συνέπειες δικαστικής απόφασης, ούτε αποτελούν εκτελεστό τίτλο.

Τα πορίσματα των επιτροπών φιλικού διακανονισμού αρχειοθετούνται από τη Νομαρχία και κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να λάβει γνώση και να ζητήσει αντίγραφο αυτών.

11.3. Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς²³⁸

Το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς (Ε.Σ.Κ.Α.), αποτελεί συμβουλευτικό και γνωμοδοτικό όργανο του Υπουργού Ανάπτυξης. Το Ε.Σ.Κ.Α. εκφράζει τις θέσεις των φορέων της αγοράς και των καταναλωτών επί θεμάτων ανταγωνιστικής λειτουργίας της αγοράς και προστασίας των καταναλωτών, υποβάλλει, αρμοδίως, προτάσεις για την

²³⁸ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 12

προώθηση των εννόμων συμφερόντων τους και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων τους και εκδίδει γνωμοδοτήσεις επί θεμάτων σχετικών με την αγορά και τους καταναλωτές και, ιδίως, επί νομοσχεδίων και διατάξεων που αφορούν στους καταναλωτές.

Το Ε.Σ.Κ.Α. αποτελείται από:

- α)** τρεις (3) εκπροσώπους του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, μετά των αναπληρωτών αυτών,
- β)** τον Συνήγορο του Καταναλωτή,
- γ)** έναν (1) εκπρόσωπο από κάθε δευτεροβάθμια ένωση καταναλωτών,
- δ)** πέντε (5) εκπρόσωπους πρωτοβάθμιων ενώσεων καταναλωτών,
- ε)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Επιτροπή Ανταγωνισμού,
- στ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων (Κ.Ε.Ε.),
- ζ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.),
- η)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τον Ενιαίο φορέα Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Φ.Ε.Τ),
- θ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Τράπεζα της Ελλάδος,
- ι)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Ελληνική Ένωση Τραπεζών (Ε.Ε.Τ),
- ια)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από το Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησεως Ελλάδος (Σ.Ε.Λ.Π.Ε),
- ιβ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τη Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών και Βιοτεχνών Ελλάδος (Γ.Σ.Ε.Β.Ε),
- ιγ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Ένωση Ασφαλιστικών Επιχειρήσεων,
- ιδ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.),
- ιε)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ),
- ιστ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από το Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών (Σ.Ε.Β.),
- ιζ)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (Ε.Σ.Ε.Ε.),
- ιη)** έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Ομοσπονδία Σωματείων Ατόμων με Αναπηρίες,
- ιθ)** έναν (1) εκπρόσωπο υπηρεσιών γενικού – κοινωνικού ενδιαφέροντος (μεταφορά, ύδρευση, ηλεκτρισμός, φυσικό αέριο, τηλεπικοινωνίες, ταχυδρομικές υπηρεσίες κ.λπ.), ανάλογα με την θεματική ενότητα.

Σε περιπτώσεις, όπου κριθεί αναγκαίο, καλούνται χωρίς δικαίωμα ψήφου:

- οι Προϊστάμενοι των διευθύνσεων που είναι αρμόδιες σε θέματα προστασίας του Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας,
- πρόσωπα με εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα προστασίας καταναλωτή
- εκπρόσωποι άλλων παραγωγικών τάξεων, καθώς και άλλοι φορείς που εμπλέκονται σε θέματα προστασίας του καταναλωτικού κοινού

Το Ε.Σ.Κ.Α. συγκροτείται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας. Με την ίδια απόφαση επιλέγεται και ορίζεται ο Πρόεδρος του Ε.Σ.Κ.Α.

Η θητεία των μελών του Ε.Σ.Κ.Α. είναι τριετής και μπορεί να ανανεωθεί μία ή περισσότερες φορές, για ίσο χρόνο. Η θητεία των μελών του Ε.Σ.Κ.Α. λήγει πριν παρέλθει ο χρόνος της, σε περίπτωση θανάτου, παραίτησης, διακοπής της συμμετοχής τους στο φορέα που εκπροσωπούν ή αποβολής της οικείας ένωσης καταναλωτών σύμφωνα με την παράγραφο 27 του άρθρου 10. Τα μέλη του Ε.Σ.Κ.Α. δεν δικαιούνται αμοιβής για τη συμμετοχή τους στα όργανα αυτά ενώ μέλη που διαμένουν εκτός Αθηνών λαμβάνουν τα έξοδα κίνησης σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Το Ε.Σ.Κ.Α. συνεδριάζει τουλάχιστον δύο (2) φορές το χρόνο. Στις συνεδριάσεις του μπορεί να παρευρίσκεται και να συμμετέχει ο Υπουργός Ανάπτυξης ή εκπρόσωπός του. Εφόσον στις συνεδριάσεις του συζητούνται θέματα που αφορούν και τις αρμοδιότητες άλλων υπουργών, μπορούν να συμμετέχουν και αυτοί ή οι εκπρόσωποί τους. Ο πρόεδρος μπορεί, σε συνεννόηση με τον Υπουργό Ανάπτυξης, να καλεί στις συνεδριάσεις του Ε.Σ.Κ.Α. και εκπροσώπους άλλων παραγωγικών τάξεων, ιδιώτες ή άλλα πρόσωπα, τα οποία μπορούν να εκφράσουν τη γνώμη τους χωρίς δικαίωμα ψήφου.

Το Ε.Σ.Κ.Α. εκδίδει τον κανονισμό λειτουργίας του, ο οποίος εγκρίνεται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Με τον κανονισμό αυτόν καθορίζονται, μεταξύ άλλων, ο τόπος η διαδικασία κατάρτισης και ανακοίνωσης της ημερήσιας διάταξης των συνεδριάσεων και πρόσκλησης σε αυτές, των μελών, ο τρόπος λήψης των αποφάσεων και έκδοσης των γνωμοδοτήσεων και κάθε ειδικότερο θέμα και αναγκαία λεπτομέρεια.

Οι δαπάνες λειτουργίας του Ε.Σ.Κ.Α. βαρύνουν τις πιστώσεις της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή

11.4. Προστασία των καταναλωτών μέσω άλλων οργάνων

Η Επιτροπή της ΕΟΚ έχει προτείνει, την υπεράσπιση των καταναλωτών να την αναλάβουν δημόσιες αρχές ή όργανα. Υποχρέωση κάθε κράτους μέλους, είναι να δημιουργήσει μια υπηρεσία ισχυρή, ανεξάρτητη, αποτελεσματική ώστε να εκπροσωπεί τους καταναλωτές, να συμβουλεύει τα εκτελεστικά και τα νομοθετικά όργανα και να είναι σε θέση να εξασφαλίζει το σεβασμό της νομοθεσίας υπέρ του καταναλωτή. Σε πολλές χώρες δημιουργήθηκαν συντονιστικά όργανα και έδωσαν την ευκαιρία τόσο στους καταναλωτές να κατανοήσουν τα διαδραματιζόμενα στην αγορά όσο και στους προμηθευτές να κατανοήσουν περισσότερο τις ανάγκες των καταναλωτών. Δημιουργήθηκαν Εθνικά Ινστιτούτα κατανάλωσης με σκοπό να ελέγχουν την ποιότητα των τροφίμων στα στάδια παραγωγής, συσκευασίας και διακίνησης. Με άλλα λόγια το κράτος δραστηριοποιήθηκε σε τέσσερις κύριους τομείς: την αντιπροσώπευση, την πληροφόρηση, την υπεράσπιση των καταναλωτών και τον έλεγχο των προϊόντων.

A) Γενική Γραμματεία Καταναλωτή:²³⁹

Υπάγεται στο Υπουργείο Ανάπτυξης και είναι αρμόδια για τον έλεγχο της εφαρμογής της νομοθεσίας που αφορά την προστασία του καταναλωτή και την επιβολή των προβλεπόμενων από το νόμο κυρώσεων. Μέσα από την ιστοσελίδα

της (<http://www.efpolis.gr>) παρέχει χρήσιμη ενημέρωση στον καταναλωτή για μεγάλο εύρος θεμάτων και επίσης δίνεται η δυνατότητα 24ωρης υποβολής καταγγελιών στην ιστοσελίδα www.1520.gov.gr, με εύχρηστη περιήγηση.

Στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή λειτουργεί η «Γραμμή Καταναλωτή-1520» στην οποία απευθύνονται οι πολίτες κι έχουν τη δυνατότητα να:

- ü Υποβάλλουν παράπονα-ερωτήσεις- καταγγελίες
- ü Ζητούν συμβουλές
- ü Ενημερώνονται για καταναλωτικά ζητήματα

²³⁹ <http://www.efpolis.gr>

Η τηλεφωνική γραμμή είναι διαθέσιμη στους καταναλωτές τις καθημερινές από τις 09:00 μέχρι τις 15:00.

Β) Συνήγορος του Καταναλωτή:²⁴⁰

Αποτελεί Ανεξάρτητη Αρχή, με στόχο την εξωδικαστική και φιλική διευθέτηση διαφορών μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών. Στην ιστοσελίδα του παρέχεται χρήσιμο ενημερωτικό υλικό για τον καταναλωτή, ενώ παρέχονται αναλυτικές οδηγίες για την υποβολή σε αυτόν καταγγελίας. Χρήσιμο περιεχόμενο της ιστοσελίδας του αποτελούν οι Ετήσιες Εκθέσεις του, καθώς και η παράθεση βασικών αποφάσεων των Δικαστηρίων και βασικών διαμεσολαβήσεων του. Η λειτουργία και οι αρμοδιότητές του διέπονται από τον ν. 3297/2004.

Γ) Ινστιτούτο Καταναλωτών:²⁴¹

Το Ινστιτούτο Καταναλωτών αποτελεί ένας ανεξάρτητος, μη κερδοσκοπικός και μη κυβερνητικός οργανισμός όπου ιδρύθηκε στις 15 Μαρτίου 1995. Η Ομοσπονδία, ως προς τους κανονισμούς που τη διέπουν, είναι σύμφωνη με την εθνική νομοθεσία για την Προστασία Καταναλωτών(νόμος 2251/1994). Το INKA/ΓΟΚΕ είναι επισήμως καταγεγραμμένο ως Ομοσπονδία, σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία με την απόφαση 2393/25-8-1995 του πρωτοδικείου Αθηνών. Είναι η πρώτη καταναλωτική οργάνωση της χώρας. Ιδρύθηκε το 1970. Η Ομοσπονδία INKA/Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδος ιδρύθηκε το 1995. Σήμερα αριθμεί 46 μέλη-οργανώσεις σε όλη την Ελλάδα, αποτελώντας το μεγαλύτερο δίκτυο καταναλωτικών οργάνωσης της χώρας, και αντιπροσωπεύοντας το 94των πολιτών-καταναλωτών που συμμετέχουν ενεργά στο Ελληνικό Καταναλωτικό Κίνημα. Το Μάιο 2003 το INKA επιλέγεται από τη Γενική Διεύθυνση Υγεία και Προστασία Καταναλωτή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για να υλοποιήσει το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή, κέντρο πληροφόρησης και υποστήριξης των καταναλωτών-πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εθνικό κόμβο ενός δικτύου 15 κέντρων σε 13 κράτη μέλη της ΕΕ.

Μερικές από τις ενώσεις που αποτελούνται είναι οι ακόλουθες:

- INKA Κρήτης
- ΔΙ.ΚΑ.Π(δικαιώματα Κατ/των Πειραιώς)
- INKA Ρόδου
- Ένωση Κατ/ Αιτωλοακαρνανίας
- INKA Ξάνθης
- INKA Ηλείας
- Πανελλήνιος Σύνδεσμος Επιβατών Ακτοπλοϊκών Συγκοινωνιών
- Ένωση Πολιτών Γενικός Οργανισμός Κατ/των Ελλάδος
- Ένωση Κατ/των Καλλιθέας
- Κίνηση Πολιτών Δανειοληπτών

Δ) Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ:²⁴²

²⁴⁰ <http://www.synigoroskatanaloti.gr/>

²⁴¹ <http://www.synigoroskatanaloti.gr/>

²⁴² www.ekpizo.gr

Η Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ προέρχεται από την Ε.ΠΟΙ.ΖΩ- Ένωσης για την "Ποιότητα της Ζωής" - μια επίσης μη κυβερνητική και μη κερδοσκοπική οργάνωση με ευρύ πεδίο δραστηριοτήτων που εκτείνονται από τις περιβαλλοντικές έως τις κοινωνικές και πολιτιστικές. Στα καταναλωτικά θέματα δόθηκε ιδιαίτερη βαρύτητα και η βαθμιαία ανάπτυξη αυτού του τομέα κατέληξε στην ίδρυση της ΕΚΠΟΙΖΩ το 1988. Οι βασικές αρχές της Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ είναι: Ανεξαρτησία από πολιτικά κόμματα και οικονομικά συμφέροντα, επιστημονική γνώση και τεκμηρίωση κάθε ζητήματος ως προϋπόθεση σωστής αντιμετώπισης, έγκυρη, τεκμηριωμένη και υπεύθυνη πληροφόρηση των καταναλωτών, αντικειμενικότητα και ρεαλισμός στις απόψεις και προτάσεις, ανάπτυξη του εθελοντισμού και της κοινωνικής αλληλεγγύης και συνεργασία με οποιονδήποτε φορέα, δημόσιο ή ιδιωτικό, ο οποίος συμβάλλει στην προστασία του καταναλωτή. Οι δραστηριότητες της υποστηρίζονται οικονομικά κυρίως από τις συνδρομές των μελών της, από χρηματοδοτήσεις της Πολιτείας, της Ευρωπαϊκής Ένωσης και άλλους συναφείς οργανισμούς. Σκοπός της Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ. είναι η προστασία του καταναλωτή και η βελτίωση της ποιότητας της ζωής του.

Αναλυτικότερα η Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ. επιδιώκει: α) Την προστασία της υγείας και ασφάλειας του καταναλωτή, β) Την ενημέρωση, εκπαίδευση και σωστή πληροφόρησή του, γ) Την εκπροσώπησή του στα όργανα, τα οποία παίρνουν αποφάσεις που τον αφορούν, καθώς και αστή δικαιοσύνη. δ) Τη βελτίωση της ποιότητας, (υγιεινότητας, περιεκτικότητας, ανθεκτικότητας) των καταναλωτικών προϊόντων καθώς και των παρεχόμενων υπηρεσιών. ε) Τον έλεγχο κόστους και τιμής των προϊόντων. στ) Τον έλεγχο και περιορισμό της διαφήμισης. ζ) Την προστασία και βελτίωση του περιβάλλοντος και τέλος, τη γενικότερη προώθηση των συμφερόντων του καταναλωτή.

Μέλη της Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ. είναι μόνο φυσικά πρόσωπα και διακρίνονται σε: τακτικά, αντεπιστέλλοντα και επίτιμα.

Όργανα της Ένωσης είναι: α) Η Γενική Συνέλευση, β) Το Διοικητικό Συμβούλιο. Η Γενική Συνέλευση είναι το ανώτατο όργανο της Ένωσης και αποφασίζει για κάθε θέμα που δεν έχει ανατεθεί από το νόμο ή το καταστατικό σε άλλα όργανα. Η Γ.Σ. παίρνει αποφάσεις που δεσμεύουν όλα τα μέλη, παρόντα ή απόντα. Ασκεί τον έλεγχο και την εποπτεία στα άλλα όργανα της Ένωσης.

Ε) Δίκτυο Fin-Net: ²⁴³

Το FIN-NET είναι ένα δίκτυο ευρωπαϊκής εμβέλειας για την εξωδικαστική επίλυση διασυνοριακών χρηματοπιστωτικών διαφορών. Το δίκτυο αυτό αποσκοπεί στην ομαλότερη διευθέτηση εξωδικαστικών διαφορών όταν ο καταναλωτής και ο πάροχος των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών (τράπεζα, ασφαλιστική εταιρεία, κ.τ.λ.) προέρχονται από διαφορετικές χώρες της ΕΕ. Προσφέρει στον καταναλωτή έναν εναλλακτικό τρόπο ταχείας, φθηνής και εύκολης επίλυσης των διαφορών, περιορίζοντας ενδεχομένως την ανάγκη προσφυγής στα δικαστήρια.

ΣΤ) ΜΕΣΟΛΑΒΗΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ – ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ: ²⁴⁴

Ο Μεσολαβητής Τραπεζικών - Επενδυτικών Υπηρεσιών (Μ.Τ.Ε.Υ.) από το 2005 είναι αστική μη κερδοσκοπική εταιρία στο κεφάλαιο της οποίας συμμετέχουν η Ελληνική

²⁴³ http://ec.europa.eu/consumers/archive/citizen/my_rights/help_advice_el.print.htm

²⁴⁴ <http://www.hobis.gr/>

Ένωση Τραπεζών (Ε.Ε.Τ.), ο Σύνδεσμος Μελών Χρηματιστηρίων Αθηνών (Σ.ΜΕ.Χ.Α.) και η Ένωση Θεσμικών Επενδυτών (Ε.Θ.Ε.). Αποστολή του είναι να εξετάζει αμερόληπτα, εχέμυθα, με διαφανείς διαδικασίες και εντελώς δωρεάν, διαφορές που ανακύπτουν από την παροχή τραπεζικών και επενδυτικών υπηρεσιών, επιδιώκοντας τη φιλική διευθέτησή τους.

Ο Μ.Τ.Ε.Υ. εξετάζει διαφορές που ανακύπτουν από την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών (καταθέσεις, δάνεια, κάρτες κ.λπ.) αλλά και επενδυτικών υπηρεσιών (μετοχές, αμοιβαία κεφάλαια, ομόλογα κ.λπ.) που προσφέρονται από τράπεζες ή επενδυτικές εταιρίες (Χρηματιστηριακές Εταιρίες, Εταιρίες μέλη της Ε.Θ.Ε και Εταιρίες Επενδυτικής Διαμεσολάβησης) που συμμετέχουν ή συνεργάζονται με τον θεσμό και είναι εγκατεστημένες στην Ελλάδα.

11.5. Κυρώσεις των προμηθευτών²⁴⁵

Σε περίπτωση παραβίασης του δικαίου προστασίας του καταναλωτή ύστερα από καταγγελία του ιδίου, οι προμηθευτές θα έχουν και τις ανάλογες κυρώσεις.

Κάθε καταναλωτής ή ένωση καταναλωτών έχει το δικαίωμα να καταγγέλλει ενώπιον της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή παραβάσεις των διατάξεων του νόμου περί προστασίας των καταναλωτών. Οι καταγγελίες που λαμβάνει η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή κατατάσσονται ως εξής:

α) Καταγγελίες περί ζητημάτων που δεν εμπίπτουν στις αρμοδιότητες της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή με βάση τις διατάξεις του παρόντος νόμου διαβιβάζονται στην αρμόδια υπηρεσία και ενημερώνεται σχετικά ο καταγγέλλων μέσα σε προθεσμία δέκα (10) ημερών από την υποβολή τους.

β) Καταγγελίες με αίτημα εμφανώς αόριστο, ακατάληπτο ή αίτημα που επαναλαμβάνεται κατά τρόπο καταχρηστικό, τίθενται στο αρχείο της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή και ενημερώνεται σχετικά ο καταγγέλλων μέσα σε προθεσμία τριάντα (30) ημερών από την υποβολή τους. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή δεν είναι υποχρεωμένη να απαντά σε αιτήματα καταναλωτών υπό μορφή γνωμοδότησης ή σε ερωτήματα επί ιδιωτικής φύσεως υποθέσεων που δεν στοιχειοθετούν καταγγελίες παραβάσεων του παρόντος νόμου.

γ) Καταγγελίες περί ζητημάτων που εμπίπτουν στις αρμοδιότητες της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή με βάση τις διατάξεις του παρόντος νόμου. Στην περίπτωση αυτή, η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή προβαίνει σε περαιτέρω αξιολόγηση της αναγκαιότητας διερεύνησής τους λαμβάνοντας υπόψη ιδίως το δημόσιο συμφέρον, την προστασία της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών, τις πιθανές επιπτώσεις στο καταναλωτικό κοινό, τις επιπτώσεις σε ευαίσθητες ομάδες του πληθυσμού, την προστασία του καταναλωτή, καθώς και το αποτέλεσμα που προσδοκάται από την παρέμβασή της σε συγκεκριμένη υπόθεση. *ΑΡΘΡΟ 13B Εφόσον αξιολογηθεί από τον Προϊστάμενο Διεύθυνσης Προστασίας η αναγκαιότητα διερεύνησης των ως άνω καταγγελιών, ο ίδιος αναθέτει προς εξέταση τις υποθέσεις στο αρμόδιο Τμήμα. Ο Προϊστάμενος Διεύθυνσης δύναται να θέσει κάποιες υποθέσεις σε προσωρινό αρχείο μέχρι να προκύψουν πρόσθετα στοιχεία που θεμελιώνουν την αναγκαιότητα διερεύνησης, όπως αυτή περιγράφεται ανωτέρω. Ο Υπουργός Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας κατά το στάδιο της διερεύνησης δύναται να ζητήσει την απλή γνώμη του Συνηγόρου του Καταναλωτή, ο οποίος παρέχει την αιτιολογημένη γνώμη του επί της καταγγελίας εντός διμήνου από την υποβολή σχετικού ερωτήματος της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή κατά το στάδιο της διερεύνησης δύναται να ζητήσει την απλή γνώμη του Συνηγόρου του Καταναλωτή, ο οποίος υποχρεούται να παράσχει την αιτιολογημένη άποψή του επί της καταγγελίας εντός διμήνου από την

²⁴⁵ Βλ. παράρτημα Ι, Άρθρο 13α

υποβολή σχετικού ερωτήματος του Υπουργού. Εφόσον η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή κρίνει την μη αναγκαιότητα διερεύνησης κάποιων καταγγελιών βάσει των ανωτέρω ενημερώνεται σχετικά ο ενδιαφερόμενος καταγγέλλων, διαφορετικά διεκπεραιώνει την υπόθεση σε εύλογο χρονικό διάστημα, ανάλογα με το είδος της.»

Η Γενική Γραμματεία του Καταναλωτή διαβιβάζει στους προμηθευτές τις καταγγελίες των καταναλωτών, με πρόσκληση για απάντηση, με κάθε πρόσφορο τρόπο, συμπεριλαμβανομένης και της επίδοσης δια του ταχυδρομείου. Ο προμηθευτής υποχρεούται να απαντά, εγγράφως, επί των καταγγελιών εντός της προθεσμίας που τάσσεται από τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, η οποία αρχίζει από την κοινοποίηση της σχετικής πρόσκλησης.

Με την επιφύλαξη των διατάξεων του Ποινικού Κώδικα, των Κανόνων Ρύθμισης της Αγοράς Προϊόντων και της Παροχής Υπηρεσιών και διατάξεων άλλων ειδικών νομοθετημάτων, σε βάρος των προμηθευτών που παραβαίνουν τις διατάξεις του παρόντος νόμου επιβάλλεται, με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, κατόπιν καταγγελίας ή και αυτεπαγγέλτως μια ή περισσότερες από τις παρακάτω κυρώσεις:

α) Σύσταση για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας και άρση της προσβολής και παράλειψης στο μέλλον

β) Πρόστιμο από χίλια πεντακόσια (1.500) έως ένα εκατομμύριο (1.000.000) ευρώ. Σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή περισσότερες από τρεις αποφάσεις επιβολής προστίμου, το ανώτατο όριο προστίμου διπλασιάζεται

γ) Προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης ή τμήματός της για χρονικό διάστημα από τρεις (3) μήνες έως ένα (1) έτος σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου.

ΜΕΡΟΣ Β΄

ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΒΙΑΣΕΩΝ ΣΕ ΒΑΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

ΠΠρΑθ 1208/1998²⁴⁶

ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Καταχρηστικότητα γενικών όρων συναλλαγών. Συλλογική αγωγή. Κυρωτικός χαρακτήρας της επιδίκασης χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης. Καταχρηστικότητα ΓΟΣ που παρέχει τη δυνατότητα στην τράπεζα να επιβάλλει, κατά τη κρίση της, έξοδα κίνησης σε λογαριασμό που παρουσιάζει υπόλοιπο κατώτερο από το όριο που θα καθορίζει κάθε φορά η ίδια. Διακινδύνευση του σκοπού του καταθέτη που είναι η διατήρηση του κεφαλαίου του και το κέρδος από το αντάλλαγμα της παραχώρησης. Η οδηγία 93/13/ΕΟΚ, παράρτημα ά. 2, δεν απαγορεύει τον έλεγχο της καταχρηστικότητας ΓΟΣ, που συνάπτουν προμηθευτές χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών. Καταχρηστικότητα ΓΟΣ στις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών με πιστωτικές κάρτες. Νόμιμος ο ΓΟΣ περί αποκλειστικής κατά τόπον αρμοδιότητας των δικαστηρίων της πρωτεύουσας.

Ιστορικό: Με την αγωγή της η ενάγουσα, ένωση καταναλωτών του άρθρου 10 Ν 2251/1994, ισχυρίζεται ότι η εναγόμενη είναι νόμιμα εγκατεστημένη στην Ελλάδα αλλοδαπή ανώνυμη Τραπεζική εταιρία, που δραστηριοποιείται στον τομέα παροχής πιστωτικών υπηρεσιών. Ότι στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων της, δηλαδή αφενός στις συμβάσεις καταθέσεων που συνάπτει με καταναλωτές πελάτες της και αφετέρου στις συμβάσεις πιστωτικών καρτών C.V. και C.M., η εναγόμενη χρησιμοποιεί γενικούς όρους συναλλαγών ενσωματωμένους στα εξής έντυπα: 1) «ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΜΕ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ C.N.A.», 2) «ΟΥΣΙΩΔΕΙΣ ΟΡΟΙ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΚΑΡΤΑΣ C.V.» και 3) «ΟΥΣΙΩΔΕΙΣ ΟΡΟΙ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΚΑΡΤΑΣ C.M.» Ότι μεταξύ των όρων που χρησιμοποιεί στο υπό στ. 1) ανωτέρω έντυπο είναι καταχρηστικός και άρα άκυρος ο όρος υπ' αρ. 208 περί δυνατότητας της εναγομένης να επιβάλλει οποτεδήποτε κατά τη κρίση της έξοδα κίνησης σε κάθε λογαριασμό για την περίπτωση που δεν παρουσιάζει υπόλοιπα ανώτερα από το κατώτατο όριο που θα καθορίζει κάθε φορά η εναγόμενη για το αντίστοιχο είδος λογαριασμού όπως και η σε κάθε εφαρμογή αυτού ήδη από το Μάιο του 1997 επιβολή από την εναγόμενη σε όλους τους λογαριασμούς καταθέσεων με μέσο μηνιαίο υπόλοιπο κάτω των 5,000,000 δρχ. ποσού 5,000 δρχ. μηνιαίως ως έξοδα κινήσεως. Επίσης, εκθέτει ότι από τους πανομοιότυπους γενικούς όρους που περιέχονται στα υπό στοιχ. 2 και 3 ανωτέρω έντυπα άλλοι μεν είναι παράνομοι και άλλοι καταχρηστικοί, ως αντιτιθέμενοι στις διατάξεις του άρθρου 2 παρ. 6, 7 του ν. 2251/1994, κατά τα ειδικότερα εκτιθέμενα στο αγωγικό δικόγραφο και ότι δεν είναι εκτυπωμένοι ευανάγνωστα.

Με βάση το ιστορικό αυτό η ενάγουσα ένωση ζητεί: α) να απαγορευθεί στην εναγόμενη να διατυπώνει και να χρησιμοποιεί στις συμβάσεις καταθέσεων που συνάπτει με

²⁴⁶ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/1998 (Ετος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη

τους καταναλωτές γενικό όρο σχετικό με την επιβολή εξόδων κίνησης ως καταχρηστικό και άκυρο, β) να απαγορευτεί η πρακτική χρέωσης ποσού 5,000 δρχ. μηνιαίως στους λογαριασμούς καταθέσεων πελατών της εναγομένης, οι οποίοι παρουσιάζουν μέσο μηνιαίο υπόλοιπο καταθέσεων μικρότερο των 5,000,000 δρχ. γ) να απαγορευτεί στην εναγόμενη να χρησιμοποιεί τα αναφερόμενα στην αγωγή δυσανάγνωστα έντυπα γενικών όρων για τη χορήγηση των πιστωτικών της καρτών και να υποχρεωθεί η εναγόμενη να εκτυπώνει τους γενικούς της όρους με ευδιάκριτους χαρακτήρες δ) να απαγορευτεί στην εναγομένη να διατυπώνει και να χρησιμοποιεί στις συμβάσεις που συνάπτει με τους καταναλωτές τους αναφερόμενους στην αγωγή γενικούς όρους χορήγησης των πιστωτικών καρτών C.V. και C.M. ως καταχρηστικούς και άρα άκυρους, ε) να υποχρεωθεί η εναγόμενη να ενημερώσει με κάθε πρόσφορο τρόπο και με έξοδά της τους συμβαλλόμενους της ότι οι παραπάνω γενικοί όροι δεν ισχύουν. Επίσης ζητεί στ) να αναγνωριστεί ότι η εναγόμενη είναι υπόχρεος σε καταβολή ποσού 600,000,000 δρχ. ως χρηματική ικανοποίηση για την ηθική βλάβη που υφίσταται το καταναλωτικό κοινό από την χρησιμοποίηση των προσβαλλομένων ως καταχρηστικών γενικών όρων, ζ) να απειληθεί κατά της εναγομένης για κάθε παράβαση των πιο πάνω αιτουμένων χρηματική ποινή 2,000,000 δρχ. υπέρ της ενάγουσας, η) να κηρυχθεί η απόφαση που θα εκδοθεί προσωρινά εκτελεστή και θ) να καταδικαστεί η εναγόμενη στη δικαστική δαπάνη της ενάγουσας.

Αιτιολογικό: Με βάση το ν. 2251/1994 το αίτημα ε) δεν είναι νόμιμο διότι η ενημέρωση των συμβαλλομένων της εναγομένης περί της μη ισχύος των τυχόν κριθέντων ως καταχρηστικών γενικών όρων συναλλαγών δεν αποτελεί επανόρθωση με την έννοια του άρθ. 10 παρ. 9, ούτε μπορεί να εφαρμοστεί αφού η επιδίκαση χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης έχει μόνο κυρωτικό χαρακτήρα και δεν μπορεί να εφαρμοστεί για το λόγο αυτό συμπληρωματικά καμία διάταξη του ΑΚ περί ηθικής βλάβης. Επιπλέον το αίτημα περί προσωρινής εκτελεστότητας της παρούσας απόφασης είναι νόμιμο μόνον όσο αφορά τις καταψηφιστικές της διατάξεις και όχι όσον αφορά το αίτημα περί αναγνωρίσεως υποχρέωσης της εναγομένης σε καταβολή χρηματικής ικανοποίησης για ηθική βλάβη.

ΕφΠατρ 937/1999²⁴⁷

ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ. ΑΓΟΡΑ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΜΟΙΒΑΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Δεν είναι καταχρηστικός ο αναγραφόμενος στην αίτηση όρος ότι η καταβολή της αξίας τους θα γίνει με επιταγή ή κατάθεση στο όνομα της εταιρίας διαχείρισης του αμοιβαίου κεφαλαίου και όχι με καταβολή μετρητών στον υπ' αυτής προστηθέντα. Νόμιμα η εταιρία αρνείται την παράδοση των τίτλων.

Ιστορικό: Η εναγομένη η οποία είναι εταιρία διαχείρισεως αμοιβαίων κεφαλαίων και εδρεύει στην Αθήνα, είχε προσλάβει τον απολειπόμενο εναγόμενο Δ.Κ. σαν υπάλληλό της, ώστε να δέχεται εγγραφές στο αμοιβαίο κεφάλαιο αυτής υπό τον τίτλο «Ελληνικό Σταθερό» από τους ενδιαφερόμενους της περιοχής Πατρών. Ο ενάγων προτιθέμενος να αγοράσει από την εναγομένη μερίδια του ως άνω αμοιβαίου κεφαλαίου, μετέβη την 17.1.1995 στο γραφείο του προαναφερομένου Δ.Κ. στην Πάτρα και υπέγραψε σχετική αίτηση με την άνω ημερομηνία, για την αγορά μεριδίων ποσού 7,000,000 δραχμών, το ποσό δε αυτό κατέβαλε σε μετρητά αυθημερόν εις τον άνω αναφερόμενον,. Ο εναγόμενος Δ.Κ. τον διαβεβαίωσε ότι οι τίτλοι του αμοιβαίου κεφαλαίου θα του δίνονταν αργότερα. Ο τελευταίος κατά το χρονικό διάστημα από 17.1.1995 μέχρι τον Ιανουάριο του 1996 κατέβαλε στον ενάγοντα κάθε μήνα, με κατάθεση στον τραπεζικό λογαριασμό του το ποσό των 150,000 δρχ., με αποτέλεσμα να

²⁴⁷ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2000 (Έτος 6^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 1134

πιστεύει ο ενάγων ότι αυτά προέρχονται από το αμοιβαίο κεφάλαιο που είχε αγοράσει. Τον Ιανουάριο του 1996 ο εναγόμενος δεν του κατέβαλε το άνω ποσό των 150,000 δρχ., οπότε ο ενάγων απευθύνθηκε προς την εναγομένη εταιρία, ζητώντας την παράδοση των τίτλων του αμοιβαίου κεφαλαίου, πλην όμως αυτή του εγνώρισε ότι δεν υποχρεούται να τους παραδώσει τους τίτλους αφού δεν ξεπλήρωσε την συμβατική του υποχρέωση προς καταβολή των χρημάτων δι' επιταγής στον πωλητή στο όνομα όμως της εναγομένης εταιρίας ή διά καταθέσεως στον λογαριασμό αυτής. Πράγματι δε η υποχρέωση αυτή είχε αναγραφεί στη σχετική αίτηση την οποία υπέγραψε αυτός και ο προστεθείς Δ.Κ.

Αιτιολογικό: Εν προκειμένω, όπως προκύπτει από την προσκομιζόμενη από τον ενάγοντα από 17.1.1995 αίτησή του προς την εναγομένη διά την αγορά αμοιβαίου κεφαλαίου αξίας 7,000,000 δραχμών, η οποία φέρει την υπογραφή του, αναγράφεται ρητώς εις αυτήν ότι η καταβολή της αξίας του αμοιβαίου κεφαλαίου θα γίνει με επιταγή ή κατάθεση πάντοτε στο όνομα της εναγομένης εταιρίας. Περαιτέρω δε αναγράφεται ότι «η εταιρία δεν φέρει καμία ευθύνη για ποσό που θα καταβληθεί σε μετρητά στον πωλητή». Από την επισημείωση αυτή, αναγραφόμενη στο μέσο της πρώτης και μοναδικής σελίδας της αιτήσεως του ενάγοντα για την αγορά του αμοιβαίου κεφαλαίου, προκύπτει ότι η εξουσία του άνω προστηθέντος συνίστατο μόνο εις την πώληση των αμοιβαίων κεφαλαίων και όχι και στην είσπραξη χρημάτων. Αυτό δεν ήταν γνωστό στον ενάγοντα ή σε κάθε περίπτωση όφειλε να το γνωρίζει μέσω της απλής ανάγνωσης της αίτησης, με αποτέλεσμα να μην ευθύνεται η ενάγουσα.

Οι διατάξεις του Ν 2251/1994 περί προστασίας των καταναλωτών δεν έχουν εφαρμογή αφού, όπως προαναφέρθηκε, ο τρόπος καταβολής της αξίας των μεριδίων του αμοιβαίου κεφαλαίου αναγράφεται ευκρινώς, με μικρότερα γράμματα, στο μέσο της μοναδικής σελίδας της αίτησης. Ωστόσο δε ο ενάγων μπορούσε και όφειλε να λάβει γνώση, ο οποίος άλλωστε, δεν ισχυρίζεται σαφώς και δεν αποδεικνύει ότι δεν έλαβε τότε φωτοαντίγραφο της αίτησης, το οποίο ήδη προσκομίζει. Σε καμία δε περίπτωση ο όρος ότι δεν πρέπει να καταβληθούν χρήματα στον πωλητή του αμοιβαίου κεφαλαίου αλλά η καταβολή θα γίνει με επιταγή ή τραπεζική κατάθεση στο όνομα του πωλητή, διότι άλλως η εταιρία δεν φέρει ευθύνη, δεν μπορεί να χαρακτηριστεί καταχρηστικός κατά την έννοια του άνω Ν 2251/1994, αφού με αυτόν δεν περιορίζεται υπέρμετρα η ευθύνη της εναγομένης. Ούτε κατά το άρθρο 281 ΑΚ μπορεί να χαρακτηριστεί καταχρηστικός αφού πρόκειται για όρο της συμβάσεως ο οποίος αφορά την γένεση δικαιώματος και όχι την άσκηση αυτού, σε κάθε δε περίπτωση, αποβλέπει στην προστασία των συμφερόντων των συμβαλλομένων μερών. Με αποτέλεσμα η παρούσα έφεση να απορρίπτεται.

Εφαθ 7950/1999²⁴⁸

ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ:

Αγωγές ασκούμενες από ενώσεις καταναλωτών. Έννοια χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης. Καθορισμός του ύψους της. Ασφάλιση ζωής. Παράρτημα νοσοκομειακής περίθαλψης εμπεριέχον τον όρο μονομερούς αλλαγής των ασφαλιστρών. Καταχρηστικότητα όρου, γιατί αφήνει χωρίς σπουδαίο λόγο την αναπροσαρμογή του τιμήματος στην απόλυτη κρίση του ασφαλιστή. Υπέρμετρη δέσμευση ασφαλισμένου λαμβανομένου υπόψη και του ότι η ασφάλιση ζωής ισχύει εφόσον ισχύει και το παράρτημα.

Ιστορικό: Η εναγόμενη-εκκαλούσα, η οποία είναι ασφαλιστική ανώνυμη εταιρία, στα πλαίσια των δραστηριοτήτων της στον ειδικότερο τομέα των ασφαλειών ζωής συνάπτει ασφαλιστικές συμβάσεις με τους καταναλωτές και εκδίδει αντίστοιχα ασφαλιστήρια

²⁴⁸ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2000 (Έτος 6^ο), Νομική Βιβλιοθήκη

συμβόλαια που περιέχουν τους ΓΟΣ για την ασφάλεια ζωής και τους ειδικούς όρους που αφορούν ειδικές συμφωνίες μεταξύ αυτής και του συμβαλλομένου καταναλωτή και περιλαμβάνονται συνήθως σε ειδικά παραρτήματα της κύριας συμβάσεως ασφαλίσεως.

Στην προκειμένη περίπτωση ο σχετικός όρος του παραρτήματος της βασικής συμβάσεως ασφαλίσεως ζωής, που φέρει τον χαρακτήρα γενικού όρου των συναλλαγών και που συνάπτει η εναγομένη, παρέχοντας ασφαλιστική κάλυψη κατά του κινδύνου των αναφερομένων σε αυτό ασθενειών είναι καταχρηστικός, γιατί αφήνει χωρίς σπουδαίο λόγο τη μελλοντική αναπροσαρμογή (αύξηση) του ασφαλιστρού στην απόλυτη μονομερή κρίση της εναγομένης, χωρίς αναφορά κανενός κριτηρίου, αν και η αοριστία αυτή αφορά την αντιπαροχή του ασφαλισμένου στην εν λόγω σύμβαση ασφαλίσεως, με αποτέλεσμα να διαταράσσεται υπέρμετρα η ισορροπία των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του ασφαλισμένου καταναλωτή.

Ο ισχυρισμός της εναγομένης ότι ο σχετικός όρος δεν δημιουργεί κανένα πρόβλημα στους ασφαλισμένους γιατί σε κάθε ανανέωση της συμβάσεως, αν πρόκειται να γίνει αύξηση των ασφαλιστρών, αυτό τίθεται σε γνώση τους και ελεύθερα αποφασίζουν, αν τους συμφέρει, την παράταση ή όχι της ισχύος της ασφαλιστικής καλύψεως της ασθένειας. Όμως, ενόψει του ότι το παράρτημα που περιέχει τον όρο αυτό αποτελεί ένα ενιαίο σύνολο με το ασφαλιστήριο ζωής και ισχύει εφόσον ισχύει και αυτό, σύμφωνα με τον 1^ο όρο του παραρτήματος, η υφισταμένη δυνατότητα του καταναλωτή ασφαλισμένου να μη συμφωνήσει στην μονομερή αύξηση του ασφαλιστρού περιορίζεται υπέρμετρα, γιατί αυτός απέβλεψε στην ασφάλεια ζωής και στη νοσοκομειακή του περίθαλψη σε περίπτωση ασθένειας ενιαίως, έτσι ώστε και συμφέρουσα να μην είναι η αύξηση του ασφαλιστρού για τη δεύτερη να είναι αναγκασμένος να την αποδεχτεί.

Αιτιολογικό: Το Πρωτοβάθμιο Δικαστήριο, το οποίο με την εκκαλουμένη απόφασή του δέχθηκε τα ίδια και έκρινε τον επίδικο όρο καταχρηστικό, απαγορεύοντας τη χρήση του από την εναγομένη. Περαιτέρω αποδείχθηκε ότι η αρχικά εναγομένη ασφαλιστική εταιρία «Α», πριν από τη συγχώνευσή της, ήταν από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στο χώρο των ασφαλειών ζωής, με ακαθάριστα κέρδη κατά τη χρήση του έτους 1995 που έφθαναν στο ποσό των 792.087.173, με καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο 6.060.000.000 δραχμών και ετήσιο κύκλο εργασιών 54.000.000.000. αποδείχθηκε επίσης ότι η εν λόγω ασφαλιστική εταιρία έκανε λελογισμένη χρήση του παρεχομένου με τον επίμαχο όρο δικαιώματός της, αφού από το έτος 1992 που εφήρμοσε την κάλυψη της πλήρους νοσοκομειακής περίθαλψης (κάρτα νοσηλείας) πραγματοποίησε αναπροσαρμογή του ασφαλιστρού δύο φορές, την 1.10.1994 και την 1.2.1996 με μέσο ποσοστό αύξησης 15% αντίστοιχα, αν ληφθεί δε υπόψη η αυξητική τάση σε μεγάλο βαθμό του νοσοκομειακού και ιατρικού κόστους η εν λόγω αναπροσαρμογή των ασφαλιστρών κινήθηκε σε λογικά πλαίσια. Με βάση αυτά τα στοιχεία το Δικαστήριο, λαμβάνοντας υπόψη και τις ανάγκες της γενικής και ειδικής πρόληψης στον τομέα αυτό των ασφαλειών, έκρινε καταχρηστικό τον επίμαχο όρο και επιδίκασε ως χρηματική ικανοποίηση το ποσό των 20.000.000 δραχμών.

Εφαθ 744/2001²⁴⁹

ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ:

Καταχρηστικότητα. Κριτήρια. Μέτρο ελέγχου διατάραξης ισορροπίας δικαιωμάτων και υποχρεώσεων συμβαλλομένων μερών. Στάδιο διαπραγματεύσεων για τη σύναψη ασφαλιστικής σύμβασης. Ο ασφαλιστικός πράκτορας ενεργεί ως αντιπρόσωπος της ασφαλιστικής εταιρίας. Η απατηλή παρουσίαση γεγονότων από αυτόν θεωρείται απάτη της εταιρίας. Ευθύνη εταιρίας εκ πταίσματος του προστεθέντος κατ' άρθρο 334 ΑΚ και

²⁴⁹ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2001 (Έτος 7^ο), Νομική Βιβλιοθήκη

αδικοπρακτική ευθύνη της κατ' άρθρο 922 ΑΚ. Σύμβαση ασφάλισης πυρός εξοχικής κατοικίας. Επέλευση ζημίας ΓΟΣ που προέβλεπε τη μη κάλυψη ζημίας από πυρκαγιά σε δάση, συστάδες δένδρων και θάμνων. Ισχυρισμός ενάγοντος περί καταχρηστικότητάς του. Ένσταση συντρέχοντος πταίσματός του για τη μη ανάγνωσή του. Απαιτούμενα στοιχεία για το ορισμένο της αγωγής με αίτημα την επιδίκαση ασφαλιστικής αποζημίωσης.

Ιστορικό: Την 12.6.1997, ως κυρία, νομέας και κάτοχος του περιγραφόμενου ακινήτου (εξοχική κατοικία στη θέση Α. στο Δήλοισι Βοιωτίας), η αγοραία αξία της οποίας υπερέβαινε τότε το ποσό των 30.000.000 δρχ. (88.041€), με την εναγόμενη ασφαλιστική εταιρία κατήρτισε σύμβαση ασφάλισης πυρός. Το ακίνητο ασφάλισε για το ποσό των 26.000.000 δρχ. (76.302€) και τα εντός αυτού έπιπλα, σκεύη και λοιπά αντικείμενα για το ποσό των 2.000.000δρχ. (5.869€). Στις 4.7.1998, από πυρκαγιά που εκδηλώθηκε σε δασώδη περιοχή και σε μεγάλη απόσταση αλλά επεκτάθηκε και στην περιοχή του ακινήτου της, καταστράφηκε ολοσχερώς το ακίνητο και τα εντός αυτού κινητά πράγματα. Όμως, η εναγόμενη ασφαλιστική εταιρία αρνείται να καταβάλλει την ασφαλιστική αποζημίωση των 28.000.000 δρχ.(82.170€), επικαλούμενη συνδρομή του υπ' αριθμόν 4 γενικού όρου της ασφαλιστικής συμβάσεως, σύμφωνα με τον οποίο δεν καλύπτεται η ζημιά η οποία προκλήθηκε συνεπεία πυρκαγιάς σε δάση, συστάδες δένδρων και θάμνων. Για την άρνηση αυτής της εναγομένης, η ενάγουσα επικαλείται ότι δεν δεσμεύεται από την ύπαρξη του άνω γενικού όρου, γιατί κατά την κατάρτιση της ασφαλιστικής συμβάσεως ανυπαίτια τον αγνοούσε και ακόμη γιατί και ο δεύτερος εναγόμενος, ασφαλιστικός πράκτορας της πρώτης, δεν της υπέδειξε την ύπαρξη του όρου αυτού στη σύμβαση και της στέρησε τη δυνατότητα να λάβει γνώση του περιεχομένου του, δεδομένου ότι την επισκέφθηκε στον χώρο της εργασίας της, προσκόμισε το ασφαλιστήριο συμβόλαιο με τους προδιατυπωμένους όρους και ενώ εκείνη συναλασσόταν με το κοινό, της εγχείρισε τη σύμβαση και της ζήτησε να υπογράψει. Περαιτέρω, επικαλείται η ενάγουσα ακυρότητα του άνω όρου ως καταχρηστικού ενόψει του ότι με τη σύμβαση ασφάλισης παρέιχτο κάλυψη από πυρκαγιά, θύελλες, καταιγίδες, πλημμύρες, πολιτικές ταραχές, και λοιπούς αναφερόμενους κινδύνους, η με τον άνω γενικό όρο εξαίρεση από την ασφαλιστική κάλυψη υπερβαίνει τα όρια που επιβάλλουν η καλή πίστη και τα χρηστά ήθη, συνεκτιμημένου ότι έναντι μικρού επασφάλιστρου θα μπορούσε να ασφαλιστεί και για την περίπτωση της πυρκαγιάς από δάσος. Ακόμη, ισχυρίζεται ότι πλανήθηκε ως προς την ασφαλιστική κάλυψη την οποία παρείχε η ασφαλιστική σύμβαση και η πλάνη της ήταν ουσιώδης, αφού εάν γνώριζε τον προαναφερόμενο όρο της μη κάλυψης της ζημίας που προκλήθηκε από πυρκαγιά σε δάσος, δεν θα είχε προβεί στην κατάρτιση αυτής της συμβάσεως.

Επίσης επικαλείται, ότι ο δεύτερος εναγόμενος Λ.Μ, που ενεργούσε ως ασφαλιστικός πράκτορας και για λογαριασμό της πρώτης εναγομένης, με την παράσταση ψευδών γεγονότων και την αθέμιτη παρασιώπηση αληθών την παράπεισε να υπογράψει την ασφαλιστική σύμβαση που περιείχε τον άνω δυσμενή για αυτή όρο. Ειδικότερα, ισχυρίζεται ότι ο δεύτερος εναγόμενος πιεστικά της ζητούσε να ασφαλίσει το ακίνητό της κατά του κινδύνου πυρός, την διαβεβαίωσε ότι με την σύμβαση ασφάλισης θα καλυπτόταν πλήρως, όπως είχαν συμφωνήσει, από τον κίνδυνο αυτό και δολίως της απέκρυψε ότι στην ασφαλιστική σύμβαση, που εκείνη βεβιασμένα υπέγραψε στον χώρο και κατά τη διάρκεια της εργασίας της, περιεχόταν και ο άνω γενικός όρος.

Αιτιολογικό: Με τα άνω πραγματικά περιστατικά, η ασφαλιστική εταιρία θα υποχρεωθεί να καταβάλει την ασφαλιστική αποζημίωση των 28.000.000 δρχ. (82.170€), ο δε δεύτερος εναγόμενος το ίδιο χρηματικό ποσό ως αποζημίωση από αδικοπραξία και περαιτέρω και οι δυο εναγόμενοι, εις ολόκληρο, 20.000.000 δρχ. (58.694€) ως χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, με τον νόμιμο τόκο από 4.4.1998 που επήλθε η ασφαλιστική

περίπτωση, άλλως από την επίδοση της αγωγής και επιπλέον να απαγγελθεί κατά του δεύτερου εναγόμενου, λόγω της αδικοπραξίας, προσωπική κράτηση.

Εφαθ 1407/2002²⁵⁰

ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ:

Καταχρηστικότητα Γενικών Όρων Συναλλαγών. Αν στη σύμβαση ασφάλισης προβλέπεται εκπιπτόμενο ποσό και η δυνατότητα μονομερούς αναπροσαρμογής του από τον ασφαλιστή, πρέπει να αναφέρονται κατά τρόπο ορισμένο οι προϋποθέσεις και το πλαίσιο αναπροσαρμογής.

Κατά το Ν 2251/1994 «προστασία των καταναλωτών», κατά την ερμηνεία των γενικών όρων των συναλλαγών, δηλαδή των όρων που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων, όπως είναι η ασφάλιση ζωής και ασθένειας, λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη προστασίας του καταναλωτικού κοινού. Γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτο για λογαριασμό του προμηθευτή, σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή. Ζήτημα ερμηνείας των γενικών όρων ανακύπτει αν αυτοί έχουν διατυπωθεί κατά τρόπο που δημιουργεί αμφιβολία για το περιεχόμενό τους. Εξάλλου, κατά την παρ. 6 του προαναφερόμενου άρθρου οι γενικοί όροι των συναλλαγών απαγορεύονται και είναι άκυροι, αν έχουν ως αποτέλεσμα την υπέρμετρη διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων μερών σε βάρος του καταναλωτή, όπως είναι ο ασφαλιζόμενος. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας τέτοιου γενικού όρου κρίνεται αφού ληφθούν υπόψη η φύση των αγαθών ή υπηρεσιών που αφορά η σύμβαση, το σύνολο των ειδικών συνθηκών κατά τη σύναψή της και όλες οι υπόλοιπες ρήτρες της συμβάσεως ή άλλης σύμβασης από την οποία εξαρτάται. Κατά την παρ. 7, περ. ε, του ίδιου ως άνω άρθρου, καταχρηστικοί κατά την ενδεικτική απαρίθμηση αυτής, είναι οι γενικοί όροι των συναλλαγών οι οποίοι, μεταξύ άλλων, επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης ή λύσης της σύμβασης χωρίς ορισμένο ειδικό και σπουδαίο λόγο. Οι γενικοί όροι συναλλαγών πρέπει να παρουσιάζουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μερών κατά τρόπο ορισμένο, ορθό και σαφή. Έτσι, όταν πρόκειται για γενικό όρο που αφορά την επιφύλαξη στον ασφαλιστή του δικαιώματος να προβαίνει μονομερώς κατά τη διάρκεια της ισχύος της ασφαλιστικής σύμβασης, στην αύξηση του ασφαλιστρού ή στη μείωση του ασφαλίσματος, ο όρος αυτός πρέπει να διατυπώνεται στο ασφαλιστήριο κατά τρόπο διαφανή, υπό την έννοια ότι ο ασφαλισμένος κατά τη σύναψη της συμβάσεως, πρέπει να μπορεί να αντιληφθεί το μέτρο της αυξήσεως, έτσι ώστε, στην περίπτωση που πραγματοποιηθεί μονομερώς η αύξηση ή η μείωση, αντίστοιχα, να μπορεί να εκτιμήσει αν αυτή είναι σύμφωνη με τη ρήτρα που την προβλέπει. Σύμφωνα με τα ανωτέρω, αν στη σύμβαση προβλέπεται η αφαίρεση κάποιου ποσού από το ποσό του ασφαλίσματος υπέρ της ασφαλίστριας (εκπιπτόμενο ποσό), καθώς και η δυνατότητα αναπροσαρμογής του ποσού αυτού μονομερώς από την ασφαλίστρια, πρέπει να αναφέρονται κατά τρόπο ορισμένο όσο είναι δυνατόν, οι προϋποθέσεις και το πλαίσιο της αναπροσαρμογής, προκειμένου να παρέχεται στον καταναλωτή επαρκής γνώση της εκτάσεως της ασφαλιστικής του κάλυψης.

Ιστορικό: Δυνάμει συμβάσεως ασφαλίσεως που καταρτίστηκε στην Αθήνα στις 18.6.1996 με το υπ' αριθμό 9314449 ασφαλιστήριο συμβόλαιο σύνθετης προστασίας, μεταξύ της εφεσίβλητης και της εκκαλούσας, η δεύτερη ανέλαβε την κάλυψη της πρώτης από τον κίνδυνο ασθενειών, και ειδικότερα της νοσοκομειακής περίθαλψης, αντί μικτού ασφαλιστρού

²⁵⁰ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2002 (Ετος 8^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 1136

58,040 δραχμών ανά εξάμηνο, με απεριόριστο ποσό κάλυψης, και με «συμμετοχή» της ενάγουσας σε περίπτωση αποζημιώσεως μέχρι το ποσό των 500,000 δραχμών (εκπιπτόμενο ποσό).

Αιτιολογικό: Με βάση τον όρο αναπαραγωγή ασφαλιστρών ορίζονται τα εξής: «Η εταιρία διατηρεί το δικαίωμα να αναπροσαρμόζει τα ασφάλιστρα αυτού του Συμπληρωματικού Συμβολαίου σε κάθε επέτειο της ημερομηνίας έναρξης ισχύος η επαναφοράς του σε ισχύ. Οι αναπροσαρμογές αυτές θα αφορούν και το ανώτατο αναγνωριζόμενο όριο για έξοδα δωματίου και τροφής, το εκπιπτόμενο ποσό, και τα έξοδα επείγουσας αερομεταφοράς που αναφέρονται στη σελίδα των Ειδικών Στοιχείων. Διευκρινίζεται ότι οι παραπάνω αναφερόμενες αναπροσαρμογές δεν συνδέονται με το ύψος των αποζημιώσεων που πιθανώς να λάβει ο ασφαλισμένος, αλλά βασίζονται στον ετήσιο πληθωρισμό του κόστους νοσοκομειακής περίθαλψης, για αυτό και το ποσό ετήσιας αναπροσαρμογής θα είναι κοινό για το σύνολο των ασφαλισμένων με αυτό το Συμπληρωματικό Συμβόλαιο». Ο γενικός αυτός όρος επιτρέπει στην ασφαλίστρια να αναπροσαρμόσει μονομερώς, μεταξύ άλλων, και το ποσό της «εκπτώσεως», καθορίζοντας κριτήρια ασαφή, όπως είναι «ο ετήσιος πληθωρισμός του κόστους νοσοκομειακής περίθαλψης», που δεν προσδιορίζονται κατά τρόπο αντικειμενικό και συγκεκριμένο, έτσι ώστε να μπορεί ο ασφαλισμένος να διαπιστώσει το μέτρο της αυξήσεως. Κατά συνέπεια, ο προαναφερόμενος όρος που επιτρέπει την αναπροσαρμογή του ποσού της εκπτώσεως μονομερώς από την εναγομένη ασφαλιστική εταιρία, είναι καταχρηστικός και άκυρος, για το λόγο δε αυτό, πρέπει να αφαιρεθεί μόνο το ποσό των 500.000 δρχ. από το σύνολο της δαπάνης για την νοσηλεία της ενάγουσας (δέχεται την έφεση).

ΕφΠειρ 301/2001²⁵¹

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ:

Ευθύνη για ελαττωματικά προϊόντα κατ' άρθρο 6 παρ. 1, Ν 2251/1994. Επιδίκαση χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης βάσει των διατάξεων του κοινού δικαίου. Κατανομή βάρους απόδειξης.

Ιστορικό: Ο ενάγων ισχυρίζεται ότι στις 21.2.1997 αγόρασε από περίπτερο στον Πειραιά, μια σοκολάτα, με σταφίδες και ξηρούς καρπούς, την οποία παρήγαγε και διέθετε στην κατανάλωση η εναγόμενη και ενώ ο ενάγων είχε καταναλώσει τη μισή περίπου σοκολάτα της οποίας, η προθεσμία κατανάλωσης έληγε μετά από τέσσερις (4) μήνες, διαπίστωσε ότι αυτή παρείχε ζωντανά σκουλήκια. Ότι μετά από λίγη ώρα από τη κατανάλωση της σοκολάτας αισθάνθηκε έντονη αδιαθεσία και κοιλιακούς πόνους και μεταφέρθηκε στο Νοσοκομείο Αττικής «ΚΑΤ», όπου διαπιστώθηκε ότι πάσχει από «διαρροϊκό σύνδρομο και στομαχικού πόνους ένεκα λήψης μολυσμένης τροφής»

Αιτιολογικό: Η ελαττωματικότητα της σοκολάτας, από την κατανάλωση και μόνο της οποίας προκλήθηκε η προαναφερθείσα βλάβη της υγείας του ενάγοντος, οφείλεται σε πλημμελή κατασκευή αυτής εκ μέρους της εναγομένης. Επομένως, ενόψει της χρησιμοποίησης για την παραγωγή της σοκολάτας αυτής αλλοιωμένων ξηρών καρπών, γεγονός που διέφυγε της προσοχής των υπαλλήλων της, η εναγομένη δεν ακολούθησε την ενδεδειγμένη διαδικασία παραγωγής αυτής. Κατά συνέπεια από την ως άνω αμελή συμπεριφορά της εναγομένης επήλθε το ζημιογόνο γεγονός της βλάβης της υγείας του ενάγοντος. Ενόψει των συνθηκών της ως άνω αδικοπραξίας, του είδους και των συνεπειών

²⁵¹ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2001 (Ετος 7^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 1147

της βλάβης της υγείας του ενάγοντος, της στεναχώριας και ψυχικής ταλαιπωρίας που αυτός υπέστη, του πταίσματος της εναγομένης και της κοινωνικής θέσης και οικονομικής κατάστασης του από τους διαδίκους φυσικού προσώπου, πρέπει κατά την κρίση του Δικαστηρίου να επιδικαστεί στον ενάγοντα χρηματική ικανοποίηση, το ποσό των 2.000.000 δραχμών(5.869€), λόγω σοβαρής αλλά και ψυχικής ταλαιπωρίας, όχι μόνο μέχρι την αποκατάσταση της υγείας του, αλλά και μετέπειτα, αφού η ανάμνησή του δεν του επιτρέπει λόγω του φόβου που νιώθει, να καταναλώσει τα ίδια ή παρόμοια προϊόντα. Η πιο πάνω σοκολάτα, αφού εξετάστηκε από την αρμόδια υπηρεσία, βρέθηκε να έχει εμφανείς μακροσκοπικές μεταβολές και αλλοιώσεις και καταστράφηκε ως επιβλαβής για την δημόσια υγεία.

Εφαθ 7228/1996²⁵²

ΕΥΘΥΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ:

Η αντικειμενική ευθύνη του προμηθευτή-πωλητή για πραγματικό ελάττωμα του πωλούμενου προϊόντος προϋποθέτει άγνωστο παραγωγό του προϊόντος. Με τον παραγωγό εξομοιώνεται από πλευράς ευθύνης ο εισαγωγέας. Πώληση συσκευής τηλεόρασης και σφράγιση από την πωλήτρια της γραπτής εγγύησης του εισαγωγέα, προς απόδειξη της συναλλαγής, χωρίς ανάληψη ευθύνης. Πρόκληση πυρκαγιάς από πραγματικό ελάττωμα της συσκευής. Μη ευθύνη κατ' άρθρο 543 ΑΚ της πωλήτριας, γιατί δεν όφειλε να γνωρίζει το ελάττωμα.

Ιστορικό: Στις 12.11.1993 ο ενάγων αγόρασε και παρέλαβε από το κατάστημα της δεύτερης εναγόμενης, εκκαλούσης, μια έγχρωμη τηλεόραση εργοστασίου κατασκευής, του οποίου η πρώτη εναγόμενη (μη εκκαλούσα) έχει την αποκλειστική αντιπροσωπεία στην Ελλάδα, αντί συνολικού τιμήματος 120.000 δρχ (352€). Η εκκαλούσα πωλήτρια προς απόδειξη και μόνο της πραγματοποιηθείσας στο κατάστημα της συναλλαγής- σφράγισε απλώς τη συνοδεύουσα τη συσκευή γραπτή εγγύηση της τελευταίας αυτής, ως εισαγωγέα αυτής έναντι του ενάγοντος καταναλωτή, για την καλή και ασφαλή λειτουργία της τηλεόρασης αυτής, χωρίς οποιαδήποτε ανάληψη ή αποδοχή ευθύνης και της ίδιας, Ακολούθως στις 17.3.1994 έγινε βραχυκύκλωμα στα ηλεκτρικά καλώδια της άνω συσκευής τηλεόρασης με συνέπεια να προκληθεί πυρκαγιά από την οποία καταστράφηκε ολοσχερώς η τηλεόραση, ρυπάνθηκε το διαμέρισμα και τα έπιπλα και προκλήθηκαν ζημιές στο διαμέρισμα του ενάγοντος το οποίο είχε μισθώσει για κατοικία.

Αιτιολογικό: Το Δευτεροβάθμιο δικαστήριο έκρινε, ότι αν και η πυρκαγιά που προκλήθηκε οφειλόταν σε πραγματικό ελάττωμα της τηλεόρασης (που συνίσταται συγκεκριμένα στην κακή κατασκευή των καλωδίων της), δεν αποδείχθηκε, προς θεμελίωση της εκ του άρθρου 543 ΑΚ ευθύνης της πωλήτριας, ότι αυτή « κατά τη σύναψη της πώλησης γνώριζε το υπάρχον στη συσκευή πραγματικό ελάττωμα, ή ότι έστω από ελαφρά αμέλειά της αγνοούσε τούτο και ότι συνεπεία αυτής (αμέλειας) δεν το ανακοίνωσε στον ενάγοντα καταναλωτή, καθώς από τα περιστατικά που αποδείχθηκαν το ελάττωμα της συσκευής ασφαλώς και σε κάθε περίπτωση δεν θα μπορούσε να γνωρίζει».

Εφαθ 5298/2001²⁵³

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ:

²⁵² Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1998 (Έτος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 46

²⁵³ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2002 (Έτος 8^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 1137

Αντικειμενική ευθύνη παραγωγού για ζημιά οφειλόμενη σε ελάττωμα του προϊόντος. Αποκαταστέα ζημιά είναι και αυτή που υπέστη ο παθών από βλάβη του σώματος ή της υγείας του, θετική ή αποθετική. Πώληση ελαττωματικής σκάλας. Τραυματισμός αγοραστή. Ο Ν 2251/1994 δεν προβλέπει την αποκατάσταση ζημιάς λόγω ηθικής βλάβης, την οποία μπορεί να επιδιώξει ο ζημιωθείς με τις περί αδικοπραξιών γενικές διατάξεις. Παράνομη παράλειψη υπαλλήλων του κατασκευαστή να επισημάνουν το ελάττωμα του προϊόντος πριν τη κυκλοφορία του με συνέπεια την υποχρέωση αποζημίωσης του καταναλωτή, με τον οποίον δεν το συνδέει συμβατική σχέση, καθ' όσον αγόρασε το προϊόν από τρίτον.

Ιστορικό: Ο ενάγων το καλοκαίρι του 1995 είχε μισθώσει ένα ακίνητο για να ασκήσει σ' αυτό επιχείρηση κρεοπωλείου. Αμέσως άρχισε τις εργασίες διαμορφώσεως του χώρου με στόχο, με την είσοδο του Σεπτεμβρίου, το κρεοπωλείο να λειτουργήσει. Για την εκτέλεση των εργασιών χρησιμοποίησε στις 18.8.1995, σκάλα αλουμινίου, παραγωγής της εναγομένης. Ενώ βρισκόταν επί της σκάλας, αυτή λύγισε, με αποτέλεσμα να πέσει στο δάπεδο. Από την πτώση υπέστη κάταγμα πτέρνας και εντεύθεν ανίκανος προς εργασίας. Έτσι δεν κατέστη δυνατή η έναρξη της λειτουργίας του κρεοπωλείου την 1.9.1995, το οποίο παρέμεινε κλειστό μέχρι 2.11.1995. Με βάση το ιστορικό αυτό ζήτησε, πλην άλλων, να υποχρεωθεί η εναγόμενη να του καταβάλλει για κάθε ημέρα 27,000 δρχ (80€), που αντιστοιχούν στο ημερήσιο καθαρό κέρδος του και συνολικά 1,431,000 δρχ (4.200€).

Αιτιολογικό: Με το περιεχόμενο αυτό η αγωγή δεν είναι ορισμένη, διότι δεν αναφέρεται ότι κατά τη συνηθισμένη πορεία των πραγμάτων θα είχαν ολοκληρωθεί οι εργασίες προετοιμασίας και το κατάστημα θα ήταν έτοιμο να λειτουργήσει την 1.9.1995. Προπαντός, όμως, η αγωγή δεν είναι ορισμένη διότι δεν αναφέρει ότι από τη λειτουργία του καταστήματος με πιθανότητα θα κέρδιζε 27,000 δρχ. (80€) ημερησίως και τα πραγματικά περιστατικά που θα συνέτρεχαν για να πραγματοποιηθεί το κέρδος αυτό, αφού το κέρδος συναρτάται με το ύψος των εξόδων και των εσόδων από τη λειτουργία του καταστήματος. Συνεπώς για να είναι ορισμένη η αγωγή έπρεπε να εκτίθεται η προσδοκώμενη πώληση εμπορευμάτων και τα έξοδα της επιχείρησης.

Η σωματική βλάβη του ενάγοντος οφείλεται σε ελάττωμα της σκάλας άρα συνεπάγεται ευθύνη του παραγωγού και εν προκειμένω της εναγομένης. Ο παραγωγός δεν ευθύνεται αν αποδείξει ότι το ελάττωμα δεν υπήρχε όταν το προϊόν τέθηκε σε κυκλοφορία. Πράγματι δεν αποδεικνύεται ότι η ανθεκτικότητα της σκάλας ήταν εκ κατασκευής ικανή να φέρει ένα μέσο βάρους 80-100 κιλών, που αποτελεί το μέσο βάρος του ανθρώπινου σώματος. Το λεγόμενο ότι κατασκευάζεται από υπερσύγχρονα αυτόματα μηχανήματα δεν αρκεί να αποτρέψει το κατασκευαστικό λάθος και την ελαττωματικότητα του προϊόντος, αλλά προαπαιτείται έλεγχος της κανονικότητας αυτού πριν τεθεί στην κυκλοφορία και τέτοιος έλεγχος δεν αποδεικνύεται ότι έγινε στην συγκεκριμένη σκάλα.

Με τα δεδομένα αυτά η παράλειψη των οργάνων της εναγομένης είναι παράνομη και δημιουργεί υποχρέωση της τελευταίας να αποκαταστήσει την μη περιουσιακή ζημιά του ενάγοντος με την καταβολή χρηματικού ποσού λόγω ηθικής βλάβης.

ΠΠρΠειρ 302/1996²⁵⁴

ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΑ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ:

²⁵⁴ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1997 (Έτος 3^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 67

Ο φορέας επιχείρησης μαζικής βιομηχανικής παραγωγής τυποποιημένων προϊόντων, που αγοράζονται από τους καταναλωτές υπό την επήρεια της δημιουργούμενης σ' αυτούς εμπιστοσύνης από τη διαφήμιση και την τυποποίηση, ευθύνεται, σύμφωνα με τις περί αδικοπραξιών διατάξεις, σε αποζημίωση για ζημιά των καταναλωτών που επέρχεται από την κυκλοφορία ελαττωματικών προϊόντων.

Ιστορικό: Η ενάγουσα εκθέτει ότι στις 13/4/1989, ενώ ασχολείτο με οικιακές εργασίες έκανε χρήση του υγρού απορρυπαντικού «.....», το οποίο όμως όταν ήλθε σε επαφή με την άνω επιφάνεια του αριστερού της χεριού, της προκάλεσε σωματική βλάβη και ειδικότερα, « τοξική δερματίτιδα εξ επαφής με εντονότατο οίδημα της αριστεράς άκρας χειρός» κατά τη διάγνωση του δερματολόγου. Ότι η βλάβη αυτή οφείλεται σε υπαιτιότητα της εναγομένης εταιρίας, η οποία είναι κατασκευάστρια του άνω απορρυπαντικού, γιατί κατασκεύασε και έθεσε σε κυκλοφορία ελαττωματικό προϊόν, χωρίς να φροντίσει για την ορθή παρασκευή και παράδοσή του στην κατανάλωση. Ότι εξαιτίας του ατυχήματος αυτού υπέστη τις υλικές ζημιές, που αναλυτικά παραθέτει στην αγωγή και ανέρχονται σε 237.428 δραχμές (700€), καθώς και ηθική βλάβη για τη χρηματική ικανοποίηση της οποίας πρέπει να της επιδικαστεί το ποσό των 5,999,900 δραχμών (17.607€). Με βάση λοιπόν το ιστορικό αυτό ζητεί να υποχρεωθεί η εναγομένη, να της καταβάλλει το ποσό των 6,237,328 δραχμών (18.304€) συνολικά για αποζημίωση και χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, με το νόμιμο τόκο από την επίδοση της αγωγής μέχρι την εξόφληση.

Αιτιολογικό: Περαιτέρω όμως από όλα τα προαναφερόμενα αποδεικτικά μέσα, δεν αποδείχτηκε ότι η εναγομένη εταιρία κατασκεύασε και έθεσε σε κυκλοφορία ελαττωματικό προϊόν και ειδικότερα ότι δεν φρόντισε για την ορθή και σύμφωνα με τις νόμιμες προδιαγραφές παρασκευή του άνω καθαριστικού σκευάσματος, με αποτέλεσμα να διατεθεί αυτό στην κατανάλωση ως τοξικό ή έστω με δυσμενείς επιδράσεις στο ανθρώπινο δέρμα λόγω της περιεκτικότητας βλαπτικών συστατικών ή πλημμελούς συνθέσεως, καθόσον το δείγμα που λήφθηκε από το συγκεκριμένο μπουκάλι του προϊόντος που χρησιμοποίησε η ενάγουσα, βρέθηκε απόλυτα κανονικό και με σύνθεση σύμφωνη με αυτή που προβλέπεται στο σχετικό έγγραφο του Γενικού Χημείου του Κράτους με το οποίο εγκρίθηκε η κυκλοφορία του άνω καθαριστικού σκευάσματος. Με βάση λοιπόν τα παραπάνω δεδομένα και εφόσον δεν αποδείχτηκε πλημμέλεια κατά την παρασκευή και διάθεση στην κατανάλωση του άνω καθαριστικού σκευάσματος, αφού το δείγμα που εξετάστηκε από χημικούς της εναγομένης βρέθηκε απόλυτα κανονικό και σύμφωνο με τις νόμιμες προδιαγραφές, και αν ακόμα η δερματίτιδα στην άνω επιφάνεια του αριστερού χεριού της ενάγουσας αποδοθεί στο άνω προϊόν, αυτό προφανώς οφείλεται σε υπερευαισθησία της τελευταίας σε κάποιο συστατικό του προϊόντος αυτού, γεγονός που όμως δεν μπορεί να θεμελιώσει αδικοπρακτική ευθύνη της εναγομένης-κατασκευάστριας.

ΕιρΑθ 3249/1997²⁵⁵

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ:

Αγωγή σωματείου προστασίας καταναλωτών και δύο μελών του. Πώληση πακέτων παροχής τουριστικών υπηρεσιών στα δύο μέλη. Ευθύνη οργανώτριας ταξιδιού και πράκτορά της για έλλειψη συμφωνημένων ιδιοτήτων. Μη νόμιμο το αίτημα αποκατάστασης ηθικής βλάβης των εναγόντων-μελών.

Ιστορικό: Οι ενάγοντες, τον μήνα Δεκέμβριο 1995, αγόρασαν απ' τον πράκτορα της εναγομένης Σ.Π., δύο «πακέτα» παροχής τουριστικών υπηρεσιών, δια των οποίων η εναγόμενη ανέλαβε την υποχρέωση να παρέχει στους ενάγοντες αεροπορική μετάβαση από

²⁵⁵ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1998 (Έτος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 59

την Αθήνα στο Λονδίνο, καθώς και διαμονή επτά (7) ημερών από 31.12.1995 έως 6.1.1996 στο ξενοδοχείο.....πλησίον της περιοχής «RUSSLE SQUARE», αντί τιμήματος 123,850 δραχμών (363€) για τον καθένα όπως καταβλήθηκε. Κατά τη μετάβαση των εναγόντων στο Λονδίνο, αυτοί διαπίστωσαν ότι δεν υπήρχε κράτηση επί του ονόματός τους στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο, παρότι είχαν προμηθευτεί τα σχετικά έγγραφα διαμονής και εγκατάστασης, με αποτέλεσμα να διανυκτερεύσουν για μια νύχτα σε άλλο ξενοδοχείο «...», με απόφαση του εκεί αντιπροσώπου των εναγομένων, κ. Σ, το οποίο υπολειπόταν ως προς τις ανάγκες και απαιτήσεις των εναγόντων. Έτσι οι ενάγοντες κατέλυσαν, μετά από δική τους εκλογή, στο ξενοδοχείο «...», για την εξεύρεση του οποίου δαπάνησαν το ποσό των 7 λιρών προς εκμίσθωση ταξί και για την διαμονή τους εκεί έξι (6) νύχτες δαπάνησαν το συνολικό ποσό των 408 λιρών.

Αιτιολογικό: Η εναγόμενη πρέπει να αποδώσει στους ενάγοντες τα ανωτέρα ποσά, κατά τα οποία το Δικαστήριο κρίνει εύλογο ότι πρέπει να μειωθεί το τίμημα των «πακέτων», αφού η εναγόμενη δεν προσέφερε τα συμφωνημένα και αφού ο ισχυρισμός της απορριφθεί ως αναπόδεικτος περί του ότι οι ενάγοντες έλαβαν γνώση της αλλαγής του ξενοδοχείου και ότι έπρεπε να επιστρέψουν τα σχετικά έγγραφα διαμονής.

Το κονδύλι της δαπάνης για αγορά καρτών διαδρομής με τον υπόγειο σιδηρόδρομο του Λονδίνου, το οποίο ζητούν οι ενάγοντες, δεν αναλύεται διεξοδικά και πρέπει να απορριφθεί ως αόριστο.

ΕιρΑμαρουσίου 512/1997²⁵⁶ **ΕΥΘΥΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ:**

Αγορά ελαττωματικού προϊόντος. Ο εισάγων προϊόντα προς πώληση ευθύνεται όπως ο παραγωγός για ζημιά που οφείλεται στα ελαττώματα του προϊόντος. Άσκηση αγωγής από τον αγοραστή. Νόμιμα ενάγει και η ένωση καταναλωτών πλαγιαστικά για λογαριασμό του αγοραστή-μέλους της.

Ιστορικό: Με την κρινόμενη αγωγή οι ενάγοντες ιστορούν ότι η πρώτη εξ αυτών είναι ένωση καταναλωτών σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν 2251/1994 περί προστασίας καταναλωτών και με βάση το καταστατικό της και τις διατάξεις του παραπάνω νόμου νομιμοποιείται να ασκεί πλαγιαστικά αγωγές για λογαριασμό των μελών της, ο δε δεύτερος είναι μέλος της πρώτης και ζήτησε τη συνδρομή της. Ότι η εναγομένη είναι εταιρία, η οποία αντιπροσωπεύει και εισάγει στην Ελλάδα ηλεκτρικά είδη της εταιρίας «.....» και ότι ο δεύτερος εξ αυτών αγόρασε στις 14.3.1996 από την εταιρία ...ABEE ένα πλυντήριο ρούχων.. αντί του ποσού των 150.000 δραχμών (440€), το οποίο καταβλήθηκε με την παράδοση του πλυντηρίου. Ότι το πλυντήριο αυτό κατά το χρόνο της παραδόσεως ήταν ελαττωματικό αφού παρουσίαζε σοβαρότατη βλάβη στον κάδο του γεγονός που έκανε γνωστό στην υπηρεσία (σέρβις) της εναγομένης, η οποία κατασκεύασε αυτό, πλην όμως και μετά την επισκευή του παρουσίασε το ίδιο πρόβλημα, με αποτέλεσμα να καταστραφούν τα ρούχα του δεύτερου εξ αυτών που αναφέρονται στην αγωγή συνολικής αξίας 408.600 δρχ. (1.200€). Με αυτά τα περιστατικά ζητούν να υποχρεωθεί η εναγομένη η οποία επέχει στην Ελλάδα τη θέση του παραγωγού του προϊόντος να καταβάλλει στον δεύτερο εξ αυτών το άνω ποσό των 408.600 δρχ. (1.200€). ως αποζημίωσή του για τη ζημιά που υπέστη από την καταστροφή των αναφερομένων στην αγωγή των ρούχων με το νόμιμο τόκο από την επίδοση της αγωγής, να κηρυχθεί η απόφαση προσωρινά εκτελεστή και να καταδικαστεί αυτή στην καταβολή της δικαστικής τους δαπάνης. Με αυτό το περιεχόμενο και αίτημα η αγωγή, για το αντικείμενο

²⁵⁶ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1998 (Έτος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 60

της οποίας καταβλήθηκε το απαιτούμενο τέλος δικαστικού ενσήμου με τις νόμιμες υπέρ τρίτων προσαυξήσεις, αρμόδια και παραδεκτά φέρεται προς συζήτηση ενώπιον αυτού του Δικαστηρίου κατά την τακτική διαδικασία και είναι νόμιμη.

Αιτιολογικό: Με βάση τα παραπάνω, αφού απορριφθεί ως αβάσιμη η προσβαλλόμενη από την εναγομένη ένσταση ελλείψεως ενεργητικής νομιμοποίησης των εναγόντων καθώς, όπως προέκυψε από την προσκομιζόμενη υπ' αριθμόαπόδειξη λιανικής πώλησης της πωλήτριας εταιρίαςABEE, το ελαττωματικό πλυντήριο αγοράστηκε από τον δεύτερο ενάγοντα, ο οποίος, όπως εκτίθεται παραπάνω, είναι μέλος της πρώτης, για να χρησιμοποιηθεί από την οικογένειά του, πρέπει να γίνει δεκτή ως και κατ' ουσία βάσιμη η υπό κρίση αγωγή και να υποχρεωθεί η εναγομένη να καταβάλλει στο δεύτερο ενάγοντα το παραπάνω ποσό με το νόμιμο τόκο από την επομένη της επιδόσεως της αγωγής. Όσον αφορά το αίτημα περί κηρύξεως της παρούσας προσωρινά εκτελεστής, το Δικαστήριο κρίνει ότι δεν συντρέχουν εξαιρετικοί λόγοι που να επιβάλλουν την προσωρινή εκτελεστότητα, γι' αυτό το περί τούτο αίτημα πρέπει να απορριφθεί.

ΕφΘεσ 825/1998²⁵⁷

ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΩΛΗΣΗΣ:

Ευθύνη πωλητή για πραγματικά ελαττώματα του πράγματος. Έννοια πραγματικού ελαττώματος. Δικαίωμα αγοραστή να ζητήσει μείωση του τιμήματος. Υπολογισμός μείωσης βάσει των αγοραίων αξιών ελαττωματικού και μη πράγματος κατά το χρόνο μετάστασης του κινδύνου. Εικοσαετής παραγραφή επί δόλιας απόκρυψης του ελαττώματος. Πότε υπάρχει δόλια απόκρυψη.

Ο πωλητής ευθύνεται αν κατά το χρόνο που ο κίνδυνος μεταβαίνει στον αγοραστή, το πράγμα που πουλήθηκε έχει πραγματικά ελαττώματα που αναιρούν ή μειώνουν ουσιαστικά την αξία ή τη χρησιμότητά του. Πραγματικό ελάττωμα είναι μια ατέλεια του πράγματος δηλαδή μια απόκλιση προς το χειρότερο από πλευράς ιδιοσυστασίας και καταστάσεως, η οποία απόκλιση ανεξάρτητα από την αιτία που την προκαλεί έχει αρνητική επίδραση στην αξία του πράγματος ή την χρησιμότητά του, που συνεπάγεται αντίστοιχα και στη μείωση της αγοραίας αξίας του. Στην έννοια του πραγματικού ελαττώματος κατατάσσεται και η ελαττωματική γενικά κατασκευή του πωλούμενου πράγματος, η οποία, κατ' αντικειμενική κρίση, καθιστά το πράγμα ελαττωματικό για το σκοπό, για τον οποίο αυτό προορίζεται στις συναλλαγές, λαμβανομένου υπόψη και του σκοπού, στον οποίον απέβλεψαν οι συμβαλλόμενοι. Αν υπάρχει πραγματικό ελάττωμα, ο αγοραστής έχει, μεταξύ άλλων, το δικαίωμα να ζητήσει τη μείωσή του τιμήματος. Η μείωση της αξίας του πράγματος από την ανωτέρω αιτία υπολογίζεται βάσει της αναλογίας που υπάρχει, κατά το χρόνο μεταστάσεως του κινδύνου που είναι, κατ' αρχήν, ο της παραδόσεως του πράγματος, μεταξύ της αγοραίας τιμής ελαττωματικού και μη πράγματος και το αντίστοιχο προς αυτήν ποσοστό αφαιρείται από το συμφωνημένο τίμημα.

Ιστορικό: Η ενάγουσα εκθέτει στην αγωγή ότι δυνάμει συμβάσεως που καταρτίστηκε στη Θεσσαλονίκη στις 25.2.1994 μεταξύ αυτής και της εναγομένης η τελευταία πούλησε σ' αυτήν το περιγραφόμενο σ' αυτήν ειδικότερα αυτοκίνητο αντί του συμφωνηθέντος και καταβληθέντος κατά την παράδοσή του την 28.2.1994 τιμήματος των 4.044.000 δραχμών (11.867€), ότι το άνω αυτοκίνητο είχε κατά τον άνω χρόνο παραδόσεώς του πραγματικό ελάττωμα συνιστάμενο στο ότι εμφάνιζε από την πλευρά του οδηγού κλίση κατά 1,5 c.m. περίπου με αποτέλεσμα να παρουσιάζει αυτό αστάθεια στην οδήγηση και τράβηγμα του τιμονιού προς τα αριστερά και ότι εξ αιτίας του άνω ελαττώματος μειώνεται η αξία του κατά

²⁵⁷ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 12/1998 (Ετος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 1239*

το ποσό των 1.500.000 δραχμών (4.402€), δεδομένου ότι αυτή ανερχόταν κατά τον χρόνο μεταστάσεως του κινδύνου, ήτοι της παραδόσεώς του, χωρίς το άνω ελάττωμα σε 4.000.000 δραχμές (11.738€) και με αυτό σε 2.500.000 δραχμές (7.336€). Με βάση τα παραπάνω η ενάγουσα ζητεί να μειωθεί το τίμημα του άνω αυτοκινήτου σε 2.500.000 δραχμές (7.336€) και να υποχρεωθεί η εναγομένη να καταβάλλει σ' αυτήν το άνω ποσό των 1.500.000 δραχμών (4.402€), εντόκως, νομίμως, από την επίδοση της αγωγής.

Αιτιολογικό: Με το άνω ιστορικό η ένδικη αγωγή είναι νόμιμη, στηριζόμενη στη διάταξη του άρθρου 346 του ΑΚ. Επειδή κατά τα άρθρα 554 και 555 του ΑΚ η αγωγή για μείωση του τιμήματος παραγράφεται για τα κινητά μετά πάροδο έξι μηνών, η δε παραγραφή αρχίζει από την εγχείριση του πράγματος(κινητού) στο αγοραστή. Εξάλλου ο πωλητής δεν μπορεί να επικαλεστεί την παραγραφή των έξι μηνών αν απέκρυψε με δόλο το ελάττωμα. Δόλια απόκρυψη του ελαττώματος υπάρχει όταν ο πωλητής κατά τον χρόνο της παραδόσεως του πράγματος γνωρίζει την ύπαρξη του ελαττώματος και, παρά την υποχρέωσή του από την συναλλακτική καλή πίστη, δεν το γνωστοποιεί στον αγοραστή με το σκοπό να παραπείσει αυτόν και να αγοράσει το πράγμα. Έτσι δεν αρκεί η έστω και από βαριά αμέλεια απόκρυψη του ελαττώματος, αλλά και δεν απαιτείται πρόθεση προξενήσεως ζημιάς στον αγοραστή, ούτε και η χρήση παραπλανητικών μέσων ή τεχνασμάτων για να μην αντιληφθεί ο αγοραστής το ελάττωμα. Στην προκείμενη περίπτωση η εναγομένη ισχυρίζεται ότι η ένδικη αξίωση για μείωση του τιμήματος υπέκυψε στην παραγραφή των έξι μηνών. Ο ισχυρισμός αυτός της εναγομένης συνιστά νόμιμη, σύμφωνα με διατάξεις, ένσταση, η οποία αποδεικνύεται ήδη, δεδομένου ότι η μεν εγχείριση του κινητού πράγματος(αυτοκινήτου) στην ενάγουσα-αγοράστρια έγινε, όπως συνομολογείται με την αγωγή, την 28.2.1994, η δε αγωγή ασκήθηκε μετά την παρέλευση της εξαμήνου προθεσμίας, ήτοι κατατέθηκε την 8.12.1995 και επιδόθηκε την 21.12.1995 και συνεπώς δεν χρειάζεται να ταχθεί σχετική περί αυτής απόδειξη. Η ενάγουσα προς απόκρουση της άνω ενστάσεως ισχυρίζεται ότι η εναγομένη πωλήτρια, γνωρίζουσα κατά τον χρόνο παραδόσεως του πράγματος το άνω ελάττωμα, δολίως το απέκρυψε και, παρά την υποχρέωσή της από τη συναλλακτική καλή πίστη, δεν το γνωστοποίησε σ' αυτήν με τον σκοπό να την παραπείσει και να αγοράσει το πράγμα. Ο ισχυρισμός αυτός της εναγομένης συνιστά νόμιμη, σύμφωνα με διατάξεις, αντένσταση, κατόπιν δε της αρνήσεως της εναγομένης είναι υποχρεωμένη η ενάγουσα να αποδείξει τα πραγματικά ελαττώματα.

ΠπρΑθ 2960/1996²⁵⁸

ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΑΣΚΟΠΕΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ

ΚΛΗΣΕΙΣ: Αντικείμενο συλλογικής αγωγής, η οποία ασκείται από ένωση καταναλωτών, είναι η προστασία του καταναλωτικού κοινού στη περίπτωση που η συμπεριφορά προμηθευτή προσβάλλει το συλλογικό συμφέρον.

Η αξίωση προς παράλειψη παροχής ελαττωματικών υπηρεσιών είναι αξίωση αδικοπρακτικής φύσης, που μπορεί να έχει ως περιεχόμενο και την επιδίκαση χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης.

Τι οφείλει να επικαλεσθεί και να αποδείξει ο ενάγων κατ' άρθρο 8 του Ν. 2251/1994.

Έννοια «ευλόγως προσδοκώμενης ασφάλειας» της παροχής υπηρεσιών, η οποία είναι το προστατευτέο δικαίωμα των καταναλωτών. Πότε είναι ελαττωματική η υπηρεσία.

Αναγκαίο περιεχόμενο αγωγής για να είναι ορισμένη.

Λόγοι αοριστίας αγωγής κατά του ΟΤΕ, με την οποία ζητείται να αφαιρεθεί από το λογαριασμό καταναλωτή ποσοστό 12% των μονάδων χρέωσής του, ποσοστό που αντιστοιχεί σε κλήσεις που αστοχούν λόγω κακής παροχής των υπηρεσιών.

²⁵⁸ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1997 (Έτος 3^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 71

Κατά την διάταξη του άρθρου 10 παρ. 16, περ. β, του ν. 2251/1994 «περί προστασίας των καταναλωτών», ενώσεις καταναλωτών δύναται να εγείρουν συλλογική αγωγή, μπορούν δε, μεταξύ άλλων να ζητήσουν: α) κάθε παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή ακόμα και πριν εκδηλωθεί, όταν η συμπεριφορά αυτή συνίσταται στην παροχή ελαττωματικών υπηρεσιών και β) χρηματική, συνεπεία ηθικής βλάβης ικανοποίηση, ως προς τον καθορισμό της οποίας το Δικαστήριο λαμβάνει πρωτίστως υπόψιν του την ύπαρξη της παρανόμου συμπεριφοράς του παρέχοντος υπηρεσίες του προμηθευτή. Αντικείμενο, δηλαδή, της συλλογικής αγωγής αποτελεί η προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού στην περίπτωση κατά την οποία η συμπεριφορά του παρέχοντος υπηρεσίες προσβάλλει το συλλογικό συμφέρον το οποίο έχει ως φορέα του την ένωση καταναλωτών. Εξάλλου, η προς παράλειψη γενική αξίωση παροχής ελαττωματικών υπηρεσιών είναι αξίωση αδικοπρακτικής φύσεως διότι πηγάζει από την προσβολή εννόμου προστατευομένου συμφέροντος και αποτελεί ειδική περίπτωση αδικοπραξίας και μάλιστα αδικήματος εις βάρος του καταναλωτή, που μπορεί όμως περιεχόμενό της να είναι και η επιδίκαση χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης εάν συντρέχουν τέτοια και τόσα στοιχεία που να αιτιολογούν αυτή, ενόψει του ότι ένα τέτοιο περιεχόμενο δεν αντίκειται ούτε στη φύση του δικαιώματος αυτού, ούτε στο γράμμα αλλά ούτε στο πνεύμα. Για να γεννηθεί ευθύνη του προμηθευτή, απαιτείται να προκληθεί ζημιά εις βάρος του καταναλωτή οφειλόμενη αιτιωδώς σε ελαττωματική παροχή υπηρεσιών, ήτοι η προξενούμενη ζημιά από τον ευθυνόμενο προμηθευτή προς τον τρίτο καταναλωτή να είναι παράνομη.

Ιστορικό: Η εναγούσα ιστορεί ότι: είναι σωματείο διεπόμενο από τις διατάξεις του ΑΚ, έχει συσταθεί νομίμως και ως σκοπό έχει την προστασία των δικαιωμάτων των πολιτών – καταναλωτών, και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους και νομιμοποιείται προς άσκηση της παρούσης αγωγής κατά τη διάταξη του άρθρου 10 παρ. 16 του Ν. 2251/1994. Ότι ο εναγόμενος Οργανισμός Τηλεπικοινωνιακών Ελλάδος λειτουργεί υπό την μορφή ανωνύμου εταιρείας και κατά τον καταστατικό του προορισμό, παρέχει, μεταξύ άλλων, υπηρεσίες τηλεφωνίας προς τους Έλληνες καταναλωτές και είναι προμηθευτής κατά την έννοια το Νόμου. Ότι επί είκοσι τέσσερα (24) χρόνια ο εναγόμενος κατέχει την πρώτη θέση στα παράπονα των καταναλωτών και ότι από τον σχετικό «μαύρο πίνακα» των ετών 1970 έως 1995 τον οποίο δημοσίευσε το μηνιαίο περιοδικό «Ενεργός Πολίτης», προκύπτει ότι εναντίον του έχουν λάβει χώρα 61.513 καταγγελίες καταναλωτών, ποσοστό 12,21%. Ότι είναι πολύ γνωστό το θέμα των «φουσκωμένων λογαριασμών» αλλά και η καθημερινή εμπειρία όλων των πολιτών από τις αποτυχημένες κλήσεις οι οποίες είτε δεν βρίσκουν ανταπόκριση από τον καλούμενο είτε ανταποκρίνεται άλλος συνδρομητής. Έχει δε υπολογιστεί ότι δώδεκα στις εκατό (12%) κλήσεις αστοχούν, αλλά ταυτοχρόνως επιβαρύνουν τους λογαριασμούς των καταναλωτών αν και δεν υπάρχει παροχή υπηρεσιών.

Αιτιολογικό: Ο εναγόμενος προκαλεί ζημιά στους καταναλωτές ανερχόμενη στο ίδιο ποσοστό 12% οφειλόμενη σε βαριά του αμέλεια ως προς την αποκατάσταση των δικτύων του και ότι πρόσφορο μέτρο για την άμεση αποκατάσταση της προκληθείσας ζημιάς συνιστά η αφαίρεση από κάθε λογαριασμό καταναλωτή ποσοστό 12% των υπολογιζόμενων μονάδων χρεώσεως και, τέλος, ότι η εκ μέρους του εναγομένου οργανισμού συνεχιζόμενη παράνομη είσπραξη ποσών από τους καταναλωτές αποτελεί και βαρύτερη προσβολή η οποία οφείλεται στην εν γνώσει του εναγομένου οικονομική επιβάρυνση των καταναλωτών. Επίσης ζητάει ο εναγόμενος οργανισμός να αναγνωρισθεί υπόχρεος και να υποχρεωθεί: α) να προβεί στην αφαίρεση από κάθε καταναλωτή ποσοστό 12% των συνολικών χρεουμένων μονάδων συνδιαλέξεως και β) να καταδικασθεί στην καταβολή αποζημιώσεως λόγω ηθικής βλάβης, ποσού ύψους δέκα εκατομμυρίων δραχμών (27.341€).

Με το ως άνω περιεχόμενο και αιτήματα η παρούσα αγωγή είναι απορριπτέα και αόριστη διότι δεν εκτίθενται στο δικόγραφο της πραγματικά περιστατικά βάσει των οποίων να προσδιορίζεται το είδος, η έκταση και το ύψος της ζημιάς. Ειδικότερα δεν προσδιορίζεται: α) Ποιοι καταναλωτές υπέβαλαν τις καταγγελίες παραπόνων στην ενάγουσα και σε τι αφορούσαν τα παράπονα αυτά ούτε εάν οι άστοχες κλήσεις αφορούν τους εν λόγω καταγγέλλοντες ή αν αντιπροσωπεύουν το σύνολο των αποδεκτών των υπηρεσιών του εναγομένου οργανισμού, ποιο είναι συγκεκριμένα το χρονικό σημείο υποβολής των καταγγελιών αυτών και εάν έστω εξακολουθούν να υποβάλλονται και σήμερα και ποιο είναι το περιεχόμενό τους, β) Δεν αναφέρεται βάσει ποιων πραγματικών γεγονότων πραγματοποιήθηκε ο υπολογισμός της αστοχίας των κλήσεων του ενδίκου ποσοστού του 12%, σε ποια περιφέρεια ανταποκρίνεται, πότε, από ποιον, με τι ιδιότητα και με ποιο τρόπο διενεργήθη ο δειγματοληπτικός έλεγχος και πως τελικά διαπιστώθηκε ότι η αστοχία των κλήσεων οφείλεται αποκλειστικώς στο συνδρομητικό δίκτυο του εναγομένου οργανισμού, γ) Σε κανένα σημείο δεν περιλαμβάνεται, ούτε έμμεσα, ποιο είναι το είδος των άστοχων κλήσεων, εάν δηλαδή είναι τηλεφωνικές ή μέσω τηλεπικοινωνιακού τερματικού εξοπλισμού, εάν αφορούν κλήσεις εντός ή εκτός Ελλάδος πραγματοποιούμενες καθ' όλο το εικοσιτετράωρο, σε εβδομαδιαία βάση ή καθ' όλο το έτος και με ποια συχνότητα, εάν το κόστος των οποιοδήποτε κλήσεων είναι σταθερό ή ποικίλλει ανάλογα με τον τελικό προορισμό της κλήσεως και την διάρκεια του τηλεφωνήματος.

ΜΠρΑθηνών 335/1995²⁵⁹

ΠΡΟΣΒΟΛΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΝΗΛΙΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ:

Παράνομη προσβολή προσωπικότητας ανήλικου.

Το Σύνταγμα (άρθρο 21,παρ.1) ανάγει τη προστασία της παιδικής ηλικίας σε κοινωνικό δικαίωμα.

Προστασία των συναισθημάτων και του ψυχικού κόσμου του ανήλικου.

Αίτηση πατέρα απαγόρευσης εισαγωγής, διάθεσης και διαφήμισης από τηλεοπτικά μέσα παιχνιδιού που είναι μακάβριου και τροφοδοτεί το παιδί με μηνύματα βίας. Πρόσθετη παρέμβαση σωματείου καταναλωτών.

Η χρήση του παιχνιδιού είναι επικίνδυνη για τη ψυχική ανάπτυξη των παιδιών και προσβάλλει τη προσωπικότητά τους κατά την ψυχική της ατομικότητα.

Ιστορικό: Μια εταιρία εισάγει και διαθέτει στην ελληνική αγορά σύστημα παιδικών παιχνιδιών με την ονομασία Κρας Ντάμις (CRASH DUMMIES), το οποίο προβάλλει με διαφημίσεις στους τηλεοπτικούς σταθμούς. Στο σύστημα αυτό των παιχνιδιών περιλαμβάνεται ομοίωμα και τραπέζι μεταβαλλόμενου μήκους, στο οποίο καλούνται τα παιδιά να ξαπλώσουν το ανθρώπινο ομοίωμα (κούκλα), να το προσδέσουν στο τραπέζι με ιμάντες από καουτσούκ στους καρπούς και τους αστραγάλους και κατόπιν να χρησιμοποιήσουν τους υπάρχοντες μοχλούς γυρίζοντας τους, οπότε διαμελίζεται το ανθρώπινο ομοίωμα με τον αποχωρισμό από τον κορμό των άνω και κάτω άκρων και του κεφαλιού, υπάρχει δε δυνατότητα να γίνεται χρήση και μιας αρπαγής που αρπάζει τα αποχωριζόμενα μέλη του σώματος. Το παιχνίδι αυτό προσφέρθηκε ως δώρο στον δεκάχρονο γιο του αιτούντα, ο οποίος αφού το εξέτασε, το αφαίρεσε από την κατοχή του γιου του, γιατί το θεώρησε επικίνδυνο για την ομαλή ψυχική υγεία, ανάπτυξη και ισορροπία του ανήλικου καθώς και την διαμόρφωση του χαρακτήρα του εξοικειώνοντας τον με την έννοια του βίαιου θανάτου και του διαμελισμού του ανθρώπινου

²⁵⁹ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 5/1996 (Έτος 2^ο), Νομική Βιβλιοθήκη

σώματος. Ο ανήλικος έχει εντυπωσιαστεί λόγω της εκτεταμένης διαφήμισης του παιχνιδιού αυτού, το οποίο μπορεί να δανείζεται από φίλους του. Ο αιτών-πατέρας επικαλείται δε επείγουσα περίπτωση και ζητεί, ως ασφαλιστικό μέτρο, να απαγορευθεί στην εναγόμενη εταιρία και στους νομικούς εκπρόσωπους της να εισάγουν, εμπορεύονται και προβάλλουν με οποιονδήποτε τρόπο το παιχνίδι και να απειληθεί κατά των νομικών εκπροσώπων της χρηματική ποινή και προσωπική κράτηση για την περίπτωση που θα παραβούν την απόφαση. Με την αίτηση του αιτούντα πρέπει να ενωθεί και να συνεκδικαστεί λόγω της πρόδηλης συνάφειας η πρόσθετη παρέμβαση που άσκησε υπέρ του αιτούντα παραδεκτώς προφορικά στο ακροατήριο το σωματείο με την επωνυμία «ΕΝΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ», η οποία είναι νόμιμη στηριζόμενη στις διατάξεις των άρθρων 10 παρ.15 του Ν 2251/1994 περί προστασίας του καταναλωτή.

Αιτιολογικό: Στο άρθρο 57 παρ. 1 εδ. α ορίζει ότι όποιος προσβάλλεται παράνομα στην προσωπικότητα του έχει δικαίωμα να απαιτήσει να αρθεί η προσβολή και να μην επαναληφθεί στο μέλλον. Υποκείμενο του δικαιώματος της ελεύθερης ανάπτυξης της προσωπικότητας είναι κάθε άνθρωπος, άρα και οι ανήλικοι. Η προσωπικότητα του ανθρώπου συντίθεται από την σωματική, ψυχική, πνευματική, ηθική, κοινωνική υπόσταση του από την οποία απορρέουν επιμέρους δικαιώματα για την προστασία συγκεκριμένων έννομων αγαθών, συνυφασμένων με τη προσωπικότητά του. Το Σύνταγμα 1975 στο άρθρο 21 παρ. 1 ορίζει ότι η οικογένεια, ως θεμέλιο της συντήρησης και προαγωγής του έθνους, καθώς και ο γάμος, η μητρότητα και η παιδική ηλικία τελούν υπό την προστασία του Κράτους, κατευθύνοντας τον κοινό νομοθέτη να προχωρήσει σε λήψη μέτρων σχετικά με τα προστατευόμενα αγαθά ή κύκλο προσώπων, στους οποίους περιλαμβάνονται και τα παιδιά, ανάγει δηλαδή την προστασία της παιδικής ηλικίας σε κοινωνικό δικαίωμα. Ειδικές διατάξεις που αποβλέπουν στην προστασία της παιδικής ηλικίας περιέχονται σε διάφορα νομοθετήματα όπως στον Ν 2251/1994 και στο Κώδικα Δεοντολογίας Ραδιοτηλεοπτικών Διαφημίσεων. Σύμφωνα με το άρθρο 7 παρ. 1 οι προμηθευτές υποχρεούνται να διαθέτουν στην αγορά προϊόντα τα οποία, ως εκ του προορισμού, της χρήσης ή των συνθηκών διάθεσης δεν ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων. Επίσης με το άρθρο 7 παρ. 2 ως προϊόντα τα οποία ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων θεωρούνται ιδίως τα προϊόντα τα οποία: α) προκαλούν στους ανηλίκους, ανασφάλεια ή φόβο, β) παροτρύνουν, άμεσα ή έμμεσα, σε επιθετική συμπεριφορά και ειδικότερα σε χρήση ή άσκηση βίας, γ) προτρέπουν στην υιοθέτηση προτύπων συμπεριφοράς που δεν συνάδουν με τους ηθικούς και νομικούς κανόνες της σύγχρονης κοινωνίας.

Επιπλέον σύμφωνα με τον ν. 2251/1994 άρθρο 7 παρ. 5 τα κριτήρια ταξινόμησης των προϊόντων, η σχετική επισήμανση, καθώς και η διαφήμισή τους δεν επιτρέπεται να αντίκεινται στις διατάξεις της παραγράφου 2 και στους κώδικες ορθής πρακτικής, οι οποίοι συντάσσονται από την Επιτροπή της παραγράφου 4, σε συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους φορείς και τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή. Επομένως η παραπάνω διαφήμιση θεωρείται αθέμιτη γιατί παροτρύνει άμεσα σε επιθετική συμπεριφορά και ειδικότερα σε χρήση άσκησης βίας και προσβάλλει τον ψυχικό κόσμο των ανηλίκων.

Επίσης, στο άρθρο 9, παρ. 6 του ν. 2251/1994 απαγορεύεται η μετάδοση διαφημίσεων παιδικών παιχνιδιών μεταξύ της 7^{ης} και 22^{ης} ώρας του 24ώρου. Έτσι, είναι παράνομη οποιαδήποτε πράξη προσβάλλει και επηρεάζει τον ψυχικό κόσμο των ανηλίκων, οι οποίοι απολαύουν ιδιαίτερης συνταγματικής προστασίας.

Το παιχνίδι αυτό της εναγόμενης εταιρίας δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει κάποιο παιδαγωγικό σκοπό. Αντίθετα, σύμφωνα με τις γνώμες ειδικών είναι φθοροποιό για την παιδική ψυχή διότι διδάσκει τη βία ως αυτοσκοπό ή μακάβριο και αποκρουστικό διότι τροφοδοτεί το παιδί με μηνύματα βίας χωρίς να είναι ψυχαγωγικό ούτε εκπαιδευτικό. Επίσης μπορεί να θεωρηθεί ότι υποδαυλίζει τις ανώριμες αναπτυξιακές σαδιστικές τάσεις των παιδιών και δεν διδάσκει τίποτε το σχετικό με την οδική ασφάλεια ούτε ειδικότερα με τη

χρήση της ζώνης ασφαλείας, διότι οι ενέργειες στις οποίες καλείται να προβεί το παιδί κατά τη χρήση του παιχνιδιού δεν έχουν καμιά σχέση με τις αντίστοιχες των πειραμάτων όπου εξετάζονται τα αποτελέσματα μιας σύγκρουσης σε κούκλες με ή χωρίς ζώνη ασφαλείας. Ο κίνδυνος επηρεασμού του ψυχισμού των ανηλίκων επιτείνεται από τη διαφήμιση του παιχνιδιού στους τηλεοπτικούς σταθμούς. Από τον αιτούντα προσκομίστηκαν αρκετά δημοσιεύματα, τα οποία αναφέρονται στο πρόβλημα αυτό και από τα οποία φαίνεται ότι ο μιμητισμός σκηνών βίας μπορεί να αποβεί εξαιρετικά επικίνδυνος για τις τρυφερές ηλικίες.

Συνεπώς, η χρήση του συγκεκριμένου παιχνιδιού είναι επικίνδυνη για την ψυχική ανάπτυξη των ανηλίκων, εφόσον διαταράσσεται η ισορροπία της εσωτερικής κατάστασής τους και επηρεάζει τις εκδηλώσεις των ενεργειών τους κατά την ψυχική ατομικότητα. Επιβάλλεται, επομένως, για τη διαφύλαξη του εσωτερικού τους κόσμου να διαταχθεί προσωρινά η απαγόρευση της εισαγωγής, της διάθεσης και της προβολής του παιχνιδιού μέσω διαφημίσεων. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, η αίτηση του ενάγοντος για τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων έγινε δεκτή καθώς θεωρήθηκε ο πιο δραστικός τρόπος για την αντιμετώπιση της παραπάνω παράβασης. Επιπλέον, πρέπει να απειληθεί χρηματική ποινή για κάθε παράβαση της απόφασης στο μέλλον.

ΕιρΑθηνών 2254/1998²⁶⁰

ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ:

Είναι καταχρηστικός ο όρος της σύμβασης που υποχρεώνει τον χρήστη να καταβάλλει τα πάγια τέλη ληξιπρόθεσμων λογαριασμών μέχρι τη λήξη της σύμβασης, ανεξάρτητα από το λόγο για τον οποίο έληξε.

Ιστορικό: Μια εταιρία κινητής τηλεφωνίας ζητά με αίτηση της να διαταχθεί ως ασφαλιστικό μέτρο η συντηρητική κατάσχεση κάθε κινητής και ακίνητης περιουσίας του καθού μέχρι του ποσού των 304.000 δρχ (892 ευρώ) για εξασφάλιση απαίτησης της αιτούσας, που προέρχεται από ανεξόφλητους λογαριασμούς από τη χρήση της κάρτας SIM, που χορηγήθηκε στον καθού (μετά από αίτηση του), λόγω κατάρτισης μεταξύ τους συμβάσεως παροχής υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας. Κατά την κατάρτιση της συμβάσεως η αιτούσα διαβεβαίωσε τον καθού ότι το δίκτυο της θα επεκταθεί μέσα στο έτος 1995 στην Ιτέα Φωκίδας, όπου ο καθού είχε πρόθεση να χρησιμοποιεί το κινητό του τηλέφωνο. Αυτό όμως δεν συνέβη ποτέ για λόγους που αφορούσαν την αιτούσα και έτσι ο καθού στις 12.5.1995 κατήγγειλε τη σύμβαση, γεγονός που αποδέχτηκε η αιτούσα. Η αίτηση της αιτούσας είναι νόμιμη και φέρεται για συζήτηση στο δικαστήριο κατά την διαδικασία ασφαλιστικών μέτρων και πρέπει να ερευνηθεί ως προς την ουσιαστική της πλευρά.

Αιτιολογικό: Το δικαστήριο έκρινε ότι ο όρος της σύμβασης να υποχρεούται ο καθού να καταβάλλει τα πάγια τέλη, στα οποία αφορούν οι ληξιπρόθεσμοι λογαριασμοί, που επικαλείται η αιτούσα, μέχρι τη λήξη της σύμβασης ανεξαρτήτως του λόγου για τον οποίο έληξε η σύμβαση είναι καταχρηστικός και δεν επηρεάζει το κύρος της καταγγελίας. Εξάλλου δεν κινδυνεύει η ικανοποίηση της απαιτήσεως της αιτούσας διότι η οικονομική κατάσταση του καθού είναι πολύ καλή. Κατά ακολουθία των παραπάνω δεν πιθανολογείται η απαίτηση της αιτούσας και η αίτηση ασφαλιστικών μέτρων απορρίπτεται ως αβάσιμη κατά την ουσιαστική της πλευρά.

²⁶⁰ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/1998 (Έτος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη

ΜΠρΑθηνών 26583/1996²⁶¹

ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ:

Παραπλανητικές και αθέμιτες διαφημίσεις τσιγάρων.

Εμφάνιση τους με τη μορφή επιστημονικής έρευνας, χωρίς να δηλώνεται ρητά ότι πρόκειται για διαφημίσεις.

Περιεχόμενο τους χαλκευμένα αποτελέσματα ερευνών που έχουν σκοπό να τους προσδώσουν επιστημονική βάση, που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

Ισχυρισμός προσφεύγουσας ένωσης καταναλωτών ότι οι διαφημίσεις είναι αθέμιτες γιατί απευθύνουν το διαφημιστικό μήνυμα κατευθείαν στο υποσυνείδητο του καταναλωτή, χωρίς να γίνεται απ' αυτόν αντικείμενο συνειδητής επεξεργασίας και κριτικής.

Ιστορικό: Τον μήνα Ιούλιο 1996 στις ημερήσιες εφημερίδες Αθηνών Ε. και Β. δημοσιεύτηκαν διαφημίσεις της ολλανδικής εταιρίας με την επωνυμία «Ρ.Μ.Ε. S.A.», με τις οποίες συγκρίνει τους κινδύνους του παθητικού καπνίσματος με αυτούς που εγκυμονούν διάφορα καταναλωτικά προϊόντα, όπως μπισκότα και άλλα. Οι διαφημίσεις αυτές είχαν το τίτλο «Ο ΚΑΠΝΟΣ ΤΟΥ ΤΣΙΓΑΡΟΥ ΣΤΟΝ ΑΕΡΑ: ΜΙΑ ΝΕΑ ΘΕΩΡΗΣΗ» και ακολουθούν «Τι κινδύνους διατρέχετε;» και «Η ζωή πάντα κρύβει κινδύνους. Πρέπει όμως να αποφασίσετε ποιοι είναι σοβαροί». Στη συνέχεια, ακολουθεί ένα κείμενο που αναφέρει «Η Υπηρεσία προστασίας Περιβάλλοντος των Η.Π.Α. έκανε πρόσφατα μια μεγάλη ανασκόπηση των μελετών που έχουν γίνει σχετικά με τον καπνό του τσιγάρου στον αέρα και τον πιθανό κίνδυνο για την υγεία των μη καπνιστών. Σ' αυτές τις μελέτες συμμετείχαν, μη καπνιστές που ζουν με καπνιστές για μεγάλη χρονική περίοδο. Η ανασκόπηση αυτή τοποθέτησε την πιθανότητα κινδύνου για καρκίνο των πνευμόνων από τον καπνό του τσιγάρου στον αέρα, σε επίπεδο πολύ χαμηλότερο από τον πιθανό κίνδυνο, που αναφέρεται σε άλλες μελέτες σε σχέση με πολλά καθημερινά πράγματα και δραστηριότητες (κατανάλωση ενός μπισκότου την ημέρα ή χλωριωμένου νερού ή από τη συχνή κατανάλωση πιπεριού), καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει καμία βάσιμη δικαιολογία για κάποια εκστρατεία κατά του καπνού από το τσιγάρο στον αέρα. Ακολουθεί συγκριτικός πίνακας με παραπομπές σε επιστημονικές μελέτες που αναφέρει ότι η έκθεση στον καπνό του τσιγάρου στον αέρα αυξάνει τις πιθανότητες να προσβληθεί κάποιος από τον καρκίνο του πνεύμονα κατά 1,19%, ποσοστό μικρότερο από ότι παρουσιάζουν άλλα προϊόντα. Η διαφημιστική αυτή εκστρατεία ξεκίνησε μετά από την απόφαση της Ολλανδικής Κυβέρνησης να απαγορεύει το κάπνισμα σε δημόσιους χώρους, τρένα, μεγάλες επιχειρήσεις κ.λπ. και προβλήθηκε σε πολλές χώρες της Ευρώπης, μεταξύ αυτών και η Ελλάδα, καλώντας το κοινό να αποφασίσουν οι ίδιοι αν ο καπνός του τσιγάρου στον αέρα αποτελεί πράγματι, σημαντικό πιθανό κίνδυνο για την υγεία των μη καπνιστών υποστηρίζοντας ότι «η επιστήμη δεν δικαιολογεί τις δραστηρικές απαγορεύσεις κατά του καπνίσματος που επικρατούν στις Η.Π.Α. και υποστηρίζονται ολοένα και περισσότερο από ορισμένους στην Ευρώπη».

Ένωση καταναλωτών υποστηρίζει ότι οι διαφημίσεις αυτές διαφημίζουν τσιγάρα με παραπλανητικό και αθέμιτο τρόπο και ειδικότερα ότι είναι παραπλανητικές διότι εμφανίζονται με τη μορφή επιστημονικής έρευνας χωρίς να δηλώνεται ρητά και ευδιάκριτα

²⁶¹ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1997 (Έτος 3^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 84

ότι πρόκειται για διαφήμιση και περιέχουν αποτελέσματα ερευνών χαλκευμένα κατά τρόπο και με σκοπό να προσδώσουν στη διαφημιστική ανακοίνωση με επιστημονική βάση που δεν ανταποκρίνεται στη πραγματικότητα, αθέμιτες δε διότι απευθύνουν το διαφημιστικό μήνυμα κατευθείαν στο υποσυνείδητο του καταναλωτή, χωρίς να γίνεται απ' αυτόν αντικείμενο συνειδητής επεξεργασίας και κριτικής.

Η Ένωση καταναλωτών μετά από αίτηση, επικαλείται επείγουσα περίπτωση και ζητεί να ληφθούν ασφαλιστικά μέτρα που να ρυθμίζουν προσωρινά την κατάσταση και συγκεκριμένα

- i. να απαγορευθεί προσωρινά και μέχρι να εκδοθεί οριστική απόφαση επί της κύριας αγωγής της, η δημοσίευση των διαφημίσεων αυτών
- ii. να διαταχθεί με επιμέλεια της αιτούσας ένωσης και δαπάνες της P.M.E. S.A. η δημοσίευση του διατακτικού της απόφασης αυτής σε ό,τι αφορά την απαγόρευση δημοσίευσης των παραπάνω διαφημίσεων σε τρεις εφημερίδες των Αθηνών δύο φορές
- iii. να απειληθεί κατά της εναγόμενης χρηματική ποινή 2.000.000 δρχ (5870 ευρώ) για κάθε παράβαση των διατάξεων της απόφασης αυτής και να καταδικασθεί στη δικαστικές δαπάνες.

Η αίτηση είναι νόμιμη και παραδεκτά εισάγεται ενώπιον του δικαστηρίου για την διαδικασία ασφαλιστικών μέτρων ώστε να ερευνηθεί κατ' ουσία.

Παράλληλα, τις διαφημίσεις αυτές κατήγγειλαν και ο Σύνδεσμος Ελληνικών βιομηχανιών σοκαλατοποιίας – μπισκοτοποιίας - φρυγανοποιίας και ζαχαρωδών προϊόντων, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών τροφίμων και γαλακτοκομικών προϊόντων.

Αιτιολογικό: Λόγω της γραπτής δήλωσης του εκπροσώπου της εταιρίας, ότι το πρόγραμμα δημοσιεύσεων των άνω επίμαχων διαφημίσεων έχει ολοκληρωθεί και ουδεμία πρόθεση ή περαιτέρω προγραμματισμός υπάρχει για την επανάληψη τους και μετά από επιβεβαίωση της παραπάνω δήλωσης από μάρτυρες, δεν πιθανολογήθηκε ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση συντρέχει επείγουσα περίπτωση για τη λήψη του αιτούμενου ασφαλιστικού μέτρου και συνεπώς η κρινόμενη αίτηση απορρίφθηκε ως αβάσιμη κατ' ουσία.

ΠΠρΑθηνών 2411/1997²⁶²

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ:

Ενώσεις καταναλωτών. Άσκηση συλλογικής αγωγής. Γενικοί όροι συναλλαγών. Καταχρηστικότητα όρου ασφαλιστικής σύμβασης νοσοκομειακής περίθαλψης, που ανανεώνεται κατ' έτος χωρίς τούτο να αναφέρεται σε αυτήν, ότι ο ασφαλιστής δικαιούται να αλλάξει τα ασφάλιστρα σε οποιαδήποτε ημερομηνία ανανέωσης της.

Ιστορικό: Η εναγομένη, ανώνυμη ασφαλιστική εταιρία που λειτουργεί νόμιμα στην Ελλάδα με την επωνυμία «... Ασφαλιστική εταιρία», συνάπτει με τους καταναλωτές ασφαλιστικές συμβάσεις, στις οποίες ισχύουν οι Γενικοί Όροι για την Ασφάλεια Ζωής. Σε μια πρόσθετη στην ασφάλεια ζωής ασφαλιστική σύμβαση, που ισχύει ως παράρτημα με την κύρια ασφάλιση ζωής, την «Πλήρη Νοσοκομειακή Περίθαλψη», όπου ισχύουν ειδικότεροι όροι ασφάλισης και με την οποία συμφωνείται η κάλυψη νοσηλευτικών εξόδων του ασφαλισμένου, περιλαμβάνεται και ο ακόλουθος όρος: «Η εταιρία διατηρεί το δικαίωμα αλλαγής των ασφάλιστρων αυτής της κάλυψης σε οποιαδήποτε ημερομηνία ανανέωσης της». Επίσης η σύμβαση της Πλήρους Νοσοκομειακής Περίθαλψης ανανεώνεται κατ' έτος, γεγονός που δεν αναφέρεται στην σύμβαση. Η ενάγουσα έχει αναγνωρισθεί ως Ένωση Καταναλωτών, αριθμεί πάνω από 500 μέλη και έχει εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων

²⁶² Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1998 (Έτος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 49

καταναλωτών της Νομαρχίας Αθηνών, το καταστατικό της οποίας έχει εγκριθεί με απόφαση του Πολυμελούς Πρωτοδικείου Αθηνών και επιζητά:

- 1) να απαγορευθεί στην εναγομένη να διατυπώνει και να χρησιμοποιεί τον αναφερόμενο στην αγωγή όρο
- 2) να υποχρεωθεί η εναγομένη να ενημερώσει τους συμβαλλόμενους της ότι αυτός ο όρος δεν ισχύει
- 3) να αναγνωρισθεί ότι η εναγομένη υποχρεούται να καταβάλλει 20.000.000 δρχ ως χρηματική ικανοποίηση για την ηθική βλάβη των καταναλωτών από την χρήση του αναφερόμενου στην αγωγή όρου
- 4) να απειληθεί κατά της εναγόμενης χρηματική ποινή 2.000.000 δρχ για κάθε παράβαση της απαγόρευσης χρήσης του παραπάνω όρου και
- 5) να καταδικασθεί η εναγομένη στην δικαστική δαπάνη της ενάγουσας.

Αιτιολογικό: Η ασφαλιστική σύμβαση είναι πάντοτε μια ενοχική σύμβαση διάρκειάς που ο χρόνος εξαρτάται από τον ασφαλιζόμενο κίνδυνο. Το ασφάλιστρο ως κύρια υποχρέωση του αντισυμβαλλόμενου του ασφαλιστή και βασικός όρος της σύμβασης, πρέπει να είναι ακριβώς προσδιορισμένο κατά την κατάρτιση της συμβάσεως, χωρίς να αποκλείεται ο ασφαλιστής να επιφυλάξει για τον εαυτό του την αναπροσαρμογή του ασφαλίματος στο μέλλον. Στην περίπτωση αυτή όμως, πρέπει να προσδιορίζονται στην αρχική σύμβαση τα κριτήρια με βάση τα οποία γίνεται η αναπροσαρμογή, έτσι ώστε ο ασφαλιζόμενος να γνωρίζει μεν ότι κατά την διάρκεια της σύμβασης ενδέχεται να αντιμετωπίσει αύξηση των ασφαλίστρων, που όμως θα γίνει με κριτήρια γνωστά στον ίδιο εκ των προτέρων, και αποδεχόμενος τα οποία προχωρά στην υπογραφή της σύμβασης.

Στην προκειμένη περίπτωση ο σχετικός όρος του παραρτήματος της βασικής συμβάσεως ασφαλίσεως ζωής, που φέρει τον χαρακτήρα γενικού όρου των συναλλαγών και που συνάπτει η εναγομένη, κρίθηκε από το Δικαστήριο ως καταχρηστικός διότι αφενός επιφυλάσσει στον προμηθευτή το δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης της σύμβασης χωρίς ειδικό και σπουδαίο λόγο (άρθρο 2 παρ. 7 στοιχ. ε' Ν2251/1994) καθότι τα ασφάλιστρα είναι ένα σημαντικό μέρος της ασφαλιστικής συμβάσεως και συνεπώς κάθε τροποποίηση σχετική με το ύψος των ασφαλίστρων συνιστά τροποποίηση της σύμβασης και αφετέρου αφήνει χωρίς σπουδαίο λόγο το τίμημα (ασφάλιστρο) αόριστο, στην απόλυτη μονομερή κρίση της εναγόμενης, χωρίς αναφορά κανενός κριτηρίου, με αποτέλεσμα να διαταράσσεται υπέρμετρα η ισορροπία των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλόμενων σε βάρος του ασφαλισμένου καταναλωτή. Συνεπώς ο παραπάνω όρος είναι άκυρος ως καταχρηστικός και πρέπει να απαγορευθεί η χρήση του από την εναγομένη. Επιπλέον, το Δικαστήριο έκρινε ότι η εναγομένη υποχρεούται να καταβάλλει το ποσό των 20.000.000 δρχ, ότι πρέπει να απειληθεί χρηματική ποινή 2.000.000 δρχ για κάθε παράβαση της απαγορευτικής χρήσης του παραπάνω καταχρηστικού όρου. Τέλος, τα δικαστικά έξοδα πρέπει να συμψηφιστούν εν μέρει, λόγω εύλογης αμφιβολίας για την έκβαση της δίκης και να επιβληθεί στην εναγομένη μέρος των δικαστικών εξόδων της ενάγουσας.

ΕφΘες 113/2001²⁶³

ΣΥΜΒΑΣΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ:

Νόμιμη η υπαναχώρηση από τη σύμβαση λόγω παραβίασης από τον πράκτορα των όρων της σύμβασης που αφορούν την ώρα αναχώρησης, την αεροπορική εταιρεία, με την οποία θα γινόταν το ταξίδι και τις ενδιάμεσες στάσεις.

²⁶³ Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2001 (Ετος 7^ο), Νομική Βιβλιοθήκη, σελ 1146

Ιστορικό: Ο εναγόμενος διατηρεί στην Αθήνα γραφείο ταξιδιών-εκδρομών, το οποίο λειτουργεί υπό την μορφή ατομικής επιχείρησης με τον διακριτικό τίτλο «I.TRAVEL». Στα πλαίσια της δραστηριότητάς του αυτής διοργάνωσε αυτός το καλοκαίρι του 1998 εκδρομή στο Μεξικό, στην οποία με σύμβαση που συνάψαν μαζί του οι ενάγοντες στις 30.7.1998 δήλωσαν ότι θα συμμετάσχουν και αυτοί. Η αμοιβή του εναγόμενου συμφωνήθηκε στο ποσόν των 670.000 δρχ (1.966€) για των καθένα από τους ενάγοντες, που ήταν γονείς και τέκνο και προκαταβλήθηκε από αυτούς. Σύμφωνα με τους όρους της μεταξύ των διαδίκων συμβάσεως ταξιδιού η αναχώρηση θα γινόταν από την Θεσσαλονίκη την 3^η πρωινή ώρα της 7.8.1998 με αεροσκάφος της αεροπορικής εταιρείας L. Η πτήση για το Μεξικό θα είχε ενδιάμεση στάση στη Φρανκφούρτη της Γερμανίας, όπου θα ενώνονταν η ομάδα των εκδρομέων που προέρχονταν από τη Θεσσαλονίκη με την αντίστοιχη ομάδα που προερχόταν από την Αθήνα. Ακολούθως η μετάβαση στο Μεξικό θα γινόταν με αεροσκάφος της ίδιας πιο πάνω αεροπορικής εταιρείας L. Η επιστροφή στην Ελλάδα θα γινόταν με την αντίστροφη διαδρομή (Μεξικό-Φρανκφούρτη-Θεσσαλονίκη) στις 20.8.1998.

Την παραμονή της αναχώρησης των εναγόντων ο εναγόμενος, παραβιάζοντας τους όρους της συμβάσεως αναφορικά με την ώρα αναχώρησης, την αεροπορική εταιρεία με την οποία θα γινόταν το ταξίδι και τις ενδιάμεσες στάσεις, ανακοίνωσε σε αυτούς ότι η αναχώρηση από τη Θεσσαλονίκη θα καθυστερούσε και συγκεκριμένα αυτή αντί της 3^{ης} πρωινής της 7.8.1998 θα γινόταν την 9^η βραδινή της ίδιας ημέρας και επιπλέον ότι το ταξίδι θα γινόταν όχι με αεροπλάνο της αεροπορικής εταιρείας L και με ενδιάμεση στάση την Φρανκφούρτη της Γερμανίας, όπως προβλεπόταν από την συμφωνία τους, αλλά με αεροπλάνο της Ολυμπιακής Αεροπορίας με πρώτη ενδιάμεση στάση την Αθήνα και εν συνεχεία, με ώρα αναχώρησης από την Αθήνα την 12^η νυχτερινή, με αεροπλάνο της αεροπορικής εταιρείας της Νέας Υόρκης D με δεύτερη ενδιάμεση στάση τη Νέα Υόρκη των Η.Π.Α. Λόγω της παραπάνω συμπεριφοράς του εναγόμενου και κυρίως λόγω καθυστέρησης της αναχώρησης και αλλαγής της αεροπορικής εταιρείας και των ενδιάμεσων στάσεων, οι ενάγοντες υπαναχώρησαν από τη σύμβαση και δήλωσαν προς τον εναγόμενο ότι δεν επιθυμούν πλέον να συμμετέχουν στην εκδρομή γιατί αφενός μεν καθυστερούσε η αναχώρηση των εκδρομέων, αφετέρου δε το ταξίδι θα πραγματοποιούνταν με αεροπλάνο άγνωστης σε αυτούς αεροπορικής εταιρείας D. και όχι, όπως είχε συμφωνηθεί με αεροπλάνο της εταιρείας L., την οποία γνώριζαν και εμπιστεύονταν και μάλιστα με περισσότερες και διαφορετικές ενδιάμεσες στάσεις (αντί μιας ενδιάμεσης στάσης στη Φρανκφούρτη με δύο ενδιάμεσες στάσεις στην Αθήνα και τη Νέα Υόρκη). Συγχρόνως οι ενάγοντες ζήτησαν από τον εναγόμενο να τους επιστρέψει το ποσό των 2.000.000 δρχ (5.870€) της αμοιβής που του είχαν προκαταβάλει. Ο εναγόμενος τους επέστρεψε μόνο το ποσό των 500.000 δρχ. (1.467€) και αρνείται να επιστρέψει το υπόλοιπο ποσό των 1.500.000 δρχ. (4.402€). με βάση το ιστορικό αυτό οι ενάγοντες ζητούν να υποχρεωθεί ο εναγόμενος να καταβάλλει σε αυτούς το α) το παραπάνω κατ' ισομοιρία ποσό των 1.500.000 δρχ. (4.402€), β) χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης στον πρώτο 600.000 δρχ (1.760€) στη δεύτερη 400.000 δρχ. (1.174€) και στον τρίτο 300.000 δρχ (880€).

Αιτιολογικό: Το δικαστήριο έκρινε ότι οι ενάγοντες νόμιμα και δικαιολογημένα υπαναχώρησαν από τη σύμβαση ταξιδιού που κατάρτισαν με τον εναγόμενο και υποχρέωσε τον τελευταίο να αποδώσει σε αυτούς και το υπόλοιπο της αμοιβής που του προκατέβαλλαν με τον νόμιμο τόκο από 7.8.1998 μέχρι και την εξόφλησή του, το οποίο ποσό, αρνούμενος να το αποδώσει, κατέστησε αυτόν αδικαιολόγητα πλουσιότερο σε βάρος της περιουσίας των εναγόντων. Όσον αφορά την χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης των εναγόμενων, το δικαστήριο την ενέκρινε ως μη νόμιμη.

Η παραπάνω αντισυμβατική συμπεριφορά του εναγόμενου συνάγεται και από το γεγονός ότι αυτός, ύστερα από σχετική καταγγελία των εναγόντων τιμωρήθηκε με πρόστιμο 300.000 δρχ (880€) από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) για την εν λόγω συμπεριφορά του. Κατά της απόφασης αυτής του ΕΟΤ ο εναγόμενος δεν άσκησε ένσταση όπως δικαιούταν πράγμα που σημαίνει ότι ο ίδιος αποδέχθηκε ως αληθή τα καταγγελλόμενα από τους ενάγοντες περιστατικά.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το νομοθετικό πλαίσιο, το οποίο προασπίζει την Προστασία του Καταναλωτή, αποτελείται από μια πληθώρα διατάξεων τόσο εθνικών όσο και κοινοτικών, με τις τελευταίες να έχουν τον κύριο λόγο, καθώς κατά κανόνα υπαγορεύουν τις πρώτες. Βέβαια, η πληθώρα αυτή που κατά κανόνα αφορά ειδικές κατηγορίες συναλλαγών και όχι απλά γενικές διατάξεις, δικαιολογείται από τα χαρακτηριστικά μιας τόσο πολύπλοκης κοινωνικό-οικονομικής οργάνωσης, όπως είναι η σημερινή. Επιπλέον, οι περισσότερες από αυτές τις διατάξεις είναι απρόσιτες ή και άγνωστες τόσο για τον μη επιμελή καταναλωτή όσο και για τον πιο επιμελή που επιδιώκει συνεχώς να ενημερώνεται. Η γλώσσα ωστόσο που χρησιμοποιείται στις εν λόγω διατάξεις είναι δυσνόητη για τον μέσο καταναλωτή καθώς συνήθως μόνο νομικοί και ιδίως καθηγητές μπορούν να τις ερμηνεύσουν.

Οι διατάξεις δικαίου πρέπει να μπορούν να γίνουν «κτήμα» όλων, ακόμα και του πιο ενημερωμένου καταναλωτή. Σ' αυτή τη κατεύθυνση μπορούν να πραγματοποιηθούν τα εξής:

- πραγματοποίηση ενημερωτικών πρωτοβουλιών που θα απευθύνονται, όχι όπως συνήθως μέχρι σήμερα στους γνώστες του αντικειμένου, αλλά θα πρέπει να προσεγγίζουν όλους τους καταναλωτές και προμηθευτές με τη χρησιμοποίηση απλών καθημερινών παραδειγμάτων που θα τους δημιουργήσει το ερέθισμα για την αναζήτηση περισσότερων πληροφοριών
- συγκέντρωση του Δικαίου σε λίγα νομοθετήματα. Μπορεί ο ν.2251/1994 να αποτελεί ένα καλό παράδειγμα, ωστόσο αναφέρεται μόνο σε γενικές διατάξεις. Επομένως, επιβάλλονται εκτενέστερες προσπάθειες για τη συγκρότηση ενός κώδικα, όπως π.χ. ο Αστικός ή ο Ποινικός, που θα περιλαμβάνει ακόμα και τις πιο ειδικές διατάξεις. Βέβαια, το έργο αυτό είναι ιδιαίτερα δύσκολο καθώς η προέλευση του Εθνικού Δικαίου επηρεάζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό από το Κοινοτικό το οποίο επιβάλλει την πλήρη εναρμόνισή του με αυτό

Από την εμπειρία του καθενός, χωρίς να είναι απαραίτητη κάποια στατιστική-επιστημονική έρευνα, είναι εύκολο να συμπεράνει κανείς ότι πολλές διατάξεις που προστατεύουν τα δικαιώματα του καταναλωτή, είτε δεν εφαρμόζονται πλήρως ή ακόμα και καταστρατηγούνται. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, που έρχεται στο μυαλό όλων, είναι οι Καταχρηστικοί Όροι Συναλλαγών, τα «ψιλά γράμματα». Ωστόσο, όπως έχει αποδειχθεί πολλές απ' αυτές τις διατάξεις ως ένα βαθμό βρίσκουν εφαρμογή κατόπιν χρονοβόρων δικαστικών διαδικασιών.

Τα πλέον χαρακτηριστικά παραδείγματα ατελούς εφαρμογής των διατάξεων του δικαίου προστασίας του καταναλωτή ή της καταστρατήγησής των δικαιωμάτων του, αφορούν το χώρο των διαφημίσεων και των εμπορικών πρακτικών. Ενδεικτικώς μόνο αναφέρονται κάποια παραδείγματα:

- Άμεσες διαφημίσεις που συχνά πραγματοποιούνται με βάσεις στοιχείων που διακινούνται στη «μαύρη αγορά» και σε καμιά περίπτωση δεν έχει προϋπάρξει ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή.
- Προσφορές «κράχτες» που όμως αντιστοιχούν σε εξαιρετικά περιορισμένο αριθμό τεμαχίων.
- Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές, που συνίσταται σε προσφορές-εκπτώσεις οι οποίες, είτε δεν είναι πραγματικές αφού συνίσταται σε έκπτωση

με βάση ανατιμημένο προϊόν, είτε δεν διατίθενται για περιορισμένο χρονικό διάστημα, αφού διατηρούνται ακόμη και για πολλούς μήνες.

Περαιτέρω παραδείγματα δεν είναι απαραίτητο να αναφερθούν, καθώς η περιπτώσιολογία τους θα μπορούσε να αποτελέσει το περιεχόμενο ενός βιβλίου, είναι όμως επαρκή για να διαπιστωθεί η ανάγκη ανάληψης τόσο από τις εποπτικές αρχές όσο και από τις ενώσεις καταναλωτών. Από την ανάληψη δράσης αυτής, συμφέρουν έχουν και οι μη παραβατικοί προμηθευτές, καθώς υφίστανται αθέμιτο ανταγωνισμό από άλλους προμηθευτές.

Τα τελευταία χρόνια παρότι, έχουν γίνει αρκετά προσπάθειες για την ενημέρωση και την επιμόρφωση των καταναλωτών όσον αφορά τα δικαιώματά τους, το καταναλωτικό κίνημα στην Ελλάδα εξακολουθεί να βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο σε σχέση τουλάχιστον με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αξίζει να σημειωθεί ότι, μεταξύ των λαών με τη χαμηλότερη καταναλωτική συνείδηση στην Ευρωπαϊκή Ένωση εμφανίζονται οι Έλληνες, γνωρίζοντας ελάχιστα τα δικαιώματά τους. Την ίδια ώρα είναι και αυτοί που κυρίως θεωρούν ότι δεν προστατεύονται και ότι εν μέσω κρίσης έχουν επιδεινωθεί οι συνθήκες, υποστηρίζοντας ότι ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις εφαρμόζουν σε βάρος τους αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Σύμφωνα, λοιπόν, με έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την καταναλωτική συμπεριφορά, αλλά και τις καταναλωτικές συνθήκες εντός της Ε. Ε., μόλις το 18% των Ελλήνων καταναλωτών αισθάνεται επαρκώς προστατευμένο από την υφιστάμενη νομοθεσία περί καταναλωτή. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το ποσοστό αυτό υποχωρούσε σταδιακά από το 2008-2011, ενώ το 2012 σημειώθηκε ραγδαία μείωση. Το 2008 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 31%, το 2009 29%, το 2010% 30%, το 2011 28% και το 2012 έπεσε στο 18%. Σημειώνεται ότι στην Ε.Ε προστατευμένο πιστεύει ότι είναι το 55% των καταναλωτών. Οι Έλληνες καταναλωτές δεν φροντίζουν να ενημερωθούν για τα δικαιώματά τους, έτσι ώστε στη συνέχεια να τα διεκδικήσουν, με συνέπεια στις τέσσερις σχετικές ερωτήσεις που έγιναν σε όλες τις χώρες της Ε.Ε. να έχουν τις περισσότερες λανθασμένες απαντήσεις. Ενδεικτικά, μόλις το 41% γνωρίζει την περίοδο υπαναχώρησης στην περίπτωση των αγορών από απόσταση, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην Ε.Ε. είναι 69%. Επιπλέον, μόλις το 15% των καταναλωτών στην Ελλάδα γνωρίζει τα δικαιώματά του σε περίπτωση που λάβει προϊόντα τα οποία δεν έχει παραγγείλει. Το αντίστοιχο ποσοστό στην Ε.Ε. είναι διπλάσιο, 30%. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι οι Έλληνες καταναλωτές επηρεάζονται πολύ περισσότερο από τους υπόλοιπους Ευρωπαίους από όσα παρουσιάζονται στα ΜΜΕ, καθώς το 57% δηλώνει ότι άλλαξε τη συμπεριφορά του ως αποτέλεσμα κάποιου ρεπορτάζ, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην Ε.Ε. είναι 48%. Σαφέστατα ένα μεγάλο παιχνίδι παίζεται στη διαφήμιση και δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι η διαφήμιση είναι ένα μέρος χειραγώγησης του καταναλωτή. Το μεγαλύτερο κόστος ενός προϊόντος είναι η διαφήμιση και τα μέσα παίζουν ένα ρόλο στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και είναι αυτό που προσδοκά και ένεκα της ψυχολογικής ανταπόκρισης του καταναλωτή. Η διαφήμιση επειδή υποκρύπτει τεράστια οικονομικά συμφέροντα θεωρούμε ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συνηγορούν ώστε να παίζουν ένα βρώμικο παιχνίδι μέσω της παραπλανητικής διαφήμισης. Όπου υπάρχει το κέρδος δυστυχώς θα υπάρχουν και τέτοια φαινόμενα.²⁶⁴

Από την άλλη, οι Έλληνες δείχνουν μικρότερη εμπιστοσύνη στις καταναλωτικές οργανώσεις, κάτι που πιθανώς οφείλεται και στο γεγονός, ότι με ελάχιστες εξαιρέσεις, στην Ελλάδα οι οργανώσεις αυτές είναι στην πραγματικότητα απλώς «σφραγίδες». Σημειώνεται, ότι μόνο το 57% των Ελλήνων καταναλωτών εμπιστεύεται τις καταναλωτικές οργανώσεις, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην Ε.Ε. είναι 75%. Οι Έλληνες καταναλωτές είναι από αυτούς

²⁶⁴ <http://www.kathimerini.gr/495548/article/oikonomia/epixeirhseis/sto-nadir-h-katanalwtikh-syneidhsh-twn-ellhnwn>

που υποστηρίζουν εξάλλου σε πολύ μεγάλο ποσοστό, το υψηλότερο μεταξύ των 27 κρατών μελών, ότι οι παράνομες εμπορικές πρακτικές καλά κρατούν στην Ελλάδα. Αυτή την άποψη συμερίζεται το 60%, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι τις καταγγέλλουν κιόλας. Ακόμη πιο εντυπωσιακό είναι το στοιχείο της έρευνας ότι όχι μόνο οι καταναλωτές, αλλά και οι ίδιοι οι λιανέμποροι έχουν περιορισμένη γνώση γύρω από το ποιες είναι οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Στην Ελλάδα γνωρίζει το 45% των λιανέμπορων, ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά στην Ε.Ε., ενώ τα υψηλότερα καταγράφονται στη Φινλανδία, Ουγγαρία, Σουηδία και Γερμανία (πάνω από 70%).

Όσον αφορά τις ενώσεις καταναλωτών μολονότι, τα τελευταία χρόνια έχουν αποκτήσει ένα πιο δυναμικό και ενεργό ρόλο πρέπει να δοθεί ακόμα μεγαλύτερη έμφαση στην επιμόρφωση των καταναλωτών σχετικά με τα δικαιώματα τους και τους τρόπους προάσπισης τους. Πέρα από την δικαστική και εξώδικη υποβοήθηση που οι ενώσεις καταναλωτών επιβάλλεται να προσφέρουν στον μεμονωμένο καταναλωτή, πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη βαρύτητα στις συλλογικές αγωγές. Επιπλέον, το κράτος έχει μεγάλη ευθύνη και πρέπει να μεριμνά για την μεγαλύτερη οικονομική ενίσχυση των ενώσεων αυτών, η οποία υστερεί συγκριτικά με άλλα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Δυστυχώς, ο καταναλωτής δεν προστατεύεται με βάση τα κινήματα αλλά προστατεύεται με βάση τον ίδιο τον εαυτό του και πρέπει να μάθει να μη ζητά από τους άλλους όλα αυτά τα οποία δεν μπορεί να κάνει μόνος του, πρέπει να έχει την αρμόζουσα παιδεία να αντιληφθεί ποιο είναι το συμφέρον του, άρα να πορευτεί μαζί με τις οργανώσεις καταναλωτών σε διάφορες διεκδικήσεις. Οι Έλληνες δεν έχουμε ακόμα καταναλωτική παιδεία παρότι έχουν περάσει 44 χρόνια από το πρώτο καταναλωτικό κίνημα που ιδρύθηκε στην Ελλάδα, από το INKA το 1970. Αν δεν αποκτήσουμε την καταναλωτική παιδεία δεν μπορούμε να περιμένουμε να μας λύσουν τα προβλήματα οι άλλοι, γιατί εμείς επαναπαυόμαστε με το να κάνουμε την κριτική μας εκ του ασφαλούς από τον καναπέ.

Από όλα τα παραπάνω, προκύπτει ότι το πρόβλημα δεν έγκειται μόνο στην έλλειψη ή την ανεπάρκεια του υφιστάμενου νομοθετικού πλαισίου αλλά και σε άλλους παράγοντες. Βέβαια, το κράτος έχει χρέος, λαμβανομένων πάντοτε όλων των συνθηκών που επιτάσσει η διαρκώς εξελισσόμενη τεχνολογία και η κοινωνία της πληροφορίας, να βρίσκεται σε διαρκή εγρήγορση για να ανταποκρίνεται άμεσα και αποτελεσματικά στις νέες εξελίξεις, με σκοπό την διασφάλιση ενός κλίματος εμπιστοσύνης και ασφάλειας στις συναλλαγές και συνακόλουθα την δημιουργία και διατήρηση ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών – πολιτών.

Η εξέταση των νομοθετικών ρυθμίσεων όπως αυτές αναπτύχθηκαν στην παρούσα εργασία και διέπουν την προστασία του καταναλωτή έχουν αξία για τα στελέχη του χώρου του μάρκετινγκ, διότι πολλές από αυτές αφορούν και αντικείμενα της δραστηριοποίησης τους, όπως για παράδειγμα η διαφήμιση και οι εμπορικές πρακτικές. Τα στελέχη μάρκετινγκ, μέσα από την γνώση του νομικού πλαισίου αυτού, μπορούν να συμμορφώσουν τους προμηθευτές σύμφωνα με το δίκαιο, έτσι ώστε να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών που εφαρμόζουν αθέμιτες πρακτικές. Οι προμηθευτές που εφαρμόζουν στην εμπορική τους δραστηριότητα το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή απολαμβάνουν σημαντικά οφέλη όπως απόκτηση καλής φήμης για την επιχείρησή τους και αποφυγή δικαστικών διαμαχών με δυσαρεστημένους καταναλωτές. Εξάλλου, στην σημερινή πραγματικότητα όπου η οικονομική κρίση έχει οδηγήσει τις επιχειρήσεις σε μια συνεχή προσπάθεια επιβίωσης τους, υπάρχει επιτακτική ανάγκη να προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες σαφώς πιο ποιοτικά από αυτά των ανταγωνιστών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

- ü «ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ Νόμου 2251/1994»
ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ (Καθηγητής Πανεπιστημίου Αθηνών – Δικηγόρος)
ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ, ΕΚΔΟΣΗ 2004 ΑΘΗΝΑ

- ü «ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ»
ΑΛΚΗΣ Ν. ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ (Καθηγητής Τ.Ε.Ι.- Δικηγόρος)
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΚ – 2005 ΠΑΤΡΑ

- ü «ΔΙΚΑΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ»
ΛΑΜΠΡΟΣ ΚΟΤΣΙΡΗΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΣΑΚΚΟΥΛΑΣ 2001 ΑΘΗΝΑ – ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

- ü «ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ, Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΩΣ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΟ ΕΝΝΟΜΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ»
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΔΕΛΛΙΟΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΣΑΚΚΟΥΛΑ 2005 ΑΘΗΝΑ – ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

- ü «ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟ-ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ»,
ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ ΕΛΙΖΑ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ 2008 ΑΘΗΝΑ

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΘΡΑ

- ü «ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ»
Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/1998 (Έτος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2000 (Έτος 6^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2001 (Έτος 7^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2002 (Έτος 8^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 11/2002 (Έτος 8^ο), Νομική Βιβλιοθήκη

- Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1997 (Έτος 3^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
- Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1998 (Έτος 4^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
- Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 1/1997 (Έτος 3^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
- Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 5/1996 (Έτος 2^ο), Νομική Βιβλιοθήκη
- ü Λιβαδά Χρ., 2005, Η έννοια του προστατευτέου καταναλωτή σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 11/2005, 1137
 - ü Αλεξανδρίδου Ελ, 2007, «Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικού», Νο Β, 1493
 - ü Δεσποτίδου Α., «Ζητήματα Προστασίας του Καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση κατά το άρθρο 4 ν2251/1994», *Επισκόπηση Εμπορικού Δικαίου* 2005, 563
 - ü Αλεξανδρίδου Ελ, 2008, «Πρακτικές Προώθησης των πωλήσεων, τηλεόραση και παιδί», *Δίκαιο Μέσων Ενημέρωσης και Επικοινωνίας*, 13
 - ü Καρακώστας Ι. και Παπαρσενίου Π., «Χρηματική Ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, ν. 2251/1994, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 5/1996

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- ü Υπουργείο Ανάπτυξης – Γενική Γραμματεία Καταναλωτή: www.efpolis.gr
- ü Ένωση καταναλωτών-Η Ποιότητα Ζωής: www.ekpizo.gr
- ü Επίσημος Ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης: www.europa.eu.
- ü Δίκαιο και Τεχνολογία: <http://lawandtech.eu>
- ü Βικιπαίδεια: <http://el.wikipedia.org>
- ü Το Ελληνικό Νόμικο Δίκτυο: www.lawnet.gr
- ü Το πληρέστερο φορολογικό, λογιστικό & επιχειρηματικό portal στο διαδίκτυο: <http://www.power-tax.gr>
- ü <http://www.taxlaw.gr>
- ü eur-lex.europa.eu/
- ü Ένωση Αστικολόγων :<http://www.enas.gr/dellios1.pdf> (σχετικά με: Το τεκμήριο της υπαιτιότητας του παρέχοντος υπηρεσίες) και <http://www.enas.gr/foundedaki1.pdf> (σχετικά με την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες)
- ü Υπουργείο Ανάπτυξης – Γενική Γραμματεία Καταναλωτή:http://redl.gr/documents/EmporikesPraktikes_RedL.pdf (σχετικά με την προστασία από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές)
- ü Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου: <http://www.europarl.europa.eu>
- ü Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης: <http://eur-lex.europa.eu>

- Ηλεκτρονική Εφημερίδα του 2^{ου} ΕΠΑΛ Γιαννιτσών: <http://2epal-news.blogspot.gr>
- Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων Γενικής Ομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας: www.imegsevee.gr
- Ισοκράτης Τράπεζα Νομικών Πληροφοριών
<http://www.dsanet.gr/ekpaideush/seminaria/pouliadis.htm>
- Ένωση Καταναλωτών Κρήτης: <http://enosikatanolon.blogspot.gr>
- Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς: <http://www.neagenia.gr>
- <http://www.ef.gr>
- Συνήγορος του Καταναλωτή- Ανεξάρτητη Αρχή: <http://www.synigoroskataloti.gr/>
- Επίσημος Ιστότοπος Ευρωπαϊκής Επιτροπής: <http://ec.europa.eu>
- Μεσολαβητής Τραπεζικών- Επενδυτικών Υπηρεσιών: <http://www.hobis.gr/>
- www.dikonomia.gr.
- <http://www.georgasnet.gr/dikaiomata-kataloti.html>
- www.e-archimedes.gr
- <http://www.kathimerini.gr/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΝΟΜΟΣ 2251/1994 (ΦΕΚ 191 Α΄/ 16 Νοεμβρίου 1994)

Προστασία των καταναλωτών, όπως ισχύει μετά τις τροποποιήσεις

- ü του Ν. 2496/1997 (ΦΕΚ 87 Α΄/16-5-1997),
- ü του Ν. 2741/1999 (ΦΕΚ 199 Α΄/28-9-1999),
- ü της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 496/7-12-2000 (ΦΕΚ 1545 Β΄/ 18-12-2000),
- ü του Ν. 3043/2002 (ΦΕΚ 192 Α΄/21-8-2002),
- ü της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 659/14-10-2002 (ΦΕΚ 1373 Β΄/ 25-10-2002),
- ü του Π.Δ. 301/2002 (ΦΕΚ 267 Α΄/4-11-2002),
- ü της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1 – 629/10-05-2005 (ΦΕΚ 720 Β΄/ 30-05-2005)
- ü του νόμου 3587/2007 (ΦΕΚ 152 Α΄/10-7-2007)
- ü του νόμου 3714/2008 (ΦΕΚ 231 Α΄/7-11-2008)
- ü του νόμου 3758/2009 (ΦΕΚ 68 Α΄/5-5-2009)
- ü του νόμου 3853/2010 (ΦΕΚ 90 Α΄/18-6-2010)
- ü της Κοινής Υπουργικής Απόφασης αριθ. Ζ1-111/2012 (ΦΕΚ 627 Β/7-3-2012)
- ü του νόμου 4177/2013 (ΦΕΚ 173 Α΄/8-8-2013)
- ü της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. Ζ1-891/30-08-2013 (ΦΕΚ 2144 Β΄/30-08-2013),
- ü του νόμου 4242/2014 (ΦΕΚ 50 Α΄/28-2-2014), και
- ü της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. 27764οικ./4-06-2014 (ΦΕΚ 1470 Β΄/6-6-2014)

και έχει κωδικοποιηθεί με πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή.

Άρθρο 1 - Γενικές διατάξεις

1. Τα δικαιώματα και τα συμφέροντα των καταναλωτών τελούν υπό την προστασία του Κράτους.

2. Το Κράτος μεριμνά ιδίως για:

α) την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών,

β) τα οικονομικά τους συμφέροντα,

γ) την οργάνωση τους σε ενώσεις καταναλωτών,

δ) το δικαίωμα ακρόασής τους σε θέματα που τους αφορούν και

ε) την πληροφόρηση και την επιμόρφωσή τους, ιδιαίτερα των ευπρόσβλητων ομάδων καταναλωτών σε θέματα που αφορούν στην αγορά, στον ανταγωνισμό, στον καταναλωτή, στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και στην προαγωγή της βιώσιμης κατανάλωσης.

3. Οι διατάξεις του παρόντος νόμου εφαρμόζονται σε κάθε προμηθευτή, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, οποιασδήποτε μορφής, του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα.

4. Με την επιφύλαξη των ειδικών διατάξεων του παρόντος νόμου νοούνται:

α) Καταναλωτής, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα για τα οποία προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά και τα οποία κάνουν χρήση των προϊόντων ή των υπηρεσιών αυτών, εφόσον αποτελούν τον τελικό αποδέκτη τους. Καταναλωτής είναι και: αα) κάθε αποδέκτης διαφημιστικού μηνύματος, ββ) κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εγγυάται υπέρ καταναλωτή, εφόσον δεν ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του.

β) Προμηθευτής, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο, κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής νοείται και ο διαφημιζόμενος.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ - ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

Άρθρο 2 - Γενικοί όροι συναλλαγών - Καταχρηστικοί γενικοί όροι

1. Όροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για μελλοντικές συμβάσεις (γενικοί όροι των συναλλαγών), δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, εάν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε ανυπαίτως, όπως, ιδίως, όταν ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξή τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους.

2.Οι γενικοί όροι συμβάσεων και παρεπόμενων συμφωνιών που καταρτίζονται στην Ελλάδα, διατυπώνονται γραπτώς στην ελληνική γλώσσα, κατά τρόπο σαφή, συγκεκριμένο και εύληπτο, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να αντιληφθεί πλήρως το νόημά τους και εκτυπώνονται με ευανάγνωστους χαρακτήρες σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σύμβασης. Οι γενικοί όροι των διεθνών συναλλαγών που εφαρμόζονται στην ελληνική αγορά αποτυπώνονται υποχρεωτικά και στην ελληνική γλώσσα.

3.Όροι που συμφωνήθηκαν μετά από ατομική διαπραγμάτευση μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών (ειδικοί όροι) υπερισχύουν των αντίστοιχων γενικών όρων.

4.Κατά την ερμηνεία των γενικών όρων συναλλαγών λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών. Γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτον για λογαριασμό του, σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή.

5.Ειδικώς, όταν ελέγχεται το περιεχόμενο γενικού όρου συναλλαγών κατά την εφαρμογή των παραγράφων 16α και 2 και 3 των άρθρων 10 και 13^α αντίστοιχα, επιλέγεται η δυσμενέστερη για τον καταναλωτή ερμηνευτική εκδοχή, εφόσον οδηγεί σε απαγόρευση διατύπωσης και χρήσης του σχετικού όρου.

6.Γενικοί όροι συναλλαγών που έχουν ως αποτέλεσμα την σημαντική διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του καταναλωτή απαγορεύονται και είναι άκυροι. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας γενικού όρου ενσωματωμένου σε σύμβαση κρίνεται αφού ληφθούν υπόψη η φύση των αγαθών ή υπηρεσιών που αφορά η σύμβαση, ο σκοπός της, το σύνολο των ειδικών συνθηκών κατά τη σύναψή της και όλες οι υπόλοιπες ρήτρες της σύμβασης ή άλλης σύμβασης από την οποία αυτή εξαρτάται.

7.Σε κάθε περίπτωση, καταχρηστικοί είναι ιδίως οι όροι που:

α) παρέχουν στον προμηθευτή, χωρίς εύλογη αιτία υπερβολικά μεγάλη προθεσμία αποδοχής της πρότασης του καταναλωτή για σύναψη σύμβασης,

β) περιορίζουν τις ανειλημμένες συμβατικές υποχρεώσεις και ευθύνες των προμηθευτών,

γ) προβλέπουν προθεσμία καταγγελίας της σύμβασης υπερβολικά σύντομη για τον καταναλωτή ή υπερβολικά μακρά για τον προμηθευτή,

δ) συνεπάγονται την παράταση ή ανανέωση της σύμβασης για χρονικό διάστημα υπερβολικά μακρό, αν ο καταναλωτής δεν την καταγγείλει σε ορισμένο χρόνο,

ε') επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης ή λύσης της σύμβασης χωρίς ορισμένο, ειδικό και σπουδαίο λόγο, ο οποίος να αναφέρεται στη σύμβαση,

στ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να καταγγείλει σύμβαση αόριστης διάρκειας χωρίς εύλογη προθεσμία,

ζ) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα να κρίνει μονομερώς αν η παροχή του είναι σύμφωνη με τη σύμβαση,

η) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το απεριόριστο δικαίωμα να ορίζει μονομερώς το χρόνο εκπλήρωσης της παροχής του,

θ) ορίζουν ότι η παροχή δεν είναι υποχρεωτικό να ανταποκρίνεται στις ουσιώδεις, για τον καταναλωτή, προδιαγραφές, στο δείγμα, στις ανάγκες της ειδικής χρήσης, για την οποία την προορίζει ο καταναλωτής και την οποία αποδέχεται ο προμηθευτής ή στο συνηθισμένο προορισμό της,

ι) επιτρέπουν στον προμηθευτή να μην εκτελέσει τις υποχρεώσεις του χωρίς σπουδαίο λόγο,

ια) χωρίς σπουδαίο λόγο αφήνουν το τίμημα αόριστο και δεν επιτρέπουν τον προσδιορισμό του με κριτήρια ειδικά καθορισμένα στη σύμβαση και εύλογα για τον καταναλωτή,

ιβ) περιορίζουν την ευθύνη του προμηθευτή για κρυμμένα ελαττώματα του πράγματος,

ιγ) αποκλείουν ή περιορίζουν υπέρμετρα την ευθύνη του προμηθευτή,

ιδ) προβλέπουν τη μετακύληση της ευθύνης του πωλητή ή του εισαγωγέα αποκλειστικά στον παραγωγό του αγαθού ή σε άλλον,

ιε) περιορίζουν την υποχρέωση του προμηθευτή να τηρεί τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει οι εντολοδόχοι του ή εξαρτούν την εκπλήρωση των υποχρεώσεων του από την τήρηση ειδικής τυπικής διαδικασίας,

ιστ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να καταγγέλλει τη σύμβαση κατά την κρίση του, αν η ίδια ευχέρεια δεν αναγνωρίζεται στον καταναλωτή, ή να παρακρατεί τα ποσά που έχουν καταβληθεί για παροχές που δεν έχουν ακόμη εκτελεσθεί από αυτόν, όταν τη σύμβαση καταγγέλλει ο ίδιος,

ιζ) συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τα δικαιώματα του σε περίπτωση μη εκπλήρωσης ή πλημμελούς εκπλήρωσης της παροχής του προμηθευτή, ακόμη και αν τον προμηθευτή βαρύνει πταίσμα,

ιη) εμποδίζουν τον καταναλωτή να υπαναχωρήσει (από τη σύμβαση), όταν η αύξηση του τιμήματος σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης είναι υπερβολική για αυτόν,
ιθ) αποκλείουν ή περιορίζουν τη νόμιμη ευχέρεια του καταναλωτή να μην εκτελέσει τη σύμβαση,
κ) απαγορεύουν στον καταναλωτή να επισχέσει εν όλω ή εν μέρει την καταβολή του τιμήματος, όταν ο προμηθευτής δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις του,
κα) επιβάλλουν στον καταναλωτή που πιστώθηκε με το τίμημα των αγαθών ή υπηρεσιών να εκδώσει μεταχρονολογημένη επιταγή,
κβ) συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τις ενστάσεις του κατά τρίτου που διαδέχεται τον προμηθευτή στη σχέση με τον καταναλωτή,
κγ) απαγορεύουν στον καταναλωτή να προτείνει σε συμψηφισμό προς υποχρεώσεις του από τη σύμβαση ομοειδείς απαιτήσεις του κατά του προμηθευτή,
κδ) βεβαιώνουν ότι ο καταναλωτής γνωρίζει ορισμένους όρους της σύμβασης ή την κατάσταση των προμηθευόμενων πραγμάτων ή την ποιότητα των υπηρεσιών, ενώ πραγματικά τα αγνοεί,
κε) υποχρεώνουν τον καταναλωτή να προκαταβάλει υπερβολικά μεγάλο μέρος του τιμήματος πριν αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης από τον προμηθευτή, μολονότι ο προμηθευτής δεν ανέλαβε την υποχρέωση να εκτελέσει παραγγελία του καταναλωτή με βάση συγκεκριμένες προδιαγραφές ή χαρακτηριστικά ούτε η παροχή του προμηθευτή συνίσταται σε υπηρεσίες με κράτηση,
κστ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να απαιτήσει από τον καταναλωτή υπέρμετρες εγγυήσεις,
κζ) αναστρέφουν το βάρος της απόδειξης σε βάρος του καταναλωτή ή περιορίζουν υπέρμετρα τα αποδεικτικά του μέσα,
κη) περιορίζουν υπέρμετρα την προθεσμία, μέσα στην οποία ο καταναλωτής οφείλει να υποβάλει στον προμηθευτή τα παράπονα ή να εγείρει τις αξιώσεις του κατά του προμηθευτή,
κθ) αναθέτουν στον προμηθευτή χωρίς σπουδαίο λόγο την αποκλειστικότητα της συντήρησης και των επισκευών του πράγματος και της προμήθειας των ανταλλακτικών,
λ) επιβάλλουν στον καταναλωτή, σε περίπτωση μη εκπλήρωσης της παροχής του, υπέρμετρη οικονομική επιβάρυνση ή
λα) αποκλείουν την υπαγωγή των διαφορών από σύμβαση στο φυσικό τους δικαστή με την πρόβλεψη αποκλειστικής αλλοδαπής δικαιοδοσίας ή διαιτησίας.
λβ') προβλέπουν την καταβολή αποζημίωσης στον προμηθευτή, χωρίς αυτός να υποχρεούται να επικαλεστεί και να αποδείξει τη ζημία που υπέστη.
8.Ο προμηθευτής δεν μπορεί να επικαλεσθεί την ακυρότητα ολόκληρης της σύμβασης, για το λόγο ότι ένας ή περισσότεροι γενικοί όροι είναι άκυροι ως καταχρηστικοί.
9.Οι διατάξεις του άρθρου αυτού εφαρμόζονται σε κάθε περίπτωση όταν η σύμβαση μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή συνδέεται στενά με την Ελλάδα ή άλλη χώρα του Ε.Ο.Χ., ανεξάρτητα από τη συμβατική επιλογή δικαίου χώρας εκτός Ε.Ο.Χ.
10.Οι διατάξεις του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται και για κάθε όρο σύμβασης που δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης. Θεωρείται ότι ο όρος δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης, όταν ο καταναλωτής δεν μπόρεσε να επηρεάσει το περιεχόμενό του. Το γεγονός ότι για ορισμένα στοιχεία κάποιου όρου ή για έναν μεμονωμένο όρο υπήρξε ατομική διαπραγμάτευση δεν αποκλείει την εφαρμογή του παρόντος άρθρου στο υπόλοιπο της σύμβασης, εάν από το σύνολο των περιστάσεων προκύπτει ότι πρόκειται για σύμβαση προσχώρησης. Το βάρος απόδειξης ότι υπήρξε ατομική διαπραγμάτευση φέρει ο προμηθευτής.

Άρθρο 3 – Ορισμοί

Για τους σκοπούς των διατάξεων των άρθρων 3 έως 4η, ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

1) "καταναλωτής": κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις που καλύπτουν τα άρθρα 3 έως 4η, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα

2) "προμηθευτής": κάθε φυσικό πρόσωπο ή κάθε νομικό πρόσωπο, ανεξάρτητα από το εάν διέπεται από το ιδιωτικό ή δημόσιο δίκαιο, το οποίο ενεργεί, ακόμη και μέσω κάθε άλλου προσώπου ενεργούντος εξ

ονοματός του ή για λογαριασμό του, για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με τις εμπορικές, επιχειρηματικές, βιοτεχνικές ή επαγγελματικές δραστηριότητές του σε σχέση με συμβάσεις καλυπτόμενες από τα άρθρα 3 έως 4η·

3) "αγαθό": κάθε ενσώματο κινητό πράγμα, πλην των πραγμάτων τα οποία πωλούνται στο πλαίσιο μέτρων αναγκαστικής εκτέλεσης ή με άλλο τρόπο από νόμιμη αρχή· το νερό, το φυσικό αέριο και η ηλεκτρική ενέργεια θεωρούνται "αγαθά" κατά την έννοια των άρθρων 3 έως 4η, εφόσον διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα·

4) "αγαθό κατασκευασμένο σύμφωνα με τις προδιαγραφές του πελάτη": κάθε αγαθό το οποίο δεν είναι προκατασκευασμένο και κατασκευάζεται βάσει της ατομικής επιλογής ή απόφασης του πελάτη·

5) "σύμβαση πώλησης": κάθε σύμβαση βάσει της οποίας ο προμηθευτής μεταβιβάζει ή αναλαμβάνει να μεταβιβάσει την κυριότητα αγαθών στον καταναλωτή, ο δε καταναλωτής καταβάλλει ή αναλαμβάνει να καταβάλει το τίμημα, καθώς και κάθε σύμβαση που έχει ως αντικείμενο ταυτόχρονα την παροχή αγαθών και υπηρεσιών·

6) "σύμβαση παροχής υπηρεσιών": κάθε σύμβαση πλην σύμβασης πώλησης βάσει της οποίας ο προμηθευτής παρέχει ή αναλαμβάνει να παράσχει υπηρεσία στον καταναλωτή, ο δε καταναλωτής καταβάλλει ή αναλαμβάνει να καταβάλει το τίμημα·

7) "εξ αποστάσεως σύμβαση": κάθε σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως, όπως ενδεικτικά το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο, το φαξ ή το διαδίκτυο, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης·

8) "σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος": κάθε σύμβαση μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή:

α) η οποία συνάπτεται με ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή,

β) για την οποία έγινε προσφορά από τον καταναλωτή κάτω από τις ίδιες συνθήκες που περιγράφονται στην περίπτωση α),

γ) η οποία συνάπτεται στο εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή ή με χρήση οποιουδήποτε μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας αμέσως μετά από προσωπική και ατομική επαφή με τον καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή, με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, ή

δ) η οποία συνάπτεται στη διάρκεια εκδρομής οργανωμένης από τον προμηθευτή με σκοπό ή αποτέλεσμα τη διαφήμιση και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών στον καταναλωτή·

9) "εμπορικό κατάστημα":

α) κάθε ακίνητος χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο προμηθευτής πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε μόνιμη βάση, ή

β) κάθε κινητός χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο προμηθευτής πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε συνήθη βάση·

10) "σταθερό μέσο": κάθε μέσο που επιτρέπει στον καταναλωτή ή στον προμηθευτή να αποθηκεύει πληροφορίες που απευθύνονται προσωπικά σε αυτόν κατά τρόπο προσπελάσιμο για μελλοντική πρόσβαση επί χρονικό διάστημα επαρκές για τους σκοπούς που εξυπηρετούν οι πληροφορίες και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή των αποθηκευμένων πληροφοριών, όπως ενδεικτικά το χαρτί, τα κλειδιά USB, τα CD-ROM, τα DVD, οι κάρτες μνήμης ή οι σκληροί δίσκοι υπολογιστών, όπως και τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

11) "ψηφιακό περιεχόμενο": δεδομένα που παράγονται και παρέχονται σε ψηφιακή μορφή·

12) "χρηματοοικονομική υπηρεσία": κάθε υπηρεσία τραπεζικής, πιστωτικής, ασφαλιστικής ή επενδυτικής φύσης ή σχετική με ατομικές συντάξεις, με επενδύσεις ή με πληρωμές·

13) "δημόσιος πλειστηριασμός": μέθοδος πώλησης κατά την οποία τα αγαθά ή οι υπηρεσίες προσφέρονται από τον προμηθευτή σε καταναλωτές, οι οποίοι συμμετέχουν ή έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν στον πλειστηριασμό οι ίδιοι, μέσω διαφανούς ανταγωνιστικής διαδικασίας προσφορών που διεξάγεται από έναν

εκπλειστηριαστή και όπου ο νικητής πλειοδότης δεσμεύεται να αγοράσει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες:

14) "εμπορική εγγύηση": κάθε ανάληψη υποχρέωσης εκ μέρους του προμηθευτή ή παραγωγού ("εγγυητής") προς τον καταναλωτή, επιπλέον της ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνολοποιημένων ιδιοτήτων σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. του Αστικού Κώδικα, για επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος ή για αντικατάσταση, επισκευή ή συντήρηση καθ' οιονδήποτε τρόπο των αγαθών σε περίπτωση που αυτά δεν ικανοποιούν τις προδιαγραφές ή οποιαδήποτε άλλη απαίτηση πέραν της συμμόρφωσης που αναφέρονται στη δήλωση της εγγύησης ή στη σχετική διαφήμιση και που είναι διαθέσιμες κατά τη στιγμή ή πριν από τη σύναψη της σύμβασης:

15) "δευτερεύουσα σύμβαση": μια σύμβαση με την οποία ο καταναλωτής αποκτά αγαθά ή υπηρεσίες που συνδέονται με εξ αποστάσεως σύμβαση ή με σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος και όπου τα εν λόγω αγαθά ή οι υπηρεσίες παρέχονται από τον προμηθευτή ή από ένα τρίτο μέρος με βάση μια ρύθμιση μεταξύ του εν λόγω τρίτου μέρους και του προμηθευτή.

Άρθρο 3α - Πεδίο εφαρμογής

1. Τα άρθρα 3 έως 4η εφαρμόζονται, βάσει των όρων και στον βαθμό που ορίζεται στις διατάξεις τους, σε οποιαδήποτε σύμβαση συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή. Εφαρμόζονται επίσης σε συμβάσεις προμήθειας νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας ή τηλεθέρμανσης, μεταξύ άλλων και από δημόσιους παρόχους, στον βαθμό που τα προϊόντα αυτά παρέχονται σε συμβατική βάση.

2. Οι διατάξεις των άρθρων 3 έως 4η ισχύουν με την επιφύλαξη ειδικότερων ενωσιακών πράξεων ή εναρμονισμένων προς αυτές εθνικών διατάξεων που ρυθμίζουν ειδικούς τομείς.

3. Τα άρθρα 3 έως 4η δεν εφαρμόζονται στις συμβάσεις:

α) για κοινωνικές υπηρεσίες που σχετίζονται με την κοινωνική στέγαση, την παιδική μέριμνα και τη στήριξη των οικογενειών και των ατόμων που έχουν μονίμως ή προσωρινώς ανάγκη, περιλαμβανομένης της μακροπρόθεσμης μέριμνας:

β) για υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης όπως ορίζεται στο άρθρο 3 (α) του ν. 4213/2013 (ΦΕΚ Α' 261) «Προσαρμογή της εθνικής νομοθεσίας στις διατάξεις της Οδηγίας 2011/24/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 9ης Μαρτίου 2011 περί εφαρμογής των δικαιωμάτων των ασθενών στο πλαίσιο της διασυνοριακής υγειονομικής περίθαλψης (L 88/45/ 4.4.2011) και άλλες διατάξεις», είτε παρέχονται μέσω υγειονομικών εγκαταστάσεων είτε όχι

γ) για δραστηριότητες τζόγου, που περιλαμβάνουν τυχερά παιχνίδια στα οποία ο παίκτης ποντάρει χρηματικά, περιλαμβανομένων των λαχειοφόρων αγορών, τα παιχνίδια σε καζίνο και τις συναλλαγές που αφορούν στοιχήματα:

δ) για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες:

ε) για τη δημιουργία, απόκτηση ή μεταβίβαση δικαιωμάτων επί ακινήτων ή δικαιωμάτων εντός ακίνητης περιουσίας:

στ) για την κατασκευή νέων κτηρίων, τη ριζική μετατροπή υφιστάμενων κτηρίων και τη μίσθωση στέγης ως κατοικίας:

ζ) οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Προεδρικού Διατάγματος 339/96 (Α' 225) «Περί οργανωμένων ταξιδιών, σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 90/314/ΕΟΚ (ΕΕL 158/59) για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις»:

η) οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της Κοινής Υπουργικής Απόφασης Ζ1-130/11 (Β' 295) «Προσαρμογή της Ελληνικής Νομοθεσίας προς την Οδηγία 2088/122/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Ιανουαρίου 2009, για την προστασία των καταναλωτών ως προς ορισμένες πτυχές των συμβάσεων χρονομεριστικής μίσθωσης, μακροπρόθεσμων προϊόντων διακοπών, μεταπόλησης και ανταλλαγής, που δημοσιεύθηκε στην Επίσημη Εφημερίδα της Ε.Ε. αριθμ. L33 της 3.2.2009»:

θ) οι οποίες, σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, καταρτίζονται με δημόσιο τύπο:

ι) για την προμήθεια τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών που προορίζονται για τρέχουσα κατανάλωση στο πλαίσιο του νοικοκυριού και τα οποία παραδίδονται από τον προμηθευτή σε συχνή και τακτική βάση στο σπίτι, την κατοικία ή τον χώρο εργασίας του καταναλωτή:

ια) για υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών, με την εξαίρεση του άρθρου 3δ παράγραφος 2 και των άρθρων 4γ

και 4στ·

ιβ) οι οποίες συνάπτονται μέσω αυτόματων μηχανών πώλησης ή εμπορικών καταστημάτων αυτόματης πώλησης·

ιγ) οι οποίες συνάπτονται με τηλεπικοινωνιακούς φορείς μέσω δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων για τη χρήση αυτών ή οι οποίες συνάπτονται για τη χρήση μιας μοναδικής κλήσης που πραγματοποιεί ο καταναλωτής μέσω τηλεφώνου, διαδικτύου ή τηλεομοιοτυπίας.

4. Οι διατάξεις των άρθρων 3 έως 4η δεν εφαρμόζονται σε εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις για τις οποίες ο καταναλωτής καταβάλλει ποσό που δεν υπερβαίνει τα 30 ευρώ.

5. Οι διατάξεις των άρθρων 3 έως 4η δεν θίγουν το εθνικό δίκαιο περί συμβάσεων, όπως τις διατάξεις σχετικά με το κύρος, την κατάρτιση ή τα έννομα αποτελέσματα μιας σύμβασης, στον βαθμό που στις διατάξεις τους δεν ρυθμίζονται γενικές έννοιες του δικαίου των συμβάσεων.

6. Τα άρθρα 3 έως 4η δεν εμποδίζουν τους προμηθευτές να προσφέρουν στους καταναλωτές συμβατικές διευθετήσεις που προχωρούν πέρα από την προστασία που τα άρθρα αυτά παρέχουν.

Άρθρο 3β - Απαιτήσεις ενημέρωσης για συμβάσεις εξ αποστάσεως και συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος

1. Πριν δεσμευθεί ο καταναλωτής με σύμβαση συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος ή με οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά, ο προμηθευτής παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με ευκρινή και κατανοητό τρόπο:

α) τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, στον βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και τα αγαθά ή τις υπηρεσίες·

β) την ταυτότητα του προμηθευτή, λόγω χάρη την εμπορική επωνυμία του·

γ) τη γεωγραφική διεύθυνση όπου ο προμηθευτής είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό τηλεφώνου του προμηθευτή, τον αριθμό τηλεομοιοτυπίας και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του, εάν υπάρχει, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να επικοινωνήσει με τον προμηθευτή γρήγορα και αποτελεσματικά και, κατά περίπτωση, τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του προμηθευτή για λογαριασμό του οποίου ενεργεί·

δ) εάν διαφέρει από τη διεύθυνση που παρέχεται βάσει της περίπτωσης γ), τη γεωγραφική διεύθυνση της εμπορικής έδρας του προμηθευτή και, όπου ενδείκνυται, τη διεύθυνση του προμηθευτή για λογαριασμό του οποίου ενεργεί, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τυχόν παράπονά του·

ε) τη συνολική τιμή των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων του Φ.Π.Α. και κάθε άλλου τέλους, ή αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή, καθώς και, όπου τυγχάνει εφαρμογής, όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου και κάθε άλλη δαπάνη ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις. Σε περίπτωση σύμβασης αορίστου χρόνου ή σύμβασης που περιλαμβάνει συνδρομή, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Εάν οι συμβάσεις αυτές επιβαρύνονται με σταθερή τιμή, η συνολική τιμή σημαίνει επίσης τη συνολική μηνιαία δαπάνη. Εάν η συνολική δαπάνη δεν μπορεί ευλόγως να υπολογισθεί εκ των προτέρων, περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η τιμή πρόκειται να υπολογιστεί·

στ) το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων·

ζ) τις διευθετήσεις πληρωμής, παράδοσης, εκτέλεσης, της προθεσμίας εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες και, όπου τυγχάνει εφαρμογής, της πολιτικής που εφαρμόζει ο προμηθευτής για την αντιμετώπιση των παραπόνων·

η) όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος σύμφωνα με το άρθρο 3ζ παράγραφος 1, καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο τμήμα Β του Παραρτήματος το οποίο προσαρτάται και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του Ν. 2251/1994 «Για την προστασία των καταναλωτών».

θ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, ότι ο καταναλωτής θα επιβαρυνθεί με τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών σε

περίπτωση υπαναχώρησης και, για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, εάν τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικώς, τη δαπάνη επιστροφής τους·

ι) σε περίπτωση που ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού έχει κάνει χρήση της δυνατότητας του άρθρου 3γ παράγραφος 3 ή του άρθρου 3δ παράγραφος 8, ότι ο καταναλωτής δεσμεύεται να καταβάλει το εύλογο κόστος στον προμηθευτή σύμφωνα με το άρθρο 3ι παράγραφος 3·

ια) όταν δεν παρέχεται δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 3ιβ, την πληροφορία ότι ο καταναλωτής δεν θα έχει δικαίωμα υπαναχώρησης ή, κατά περίπτωση, τις περιστάσεις υπό τις οποίες ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμά του υπαναχώρησης·

ιβ) υπενθύμιση της ύπαρξης της ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. του Αστικού Κώδικα·

ιγ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, την ύπαρξη και τους όρους εφαρμογής υπηρεσιών υποστήριξης του πελάτη μετά την πώληση, εξυπηρέτησης μετά την πώληση και εμπορικών εγγυήσεων·

ιδ) την ύπαρξη σχετικών κωδίκων συμπεριφοράς, όπως ορίζονται στο άρθρο 9α περίπτωση στ) του Ν. 2251/94, και του τρόπου απόκτησης αντιγράφων τους, κατά περίπτωση·

ιε) τη διάρκεια της σύμβασης, όπου τυγχάνει εφαρμογής, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης·

ιστ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης·

ιζ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, την ύπαρξη και τους όρους κατάθεσης χρημάτων ή άλλων χρηματοοικονομικών εγγυήσεων που πρέπει να καταβληθούν ή να παρασχεθούν από τον καταναλωτή όποτε το ζητήσει ο προμηθευτής·

ιη) όπου τυγχάνει εφαρμογής, τις δυνατότητες λειτουργίας του ψηφιακού περιεχομένου, μαζί με τα ισχύοντα τεχνικά μέτρα προστασίας·

ιθ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, κάθε τυπική διαλειτουργικότητα ψηφιακού περιεχομένου με υλισμικό και λογισμικό της οποίας ο προμηθευτής έχει γνώση ή ευλόγως αναμένεται να έχει γνώση·

κ) όπου τυγχάνει εφαρμογής, τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης, στον οποίο υπάγεται ο προμηθευτής, καθώς και τους τρόπους πρόσβασης σε αυτόν.

2. Η παράγραφος 1 ισχύει επίσης για συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται πάνω σε υλικό μέσο.

3. Σε περίπτωση δημόσιου πλειστηριασμού, οι πληροφορίες που προβλέπονται στις περιπτώσεις β), γ) και δ) της παραγράφου 1 μπορούν να αντικαθίστανται από αντίστοιχα στοιχεία του εκπλειστηριαστή.

4. Οι πληροφορίες που προβλέπονται στην παράγραφο 1 περιπτώσεις η), θ) και ι) μπορούν να παρέχονται με το υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση που παρατίθεται στο τμήμα Α του Παραρτήματος του Ν.2251/1994. Ο προμηθευτής έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις παροχής πληροφοριών που ορίζονται στην παράγραφο 1 περιπτώσεις η), θ) και ι), εφόσον έχει παράσχει αυτές τις οδηγίες, σωστά συμπληρωμένες, στον καταναλωτή.

5. Οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της σύμβασης που συνάπτεται εξ αποστάσεως ή εκτός του εμπορικού καταστήματος και δεν μεταβάλλονται πλην ρητής συμφωνίας των συμβαλλόμενων μερών.

6. Εάν ο προμηθευτής δεν έχει τηρήσει τις υποχρεώσεις ενημέρωσης για τις πρόσθετες επιβαρύνσεις ή άλλες δαπάνες κατά τα οριζόμενα στην παράγραφο 1 περίπτωση ε) ή για τις δαπάνες επιστροφής των αγαθών κατά τα οριζόμενα στην παράγραφο 1 περίπτωση θ), ο καταναλωτής δεν πληρώνει τις εν λόγω επιβαρύνσεις ή δαπάνες.

7. Οι οριζόμενες στα άρθρα 3 έως 4η υποχρεώσεις ενημέρωσης σωρευτικά προστίθενται στις απαιτήσεις πληροφόρησης που περιέχουν ο Ν. 3844/2010 (Α' 63) «Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2006/123 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά και άλλες διατάξεις» και το Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 (Α' 116) «Προσαρμογή στην Οδηγία 2000/31 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά

(Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο)».

Με την επιφύλαξη του πρώτου εδαφίου, αν διάταξη του Ν. 3844/2010 ή του Προεδρικού Διατάγματος 131/2003 σχετικά με το περιεχόμενο και τον τρόπο με τον οποίο παρέχονται οι πληροφορίες έρχεται σε σύγκρουση με διάταξη των άρθρων 3 έως 4η, υπερισχύει η διάταξη των άρθρων αυτών.

8. Ως προς την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημέρωσης που ορίζονται στα άρθρα 3β έως 3ιβ, το βάρος της απόδειξης το έχει ο προμηθευτής.

9. Εάν ο προμηθευτής δεν τηρήσει τις υποχρεώσεις ενημέρωσης που προβλέπονται στο παρόν άρθρο η σύμβαση εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή.

Άρθρο 3γ - Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος

1. Όσον αφορά στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, ο προμηθευτής παρέχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1 στον καταναλωτή εγγράφως ή, εάν συμφωνεί ο καταναλωτής, σε άλλο σταθερό μέσο. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι ευανάγνωστες και διατυπωμένες σε απλή και κατανοητή γλώσσα.

2. Ο προμηθευτής παρέχει στον καταναλωτή αντίγραφο της υπογεγραμμένης σύμβασης ή την επιβεβαίωση της σύμβασης εγγράφως ή, εάν συμφωνεί ο καταναλωτής, σε άλλο σταθερό μέσο, συμπεριλαμβανομένης, κατά περίπτωση, της επιβεβαίωσης της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αποδοχής του καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 3ιβ περίπτωση ιγ.

3. Εφόσον ο καταναλωτής επιθυμεί η παροχή υπηρεσιών ή η παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή η παροχή τηλεθέρμανσης να άρχεται στη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 3ε παράγραφος 2, ο προμηθευτής απαιτεί από τον καταναλωτή να καταθέσει τη ρητή αίτησή του πάνω σε σταθερό μέσο.

4. Όσον αφορά στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, εάν ο καταναλωτής έχει ζητήσει ρητώς τις υπηρεσίες του προμηθευτή για την εκτέλεση επισκευών ή συντήρησης για την οποία ο προμηθευτής και ο καταναλωτής αμέσως εκτελούν τις συμβατικές υποχρεώσεις τους και εάν το ποσόν που πρέπει να καταβάλει ο καταναλωτής δεν υπερβαίνει τα 200 ευρώ:

α) ο προμηθευτής οφείλει να παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1 περιπτώσεις β) και γ) και πληροφορίες για την τιμή και τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή, μαζί με εκτίμηση της συνολικής τιμής, εγγράφως ή, εάν ο καταναλωτής συμφωνεί, πάνω σε άλλο σταθερό μέσο. Ο προμηθευτής οφείλει να παράσχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1 περιπτώσεις α), η) και ια), αλλά δύναται επίσης να μην τις παράσχει εγγράφως ή σε άλλο σταθερό μέσο εάν ο καταναλωτής συμφωνήσει ρητώς:

β) η επιβεβαίωση της σύμβασης που γίνεται σύμφωνα με την παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου οφείλει να περιέχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1.

5. Εάν ο προμηθευτής δεν τηρήσει τις τυπικές απαιτήσεις που προβλέπονται στο παρόν άρθρο η σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή.

Άρθρο 3δ - Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως

1. Όσον αφορά στις εξ αποστάσεως συμβάσεις, ο προμηθευτής παρέχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1 ή θέτει αυτές τις πληροφορίες στη διάθεση του καταναλωτή με τρόπο κατάλληλο για το μέσο της επικοινωνίας εξ αποστάσεως που χρησιμοποιείται σε απλή και κατανοητή γλώσσα. Εφόσον οι εν λόγω πληροφορίες παρέχονται πάνω σε σταθερό μέσο, οφείλουν να είναι ευανάγνωστες.

2. Εάν μια εξ αποστάσεως σύμβαση που πρόκειται να συναφθεί με ηλεκτρονικό μέσο επιβάλλει στον καταναλωτή την υποχρέωση να πληρώσει, ο προμηθευτής οφείλει να παράσχει στον καταναλωτή με σαφή και ευκρινή τρόπο και αμέσως προτού ο καταναλωτής υποβάλει την παραγγελία του τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1 περιπτώσεις α), ε), ιε) και ιστ).

Οι πληροφορίες αυτές πρέπει εμφανίζονται πολύ κοντά προς την επιβεβαίωση που απαιτείται για την υποβολή της παραγγελίας.

Ο προμηθευτής οφείλει να μεριμνήσει ώστε ο καταναλωτής, υποβάλλοντας την παραγγελία του, να αναγνωρίσει ρητώς ότι η παραγγελία συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής. Εάν η υποβολή παραγγελίας

απαιτεί την ενεργοποίηση ενός εικονιδίου επιλογής ή ανάλογη λειτουργία, το εικονίδιο επιλογής ή η ανάλογη λειτουργία πρέπει να φέρουν ευανάγνωστη σήμανση που να αναγράφει τις λέξεις "παραγγελία με υποχρέωση πληρωμής" ή μια ανάλογη σαφή διατύπωση που να δείχνει ότι η υποβολή παραγγελίας συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής στον προμηθευτή. Εάν ο προμηθευτής δεν συμμορφωθεί με το παρόν εδάφιο, ο καταναλωτής δεν δεσμεύεται από τη σύμβαση ή την παραγγελία.

3. Οι εμπορικές ιστοσελίδες οφείλουν να αναγράφουν σαφώς και ευανάγνωστα το αργότερο με την έναρξη της διαδικασίας υποβολής παραγγελίας κατά πόσον ισχύουν περιορισμοί στην παράδοση και ποια μέσα πληρωμής είναι δεκτά.

4. Εάν η σύμβαση συνάπτεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών, ο προμηθευτής παρέχει, πάνω στο συγκεκριμένο μέσο πριν από τη σύναψη αυτής της σύμβασης, τουλάχιστον τις προσυμβατικές πληροφορίες που αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, την ταυτότητα του προμηθευτή, τη συνολική τιμή, το δικαίωμα υπαναχώρησης, τη διάρκεια της σύμβασης και, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, τις προϋποθέσεις καταγγελίας της σύμβασης, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 3β παράγραφος 1 περιπτώσεις α), β), ε), η) και ιε). Οι λοιπές πληροφορίες που αναφέρονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1 παρέχονται από τον προμηθευτή στον καταναλωτή κατά κατάλληλο τρόπο σύμφωνα με την παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου.

5. Με την επιφύλαξη της παραγράφου 4, εάν ο προμηθευτής προβεί σε τηλεφωνική κλήση προς τον καταναλωτή με σκοπό τη σύναψη εξ αποστάσεως σύμβασης, οφείλει, στην αρχή της συνομιλίας με τον καταναλωτή, να δηλώσει την ταυτότητά του και, όπου τούτο έχει εφαρμογή, την ταυτότητα του προσώπου εξ ονόματος του οποίου τηλεφωνεί και τον εμπορικό σκοπό της επικοινωνίας.

6. Εάν πρόκειται να συναφθεί σύμβαση εξ αποστάσεως μέσω τηλεφώνου, με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών ή ταυτόχρονα την παροχή αγαθών και υπηρεσιών, ο προμηθευτής υποχρεούται να επιβεβαιώσει την προσφορά του προς τον καταναλωτή, ο οποίος δεσμεύεται μόνον όταν υπογράψει την προσφορά ή έχει στείλει τη γραπτή συγκατάθεσή του.

Οι επιβεβαιώσεις αυτές πρέπει να κοινοποιούνται πάνω σε σταθερό μέσο.

7. Ο προμηθευτής παρέχει στον καταναλωτή την επιβεβαίωση της συναφθείσας σύμβασης, σε σταθερό μέσο σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας. Η εν λόγω επιβεβαίωση περιλαμβάνει:

α) το σύνολο των πληροφοριών που αναφέρονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει ήδη παράσχει τις πληροφορίες στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης σε σταθερό μέσο, και

β) κατά περίπτωση, την επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αναγνώρισης του καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 3ιβ περίπτωση ιγ).

8. Εφόσον ο καταναλωτής επιθυμεί η παροχή υπηρεσιών ή η παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή η παροχή τηλεθέρμανσης να άρχεται στη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 3ε παράγραφος 2, ο προμηθευτής απαιτεί από τον καταναλωτή να καταθέσει ρητή αίτηση.

9. Το παρόν άρθρο εφαρμόζεται με την επιφύλαξη των διατάξεων σχετικά με τη σύναψη ηλεκτρονικών συμβάσεων και την αποστολή ηλεκτρονικών παραγγελιών, όπως καθορίζονται στα άρθρα 8 και 10 του Προεδρικού Διατάγματος 131/2003.

10. Εάν ο προμηθευτής δεν τηρήσει τις τυπικές απαιτήσεις που προβλέπονται στο παρόν άρθρο η σύμβαση εξ αποστάσεως είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή.

Άρθρο 3ε - Δικαίωμα υπαναχώρησης

1. Εκτός εάν ισχύουν οι εξαιρέσεις που προβλέπονται στο άρθρο 3ιβ, ο καταναλωτής διαθέτει προθεσμία 14 ημερολογιακών ημερών για να υπαναχωρήσει από την εξ αποστάσεως σύμβαση ή τη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος χωρίς να αναφέρει τους λόγους και χωρίς καμία επιβάρυνση πέρα από τις προβλεπόμενες στο άρθρο 3θ παράγραφος 2 και στο άρθρο 3ι.

2. Με την επιφύλαξη του άρθρου 3στ, η προβλεπόμενη στην παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 14 ημερολογιακές ημέρες:

α) από την ημερομηνία σύναψης της σύμβασης, για τις συμβάσεις υπηρεσιών·

β) για τις συμβάσεις πώλησης, από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή των αγαθών ή:

i) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή του τελευταίου αγαθού, σε περίπτωση πολλών αγαθών παραγγελθέντων από τον καταναλωτή με μια παραγγελία και παραδιδόμενων χωριστά,

ii) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή της τελευταίας παρτίδας ή του τελευταίου τεμαχίου, σε περίπτωση παράδοσης αγαθού αποτελούμενου από πολλές παρτίδες ή πολλά τεμάχια,

iii) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή του πρώτου αγαθού, σε περίπτωση σύμβασης τακτικής παράδοσης αγαθών σε καθορισμένη χρονική περίοδο·

γ) από την ημέρα σύναψης της σύμβασης, σε περίπτωση συμβάσεων παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται πάνω σε σταθερό μέσο.

3. Τα συμβαλλόμενα μέρη μπορούν, εάν το επιθυμούν, να εκτελέσουν τις συμβατικές υποχρεώσεις τους κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης.

4. Σε περίπτωση σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος απαγορεύεται η είσπραξη όλου ή μέρους του τιμήματος, ακόμη και με μορφή αρραβώνα, εγγυοδοσίας, έκδοσης ή αποδοχής αξιόγραφων ή με άλλη μορφή, κατά τη διάρκεια της προθεσμίας της παραγράφου 1.

Άρθρο 3στ - Παράλειψη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης

1. Εάν ο προμηθευτής δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης όπως απαιτείται από το άρθρο 3β παράγραφος 1 περίπτωση η), η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά το τέλος της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης, όπως αυτή προσδιορίζεται βάσει του άρθρου 3ε παράγραφος 2.

2. Εάν ο προμηθευτής έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες που προβλέπονται στην παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου εντός 12 μηνών από την ημέρα που ορίζεται στο άρθρο 3ε παράγραφος 2, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημερολογιακές ημέρες από την ημέρα που ο καταναλωτής λαμβάνει τις εν λόγω πληροφορίες.

Άρθρο 3ζ - Άσκηση δικαιώματος υπαναχώρησης

1. Πριν από τη λήξη της προθεσμίας υπαναχώρησης, ο καταναλωτής ενημερώνει τον προμηθευτή για την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Προς τον σκοπό αυτό, ο καταναλωτής δύναται:

α) είτε να χρησιμοποιήσει το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο τμήμα Β του Παραρτήματος του Ν. 2251/1994·

β) είτε να κάνει οποιαδήποτε άλλη σαφή δήλωση που να παρουσιάζει την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

2. Ο καταναλωτής έχει κάνει χρήση του δικαιώματος υπαναχώρησης εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης που αναφέρεται στο άρθρο 3ε παράγραφος 2 και στο άρθρο 3στ, εάν η ανακοίνωση περί άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης αποσταλεί από τον καταναλωτή πριν από τη λήξη της προθεσμίας.

3. Ο προμηθευτής μπορεί, επιπλέον των δυνατοτήτων που αναφέρονται στην παράγραφο 1, να παράσχει την επιλογή στον καταναλωτή να συμπληρώσει και να υποβάλει ηλεκτρονικά είτε το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο τμήμα Β του Παραρτήματος του Ν. 2251/1994, είτε οποιαδήποτε άλλη σαφή δήλωση που βρίσκεται στον διαδικτυακό τόπο του προμηθευτή. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο προμηθευτής κοινοποιεί αμελλητί στον καταναλωτή επιβεβαίωση παραλαβής αυτής της υπαναχώρησης πάνω σε σταθερό μέσο.

4. Ο καταναλωτής φέρει το βάρος της απόδειξης ότι άσκησε το δικαίωμα υπαναχώρησης δυνάμει του παρόντος άρθρου.

Άρθρο 3η - Αποτελέσματα της υπαναχώρησης

Η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης τερματίζει τις υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων μερών:

- α) να εκτελέσουν την εξ αποστάσεως σύμβαση ή τη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος ή
- β) να συνάψουν σύμβαση εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος σε περιπτώσεις που υποβλήθηκε προσφορά από τον καταναλωτή.

Άρθρο 3θ - Υποχρεώσεις του προμηθευτή σε περίπτωση υπαναχώρησης

1. Ο προμηθευτής επιστρέφει κάθε πληρωμή που έλαβε από τον καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των δαπανών παράδοσης, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση δυνάμει του άρθρου 3ζ.

Ο προμηθευτής προβαίνει στην προβλεπόμενη στο πρώτο εδάφιο επιστροφή χρημάτων χρησιμοποιώντας τα ίδια μέσα πληρωμής με εκείνα που ο καταναλωτής χρησιμοποίησε για την αρχική συναλλαγή, εκτός κι αν ο καταναλωτής έχει ρητώς συμφωνήσει διαφορετικά και υπό τον όρο να μην επιβαρυνθεί ο καταναλωτής με δαπάνες προκύπτουσες από την επιστροφή των χρημάτων.

2. Κατά παρέκκλιση από την παράγραφο 1, ο προμηθευτής δεν απαιτείται να επιστρέψει πρόσθετες δαπάνες παράδοσης, εάν ο καταναλωτής ρητώς είχε επιλέξει τρόπο παράδοσης άλλο από τον φθηνότερο τυποποιημένο τρόπο παράδοσης που προσφέρει ο προμηθευτής.

3. Εκτός εάν ο προμηθευτής προσφέρθηκε να παραλάβει ο ίδιος τα αγαθά, όσον αφορά τις συμβάσεις πώλησης, ο προμηθευτής μπορεί να παρακρατήσει την επιστροφή του τιμήματος μέχρι να λάβει πίσω τα αγαθά ή μέχρι ο καταναλωτής να παράσχει αποδείξεις ότι έστειλε πίσω τα αγαθά, όποιο από τα δύο συμβεί πρώτο.

Άρθρο 3ι - Υποχρεώσεις του καταναλωτή σε περίπτωση υπαναχώρησης

1. Εκτός εάν ο προμηθευτής έχει προσφερθεί να παραλάβει τα αγαθά ο ίδιος, ο καταναλωτής επιστρέφει τα αγαθά ή τα μεταβιβάζει στον προμηθευτή ή σε άτομο εξουσιοδοτημένο από τον προμηθευτή να λάβει τα αγαθά, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ανακοίνωσε στον προμηθευτή την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση σύμφωνα με το άρθρο 3ζ. Η προθεσμία τηρείται εάν ο καταναλωτής στείλει πίσω τα αγαθά πριν από την εκπνοή της προθεσμίας των 14 ημερολογιακών ημερών.

Ο καταναλωτής επιβαρύνεται μόνο με το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί ο ίδιος με το εν λόγω κόστος ή εάν ο προμηθευτής έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι ο καταναλωτής οφείλει να επιβαρυνθεί με αυτό.

Στην περίπτωση συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος, εφόσον τα αγαθά έχουν παραδοθεί στην οικία του καταναλωτή τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης, ο προμηθευτής συλλέγει με δικά του έξοδα τα αγαθά, εφόσον πρόκειται για αγαθά που από τη φύση τους δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς.

2. Ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλην εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών. Ο καταναλωτής δεν ευθύνεται σε καμία περίπτωση για οποιαδήποτε μείωση της αξίας των αγαθών όταν ο προμηθευτής δεν έχει παράσχει κοινοποίηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 3β παράγραφος 1 περίπτωση η).

3. Εάν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού έχει ήδη καταθέσει αίτηση σύμφωνα με το άρθρο 3γ παράγραφος 3 ή το άρθρο 3δ παράγραφος 8, ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει στον προμηθευτή, σε σύγκριση με την πλήρη κάλυψη της σύμβασης, ένα ποσό ανάλογο προς τα παρασχεθέντα μέχρι τη στιγμή που ο καταναλωτής ενημέρωσε τον προμηθευτή ότι θα ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης. Το αναλογούν ποσό που ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει στον προμηθευτή υπολογίζεται βάσει της συνολικής τιμής που είχε συμφωνηθεί στη σύμβαση. Εάν η συνολική τιμή είναι υπερβολική, το αναλογούν ποσό θα πρέπει να υπολογιστεί βάσει της αγοραίας αξίας των παρασχεθέντων.

4. Ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται:

- α) για την παροχή υπηρεσιών, την παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν

διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή για παροχή τηλεθέρμανσης, εν μέρει ή εν όλω, κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης, εφόσον:

i) ο προμηθευτής έχει παραλείψει να παράσχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 3β παράγραφος 1 περιπτώσεις η) ή ι) ή

ii) ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης στη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 3γ παράγραφος 3 και στο άρθρο 3δ παράγραφος 8, ή

β) για την εν όλω ή εν μέρει παροχή ψηφιακού περιεχομένου που δεν παραδίδεται πάνω σε υλικό μέσο, εφόσον:

i) ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης πριν από το τέλος της 14ήμερης περιόδου που προβλέπεται στο άρθρο 3ε, ή

ii) ο καταναλωτής δεν αναγνώρισε ότι χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης όταν έδινε τη συγκατάθεσή του, ή

iii) ο προμηθευτής έχει παραλείψει να παράσχει την επιβεβαίωση που προβλέπεται στο άρθρο 3γ παράγραφος 2 ή στο άρθρο 3δ παράγραφος 7.

5. Εκτός αν άλλως ορίζεται στο άρθρο 3θ παράγραφος 2 και στο παρόν άρθρο, ο καταναλωτής δεν φέρει καμία ευθύνη αν ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης.

Άρθρο 3ια - Συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης σε συνδεδεμένες συμβάσεις

1. Με την επιφύλαξη του άρθρου 15 της Κοινής Υπουργικής Απόφασης Ζ1-699/2010 (Β' 917) «Για την προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας προς την οδηγία 2008/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 23^{ης} Απριλίου 2008 για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης και την κατάργηση της οδηγίας 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου», εάν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμά του υπαναχώρησης από εξ αποστάσεως σύμβαση ή σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος σύμφωνα με τα άρθρα 3ε έως 3ι, τυχόν συνδεδεμένες συμβάσεις λήγουν αυτομάτως, χωρίς κανένα κόστος για τον καταναλωτή, εκτός όπως προβλέπεται στο άρθρο 3θ παράγραφος 2 και στο άρθρο 3ι.

2. Στην περίπτωση της παραγράφου 1 για την καταγγελία των συνδεδεμένων συμβάσεων εφαρμόζονται οι αντίστοιχες περί καταγγελίας διατάξεις που διέπουν τη σχετική σύμβαση.

Άρθρο 3ιβ - Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης

Το δικαίωμα υπαναχώρησης που προβλέπεται στα άρθρα 3ε έως 3ια για τις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις, δεν ισχύει όσον αφορά στις ακόλουθες περιπτώσεις:

α) συμβάσεις υπηρεσιών μετά την πλήρη παροχή της υπηρεσίας, εάν η εκτέλεση άρχισε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, και με την εκ μέρους του αναγνώριση ότι θα απωλέσει το δικαίωμά του υπαναχώρησης μόλις η σύμβαση εκτελεσθεί πλήρως από τον προμηθευτή·

β) την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο προμηθευτής και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης·

γ) την προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων·

δ) την προμήθεια αγαθών τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα·

ε) την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση·

στ) την προμήθεια αγαθών τα οποία, μετά την παράδοση, λόγω της φύσης τους, είναι αναπόσπαστα αναμειγμένα με άλλα στοιχεία·

ζ) την προμήθεια οινοπνευματωδών ποτών, η τιμή των οποίων έχει συμφωνηθεί κατά τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης πώλησης, η παράδοση των οποίων μπορεί όμως να πραγματοποιηθεί μόνο μετά από 30 ημέρες και η πραγματική τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις στην αγορά, τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο προμηθευτής·

η) συμβάσεις κατά τις οποίες ο καταναλωτής έχει ζητήσει ειδικά επίσκεψη από τον προμηθευτή με σκοπό

να πραγματοποιήσει επείγουσες επιδιορθώσεις ή την εκτέλεση εργασιών συντήρησης. Εάν, στην περίπτωση τέτοιας επίσκεψης, ο προμηθευτής παράσχει υπηρεσίες επιπλέον εκείνων που ζητήθηκαν συγκεκριμένα από τον καταναλωτή ή αγαθά πέρα από τα ανταλλακτικά που χρησιμοποιήθηκαν υποχρεωτικά κατά την εκτέλεση εργασιών συντήρησης ή κατά τις επιδιορθώσεις, το δικαίωμα υπαναχώρησης εφαρμόζεται στις εν λόγω πρόσθετες υπηρεσίες ή αγαθά·

θ) την προμήθεια σφραγισμένων ηχητικών εγγραφών ή σφραγισμένων εγγραφών βίντεο ή σφραγισμένου λογισμικού για υπολογιστές, που αποσφραγίστηκαν μετά την παράδοση·

ι) την προμήθεια εφημερίδων και παντός είδους περιοδικών, εξαιρουμένων των συνδρομητικών συμβάσεων για την προμήθεια αυτών των εντύπων·

ια) συμβάσεις συναφθείσες σε δημόσιο πλειστηριασμό·

ιβ) την παροχή στέγασης πλην για σκοπούς κατοικίας, μεταφοράς αγαθών, υπηρεσιών ενοικίασης αυτοκινήτων, εστίασης ή υπηρεσιών σχετιζόμενων με δραστηριότητες αναψυχής, εάν η σύμβαση προβλέπει συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης·

ιγ) την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο, εάν η εκτέλεση ξεκίνησε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και την επιβεβαίωση εκ μέρους του ότι χάνει έτσι το δικαίωμά του υπαναχώρησης.

Άρθρο 3ιγ - Εγγραφή των προμηθευτών από απόσταση σε Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.Μ.Η)

Κάθε προμηθευτής, ο οποίος προτίθεται να συνάψει με τους καταναλωτές συμβάσεις από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών, υποχρεούται να ζητήσει την καταχώρισή του στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.Μ.Η.) σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 3419/2005 – Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.Μ.Η.) και Εκσυγχρονισμός της Επιμελητηριακής Νομοθεσίας.

Άρθρο 4 – Υποχρεώσεις ενημέρωσης για συμβάσεις άλλες από τις συναπτόμενες εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος

1. Πριν δεσμευθεί ο καταναλωτής με σύμβαση άλλη από τη συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος, ή με οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά, ο προμηθευτής παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με ευκρινή και κατανοητό τρόπο, εάν οι εν λόγω πληροφορίες δεν είναι ήδη εμφανείς από τις περιστάσεις:

α) τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, στον βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και τα αγαθά ή τις υπηρεσίες·

β) την ταυτότητα του προμηθευτή, όπως η εμπορική επωνυμία του, τη γεωγραφική διεύθυνση στην οποία είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό του τηλεφώνου του·

γ) τη συνολική τιμή των αγαθών ή των υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων του Φ.Π.Α. και κάθε άλλου τέλους, ή αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή και, όπου τυγχάνει εφαρμογής, όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις·

δ) κατά περίπτωση, τις ρυθμίσεις για την πληρωμή, την παράδοση, την εκτέλεση, την προθεσμία εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει την υπηρεσία και την πολιτική που εφαρμόζει ο προμηθευτής για την αντιμετώπιση των παραπόνων·

ε) επιπλέον της υπενθύμισης της ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. του Αστικού Κώδικα, την υπενθύμιση περί ύπαρξης εξυπηρέτησης μετά την πώληση και, κατά περίπτωση, εμπορικών εγγυήσεων, μαζί με τις σχετικές προϋποθέσεις·

στ) τη διάρκεια της σύμβασης, όπου τυγχάνει εφαρμογής, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης·

ζ) κατά περίπτωση, τις δυνατότητες λειτουργίας του ψηφιακού περιεχομένου, μαζί με τα ισχύοντα τεχνικά μέτρα προστασίας·

η) κατά περίπτωση, κάθε τυπική διαλειτουργικότητα ψηφιακού περιεχομένου με υλισμικό και λογισμικό της οποίας ο προμηθευτής έχει γνώση ή ευλόγως αναμένεται να έχει γνώση.

2. Η παράγραφος 1 ισχύει επίσης για συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται πάνω σε υλικό μέσο.

3. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται σε συμβάσεις που αφορούν καθημερινές συναλλαγές και που εκτελούνται αμέσως μόλις συναφθούν.

4. Για συμβάσεις στις οποίες εφαρμόζεται το παρόν άρθρο μπορούν να προβλέπονται πρόσθετες υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης.

Άρθρο 4α - Άλλα δικαιώματα του καταναλωτή-Πεδίο εφαρμογής

1. Τα άρθρα 4β και 4δ εφαρμόζονται στις συμβάσεις πώλησης. Τα εν λόγω άρθρα δεν εφαρμόζονται σε συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου μη ευρισκόμενου πάνω σε υλικό μέσο.

2. Τα άρθρα 4γ, 4ε και 4στ εφαρμόζονται σε συμβάσεις πώλησης και παροχής υπηρεσιών και σε συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας, τηλεθέρμανσης ή ψηφιακού περιεχομένου.

Άρθρο 4β - Παράδοση

1. Εκτός εάν τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν συμφωνήσει διαφορετικά ως προς τον χρόνο παράδοσης, ο προμηθευτής παραδίδει τα αγαθά με τη μεταβίβαση της φυσικής κατοχής ή ελέγχου των αγαθών στον καταναλωτή χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, αλλά οπωσδήποτε εντός 30 ημερολογιακών ημερών από τη σύναψη της σύμβασης.

2. Όταν ο προμηθευτής δεν εκπληρώνει την υποχρέωσή του να παραδώσει τα αγαθά τη χρονική στιγμή που συμφώνησε με τον καταναλωτή ή εντός της προθεσμίας που ορίζεται στην παράγραφο 1, ο καταναλωτής πρέπει να του ζητήσει να πραγματοποιήσει την παράδοση εντός επιπλέον προθεσμίας ανάλογης των περιστάσεων. Εάν ο προμηθευτής δεν παραδώσει τα αγαθά εντός αυτής της επιπλέον προθεσμίας, ο καταναλωτής δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση.

Το πρώτο εδάφιο δεν εφαρμόζεται σε συμβάσεις πωλήσεων εάν ο προμηθευτής έχει αρνηθεί να παραδώσει τα αγαθά ή εάν η παράδοση εντός της συμφωνημένης προθεσμίας παράδοσης είναι σημαντική, λαμβανομένων υπόψη όλων των περιστάσεων που περιέβαλαν τη σύναψη της σύμβασης, ή εάν ο καταναλωτής έχει ενημερώσει τον προμηθευτή, πριν από τη σύναψη της σύμβασης, ότι η παράδοση απαιτείται να γίνει σε ή μέχρι μία ορισμένη ημερομηνία. Σε αυτές τις περιπτώσεις, εάν ο προμηθευτής παραλείψει να παραδώσει τα αγαθά κατά τη χρονική στιγμή που συμφώνησε με τον καταναλωτή ή εντός της προθεσμίας που ορίζεται στην παράγραφο 1, ο καταναλωτής δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση αμέσως.

3. Μόλις καταγγελθεί η σύμβαση, ο προμηθευτής οφείλει να επιστρέψει, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, όλα τα χρήματα που είχαν πληρωθεί βάσει της σύμβασης.

4. Η καταγγελία της παραγράφου 2 πραγματοποιείται με την επιφύλαξη παντός νομίμου δικαιώματός του καταναλωτή κατά τις γενικές διατάξεις.

Άρθρο 4γ - Έξοδα για χρήση μέσων πληρωμής

Απαγορεύεται στον προμηθευτή να χρεώνει στους καταναλωτές, για τη χρήση ενός συγκεκριμένου μέσου πληρωμής, δαπάνη υπερβαίνουσα το κόστος χρήσης αυτού του μέσου από τον ίδιο.

Άρθρο 4δ - Μετάθεση κινδύνου

Στις συμβάσεις κατά τις οποίες ο προμηθευτής αποστέλλει τα προϊόντα στον καταναλωτή, ο κίνδυνος απώλειας ή βλάβης των αγαθών μετατίθεται στον καταναλωτή, όταν αυτός ή κάποιο τρίτο μέρος το οποίο ορίζεται σχετικά από τον καταναλωτή και είναι διάφορο του μεταφορέα έχει αποκτήσει τη φυσική κατοχή των αγαθών. Εντούτοις, ο κίνδυνος μετατίθεται στον καταναλωτή άμα τη παραδώσει στον μεταφορέα, εάν ο μεταφορέας έχει ενταλθεί από τον καταναλωτή να μεταφέρει τα αγαθά και η εν λόγω επιλογή δεν προσφέρθηκε από τον προμηθευτή, με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων του καταναλωτή έναντι του

μεταφορά.

Άρθρο 4ε - Τηλεφωνική επικοινωνία

Όταν ο προμηθευτής χρησιμοποιεί τηλεφωνική γραμμή για τηλεφωνική επικοινωνία μαζί του σχετικά με τις συναπτόμενες συμβάσεις, ο καταναλωτής —τη στιγμή που επικοινωνεί με τον προμηθευτή— δεν υποχρεούται να πληρώσει παραπάνω από τη βασική τιμή χρέωσης.

Το πρώτο εδάφιο ισχύει με την επιφύλαξη του δικαιώματος των παρόχων των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών να επιβάλλουν χρέωση για αυτές τις κλήσεις.

Άρθρο 4στ - Πρόσθετες πληρωμές

Προτού ο καταναλωτής δεσμευθεί από τη σύμβαση ή προσφορά, ο προμηθευτής επιδιώκει τη ρητή συναίνεση του καταναλωτή για κάθε πρόσθετη πληρωμή επιπλέον της αμοιβής που συμφωνείται για την κύρια συμβατική υποχρέωση του προμηθευτή. Εάν ο προμηθευτής δεν έχει λάβει τη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, αλλά την έχει συναγάγει, χρησιμοποιώντας τις προκαθορισμένες επιλογές τις οποίες ο καταναλωτής απαιτείται να απορρίψει προκειμένου να αποφύγει την πρόσθετη πληρωμή, ο καταναλωτής δικαιούται την επιστροφή αυτής της πληρωμής.

Άρθρο 4ζ - Παροχή μη παραγγελθέντων

Ο καταναλωτής απαλλάσσεται από την υποχρέωση να λάβει κατ' οποιονδήποτε τρόπο υπόψη την παροχή μη παραγγελθέντων αγαθών, νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας, τηλεθέρμανσης ή ψηφιακού περιεχομένου ή μη ζητηθείσης παροχής υπηρεσιών, που απαγορεύεται από το άρθρο 9η περίπτωση στ) του Ν. 2251/94. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η απουσία απάντησης από τον καταναλωτή ύστερα από περίπτωση παροχής μη παραγγελθέντων δεν ισοδυναμεί με συναίνεση.

Άρθρο 4η - Αναγκαστικός χαρακτήρας

1. Εάν το δίκαιο που είναι εφαρμοστέο στη σύμβαση είναι το δίκαιο κάποιου κράτους μέλους, οι καταναλωτές δεν μπορούν να παραιτηθούν από τα δικαιώματα που τους παρέχονται από τα άρθρα 3 έως και 4ζ.
2. Οποιοσδήποτε συμβατικές ρήτρες καταργούν ή περιορίζουν, άμεσα ή έμμεσα, τα δικαιώματα που προκύπτουν από τα άρθρα 3 έως και 4ζ είναι άκυρες.

Άρθρο 4θ - Εμπορία από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών

Ορισμοί

Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου αυτού:

α) Σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση είναι κάθε σύμβαση που αφορά χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, η οποία συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή, χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία τους, στο πλαίσιο συστήματος εξ αποστάσεως πώλησης ή παροχής υπηρεσιών που οργανώνεται από τον προμηθευτή, ο οποίος χρησιμοποιεί αποκλειστικά, για τη σύμβαση αυτή, ένα ή περισσότερα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης.

β) Μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως είναι κάθε μέσο το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί, χωρίς την αυτοπρόσωπη και ταυτόχρονη παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, για την εξ αποστάσεως εμπορία υπηρεσίας μεταξύ των μερών αυτών, όπως αναφέρεται στο άρθρο 4, παράγραφος 1 του παρόντος.

γ) Χρηματοοικονομική υπηρεσία είναι κάθε υπηρεσία τραπεζικής, πιστωτικής, ασφαλιστικής ή επενδυτικής φύσεως, ή σχετική με ατομικές συντάξεις ή με πληρωμές.

δ) Καταναλωτής είναι κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, στο πλαίσιο συμβάσεων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, ενεργεί για σκοπούς εκτός του πεδίου της εμπορικής ή επαγγελματικής δραστηριότητάς του.

ε) Φορέας ή προμηθευτής μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου, του οποίου η εμπορική ή επαγγελματική δραστηριότητα συνίσταται στη διάθεση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως στους προμηθευτές.

στ) Σταθερό μέσο είναι κάθε μέσο που επιτρέπει στον καταναλωτή να αποθηκεύει πληροφορίες απευθυνόμενες προσωπικά σε αυτόν, κατά τρόπο προσπελάσιμο για μελλοντική αναφορά επί χρονικό διάστημα επαρκές για τους σκοπούς που εξυπηρετούν οι πληροφορίες, και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή των αποθηκευμένων πληροφοριών.

Πεδίο εφαρμογής

Όσον αφορά τις συμβάσεις που αφορούν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες οι οποίες περιλαμβάνουν μια αρχική συμφωνία παροχής υπηρεσίας και ακολούθως διαδοχικές πράξεις ή σειρά διακριτών πράξεων της αυτής φύσεως που κλιμακώνονται χρονικά, οι διατάξεις αυτού του άρθρου εφαρμόζονται μόνο στην αρχική συμφωνία.

Αν δεν υπάρχει αρχική συμφωνία παροχής υπηρεσίας αλλά οι διαδοχικές ή διακριτές πράξεις της αυτής φύσεως που κλιμακώνονται χρονικά, διενεργούνται μεταξύ των ίδιων συμβαλλομένων μερών, οι παράγραφοι 3 και 4 του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται μόνο κατά τη διενέργεια της πρώτης πράξης. Όταν όμως δεν έχει διενεργηθεί πράξη της ίδιας φύσης για διάστημα άνω του ενός έτους, η διενέργεια της επόμενης πράξης θεωρείται ως η πρώτη μιας νέας σειράς πράξεων και, συνεπώς, εφαρμόζονται οι παράγραφοι 3 και 4.

Πληροφόρηση του καταναλωτή πριν από τη σύναψη σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση

α) Πριν από τη σύναψη σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται με τα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως κατά τρόπο σαφή και κατανοητό, τηρουμένων των αρχών της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές και των διατάξεων που διέπουν το κύρος των δικαιοπραξιών, για τα ακόλουθα στοιχεία, ο εμπορικός σκοπός των οποίων πρέπει να καθίσταται σαφής:

Πληροφορίες που αφορούν τον προμηθευτή

την ταυτότητα και την κύρια δραστηριότητα του προμηθευτή, τη διεύθυνση στην οποία είναι εγκατεστημένος ο προμηθευτής, καθώς και κάθε άλλη διεύθυνση που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τις σχέσεις του καταναλωτή με τον προμηθευτή,

την ταυτότητα του αντιπροσώπου του προμηθευτή που είναι εγκατεστημένος στην Ελλάδα και τη διεύθυνση που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τις σχέσεις του καταναλωτή με τον αντιπρόσωπο, όταν υπάρχει αντιπρόσωπος,

εάν οι επαγγελματικές επαφές του καταναλωτή έγιναν με άλλον επαγγελματία πλην του προμηθευτή, την ταυτότητα του εν λόγω επαγγελματία, την ιδιότητα με την οποία ενεργεί έναντι του καταναλωτή, και τη διεύθυνση που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τις σχέσεις μεταξύ του καταναλωτή και του επαγγελματία,

όταν ο προμηθευτής είναι καταχωρημένος σε εμπορικό ή αντίστοιχο δημόσιο μητρώο, το εμπορικό μητρώο στο οποίο είναι εγγεγραμμένος ο προμηθευτής και τον αριθμό καταχώρησής του ή ισοδύναμο μέσο αναγνώρισης στο εν λόγω μητρώο,

όταν η δραστηριότητα του προμηθευτή υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης, τα στοιχεία της αρμόδιας εποπτεύουσας αρχής.

Πληροφορίες που αφορούν τη χρηματοοικονομική υπηρεσία

περιγραφή των κυριότερων χαρακτηριστικών στοιχείων της χρηματοοικονομικής υπηρεσίας,

το συνολικό τίμημα που πρέπει να πληρώσει ο καταναλωτής στον προμηθευτή για τη χρηματοοικονομική υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένων όλων των συναφών τελών, επιβαρύνσεων και δαπανών και όλων των φόρων που εισπράττονται μέσω του προμηθευτή, ή, εάν δεν μπορεί να προσδιοριστεί το ακριβές τίμημα, τη βάση υπολογισμού του, κατά τρόπον ώστε να μπορεί να το ελέγξει ο καταναλωτής,

εφόσον συντρέχει περίπτωση, προειδοποίηση η οποία αναφέρει ότι η χρηματοοικονομική υπηρεσία συνδέεται με τίτλους που συνεπάγονται ειδικούς κινδύνους συνδεόμενους με τα ειδικά χαρακτηριστικά ή τις πράξεις που πρέπει να εκτελεστούν ή των οποίων η τιμή εξαρτάται από τις διακυμάνσεις στις κεφαλαιαγορές επί των οποίων ο προμηθευτής δεν έχει καμία επίδραση, καθώς και ότι οι αποδόσεις του παρελθόντος δεν αποτελούν δείκτη για τις μελλοντικές αποδόσεις,

μνεία της ενδεχόμενης ύπαρξης άλλων φόρων ή/και δαπανών που δεν εισπράττονται μέσω του προμηθευτή ούτε χρεώνονται από αυτόν,

τους τυχόν χρονικούς περιορισμούς της ισχύος των παρεχόμενων πληροφοριών,

τις ρυθμίσεις σχετικά με την πληρωμή και την εκτέλεση,

το τυχόν ειδικό επιπλέον κόστος που συνεπάγεται για τον καταναλωτή η χρήση των μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως, εάν αυτό το επιπλέον κόστος χρεώνεται.

Πληροφορίες που αφορούν τη σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση:

- την ύπαρξη ή μη δικαιώματος υπαναχώρησης, όπως προβλέπεται στην παράγραφο 6 και, εάν υφίσταται το δικαίωμα αυτό, τη διάρκεια και τις προϋποθέσεις άσκησής του, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών για το ποσό που ενδέχεται να υποχρεωθεί να πληρώσει ο καταναλωτής σύμφωνα με την περίπτωση β' της παραγράφου 7, καθώς επίσης και τις συνέπειες της μη άσκησης αυτού του δικαιώματος,

- την ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, εάν πρόκειται για σύμβαση παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε μόνιμη ή περιοδική βάση,

- πληροφορίες σχετικά με τα δικαιώματα που μπορεί να έχουν τα μέρη να προκαλέσουν την πρόωγη ή μονομερή λύση της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης αυτής, συμπεριλαμβανομένων των σχετικών κυρώσεων που προβλέπονται στις περιπτώσεις αυτές από τη σύμβαση,

- πρακτικές οδηγίες για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης, όπου να αναγράφεται, μεταξύ άλλων, η διεύθυνση στην οποία πρέπει να απευθύνεται η δήλωση υπαναχώρησης,

- το κράτος μέλος ή τα κράτη μέλη, στη νομοθεσία των οποίων βασίζεται ο προμηθευτής για τη δημιουργία σχέσεων με τον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση,

- οποιαδήποτε συμβατική ρήτρα σχετικά με το δίκαιο που εφαρμόζεται στη σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση ή και το αρμόδιο δικαστήριο,

- τη γλώσσα ή τις γλώσσες στις οποίες διατυπώνονται οι όροι της σύμβασης και η αναφερόμενη στην παρούσα παράγραφο εκ των προτέρων πληροφόρηση, καθώς και τη γλώσσα ή τις γλώσσες στις οποίες ο προμηθευτής, σε συμφωνία με τον καταναλωτή, αναλαμβάνει την υποχρέωση να επικοινωνεί κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης.

Πληροφορίες που αφορούν την προσφυγή

την ύπαρξη μηχανισμών εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών, όπως ο Συνήγορος του Καταναλωτή,

στους οποίους έχει πρόσβαση ο καταναλωτής που είναι συμβαλλόμενος στην εξ αποστάσεως σύμβαση και τον τρόπο με τον οποίο έχει πρόσβαση ο καταναλωτής,

την ύπαρξη κεφαλαίων εγγύησης ή άλλων ρυθμίσεων για την παροχή αποζημιώσεων, που δεν καλύπτονται από συστήματα εγγύησης καταθέσεων, σύμφωνα με το ν. 2832/2000 (ΦΕΚ 141/Α'/13.6.00), και αποζημίωσης των επενδυτών, σύμφωνα με το ν. 2533/1997 (ΦΕΚ 228/Α'/11.11.97), όπως ισχύουν.

β) Στην περίπτωση τηλεφωνικών επικοινωνιών, οι οποίες ηχογραφούνται υποχρεωτικά, τηρουμένων των διατάξεων του ν. 3340/2005 (ΦΕΚ 112 Α') και του ν. 3471/2006, όπως εκάστοτε ισχύουν, πρέπει να δηλώνεται σαφώς, στην αρχή οποιασδήποτε συνομιλίας με τον καταναλωτή, ότι αυτή μαγνητοφωνείται, η ταυτότητα του προμηθευτή και ο εμπορικός σκοπός του τηλεφωνήματός του. Επιπρόσθετα, εφόσον συγκατατίθεται ρητά ο καταναλωτής, είναι υποχρεωτική η παροχή σε αυτόν των ακόλουθων πληροφοριών που αφορούν:

- στην ταυτότητα του προσώπου που έρχεται σε επαφή με τον καταναλωτή και στη σχέση του με τον προμηθευτή,

- στην περιγραφή των κυριότερων στοιχείων της χρηματοοικονομικής υπηρεσίας,

- στο συνολικό τίμημα που πρέπει να πληρώσει ο καταναλωτής στον προμηθευτή για τη χρηματοοικονομική υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένων όλων των φόρων που εισπράττονται μέσω του προμηθευτή ή, εάν δεν μπορεί να προσδιοριστεί το ακριβές τίμημα, στη βάση υπολογισμού του, κατά τρόπον που επιτρέπει στον καταναλωτή να το ελέγξει,

- στη μνεία της ενδεχόμενης ύπαρξης άλλων φόρων ή και δαπανών που δεν εισπράττονται μέσω του προμηθευτή ούτε χρεώνονται από αυτόν,

- στην ύπαρξη ή μη δικαιώματος υπαναχώρησης, όπως προβλέπεται στην παράγραφο 6, και, εάν υφίσταται το δικαίωμα αυτό, στη διάρκεια και στις προϋποθέσεις άσκησης του, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών για το ποσό που ενδέχεται να υποχρεωθεί να πληρώσει ο καταναλωτής σύμφωνα με την περίπτωση β' της παραγράφου 7 .

Ο προμηθευτής οφείλει να πληροφορεί τον καταναλωτή ότι, κατόπιν αιτήματός του , μπορεί να λάβει και άλλες πληροφορίες, καθώς και να ενημερωθεί για τη φύση των πληροφοριών αυτών. Σε κάθε περίπτωση, ο προμηθευτής του παρέχει όλες τις πληροφορίες, όταν εκτελεί τις υποχρεώσεις του κατά την παράγραφο 5.

γ) Οι πληροφορίες σχετικά με συμβατικές υποχρεώσεις, οι οποίες πρέπει να ανακοινώνονται στον καταναλωτή κατά την περίοδο πριν από τη σύναψη της σύμβασης, πρέπει να είναι σύμφωνες με τις συμβατικές υποχρεώσεις που θα απέρρεαν από τη νομοθεσία που θα εφαρμοζόταν κατά τεκμήριο στη σύμβαση εξ αποστάσεως, εάν η τελευταία είχε συναφθεί.

δ) Σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή, εάν, πριν από τη σύναψή της, αυτός δεν ενημερώθηκε, με τα μέσα και τον τρόπο που προβλέπονται ανωτέρω, για τα στοιχεία τα οποία ορίζονται στις περιπτώσεις α' και β' της παρούσας παραγράφου.

Πρόσθετες απαιτήσεις πληροφόρησης

Απαιτήσεις εκ των προτέρων πληροφόρησης, πρόσθετες σε αυτές της περίπτωσης α' της παραγράφου 3 , οι οποίες απορρέουν από ειδικές διατάξεις της κοινοτικής νομοθεσίας που διέπουν τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, εξακολουθούν να ισχύουν. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή κοινοποιεί τις εθνικές διατάξεις σχετικά με τις απαιτήσεις εκ των προτέρων πληροφόρησης στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να διαβιβάζουν αμελλητί στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή τους σχετικούς τύπους συμβάσεων, περιλαμβανομένων και των γενικών όρων συναλλαγών.

Γνωστοποίηση των συμβατικών όρων

α) Η σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή, αν αυτός δεν λάβει εγκαίρως, και, σε κάθε περίπτωση, πριν από την δέσμευσή του από την σύμβαση αυτή, όλους τους όρους της, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών που αναφέρονται στις περιπτώσεις α' και β' της παραγράφου 3 και στην παράγραφο 4 του παρόντος άρθρου, γραπτώς ή με άλλο σταθερό μέσο, στο οποίο έχει αυτός πρόσβαση.

β) Ο προμηθευτής εκπληρώνει την δυνάμει του εδαφίου α) υποχρέωσή του αμέσως μετά τη σύναψη της σύμβασης εξ αποστάσεως, εάν αυτή έχει συναφθεί κατόπιν αιτήματος του καταναλωτή με τη

χρησιμοποίηση μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως, το οποίο δεν επιτρέπει να ανακοινωθούν οι συμβατικοί όροι και οι πληροφορίες σύμφωνα με το εδάφιο α.

γ) Σε κάθε περίπτωση, συμβατικοί όροι που δεν γνωστοποιήθηκαν κατά τα οριζόμενα ανωτέρω στον καταναλωτή, δεν δεσμεύουν αυτόν, έστω και εάν δεν αποτελούν κρίσιμους παράγοντες στη διαμόρφωση της δικαιοπρακτικής βούλησής του.

δ) Όσο διαρκεί η συμβατική σχέση, ο καταναλωτής δικαιούται, κατόπιν αιτήματός του, να λαμβάνει τους συμβατικούς όρους γραπτά. Επιπλέον, ο καταναλωτής δικαιούται να αλλάζει το χρησιμοποιούμενο μέσο εξ αποστάσεως επικοινωνίας, εκτός εάν αυτό είναι ασυμβίβαστο με τη συναφθείσα σύμβαση εξ αποστάσεως ή με τη φύση της παρεχόμενης χρηματοοικονομικής υπηρεσίας.

Δικαίωμα υπαναχώρησης

α) Σε κάθε σύμβαση από απόσταση ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρήσει μέσα σε δεκατέσσερις (14) ημερολογιακές ημέρες, χωρίς καμία ποινή και χωρίς να αναφέρει αιτιολογία. Ωστόσο, η προθεσμία αυτή παρατείνεται σε τριάντα (30) ημερολογιακές ημέρες προκειμένου περί συμβάσεων εξ αποστάσεως με αντικείμενο ασφαλίσεις ζωής, όπως αυτές προβλέπονται από το άρθρο 13 περ. 2 του ν.δ. 400/70 (ΦΕΚ 10/Α'/70) όπως ισχύει, καθώς και στις συνταξιοδοτικές ασφαλίσεις.

Για την άσκηση του δικαιώματος αυτού η προθεσμία αρχίζει:

είτε από την ημέρα σύναψης της σύμβασης εξ αποστάσεως, εκτός εάν πρόκειται για ασφαλίσεις ζωής, για τις οποίες η προθεσμία αρχίζει να μετρά από την ημέρα που ο καταναλωτής πληροφορήθηκε τη σύναψη της σύμβασης εξ αποστάσεως,

είτε από την ημέρα που ο καταναλωτής παρέλαβε τους συμβατικούς όρους και τις πληροφορίες, σύμφωνα με την παράγραφο 5, εδάφια α) και β), εφόσον αυτή η τελευταία ημερομηνία είναι μεταγενέστερη από την αναφερόμενη στην πρώτη περίπτωση.

Η προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από συμβάσεις του προηγούμενου εδαφίου αναστέλλεται για όσο χρόνο ο λήπτης της ασφάλισης έχει δικαίωμα εναντίωσης σύμφωνα με την παράγραφο 6 του άρθρου 2 του ν. 2496/1997 (ΦΕΚ 87 Α').

β) Το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν ασκείται:

σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της κεφαλαιαγοράς επί των οποίων ο προμηθευτής δεν έχει καμία επίδραση και μπορεί να επέλθουν κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης, όπως υπηρεσίες που αφορούν:

πράξεις συναλλάγματος,
τίτλους της χρηματαγοράς,
διαπραγματεύσιμους τίτλους,
μερίδια οργανισμών συλλογικών επενδύσεων,
προθεσμιακές χρηματοοικονομικές συμβάσεις (futures), συμπεριλαμβανομένων των ισοδυνάμων τίτλων που παρέχουν δικαίωμα εκκαθάρισης τοις μετρητοίς,
προθεσμιακά συμβόλαια επιτοκίου (FRA),
συμβάσεις ανταλλαγής (swaps) με αντικείμενο επιτόκιο ή συνάλλαγμα ή συνδεδεμένες με μετοχές ή με δείκτη μετοχών (equity swaps),
προαιρέσεις (options) αγοράς ή πώλησης οιοδήποτε τίτλου από τους αναφερόμενους στην παρούσα περίπτωση, συμπεριλαμβανομένων των ισοδυνάμων τίτλων που παρέχουν δικαίωμα εκκαθάρισης τοις μετρητοίς. Συμπεριλαμβάνονται, ιδίως, στην κατηγορία αυτή οι προαιρέσεις συναλλάγματος και επιτοκίων.

σε ασφαλιστήρια συμβόλαια ταξιδιών και αποσκευών ή παρόμοια βραχυπρόθεσμα ασφαλιστήρια συμβόλαια με διάρκεια μικρότερη του ενός μηνός,

στις συμβάσεις των οποίων η εκτέλεση έχει ολοκληρωθεί πλήρως και από τα δύο μέρη με ρητή

αίτηση του καταναλωτή προτού ασκήσει ο καταναλωτής το δικαίωμα υπαναχώρησης.

γ) Ο καταναλωτής ασκεί το δικαίωμα υπαναχώρησης με σχετική δήλωσή του, σύμφωνα με τις πρακτικές οδηγίες που του έχουν δοθεί κατά το τέταρτο εδάφιο του σημείου iii) της περίπτωσης α' της παραγράφου 3, πριν από την εκπνοή της ανωτέρω προθεσμίας που ορίζεται στην περίπτωση α' της παρούσας παραγράφου, εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο το οποίο τίθεται στη διάθεση του αποδέκτη και στο οποίο αυτός έχει πρόσβαση.

Η προθεσμία θεωρείται ότι έχει τηρηθεί εφόσον η κοινοποίηση έχει αποσταλεί πριν από την εκπνοή της προθεσμίας.

δ) Τα εδάφια α) έως γ) της παρούσας παραγράφου δεν εφαρμόζονται στις πιστωτικές συμφωνίες που καταγγέλλονται δυνάμει του άρθρου 4, παράγραφος 11 του παρόντος νόμου και του άρθρου 6 του Προεδρικού Διατάγματος 182/99 περί χρονομεριστικής μίσθωσης (ΦΕΚ 171/Α'/25.8.99).

ε) Εάν με τη σύμβαση από απόσταση μιας δεδομένης χρηματοοικονομικής υπηρεσίας συνδέεται άλλη σύμβαση από απόσταση, που είναι σχετική με χρηματοοικονομικές υπηρεσίες που παρέχονται από τον προμηθευτή ή από τρίτον με βάση συμφωνία του τρίτου με τον προμηθευτή, η πρόσθετη αυτή σύμβαση καταγγέλλεται από τον καταναλωτή, αζημίως, εάν αυτός ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με τις προϋποθέσεις που καθορίζονται στην περίπτωση α' της παραγράφου αυτής.

στ) Οι διατάξεις της παρούσας παραγράφου δεν θίγουν τις ισχύουσες νομοθετικές διατάξεις που διέπουν την καταγγελία, τη διακοπή ή το μη εκτελεστό συμβάσεως εξ αποστάσεως ή το δικαίωμα του καταναλωτή να εκπληρώσει τις συμβατικές του υποχρεώσεις πριν από την ημερομηνία που ορίζεται στη σύμβαση εξ αποστάσεως. Οι διατάξεις αυτές ισχύουν ανεξάρτητα από τους όρους και τα νομικά αποτελέσματα της λύσεως της σύμβασης.

Πληρωμή για υπηρεσία που έχει παρασχεθεί πριν από την υπαναχώρηση

α) Η εκπλήρωση της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση αρχίζει μόνο μετά από γραπτή δήλωση του καταναλωτή, με την οποία παρέχεται η σχετική συναίνεσή του.

β) Εάν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης που του αναγνωρίζεται από την παράγραφο 6 εδάφιο α), υποχρεούται να πληρώσει, το συντομότερο δυνατόν, μόνο για τη χρηματοοικονομική υπηρεσία που του έχει όντως παράσχει ο προμηθευτής σύμφωνα με τη σύμβαση εξ αποστάσεως. Το πληρωτέο ποσό δεν μπορεί:

να υπερβαίνει ποσό ανάλογο με την έκταση της υπηρεσίας που ήδη παρασχέθηκε, σε σχέση με το σύνολο των παροχών που προβλέπει η σύμβαση εξ αποστάσεως.

σε καμία περίπτωση να είναι τέτοιο που να μπορεί να εκληφθεί ως ποινή.

γ) Ο προμηθευτής δεν μπορεί να απαιτήσει από τον καταναλωτή να καταβάλει οποιοδήποτε ποσό σύμφωνα με την περίπτωση β' εκτός εάν μπορεί να αποδείξει ότι ο καταναλωτής είχε δεόντως ενημερωθεί για το πληρωτέο ποσό, σύμφωνα με το πρώτο εδάφιο του σημείου iii) της περίπτωσης α' της παραγράφου 3. Ο προμηθευτής, όμως, δεν μπορεί, σε καμία περίπτωση, να απαιτήσει την πληρωμή αυτή, εάν έχει αρχίσει να εκτελεί τη σύμβαση πριν από την εκπνοή της προθεσμίας υπαναχώρησης, που ορίζεται στην περίπτωση α' της παραγράφου 6, χωρίς προηγούμενη σχετική γραπτή δήλωση του καταναλωτή.

δ) Ο προμηθευτής υποχρεούται να επιστρέψει στον καταναλωτή, το ταχύτερο δυνατόν και το αργότερο εντός τριάντα (30) ημερολογιακών ημερών, οποιοδήποτε ποσό έχει λάβει από αυτόν σύμφωνα με την σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, με εξαίρεση το ποσό που αναφέρεται στην περίπτωση β'. Η προθεσμία αρχίζει από την ημέρα που ο προμηθευτής λάβει τη δήλωση υπαναχώρησης.

ε) Ο καταναλωτής επιστρέφει στον προμηθευτή, το ταχύτερο δυνατόν και το αργότερο εντός τριάντα (30) ημερολογιακών ημερών, οποιοδήποτε χρηματικό ποσό ή προϊόν έχει λάβει από αυτόν. Η προθεσμία αρχίζει από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής απέστειλε την δήλωση υπαναχώρησης.

Πληρωμή με κάρτα

Με την επιφύλαξη της παραγράφου 3 του άρθρου 4 της υπ' αριθμ. Ζ1- 178/13.2.2001 Κοινής Υπουργικής Απόφασης (ΦΕΚ 255 Β'), σε περίπτωση που γίνει χρήση κάρτας, κατά την έννοια των διατάξεων της απόφασης αυτής, στο πλαίσιο σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, χωρίς την συναίνεση του καταναλωτή ή με δόλιο τρόπο ή από πρόσωπο που δεν ενεργεί ούτε μπορεί να θεωρηθεί ότι ενεργεί ως αντιπρόσωπος του κατόχου της κάρτας, η σύμβαση είναι αυτοδικαίως άκυρη και τα ποσά που έχουν καταβληθεί επιστρέφονται έντοκα στον καταναλωτή. Στους όρους της σύμβασης κάθε μορφής καρτών περιλαμβάνεται υποχρεωτικά και ο όρος του προηγούμενου εδαφίου.

Μη αιτηθείσες υπηρεσίες

Απαγορεύεται η παροχή στον καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση χωρίς προηγούμενο σχετικό αίτημά του, όταν καλείται να τις αποκτήσει έναντι άμεσης ή μεταγενέστερης πληρωμής. Αν η παροχή των υπηρεσιών αυτών πραγματοποιηθεί, ο καταναλωτής απαλλάσσεται από κάθε υποχρέωση και δεν οφείλει οποιοδήποτε τίμημα, εκτός αν η παροχή υπηρεσιών οφείλεται σε προφανές λάθος, οπότε ο καταναλωτής θέτει την υπηρεσία, εφόσον η φύση της το επιτρέπει, για εύλογο χρόνο στη διάθεση του προμηθευτή. Η μη απάντηση του καταναλωτή δεν συνιστά σε καμία περίπτωση συναίνεσή του.

Αυτόκλητη επικοινωνία

α) Η χρησιμοποίηση των τεχνικών επικοινωνίας πρέπει να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να μην προσβάλλεται η ιδιωτική ζωή του καταναλωτή.

β) Ειδικότερα, για μη ζητηθείσα επικοινωνία εφαρμόζονται οι διατάξεις του άρθρου 11 του νόμου 3471/2006.

Κυρώσεις

Ανεξάρτητα από την επιβολή των κυρώσεων των διατάξεων της παραγράφων 2 και 3 του άρθρου 13α , ο καταναλωτής μπορεί να καταγγείλει τη σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση οποτεδήποτε, χωρίς έξοδα και ποινές σε περίπτωση που ο προμηθευτής δεν τηρεί τις διατάξεις του παρόντος άρθρου.

Αναγκαστικός χαρακτήρας των διατάξεων του παρόντος άρθρου

Ρήτρες με τις οποίες ο καταναλωτής παραιτείται από την άσκηση των δικαιωμάτων που προβλέπονται στο παρόν άρθρο ή ο προμηθευτής απαλλάσσεται των ευθυνών που απορρέουν από το άρθρο αυτό είναι άκυρες.

Το βάρος της απόδειξης

α) Με την επιφύλαξη της περίπτωσης γ' της παραγράφου 7, το βάρος απόδειξης σχετικά με την τήρηση των υποχρεώσεων πληροφόρησης του καταναλωτή από τον προμηθευτή, καθώς και τη γραπτή δήλωση του καταναλωτή για τη σύναψη της σύμβασης και, εφόσον συντρέχει περίπτωση, για την εκτέλεσή της, φέρει ο προμηθευτής.

β) Συμβατική ρήτρα η οποία προβλέπει ότι το βάρος της απόδειξης για την τήρηση, εκ μέρους του προμηθευτή, του συνόλου ή μέρους των υποχρεώσεών του κατά τις διατάξεις του παρόντος άρθρου, φέρει ο καταναλωτής, θεωρείται άκυρη ως καταχρηστική.

Άρθρο 5 - Πώληση καταναλωτικών αγαθών και εγγυήσεις

1. Για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου, προμηθευτής είναι και ο κατασκευαστής καταναλωτικού προϊόντος, ο εισαγωγέας του σε κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε), καθώς και κάθε πρόσωπο που παρουσιάζεται ως παραγωγός καταναλωτικού προϊόντος, θέτοντας σε αυτό το όνομά του, το σήμα του ή άλλο διακριτικό σημείο.

2. Σε κάθε πώληση ο προμηθευτής οφείλει να παρέχει στον καταναλωτή γραπτώς, στην ελληνική γλώσσα ή με σύμβολα διεθνώς καθιερωμένα, σαφείς και πλήρεις οδηγίες για την ασφαλή χρήση, διατήρηση,

συντήρηση και πλήρη αξιοποίηση του προϊόντος και ενημέρωση για τους κινδύνους κατά τη χρήση και διατήρησή του. Από την εφαρμογή του προηγούμενου εδαφίου εξαιρούνται τα προϊόντα που είναι απλά, κατά την κατασκευή, τη χρήση και τη συντήρησή τους, εφόσον, για τα προϊόντα αυτά δεν παρέχονται από τον κατασκευαστή οδηγίες σε οποιαδήποτε γλώσσα.

3. Κατά την πώληση, ο προμηθευτής οφείλει να ενημερώνει τον καταναλωτή για την πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος. Πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος είναι ο εύλογα αναμενόμενος χρόνος κατά τον οποίο το προϊόν θα μπορεί να χρησιμοποιείται σύμφωνα με τον προορισμό του, έστω και έπειτα από επισκευή ή αντικατάσταση ανταλλακτικών, ωστόσο η φθορά από την τακτική χρήση καταστήσει το προϊόν άχρηστο ή την περαιτέρω χρήση του οικονομικά ασύμφορη.

Η ενημέρωση του καταναλωτή από τον προμηθευτή για την πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος γίνεται με οποιοδήποτε πρόσφορο τρόπο, όπως με σχετική αναγραφή στο έντυπο οδηγιών χρήσης ή εγγύησης. Η απόδειξη της ενημέρωσης αυτής βαρύνει τον προμηθευτή.

Κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που διαθέτει, στο πλαίσιο της επαγγελματικής, εμπορικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του, απευθείας στον καταναλωτή καταναλωτικά προϊόντα, υποχρεούται, με επιμέλειά του και χωρίς καμία επιβάρυνση του καταναλωτή, στην επισκευή του προϊόντος, εντός των ορίων της εγγύησης που παρέχεται γι' αυτό, συμβατικά ή από το νόμο. Σε περίπτωση που το προϊόν δεν βρίσκεται μεν εντός των ορίων της εγγύησης, βρίσκεται, όμως, εντός της πιθανής διάρκειας ζωής του ο προμηθευτής οφείλει να εξασφαλίζει την επισκευή του και την προμήθεια ανταλλακτικών του.

4. Όταν παρέχεται εγγύηση στον καταναλωτή, ο προμηθευτής οφείλει να παρέχει αυτήν εγγράφως ή με άλλο τεχνικό μέσο αποτύπωσης που μπορεί να είναι διαθέσιμο και προσιτό στον καταναλωτή. Σε περίπτωση προμήθειας καινούργιων προϊόντων με μακρά διάρκεια ζωής (διαρκή καταναλωτικά αγαθά), η παροχή γραπτής εγγύησης είναι υποχρεωτική. Η εγγύηση πρέπει να περιλαμβάνει, με απλή, ευανάγνωστη και κατανοητή διατύπωση στην ελληνική γλώσσα, τουλάχιστον την επωνυμία και τη διεύθυνση του εγγυητή, το προϊόν στο οποίο αναφέρεται η εγγύηση, το ακριβές περιεχόμενό της, τη διάρκειά της και την έκταση της εδαφικής ισχύος της. Στην εγγύηση πρέπει να δηλώνονται, με σαφήνεια και πληρότητα, τα δικαιώματα που έχει ο καταναλωτής σύμφωνα με το εφαρμοστέο δίκαιο και να διευκρινίζεται ότι, τα δικαιώματα αυτά δεν θίγονται από την εγγύηση. Η εγγύηση πρέπει να είναι σύμφωνη με τους κανόνες της καλής πίστης και να μην αναιρείται από υπερβολικές ρήτρες εξαιρέσεων. Η διάρκεια της εγγύησης πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με την πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος. Ειδικά, για τα προϊόντα τεχνολογίας αιχμής, η διάρκεια της εγγύησης πρέπει να είναι εύλογη σε σχέση με το χρόνο κατά τον οποίο τα προϊόντα αυτά αναμένεται ότι θα παραμένουν σύγχρονα από τεχνολογική άποψη, αν ο χρόνος αυτός είναι συντομότερος από την πιθανή διάρκεια ζωής τους.

5. Η παράβαση των διατάξεων της προηγούμενης παραγράφου δεν θίγει το κύρος της εγγύησης, την οποία ο καταναλωτής μπορεί να επικαλεσθεί και να απαιτήσει την τήρησή της. Σε περίπτωση αντικατάστασης του προϊόντος ή ανταλλακτικού του, η εγγύηση αυτόματα ανανεώνεται για όλη της τη διάρκεια ως προς το νέο προϊόν ή ανταλλακτικό. Εάν κατά τη διάρκεια ισχύος της εγγύησης εμφανισθεί στο προϊόν ελάττωμα και ο προμηθευτής αρνείται ή βραδύνει την επισκευή πέραν του αναγκαίου κατά περίπτωση χρόνου, ο καταναλωτής δικαιούται να ζητήσει την αντικατάσταση του προϊόντος με νέο ίσης αξίας και ποιότητας ή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Αν ο απαιτούμενος χρόνος επισκευής υπερβαίνει τις δεκαπέντε (15) εργάσιμες ημέρες, ο καταναλωτής δικαιούται να ζητήσει την προσωρινή αντικατάσταση του προϊόντος για όσο χρόνο διαρκεί η επισκευή.

6. Σε κάθε περίπτωση επιφυλάσσεται η εφαρμογή των διατάξεων του Αστικού Κώδικα για την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα ή έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων. Παραίτηση του καταναλωτή από την προστασία του κατά τις διατάξεις αυτές, πριν από την εμφάνιση του ελαττώματος ή της έλλειψης της συνομολογημένης ιδιότητας, είναι άκυρη.

Σε διαφορά η οποία απορρέει από την πώληση καταναλωτικών αγαθών και φέρεται ενώπιον των ελληνικών δικαστηρίων, ανεξάρτητα από το εφαρμοστέο σε αυτή δίκαιο, εφαρμόζονται πάντοτε οι διατάξεις του ελληνικού δικαίου που διέπουν την πώληση καταναλωτικών αγαθών κατά την έκταση που παρέχουν μεγαλύτερη προστασία στον καταναλωτή.

7. Ο προμηθευτής καινούργιων διαρκών καταναλωτικών αγαθών οφείλει να εξασφαλίζει στους καταναλωτές τη συνεχή παροχή τεχνικών υπηρεσιών για τη συντήρηση και επισκευή τους για χρονικό διάστημα ίσο με την πιθανή διάρκεια ζωής τους. Επίσης, οφείλει να εξασφαλίζει στους καταναλωτές την ευχέρεια προμήθειας των ανταλλακτικών και άλλων τυχόν προϊόντων, που απαιτούνται για τη χρήση τους σύμφωνα με τον προορισμό τους, για όλη την πιθανή διάρκεια ζωής τους.

8. Παραίτηση, εκ των προτέρων, του καταναλωτή από τα δικαιώματα του κατά τις διατάξεις του παρόντος άρθρου είναι άκυρη.

Άρθρο 6 - Ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα

1.Ο παραγωγός ευθύνεται για κάθε ζημία που οφείλεται σε ελάττωμα του προϊόντος του.

2.Ως παραγωγός θεωρείται ο κατασκευαστής τελικού προϊόντος, πρώτης ύλης ή συστατικού, καθώς και κάθε πρόσωπο που εμφανίζεται ως παραγωγός του προϊόντος επιθέτοντας σε αυτό την επωνυμία, το σήμα ή άλλο διακριτικό του γνώρισμα. Προϊόντα με την έννοια αυτού του άρθρου θεωρούνται και τα κινητά πράγματα που ενσωματώθηκαν ως συστατικά σε άλλα πράγματα κινητά ή ακίνητα. Προϊόντα θεωρούνται επίσης οι φυσικές δυνάμεις, ιδίως το ηλεκτρικό ρεύμα και η θερμότητα, εφόσον υπόκεινται σε εξουσίαση, όταν περιορίζονται σε ορισμένο χώρο.

3.Όποιος εισάγει ένα προϊόν για πώληση, χρηματοδοτική ή απλή μίσθωση ή άλλης μορφής διανομή στα πλαίσια της επαγγελματικής εμπορικής του δραστηριότητας ευθύνεται όπως ο παραγωγός.

4.Όταν η ταυτότητα του παραγωγού είναι άγνωστη, κάθε προμηθευτής του προϊόντος θεωρείται για την εφαρμογή του νόμου αυτού παραγωγός, εκτός αν μέσα σε εύλογο χρόνο ενημερώσει τον καταναλωτή για την ταυτότητα του παραγωγού ή εκείνου που του προμήθευσε το προϊόν. Το ίδιο ισχύει και για τον προμηθευτή προϊόντων εισαγωγής, όταν η ταυτότητα του εισαγωγέα είναι άγνωστη, έστω και αν η ταυτότητα του παραγωγού είναι γνωστή

5.Ελαττωματικό, είναι το προϊόν το οποίο δεν παρέχει την προβλεπόμενη απόδοση σύμφωνα με τις προδιαγραφές του ή και την ευλόγως αναμενόμενη ασφάλεια εν όψει όλων των ειδικών συνθηκών και, ιδίως, της εξωτερικής εμφάνισής του, της αναμενόμενης χρησιμοποίησής του και του χρόνου κατά τον οποίο τέθηκε σε κυκλοφορία. Δεν είναι ελαττωματικό ένα προϊόν για μόνο το λόγο ότι μεταγενέστερα τέθηκε σε κυκλοφορία άλλο τελειότερο.

6. Στη ζημία της παραγράφου 1 περιλαμβάνεται : α) η ζημία λόγω θανάτου ή σωματικής βλάβης, β) η βλάβη ή η καταστροφή, εξαιτίας του ελαττωματικού προϊόντος, κάθε περιουσιακού στοιχείου του καταναλωτή, εκτός από το ίδιο το ελαττωματικό προϊόν, συμπεριλαμβανομένου και του δικαιώματος χρήσης των περιβαλλοντικών αγαθών, εφόσον η ζημία από τη βλάβη ή την καταστροφή τους υπερβαίνει το ποσό των πεντακοσίων (500) ευρώ, και υπό την προϋπόθεση ότι, κατά τη φύση τους προορίζονταν και πραγματικά χρησιμοποιήθηκαν από το ζημιωθέντα για προσωπική του χρήση ή κατανάλωση.

7. Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης ή ψυχικής οδύνης οφείλεται και σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του παρόντος άρθρου.

8.Ο παραγωγός δεν ευθύνεται αν αποδείξει ότι:

α) δεν έθεσε το προϊόν σε κυκλοφορία,

β) το ελάττωμα δεν υπήρχε όταν το προϊόν τέθηκε σε κυκλοφορία,

γ) δεν κατασκεύασε το προϊόν αποβλέποντας στη διανομή του και δεν το διένειμε στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας,

δ) το ελάττωμα οφείλεται στο γεγονός ότι το προϊόν κατασκευάστηκε σύμφωνα με κανόνες αναγκαστικού δικαίου

ε) όταν το προϊόν τέθηκε σε κυκλοφορία, το επίπεδο επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων δεν επέτρεπε τη διαπίστωση του ελαττώματος.

9.Ο παραγωγός συστατικού δεν ευθύνεται και αν αποδείξει ότι το ελάττωμα οφείλεται στο σχεδιασμό του προϊόντος στο οποίο το συστατικό έχει ενσωματωθεί ή στις οδηγίες που παρέσχε ο κατασκευαστής του προϊόντος, οπότε παραγωγός θεωρείται ο κατασκευαστής του προϊόντος στο οποίο ενσωματώθηκε το συστατικό.

10.Εάν δύο ή περισσότερα πρόσωπα ευθύνονται για την ίδια ζημία, τα πρόσωπα αυτά υπέχουν εις ολόκληρον ευθύνη έναντι του ζημιωθέντος και έχουν δικαίωμα αναγωγής μεταξύ τους ανάλογα με την συμμετοχή του καθενός στην επέλευση της ζημίας.

11.Η ευθύνη του παραγωγού δεν μειώνεται αν η ζημία οφείλεται σωρευτικώς, τόσο σε ελάττωμα του προϊόντος, όσο και σε πράξη ή παράλειψη τρίτου, εκτός εάν συντρέχει πταίσμα του ζημιωθέντος ή προσώπου για το οποίο ευθύνεται ο ζημιωθείς.

12.Κάθε συμφωνία περιορισμού ή απαλλαγής του παραγωγού από την ευθύνη του είναι άκυρη.

13.Οι αξιώσεις κατά του παραγωγού για ζημίες παραγράφονται μετά τριετία αφότου ο ζημιωθείς πληροφορήθηκε ή όφειλε να πληροφορηθεί τη ζημία, το ελάττωμα και την ταυτότητα του παραγωγού. Μετά δεκαετία από την κυκλοφορία του συγκεκριμένου προϊόντος επέρχεται απόσβεση των δικαιωμάτων του ζημιωθέντος κατά του παραγωγού.

Άρθρο 7 - Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών

1. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να διαθέτουν στην αγορά μόνο ασφαλή προϊόντα. Για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου, προμηθευτής είναι και ο παραγωγός καταναλωτικού προϊόντος κατά την έννοια της παραγράφου 2 του άρθρου 6, ο αντιπρόσωπός του, ο εισαγωγέας καταναλωτικού προϊόντος σε κράτος μέλος της Ε.Ε. και κάθε επαγγελματίας που συμμετέχει στην αλυσίδα εφοδιασμού της αγοράς καταναλωτικού προϊόντος και μπορεί να επηρεάσει τα χαρακτηριστικά της ασφάλειάς του, καθώς και ο διανομέας.

2. Για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου, προϊόν είναι κάθε προϊόν που προορίζεται για τους καταναλωτές ή ενδέχεται, υπό ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες, να χρησιμοποιηθεί από τους καταναλωτές, ακόμη και αν δεν προορίζεται για αυτούς, και το οποίο παρέχεται ή διατίθεται στο πλαίσιο εμπορικής δραστηριότητας, έναντι τιμήματος ή δωρεάν, είτε είναι καινούργιες είτε μεταχειρισμένο ή ανασκευασμένο. Δεν αποτελούν προϊόντα κατά την έννοια του προηγούμενου εδαφίου τα μεταχειρισμένα προϊόντα που διατίθενται ως αντίκες ή ως προϊόντα που πρέπει να επισκευαστούν ή να ανασκευαστούν πριν από τη χρήση τους, εφόσον ο προμηθευτής ενημερώνει σχετικώς το πρόσωπο στο οποίο προμηθεύει το προϊόν.

3. Ασφαλές, θεωρείται το προϊόν το οποίο, υπό συνθήκες ή ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες χρήσης, συμπεριλαμβανομένης της διάρκειάς της και της θέσης αυτού σε λειτουργία, της εγκατάστασής του και των αναγκών συντήρησής του, ή δεν παρουσιάζει κανένα κίνδυνο ή παρουσιάζει κινδύνους ή σσονος σημασίας, που είναι συνυφασμένοι με τη χρήση του προϊόντος και οι οποίοι θεωρούνται αποδεκτοί στο πλαίσιο ενός υψηλού βαθμού προστασίας της υγείας και της ασφάλειας των προσώπων, λαμβανομένων υπόψη, ιδίως, των ακόλουθων στοιχείων:

α) των χαρακτηριστικών του προϊόντος, και ιδίως της σύνθεσης, της συσκευασίας, των οδηγιών συναρμολόγησης, της εγκατάστασης και της συντήρησής του.

β) των επιπτώσεων που έχει το προϊόν σε άλλα προϊόντα, εφόσον, ευλόγως, μπορεί να προβλεφθεί ότι το προϊόν αυτό θα χρησιμοποιηθεί μαζί με άλλα προϊόντα.

γ) της παρουσίασης του προϊόντος, της επισήμανσής του, των προειδοποιήσεων κινδύνου και των οδηγιών χρήσης και διάθεσής του, καθώς και κάθε άλλης οδηγίας ή πληροφορίας σχετικής με το προϊόν.

δ) των κατηγοριών καταναλωτών που εκτίθενται σε κίνδυνο λόγω της χρησιμοποίησης του προϊόντος, ιδίως των ανηλίκων και των ηλικιωμένων.

4. Η δυνατότητα επίτευξης υψηλότερου βαθμού ασφάλειας ή προμήθειας άλλων προϊόντων, χαμηλότερης επικινδυνότητας, δεν συνιστά επαρκή λόγο για τον χαρακτηρισμό ενός προϊόντος ως μη ασφαλούς ή επικινδύνου.

5. Οι προμηθευτές οφείλουν, όταν διαθέτουν τα προϊόντα τους, να συμμορφώνονται με τους κανόνες του κοινοτικού και ελληνικού δικαίου, τα πρότυπα που έχουν θεσπισθεί για την υγεία και την ασφάλεια των προσώπων, τις συστάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την αξιολόγηση της ασφάλειας προϊόντος, τους κώδικες ορθής πρακτικής και δεοντολογίας που ισχύουν σε ένα συγκεκριμένο τομέα και τις υφιστάμενες γνώσεις και τεχνικές για την ασφάλεια, την οποία δικαιούνται ευλόγως να προσδοκούν οι καταναλωτές. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης ή κοινή απόφαση αυτού και του κατά περίπτωση αρμόδιου υπουργού, καθορίζονται τα στοιχεία αναφοράς των προτύπων που ισχύουν στην Ελλάδα ανά κατηγορία προϊόντων και κάθε ειδικότερο θέμα και σχετική λεπτομέρεια για την τήρηση της γενικής επιταγής ασφάλειας των προϊόντων, κατά τις σχετικές διατάξεις της κοινής υπουργικής απόφασης υπ' αριθμ. Ζ3/2810/2004 (ΦΕΚ 1885Β'). Με όμοια απόφαση καθορίζονται οι διαδικασίες ελέγχου, δειγματοληψίας, εργαστηριακών εξετάσεων των προϊόντων και τα περιοριστικά μέτρα σχετικά με τη διάθεση αυτών, καταρτίζεται κατάλογος εργαστηρίων εξέτασης δειγμάτων και φορέων πιστοποίησης προϊόντων και ρυθμίζεται κάθε ειδικότερο θέμα και σχετική λεπτομέρεια.

6. Προϊόντα τα οποία, όταν χρησιμοποιούνται σε συνθήκες κανονικές ή δυνάμενες να προβλεφθούν, παρουσιάζουν ή ενδέχεται να παρουσιάσουν σοβαρούς κινδύνους για την ασφάλεια και την υγεία των καταναλωτών, ανακαλούνται, αποσύρονται ή δεσμεύονται προληπτικώς από την, κατά περίπτωση, αρμόδια αρχή. Η διαδικασία, οι όροι και οι προϋποθέσεις ανάκλησης, απόσυρσης, διάθεσης υπό όρους, αποδέσμευσης, καταστροφής, και γενικά η τύχη των προϊόντων αυτών και κάθε ειδικότερο θέμα και σχετική λεπτομέρεια, ρυθμίζονται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης ή κοινή απόφαση αυτού και του κατά περίπτωση αρμόδιου υπουργού.

Τα μέτρα του προηγούμενου εδαφίου εφαρμόζονται και σε προϊόντα τα οποία, παρότι ανταποκρίνονται στα κριτήρια της γενικής επιταγής ασφαλείας κατά τις διατάξεις της κοινής υπουργικής απόφασης υπ' αριθμ. Ζ3-2810/2004, παρουσιάζουν σοβαρούς κινδύνους για την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών.

7. Οι παραγωγοί, στο πλαίσιο της υποχρέωσής τους κατά την παράγραφο 1, οφείλουν:

α) να παρέχουν στον καταναλωτή τις κατάλληλες πληροφορίες στην ελληνική γλώσσα με τις οποίες μπορεί να αξιολογήσει τους εγγενείς κινδύνους που παρουσιάζει το προϊόν κατά τη διάρκεια της συνήθους ή ευλόγως προβλέψιμης χρήσης του, εφόσον οι κίνδυνοι αυτοί δεν γίνονται αμέσως αντιληπτοί χωρίς κατάλληλη προειδοποίηση,

β) να λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που προμηθεύουν, με σκοπό να ενημερώνονται οι καταναλωτές για τους κινδύνους που ενδεχομένως παρουσιάζουν τα προϊόντα τους και, εάν είναι αναγκαίο για την πρόληψη των κινδύνων, να προβαίνουν στις ενδεικνυόμενες ενέργειες, όπως στην επαρκή και αποτελεσματική προειδοποίηση των καταναλωτών, στην απόσυρση ή ανάκληση από την αγορά των προϊόντων, ή στην επιστροφή τους από τους καταναλωτές. Στις ενέργειες αυτές προβαίνουν, είτε αυτοβούλως, είτε μετά από αίτηση των αρμόδιων αρχών.

Η ανάκληση των προϊόντων πραγματοποιείται εάν οι παραγωγοί την κρίνουν αναγκαία ή επιβάλλεται από την αρμόδια αρχή, εφόσον οι λοιπές ενέργειες δεν επαρκούν για την πρόληψη των ενδεχόμενων κινδύνων.

8. Οι διανομείς, στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους, υποχρεούνται να συμβάλλουν στην τήρηση των απαιτήσεων για τη διάθεση ασφαλών προϊόντων, καταβάλλοντας κάθε επιμέλεια, ιδίως παραλείποντας να προμηθεύουν προϊόντα, για τα οποία γνωρίζουν ή όφειλαν να γνωρίζουν, από τις πληροφορίες που διαθέτουν και την επαγγελματική τους πείρα, ότι δεν ανταποκρίνονται προς τις απαιτήσεις αυτές.

Η απόδειξη της έλλειψης γνώσης βαρύνει τους διανομείς.

Οι διανομείς οφείλουν να συμμετέχουν στην διαδικασία παρακολούθησης της ασφάλειας των προϊόντων που διατίθενται στην αγορά και να συνεργάζονται, για τον σκοπό αυτό, με τους παραγωγούς και τις αρμόδιες αρχές, διαβιβάζοντας ιδίως πληροφορίες σχετικά με τους κινδύνους των προϊόντων και παρέχοντας τα αναγκαία έγγραφα για τον εντοπισμό της προέλευσης αυτών.

9. Σε περίπτωση που οι προμηθευτές γνωρίζουν ή οφείλουν να γνωρίζουν, από πληροφορίες που διαθέτουν και την επαγγελματική τους πείρα, ότι προϊόν που έχουν διαθέσει στην αγορά παρουσιάζει κινδύνους για τον καταναλωτή που είναι ασυμβίβαστοι με τις απαιτήσεις ασφάλειας, οφείλουν να ενημερώνουν αμελλητί τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και κάθε άλλη αρμόδια αρχή, για την πρόληψη των κινδύνων αυτών.

10. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να συνεργάζονται με τις αρμόδιες αρχές, μετά από αίτηση αυτών, για την υλοποίηση μέτρων αποτροπής των κινδύνων που παρουσιάζουν προϊόντα τα οποία προμηθεύουν ή έχουν προμηθεύσει στους καταναλωτές.

11. Με κοινή απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και του κατά περίπτωση αρμοδίου υπουργού, ορίζονται οι αρχές που είναι αρμόδιες για τον έλεγχο της συμμόρφωσης των προϊόντων με τις απαιτήσεις ασφαλείας τους και καθορίζονται οι σχετικές αρμοδιότητές τους, η συνεργασία μεταξύ τους και με τις αρμόδιες αρχές των κρατών μελών της Ε.Ε, καθώς και κάθε ειδικότερο θέμα και σχετική λεπτομέρεια. Με όμοια απόφαση καθορίζονται οι κυρώσεις και η διαδικασία επιβολής τους για παραβάσεις των διατάξεων του παρόντος άρθρου.

12. Οι αποφάσεις της παραγράφου 6 κοινοποιούνται, επί αποδείξει, στον ενδιαφερόμενο. Κατά των αποφάσεων αυτών επιτρέπεται η άσκηση ενδικοφανούς προσφυγής ενώπιον του Υπουργού Ανάπτυξης εντός αποκλειστικής προθεσμίας τριάντα (30) ημερών από την κοινοποίηση της απόφασης. Ο Υπουργός Ανάπτυξης αποφαινεται επί της προσφυγής εντός αποκλειστικής προθεσμίας εξήντα (60) ημερών από την άσκησή της.

13. Δημόσιες υπηρεσίες και αρχές οι οποίες, κατά την εκτέλεση των καθηκόντων τους, διαπιστώνουν την ύπαρξη μη ασφαλών ή επικινδύνων προϊόντων, υποχρεούνται να διαβιβάζουν αμέσως τα σχετικά στοιχεία στην Γενική Γραμματεία Καταναλωτή.

14. Από τις διατάξεις του παρόντος άρθρου δεν τίγονται ειδικές ρυθμίσεις της κείμενης νομοθεσίας που αφορούν συγκεκριμένα είδη ή κατηγορίες προϊόντων.

Άρθρο 7α - Ψυχική υγεία των ανηλίκων

1. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να διαθέτουν στην αγορά προϊόντα τα οποία, ως εκ του προορισμού, της χρήσης ή των συνθηκών διάθεσης δεν ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων. Για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου, προμηθευτής είναι και ο παραγωγός καταναλωτικού προϊόντος, κατά την έννοια της παραγράφου 2 του άρθρου 6, ο αντιπρόσωπός του, ο εισαγωγέας καταναλωτικού προϊόντος σε κράτος μέλος της Ε.Ε, και κάθε επαγγελματίας που συμμετέχει στην αλυσίδα εφοδιασμού της αγοράς καταναλωτικού προϊόντος και μπορεί να επηρεάσει τα χαρακτηριστικά της ασφάλειάς του, καθώς και ο διανομέας.

2. Ως προϊόντα τα οποία ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων θεωρούνται ιδίως τα προϊόντα τα οποία:

α) προκαλούν στους ανηλίκους, ανασφάλεια ή φόβο,

β) παροτρύνουν, άμεσα ή έμμεσα, σε επιθετική συμπεριφορά και ειδικότερα σε χρήση ή άσκηση βίας,

γ) προσβάλλουν την ανθρώπινη αξιοπρέπεια,

δ) προτρέπουν στην υιοθέτηση προτύπων συμπεριφοράς που δεν συνάδουν με τους ηθικούς και νομικούς κανόνες της σύγχρονης κοινωνίας ή είναι επιζήμια για το περιβάλλον,

ε) καλλιεργούν διακρίσεις λόγω φυλής, φύλου, θρησκείας, ιθαγένειας ή αναπηρίας,

στ) παροτρύνουν σε εθισμούς και δραστηριότητες που είναι επιβλαβείς για τους ίδιους.

3. Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί με απόφασή του, ύστερα από γνωμοδότηση της Επιτροπής της παραγράφου 4, να επιβάλει, για την προστασία των ανηλίκων, περιοριστικά και διορθωτικά μέτρα στην κυκλοφορία προϊόντων τα οποία, υπό συνήθως ή ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες, ενέχουν σοβαρούς κινδύνους για τη ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων, όπως τροποποίηση της επισήμανσής τους ή υπαγωγή σε όρους της εμπορίας τους. Η απόφαση αυτή προσβάλλεται με την ενδικοφανή προσφυγή της παραγράφου 12 του άρθρου 7, που εφαρμόζεται αναλόγως.

4. Στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης, συνιστάται Επιτροπή Προστασίας Ανηλίκων, η οποία αποτελεί συμβουλευτικό και γνωμοδοτικό όργανο του Γενικού Γραμματέα Καταναλωτή επί θεμάτων εφαρμογής του παρόντος άρθρου. Η Επιτροπή αυτή, η οποία συγκροτείται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, αποτελείται από: α) έναν εκπρόσωπο του Συνηγόρου του Πολίτη, β) έναν εκπρόσωπο του Συνηγόρου Καταναλωτή γ) έναν εκπρόσωπο του Ινστιτούτου Υγείας του Παιδιού, δ) ένα μέλος Διδακτικού και Ερευνητικού Προσωπικού (ΔΕΠ) Ανωτάτου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (ΑΕΙ) με εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα παιδοψυχολογίας ή κοινωνιολογίας, ε) έναν εκπρόσωπο του Εθνικού Συμβουλίου Αγοράς και Καταναλωτή, προερχόμενο από τις ενώσεις καταναλωτών, στ) έναν εκπρόσωπο της Κεντρικής Ένωσης των Επιμελητηρίων Ελλάδος, ζ) έναν εκπρόσωπο του Συνδέσμου Βιοτεχνών Παιχνιδιών, η) έναν εκπρόσωπο της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου και θ) έναν εκπρόσωπο της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή. Τα μέλη της Επιτροπής προτείνονται, με τους αναπληρωτές τους, από τους οικείους φορείς, εντός αποκλειστικής προθεσμίας τριάντα (30) ημερών, από την κοινοποίηση σε αυτούς σχετικής πρόσκλησης του Υπουργού Ανάπτυξης. Αν οι φορείς δεν προτείνουν τους εκπροσώπους τους εντός της προθεσμίας του προηγούμενου εδαφίου, αυτοί ορίζονται από τον Υπουργό Ανάπτυξης. Τα μέλη της Επιτροπής, με τους αναπληρωτές τους, ο Πρόεδρος και Αντιπρόεδρος καθώς και ο γραμματέας αυτής, διορίζονται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, με θητεία δύο (2) ετών. Με όμοια απόφαση ρυθμίζονται τα ειδικότερα θέματα αρμοδιότητας και λειτουργίας της Επιτροπής, καθώς και κάθε σχετική λεπτομέρεια. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης καθορίζεται η αμοιβή των μελών της Επιτροπής και του γραμματέα της.

5. Παραγωγοί, εισαγωγείς ή αντιπρόσωποί τους στην Ελλάδα ηλεκτρονικών προϊόντων ψυχαγωγίας και απασχόλησης κατά τον ελεύθερο χρόνο, όπως ηλεκτρονικών παιχνιδιών, βιντεοπαιχνιδιών, υποχρεούνται να ταξινομήσουν τα προϊόντα αυτά, ανάλογα με τις ηλικιακές ομάδες προς τις οποίες απευθύνονται.

Τα κριτήρια ταξινόμησης των προϊόντων, η σχετική επισήμανση, καθώς και η διαφήμισή τους δεν επιτρέπεται να αντίκεινται στις διατάξεις της παραγράφου 2 και στους κώδικες ορθής πρακτικής, οι οποίοι

συντάσσονται από την Επιτροπή της παραγράφου 4, σε συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους φορείς και τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή.

6. Επιχειρήσεις που διαθέτουν δωρεάν ή έναντι πληρωμής τη χρήση ηλεκτρονικών παιχνιδιών στους καταναλωτές υποχρεούνται να τηρούν τις επισημάνσεις της προηγούμενης παραγράφου σε χώρους όπου έχουν πρόσβαση και παιδιά.

7. Οι διατάξεις του παρόντος εφαρμόζονται με την επιφύλαξη ειδικότερων εθνικών και κοινοτικών ρυθμίσεων.

Άρθρο 8 - Ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες

1. Ο παρέχων υπηρεσίες ευθύνεται για κάθε περιουσιακή ζημία ή ηθική βλάβη που προκάλεσε παράνομα και υπαίτια, με πράξη ή παράλειψή του, κατά την παροχή αυτών στον καταναλωτή. Ως παρέχων υπηρεσίες νοείται όποιος, στο πλαίσιο της άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας παρέχει υπηρεσία, κατά τρόπο ανεξάρτητο.

2. Δεν είναι υπηρεσία, με την έννοια αυτού του άρθρου, παροχή η οποία έχει ως άμεσο και αποκλειστικό αντικείμενο την κατασκευή προϊόντων ή τη μεταβίβαση εμπραγμάτων δικαιωμάτων ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

3. Ο ζημιωθείς υποχρεούται να αποδείξει τη ζημία και την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ της παροχής της υπηρεσίας και της ζημίας.

4. Ο παρέχων υπηρεσίες φέρει το βάρος της απόδειξης για την έλλειψη παρανομίας και υπαιτιότητάς του. Για την έλλειψη υπαιτιότητας λαμβάνονται υπόψη η ευλόγως προσδοκώμενη ασφάλεια και το σύνολο των ειδικών συνθηκών και ιδίως:

α) η φύση και το αντικείμενο της υπηρεσίας, ιδίως σε σχέση με το βαθμό επικινδυνότητάς της,

β) η παρουσίαση και ο τρόπος παροχής της,

γ) ο χρόνος παροχής της,

δ) η αξία της παρεχομένης υπηρεσίας,

ε) η ελευθερία δράσης που καταλείπεται στο ζημιωθέντα στο πλαίσιο της υπηρεσίας,

στ) αν ο ζημιωθείς ανήκει σε κατηγορία μειονεκτούντων ή ευπρόσβλητων προσώπων και

ζ) αν η παρεχόμενη υπηρεσία αποτελεί εθελοντική προσφορά του παρέχοντος αυτήν.

5. Η ύπαρξη ή η δυνατότητα παροχής τελειότερης υπηρεσίας κατά το χρόνο παροχής της συγκεκριμένης υπηρεσίας ή μεταγενέστερα δεν θεμελιώνει χωρίς άλλο λόγο υπαιτιότητα.

6. Οι διατάξεις για συνυπευθυνότητα, τη μείωση ή άρση της ευθύνης και την απαγόρευση απαλλακτικών ρητρών των παραγραφών 10, 11 και 12 του άρθρου 6 εφαρμόζονται αναλογικά και στην ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες.

Άρθρο 9 - Διαφήμιση

1. α) Διαφήμιση κατά την έννοια του παρόντος νόμου είναι κάθε ανακοίνωση που γίνεται με κάθε μέσο στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων.

β) Προμηθευτής, κατά την έννοια του παρόντος άρθρου, είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ενεργεί για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με την εμπορική, βιοτεχνική, επιχειρηματική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα, καθώς και κάθε πρόσωπο το οποίο ενεργεί στο όνομα ή για λογαριασμό του προμηθευτή.

γ) Ιδιοκτήτης κώδικα, κατά την έννοια του παρόντος άρθρου, είναι κάθε οντότητα, συμπεριλαμβανομένων ενός προμηθευτή ή ομάδας προμηθευτών, που είναι υπεύθυνη για την διατύπωση και την αναθεώρηση ενός κώδικα συμπεριφοράς ή και για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης προς τον κώδικα όσων αναλαμβάνουν να δεσμεύονται από αυτόν.

2. Συγκριτική διαφήμιση είναι κάθε διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα ή έμμεσα ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή ή τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αυτός προσφέρει. Η διαφήμιση αυτή, όσον αφορά τη σύγκριση, επιτρέπεται εφόσον:

α) δεν είναι παραπλανητική κατά την έννοια των διατάξεων των άρθρων 9δ και 9ε,

β) συγκρίνει προϊόντα ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους,

γ) συγκρίνει, κατά τρόπο αντικειμενικό, ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή,

εξακριβώσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή,

δ) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή,

ε) για προϊόντα με ονομασία προέλευσης αφορά, σε κάθε περίπτωση, προϊόντα με την ίδια ονομασία προέλευσης

στ) δεν επωφελείται αθέμιτα από την φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων ανταγωνιστή ή από τα δηλωτικά καταγωγής ανταγωνιστικών προϊόντων,

ζ) δεν παρουσιάζει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία ως απομίμηση ή αντίγραφο προϊόντος ή υπηρεσίας που φέρουν σήμα κατατεθέν ή εμπορική επωνυμία και

η) δεν δημιουργεί σύγχυση μεταξύ προμηθευτών, μεταξύ διαφημιστή και ανταγωνιστή ή μεταξύ των εμπορικών σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών γνωρισμάτων, προϊόντων ή υπηρεσιών του διαφημιστή και του ανταγωνιστή.

3.Κάθε συγκριτική διαφήμιση που αναφέρεται σε ειδική προσφορά επιτρέπεται εφόσον επισημαίνει με σαφή τρόπο την ημερομηνία κατά την οποία λήγει η προσφορά ή, εφόσον χρειάζεται, ότι η ειδική προσφορά εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα των προϊόντων και υπηρεσιών. Στην περίπτωση που η ειδική προσφορά δεν έχει αρχίσει ακόμη, πρέπει επίσης να επισημαίνεται η ημερομηνία έναρξης της περιόδου κατά την οποία ισχύουν η ειδική τιμή ή άλλοι ειδικοί όροι.

4.Η μνεία ή αναπαραγωγή σε διαφημίσεις των αποτελεσμάτων συγκριτικών δοκιμών για αγαθά ή υπηρεσίες, που έχουν διεξαχθεί από τρίτους, επιτρέπεται μόνο με την έγγραφη συναίνεση του υπεύθυνου για τη δοκιμή προσώπου. Στην περίπτωση αυτή, ο διαφημιζόμενος ευθύνεται για τη συγκριτική δοκιμή σαν αυτή να είχε διεξαχθεί από τον ίδιο ή υπό την καθοδήγηση του.

5.Η μετάδοση διαφημιστικού μηνύματος απευθείας στον καταναλωτή μέσω τηλεφώνου, τηλεομοιοτυπίας (φαξ), ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αυτόματης κλήσης ή άλλου ηλεκτρονικού μέσου επικοινωνίας επιτρέπεται μόνο εφόσον τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις του άρθρου 11 του ν. 3471/2006.

6. Απαγορεύεται στους τηλεοπτικούς σταθμούς η μετάδοση διαφημίσεων παιδικών παιχνιδιών από ώρα 07:00 μέχρι και ώρα 22:00 κάθε ημέρας. Για την εφαρμογή του προηγούμενου εδαφίου, οι τηλεοπτικοί σταθμοί λογίζονται ως προμηθευτές κατά την έννοια του παραγράφου 1.

7.Με απόφαση του Υπουργού Εμπορίου, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, μπορούν να θεσπίζονται ειδικοί κανόνες για τη διαφήμιση ειδικών κατηγοριών προϊόντων ή υπηρεσιών ώστε να εξασφαλίζεται η πραγματική δυνατότητα του καταναλωτή να πληροφορείται τις τιμές και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών για να μπορεί να κρίνει την ποιότητα και την τιμή.

8. Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται αναλόγως οι διατάξεις του άρθρου 9θ.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ - ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Άρθρο 9α - Ορισμοί

Για τους σκοπούς των διατάξεων του παρόντος μέρους νοούνται:

α) καταναλωτής, κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο ενεργεί για λόγους που δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα,

β) προμηθευτής, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ενεργεί για σκοπούς που σχετίζονται με την εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα, καθώς και κάθε πρόσωπο που ενεργεί στο όνομα ή για λογαριασμό του προμηθευτή,

γ) προϊόν, κάθε αγαθό ή υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένης της ακίνητης περιουσίας, και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων,

δ) εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή, που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές,

ε) ουσιώδης στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς των καταναλωτών, η χρήση εμπορικής πρακτικής

με σκοπό τη σημαντική μείωση της ικανότητας του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση, με επακόλουθο ο καταναλωτής να λάβει μια απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε,

στ) κώδικας συμπεριφοράς, κάθε συμφωνία ή σύνολο κανόνων που δεν επιβάλλονται από νομοθετική, κανονιστική ή διοικητική διάταξη και καθορίζουν, όσον αφορά μια ή περισσότερες συγκεκριμένες εμπορικές πρακτικές ή επιχειρηματικούς τομείς, τη συμπεριφορά των προμηθευτών που αναλαμβάνουν να δεσμεύονται από τον κώδικα αυτόν,

ζ) ιδιοκτήτης κώδικα, κάθε οντότητα, συμπεριλαμβανομένων ενός προμηθευτή ή μιας ομάδας προμηθευτών, η οποία είναι υπεύθυνη για τη διατύπωση και αναθεώρηση ενός κώδικα συμπεριφοράς ή και για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης προς τον κώδικα όσων αναλαμβάνουν να δεσμεύονται από αυτόν,

η) επαγγελματική ευσυνειδησία, το μέτρο της ειδικής τεχνικής ικανότητας και μέριμνας που ευλόγως αναμένεται να επιδεικνύει ένας προμηθευτής προς τους καταναλωτές, κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται στην έντιμη πρακτική της αγοράς ή και στη γενική αρχή της καλής πίστης, στον τομέα δραστηριοτήτων του προμηθευτή,

θ) πρόσκληση για αγορά, η εμπορική επικοινωνία στην οποία αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και η τιμή με τρόπο που ενδείκνυται για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας τα οποία χρησιμοποιούνται, έτσι ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την αγορά,

ι) κατάχρηση επιρροής, η εκμετάλλευση της θέσης ισχύος σε σχέση με τον καταναλωτή για την άσκηση πίεσης, ακόμα και χωρίς τη χρήση ή την απειλή σωματικής βίας, με τρόπο που περιορίζει σημαντικά την ικανότητα του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση,

ια) απόφαση συναλλαγής, η απόφαση που λαμβάνει ο καταναλωτής για το αν, πώς και υπό ποιους όρους θα πραγματοποιήσει αγορά, θα καταβάλει όλο το τίμημα ή μέρος αυτού, θα κρατήσει ή θα διαθέσει το προϊόν ή θα ασκήσει συμβατικό δικαίωμα επί του προϊόντος, είτε ο καταναλωτής αποφασίσει να προβεί σε ενέργεια είτε όχι,

ιβ) νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα, η επαγγελματική δραστηριότητα ή ομάδα επαγγελματιών δραστηριοτήτων, η πρόσβαση στις οποίες ή η άσκηση των οποίων ή ένας από τους τρόπους άσκησης των οποίων προϋποθέτει, άμεσα ή έμμεσα, ειδικά επαγγελματικά προσόντα, κατ' εφαρμογή νομοθετικών, κανονιστικών ή διοικητικών διατάξεων.

Άρθρο 9β - Πεδίο εφαρμογής

1. Με την επιφύλαξη : α) των κοινοτικών και εθνικών κανόνων που αφορούν θέματα υγείας και ασφάλειας των προϊόντων, β) των τυχόν όρων εγκατάστασης, ή των καθεστώτων αδειών, ή των δεοντολογικών κωδίκων συμπεριφοράς ή άλλων ειδικών κανόνων που διέπουν νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα, προκειμένου να τηρούνται υψηλά πρότυπα επαγγελματικής ακεραιότητας, τους οποίους μπορούν να επιβάλλουν στους επαγγελματίες τα κράτη μέλη σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, οι διατάξεις του μέρους αυτού έχουν εφαρμογή στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των προμηθευτών έναντι των καταναλωτών.

2. Οι διατάξεις του μέρους αυτού δεν ισχύουν για την πιστοποίηση και την αναγραφή του ονομαστικού τίτλου των αντικειμένων από πολύτιμα μέταλλα.

3. Σε περίπτωση σύγκρουσης των διατάξεων του μέρους αυτού με άλλους κανόνες κοινοτικού δικαίου που ρυθμίζουν συγκεκριμένες πτυχές αθέμιτων πρακτικών, υπερισχύουν οι κανόνες αυτοί.

Άρθρο 9γ - Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών

1. Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που υιοθετούνται πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν.

2. Μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη, όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας, και στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική

συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή, στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών.

3. Εμπορικές πρακτικές οι οποίες ενδέχεται να στρεβλώνουν ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά μόνο μιας σαφώς προσδιοριζόμενης ομάδας καταναλωτών που είναι ιδιαίτερος ευάλωτοι ως προς την πρακτική αυτή ή ως προς το συγκεκριμένο προϊόν λόγω πνευματικής ή σωματικής αναπηρίας, ηλικίας ή απειρίας, με τέτοιο τρόπο ώστε ο προμηθευτής να μπορεί ευλόγως να το προβλέψει, εκτιμώνται υπό το πρίσμα του μέσου μέλους της συγκεκριμένης ομάδας. Το προηγούμενο εδάφιο εφαρμόζεται με την επιφύλαξη της κοινής και θεμιτής διαφημιστικής πρακτικής της διατύπωσης δηλώσεων που ενέχουν υπερβολές ή δηλώσεων οι οποίες δεν αναμένεται να εκληφθούν, ως έχουν, στην κυριολεξία τους.

4. Εμπορικές πρακτικές είναι αθέμιτες, ιδίως όταν είναι παραπλανητικές ή επιθετικές, όπως αυτές καθορίζονται στα άρθρα 9δ, 9ε, 9στ και στα άρθρα 9ζ και 9η, αντίστοιχα.

Άρθρο 9δ - Παραπλανητικές πράξεις

1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι, συνεπώς, αναληθής ή, όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίας της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία τα οποία παρατίθενται κατωτέρω και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε. Τα στοιχεία αυτά είναι:

α) η ύπαρξη ή η φύση του προϊόντος,

β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως είναι η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι κίνδυνοι, η εκτέλεση, η σύνθεση, τα συνοδευτικά εξαρτήματα, η μετά την πώληση υποστήριξη προς τον καταναλωτή και η αντιμετώπιση των παραπόνων, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, η παράδοση, η καταλληλότητα, η χρήση, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική ή εμπορική προέλευση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δοκιμών ή ελέγχων του προϊόντος,

γ) η έκταση των δεσμεύσεων του προμηθευτή, τα κίνητρα για την εμπορική πρακτική και η φύση της διαδικασίας πωλήσεων, κάθε δήλωση ή σύμβολο που αφορά άμεση ή έμμεση χορηγία ή έγκριση του προμηθευτή ή του προϊόντος,

δ) η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της ή η ύπαρξη ειδικής συμφέρουσας τιμής,

ε) η ανάγκη υπηρεσίας, ανταλλακτικού, αντικατάστασης ή επισκευής,

στ) η φύση, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του προμηθευτή ή του αντιπροσώπου του, όπως είναι η ταυτότητα και τα περιουσιακά στοιχεία του, τα προσόντα του, η ιδιότητα, η έγκριση, η εταιρική σχέση, η σύνδεση και η κυριότητα δικαιωμάτων βιομηχανικής, εμπορικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας ή τα βραβεία και οι διακρίσεις του,

ζ) τα δικαιώματα του καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος αντικατάστασης ή επιστροφής σύμφωνα με το άρθρο 5.

2. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επίσης παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψιν όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, και η πρακτική περιλαμβάνει:

α) κάθε προσπάθεια προώθησης προϊόντος (μάρκετινγκ), συμπεριλαμβανομένης της συγκριτικής διαφήμισης, που δημιουργεί σύγχυση με προϊόντα, εμπορικά σήματα, εμπορικές επωνυμίες και άλλα διακριτικά γνωρίσματα ενός ανταγωνιστή,

β) μη συμμόρφωση του προμηθευτή προς τις δεσμεύσεις που περιέχουν κώδικες συμπεριφοράς με τους

οποίους ανέλαβε να δεσμευτεί, όταν η δέσμευση είναι ρητή και όχι προγραμματική, και μπορεί να εξακριβωθεί και ο προμηθευτής αναφέρει σε μια εμπορική πρακτική ότι δεσμεύεται από τον κώδικα.

Άρθρο 9ε - Παραπλανητικές παραλείψεις

1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

2. Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο προμηθευτής αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου κατά τα αναφερόμενα στην παράγραφο 1, ή όταν δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι ήδη προφανής από το συγκεκριμένο πλαίσιο και όταν, και στις δύο αυτές περιπτώσεις, τούτο έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει.

3. Όταν το μέσο που χρησιμοποιείται για την ανακοίνωση της εμπορικής πρακτικής επιβάλλει περιορισμούς τύπου ή χρόνου, οι περιορισμοί αυτοί, καθώς και τα μέτρα που λαμβάνει ο προμηθευτής για να καταστήσει την πληροφορία προσιτή στους καταναλωτές με άλλο τρόπο, λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να διαπιστωθεί αν η πληροφορία έχει παραλειφθεί.

4. Στην περίπτωση της πρόσκλησης για αγορά, θεωρούνται ουσιώδεις οι ακόλουθες πληροφορίες, αν δεν είναι ήδη προφανείς από το συγκεκριμένο πλαίσιο:

α) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, στο βαθμό που ενδείκνυνται σε σχέση με το μέσο και το προϊόν,

β) η διεύθυνση και η ταυτότητα του προμηθευτή, όπως η εμπορική επωνυμία του και όπου ενδείκνυται, η διεύθυνση και η ταυτότητα του προμηθευτή για λογαριασμό του οποίου ενεργεί αντιπρόσωπός του,

γ) η τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων ή αν, λόγω της φύσεως του προϊόντος, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή, και, όπου ενδείκνυται, όλες οι πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις ευλόγως δεν μπορούν να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις,

δ) οι ρυθμίσεις για την πληρωμή, παράδοση, εκτέλεση και αντιμετώπιση παραπόνων, εφόσον αποκλίνουν από τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας,

ε) για προϊόντα και συναλλαγές, όπου υφίσταται δικαίωμα υπαναχώρησης ή ακύρωσης, η ύπαρξη αυτού του δικαιώματος.

5. Οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών που θεσπίζονται από το κοινοτικό δίκαιο, σχετικά με την εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης ή του μάρκετινγκ, θεωρούνται ουσιώδεις.

Άρθρο 9στ - Περιπτώσεις παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών

Απαγορεύονται, σε κάθε περίπτωση, ως παραπλανητικές, εμπορικές πρακτικές, που συνίστανται ιδίως σε:

α) ισχυρισμό, ότι πρόκειται για συμβαλλόμενο σε κώδικα συμπεριφοράς, ενώ ο προμηθευτής δεν είναι συμβαλλόμενος,

β) χρησιμοποίηση σήματος ή αντίστοιχου διακριτικού γνωρίσματος χωρίς την αντίστοιχη άδεια,

γ) ισχυρισμό, ότι ένας κώδικας συμπεριφοράς έχει την έγκριση δημόσιου ή άλλου φορέα, ενώ δεν την έχει,

δ) ισχυρισμό, ότι ο προμηθευτής, συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών πρακτικών του, ή ένα προϊόν έχει την έγκριση, την πιστοποίηση ή την άδεια δημόσιου ή ιδιωτικού φορέα, ενώ δεν την έχει, ή παρόμοιο ισχυρισμό ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης, της πιστοποίησης ή της άδειας,

ε) πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να γίνεται γνωστή η ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων που μπορεί να έχει ο προμηθευτής για τους οποίους πιστεύει ότι δεν θα μπορέσει να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλο προμηθευτή να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένων υπόψιν του προϊόντος, της κλίμακας διαφήμισης αυτού και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»),

στ) πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε καθορισμένη τιμή και στη συνέχεια:

αα) άρνηση επίδειξης του διαφημιζόμενου προϊόντος στους καταναλωτές ή

ββ) άρνηση λήψης παραγγελιών για το προϊόν ή παράδοσής του σε εύλογο χρόνο ή

γγ) επίδειξη ενός ελαττωματικού δείγματός του, με πρόθεση προώθησης ενός άλλου προϊόντος («δόλωμα και μεταστροφή»),

ζ) ψευδή δήλωση, ότι το προϊόν θα είναι διαθέσιμο για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, ή ότι θα διατίθεται μόνο υπό ειδικούς όρους για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να προκληθεί η λήψη άμεσης απόφασης και να στερηθεί από τους καταναλωτές η δυνατότητα ή ο χρόνος να προβούν σε τεκμηριωμένη επιλογή,

η) ανάληψη της υποχρέωσης παροχής υπηρεσιών υποστήριξης μετά την πώληση σε καταναλωτές με τους οποίους ο προμηθευτής είχε επικοινωνήσει πριν από τη συναλλαγή σε γλώσσα που δεν είναι επίσημη γλώσσα του κράτους μέλους στο οποίο βρίσκεται ο προμηθευτής και στη συνέχεια διάθεση αυτής της υπηρεσίας μόνο σε άλλη γλώσσα, χωρίς αυτό να έχει καταστεί γνωστό στον καταναλωτή πριν αυτός δεσμευθεί για τη συναλλαγή,

θ) δήλωση, ή με άλλο τρόπο δημιουργία της εντύπωσης ότι ένα προϊόν μπορεί να πωλείται νόμιμα, ενώ δεν μπορεί,

ι) παρουσίαση των δικαιωμάτων που παρέχει ο νόμος στον καταναλωτή ως ειδικό χαρακτηριστικό της προσφοράς του προμηθευτή,

κ) χρήση κειμένου στα μέσα, για την προώθηση ενός προϊόντος, πληρωμένου από τον προμηθευτή, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενο του ή από εικόνα ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση), με την επιφύλαξη των διατάξεων του π.δ. 100/2000 (Α' 98), όπως ισχύει.

κα) διατύπωση ουσιωδώς ανακριβούς ισχυρισμού όσον αφορά στη φύση ή στην έκταση του κινδύνου για την προσωπική ασφάλεια του καταναλωτή ή της οικογένειάς του, αν ο καταναλωτής δεν αγοράσει το προϊόν

κβ) προώθηση παρόμοιου προϊόντος με εκείνο που προσφέρει συγκεκριμένος κατασκευαστής, με τέτοιο τρόπο ώστε να παραπλανάται σκόπιμα ο καταναλωτής ότι έχει κατασκευασθεί από τον συγκεκριμένο κατασκευαστή, ενώ δεν συμβαίνει αυτό,

κγ) δημιουργία, λειτουργία ή προώθηση ενός πυραμιδωτού συστήματος πωλήσεων, όπου ο καταναλωτής θεωρεί ότι έχει την ευκαιρία για μεγαλύτερο όφελος με την εισαγωγή άλλων καταναλωτών στο σύστημα, παρά με την ίδια την πώληση ή την κατανάλωση των προϊόντων,

κδ) ισχυρισμό, ότι ο προμηθευτής πρόκειται να σταματήσει τη δραστηριότητά του ή να μετακομίσει, ενώ αυτό δεν ισχύει,

κε) ισχυρισμό, ότι τα προϊόντα μπορούν να διευκολύνουν το κέρδος σε τυχερά παίγνια,

κστ) αναληθή ισχυρισμό ότι προϊόν είναι σε θέση να θεραπεύει ασθένεια, δυσλειτουργίες ή δυσμορφίες,

κζ) διάδοση ουσιωδώς ανακριβών πληροφοριών σχετικά με τις συνθήκες της αγοράς ή τη δυνατότητα εύρεσης του προϊόντος, προκειμένου να παροτρυνθεί ο καταναλωτής να αποκτήσει το προϊόν με όρους λιγότερο ευνοϊκούς σε σχέση με αυτούς που ισχύουν υπό κανονικές συνθήκες της αγοράς,

κη) ισχυρισμό για μία εμπορική πρακτική διεξαγωγής διαγωνισμού ή καταβολής επάθλων χωρίς τη χορήγηση των περιγραφόμενων επάθλων ή του ισοδυνάμου τους,

κθ) περιγραφή του προϊόντος ως «δωρεάν», «χωρίς επιβάρυνση» ή με αντίστοιχη διατύπωση, αν ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει οποιαδήποτε άλλη πληρωμή εκτός του αναπόφευκτου κόστους για την απάντηση στην εμπορική πρακτική ή για την παραλαβή ή την παράδοση του αντικειμένου,

κι) προσθήκη στο υλικό μάρκετινγκ τιμολογίου ή αντίστοιχου εγγράφου με το οποίο ζητείται πληρωμή και το οποίο παρέχει στον καταναλωτή την εντύπωση ότι έχει ήδη παραγγείλει το προϊόν, ενώ αυτό δεν ισχύει,

λ) ψευδή ισχυρισμό ή δημιουργία της εντύπωσης, ότι ο προμηθευτής δεν ενεργεί για σκοπούς που συνδέονται με την εμπορική δραστηριότητά του, την επιχείρηση, την τέχνη ή το επιτήδευσμά του, ή υποδύεται ψευδώς τον καταναλωτή,

λα) δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης, ότι οι υπηρεσίες, μετά την πώληση του προϊόντος, διατίθενται σε κράτος μέλος άλλο από αυτό στο οποίο πωλείται το προϊόν.

Άρθρο 9ζ - Επιθετικές Εμπορικές Πρακτικές

1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επιθετική εάν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψιν όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρηση επιρροής και, ως εκ τούτου, παρεμποδίζει ή ενδέχεται να παρεμποδίσει σημαντικά την ελευθερία επιλογής ή συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή ως προς το προϊόν, με αποτέλεσμα να τον οδηγήσει ή να είναι πιθανόν να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

2. Για να κριθεί εάν μια εμπορική πρακτική κάνει χρήση παρενόχλησης, καταναγκασμού, συμπεριλαμβανομένης της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρησης επιρροής, λαμβάνονται υπόψιν όλα τα στοιχεία της και ιδίως:

α) η χρονική στιγμή, ο τόπος, η φύση ή η επιμονή,

β) η χρήση απειλητικών ή προσβλητικών εκφράσεων ή συμπεριφοράς,

γ) η εκμετάλλευση, από τον προμηθευτή, κάθε συγκεκριμένης ατυχίας ή περίπτωσης, την οποία γνωρίζει και η οποία είναι τόσο σοβαρή, ώστε να διαταράσσει την κρίση του καταναλωτή, προκειμένου να επηρεάσει την απόφασή του όσον αφορά το προϊόν,

δ) κάθε επαχθές ή δυσανάλογο μη συμβατικό εμπόδιο που επιβάλλει ο προμηθευτής σε περίπτωση που ο καταναλωτής επιθυμεί να ασκήσει τα δικαιώματά του στο πλαίσιο της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων λύσης της σύμβασης ή μετάβασης σε άλλο προϊόν ή σε άλλον προμηθευτή,

ε) κάθε απειλή για λήψη μέτρου που δεν μπορεί να ληφθεί νομίμως.

Άρθρο 9η - Περιπτώσεις επιθετικών εμπορικών πρακτικών

Απαγορεύονται, ως επιθετικές, εμπορικές πρακτικές που συνίστανται, ιδίως, σε:

α) δημιουργία της εντύπωσης ότι ο καταναλωτής δεν μπορεί να εγκαταλείψει το χώρο έως ότου συναφθεί η σύμβαση,

β) προσωπικές επισκέψεις στο σπίτι του καταναλωτή κατά τις οποίες αγνοείται το αίτημα του καταναλωτή για αποχώρηση ή μη επάνοδο, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται για να

επιβληθεί η εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης,

γ) συνεχή και ανεπιθύμητη άγρα πελατών, μέσω τηλεφώνου, φαξ ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων μέσων εξ αποστάσεως, εκτός από περιπτώσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται για να επιβληθεί εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης με την επιφύλαξη της παραγράφου 6 του άρθρου 4 του παρόντος νόμου και των διατάξεων του ν. 2472/1997(ΦΕΚ 50 Α'), όπως ισχύει, 3.

δ) απαίτηση από τον καταναλωτή που επιθυμεί να προβάλλει αξίωση δυνάμει ασφαλιστήριου συμβολαίου, να προσκομίσει έγγραφα που δεν θα μπορούσαν εύλογα να θεωρηθούν συναφή για την απόδειξη της αξίωσης ή συστηματική αποφυγή απάντησης στη σχετική αλληλογραφία, έτσι ώστε να αποθαρρυνθεί ο καταναλωτής από την άσκηση των συμβατικών του δικαιωμάτων,

ε) ένταξη σε διαφήμιση άμεσης πειστικής πρόσκλησης προς τα παιδιά να αγοράσουν ή να πείσουν τους γονείς τους ή άλλα ενήλικα άτομα να τους αγοράσουν διαφημιζόμενα προϊόντα, με την επιφύλαξη του άρθρου 7 του π.δ. 100/2000 όπως ισχύει,

στ) απαίτηση άμεσης ή μεταγενέστερης πληρωμής ή επιστροφής ή φύλαξης για προϊόντα που έχει προμηθεύσει ο προμηθευτής, τα οποία όμως δεν έχουν παραγγελθεί από τον καταναλωτή, εκτός αν τα προϊόντα αυτά αποτελούν υποκατάστατα που παρέχονται σύμφωνα με την παράγραφο 5 του άρθρου 4,

ζ) ρητή ενημέρωση του καταναλωτή ότι, αν δεν αγοράσει το προϊόν ή δεν αποδεχθεί την υπηρεσία, τίθεται σε κίνδυνο το επάγγελμα ή η ζωή του προμηθευτή,

η) δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει, ή, αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ αυτά στην πραγματικότητα δεν υφίστανται, ή, ότι η δυνατότητα διεκδίκησης του επάθλου ή άλλου οφέλους προϋποθέτει την καταβολή χρημάτων από τον καταναλωτή ή συνεπάγεται δαπάνη.

Άρθρο 9θ - Κυρώσεις

1. Κάθε καταναλωτής ή και ένωση καταναλωτών έχουν το δικαίωμα, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων των άρθρων 9γ έως και 9η, να ζητούν την δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και αποζημίωση για την ζημία που υφίστανται εξαιτίας της πρακτικής αυτής. Τα ένδικα βοηθήματα του προηγούμενου εδαφίου μπορεί να ασκούνται, χωριστά ή από κοινού, κατά ενός ή περισσοτέρων προμηθευτών του ίδιου οικονομικού τομέα ή κατά ιδιοκτήτη κώδικα, εφόσον αυτός προωθεί κώδικα που ενθαρρύνει τη μη συμμόρφωση με τις διατάξεις του παρόντος μέρους.
2. Το Δικαστήριο μπορεί, μετά από σχετική αίτηση, να διατάξει, δια του τύπου ή με άλλο πρόσφορο τρόπο, τη δημοσίευση της απόφασης που διατάσσει την παύση της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, στο σύνολό της, ή εν μέρει, καθώς και τη δημοσίευση σχετικής επανορθωτικής δήλωσης του παραβάτη.
3. Ο προμηθευτής στον οποίον αποδίδεται παράβαση των διατάξεων του παρόντος μέρους, υποχρεούται να προσκομίζει στο Δικαστήριο αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που αφορούν εμπορική πρακτική, εφόσον αυτό κριθεί αναγκαίο από το Δικαστήριο, εν όψει των δεδομένων της συγκεκριμένης περίπτωσης, λαμβανομένων υπόψιν των έννομων συμφερόντων όλων των διαδίκων. Αν δεν προσκομισθούν τα στοιχεία αυτά ή κριθούν ανεπαρκή, οι ισχυρισμοί του ενάγοντος ή των εναγόντων καταναλωτών τεκμαίρονται αληθείς.
4. Ο έλεγχος των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών μπορεί να γίνει και από ιδιοκτήτες κωδίκων συμπεριφοράς, εφόσον προβλέπονται σχετικές διαδικασίες προσφυγής ενώπιον των φορέων αυτών. Η προσφυγή στις διαδικασίες του προηγούμενου εδαφίου δεν συνεπάγεται παραίτηση από το δικαίωμα δικαστικής προσφυγής.
5. Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να διατάξει, με απόφασή του, για λόγους δημοσίου συμφέροντος, την άμεση παύση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς την απόφαση αυτή επιβάλλονται, σε βάρος του παραβάτη, οι κυρώσεις του άρθρου 13α του παρόντος νόμου.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ - ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 10 - Ενώσεις καταναλωτών - Συλλογικά μέσα προστασίας

1. Οι ενώσεις καταναλωτών συγκροτούνται ως σωματεία και διέπονται από τις διατάξεις του παρόντος άρθρου και του Αστικού Κώδικα. Οι ενώσεις καταναλωτών έχουν αποκλειστικό σκοπό την προστασία των δικαιωμάτων και των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση αυτών, ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές, τους αντιπροσωπεύουν δικαστικά και εξώδικα και ασκούν συλλογικές αγωγές κατά τις διατάξεις του παρόντος.
2. Οι ενώσεις καταναλωτών οργανώνονται σε ενώσεις καταναλωτών πρώτου και δεύτερου βαθμού. Μέλη ένωσης καταναλωτών πρώτου βαθμού είναι μόνο φυσικά πρόσωπα. Μέλη ένωσης καταναλωτών δεύτερου βαθμού είναι μόνο ενώσεις καταναλωτών πρώτου βαθμού. Για τη σύσταση ένωσης καταναλωτών πρώτου βαθμού απαιτούνται εκατό (100) τουλάχιστον ιδρυτικά μέλη. Σε δήμους με πληθυσμό μέχρι πέντε χιλιάδων (5.000) κατοίκων αρκούν πενήντα (50) ιδρυτικά μέλη. Οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ιδρύουν γραφεία και σε περιοχές εκτός της έδρας τους. Κάθε φυσικό πρόσωπο δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μία ενώσεις καταναλωτών πρώτου βαθμού. Για την σύσταση ένωσης καταναλωτών δεύτερου βαθμού απαιτείται συμμετοχή πέντε τουλάχιστον ενώσεων καταναλωτών πρώτου βαθμού. Κάθε ένωση καταναλωτών πρώτου βαθμού δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μία ενώσεις καταναλωτών δεύτερου βαθμού. Οι ενώσεις καταναλωτών μπορεί να οργανώνονται και πέραν του δεύτερου βαθμού, κατά τον τρόπο οργάνωσης των ενώσεων καταναλωτών δεύτερου βαθμού.
3. Οι ενώσεις καταναλωτών αποκτούν νομική προσωπικότητα με την εγγραφή τους στο Μητρώο Ενώσεων Καταναλωτών (εφεξής: «Μητρώο»).
4. Το Μητρώο στο οποίο εγγράφονται οι ενώσεις καταναλωτών όλων των βαθμών τηρείται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης. Το Μητρώο είναι δημόσιο βιβλίο στο οποίο

αναγράφεται και ο αριθμός φορολογικού μητρώου κάθε ένωσης καταναλωτών. Κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να έχει πρόσβαση στις εγγραφές του Μητρώου και να ζητεί αντίγραφο ή πιστοποιητικό των εγγραφών αυτών. Στη σφραγίδα, στα έντυπα και στα έγγραφα των ενώσεων καταναλωτών εγγράφεται υποχρεωτικά ο αριθμός της εγγραφής τους στο Μητρώο. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης ρυθμίζονται τα θέματα εφαρμογής της παραγράφου αυτής και κάθε σχετική λεπτομέρεια.

5. Οι ενώσεις καταναλωτών τηρούν σε έντυπη ή και ηλεκτρονική μορφή τα ακόλουθα βιβλία, που αριθμούνται και θεωρούνται από το Γραμματέα του Πρωτοδικείου της έδρας τους: α) Βιβλίο Μητρώου μελών. Στο Βιβλίο Μητρώου μελών της ένωσης πρώτου βαθμού αναγράφονται το ονοματεπώνυμο, το επάγγελμα, η διεύθυνση κατοικίας, ο αριθμός του δελτίου αστυνομικής ταυτότητας και οι χρονολογίες εγγραφής και διαγραφής κάθε μέλους. Στο Βιβλίο μητρώου Μελών ένωσης καταναλωτών δεύτερου βαθμού αναγράφονται η επωνυμία και η έδρα τους, ο αριθμός των εγγεγραμμένων μελών τους, οι χρονολογίες εγγραφής και διαγραφής τους, και οι δικαστικές αποφάσεις έγκρισης ή τροποποίησης των καταστατικών των μελών που τις συγκροτούν, β) Βιβλίο Πρακτικών συνεδριάσεων Γενικών Συνελεύσεων των μελών τους, γ) Βιβλίο Πρακτικών συνεδριάσεων της διοίκησης, δ) Βιβλίο Ταμείου, στο οποίο καταχωρίζονται, κατά χρονολογική σειρά, όλες οι εισπράξεις και πληρωμές και ε) Βιβλίο Περιουσίας, στο οποίο καταγράφονται όλα τα κινητά και ακίνητα περιουσιακά στοιχεία της ένωσης.

6. Πόροι των ενώσεων καταναλωτών είναι αποκλειστικά:

α) τα δικαιώματα εγγραφής, οι συνδρομές και οι εθελοντικές εισφορές των μελών,

β) τα εισοδήματα από την αξιοποίηση της περιουσίας τους,

γ) κληρονομίες, κληροδοσίες,

δ) επιχορήγηση από τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) πρώτου και δεύτερου βαθμού,

ε) επιχορήγηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση, διεθνείς οργανισμούς και διεθνείς ενώσεις καταναλωτών,

στ) το ποσό που επιδικάζεται κατά την παράγραφο 22 του παρόντος και

ζ) εισπράξεις από διάθεση εντύπων και δημοσίων εκδηλώσεων.

7. Κάθε απόφαση επιχορήγησης των ενώσεων καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού από οποιονδήποτε φορέα σύμφωνα με τις περιπτώσεις δ' και ε' της προηγούμενης παραγράφου κοινοποιείται υποχρεωτικά στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή.

8. Απαγορεύεται στις ενώσεις καταναλωτών να δέχονται δωρεές, εισφορές και ενισχύσεις κάθε είδους, από προμηθευτές ή οργανώσεις τους, καθώς και από πολιτικά κόμματα ή άλλες πολιτικές οργανώσεις οποιασδήποτε μορφής.

Στην έννοια του προμηθευτή περιλαμβάνονται και τα φυσικά πρόσωπα που κατέχουν θέση προέδρου, διευθύνοντος ή εντεταλμένου συμβούλου ή νόμιμου εκπροσώπου κεφαλαιουχικών εταιριών.

9. Οι ενώσεις καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού δεν επιτρέπεται να στεγάζονται σε χώρους που χρησιμοποιούνται ως κατοικία ή επαγγελματική στέγη νομικών ή φυσικών προσώπων που συμμετέχουν σε αυτές.

10. Απαγορεύεται στις ενώσεις καταναλωτών να διαφημίζουν, με οποιοδήποτε τρόπο, επιχειρήσεις προμηθευτών.

11. Απαγορεύεται να συμμετέχουν στο διοικητικό συμβούλιο των ενώσεων καταναλωτών όσοι έχουν καταδικασθεί, αμετάκλητα, για απιστία, απάτη, πλαστογραφία, υπεξαίρεση, δωροδοκία, παράβαση του νόμου περί μεσαζόντων και του νόμου περί ναρκωτικών.

Τα μέλη των διοικητικών συμβουλίων των ενώσεων καταναλωτών όλων των βαθμών δεν επιτρέπεται να λαμβάνουν από αυτές οποιασδήποτε μορφής αποζημίωση για τις υπηρεσίες που παρέχουν, με εξαίρεση τα ποσά που καλύπτουν δαπάνες για την εξυπηρέτηση των σκοπών των ενώσεων, εφόσον αποδεικνύονται με νόμιμα παραστατικά.

12. Στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή συνιστάται πενταμελής επιτροπή, η οποία αποτελείται από: α)

δύο Προϊσταμένους Διεύθυνσης της Γραμματείας αυτής, οι οποίοι προτείνονται με τον αναπληρωτή τους από τον Γενικό Γραμματέα Καταναλωτή, β) έναν εκπρόσωπο του Συνηγόρου του Καταναλωτή και γ) δύο εκπροσώπους των ενώσεων καταναλωτών που είναι μέλη του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτή και Αγοράς (Ε.Σ.Κ.Α.) και εκλέγονται με τους αναπληρωτές τους από το Ε.Σ.Κ.Α..

Ο Πρόεδρος και τα μέλη της Επιτροπής διορίζονται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας με θητεία τριών (3) ετών. Τα μέλη που προέρχονται από τον Ε.Σ.Κ.Α. δεν επιτρέπεται να διοριστούν για δύο συνεχόμενες θητείες.

Έργο της επιτροπής είναι η πιστοποίηση της πραγματικής λειτουργίας των ενώσεων καταναλωτών και της τήρησης των παραγράφων 5, 6, 8 έως και 11 του παρόντος.

Η πιστοποίηση ανακαλείται από την Επιτροπή εγγράφως σε περίπτωση που ενώσεις καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού δεν υλοποιούν καμία δράση για δύο συνεχή έτη ή δεν συμμορφώνονται με τα οριζόμενα στις παραγράφους 8 έως 11. Οι αδρανείς ενώσεις καταναλωτών δεν δικαιούνται επιχορήγησης από Ο.Τ.Α. πρώτου και δεύτερου βαθμού. Η πενταμελής επιτροπή συνεδριάζει τακτικώς εντός του πρώτου τριμήνου κάθε ημερολογιακού έτους και εκτάκτως οποτεδήποτε κληθεί να πιστοποιήσει νέα καταναλωτική οργάνωση. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας ορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις πιστοποίησης των καταναλωτικών οργανώσεων.

13. Οι διατάξεις του άρθρου 11 του ν. 1264/1982 (ΦΕΚ 79 Α΄), όπως ισχύει, και των παραγράφων 2 έως 5 του άρθρου 6 του ν.δ. 4361/1964 (ΦΕΚ 149 Α΄) όπως ισχύει, εφαρμόζονται αναλογικά για τις αρχαιρεσίες των ενώσεων καταναλωτών πρώτου και δεύτερου βαθμού.

14. Με την επιφύλαξη των διατάξεων του ν. 2472/1997, όπως ισχύει, και του ν. 2690/1999 (ΦΕΚ 45 Α΄) ενώσεις καταναλωτών οποιουδήποτε βαθμού έχουν το δικαίωμα να ζητούν και να λαμβάνουν πληροφορίες για θέματα που ανάγονται στα συμφέροντα των καταναλωτών από δημόσιες υπηρεσίες, νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, δημόσιους οργανισμούς και επιχειρήσεις, νομικά πρόσωπα του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως ορίζεται κάθε φορά και νομικά πρόσωπα που επιδιώκουν κοινωφελή σκοπό.

15. Κάθε ένωση καταναλωτών νομιμοποιείται να ζητεί ενώπιον δικαστηρίων και διοικητικών αρχών κάθε μορφής έννομη προστασία για τα δικαιώματα των μελών της, ως καταναλωτών. Ιδίως νομιμοποιείται να ασκεί αγωγή, αίτηση ασφαλιστικών μέτρων, αίτηση ακύρωσης ή προσφυγή κατά διοικητικών πράξεων και να παρίσταται ως πολιτικώς ενάγουσα. Κάθε ένωση καταναλωτών δικαιούται να παρεμβαίνει προσθέτως σε εκκρεμείς δίκες μελών της για την υποστήριξη των δικαιωμάτων τους ως καταναλωτών.

16. Ένωση καταναλωτών που έχει τουλάχιστον πεντακόσια (500) ενεργά μέλη και έχει εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών πριν από ένα τουλάχιστον έτος, μπορεί να ασκεί, κάθε είδους αγωγή για την προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού (συλλογική αγωγή). Η αγωγή του προηγούμενου εδαφίου μπορεί να ασκηθεί και όταν η παράνομη συμπεριφορά προσβάλλει τα συμφέροντα τριάντα (30), τουλάχιστον, καταναλωτών.

Ιδίως μπορεί να ζητήσει:

α) Την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί, ιδίως όταν συνίσταται σε παράβαση των διατάξεων:

αα) των άρθρων 2, 3, 3α έως 3ιβ, 4, 4α έως 4η, 4θ, 5, 6, 7, 7α, 8, 9, 9α έως 9θ του παρόντος νόμου,

ββ) της Κ.Υ.Α. Ζ1-699/2010 (Β΄ 917) «Προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας προς την οδηγία 2008/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 23ης Απριλίου 2008 για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης και την κατάργηση της οδηγίας 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου που δημοσιεύθηκε στην Επίσημη Εφημερίδα των ΕΚ, αριθμ. L 133 της 22.5.2008»

γγ) του π.δ. 339/1996, «Περί οργανωμένων ταξιδιών, σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 90/314 (ΕΕ L 158/59) για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις»(ΦΕΚ 225Α΄), όπως ισχύει,

δδ) της υπουργικής απόφασης υπ΄ αριθμ.ΔΥΤ 3(α)/83657, «Εναρμόνιση της Ελληνικής Νομοθεσίας προς την αντίστοιχη κοινοτική στον τομέα της παραγωγής και της κυκλοφορίας φαρμάκων, που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση σε συμμόρφωση με την υπ΄ αριθμ. 2001/1983/ΕΚ Οδηγία «περί κοινοτικού κώδικα για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση», όπως τροποποιήθηκε από τις υπ΄ αριθμ. 2004-27-ΕΚ, 2004-24- ΕΚ Οδηγίες για τα παραδοσιακά φάρμακα φυτικής προέλευσης και το

άρθρο 31 της υπ' αριθμ. 2002/1998/ ΕΚ Οδηγίας για τη θέσπιση προτύπων ποιότητας και ασφάλειας για τη συλλογή, τον έλεγχο, την επεξεργασία, την αποθήκευση και τη διανομή ανθρώπινου αίματος και συστατικών αίματος, (ΦΕΚ 59 Β'),

εε) της Κ.Υ.Α. Ζ1-130/2011 (Β' 295) «Προσαρμογή της Ελληνικής Νομοθεσίας προς την Οδηγία 2008/122/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Ιανουαρίου 2009, για την προστασία των καταναλωτών ως προς ορισμένες πτυχές των συμβάσεων χρονομεριστικής μίσθωσης, μακροπρόθεσμων προϊόντων διακοπών, μεταπώλησης και ανταλλαγής, που δημοσιεύθηκε στην Επίσημη Εφημερίδα της Ε.Ε. αριθμ. L33 της 3.2.2009»

στ) του π.δ. 131/2003, «Προσαρμογή στην Οδηγία 200/31 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά (οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο)» (ΦΕΚ 116Α'), όπως ισχύει,

ζζ) του ν. 2328/1995, «Νομικό καθεστώς της ιδιωτικής τηλεόρασης και της τοπικής ραδιοφωνίας, ρύθμιση θεμάτων της ραδιοτηλεοπτικής αγοράς και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 159Α'), και

ηη) του π.δ. 100/2000 «Εναρμόνιση της ελληνικής ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας στις διατάξεις της Οδηγίας 97/36 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 30^{ης} Ιουνίου 1997 (ΕΕ αριθ. L202 της Οδηγίας 89/552/ΕΟΚ του Συμβουλίου (ΕΕ αριθ. L298 της 17.10.89 σ.23) σχετικά με την παροχή υπηρεσιών».

θθ) του ν. 3844/2010 (Α' 63) «Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2006/123 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά και άλλες διατάξεις»

Όταν η παράνομη συμπεριφορά εκδηλώνεται μετά από σύσταση ή υπόδειξη ενώσεων των προμηθευτών ή εφόσον οι ενώσεις αυτές προβαίνουν σε παράνομη συμπεριφορά, στην περίπτωση αυτή μπορεί να ζητηθεί και από αυτές η παύση της εν λόγω συμπεριφοράς. Η ένωση καταναλωτών μπορεί να ζητήσει, επιπλέον, τη δέσμευση, την απόσυρση ή την καταστροφή ελαττωματικών προϊόντων που είναι επικίνδυνα για την ασφάλεια ή την υγεία του καταναλωτικού κοινού, καθώς και τη λήψη μέτρων, όπως είναι η κατάλληλη δημοσίευση του συνόλου ή μέρους της απόφασης, ή και η δημοσίευση επανορθωτικής δήλωσης, ώστε να εκλείψουν τα συνεχιζόμενα αποτελέσματα της παράβασης.

β) Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης. Για τον καθορισμό της χρηματικής ικανοποίησης, το δικαστήριο λαμβάνει υπόψιν, ιδίως, την ένταση της προσβολής της έννομης τάξης που συνιστά η παράνομη συμπεριφορά, το μέγεθος της εναγόμενης επιχείρησης του προμηθευτή και κυρίως, τον ετήσιο κύκλο εργασιών της, καθώς και τις ανάγκες της γενικής και της ειδικής πρόληψης.

γ) Τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων εξασφάλισης των απαιτήσεων του καταναλωτικού κοινού για την παράλειψη της παράνομης συμπεριφοράς ή την χρηματική ικανοποίηση μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης. Σε περίπτωση ελαττωματικών προϊόντων που είναι επικίνδυνα για την ασφάλεια ή την υγεία του καταναλωτικού κοινού, μπορεί να διαταχθεί, ως ασφαλιστικό μέτρο, η δέσμευση αυτών.

δ) την αναγνώριση του δικαιώματος αποκατάστασης της ζημίας που υφίστανται οι καταναλωτές από την παράνομη συμπεριφορά.

17. Συλλογική αγωγή κατά τις διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου μπορούν να ασκήσουν, από κοινού, περισσότερες της μιας ενώσεις καταναλωτών πρώτου βαθμού, ακόμη και αν κάθε μία από αυτές έχει αριθμό ενεργών μελών μικρότερο από το προβλεπόμενο κατώτατο όριο, εφόσον το σύνολο των ενεργών μελών όλων των ενώσεων υπερβαίνει το όριο αυτό. Συλλογική αγωγή μπορούν να ασκήσουν, από κοινού, και περισσότερες της μιας ενώσεις καταναλωτών πρώτου και δεύτερου βαθμού, ακόμη και αν η ένωση πρώτου βαθμού έχει αριθμό ενεργών μελών μικρότερο από το προβλεπόμενο κατώτατο όριο. Η συλλογική αγωγή ασκείται με απόφαση του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης καταναλωτών. Ενεργά μέλη των ενώσεων λογίζονται όσα έχουν εκπληρώσει τις ταμειακές τους υποχρεώσεις. Ο αριθμός των μελών αυτών αποδεικνύεται με κοινή υπεύθυνη δήλωση των μελών του διοικητικού συμβουλίου της οικείας ένωσης καταναλωτών.

18. Η συλλογική αγωγή ασκείται σε αποκλειστική προθεσμία έξι (6) μηνών από την τελευταία εκδήλωση της παράνομης συμπεριφοράς που αποτελεί τη βάση της. Κατ' εξαίρεση, οι απαιτήσεις της περίπτωσης δ'

της παραγράφου 16 υπόκεινται στην παραγραφή του άρθρου 937 του Αστικού Κώδικα (Α.Κ.).

19. Αποκλειστικώς αρμόδιο για την εκδίκαση συλλογικής αγωγής είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της κατοικίας ή της έδρας του εναγομένου. Αν αντικείμενο της συλλογικής αγωγής αποτελεί ραδιοτηλεοπτική διαφήμιση, αποκλειστικώς αρμόδιο είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της έδρας του ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού σταθμού.

20. Συλλογικές αγωγές των περιπτώσεων α' και β' της παραγράφου 16 δικάζονται κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας, στη συντομότερη δυνατή δικάσιμο. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει την προσωρινή εκτέλεση της απόφασης. Οι έννομες συνέπειες που προκύπτουν από την απόφαση αυτή ισχύουν έναντι πάντων, και αν δεν ήταν διάδικοι. Το δεδικασμένο απόφασης που δέχεται εν όλω ή εν μέρει αγωγή της περίπτωσης δ' της παραγράφου 16 ισχύει και υπέρ των ζημιωθέντων καταναλωτών, έστω και αν αυτοί δεν είχαν συμμετάσχει στη σχετική δίκη.

Εφόσον καταστεί αμετάκλητη η δικαστική απόφαση επί συλλογικής αγωγής της περίπτωσης δ' της παραγράφου 16, ο ζημιωθείς καταναλωτής μπορεί, με βάση την απόφαση αυτή, να γνωστοποιήσει εγγράφως στον προμηθευτή, κατά του οποίου εκδόθηκε η εν λόγω απόφαση, την απαίτησή του, αναφέροντας τα στοιχεία που την προσδιορίζουν. Μετά την άπρακτη παρέλευση τριάντα (30) ημερών από την έγγραφη γνωστοποίηση, ο καταναλωτής, εφόσον δεν ικανοποιηθεί, μπορεί να ζητήσει την έκδοση διαταγής πληρωμής για την απαίτησή του από το δικαστήριο, εφόσον αυτή είναι εκκαθαρισμένη ή μπορεί ευχερώς να εκκαθαριστεί. Η απαίτηση αποδεικνύεται και με κάθε ιδιωτικό έγγραφο το οποίο, ως εκ του είδους ή της συνήθειας της συναλλαγής, χορηγείται ως απόδειξη στους καταναλωτές.

Απαιτήσεις καταναλωτών που απορρέουν από την παράνομη συμπεριφορά, πέραν αυτών που ορίζονται στις περιπτώσεις α' έως και δ' της παραγράφου 16, δεν θίγονται. Το δικαίωμα άσκησης ατομικής αγωγής των καταναλωτών δεν επηρεάζεται από την απόρριψη του αιτήματος αγωγής της ένωσης καταναλωτών κατά τα οριζόμενα στην παράγραφο 16.

21. Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί με απόφαση του, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, να καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις προσαρμογής της συναλλακτικής συμπεριφοράς των προμηθευτών στο δεδικασμένο αμετάκλητων δικαστικών αποφάσεων επί αγωγών καταναλωτή ή ενώσεων καταναλωτών, εφόσον οι συνέπειες του δεδικασμένου έχουν ευρύτερο δημόσιο ενδιαφέρον για την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς και την προστασία των καταναλωτών.

22. Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης κατά την περίπτωση β' της παραγράφου 16 για την αυτή παράβαση παρέχεται μία μόνο φορά. Εκ του ποσού που επιδικάζεται κατά το προηγούμενο εδάφιο ποσοστό 20% διατίθεται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή εντός μηνός από την είσπραξή του για σκοπούς προώθησης πολιτικών προστασίας του καταναλωτή και εκπαίδευσης του προσωπικού που απασχολείται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας ρυθμίζονται τα θέματα εφαρμογής της παρούσας παραγράφου.

23. Αν αγωγή για χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης απορριφθεί αμετάκλητα ως προφανώς αβάσιμη, ο εναγόμενος προμηθευτής μπορεί να ζητήσει εκ του λόγου αυτού με αγωγή του, η οποία ασκείται εντός προθεσμίας έξι (6) μηνών από την ημερομηνία κατά την οποία η απορριπτική απόφαση κατέστη αμετάκλητη, αποζημίωση ή χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης από την ενάγουσα ένωση καταναλωτών και προσωπικά από τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, τα οποία ευθύνονται εις ολόκληρον.

24. Τη συλλογική αγωγή της περίπτωσης β' της παραγράφου 16 μπορούν να ασκούν κατά των προμηθευτών και τα εμπορικά και βιομηχανικά, βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια, εφαρμοζομένων αναλογικώς των προηγούμενων παραγράφων 19 έως και 22.

25. Οι ενώσεις καταναλωτών δεν δικαιούνται αμοιβής από τα μέλη τους για παρεχόμενα σε αυτά ατομικά ή συλλογικά μέσα προστασίας.

26. Οι ενώσεις καταναλωτών ευθύνονται για την ακρίβεια των πληροφοριών που ανακοινώνουν προς ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού. Όταν ανακοινώνουν στοιχεία τα οποία προκύπτουν από έρευνες που έχουν πραγματοποιήσει, οφείλουν να θέτουν στην διάθεση του καταναλωτικού κοινού και κάθε ενδιαφερόμενου, τα στοιχεία που αφορούν στον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας, όπως είναι, ιδίως, η μεθοδολογία της δειγματοληψίας, με επιτόπιες, τηλεφωνικές ή ηλεκτρονικές συνεντεύξεις, και η μέθοδος και τα στοιχεία της τιμοληψίας.

27. Η ανακοίνωση στο καταναλωτικό κοινό αναληθών πληροφοριών από την ένωση καταναλωτών, καθώς και η παράβαση από αυτή των διατάξεων του παρόντος νόμου, συνιστά λόγο: α) ανάκλησης της

πιστοποίησής της, κατά την έννοια της παραγράφου 12, β) έκπτωσης του διοικητικού συμβουλίου της, γ) αποβολής της από το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς (Ε.Σ.Κ.Α) και από τα συλλογικά όργανα εκπροσώπησης σύμφωνα με το άρθρο 13 και δ) διαγραφής της από το Μητρώο. Τα υπό στοιχεία α', β' και δ' μέτρα του προηγούμενου εδαφίου μπορούν να ζητήσουν, μέσα σε προθεσμία έξι (6) μηνών από την τελευταία παράβαση ή από την ανακοίνωση της αναληθούς πληροφορίας, όποιος θίγεται από αυτές, κάθε μέλος της ένωσης, κάθε ένωση καταναλωτών, ο αρμόδιος εισαγγελέας, ο Συνήγορος του Καταναλωτή και ο Γενικός Γραμματέας Καταναλωτή. Για την ανάκληση της πιστοποίησης της ένωσης αποφαιίνεται η Επιτροπή της παραγράφου 12. Για την έκπτωση του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης, αποφαιίνεται το αρμόδιο δικαστήριο, που δικάζει κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας. Αν η σχετική αίτηση γίνει δεκτή, το δικαστήριο διορίζει, με την ίδια απόφαση, προσωρινό διοικητικό συμβούλιο. Τα μέλη που εκπίπτουν δεν είναι επανεκλέξιμα για μια τριετία από την έκπτωσή τους. Το Διοικητικό Συμβούλιο δεν εκπίπτει, εάν οι αναληθείς πληροφορίες ή ο τρόπος με τον οποίο ανακοινώνονται επιδρούν ελάχιστα στην προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών ή αν η αναλήθειά τους δεν οφείλεται σε δόλο ή βαριά αμέλεια των μελών του. Για την αποβολή από το Ε.Σ.Κ.Α και από τα συλλογικά όργανα εκπροσώπησης του άρθρου 13 αποφαιίνεται το Ε.Σ.Κ.Α, χωρίς τη συμμετοχή των εκπροσώπων της ένωσης. Η απόφαση αυτή υπόκειται στην έγκριση του Υπουργού Ανάπτυξης.

28. Η διαγραφή της ένωσης καταναλωτών από το Μητρώο ενεργείται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας. Η διαγραφή της ένωσης καταναλωτών από το Μητρώο συνεπάγεται, αυτοδικαίως, και την ανάκληση της πιστοποίησής της.

29. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει τη διάλυση ένωσης καταναλωτών αν αυτή άσκησε κατ' επανάληψη, με δόλο ή βαριά αμέλεια, αγωγές για χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης που απορρίφθηκαν τελεσίδικα ως προφανώς αβάσιμες. Στην περίπτωση αυτή, τη διάλυση ζητούν, εντός αποκλειστικής προθεσμίας ενός (1) έτους από την τελεσιδικία της τελευταίας απορριπτικής απόφασης, ο προμηθευτής που υπήρξε εναγόμενος σε δίκη κατά την οποία εκδόθηκε η απόφαση αυτή ή ο αρμόδιος εισαγγελέας.

30.α) Σε περίπτωση παράβασης, κατά τις διατάξεις της παραγράφου 16, η οποία διαπράχθηκε στην Ελληνική επικράτεια, κάθε νομιμοποιούμενος φορέας από άλλο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όταν θίγονται τα συμφέροντα τα οποία προστατεύει, μπορεί να ασκεί τη συλλογική αγωγή των περιπτώσεων α' και γ' της παραγράφου 16. Οι διατάξεις των παραγράφων 17 και 20 εφαρμόζονται αναλόγως.

β) Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων για την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων του π.δ/τος 100/2000 (Α' 98) κάθε ημεδαπή ένωση που πληροί τα κριτήρια της παραγράφου 16, καθώς και κάθε νομιμοποιούμενος φορέας από άλλο κράτος μέλος, όταν θίγονται τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών, τα οποία προστατεύει, δικαιούται να υποβάλει καταγγελία και να ζητήσει να επιβληθούν οι διοικητικές κυρώσεις που προβλέπονται στα άρθρα 12 και 15 παρ. 3 του ν. 2644/1998 (Α' 233). Δικαιούται επίσης να υποβάλει αίτηση επανόρθωσης κατά τις διατάξεις του άρθρου 9 του π.δ.100/2000.

γ) Για την άσκηση της συλλογικής αγωγής ή την υποβολή καταγγελίας ή αίτησης επανόρθωσης, ο νομιμοποιούμενος φορέας επιδεικνύει τον σχετικό κατάλογο που καταρτίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και δημοσιεύεται στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 4 της Οδηγίας 2009/22/EK «περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα προστασίας των καταναλωτών». Τα δικαστήρια και οι αρμόδιες αρχές δέχονται τον κατάλογο αυτό ως απόδειξη της νομιμοποίησης των φορέων προς έγερση της συλλογικής αγωγής ή υποβολής καταγγελίας ή αίτησης επανόρθωσης με την επιφύλαξη του δικαιώματός τους να εξετάσουν κατά πόσον ο σκοπός του φορέα δικαιολογεί την έγερση αγωγής ή την υποβολή καταγγελίας στη συγκεκριμένη περίπτωση.

Άρθρο 11 - Φιλικός διακανονισμός καταναλωτικών διαφορών

1. Σε κάθε νομαρχία συνιστάται από τον αρμόδιο νομάρχη, μέσα σε έξι μήνες από τη δημοσίευση του νόμου αυτού, επιτροπή φιλικού διακανονισμού για την εξώδικη επίλυση των διαφορών ανάμεσα σε προμηθευτές και σε καταναλωτές ή ενώσεις καταναλωτών.

2. Οι επιτροπές είναι τριμελείς και αποτελούνται από:

α) Ένα δικηγόρο, μέλος του οικείου δικηγορικού συλλόγου, που προτείνεται, με τον αναπληρωτή του, από το διοικητικό συμβούλιο του δικηγορικού συλλόγου, ως πρόεδρο.

β) Έναν εκπρόσωπο του τοπικού εμπορικού και βιομηχανικού επιμελητηρίου, που προτείνεται, με τον

αναπληρωτή του, από το διοικητικό συμβούλιο του επιμελητηρίου. Σε νομούς, όπου υπάρχουν βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια, προτείνεται από το διοικητικό τους συμβούλιο ένας εκπρόσωπός τους με τον αναπληρωτή του. Στη σύνθεση της επιτροπής μετέχει, κάθε φορά, ο εκπρόσωπος του επιμελητηρίου στο οποίο υπάγεται ο προμηθευτής. Εφόσον είναι εφικτό, κάθε επιμελητήριο ορίζει ανά έναν εκπρόσωπο κάθε κλάδου της αγοράς, με τον αναπληρωτή του, για τη συμμετοχή του στη σύνθεση της επιτροπής όταν κρίνεται διαφορά που ανάγεται στη δραστηριότητα μέλους του, του αντίστοιχου κλάδου της αγοράς και

γ) Έναν εκπρόσωπο των τοπικών ενώσεων καταναλωτών, που προτείνεται, με τον αναπληρωτή του, από τα διοικητικά συμβούλιά τους. Εάν δεν υφίστανται οι ενώσεις αυτές, στην επιτροπή συμμετέχει εκπρόσωπος ένωσης καταναλωτών δευτέρου βαθμού, διαφορετικά εκπρόσωπος του τοπικού εργατικού κέντρου, που προτείνεται, με τον αναπληρωτή του, από τη διοίκηση αυτού. Ο γραμματέας της επιτροπής, με τον αναπληρωτή του, προέρχονται από τους υπαλλήλους της υπηρεσίας εμπορίου της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης (Ν. Α.) και προτείνονται στον Συνήγορο του Καταναλωτή από τον οικείο νομάρχη.

3.Όπου ο αριθμός υποθέσεων ή οι ειδικές συνθήκες του νόμου το απαιτούν, μπορούν να συνιστώνται περισσότερες επιτροπές.

4. Η θητεία των μελών των επιτροπών φιλικού διακανονισμού είναι διετής και μπορεί να ανανεώνεται μία ή περισσότερες φορές.

5.Αρμόδια είναι η επιτροπή του νομού όπου εκτελέστηκε -ή συμφωνήθηκε να εκτελεστεί η παροχή του προμηθευτή στον καταναλωτή.

6. Οι υποθέσεις εισάγονται στην αρμόδια, κατά περίπτωση, επιτροπή ύστερα από αίτηση του καταναλωτή ή της τοπικής ένωσης καταναλωτών, καθώς και ύστερα από παραπομπή από τον Συνήγορο του Καταναλωτή. Οι υποθέσεις συζητούνται, κατά τη σειρά που ορίζει ο πρόεδρος, το αργότερο εντός δεκαπέντε (15) ημερών από την υποβολή της αίτησης ή την παραπομπή τους, μετά από πρόσκληση των ενδιαφερομένων πριν από πέντε (5) τουλάχιστον ημέρες. Οι προθεσμίες αυτές μπορούν να παρατείνονται, με απόφαση του προέδρου της επιτροπής, μέχρι πέντε (5) ημέρες, εφόσον συντρέχουν, προς τούτο, ειδικοί λόγοι. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν κατά τη συζήτηση να παρίστανται αυτοπροσώπως ή να εκπροσωπούνται από πληρεξούσιο δικηγόρο ή τρίτο πρόσωπο που έχει σχετική εξουσιοδότηση.

7.Η επιτροπή κρίνει κατά το ισχύον δίκαιο. Συμπληρωματικά λαμβάνονται υπόψη τα συναλλακτικά ήθη. Η επιτροπή μπορεί να ζητήσει πληροφορίες από δημόσιες υπηρεσίες, δημόσιους οργανισμούς, επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, επιμελητήρια και επαγγελματικούς συλλόγους.

8. Η Επιτροπή συνεδριάζει, νομίμως, με την παρουσία όλων των μελών της και λαμβάνει τις αποφάσεις της κατά πλειοψηφία. Τα πορίσματα της Επιτροπής κοινοποιούνται στον Συνήγορο του Καταναλωτή και στους ενδιαφερομένους το αργότερο εντός δεκαπέντε (15) ημερών από τη συζήτηση των σχετικών υποθέσεων. Τα πορίσματα της Επιτροπής δεν παράγουν συνέπειες δικαστικής απόφασης, ούτε αποτελούν εκτελεστό τίτλο.

9.Τα πορίσματα των επιτροπών φιλικού διακανονισμού αρχειοθετούνται από τις οικείες Ν.Α. και κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να λάβει γνώση και να ζητήσει αντίγραφο αυτών.

10.Με απόφαση του αρμόδιου νομάρχη που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, ρυθμίζονται, όπου υπάρχει ανάγκη, οι τεχνικές λεπτομέρειες εφαρμογής του άρθρου αυτού.

Άρθρο 11α - Αρχές συγκρότησης και λειτουργίας φορέων εξωδικαστικής (εναλλακτικής) επίλυσης διαφορών

1. Το παρόν άρθρο εφαρμόζεται σε διαδικασίες εξωδικαστικής (εναλλακτικής) επίλυσης συμβατικών διαφορών (στο εξής διαδικασία ΕΕΔ) που ανακύπτουν από την πώληση αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών από προμηθευτή σε καταναλωτή μέσω παρέμβασης φορέα επίλυσης διαφορών ο οποίος ιδρύεται σε μόνιμη βάση και προτείνει λύση ή φέρνει τα μέρη σε επαφή με σκοπό την εξεύρεση φιλικής λύσης (στο εξής φορέας ΕΕΔ).
2. Το παρόν άρθρο δεν εφαρμόζεται:
 - α) σε διαδικασίες ενώπιον φορέων επίλυσης διαφορών στους οποίους τα φυσικά πρόσωπα που είναι αρμόδια για την επίλυση των διαφορών είναι αποκλειστικά και μόνο υπάλληλοι του προμηθευτή,
 - β) σε διαδικασίες ενώπιον συστημάτων διερεύνησης καταναλωτικών καταγγελιών που τα διαχειρίζεται ο προμηθευτής,
 - γ) στις απευθείας διαπραγματεύσεις μεταξύ του καταναλωτή και του προμηθευτή, είτε αυτοί εκπροσωπούνται είτε όχι,
 - δ) στις προσπάθειες που καταβάλλει ο δικαστής για την επίλυση της διαφοράς κατά τη διάρκεια της δικαστικής διαδικασίας που αφορά την εν λόγω διαφορά.
 - ε) στο Συνήγορο του Καταναλωτή και τις Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού του άρθρου 11 του ν.2251/1994 (ΦΕΚ Α' 191).
3. Τα φυσικά πρόσωπα που είναι αρμόδια για την εναλλακτική επίλυση διαφορών πρέπει να διαθέτουν την αναγκαία εμπειρογνομosύνη και να είναι αμερόληπτα. Η απαίτηση αυτή κατοχυρώνεται με την εξασφάλιση ότι τα πρόσωπα αυτά:
 - α) κατέχουν τις αναγκαίες γνώσεις, δεξιότητες και πείρα στον τομέα της εναλλακτικής επίλυσης διαφορών,
 - β) δεν μπορούν να απαλλαγούν από τα καθήκοντά τους χωρίς εύλογη αιτία,
 - γ) δεν έχουν καμία σύγκρουση συμφερόντων με οποιοδήποτε από τα μέρη της διαφοράς,
4. Οι φορείς ΕΕΔ στο πλαίσιο των οποίων τα φυσικά πρόσωπα που είναι αρμόδια για την επίλυση διαφορών αποτελούν μέρος συλλογικού σώματος προβλέπουν τη συμμετοχή ίσου αριθμού εκπροσώπων των συμφερόντων των καταναλωτών και εκπροσώπων των συμφερόντων των προμηθευτών στο εν λόγω συλλογικό σώμα.
5. Οι φορείς ΕΕΔ δημοσιοποιούν στους ιστοτόπους τους και σε έντυπη μορφή στις εγκαταστάσεις τους πληροφορίες για τα εξής:
 - α) τα φυσικά πρόσωπα που είναι αρμόδια για την επίλυση διαφορών, τη μέθοδο ορισμού τους και τη διάρκεια της θητείας τους,
 - β) την πηγή χρηματοδότησης, συμπεριλαμβανομένου του εκατοστιαίου ποσοστού της δημόσιας και της ιδιωτικής χρηματοδότησης,
 - γ) κατά περίπτωση, τη συμμετοχή τους σε δίκτυα φορέων εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών που διευκολύνουν την επίλυση διασυνοριακών διαφορών,
 - δ) τα είδη διαφορών που είναι αρμόδιοι να εξετάζουν,
 - ε) τους διαδικαστικούς κανόνες που διέπουν την επίλυση των διαφορών,
 - στ) τις γλώσσες στις οποίες μπορούν να υποβληθούν οι καταγγελίες στον φορέα ΕΕΔ και στις οποίες διεξάγεται η διαδικασία ΕΕΔ,
 - ζ) τα είδη των κανόνων που μπορεί να χρησιμοποιήσει ο φορέας ΕΕΔ ως βάση για την επίλυση των διαφορών (π.χ. κανόνες δικαίου, αρχές ευθυδικίας, κώδικες δεοντολογίας),
 - η) τις πιθανές προκαταρκτικές απαιτήσεις που ενδέχεται να πρέπει να εκπληρώσουν τα μέρη πριν υπάρξει η δυνατότητα να κινηθεί διαδικασία ΕΕΔ,
 - θ) το κόστος, αν υπάρχει, που θα βαρύνει τα μέρη,
 - ι) τη διάρκεια της διαδικασίας κατά προσέγγιση,
 - ια) τα νομικά αποτελέσματα της έκβασης της διαδικασίας ΕΕΔ.
6. Οι φορείς ΕΕΔ δημοσιοποιούν στους ιστοτόπους τους και σε έντυπη μορφή στις εγκαταστάσεις τους ετήσιες εκθέσεις δραστηριότητας. Αυτές οι εκθέσεις περιλαμβάνουν τις ακόλουθες πληροφορίες τόσο σχετικά με τις εγχώριες όσο και σχετικά με τις διασυνοριακές διαφορές:
 - α) αριθμός διαφορών που ελήφθησαν και είδη των σχετικών καταγγελιών,
 - β) τυχόν επαναλαμβανόμενα προβλήματα που οδηγούν σε διαφορές μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών,
 - γ) ποσοστό διαδικασιών επίλυσης διαφορών που διακόπηκαν πριν επιτευχθεί αποτέλεσμα,

δ) μέσος χρόνος που χρειάστηκε για την επίλυση των διαφορών,
ε) ποσοστό συμμόρφωσης με τα αποτελέσματα των διαδικασιών ΕΕΔ, αν είναι γνωστό,
στ) κατά περίπτωση, συνεργασία τους με δίκτυα φορέων ΕΕΔ που διευκολύνουν την επίλυση διασυνοριακών διαφορών.

7. Οι φορείς ΕΕΔ πρέπει να είναι αποτελεσματικοί και να εκπληρώνουν τις ακόλουθες απαιτήσεις:

α) η διαδικασία ΕΕΔ είναι εύκολα προσβάσιμη και από τα δύο μέρη, ανεξάρτητα από τον τόπο στον οποίο βρίσκονται αυτά,

β) τα μέρη έχουν πρόσβαση στη διαδικασία, χωρίς να είναι υποχρεωμένα να χρησιμοποιήσουν νομικό εκπρόσωπο· ωστόσο, τα μέρη έχουν τη δυνατότητα εκπροσώπησης ή υποστήριξης από τρίτο μέρος σε κάθε φάση της διαδικασίας,

γ) η διαδικασία ΕΕΔ είναι δωρεάν ή χαμηλού κόστους για τους καταναλωτές,

δ) η διαφορά επιλύεται μέσα σε 90 ημέρες από την ημερομηνία κατά την οποία ο φορέας ΕΕΔ έλαβε την καταγγελία. Σε περίπτωση περίπλοκων διαφορών, ο φορέας ΕΕΔ μπορεί να παρατείνει αυτό το χρονικό διάστημα.

8. Στις διαδικασίες ΕΕΔ:

α) τα μέρη έχουν τη δυνατότητα να εκφράσουν τις απόψεις τους και να ακούσουν τα επιχειρήματα και τα γεγονότα που προβάλλονται από το άλλο μέρος, καθώς και τις δηλώσεις τυχόν πραγματογνωμόνων,

β) το αποτέλεσμα της διαδικασίας ΕΕΔ γνωστοποιείται στα μέρη εγγράφως ή σε σταθερό μέσο, με αναφορά του σκεπτικού στο οποίο βασίζεται.

9. Στις διαδικασίες ΕΕΔ που επιδιώκουν την επίλυση της διαφοράς με την πρόταση μιας λύσης:

α) ο καταναλωτής, πριν συμφωνήσει με την προτεινόμενη λύση, ενημερώνεται:

(i) ότι έχει την επιλογή να συμφωνήσει ή να μη συμφωνήσει με την προτεινόμενη λύση,

(ii) ότι η προτεινόμενη λύση μπορεί να είναι λιγότερο ευνοϊκή σε σχέση με το αποτέλεσμα που θα επιτυγχανόταν σε δικαστήριο κατ' εφαρμογή των νομικών κανόνων,

(iii) ότι, προτού εγκρίνει ή απορρίψει την προτεινόμενη λύση, έχει το δικαίωμα να ζητήσει τη συμβουλή ανεξάρτητου προσώπου,

β) τα μέρη, πριν συμφωνήσουν με την προτεινόμενη λύση, ενημερώνονται για τις νομικές συνέπειες της εν λόγω συμφωνίας,

γ) τα μέρη, πριν εκφράζουν τη συγκατάθεσή τους για την προτεινόμενη λύση ή φιλική συμφωνία, έχουν στη διάθεσή τους εύλογο χρονικό διάστημα για να σκεφτούν.

10. Κάθε φορέας ΕΕΔ υποχρεούται πριν από την έναρξη της δραστηριότητας διαμεσολάβησης και επίλυσης καταναλωτικών διαφορών να ζητήσει την καταχώρισή του σε ειδικό μητρώο που συνιστάται και τηρείται στην Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης. Για την καταχώριση στο μητρώο ελέγχεται η συμμόρφωση προς τις αρχές συγκρότησης και λειτουργίας. Αν ο φορέας ΕΕΔ παύσει να συμμορφώνεται προς τις αρχές του άρθρου ο Υπουργός Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης με αιτιολογημένη απόφαση του διατάσσει τη διαγραφή του από το Μητρώο. Με απόφαση του Υπουργού Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, καθορίζονται οι όροι και προϋποθέσεις τήρησης του μητρώου. Κάθε ένωση καταναλωτών της παραγράφου 16 του άρθρου 10 του ν.2251/1994 ή επαγγελματική ένωση μπορεί να ζητά κατά τη διαδικασία της παραγράφου 20 του άρθρου 10 του ν.2251/1994 να υποχρεωθεί ο φορέας ΕΕΔ σε συμμόρφωση προς τις αρχές του παρόντος άρθρου. Οι προμηθευτές δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούν ονομασίες για τις διαδικασίες, τα πρόσωπα ή τα συστήματα διερεύνησης καταγγελιών των περιπτώσεων α) και β) της παραγράφου 2 που ενδέχεται να δημιουργούν κίνδυνο σύγχυσης με τους φορείς ΕΕΔ στους οποίους εφαρμόζονται οι αρχές του παρόντος.

11. Όσοι φορείς ΕΕΔ έχουν συσταθεί ή λειτουργούν κατά την δημοσίευση της παρούσας απόφασης οφείλουν να συμμορφωθούν προς τις παραπάνω αρχές και να εγγραφούν στο Μητρώο της προηγούμενης παραγράφου μέχρι την 30ή Σεπτεμβρίου 2012.

Άρθρο 12 - Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς

1. Στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης συνιστάται Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς (Ε.Σ.Κ.Α.), το οποίο αποτελεί συμβουλευτικό και γνωμοδοτικό όργανο του Υπουργού Ανάπτυξης. Το Ε.Σ.Κ.Α. εκφράζει τις θέσεις των φορέων της αγοράς και των καταναλωτών επί θεμάτων ανταγωνιστικής λειτουργίας της αγοράς και προστασίας των καταναλωτών, υποβάλλει, αρμοδίως, προτάσεις για την προώθηση των εννόμων συμφερόντων τους και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων τους και εκδίδει γνωμοδοτήσεις επί θεμάτων σχετικών με την αγορά και τους καταναλωτές και, ιδίως, επί νομοσχεδίων και διατάξεων που αφορούν στους καταναλωτές.

2. Το Ε.Σ.Κ.Α. αποτελείται από:

- α) τρεις (3) εκπροσώπους του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, μετά των αναπληρωτών αυτών,
- β) τον Συνήγορο του Καταναλωτή,
- γ) έναν (1) εκπρόσωπο από κάθε δευτεροβάθμια ένωση καταναλωτών,
- δ) πέντε (5) εκπρόσωπους πρωτοβάθμιων ενώσεων καταναλωτών,
- ε) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Επιτροπή Ανταγωνισμού,
- στ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων (Κ.Ε.Ε.),
- ζ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.),
- η) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τον Ενιαίο φορέα Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Φ.Ε.Τ),
- θ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Τράπεζα της Ελλάδος,
- ι) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Ελληνική Ένωση Τραπεζών (Ε.Ε.Τ),
- ια) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από το Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησεως Ελλάδος (Σ.Ε.Λ.Π.Ε),
- ιβ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τη Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών και Βιοτεχνών Ελλάδος (Γ.Σ.Ε.Β.Ε),
- ιγ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Ένωση Ασφαλιστικών Επιχειρήσεων,
- ιδ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.),
- ιε) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ),
- ιστ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από το Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών (Σ.Ε.Β.),
- ιζ) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (Ε.Σ.Ε.Ε.),
- ιη) έναν (1) εκπρόσωπο που προτείνεται από την Ομοσπονδία Σωματείων Ατόμων με Αναπηρίες,
- ιθ) έναν (1) εκπρόσωπο υπηρεσιών γενικού – κοινωνικού ενδιαφέροντος (μεταφορά, ύδρευση, ηλεκτρισμός, φυσικό αέριο, τηλεπικοινωνίες, ταχυδρομικές υπηρεσίες κ.λπ.), ανάλογα με την θεματική ενότητα.

2α. Στο Ε.Σ.Κ.Α., όπου κριθεί αναγκαίο, καλούνται χωρίς δικαίωμα ψήφου κατά περίπτωση:

οι Προϊστάμενοι των διευθύνσεων που είναι αρμόδιες σε θέματα προστασίας του Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, πρόσωπα με εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα προστασίας καταναλωτή και εκπρόσωποι άλλων παραγωγικών τάξεων, καθώς και άλλοι φορείς που εμπλέκονται σε θέματα προστασίας του καταναλωτικού κοινού.

3. Τα υπό στοιχεία γ' έως ιθ' μέλη του Ε.Σ.Κ.Α. της παραγράφου 2 προτείνονται με τους αναπληρωτές τους από τους οικείους φορείς, εντός αποκλειστικής προθεσμίας τριάντα (30) ημερών από την κοινοποίηση σε αυτούς σχετικής πρόσκλησης του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.

Αν οι φορείς αυτοί δεν προτείνουν τους εκπροσώπους τους εντός της προθεσμίας του προηγούμενου εδαφίου, οι εκπρόσωποι αυτοί ορίζονται από τον Υπουργό Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.

Ειδικά όσον αφορά τους εκπροσώπους των ενώσεων καταναλωτών της παραγράφου 2, και σε περίπτωση που δεν καλύπτονται οι προαναφερόμενες θέσεις του στοιχείου γ' της παραγράφου 2 από εκπροσώπους δευτεροβάθμιων ενώσεων καταναλωτών, οι κενές θέσεις καλύπτονται από εκπροσώπους πρωτοβάθμιων ενώσεων καταναλωτών. Ο εκπρόσωπος της πρωτοβάθμιας ένωσης του στοιχείου δ' της παραγράφου 2 δεν

μπορεί να συμμετέχει στο Ε.Σ.Κ.Α., αν η ένωση που ανήκει είναι μέλος της δευτεροβάθμιας ένωσης που συμμετέχει δια εκπροσώπου στο Ε.Σ.Κ.Α..

Η θητεία των μελών του Ε.Σ.Κ.Α. είναι τριετής και μπορεί να ανανεωθεί μία ή περισσότερες φορές, για ίσο χρόνο. Η θητεία των μελών του Ε.Σ.Κ.Α. λήγει πριν παρέλθει ο χρόνος της, σε περίπτωση θανάτου, παραίτησης, διακοπής της συμμετοχής τους στο φορέα που εκπροσωπούν ή αποβολής της οικείας ένωσης καταναλωτών σύμφωνα με την παράγραφο 27 του άρθρου 10.

4. Το Ε.Σ.Κ.Α. συγκροτείται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας. Με την ίδια απόφαση επιλέγεται και ορίζεται ο Πρόεδρος του Ε.Σ.Κ.Α., μετά του αναπληρωτή αυτού, μεταξύ των, υπό στοιχείο α' της παραγράφου 2, μελών. Με όμοια απόφαση ορίζεται γραμματέας του Ε.Σ.Κ.Α. μετά του αναπληρωτή αυτού μεταξύ των υπάλληλων της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή.

5. Το Ε.Σ.Κ.Α. εκδίδει τον κανονισμό λειτουργίας του, ο οποίος εγκρίνεται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Με τον κανονισμό αυτόν καθορίζονται, μεταξύ άλλων, ο τόπος η διαδικασία κατάρτισης και ανακοίνωσης της ημερήσιας διάταξης των συνεδριάσεων και πρόσκλησης σε αυτές, των μελών, ο τρόπος λήψης των αποφάσεων και έκδοσης των γνωμοδοτήσεων και κάθε ειδικότερο θέμα και αναγκαία λεπτομέρεια.

6. Το Ε.Σ.Κ.Α. συνεδριάζει τουλάχιστον δύο (2) φορές το χρόνο. Στις συνεδριάσεις του μπορεί να παρευρίσκεται και να συμμετέχει ο Υπουργός Ανάπτυξης ή εκπρόσωπός του. Εφόσον στις συνεδριάσεις του συζητούνται θέματα που αφορούν και τις αρμοδιότητες άλλων υπουργών, μπορούν να συμμετέχουν και αυτοί ή οι εκπρόσωποί τους. Ο πρόεδρος μπορεί, σε συνεννόηση με τον Υπουργό Ανάπτυξης, να καλεί στις συνεδριάσεις του Ε.Σ.Κ.Α. και εκπροσώπους άλλων παραγωγικών τάξεων, ιδιώτες ή άλλα πρόσωπα, τα οποία μπορούν να εκφράσουν τη γνώμη τους χωρίς δικαίωμα ψήφου.

7. Οι δαπάνες λειτουργίας του Ε.Σ.Κ.Α. βαρύνουν τις πιστώσεις της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή.

8. Τα μέλη του Ε.Σ.Κ.Α. δεν δικαιούνται αμοιβής για τη συμμετοχή τους στα όργανα αυτά. Τα μέλη που διαμένουν εκτός Αθηνών λαμβάνουν τα έξοδα κίνησης σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Άρθρο 13 - Εκπροσώπηση καταναλωτών

1. Σε εθνικά και διεθνή συλλογικά όργανα φορέων του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα, όπου προβλέπεται συμμετοχή εκπροσώπων των ενώσεων καταναλωτών του παρόντος, οι εκπρόσωποί αυτοί επιλέγονται κατόπιν εκλογής τους από τους εκπροσώπους των ενώσεων καταναλωτών που είναι μέλη του Ε.Σ.Κ.Α.. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, όταν λαμβάνει αιτήματα των φορέων του προηγούμενου εδαφίου για τη συμμετοχή εκπροσώπων των ενώσεων καταναλωτών, υποχρεούται να διαβιβάζει αυτά σε όλες τις πιστοποιημένες ενώσεις καταναλωτών. Κάθε ενδιαφερόμενος για την εκλογή του κατά τα ανωτέρω αποστέλλει σχετική δήλωση και το βιογραφικό του σημείωμα στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή μέχρι την παραμονή των εκλογών.

2. Δικαίωμα συμμετοχής στις εκλογές έχουν μόνο τα ενεργά μέλη πιστοποιημένων ενώσεων καταναλωτών που προτείνονται από αυτές. Οι εκλογές διεξάγονται με μυστική ψηφοφορία και διενεργούνται με μέριμνα του προέδρου του Ε.Σ.Κ.Α.. Ενστάσεις κατά της διαδικασίας της ψηφοφορίας υποβάλλονται εντός τριών (3) ημερών από τη διενέργειά τους στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή και εξετάζονται από τριμελή επιτροπή, η οποία αποτελείται από το Διευθυντή της Διεύθυνσης Πολιτικής Καταναλωτή της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή, ως πρόεδρο, και δύο μέλη του Ε.Σ.Κ.Α., τα οποία επιλέγονται με κλήρωση που διενεργείται από τον Πρόεδρό του. Τα αποτελέσματα της ψηφοφορίας κοινοποιούνται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, η οποία γνωστοποιεί τους εκπροσώπους που εκλέγονται στον αρμόδιο φορέα.

Άρθρο 13 α – Κυρώσεις

1. Οι καταγγελίες των καταναλωτών εναντίον προμηθευτή, κατά την έννοια των επιμέρους διατάξεων του παρόντος νόμου, υποβάλλονται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, από την οποία διαβιβάζονται στον προμηθευτή, με πρόσκληση για απάντηση, με κάθε πρόσφορο τρόπο, συμπεριλαμβανομένης και της επίδοσης δια του ταχυδρομείου. Ο προμηθευτής υποχρεούται να απαντά, εγγράφως, επί των καταγγελιών εντός της προθεσμίας που τάσσεται από τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, η οποία αρχίζει από την

κοινοποίηση της σχετικής πρόσκλησης.

2. Με την επιφύλαξη των διατάξεων του Ποινικού Κώδικα, των Κανόνων Ρύθμισης της Αγοράς Προϊόντων και της Παροχής Υπηρεσιών και διατάξεων άλλων ειδικών νομοθετημάτων, σε βάρος των προμηθευτών που παραβαίνουν τις διατάξεις του παρόντος νόμου επιβάλλεται, με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, κατόπιν καταγγελίας ή και αυτεπαγγέλτως μια ή περισσότερες από τις παρακάτω κυρώσεις:

α) Σύσταση για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας και άρση της προσβολής και παράλειψης στο μέλλον.

β) Πρόστιμο από χίλια πεντακόσια (1.500) έως ένα εκατομμύριο (1.000.000) ευρώ. Σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου, το ανώτατο όριο προστίμου διπλασιάζεται.

γ) Προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης ή τμήματός της για χρονικό διάστημα από τρεις (3) μήνες έως ένα (1) έτος σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου.

3. Σε βάρος του προμηθευτή που δεν απαντά σε καταγγελίες καταναλωτών σύμφωνα με την παράγραφο 1, ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να προβεί σε: α) σύσταση για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας, με προειδοποίηση επιβολής προστίμου, β) επιβολή προστίμου από πεντακόσια (500) ευρώ έως πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ, γ) επιβολή προστίμου από πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ έως πενήντα χιλιάδες (50.000) ευρώ, σε περίπτωση υποτροπής. Τα ποσά των προστίμων της παρούσας παραγράφου περιέχονται στον Κρατικό Προϋπολογισμό.

4. Τα ποσά των προστίμων που επιβάλλονται κατά τις παραγράφους 2 και 3 εισπράττονται σύμφωνα με τις διατάξεις του Κ.Ε.Δ.Ε. (ν. δ. 356/1974, ΦΕΚ 90 Α') και μπορεί να αναπροσαρμολίζονται με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης.

5. Ο Υπουργός Ανάπτυξης, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του παρόντος, μπορεί, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση και τη βαρύτητα της παράβασης καθώς και τις συνέπειές της στο ευρύτερο καταναλωτικό κοινό, να δημοσιοποιεί, δια του τύπου ή με άλλο πρόσφορο τρόπο, τις κυρώσεις που επιβάλλονται κατά τις προηγούμενες παραγράφους 2 και 3, καθώς και τα περιοριστικά μέτρα που λαμβάνονται κατά τις κείμενες διατάξεις από αρμόδιες διοικητικές αρχές ή τους προμηθευτές σχετικά με τη διάθεση καταναλωτικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά.

6. Αν οι παραβάσεις των διατάξεων του παρόντος διαπράττονται από: α) πιστωτικά ιδρύματα ή επιχειρήσεις και οργανισμούς του χρηματοπιστωτικού τομέα της οικονομίας, που εποπτεύονται από την Τράπεζα της Ελλάδος ή β) από εταιρίες παροχής επενδυτικών υπηρεσιών, που εποπτεύονται από την Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς ή γ) ασφαλιστικές επιχειρήσεις που εποπτεύονται από την Επιτροπή Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης (ΕΠ.Ε.Ι.Α.), οι κυρώσεις που προβλέπονται στον παρόντα νόμο επιβάλλονται μετά από γνώμη της Τράπεζας της Ελλάδος ή της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς ή της ΕΠ.Ε.Ι.Α., κατά περίπτωση. Η γνώμη αυτή παρέχεται μετά από σχετική αίτηση του Γενικού Γραμματέα Καταναλωτή εντός προθεσμίας δύο (2) μηνών από την υποβολή της αίτησης. Αν παρέλθει άπρακτη η προθεσμία του προηγούμενου εδαφίου, οι διοικητικές κυρώσεις επιβάλλονται χωρίς την ανωτέρω γνώμη. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης ρυθμίζονται τα θέματα εφαρμογής της παρούσας παραγράφου και κάθε σχετική λεπτομέρεια.

Άρθρο 13β

Κάθε καταναλωτής ή ένωση καταναλωτών έχει το δικαίωμα να καταγγέλλει ενώπιον της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή παραβάσεις των διατάξεων του παρόντος νόμου. Οι καταγγελίες που λαμβάνει η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή κατατάσσονται ως εξής:

α) Καταγγελίες περί ζητημάτων που δεν εμπίπτουν στις αρμοδιότητες της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή με βάση τις διατάξεις του παρόντος νόμου διαβιβάζονται στην αρμόδια υπηρεσία και ενημερώνεται σχετικά ο καταγγέλλων μέσα σε προθεσμία δέκα (10) ημερών από την υποβολή τους.

β) Καταγγελίες με αίτημα εμφανώς αόριστο, ακατάληπτο ή αίτημα που επαναλαμβάνεται κατά τρόπο καταχρηστικό, τίθενται στο αρχείο της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή και ενημερώνεται σχετικά ο καταγγέλλων μέσα σε προθεσμία τριάντα (30) ημερών από την υποβολή τους. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή δεν είναι υποχρεωμένη να απαντά σε αιτήματα καταναλωτών υπό μορφή γνωμοδότησης ή σε ερωτήματα επί ιδιωτικής φύσεως υποθέσεων που δεν στοιχειοθετούν καταγγελίες παραβάσεων του παρόντος νόμου.

γ) Καταγγελίες περί ζητημάτων που εμπίπτουν στις αρμοδιότητες της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή με βάση τις διατάξεις του παρόντος νόμου. Στην περίπτωση αυτή, η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή προβαίνει σε περαιτέρω αξιολόγηση της αναγκαιότητας διερεύνησής τους λαμβάνοντας υπόψη ιδίως το δημόσιο συμφέρον, την προστασία της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών, τις πιθανές επιπτώσεις στο καταναλωτικό κοινό, τις επιπτώσεις σε ευαίσθητες ομάδες του πληθυσμού, την προστασία του καταναλωτή, καθώς και το αποτέλεσμα που προσδοκείται από την παρέμβασή της σε συγκεκριμένη υπόθεση. Εφόσον αξιολογηθεί από τον Προϊστάμενο Διεύθυνσης Προστασίας η αναγκαιότητα διερεύνησης των ως άνω καταγγελιών, ο ίδιος αναθέτει προς εξέταση τις υποθέσεις στο αρμόδιο Τμήμα. Ο Προϊστάμενος Διεύθυνσης δύναται να θέσει κάποιες υποθέσεις σε προσωρινό αρχείο μέχρι να προκύψουν πρόσθετα στοιχεία που θεμελιώνουν την αναγκαιότητα διερεύνησης, όπως αυτή περιγράφεται ανωτέρω. Ο Υπουργός Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας κατά το στάδιο της διερεύνησης δύναται να ζητήσει την απλή γνώμη του Συνηγόρου του Καταναλωτή, ο οποίος παρέχει την αιτιολογημένη γνώμη του επί της καταγγελίας εντός διμήνου από την υποβολή σχετικού ερωτήματος της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή κατά το στάδιο της διερεύνησης δύναται να ζητήσει την απλή γνώμη του Συνηγόρου του Καταναλωτή, ο οποίος υποχρεούται να παράσχει την αιτιολογημένη άποψή του επί της καταγγελίας εντός διμήνου από την υποβολή σχετικού ερωτήματος του Υπουργού. Εφόσον η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή κρίνει την μη αναγκαιότητα διερεύνησης κάποιων καταγγελιών βάσει των ανωτέρω ενημερώνεται σχετικά ο ενδιαφερόμενος καταγγέλλων, διαφορετικά διεκπεραιώνει την υπόθεση σε εύλογο χρονικό διάστημα, ανάλογα με το είδος της.»

Άρθρο 14 - Μεταβατικές, τελικές και καταργούμενες διατάξεις

1. Καταργούνται ο Ν 1961/1991 «Για την προστασία του καταναλωτή και άλλες διατάξεις», εκτός των άρθρων 51 και 53 έως 55, τα άρθρα 26 έως 29 του Ν 2000/1991 «Για την αποκρατικοποίηση, απλούστευση των διαδικασιών εκκαθάρισης, ενισχύσεως των κανόνων ανταγωνισμού και άλλες διατάξεις», καθώς και κάθε άλλη διάταξη που αντιβαίνει στις διατάξεις του νόμου αυτού ή αναφέρεται σε θέματα που ρυθμίζονται από αυτόν.

2. Δεν τίγονται οι διατάξεις για τον αθέμιτο ανταγωνισμό.

3α). Οι υφιστάμενες ενώσεις καταναλωτών έχουν υποχρέωση πιστοποίησής τους από την επιτροπή της παραγράφου 12 του άρθρου 10 εντός έξι (6) μηνών από τη δημοσίευση του παρόντος.

β) Οι νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις υποχρεούνται, εντός προθεσμίας έξι (6) μηνών από τη δημοσίευση του παρόντος, να διαβιβάσουν στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης τα μητρώα που τηρούσαν σύμφωνα με την παράγραφο 6 του άρθρου 10 του ν.2251/1994.

4. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εμπορίου, Εθνικής Οικονομίας, Δικαιοσύνης και του τυχόν κατά περίπτωση αρμόδιου υπουργού ρυθμίζονται τα της προσαρμογής και συμμόρφωσης προς οδηγίες, αποφάσεις, κανονισμούς και συστάσεις, που εκδίδονται από τα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για θέματα κατανάλωσης και προστασίας του καταναλωτή. Με τις κανονιστικές πράξεις του προηγούμενου εδαφίου μπορεί να λαμβάνεται και κάθε αναγκαίο συμπληρωματικό μέτρο για την εφαρμογή των παραπάνω πράξεων.

Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας και Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων και του τυχόν κατά περίπτωση αρμόδιου Υπουργού, με στόχο την προστασία της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών, τη διαφάνεια στη λειτουργία της αγοράς, την ενίσχυση του ανταγωνισμού και ιδίως την απόδοση του οικονομικού οφέλους από αυτόν στους καταναλωτές, τη διασφάλιση της ενημέρωσης και την ενίσχυση της ικανότητας των καταναλωτών για σύγκριση και επιλογή προϊόντων ή υπηρεσιών σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους, καθορίζονται και εξειδικεύονται απαιτήσεις ασφάλειας και επισήμανσης προϊόντων που διατίθενται στην αγορά, εκτός των τροφίμων, με την επιφύλαξη κανόνων κοινοτικού δικαίου, υποχρεώσεις ενημέρωσης των προμηθευτών προς τους καταναλωτές για χαρακτηριστικά, ιδιότητες και την τιμή

πώλησης των προσφερόμενων προϊόντων ή παρεχόμενων υπηρεσιών, τον τρόπο αναγραφής και τη διαμόρφωση αυτής, καθώς και όροι διαφάνειας στην προώθηση, πώληση ή προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών στους καταναλωτές. Η έννοια του προμηθευτή κατά το προηγούμενο εδάφιο προσδιορίζεται από το άρθρο 9α στοιχείο β' του παρόντος.

5. Αν σε συγκεκριμένη περίπτωση οι κοινές διατάξεις παρέχουν στον καταναλωτή μεγαλύτερη προστασία από την ειδική ρύθμιση του νόμου αυτού, εφαρμόζονται οι κοινές διατάξεις. Εξαιρούνται οι διατάξεις που αφορούν παραγραφές και αποκλειστικές προθεσμίες.

6. Άτυποι κανόνες συμπεριφοράς επαγγελματικών οργανώσεων, καθώς και άτυπα όργανα εφαρμογής των κανόνων αυτών ή επίλυσης καταναλωτικών διαφορών ειδικού χαρακτήρα δεν θίγονται από αυτόν το νόμο, έστω και αν ανάγονται σε θέματα που αυτός ρυθμίζει, στο μέτρο που δεν αντίκεινται προς τις διατάξεις του.

7. Στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης συνιστώνται κλιμάκια ελέγχου προμηθευτών, τα οποία συγκροτούνται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης. Έργο των κλιμακίων αυτών είναι η διενέργεια επιτόπιων ελέγχων στους προμηθευτές για την τήρηση των διατάξεων του παρόντος νόμου. Με προεδρικό διάταγμα που εκδίδεται μετά από πρόταση του Υπουργού Ανάπτυξης και του κατά περίπτωση αρμόδιου υπουργού καθορίζονται ο αριθμός και η σύνθεση των κλιμακίων ελέγχου και ρυθμίζονται η οργάνωση, η λειτουργία αυτών, η διαδικασία ελέγχου, η συνεργασία των κλιμακίων ελέγχου με αρμόδιες υπηρεσίες και φορείς, και κάθε ειδικότερο θέμα και σχετική λεπτομέρεια. Με κοινή απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης ρυθμίζονται τα θέματα αμοιβής των μελών των κλιμακίων ελέγχου.

8. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, μπορεί να συγκροτούνται επιτροπές εμπειρογνομόνων για την επικουρία του έργου της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή. Με όμοια απόφαση καθορίζονται οι αρμοδιότητές, ο αριθμός και οι ιδιότητες των μελών των επιτροπών, η λειτουργία τους, καθώς και κάθε ειδικότερο θέμα και σχετική λεπτομέρεια. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης καθορίζονται οι αμοιβές των μελών των επιτροπών εμπειρογνομόνων.

9. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης που εκδίδεται εντός προθεσμίας έξι μηνών από τη δημοσίευση του παρόντος, ρυθμίζονται ο τύπος και οι όροι των συμβάσεων που συνάπτουν οι καταναλωτές με επιχειρήσεις αδυνατίσματος και γυμναστηρίων, και ιδίως το δικαίωμα υπαναχώρησης, ο τρόπος καταβολής του τιμήματος, οι κυρώσεις που επιβάλλονται, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων της απόφασης που εκδίδεται κατά την παράγραφο αυτή, και κάθε ειδικότερο θέμα και σχετική λεπτομέρεια.

10. Η επιλογή από τα συμβαλλόμενα μέρη δικαίου χώρας που δεν ανήκει στην Ε.Ε., δεν μπορεί να θίξει τα δικαιώματα καταναλωτών που προβλέπονται στις διατάξεις του παρόντος, εφόσον η κρινόμενη περίπτωση συνδέεται στενά με την ελληνική έννομη τάξη.

11. Δεν επιτρέπεται επιβολή κατάσχεσης για ικανοποίηση απαιτήσεων πιστωτικών ιδρυμάτων και εταιριών παροχής πιστώσεων, καθώς και των εκδοχέων των απαιτήσεων αυτών από καταναλωτικά δάνεια και πιστωτικές κάρτες, επί ακινήτου του οφειλέτη, το οποίο αποδεδειγμένα αποτελεί τη μοναδική κατοικία του, εφόσον ασκηθεί από τον ίδιο, εντός προθεσμίας δεκαπέντε (15) ημερών αφότου γίνει η πρώτη μετά την επιταγή πράξη εκτέλεσης, ανακοπή κατά του σχετικού τίτλου εκτέλεσης, σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 933επ. ΚΠολΔ και συντρέχουν, σωρευτικώς, οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

α) η απαίτηση της τράπεζας, στο σύνολό της, όπως βεβαιώνεται στο σχετικό τίτλο εκτέλεσης, δεν υπερβαίνει το ποσό των είκοσι χιλιάδων (20.000) ευρώ,

β) δεν έχει εγγραφεί, με τη βούληση του οφειλέτη, επί του ακινήτου αυτού προσημείωση ή υποθήκη υπέρ της δικαιούχου Τράπεζας,

γ) ο οφειλέτης βρίσκεται σε αποδεδειγμένη αδυναμία να εκπληρώσει τη συμβατική του υποχρέωση.

Εάν δεν έχει ασκηθεί ανακοπή του πρώτου εδαφίου ή αυτή απορριφθεί τελεσιδικώς, δεν εμποδίζεται η επιβολή κατάσχεσης

12. Με προεδρικό διάταγμα που εκδίδεται με πρόταση του Υπουργού Ανάπτυξης μπορεί να κωδικοποιηθούν, σε ενιαίο κείμενο, οι διατάξεις του παρόντος νόμου, του ν. 2251/1994, καθώς και όλων των συναφών νόμων, προεδρικών διαταγμάτων και κανονιστικών αποφάσεων που ρυθμίζουν θέματα προστασίας των καταναλωτών.

Κατά την κωδικοποίηση επιτρέπεται νέα αρίθμηση των άρθρων και διάρθρωση των διατάξεών τους, η διαγραφή, η σύμπτυξη ή η διεύρυνση των άρθρων και του αριθμού τους, καθώς και η μεταγλώττιση και οποιαδήποτε αναγκαία φραστική μεταβολή των κειμένων, χωρίς αλλοίωση της εννοίας τους.

13. Από την έναρξη ισχύος του παρόντος καταργείται και κάθε άλλη διάταξη γενική ή ειδική που ρυθμίζει θέματα αυτού ή είναι αντίθετη προς τις διατάξεις του.

Άρθρο 15

Η ισχύς του παρόντος νόμου αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στις επί μέρους διατάξεις του.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

(Σύμφωνα με το άρθρο 9 - Πληροφορίες σχετικά με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης της Κοινής Υπουργικής Απόφασης απόφαση αριθ. Ζ1-891/30-08-2013 (ΦΕΚ 2144 Β'/30-08-2013))

ΤΜΗΜΑ Α'

Υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση

Δικαίωμα υπαναχώρησης

Δικαιούστε να υπαναχωρήσετε από την παρούσα σύμβαση εντός 14 ημερολογιακών ημερών χωρίς να δώσετε οποιαδήποτε εξήγηση.

Η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 14 ημερολογιακές ημέρες από την επομένη της ημέρας. [1]

Προκειμένου να ασκήσετε το δικαίωμα υπαναχώρησης, οφείλετε να μας [2] ενημερώσετε για την απόφασή σας να υπαναχωρήσετε από την παρούσα σύμβαση με μια ξεκάθαρη δήλωση (π.χ. επιστολή που θα σταλεί με ταχυδρομείο, φαξ ή ηλεκτρονικό ταχυδρομείο). Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το συνημμένο υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης, χωρίς τούτο να είναι υποχρεωτικό. [3]

Για να τηρήσετε την προθεσμία υπαναχώρησης, είναι αρκετό να στείλετε τη δήλωσή σας περί άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησής σας πριν λήξει η προθεσμία υπαναχώρησης.

Συνέπειες της υπαναχώρησης

Εάν υπαναχωρήσετε από την παρούσα σύμβαση, θα σας επιστρέψουμε όλα τα χρήματα που λάβαμε από εσάς, συμπεριλαμβανομένων των εξόδων παράδοσης (εξαιρουμένων των συμπληρωματικών εξόδων που οφείλονται στη δική σας επιλογή να χρησιμοποιηθεί τρόπος παράδοσης άλλος από τον φθηνότερο τυποποιημένο τρόπο παράδοσης που εμείς προσφέρουμε), χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα που θα πληροφορηθούμε την απόφασή σας να υπαναχωρήσετε από την παρούσα σύμβαση. Θα εκτελέσουμε την ανωτέρω επιστροφή χρημάτων χρησιμοποιώντας το ίδιο μέσο πληρωμής που εσείς χρησιμοποιήσατε για την αρχική συναλλαγή, εκτός κι αν εσείς έχετε συμφωνήσει ρητώς για κάτι διαφορετικό· σε κάθε περίπτωση, δεν θα σας χρεωθούν έξοδα για τέτοια επιστροφή χρημάτων.

[4][5][6]

Οδηγίες για τη συμπλήρωση του εντύπου:

[1.] Αναγράψτε ένα από τα ακόλουθα κείμενα που βρίσκονται μεταξύ εισαγωγικών:

α) σε περίπτωση σύμβασης υπηρεσιών ή σύμβασης παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου μη παραδιδόμενου επί υλικού μέσου: «σύναψης της σύμβασης.»

β) σε περίπτωση σύμβασης πώλησης: «που εσείς αποκτήσατε ή ένας τρίτος διάφορος του μεταφορέα και υποδειχθείς από εσάς απέκτησε τη φυσική κατοχή των αγαθών.»

γ) σε περίπτωση σύμβασης που αφορά πολλά αγαθά παραγγελθέντα από τον καταναλωτή με μια παραγγελία και παραδιδόμενα χωριστά: «που εσείς αποκτήσατε ή ένας τρίτος διάφορος του μεταφορέα και υποδειχθείς από εσάς απέκτησε τη φυσική κατοχή του τελευταίου αγαθού.»

δ) σε περίπτωση σύμβασης που αφορά την προμήθεια ενός αγαθού αποτελούμενου από πολλές παρτίδες ή από πολλά τεμάχια: «που εσείς αποκτήσατε ή ένας τρίτος διάφορος του μεταφορέα και υποδειχθείς από εσάς απέκτησε τη φυσική κατοχή της τελευταίας παρτίδας ή του τελευταίου τεμαχίου.»

ε) σε περίπτωση σύμβασης τακτικής προμήθειας αγαθών για καθορισμένο χρονικό διάστημα: «που εσείς αποκτήσατε ή ένας τρίτος διάφορος του μεταφορέα και υποδειχθείς από εσάς απέκτησε τη φυσική κατοχή του πρώτου αγαθού.»

[2.] Αναγράψτε το ονοματεπώνυμό σας, τη γεωγραφική διεύθυνσή σας και, εάν υπάρχει, τον αριθμό του τηλεφώνου σας, τον αριθμό τηλεμοιοτυπίας σας (φαξ) και τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σας.

[3.] Εάν από την ιστοσελίδα σας προσφέρετε στον καταναλωτή τη δυνατότητα να συμπληρώσει και να υποβάλει ηλεκτρονικώς πληροφορίες για την υπαναχώρησή του από την παρούσα σύμβαση, αναγράψτε τα ακόλουθα: «Μπορείτε επίσης από την ιστοσελίδα μας [αναγράψτε διεύθυνση ιστοσελίδας] να συμπληρώσετε και να υποβάλετε ηλεκτρονικώς το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης ή οποιαδήποτε άλλη ξεκάθαρη δήλωση. Εάν χρησιμοποιήσετε αυτήν τη δυνατότητα, θα σας διαβιβάσουμε χωρίς καθυστέρηση πάνω σε σταθερό μέσο (π.χ. ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) επιβεβαίωση λήψης της υπαναχώρησής σας.»

[4.] Σε περίπτωση σύμβασης πώλησης με την οποία δεν έχετε προσφερθεί να συλλέξετε τα αγαθά σε περίπτωση υπαναχώρησης, αναγράψτε τα ακόλουθα: «Δικαιούμαστε να καθυστερήσουμε την επιστροφή χρημάτων μέχρις ότου λάβουμε πίσω τα αγαθά ή μέχρις ότου εσείς παράσχετε αποδείξεις ότι στείλατε πίσω τα αγαθά, όποιο από τα δύο συμβεί πρώτο.»

[5.] Εάν ο καταναλωτής έλαβε αγαθά συνδεδεμένα με τη σύμβαση:

α) να αναγραφεί:

- «Θα συλλέξουμε εμείς τα αγαθά.» ή
- «Εσείς οφείλετε να στείλετε πίσω τα αγαθά ή να τα παραδώσετε σε εμάς ή στ ... [αναγράψτε ονοματεπώνυμο και γεωγραφική διεύθυνση, εάν υπάρχει, του προσώπου που έχετε εξουσιοδοτήσει να παραλάβει τα αγαθά], χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα που μας δηλώσατε ότι υπαναχωρείτε από την παρούσα σύμβαση. Η προθεσμία θεωρείται ότι έχει τηρηθεί εάν στείλετε πίσω τα αγαθά πριν από τη λήξη της περιόδου των 14 ημερών.»

β) να αναγραφεί:

- «Εμείς θα επιβαρυνθούμε με τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών.,»
- «Εσείς θα επιβαρυνθείτε με την άμεση δαπάνη επιστροφής των αγαθών.,»
- Εάν, σε εξ αποστάσεως συναπτόμενη σύμβαση, δεν προσφέρεστε να επιβαρυνθείτε με τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών και τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς: «Εσείς θα επιβαρυνθείτε με την άμεση δαπάνη επιστροφής των αγαθών, ύψους ... ευρώ [αναγράψτε ποσό].» ή, εάν η δαπάνη επιστροφής των αγαθών ευλόγως δεν μπορεί να

υπολογιστεί εκ των προτέρων: «Εσείς θα επιβαρυνθείτε με την άμεση δαπάνη επιστροφής των αγαθών. Η δαπάνη αυτή εκτιμάται κατά μέγιστο όριο σε περίπου ... ευρώ [αναγράψτε ποσόν].», ή

- Εάν, σε εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενη σύμβαση, τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς και είχαν παραδοθεί στην κατοικία του καταναλωτή τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης: «Εμείς θα συλλέξουμε τα αγαθά με δική μας δαπάνη.» και

γ) να αναγραφεί: «Εσείς φέρετε ευθύνη μόνο για οποιαδήποτε μείωση της αξίας των αγαθών προκύψει από χειρισμό που δεν ήταν απαραίτητος για να προσδιορίσετε τη φύση, τα χαρακτηριστικά και τη λειτουργία των αγαθών.».

[6.] Σε περίπτωση σύμβασης για την παροχή υπηρεσιών ή την παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή παροχής τηλεθέρμανσης, αναγράψτε τα ακόλουθα: «Εάν εσείς ζητήσατε να ξεκινήσει η παροχή υπηρεσιών ή η παροχή νερού/φυσικού αερίου/ηλεκτρικής ενέργειας/ τηλεθέρμανσης [να διαγραφούν οι περιττές μνείες] στη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης, υποχρεούστε να μας καταβάλετε, σε σύγκριση με την πλήρη κάλυψη της σύμβασης, ποσόν που αναλογεί στα όσα σας παρέσχαμε μέχρι να μας δηλώσετε ότι υπαναχωρείτε από την παρούσα σύμβαση.».

ΤΜΗΜΑ Β'

Υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης

(συμπληρώστε και επιστρέψτε το παρόν έντυπο μόνο εάν επιθυμείτε να υπαναχωρήσετε από τη σύμβαση)

- Προς [ο προμηθευτής οφείλει να αναγράψει εδώ το όνομά του, τη γεωγραφική του διεύθυνση και, εάν υπάρχει, τον αριθμό της τηλεμοιοτυπίας του και τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου]:
- Γνωστοποιώ/Γνωστοποιούμε (*) με την παρούσα ότι υπαναχωρώ/υπαναχωρούμε (*) από τη σύμβασή μου/μας (*) πώλησης των ακόλουθων αγαθών (*)/παροχής της ακόλουθης υπηρεσίας (*)
- Που παραγγέλθηκε(-αν) στις (*)/που παρελήφθη(-σαν) στις (*)
- Όνομα καταναλωτή(-ών)
- Διεύθυνση καταναλωτή(-ών)
- Υπογραφή καταναλωτή(-ών) (μόνο εάν το παρόν έντυπο κοινοποιηθεί σε χαρτί)
- Ημερομηνία

(*) Διαγράφεται η περιττή ένδειξη.