

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΟΙ ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

ΥΦΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ ΖΑΧΑΡΙΑΣ

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΑΝΙΑΤΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2018**

Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΟΙ ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Επισήμανση

Οι διαπιστώσεις, τα αποτελέσματα, τα συμπεράσματα και οι πιθανές προτάσεις της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας, εκτός των αναφορών που σημαίνονται ως λήμματα, αποτελούν προσωπικές θεωρητικές ή εμπειρικές διαπιστώσεις του φοιτητή/φοιτήτριας ή της ομάδας των φοιτητών που την επιμελήθηκαν και δεν απηχούν κατ' ανάγκη τη γνώμη του εισηγητή εκπαιδευτικού, ή του Εκπαιδευτικού Προσωπικού του Τμήματος Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής ή του Α.Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η προστασία του καταναλωτή είναι τομέας του Ιδιωτικού και του Εμπορικού δικαίου, και ρυθμίζεται μέσω της νομοθεσίας για την προστασία του καταναλωτή από τους νομοθέτες του Κράτους. Σκοπός της οριοθέτησης νόμων για την προστασία του καταναλωτή, είναι η διασφάλιση των δικαιωμάτων των καταναλωτών, την εξασφάλιση μιας αγοράς με δίκαιες συναλλαγές, την παροχή πληροφοριών που αφορά τον καταναλωτή, η οριοθέτηση των εμπορικών πρακτικών, την προστασία ψυχικής και σωματικής υγείας του καταναλωτή, την προστασία των οικονομικών συμφερόντων του καταναλωτή, της ηθικής ακεραιότητας του καταναλωτή και τις ρυθμίσεις διατάξεων για το δικαίωμα του καταναλωτή να οργανωθεί σε ενώσεις.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία θα γίνει έρευνα στον αναθεωρημένο νόμο, για την προστασία του καταναλωτή στην Ελλάδα, Ν.2251/1994 ο οποίος τέθηκε σε ισχύ τον Νοέμβριο του 1994, καταργώντας έτσι τον προγενέστερο νόμο περί προστασίας του καταναλωτή Ν.1961/1991 και έπειτα από αναθεωρήσεις ισχύει μέχρι και σήμερα. Θα γίνει εξέταση όλων των άρθρων του αναθεωρημένου Ν.2251/1994 (15 άρθρα) και τους λόγους για τους οποίους είναι χρήσιμη η υποβολή του νόμου για την ομαλή λειτουργία αγοράς και την αποτελεσματική προστασία του καταναλωτή. Τα άρθρο 1 περιέχει τις **Γενικές Διατάξεις** για την προστασία του καταναλωτή στις οποίες παρουσιάζεται η προστασία του καταναλωτή σαν κρατική υποχρέωση, τα άρθρα 2 – 9 περιέχουν τις **Διατάξεις Ουσιαστικού Δικαίου** και θα γίνει έρευνα στους Γενικούς Όρους Συναλλαγών (άρθρο2), στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος (άρθρο 3), στην εμπορία από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών (άρθρο 4), στην πώληση καταναλωτικών αγαθών και εγγυήσεις (άρθρο 5), στην ευθύνη παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα (άρθρο 6), στην υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών (άρθρο 7), στην ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες (άρθρο 8), στην διαφήμιση (άρθρο 9). Τα άρθρα 9α-9θ περιέχουν τις **Διατάξεις των Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών** καθώς επίσης και τις κυρώσεις σε περίπτωση παραβίασεως των διατάξεων αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Θα γίνουν αναφορές σε διοικητικές κυρώσεις και δίκες αθέμιτων εμπορικών πρακτικών που λάβαν μέρος στο παρελθόν ενάντια σε επιχειρήσεις. Επίσης θα γίνει αναφορά στα άρθρα 10 – 15 τα οποία περιέχουν τις **Οργανωτικές Διατάξεις** του Νόμου 2251/1994. Στο τέλος της εργασίας θα παρουσιαστεί ο επίλογος, στον οποίο θα γίνει κριτική ανάλυση της κείμενης νομοθεσίας της προστασίας του καταναλωτή και στους Γενικούς Όρους Συναλλαγών.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ – ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΓΟΣ	Γενικοί Όροι Συναλλαγών
ΑΚ	Αστικός Κώδικας
Αρ.	Άρθρο
Ν.	Νόμος
Π.Δ.	Προεδρικό Διάταγμα
Εδ.	Εδάφιο
Παρ.	Παράγραφος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1. Γενικές Διατάξεις προστασίας του καταναλωτή.....	9
1.1. Εισαγωγή.....	9
1.2 Η προστασία του καταναλωτή ως κρατική υποχρέωση - Άρθρο 1 Ν.2251/1994	10
1.2.1. Νομοθετικός ορισμός της έννοιας του «καταναλωτή»	11
1.2.2. Νομοθετικός ορισμός έννοιας «προμηθευτή».....	13
1.3 Κρατικοί φορείς και αρχές υπέρ προστασίας του καταναλωτή	13
1.3.1. Οι ενώσεις των καταναλωτών.....	14
1.3.2. Γενική Γραμματεία Καταναλωτή	14
1.3.3. Συνήγορος του Καταναλωτή	15
1.3.4. Συνήγορος του Πολίτη	15
1.3.5. Δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων καταναλωτή	15
Κεφάλαιο 2. Διατάξεις ουσιαστικού δίκαιου προστασίας καταναλωτή (I).....	16
2.1. Εισαγωγή.....	16
2.2. Γενικοί Όροι Συναλλαγών – Άρθρο 2 Ν.2251/1994	16
2.2.1. Συμβάσεις Προσχώρησης	17
2.2.2. Η Χρήση των Γενικών Όρων Συναλλαγών ως στοιχείο οργάνωσης και συλλογικό αγαθό	17
2.2.3. Ελευθερία συμβάσεων.....	18
2.3.1. Δικαστικός έλεγχος ένταξης Γενικών όρων Συναλλαγών στη σύμβαση.....	18
2.3.2. Δικαστικός έλεγχος ερμηνείας των ΓΟΣ.....	19
2.3.3. Δικαστικός Έλεγχος του περιεχομένου των Γενικών Όρων Συναλλαγών	20
2.4. Καταχρηστικότητα των Γενικών Όρων Συναλλαγών.....	20
2.4.1. Ακυρότητα Γενικών Όρων Συναλλαγών	23
2.4.2. Ειδικές περιπτώσεις καταχρηστικότητας των ΓΟΣ.....	23
2.4.3. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε τραπεζικές συμβάσεις	24
2.4.4. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε συμβάσεις κινητής τηλεφωνίας	26
2.4.5. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε ασφαλιστικές συμβάσεις.....	27
2.4.6. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε συμβάσεις ταχυδρομικών υπηρεσιών	28
2.5. Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος – Άρθρο 3 Ν.2251/1994.....	29
2.5.1. Προϋποθέσεις εγκυρότητας σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος	29
2.5.2. Συναλλακτική πρωτοβουλία και δικαίωμα υπαναχώρησης καταναλωτή.....	30
2.6. Εμπορία από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών – Άρθρο 4 Ν.2251/1994.....	32
2.6.1. Υποχρεώσεις προμηθευτή	33
2.6.2. Δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή	34

2.7. Εμπορία από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών – Άρθρο 4α Ν.2251/1994.....	35
2.7.1. Έννοια και πεδίο εφαρμογής.....	35
2.7.2. Μέσα προστασίας καταναλωτή.....	36
2.7.3. Ηλεκτρονικό εμπόριο.....	36
2.7.3.1. Υποχρεώσεις σύναψης σύμβασης ηλεκτρονικού εμπορίου.....	37
2.8. Πωλήσεις καταναλωτικών αγαθών και παροχή εγγυήσεων – άρθρο 5 Ν.2251/1994.....	38
2.8.1. Υποχρεώσεις προμηθευτή των καταναλωτικών προϊόντων.....	39
Κεφάλαιο 3 – Διατάξεις Ουσιαστικού δικαίου (II).....	41
3.1. Η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα – άρθρο 6 Ν.2251/1994.....	41
3.1.1. Έννοια του παραγωγού.....	42
3.1.2. Η έννοια του προϊόντος.....	43
3.1.3. Διαπίστωση του ελαττώματος του προϊόντος.....	44
3.1.4. Έννοια ζημιάς που προκλήθηκε και πρέπει να αποκατασταθεί.....	45
3.1.5. Απαλλαγή παραγωγού από την ειδική ευθύνη.....	45
3.1.6. Απόσβεση και παραγραφή δικαιωμάτων καταναλωτή.....	46
3.2. Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών - Άρθρο 7 Ν.2251/1994.....	47
3.2.1. Διατάξεις για την ασφάλεια και υγεία καταναλωτών.....	47
3.2.2. Ψυχική υγεία των ανηλίκων - Άρθρο 7α Ν.2251/1994.....	48
3.3.1. Ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες – άρθρο 8 Ν.2251/1994.....	49
3.4. Διαφήμιση - Άρθρο 9 Ν.2251/1994.....	51
3.4.1. Τροποποιήσεις του άρθρου 9 Ν. 2251/1994 με τον Ν. 3587/2007.....	53
3.4.2. Η προστασία του καταναλωτή σαν δέκτη του διαφημιστικού μηνύματος.....	55
3.4.3. Συγκριτική διαφήμιση.....	56
3.4.4. Άμεση διαφήμιση.....	56
3.4.5. Έμμεση διαφήμιση.....	57
3.4.6. Τηλεοπτική διαφήμιση.....	58
Κεφάλαιο 4. Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και οργανωτικές διατάξεις.....	59
4.1. Νομοθετικό πλαίσιο Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών.....	59
4.1.1. Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.....	59
4.1.2. Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές – παραπλανητικές πράξεις.....	60
4.1.3. Παραπλανητικές παραλείψεις.....	61
4.1.4. Επιθετικές Εμπορικές πρακτικές.....	62
4.1.5. Συνέπειες παραβίασης των ρυθμίσεων για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.....	63
4.1.6. Υπόθεση «DEALBER I.K.E.».....	64

4.1.7. Υπόθεση παραπλανητικής εμπορικής πρακτικής.....	65
4.1.8. Διοικητικές κυρώσεις καταχρηστικών ΓΟΣ.....	65
4.1.9. Δημοσιεύσεις προστίμων ΓΓΚ.....	65
4.2. Ενώσεις καταναλωτών – Άρθρο 10 Ν.2251/1994.....	66
4.3. Φιλικός διακανονισμός καταναλωτικών διαφορών - Άρθρο 11 Ν.2251/1994.....	68
4.4. Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς - Άρθρο 12 Ν.2251/1994.....	70
4.5.Εκπροσώπηση καταναλωτών - Άρθρο 13 Ν.2251/1994.....	70
4.5.1. Άρθρο 13α – Κυρώσεις.....	71
4.6. Μεταβατικές, τελικές και καταργούμενες διατάξεις - Άρθρο 14 Ν.2251/1994.....	72
4.7. Άρθρο 15.....	74
4.8.Επίλογος.....	75
Βιβλιογραφία.....	78

Κεφάλαιο 1. Γενικές Διατάξεις προστασίας του καταναλωτή

1.1. Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξεταστεί το πρώτο άρθρο του Ν.2251/1994 (ΦΕΚ 191 Α' / 16 Νοεμβρίου 1994) *Προστασία των καταναλωτών*, όπως ισχύει μετά τις τροποποιήσεις του:

με τον Ν.2496/1997 (ΦΕΚ 87 Α' /16-5-1997),

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 Ν.3587/2007 (ΦΕΚ 152 Α' /10-7-2007)

και έχει κωδικοποιηθεί με πρωτοβουλία και ευθύνη του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών και της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή¹. Όλα τα υπόλοιπα άρθρα του αναθεωρημένου Ν.2251/1994 θα εξεταστούν στα υπολειπόμενα κεφάλαια.

¹ <https://www.eccgreece.gr/wp-content/uploads/2015/07/N2251-1994-enc2007-el1.pdf>

1.2 Η προστασία του καταναλωτή ως κρατική υποχρέωση - Άρθρο 1 Ν.2251/1994

Το πρώτο άρθρο του Ν. 2251/1994 περιέχει τις γενικές διατάξεις περί προστασίας του καταναλωτή, με τις εξής 4 παραγράφους:

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 διαφημιζόμενος².

Μετά τις τροποποιήσεις του συγκεκριμένου άρθρου, συγκεκριμένα με την τροποποίησή του με τον Ν.3587/2007, τονίζεται ότι η προστασία του καταναλωτή είναι προτεραιότητα για το κράτος και φαίνεται ξεκάθαρα με την τροποποίηση της πρώτης κιάλας παραγράφου. Σημειώνεται επίσης στο άρθρο, το ότι οι ανωτέρω διατάξεις δεν αφορούν μόνον τις επιχειρήσεις ιδιωτικού τομέα, αλλά και επιχειρήσεις δημοσίου τομέα και οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης.

Είναι πολύ σημαντικό λοιπόν να δοθεί μια σαφή εικόνα της έννοιας προμηθευτή και ειδικότερα της έννοιας του καταναλωτή, για να υπάρξει ακριβής παρουσίαση της ολοκληρωμένης έκτασης των άρθρων του νόμου που δίνει τον τίτλο του καταναλωτή και

² Νομός 2251/1994 άρθρο 1

προμηθευτή στον δικαιούχο και ως απόρροια τις απαραίτητες ρυθμίσεις των δικαιωμάτων που τους αναλογούν.

1.2.1. Νομοθετικός ορισμός της έννοιας του «καταναλωτή»

Για να έχει εφαρμογή ο νόμος 2251/1994 και σύμφωνα με το άρθρο 1 του συγκεκριμένου νόμου, τότε θα πρέπει να ισχύει το εξής:

Καταναλωτής είναι το κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο αποκτά προϊόντα ή υπηρεσίες τα οποία του προσφέρονται μέσω της αγοράς ή χρησιμοποιεί τα προϊόντα ή της υπηρεσίες εφόσον είναι ο τελικός αποδέκτης τους. Επίσης ορίζει και ως καταναλωτή τον αποδέκτη διαφημιστικού μηνύματος.

Αρα επειδή η έννοια του καταναλωτή είναι ευρύτατη, θα πρέπει να γίνουν οι απαραίτητες διευκρινήσεις.

Γίνεται κατανοητό ότι καταναλωτής δεν μπορεί να θεωρηθεί κάποιος ο οποίος είναι ένας ενδιάμεσος αποδέκτης. Δηλαδή το πρόσωπο φυσικό ή νομικό το οποίο αποκτά κινητά ή ακίνητα αγαθά με σκοπό την μεταβίβασή τους σε τρίτους ή για την οικονομική εξυπηρέτηση τρίτων.

Επίσης η προσφορά των αγαθών και υπηρεσιών στην αγορά πρέπει να απευθύνονται σε ένα ευρύ καταναλωτικό κοινό. Δηλαδή είναι αναγκαία η ύπαρξη αγοράς στην οποία η υπηρεσίες που προσφέρονται καθώς επίσης και τα αγαθά να είναι διαθέσιμα για όλους τους καταναλωτές στις περισσότερες περιπτώσεις και δεν είναι για παράδειγμα κατασκευασμένα για να εξυπηρετήσουν ειδική μεμονωμένη παραγγελία για έναν και μοναδικό και ιδιαίτερο αποδέκτη, καθώς έτσι δεν υφίσταται ο όρος αγορά και κατά συνέπεια ο μοναδικός αυτός αποδέκτης δεν θεωρείται και καταναλωτής.

Ενδιαφέρουσα είναι η περίπτωση που ο τελικός αποδέκτης προϊόντος ή υπηρεσίας, θα χρησιμοποιήσει το αγαθό ή υπηρεσία για επαγγελματικό ή προσωπικό σκοπό, καθώς και στις δύο περιπτώσεις θεωρείται καταναλωτής. Η προσωπική λοιπόν χρήση αγαθού ή υπηρεσίας δεν είναι ο μόνος γνώμονας για να θεωρηθεί κανείς καταναλωτής. Μπορεί επομένως να θεωρηθεί καταναλωτής, ο επαγγελματίας ο οποίος θα προμηθευτεί αγαθά ή και υπηρεσίες σαν τελικός αποδέκτης με σκοπό την επίτευξη του επαγγέλματός του μέσω της χρήσης τους.

Π.χ. Οδοντίατρος προμηθεύεται οδοντιατρικό εξοπλισμό προς χρήση τους στους ασθενείς του³.

³ Εισαγωγή στο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Α. Βάρκα-Αδάμη, Νομική Βιβλιοθήκη 2009

Υπάρχουν 3 ειδικές περιπτώσεις του 2251/1994 που βρίσκουμε τον ορισμό του υπό στενή έννοια καταναλωτή.

- Μόνο αυτός που ενεργεί εκτός εμπορικής δραστηριότητας.
- Ρυθμίσεις που αφορούν εγγυητή σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και
- Πωλήσεις από απόσταση χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Υπάρχει ζήτημα όταν δεν έχουμε απλή αλλά μικτή δραστηριότητα προσώπου. Περίπτωση στην οποία αγαθά ή υπηρεσίες εξυπηρετούν και επαγγελματικούς όπως επίσης και ιδιωτικούς σκοπούς. Σε τέτοια περίπτωση το πρόσωπο συνάπτει σύμβαση για χρήση, η οποία στο ένα μέρος έχει σχέση με την επαγγελματική του δραστηριότητα και έτσι δεν θεωρείτε καταναλωτής. Εξαιρέση στην σύμβαση αυτή υπάρχει όταν ο σύνδεσμος σύμβασης με την επαγγελματική δραστηριότητα είναι αδύναμος και δεν παίζει σημαντικό ρόλο στο πλαίσιο συναλλαγής για τον λόγο που υπάρχει η σύμβαση. Τότε μπορεί να θεωρηθεί καταναλωτής.

Περαιτέρω διευκρίνιση υπάρχει στον εξειδικευμένο όρο για τον καταναλωτή, ο λεγόμενος προστατευτέος καταναλωτής. Σύμφωνα με τον όρο προστατευτέος καταναλωτής, θεωρείτε το πρόσωπο το οποίο είναι προσεκτικό και ενημερωμένο όσον αφορά τις συναλλαγές του στην αγορά και ενεργεί ως καταναλωτής και όχι σαν επαγγελματίας. Αν όμως το συγκεκριμένο πρόσωπο συμμετέχει στις συναλλαγές αυτές κατ' επάγγελμα και έχει την απαραίτητη διαπραγματευτική ικανότητα τότε δεν εμφανίζει την ανάγκη των προστατευτικών διατάξεων για τον καταναλωτή και έτσι δεν θεωρείτε προστατευτέος καταναλωτής⁴.

Τέλος υπάρχει η προϋπόθεση της έννοιας του καταναλωτή ή οποία είναι περιοριστική και έχει να κάνει με την θέση του προσώπου στην αλυσίδα κυκλοφορίας των προϊόντων ή υπηρεσιών. Αν λοιπόν το πρόσωπο είναι ο τελικός αποδέκτης των αγαθών ή υπηρεσιών, δηλαδή είναι ο τελευταίος αποδέκτης και χρήστης του παραγόμενου αγαθού ή υπηρεσίας και το απέκτησε μέσω της αγοράς. Καταναλωτής θεωρείται και ο αποδέκτης μιας διαφήμισης.

Καταχρηστική επίκληση ιδιότητας καταναλωτή, θα υπάρξει εάν κάποιος πρόσωπο που δεν ανήκει στις προϋποθέσεις και ειδικές διατάξεις του Ν. 2251/1994 και οποιεσδήποτε άλλες διατάξεις περί προστασίας καταναλωτών υπάρχουν, δεν αντιπροσωπεύουν το πρόσωπο αυτό και κατά συνέπεια δεν θα θεωρηθεί ούτε μπορεί να χρησιμοποιήσει τον όρο καταναλωτής το πρόσωπο αυτό ή να χρησιμοποιήσει τις διατάξεις περί προστασίας καταναλωτών για λογαριασμό του. Συνήθως γίνεται από προμηθευτές μεγάλης οικονομικής δύναμης όπως π.χ. Τράπεζες οι οποίες προμηθεύονται λειτουργικά αγαθά από προμηθευτή μικρότερης οικονομικής δύναμης⁵.

⁴ Προστασία Καταναλωτών, Εμμανουέλα Γεωργιακάκη, Ι.Σ. Σπυριδάκης, Εκδόσεις Σάκκουλα 2010

⁵ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή: Ελληνικό – Ενωσιακό, Ελίζα Αλεξανδρίδου, Νομική Βιβλιοθήκη 2015

1.2.2. Νομοθετικός ορισμός έννοιας «προμηθευτή»

Για να προστατευτεί ο καταναλωτής θα πρέπει να υπάρχει και η κατανόηση και νομική θέσπιση της έννοιας του προμηθευτή, που του προμηθεύει τα αγαθά ή της υπηρεσίες.

Σύμφωνα με τη παράγραφο 4 του άρθρου 1 του Ν. 2251/1994:

Προμηθευτής είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο οποιασδήποτε μορφής δημοσίου η ιδιωτικού τομέα το οποίο κατά την άσκηση επαγγελματικής του δραστηριότητας προμηθεύει προϊόντα η παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής θεωρείται και ο διαφημιζόμενος.

Η έννοια προμηθευτής συνδέεται με την άσκηση οποιασδήποτε επαγγελματικής δραστηριότητας της οποίας το αποτέλεσμα προσφέρει αγαθά ή υπηρεσίες κυρίως στο καταναλωτικό κοινό. Έτσι προμηθευτής θα μπορούσε να είναι και ένας γιατρός, δικηγόρος, εργολάβος κ.α. Καταναλωτές στις συγκεκριμένες περιπτώσεις είναι οι πελάτες τους. Επίσης ένας προμηθευτής μπορεί να ασκεί την δραστηριότητα του προμηθευτή χωρίς να αποσκοπεί στο κέρδος ή και τον βιοπορισμό. Αρκεί να υπάρχει διαπραγματευτική υπεροχή έναντι του καταναλωτή, π.χ. συναλλαγές για κοινωφελούς σκοπούς που διενεργούνται συστηματικά από φορείς όπως ιδρύματα⁶.

Κατ' επάγγελμα ενασχόληση προμηθευτή είναι το κριτήριο που δικαιολογεί την προστασία του προμηθευτή. Δηλαδή η επανάληψη σε συναλλαγές συγκεκριμένου είδους, ύπαρξη γνώσεων και η επιβλητική διαπραγματευτική ικανότητα. Ο προμηθευτής σαν επαγγελματίας κατά κύριο λόγο προμηθεύει ερασιτέχνη ο οποίος ερασιτέχνης έχει τον ρόλο του καταναλωτή.

Τέλος, οι δημόσιες επιχειρήσεις υποχρεώνονται να προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες στο κοινό και να καταρτίζουν Χάρτη Υποχρεώσεων σε καταναλωτή⁷.

1.3 Κρατικοί φορείς και αρχές υπέρ προστασίας του καταναλωτή

Σήμερα υπάρχει ποικιλία φορέων δημοσίου, μη κυβερνητικών οργανώσεων και ανεξάρτητων αρχών οι οποίες προσφέρουν την αντιπροσώπευση, υπεράσπιση και την ενημέρωση των καταναλωτών σε θέματα που τους αφορούν. Στις οργανωτικές διατάξεις του Ν.2251/1994 και συγκεκριμένα στα άρθρα 10,11,12 και 13 υπάρχουν διατάξεις που ρυθμίζουν την λειτουργία των φορέων αντιπροσώπευσης και οργάνωσης καταναλωτών. Ακολουθεί η αναφορά των σημαντικότερων φορέων.

⁶ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Καρακώστας Ιωάννης 3η έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη 2016

⁷ Εισαγωγή στο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Α. Βάρκα-Αδάμη ,Νομική Βιβλιοθήκη 2009

1.3.1. Οι ενώσεις των καταναλωτών

Το κράτος έχει δώσει το δικαίωμα στους καταναλωτές να οργανωθούν στις λεγόμενες ενώσεις καταναλωτών. Αυξάνοντας έτσι την ενημέρωσή τους σε θέματα που τους αφορούν και δημιουργώντας τις απαραίτητες ενέργειες για την αξιοποίηση της προστασίας τους σαν σύνολο και όχι μεμονωμένα. Οι ενώσεις των καταναλωτών θα εξεταστούν με την έρευνα των οργανωτικών διατάξεων και συγκεκριμένα του άρθρου 10 το οποίο ρυθμίζει τις διατάξεις για την λειτουργία των ενώσεων των καταναλωτών.

1.3.2. Γενική Γραμματεία Καταναλωτή

Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή λειτουργεί για λογαριασμό του Υπουργείου Ανάπτυξης και ουσιαστικά είναι η βάση της πυραμίδας, για την εφαρμογή της προστασίας του καταναλωτή και της εφαρμογής του νομικού πλαισίου.

Στόχοι της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή είναι η προστασία συμφερόντων των καταναλωτών και πιο συγκεκριμένα τα εξής:

- Ενημέρωση καταναλωτών για καταναλωτικά θέματα που τους αφορούν
- Εξασφάλιση υγείας και ασφάλειας καταναλωτών
- Προστασία οικονομικών τους συμφερόντων
- Επιμέλεια της οργάνωσής τους σε ενώσεις καταναλωτών

Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή λοιπόν, επιβλέπει και αναλαμβάνει τα προβλήματα που παρουσιάζονται στις συναλλαγές των καταναλωτών με επιχειρήσεις οποιασδήποτε νομικής μορφής⁸.

⁸ <http://www.efpolis.gr> (ΓΓΚ)

1.3.3. Συνήγορος του Καταναλωτή

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή λειτουργεί ως ανεξάρτητη αρχή, εποπτευόμενη από το Υπουργείο Ανάπτυξης, η οποία συστήθηκε με τον Ν 3297/2004 και ο κύριος σκοπός της είναι η αντιμετώπιση των καταναλωτικών διαφορών μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή ή ενώσεων καταναλωτών εξωδικαστικά. Σαν εξωδικαστικό όργανο ο Συνήγορος του Καταναλωτή περνάει σε υποδείξεις και συστάσεις στους προμηθευτές, ώστε να βελτιωθεί ο τρόπος που δρουν επαγγελματικά και έτσι να μην υπάρχει καταπάτηση των δικαιωμάτων και της προστασίας των καταναλωτών. Δεν αναλαμβάνουν υποθέσεις που βρίσκονται ήδη σε δικαστική διαδικασία⁹.

1.3.4. Συνήγορος του Πολίτη

Ο Συνήγορος του Πολίτη είναι επίσης ανεξάρτητη αρχή και ο σκοπός της είναι να προστατέψει τον πολίτη (συμπεριλαμβανομένου εννοείτε και του καταναλωτή) από διοικητικές πράξεις που παραβιάζουν τα δικαιώματά του. Έτσι ο Συνήγορος του Πολίτη ασχολείται μόνο με προβλήματα και παραβιάσεις που η προέλευσή τους έχει να κάνει με τον δημόσιο τομέα¹⁰.

1.3.5. Δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων καταναλωτή

Το Δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων καταναλωτή πρόκειται για φορέα της Ευρωπαϊκής υπηρεσίας προστασίας του Ευρωπαίου καταναλωτή, που πραγματοποιεί έρευνες για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Ευρωπαίοι καταναλωτές σε συναλλαγές τους σε διεθνές επίπεδο, επίσης βοηθά στην λύση των προβλημάτων που οι καταναλωτές συνάντησαν στις συναλλαγές τους¹¹.

⁹ <http://www.synigoroskataloti.gr>

¹⁰ <https://www.synigos.gr> συνήγορος του πολίτη

¹¹ http://ec.europa.eu/consumers/solving_consumer_disputes/non-judicial_redress/ecc-net/index_en.htm

Κεφάλαιο 2. Διατάξεις ουσιαστικού δίκαιου προστασίας καταναλωτή (I)

2.1. Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει έρευνα στα άρθρα που εμπεριέχουν τις διατάξεις ουσιαστικού δίκαιου για την προστασία του καταναλωτή του Ν.2251/1994. Τα άρθρα ουσιαστικού δικαίου είναι 8 (Άρθρο 2 Γενικοί όροι των συναλλαγών - Άρθρο 9 Διαφήμιση)

2.2. Γενικοί Όροι Συναλλαγών – Άρθρο 2 Ν.2251/1994

Το άρθρο 2 του Ν.2251/1994, έπειτα από τις τροποποιήσεις του, περιέχει 9 παραγράφους με τις απαραίτητες διατάξεις για τους Γενικούς Όρους Συναλλαγών (ΓΟΣ).

Σύμφωνα λοιπόν με την πρώτη παράγραφο ο γενικός ορισμός/έννοια των Γενικών Όρων Συναλλαγών είναι:

«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.»

Η δε Ελληνική νομολογία δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην αρχή διαφάνειας αυτών των όρων. Δηλαδή οι όροι αυτοί όπως θα δούμε και παρακάτω θα πρέπει να είναι γραμμένοι και αποτυπωμένοι με σαφήνεια και θα πρέπει να είναι κατανοητοί από τον αντισυμβαλλόμενο για να μπορέσει να συμφωνήσει με τους όρους της σύμβασης¹².

¹² Ατομική και συλλογική προστασία των καταναλωτών 2η έκδοση Δέλλιος Γιώργος 2013

2.2.1. Συμβάσεις Προσχώρησης

Στις συμβάσεις προσχώρησης υπάρχει ο δημιουργός του περιεχομένου της και ο αντισυμβαλλόμενος, ο οποίος έχει την δυνατότητα είτε να αποδεχθεί τους όρους της σύμβασης ή να τους απορρίψει. Ουσιαστικά πρόκειται για Γενικούς Όρους Συναλλαγών προδιαγραμμένους από τον οικονομικά και διαπραγματευτικά ισχυρό ο οποίος για λόγους ταχύτερης εξυπηρέτησης των αντισυμβαλλόμενων καθώς και της μείωσης κόστους δημιουργίας νέων συμβάσεων για κάθε αντισυμβαλλόμενο ξεχωριστά, έχει δημιουργήσει μια σύμβαση με όρους συναλλαγών για τις υπηρεσίες που προσφέρει και τους όρους που θα πρέπει να αποδεχθεί ο αντισυμβαλλόμενος με την αποδοχή τους.

Αυτές οι συμβάσεις παρέχονται κυριότερα από πολύ μεγάλους οικονομικά ισχυρούς οργανισμούς με εξαιρετικά ισχυρή διαπραγματευτική ικανότητα. Η δε υπηρεσίες που προσφέρουν μπορεί να είναι εξαιρετικά αναγκαίες για τον αντισυμβαλλόμενο, όπως η διάθεση ηλεκτρικού ρεύματος, ασφαλιστικές υπηρεσίες, υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας. Γίνεται κατανοητό λοιπόν πως ο αντισυμβαλλόμενος μιας σύμβασης προσχώρησης μπορεί, μέσω της κρίσιμης ανάγκης κάποιας υπηρεσίας, να αποδεχθεί όρους της και να πέσει θύμα εκμετάλλευσης από τον οικονομικά ισχυρότερο καθώς μόλις αποδεχθεί τους όρους τότε τον δεσμεύουν αναλογικά με την σύμβαση που αποδέχθηκε.

Έτσι όπως θα αναλύσουμε δημιουργήθηκε η ανάγκη της προστασίας του αδύναμου συμβαλλόμενου από τους όρους αυτούς με την δημιουργία νόμων και την αντιπροσώπευση του ασθενέστερου συμβαλλόμενου σε δικαστικό έλεγχο της σύμβασης. Ο Δικαστικός έλεγχος μπορεί να κρίνει αν υπάρχει και ισχύει ακυρότητα σε όρους συναλλαγών καθώς επίσης και να υποβάλει τις συνέπειες καταχρηστικότητας τους¹³.

2.2.2. Η Χρήση των Γενικών Όρων Συναλλαγών ως στοιχείο οργάνωσης και συλλογικό αγαθό

Για την αποφυγή μακροχρόνιων διαπραγματεύσεων καθώς επίσης και της εξοικονόμησης χρόνου και δαπανών, ο προμηθευτής των Γενικών Όρων Συναλλαγών χρησιμοποιεί στερεότυπους γενικούς όρους συναλλαγών μαζικά, εξασφαλίζοντας έτσι και την καλύτερη οργάνωση. Με την μαζική χρήση τους θεωρούνται έτσι συλλογικό αγαθό καθώς οι ίδιοι όροι ισχύουν για όλους τους καταναλωτές οι οποίοι είναι αντισυμβαλλόμενοι ανεξαρτήτου της ανάγκης του κάθε καταναλωτή ξεχωριστά. Ως απόρροια, οι συναλλαγές του προμηθευτή πραγματοποιούνται ταχύτερα όπως επίσης και η εξυπηρέτηση του καταναλωτή¹⁴.

¹³ Νικ. Κ. Ρόκας, Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου (I), 2η Έκδοση, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1998

¹⁴ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα ιδιωτικού δικαίου (II) Δέλλιος Γιώργος 2001

2.2.3. Ελευθερία συμβάσεων

Σύμφωνα με το άρθρο 361 του Αστικού Κώδικα, για την σύσταση ή και αλλοίωση ενοχής με δικαιοπραξία απαιτείτε σύμβαση, εφόσον ο νόμος δεν ορίζει διαφορετικά. Επίσης ο Αστικός Κώδικας στηρίζεται στην ισότητα του συμβαλλόμενου και του αντισυμβαλλόμενου. Έτσι, όποιος είναι μέρος της σύμβασης έχει την ελευθερία να αποδεχθεί τους όρους της καθώς επίσης και δημιουργεί η ελευθερία της τροποποίησης του περιεχομένου της. Οι συμβάσεις που δημιουργούνται δεν χρειάζεται να αφορούν μόνο ένα συγκεκριμένο πρόσωπο.

Είναι πολύ σημαντικό λοιπόν να κατανοηθεί και το ότι εφόσον δίδεται η ελευθερία αποδοχής των συμβάσεων τότε είναι λογικό να έχουν και δεσμευτικό χαρακτήρα όταν οι συμβαλλόμενοι αποδεχτούν την σύμβαση. Η ελευθερία της αποδοχής της σύμβασης ή όχι, ουσιαστικά πηγάζει από το άρθρο 5 του Συντάγματος στο οποίο αναφορικά, Καθένας έχει δικαίωμα να αναπτύσσει ελεύθερα την προσωπικότητά του και να συμμετέχει στην κοινωνική, οικονομική και πολιτική ζωή της Χώρας, εφόσον δεν προσβάλλει τα δικαιώματα των άλλων και δεν παραβιάζει το Σύνταγμα ή τα χρηστά ήθη¹⁵.

2.3. Δικαστικός έλεγχος Γενικών Όρων Συναλλαγών

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Νομού 2251/1994 ο δικαστικός έλεγχος των Γενικών Όρων Συναλλαγών έχει τρία στάδια ελέγχου και είναι τα εξής:

- Ο δικαστικός έλεγχος της ένταξης τους στην σύμβαση
- Ο δικαστικός έλεγχος της ερμηνείας τους
- Ο δικαστικός έλεγχος του περιεχομένου τους με βάση την καταχρηστικότητα τους

2.3.1. Δικαστικός έλεγχος ένταξης Γενικών όρων Συναλλαγών στη σύμβαση

Γίνεται έλεγχος των όρων από τον δικαστή για την ύπαρξη συμφωνίας δηλαδή αν ισχύουν με βάση το νομοθετικό πλαίσιο και αν θα τεθούν σε ισχύ. Εάν κριθεί πως δεν είναι ορθή η εγκατάστασή τους στη σύμβαση δεν θα συνεχιστεί ο έλεγχος του περιεχομένου και δεν μπορούν οι όροι να δεσμεύουν τον καταναλωτή. Υπάρχουν ειδικές προϋποθέσεις ένταξης των ΓΟΣ στην σύμβαση όπως:

¹⁵ ΑΚ 361, άρθρο 5 Συντάγματος

α) Δυνατότητα γνώσης των ΓΟΣ από τον καταναλωτή

Δηλαδή η δυνατότητα ο μέσος καταναλωτής να μπορέσει να κατανοήσει το περιεχόμενο των ΓΟΣ οι οποίοι έχουν σαφή περιεχόμενο ώστε να μπορέσει ο καταναλωτής να τους αποδεχθεί ή απορρίψει με την βούλησή του.

β) Έλλειψη ανυπαίτιας άγνοιας καταναλωτή (άρθρο 2 παρ.1 Ν. 2251/1994)

Σύμφωνα με το συγκεκριμένο άρθρο οι ΓΟΣ «δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, αν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε ανυπαίτιως, όπως ιδίως, όταν ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξη τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους.»

Ανυπαίτια άγνοια μπορεί να θεωρηθεί ο καταναλωτής που είτε είναι αναλφάβητος και δεν μπόρεσε να διαβάσει και να κατανοήσει το περιεχόμενο των ΓΟΣ ή ο προμηθευτής της σύμβασης έκανε δύσκολη και μην ξεκάθαρη την ένδειξη όλων των ΓΟΣ στον αντισυμβαλλόμενο. Επίσης όσων αφορά τις μαζικές συμβάσεις ο καταναλωτής προσδοκεί όρους τυπικούς για την κάλυψη των συμφερόντων του και μπορεί να αγνοήσει κάποιους όρους μη συμβατικούς για τις προσδοκίες του.

γ) Συγκατάθεση του αντισυμβαλλόμενου στο περιεχόμενο των ΓΟΣ

Είναι απαραίτητη η συγκατάθεση του αντισυμβαλλόμενου στο περιεχόμενο των ΓΟΣ όχι μόνο γραπτώς αλλά και προφορικά καθώς η αποδοχή τους αναφέρεται στο σύνολό τους και αποτελεί γνήσια δήλωση βουλήσεως σύμφωνα με τον Αστικό Κώδικα άρθρο 127¹⁶.

2.3.2. Δικαστικός έλεγχος ερμηνείας των ΓΟΣ

Εφόσον το πρώτο στάδιο ελέγχου ολοκληρώθηκε και οι ΓΟΣ εντάχθηκαν στην σύμβαση, ακολουθεί το δεύτερο στάδιο, δηλαδή του δικαστικού ελέγχου ερμηνείας τους. Στην προκείμενη περίπτωση θα εφαρμοστεί το περιεχόμενο των παραγράφων 3-5 του άρθρου 2 του Ν. 2251/1994. Υπάρχουν δύο σημαντικοί όροι και είναι οι εξής:

1) **Ειδικοί Όροι Συναλλαγών.** Όροι που συμφωνήθηκαν μετά από ατομική διαπραγμάτευση μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών.

2) **Γενικοί Όροι Συναλλαγών.** Όροι που διαμορφώθηκαν μόνον από τον προμηθευτή ή από τρίτο για τον προμηθευτή.

¹⁶ Βάρκα Αδάμη Α. 2009

Οι ειδικοί όροι συναλλαγών υπερισχύουν των αντίστοιχων γενικών όρων συναλλαγών και όσων αφορά τους γενικούς όρους συναλλαγών σε περίπτωση αμφιβολίας τους ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή.

Σημαντική μέθοδος ερμηνείας των ΓΟΣ είναι η υποκειμενική μέθοδος ερμηνείας τους από τον καταναλωτή και τον προμηθευτή αντίστοιχα. Δηλαδή αν και οι δύο συμβαλλόμενοι κατάλαβαν πραγματικά του Γενικούς Όρους των Συναλλαγών στην σύμβαση. Εάν και οι δύο συμβαλλόμενοι αντελήφθησαν έναν όρο όμοια τότε ο όρος έχει ισχύ και η ερμηνεία του είναι καθαρή και για τους δύο συμβαλλόμενους¹⁷.

2.3.3. Δικαστικός Έλεγχος του περιεχομένου των Γενικών Όρων Συναλλαγών

Το τελευταίο στάδιο ελέγχου των ΓΟΣ είναι και ο άμεσος έλεγχός τους προς εξέταση της ισχύς τους και του κύρους τους. Καλύπτεται από της παραγράφους 6 και 7 του άρθρου 2 του Ν. 2251/1994 και μέσα από τον έλεγχο θα κριθεί αν οι ΓΟΣ είναι έγκυροι ή καταχρηστικοί και έτσι δεν θα ισχύουν. Σύμφωνα με την παράγραφο 6 του άρθρου 2 του Ν. 2251/1994, ή αλλιώς η με την λεγόμενη γενική απαγορευτική ρήτρα ισχύει:

«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.»

Έχει λοιπόν σημασία το περιεχόμενο των ΓΟΣ για τον έλεγχο της εγκυρότητας ή του καταχρηστικού τους χαρακτήρα άρα και της ακυρότητάς τους ή της διαπίστωσης της καταχρηστικότητας τους.

2.4. Καταχρηστικότητα των Γενικών Όρων Συναλλαγών

Όταν οι Γενικοί όροι των συναλλαγών δεν εξυπηρετούν τα δικαιώματα και τις προσδοκίες του καταναλωτή και δεν συμβαδίζουν με τις διατάξεις του Ν. 2251/1994 τότε θεωρούνται άκυροι και χαρακτηρίζονται καταχρηστικοί.

¹⁷ Ατομική και συλλογική προστασία των καταναλωτών, Δέλλιος Γιώργος, 2013

Συγκεκριμένα ο νόμος 2251/1994 στην έβδομη παράγραφο του άρθρου 2 αναφέρει τις περιπτώσεις που οι ΓΟΣ κρίνονται ως καταχρηστικοί, χωρίς να είναι οι μόνοι περιοριστικοί λόγοι. Σύμφωνα λοιπόν με την συγκεκριμένη παράγραφο καταχρηστικοί είναι οι όροι όταν:

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 όλο 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 υπέστη¹⁸.

Όλες οι προαναφερθείς περιπτώσεις, αφορούν φυσικά ρήτρες των Γενικών Όρων Συναλλαγών και όχι τους Ειδικούς όρους Συναλλαγών που είναι αποτέλεσμα διαπραγμάτευσης των συμβαλλόμενων.

2.4.1. Ακυρότητα Γενικών Όρων Συναλλαγών

Τι συμβαίνει όμως σε περίπτωση ακύρωσης κάποιου όρου συναλλαγών; Τότε υπάρχει η ανάγκη συμπλήρωσης του κενού αυτού καθώς αν κάποια ρήτρα ΓΟΣ χαρακτηριστεί καταχρηστική, τότε ακυρώνεται και διαγράφεται από την σύμβαση. Στο κενό αυτό ισχύουν οι κανόνες του ενδοτικού δικαίου για την ίση κατανομή δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων. Αν λοιπόν υπάρχει σχετική ρύθμιση κάλυψης της καταχρηστικής ρήτρας του όρου που διαγράφηκε από την σύμβαση στο ενδοτικό δίκαιο, τότε το κενό θα καλυφθεί.

Αν το κενό δεν μπορεί να καλυφθεί από τις ρυθμίσεις του ενδοτικού δικαίου, τότε θα αναπληρωθεί με το άρθρο 200 του Αστικού Κώδικα κατά το οποίο «οι συμβάσεις ερμηνεύονται όπως απαιτεί η καλή πίστη αφού ληφθούν υπόψη και τα συναλλακτικά ήθη¹⁹».

2.4.2. Ειδικές περιπτώσεις καταχρηστικότητας των ΓΟΣ

Υπάρχουν ΓΟΣ που χρησιμοποιούνται μαζικά από πολύ μεγάλους οικονομικά ισχυρούς οργανισμούς και με πολύ μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη έναντι του καταναλωτή. Έτσι δημιουργήθηκαν καταχρηστικοί όροι για αυτούς τους ΓΟΣ από την νομοθεσία για να προστατευτεί ο μέσος αντισυμβαλλόμενος και για να μην εκμεταλλεύεται τον αντισυμβαλλόμενο ο οικονομικά και διαπραγματευτικά ισχυρότερος με όρους που δεν συμφέρουν τον αντισυμβαλλόμενο.

¹⁸ Άρθρο 2 Ν.2251/1994 παρ.7

¹⁹ Βάρκα Αδάμη εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2009

2.4.3. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε τραπεζικές συμβάσεις

Η Ελληνική νομολογία χαρακτήρισε καταχρηστικούς ΓΟΣ σε τραπεζικές συμβάσεις όσοι προϋπόθεταν τα παρακάτω:

- Η Τράπεζα μπορεί να καταγγείλει τη σύμβαση εντός υπερβολικά μεγάλης προθεσμίας
- Ο καταναλωτής μπορεί να καταγγείλει σύμβαση σε σύντομο χρονικό διάστημα
- Η τράπεζα επιβάλλει έξοδα κίνησης σε κάθε λογαριασμό όποτε θέλει σε περιπτώσεις που ο λογαριασμός δεν έχει υπόλοιπα ανώτερα από το κατώτατο όριο που θα καθορίζει η ίδια για κάθε είδος λογαριασμού.
- Ανανέωση σύμβασης ή παράτασή της για μεγάλο χρονικό διάστημα αν ο πελάτης δεν την καταγγείλει σε ορισμένο χρόνο
- Η τράπεζα τροποποιεί την σύμβαση χωρίς σπουδαίο λόγο και σε περίπτωση σύμβασης αόριστης διάρκειας χωρίς εύλογη προθεσμία
- Η τράπεζα έχει το δικαίωμα να κλείσει αλληλόχρεο λογαριασμό για οποιονδήποτε λόγο και αιτία
- Σε περίπτωση πρόωρης καταγγελίας μιας δανειακής σύμβασης ο πελάτης δεν μπορεί να ζητήσει την επιστροφή τόκων που έχουν καταβληθεί
- Η τράπεζα δικαιούται να αυξάνει μονομερώς το επιτόκιο υπερημερίας
- Η τράπεζα εισπράττει προμήθεια στα δάνεια της οποίας το επιτόκιο ορίζεται από την τράπεζα ελεύθερα
- Ο δανειολήπτης κατά τη χορήγηση του δανείου επιβαρύνεται με επιβάρυνση άνω του 1% επί του ποσού του δανείου ως «διαχειριστικά έξοδα»
- Ο υπολογισμός ετήσιων τόκων γίνεται με βάση 360 ημέρες και όχι 365
- Σε αλληλόχρεο λογαριασμό το ύψος πίστωσης ανατίθεται στην απόλυτη κρίση της τράπεζας
- Η τράπεζα δικαιούται να ζητήσει από τον πιστούχο υπέρμετρες ασφάλειες όπως συμβαίνει στην χορήγηση δανείου για την αγορά ή κατασκευή ή και επισκευή ακινήτου εκτός της προσημείωσης υποθήκης και υποχρεωτική ασφάλιση ακινήτου κατά κινδύνων πυρός και

σεισμού καθώς και εκχώρηση μισθωμάτων από την εκμίσθωση του ακινήτου

- επιβολή τόκων υπερημερίας, αποζημίωση ή ποινική ρήτρα που υπερβαίνουν τα εύλογα όρια

- το βάρος της απόδειξης, μεταφέρεται στον πιστούχο

- περιορίζονται τα αποδεικτικά μέσα του πιστούχου, όπως με την πρόβλεψη τεκμηρίων και μάλιστα αμάχητων

- ο πιστούχος στερείται το δικαίωμα ανταπόδειξης περιεχομένου αποσπασμάτων από εμπορικά βιβλία της Τράπεζας

- αποκλείεται η αδικοπρακτική ευθύνη της τράπεζας

- Η τράπεζα εισπράττει αποζημίωση σε περίπτωση πρόωρης προεξόφλησης δανείου από τον οφειλέτη, αν η διατύπωση αυτή είναι αόριστη και ασαφής, ώστε ο καταναλωτής να μην μπορεί να αντιληφθεί τις υποχρεώσεις του

- Ο Εγγυητής παραιτείται από τις ευεργετικές ρυθμίσεις των άρθρων του Αστικού Κώδικα 862,863 και 864, χωρίς σοβαρούς και εύλογους λόγους ή από το άρθρο του Αστικού Κώδικα 855

- η εγγύηση ή η εμπράγματη ασφάλεια που παρέχεται για ορισμένη απαίτηση θα ισχύει για όλες τις άλλες απαιτήσεις του δανειστή, ακόμα και για τις μελλοντικές

- αν καθυστερήσει ο πιστούχος την καταβολή έστω μιας μόνο δόσης δανείου, η καθυστέρηση αυτή θα έχει ως συνέπεια το ληξιπρόθεσμο ολόκληρου του δανείου

- η Τράπεζα μπορεί να επεξεργάζεται τα προσωπικά δεδομένα του πελάτη χωρίς τη συγκατάθεση του

- η Τράπεζα χρεώνει τον πελάτη καταναλωτή με ποσό το οποίο προβλέπεται σε σχετικό κατάλογο προμηθειών για ανάληψη ή κατάθεση μετρητών ή κατάθεση επιταγής στα ταμεία

- ο καταθέτης μετρητών σε λογαριασμό τρίτου, ο οποίος είναι ήδη πελάτης της τράπεζας, χρεώνεται με προμήθεια

- ότι σε στεγαστικό δάνειο αν εκταμιευθεί εφάπαξ και κατατεθεί το δάνειο σε δεσμευμένο λογαριασμό, η Τράπεζα εισπράττει από τον πιστούχο τόκο για το σύνολο του δανείου, χωρίς ο τελευταίος να μπορεί να χρησιμοποιήσει το ποσό του δανείου

- η τράπεζα δεν ευθύνεται για απώλεια του περιεχομένου τραπεζικής θυρίδας, αν υπήρξε διάρρηξη ή πρόσβαση μη δικαιούχου, εφόσον η υπογραφή τρίτου έχει ομοιότητα με αυτήν του δικαιούχου, ο δε μη δικαιούχος έχει το κλειδί

- ότι προβλέπεται αποκλειστική αρμοδιότητα των δικαστηρίων στην περιφέρεια των οποίων βρίσκεται η έδρα της τράπεζας
- ο καταναλωτής οφείλει τόκους από προγενέστερη ημερομηνία από την οποία καθυστερεί την καταβολή του χρέους του
- η χορήγηση βεβαίωσης οφειλής, κατά τη μεταφορά αυτής σε άλλη τράπεζα η οποία εξοφλεί την αρχική τράπεζα, εξαρτάται από την καταβολή ενός ποσού ως «εξόδων εξέτασης»
- καταβάλλεται εφάπαξ ποσό για την εξέταση αιτήματος έγκρισης δανείων που δεν επιδοτούνται ή επιδοτούνται μόνο από το Δημόσιο
- επιβάλλεται χρέωση σε λογαριασμούς καταθέσεων που δεν παρουσιάζουν κίνηση
- σε περίπτωση απώλειας βιβλιαρίου καταθέσεων, αποκλείεται η ευθύνη της τράπεζας από πταίσμα σε περίπτωση καταβολής χρημάτων σε μη δικαιούχο
- ο λογαριασμός που δεν υπερβαίνει ένα ελάχιστο μέσο μηνιαίο υπόλοιπο, που ορίζει η τράπεζα, επιβαρύνεται με έξοδα τήρησης.²⁰

2.4.4. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε συμβάσεις κινητής τηλεφωνίας

Η Ελληνική νομολογία χαρακτήρισε καταχρηστικούς ΓΟΣ σε συμβάσεις κινητής τηλεφωνίας όσοι προϋπόθεταν τα παρακάτω:

- παρέχει δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης τιμοκαταλόγου επιχείρησης υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας χωρίς προδιαγεγραμμένα κριτήρια που να είναι εύλογα για τον καταναλωτή
- επιφέρουν δυσμενείς οικονομικές συνέπειες στον καταναλωτή που καταγγέλλει τη σύμβαση
- εμποδίζουν τον καταναλωτή να υπαναχωρήσει της σύμβασης πριν από την πάροδο εξάμηνης διάρκειας, αφαιρώντας το δικαίωμα καταγγελίας για σπουδαίο λόγο (όπως στην περίπτωση που κρίνουν υπερβολική την εκάστοτε αύξηση του τιμοκαταλόγου)
- ΓΟΣ με βάση τον οποίο η τηλεπικοινωνιακή εταιρία δικαιούται να επιβάλει περαιτέρω εγγύηση καθόλη τη διάρκεια ισχύος της σχετικής σύμβασης δίχως ύπαρξης ειδικών αντικειμενικών κριτηρίων
- που υποχρεώνουν τον χρήστη να καταβάλει τα πάγια τέλη ληξιπρόθεσμων λογαριασμών μέχρι τη λήξη της σύμβασης ανεξάρτητα από τον λόγο για τον οποίο έληξε

²⁰ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή Ελίζα Αλεξανδρίδου 2015

- ΓΟΣ που αποκλείουν ή περιορίζουν το δικαίωμα του συνδρομητή να ζητήσει αποζημίωση σε περίπτωση βλάβης ή διακοπής στη σύνδεση
- ΓΟΣ που προβλέπει ως αρμόδια για την επίλυση διαφορών εκ της συμβάσεως τα δικαστήρια της έδρας της εταιρίας
- ΓΟΣ που επιτρέπει στην εταιρία τηλεπικοινωνιών να διακόψει τη σύνδεση χωρίς ειδική έγγραφη ειδοποίηση, θεωρώντας π.χ. ως προειδοποίηση το λογαριασμό²¹.

2.4.5. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε ασφαλιστικές συμβάσεις

Ασφαλιστικές συμβάσεις είναι για παράδειγμα: ιδιωτική ασφάλεια ζωής, ασθένειας ατυχημάτων, πυρός κ.α.

Η Ελληνική νομολογία χαρακτήρισε καταχρηστικούς ΓΟΣ σε ασφαλιστικές συμβάσεις όσοι προϋπόθεταν τα παρακάτω:

- ο ασφαλιστής μπορεί να μεταβάλει μονομερώς τα ασφάλιστρα σε οποιαδήποτε ημερομηνία ανανέωσης της σύμβασης ασφάλισης κατά την κρίση του
- αφαιρείτε ένα μέρος από το ασφάλισμα υπέρ του ασφαλιστή
- το εκπιπτόμενο ασφάλισμα μπορεί να αναπροσαρμοστεί μονομερώς από τον ασφαλιστή, χωρίς να εξειδικεύονται με σαφή τρόπο οι σχετικές προϋποθέσεις
- σε περίπτωση κάλυψης πρόσκαιρης ολικής ανικανότητας από ατύχημα, αποκλείετε ή περιορίζεται η ευθύνη του για ορισμένο χρονικό διάστημα που ο ασφαλισμένος είναι ολικά ανίκανος, όταν η ρύθμιση αυτή δεν εξαρτάται από παράβαση συμβατικής υποχρέωσης του ασφαλισμένου ή δεν τηρείται η αρχή της αναλογίας μεταξύ παροχής (ασφαλιστικής κάλυψης) και αντιπαροχής (ασφαλίστρου)
- σε περίπτωση δήλωσης της ηλικίας του ασφαλισμένου με μεγάλη απόκλιση από την πραγματική, έστω και από πλάνη, η ασφάλεια είναι άκυρη και δεν ισχύει ο όρος σχετικός με το κύρος του ασφαλιστηρίου, τα ασφάλιστρα δε που έχουν καταβληθεί δεν επιστρέφονται
- ο ασφαλισμένος εκπίπτει των δικαιωμάτων του και αντίστοιχα απαλλάσσεται των υποχρεώσεων της η ασφαλιστική εταιρία, σε περίπτωση που (ο ασφαλισμένος) δεν ενημερώσει τον ασφαλιστή για ουσιώδες γεγονός, π.χ. παράλειψη αναγγελίας εντός προθεσμίας, της επέλευσης ατυχήματος και της άσκησης εναντίον του αγωγής

²¹ Καρακώστας Ι. Δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2016

- σε σύμβαση ασφάλισης κατά πυρκαγιάς εξαιρείται η κάλυψη ζημιών σε ηλεκτρικές ή ηλεκτρονικές συσκευές και εγκαταστάσεις από βραχυκύκλωμα, υπερθέρμανση, υπέρταση, οφειλόμενες σε πτώση κεραυνού
- απαλλάσσεται η ασφαλιστική εταιρία από την υποχρέωση να καταβάλλει σε ασφαλισμένο νόμιμους τόκους από την επίδοση της αγωγής επιδίκασης του ασφαλίσιματος ή ότι περιορίζονται οι συνέπειες της υπερημερίας του ασφαλιστή όσον αφορά την οφειλή δικαστικής δαπάνης²².

2.4.6. Καταχρηστικοί ΓΟΣ σε συμβάσεις ταχυδρομικών υπηρεσιών

Η Ελληνική νομολογία χαρακτήρισε καταχρηστικούς ΓΟΣ σε συμβάσεις ταχυδρομικών υπηρεσιών όσοι προϋπόθεταν τα παρακάτω:

- σε περίπτωση απώλειας, βλάβης ή ζημιάς του απεσταλμένου, η ευθύνη της εταιρίας περιορίζεται στο χαμηλότερο από τα οριζόμενα στο νόμο ποσό
- η εταιρία δεν ευθύνεται για τυχόν επερχόμενες ζημιές ή απώλειες στα απεσταλμένα, από οποιονδήποτε λόγο και αν επέλθουν
- ο αποστολέας πρέπει να εγείρει την αξίωσή του εγγράφως εντός πολύ σύντομης προθεσμίας από την ημέρα της αποστολής, μετά την παρέλευση της οποίας καμία απαίτηση δεν είναι αποδεκτή²³.

²² Προστασία των καταναλωτών και σύστημα ιδιωτικού δικαίου (II). Ο Δικαστικός έλεγχος του περιεχομένου των καταναλωτικών συμβάσεων και τα όρια του, Δέλλιος Γιώργος

²³ Βάρκα Αλεξάνδρα Αδάμη εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2009

2.5. Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος – Άρθρο 3 Ν.2251/1994

Οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος ουσιαστικά είναι οι συμβάσεις στις οποίες ο προμηθευτής παρέχει τις υπηρεσίες του ή τα αγαθά του στον ενδιαφερόμενο καταναλωτή εκτός του εμπορικού καταστήματος του προμηθευτή. Το άρθρο 3 του Ν. 2251/1994 παρέχει 8 παραγράφους με τις απαραίτητες διατάξεις για το πότε είναι έγκυρη μια τέτοια σύμβαση ή για το πότε είναι άκυρες και είναι υπέρ του καταναλωτή η ακυρότητά τους.

Η μέθοδος πώλησης αγαθών εκτός εμπορικού καταστήματος, είναι πρακτική που έκανε την πρώτη της εμφάνιση στις αρχές του περασμένου αιώνα. Δημιουργήθηκε για να καλύψει την ανάγκη καταναλωτών που αντιμετώπιζαν προβλήματα στην λήψη των απαραίτητων αγαθών που είχαν ανάγκη, λόγω της απόστασης τους από τα αστικά κέντρα. Έτσι, ο πλανόδιος προμηθευτής κάλυπτε τις ανάγκες των καταναλωτών μεταφέροντας τα αγαθά στον χώρο του καταναλωτή.

Σήμερα, ο τρόπος πώλησης αγαθών εκτός εμπορικού καταστήματος έχει αλλάξει, εκμεταλλευόμενος την δυσκολία του καταναλωτή να αποφασίσει ποιο αγαθό έχει πραγματικά ανάγκη, λόγω της ποικιλίας της προσφοράς νέων αγαθών στην αγορά και του μεγάλου ανταγωνισμού. Έτσι με την χρήση δικτύου εκπαιδευόμενων πωλητών, μπορεί να υπάρξει προσωπική επαφή με τον υποψήφιο καταναλωτή με στόχο τον επηρεασμό της απόφασης της αγοραστικής του βούλησης. Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν την τακτική αυτή, θέλουν να δημιουργήσουν στον υποψήφιο καταναλωτή την ανάγκη για τα αγαθά που του προσφέρουν, σε μία προσπάθεια να αφαιρέσουν την ελεύθερη επιλογή του καταναλωτή στην αναζήτηση αγαθών που έχει πράγματι ανάγκη και θα διάλεγε από μόνος του.²⁴

2.5.1. Προϋποθέσεις εγκυρότητας σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος

Για να είναι έγκυρη μια σύμβαση μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή εκτός εμπορικού καταστήματος, θα πρέπει να συντρέχουν οι προϋποθέσεις εγκυρότητας της σύμβασης που καλύπτουν οι διατάξεις των παραγράφων του άρθρου 3 του Ν. 2251/1994. Συγκεκριμένα στην πρώτη παράγραφο βρίσκουμε τις σημαντικότερες προϋποθέσεις:

«1. Συμβάσεις παροχής αγαθών ή υπηρεσιών, που καταρτίζονται με πρωτοβουλία του προμηθευτή χωρίς ρητή πρόσκληση από τον καταναλωτή ή με επίσκεψη του προμηθευτή στον τόπο κατοικίας, διαμονής ή εργασίας του καταναλωτή ή σε χώρο επιλογής του προμηθευτή έξω από το εμπορικό κατάστημά του, είναι άκυρες υπέρ του καταναλωτή, αν δεν καταρτισθούν με έγγραφο στο οποίο να αναφέρονται:

²⁴ Δίκαιο συν. & προστ. κατ. Καλλιόπη Καλ. 2007

α) το όνομα ή η επωνυμία και η πλήρης διεύθυνση του προμηθευτή και αυτού που συμβάλλεται στο όνομα και για λογαριασμό του προμηθευτή. Η μνεία αριθμού ταχυδρομικής θυρίδας δεν αρκεί,

β) η χρονολογία και η πλήρης διεύθυνση του τόπου κατάρτισης της σύμβασης,

γ) η περιγραφή της φύσης και των χαρακτηριστικών των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών,

δ) οι όροι εκτέλεσης της σύμβασης και ιδίως ο τρόπος και ο χρόνος παράδοσης των εμπορευμάτων ή παροχής των υπηρεσιών,

ε) η συνολική επιβάρυνση του καταναλωτή και οι όροι πληρωμής και ιδίως, σε περίπτωση πίστωσης του τιμήματος ή πληρωμής με δόσεις, το πραγματικό επιτόκιο και το επιτρεπόμενο ανώτατο όριο επιτοκίου και

στ) το κατά την παράγραφο 4 του παρόντος άρθρου δικαίωμα υπαναχώρησης και, σε χωριστό έντυπο, υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης του καταναλωτή από τη σύμβαση.»

Σύμφωνα λοιπόν με την παράγραφο 1, η σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος θα πρέπει να φέρει όλα τα απαραίτητα επαγγελματικά στοιχεία του προμηθευτή για να είναι έγκυρη. Ιδιαίτερη εντύπωση βρίσκεται στην φράση «σε χώρο επιλογής του προμηθευτή έξω από το εμπορικό κατάστημά του» που δίνει την δυνατότητα στον προμηθευτή να επιλέξει σαν χώρο επιλογής τον προσωπικό χώρο του καταναλωτή (διαμέρισμα, σπίτι, εξοχικό κ.α.) όμως απαγορεύει ρητά την σύναψη σύμβασης στον χώρο εργασίας του αλλά επίσης και εάν χρησιμοποιεί την κύρια κατοικία του σαν χώρο εργασίας έστω και περιστασιακά ο προμηθευτής.

2.5.2. Συναλλακτική πρωτοβουλία και δικαίωμα υπαναχώρησης καταναλωτή

Η συναλλακτική πρωτοβουλία ανήκει στον προμηθευτή όταν ισχύει η διάταξη της παραγράφου 1 «Συμβάσεις παροχής αγαθών ή υπηρεσιών, που καταρτίζονται με πρωτοβουλία του προμηθευτή χωρίς ρητή πρόσκληση από τον καταναλωτή». Όμως δεν αποκλείεται και η περίπτωση στις παραγράφους 2 και 3 η συναλλακτική πρωτοβουλία να ανήκει στον καταναλωτή και να υπάρχει η ρητή πρόσκληση του προμηθευτή από τον καταναλωτή. Εάν όμως υπάρχει ρητή πρόσκληση του προμηθευτή από τον καταναλωτή, τότε σημαίνει ότι ο καταναλωτής χρησιμοποίησε την δική του αγοραστική πρωτοβουλία και έτσι αποκλείει την αιφνίδια και απρόσκλητη επίσκεψη του προμηθευτή στον χώρο του καθώς και την συναλλακτική πρωτοβουλία του προμηθευτή. Επίσης είναι απαραίτητη προϋπόθεση ο καταναλωτής που έχει υποβάλει την πρόσκληση να έχει ξεκάθαρη πρόθεση και γνώση για το προϊόν που επιθυμεί να αγοράσει. Συγκεκριμένα οι παράγραφοι 2 και 3 καλύπτουν την ρητή πρόσκληση του προμηθευτή από τον καταναλωτή.

«2. Οι διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου εφαρμόζονται και όταν η σύμβαση

καταρτίστηκε έπειτα από ρητή πρόσκληση του προμηθευτή από τον καταναλωτή, έχει όμως αντικείμενο προϊόντα άλλα από εκείνα για τα οποία έγινε η πρόσκληση, εκτός αν 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.

3. Οι διατάξεις της παραγράφου 1 εφαρμόζονται και όταν ο καταναλωτής έχει υποβάλει προσφορά (πρόταση για κατάρτιση σύμβασης) υπό συνθήκες όμοιες με εκείνες των προηγούμενων παραγράφων, ακόμη και αν δεν δεσμεύεται από την προσφορά του μέχρι την αποδοχή της από τον προμηθευτή.»

Ο προμηθευτής με την αιφνίδια επίσκεψη στον χώρο του καταναλωτή, μπορεί να του δημιουργήσει ανάγκη εκεί που δεν υπάρχει και να συνάψει την σύμβαση χωρίς να την έχει πλήρως κατανοήσει, έτσι για να μπορέσει ο καταναλωτής να κατανοήσει όλους τους όρους της σύμβασης και κατά πόσο τον συμφέρουν να την δεχθεί, υπάρχει το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή από την σύμβαση. Το δικαίωμα αυτό ρυθμίζεται στην παρ. 1 στ' καθώς επίσης και στην παρ.4 του άρθρου 3.

«4. Ο καταναλωτής δικαιούται να υπαναχωρήσει από τις συμβάσεις των παραγράφων 1 και 2 ή να ανακαλέσει την πρόταση που υποβάλλεται κατά την παράγραφο 3, εντός δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών από την παραλαβή του εγγράφου της σύμβασης ή από την τυχόν μεταγενέστερη παραλαβή του προϊόντος, εκτός αν στη σύμβαση προβλέπεται μεγαλύτερη προθεσμία. Σε περίπτωση που το δικαίωμα υπαναχώρησης ή η ανάκληση της πρότασης ασκηθούν εγγράφως, με έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή ή με σταθερό μέσο, κατά την έννοια της περίπτωσης στ' της παραγράφου 1 του άρθρου 4α , το οποίο τίθεται στη διάθεση του προμηθευτή και στο οποίο αυτός έχει πρόσβαση, για την επέλευση των αποτελεσμάτων της υπαναχώρησης ή της ανάκλησης της πρότασης, αρκεί ο καταναλωτής να έχει αποστείλει το σχετικό έγγραφο πριν λήξει η προθεσμία του προηγούμενου εδαφίου. Παραίτηση από το δικαίωμα αυτό είναι άκυρη.»

Το δικαίωμα υπαναχώρησης από την σύμβαση έχει σαν στόχο την ενίσχυση της διαπραγματευτικής αδυναμίας του καταναλωτή έναντι του προμηθευτή. Σε αντίθεση όμως με άλλες μορφές ανατροπής συμβάσεων, είναι το πλεονέκτημα πως ο καταναλωτής δεν υποχρεώνεται να δώσει κάποιο λόγο για την υπαναχώρησή του ούτε να επικαλεστεί κάποιο πρόβλημα με το προϊόν αρκεί να έχει υποβάλει την αίτηση υπαναχώρησής του εντός της προθεσμίας του δικαιώματος υπαναχώρησης (14 ημέρες).²⁵

²⁵ Δίκαιο προστ. Βασιλ. Α. Δούβλης, 2008

2.6. Εμπορία από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών – Άρθρο 4 Ν.2251/1994

Στο συγκεκριμένο άρθρο ρυθμίζεται η εμπορία από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών και οι συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή, με την προϋπόθεση πως οι συμβάσεις αυτές συνάπτονται χωρίς την φυσική παρουσία τους.

Απαραίτητα στοιχεία συμβάσεων εμπορίας από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών είναι:

- α) Κατάρτιση μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή
- β) Έχουν σχέση με την προμήθεια αγαθών και την παροχή υπηρεσιών
- γ) Η σύναψη σύμβασης γίνεται με την χρήση μέσων τεχνικής επικοινωνίας εξ αποστάσεως
- δ) Γίνονται στο πλαίσιο ενός συστήματος προμήθειας αγαθών και παροχής υπηρεσιών από απόσταση

Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην προϋπόθεση ότι για να είναι έγκυρη η σύναψη σύμβασης εμπορίας από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών καθώς επίσης και η διαβίβαση αποδοχής της πρέπει να γίνει αποκλειστικά μέσω τεχνικών μέσων επικοινωνίας. Σύμφωνα με την παρ.1 τα τεχνικά μέσα επικοινωνίας είναι κυρίως τα εξής:

- 1) Τα έντυπα χωρίς παραλήπτη,
- 2) Τα έντυπα με παραλήπτη
- 3) Οι τυποποιημένες επιστολές,
- 4) Τα διαφημιστικά έντυπα με στέλεχος παραγγελίας,
- 5) Οι κατάλογοι,
- 6) Το τηλέφωνο με ή χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση,
- 7) Το ραδιόφωνο
- 8) Το εικονοτηλέφωνο,
- 9) Το βιντεοτέξτ (μικροϋπολογιστής και τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας
- 10) Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο,
- 11) η τηλεομοιοτυπία και
- 12) η τηλεόραση
- 13) Διαδίκτυο

2.6.1. Υποχρεώσεις προμηθευτή

Είναι υποχρεωτικό για τον προμηθευτή σύμβασης εμπορίας από απόσταση, να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες στον καταναλωτή, έτσι ώστε ο καταναλωτής να έχει την απαραίτητη γνώση για την σύναψη της σύμβασης²⁶.

Ο προμηθευτής οφείλει να δώσει πληροφορίες πριν και μετά την σύναψη της συγκεκριμένης σύμβασης.

1) **Πριν την σύναψη της σύμβασης**, σύμφωνα με την παρ. 2 του άρθρου 4 Ν.2251/1994, όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 4 παρ.2 Ν.3587/2007, ο προμηθευτής υποχρεούται να παρέχει τις εξής πληροφορίες στον καταναλωτή:

α) τη ταυτότητα και τη διεύθυνση του προμηθευτή,

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) το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας από απόσταση, όταν υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων, με την επιφύλαξη της παρ. 3 του παρόντος άρθρου και

η) ελάχιστη διάρκεια ισχύος της σύμβασης στην περίπτωση συμβάσεων για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών που επιτελείται διαρκώς ή περιοδικώς. Στην περίπτωση τηλεφωνικών επικοινωνιών, η ταυτότητα του προμηθευτή και ο εμπορικός σκοπός της κλήσης πρέπει να διευκρινίζονται σαφώς στην αρχή οποιασδήποτε συζήτησης με τον καταναλωτή

2) **Μετά την σύναψη σύμβασης**, σύμφωνα με την παρ. 9 του άρθρου 4 Ν.2251/1994, όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 4 παρ.8-10 Ν.3587/2007, ο καταναλωτής πρέπει να λάβει σε εύθετο χρόνο κατά την εκτέλεση της σύμβασης και το αργότερο έως τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών, εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο, στο οποίο ο καταναλωτής έχει πρόσβαση, και στη γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε στην πρόταση σύναψης σύμβασης, τις ακόλουθες τουλάχιστον πληροφορίες:

²⁶ Ι.Σ. Σπυριδάκης, Γεωργιακάκη προστασία καταναλωτών 2010

α) τις πληροφορίες που υποχρεώνεται να δώσει ο προμηθευτής στον καταναλωτή πριν την σύναψη της σύμβασης όπως ρυθμίζεται και στην παρ.2

β) την επωνυμία και τη διεύθυνση του πιο προσιτού για τον καταναλωτή καταστήματος του προμηθευτή, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνεται για την επισκευή του προϊόντος

γ) τον τρόπο καταβολής του τιμήματος, περιλαμβανομένων των όρων πίστωσης ή πληρωμής με δόσεις, καθώς και τους όρους εξασφάλισης,

δ) τους όρους και τον τρόπο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με την παράγραφο 10 και, σε χωριστό έντυπο ή ηλεκτρονικό έγγραφο, υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης. Ο καταναλωτής δικαιούται κατά τον χρόνο ισχύος της σύμβασης, κατόπιν αιτήματός του, να λαμβάνει εγγράφως τις πληροφορίες αυτές.

ε) πληροφορίες σχετικές με την εξυπηρέτηση μετά την πώληση και τις υφιστάμενες εμπορικές εγγυήσεις και

στ) τους όρους καταγγελίας της σύμβασης, όταν πρόκειται για σύμβαση αόριστου χρόνου ή διάρκειας μεγαλύτερης του ενός (1) έτους.

2.6.2. Δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή

Όπως στην περίπτωση της σύμβασης εκτός καταστήματος προμηθευτή (άρθρο 3), έτσι και στις συμβάσεις εμπορίας από απόσταση ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρεί από την σύμβαση. Στο συγκεκριμένο όμως είδος σύμβασης του άρθρου 4 παρατηρούμε δύο πιθανές περιπτώσεις δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή:

1) Σύμφωνα με την τροποποιημένη παρ.8 του άρθρου 4, από το άρθρο 4 παρ7. του Ν.3587/2007, ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρεί από την σύμβαση εμπορίας από απόσταση, στην περίπτωση που περάσουν τριάντα μέρες από την εκτέλεση της παραγγελίας στον προμηθευτή και ο προμηθευτής δεν την έχει εκτελέσει ακόμα.

2) Όπως και στην περίπτωση του άρθρου 3, ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρεί από την σύμβαση εμπορίας από απόσταση αναιτιολόγητα εντός 14 ημερολογιακών ημερών, από την ημερομηνία παραλαβής του αγαθού ή της υπηρεσίας, εκτός εάν συμφωνήθηκε μεγαλύτερη προθεσμία, στο άρθρο 4 παρ. 10.²⁷

²⁷ Ελίζα Αλεξανδρίδου, δίκαιο προστ. καταναλ. 2015

2.7. Εμπορία από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών – Άρθρο 4α Ν.2251/1994

Το άρθρο 4α παρέχει τις απαραίτητες διατάξεις για τις συμβάσεις εμπορίας εξ αποστάσεως χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

2.7.1. Έννοια και πεδίο εφαρμογής

Σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 4α Ν.2251.1994, το οποίο αντικαταστάθηκε με την παρ.2 του άρθρου 5 Ν.3587/2007:

«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.»

Ως χρηματοοικονομική υπηρεσία θεωρείται σύμφωνα με το άρθρο 4α Ν.2251/1994 εδ. γ' παρ.1 «κάθε υπηρεσία τραπεζικής, πιστωτικής, ασφαλιστικής ή επενδυτικής φύσης, ή σχετική με συντάξεις και πληρωμές»

Αναφέρονται επίσης στο ίδιο άρθρο οι ειδικές συνθήκες σύναψης της σύμβασης για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες με το εδ. β' της παρ. 1 του άρθρου 4α συγκεκριμένα, η χρησιμοποίηση ενός η περισσότερων μέσων επικοινωνίας από απόσταση μέχρι την σύναψη της σύμβασης, για την κάλυψη της έλλειψης αυτοπρόσωπης και ταυτόχρονης παρουσίας των συμβαλλομένων, προς επίτευξη την ανταλλαγή των δηλώσεων τους από απόσταση²⁸.

Το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 4α παρ.2 δίνει επίσης ιδιαίτερη βαρύτητα στην προϋπόθεση πως οι διατάξεις των συμβάσεων που αφορούν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες θα εφαρμοστούν μόνο στην αρχική συμφωνία μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή. Συγκεκριμένα η παρ.2 ρυθμίζει τα εξής:

«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.»

²⁸ Παρ. Χρημ/κων υπηρεσιών, Άννα Δεσποτίδου, 2008

2.7.2. Μέσα προστασίας καταναλωτή

Για την προστασία του καταναλωτή από τους όρους συμβάσεων εμπορίας χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, που δεν τον συμφέρουν, απαραίτητες είναι οι παράγραφοι 3-13 του άρθρου 4α Ν.2251/1994 στις οποίες ρυθμίζονται τα μέσα προστασίας του καταναλωτή.

Σημαντικό μέσο προστασίας του καταναλωτή λοιπόν είναι η προσυμβατική πληροφόρηση σύμφωνα με την παρ.3. Στην ανώτερο διάταξη, ορίζεται ο χρόνος καθώς και ο τρόπος παροχής της υποχρεωτικής πληροφόρησης του καταναλωτή, το περιεχόμενό της καθώς επίσης ρυθμίζονται και οι κυρώσεις που υφίστανται σε περίπτωση που ο προμηθευτής παραβιάσει την υποχρέωση πληροφόρησης που έχει απέναντι στον καταναλωτή. Τέλος καθορίζεται πως το βάρος της απόδειξης σχετικά με την τήρηση πληροφόρησης του καταναλωτή, το έχει ο προμηθευτής²⁹.

2.7.3. Ηλεκτρονικό εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι συμβάσεις μέσω διαδικτύου είναι ιδιαίτερη μορφή συμβάσεων από απόσταση. Εξαιτίας της εξάπλωσης της χρήσης του διαδικτύου και κατά συνέπεια των συναλλαγών μέσω διαδικτύου, ο κοινοτικός νομοθέτης θέσπισε την υπ' αριθμόν οδηγία 2000/31/EK με όνομα «Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο», με σκοπό να παρέχει τις απαραίτητες διατάξεις για την συμβάσεις που συνάπτονται μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου. Εάν λοιπόν οι διατάξεις της κοινοτικής Οδηγίας και του Προεδρικού Διατάγματος για το ηλεκτρονικό εμπόριο εφαρμόζονται σε συμβάσεις που δημιουργούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο τότε θα υπερισχύσουν έναντι των εκάστοτε διατάξεων του Ν.2251/1994.

Σκοποί της οδηγίας είναι κυριότερα οι εξής:

- Λύση προβλημάτων τα οποία δεν επέτρεπαν στην ομαλή λειτουργία του ενδοκοινοτικού εμπορίου μέσω διαδικτύου.
- Ελεύθερη κυκλοφορία υπηρεσιών και πληροφοριών μεταξύ των κρατών μελών
- Εξασφάλιση της ταχύτητας των ενδοκοινοτικών συναλλαγών
- Μεγαλύτερη ασφάλεια δικαίου για τις συμβάσεις ηλεκτρονικού εμπορίου

²⁹ Βάρκα Αδάμη, Εισαγ. Στο δικαιο καταν., 2009

Η Κοινοτική Οδηγία ορίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο σαν συναλλαγές που βασίζονται μόνο σε συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικών-ψηφιακών δικτύων και το πιο διαδεδομένο μέσο φυσικά είναι το internet(διαδίκτυο). Οι συναλλαγές αυτές μπορεί να είναι:

α) Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων. B2B 'business to business', επιχείρηση εκτελεί συναλλαγές ηλεκτρονικά με άλλη επιχείρηση

β) Συναλλαγές επιχειρήσεων με καταναλωτές B2C 'business to consumer' δηλαδή επιχείρηση εκτελεί ηλεκτρονικές συναλλαγές με καταναλωτές

Επίσης γίνεται κατανοητό ότι οι συναλλαγές αυτές πραγματοποιούνται κυρίως έναντι αμοιβής.

Χάρη στο ηλεκτρονικό εμπόριο η προσφορά αγαθών και υπηρεσιών μπορεί να δοθεί στον καταναλωτή μέσω της χρήσης του διαδικτύου, ενώ πολλές άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες όπως: εμπορικές επικοινωνίες, ηλεκτρονική πλειστηριασμοί κ.α. παρέχονται επίσης μέσω της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου.³⁰

2.7.3.1. Υποχρεώσεις σύναψης σύμβασης ηλεκτρονικού εμπορίου

Ο προμηθευτής σύμβασης ηλεκτρονικού εμπορίου έχει τις ίδιες υποχρεώσεις με τον προμηθευτή σύμβασης εμπορίας από απόσταση του άρθρου 4. Επιπλέον σύμφωνα με το άρθρο 4 του Π.Δ. 131/2003, υποχρεώνεται στην συνεχή παροχή πληροφοριών στον καταναλωτή και συγκεκριμένα:

- Επωνυμία του φορέα των υπηρεσιών
- Διεύθυνση της επιχείρησης του
- Στοιχεία επικοινωνίας
- Στοιχεία της εποπτικής αρχής
- Το εμπορικό του μητρώο
- Την επαγγελματική του ένωση
- Τον επαγγελματικό του τίτλο και το κράτος μέλος του
- Οι επαγγελματικοί κανόνες που ισχύουν στο κράτος μέλος που βρίσκεται

³⁰ Δίκαιο συναλλαγών Καλλιόπη Καλ. 2007

- Ο αριθμός αναγνώρισης ΦΠΑ του
- Οι τιμές να βρίσκονται σε διαφάνεια και να συμπεριλαμβάνουν τον φόρο και τα έξοδα αποστολής ενημερώνοντας τον καταναλωτή.

Εάν ο καταναλωτής έχει αποφασίσει να παραγγείλει από τον εκάστοτε προμηθευτή ηλεκτρονικού εμπορίου τότε ο προμηθευτής υποχρεούται πριν από την ανάθεση παραγγελίας να δώσει τις εξής επιπλέον πληροφορίες:

- Εάν η σύμβαση θα αχειοθετηθεί και εάν ο καταναλωτής θα έχει πρόσβαση σε αυτήν.
- Τα τεχνικά μέσα εντοπισμού και διόρθωσης σφαλμάτων που προέκυψαν με τον ηλεκτρονικό χειρισμό πριν την ανάθεση της παραγγελίας
- την/τις γλώσσες της σύμβασης
- Τους κώδικες δεοντολογίας για την σύμβαση
- τους συμβατικούς όρους και τους ΓΟΣ με την δυνατότητα ο καταναλωτής στην αναθεώρηση και αποθήκευσής τους.

Στην περίπτωση της μη συμμόρφωσης του προμηθευτή με τις διατάξεις του ηλεκτρονικού εμπορίου, τότε το Π.Δ. 131/2003 παραπέμπει στις ρυθμίσεις του Ν.2251/1994 για την επιβολή κυρώσεων προμηθευτή εμπορίας από απόσταση.³¹

2.8. Πωλήσεις καταναλωτικών αγαθών και παροχή εγγυήσεων – άρθρο 5 Ν.2251/1994

Το άρθρο 5 του Ν. 2251/1994 με τις διατάξεις του, όπως ισχύουν μετά την τροποποίηση τους με τον Ν. 3587/2007, θέτουν το νομικό πλαίσιο για τις πωλήσεις καταναλωτικών αγαθών καθώς επίσης επισημαίνουν τις υποχρεώσεις του προμηθευτή απέναντι στον καταναλωτή. Είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο να τονιστεί ότι σύμφωνα με την παράγραφο 1 του άρθρου 5 ο προμηθευτής παρά της πώλησης αγαθών ή υπηρεσιών μπορεί να είναι:

«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.»

Τα δε καταναλωτικά προϊόντα έχουν ευρεία έννοια και συμπεριλαμβάνουν κάθε κινητό πράγμα που χρησιμοποιείτε για κατανάλωση με εξαίρεση αγαθών αναγκαστικής χρήσης όπως

³¹ Εισαγωγή στο δίκ. Προς. Κατ. Βάρκα 2009

ρεύμα, νερό, εκτός αν αυτά δεν πωλούνται σε συσκευασίες προϊόντων. Επίσης υπάρχει και η διάκριση αγαθών:

A) Διαρκή καταναλωτικά αγαθά, τα οποία η χρήση τους είναι πολλαπλή και πιθανώς μακροχρόνια. (Ρούχα, ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τηλεοράσεις, κ.α.)

B) Μιας χρήσης καταναλωτικά αγαθά ή καταναλωτικά αγαθά υπό στενή έννοια, τα οποία η χρήση τους είτε είναι μοναδική (τρόφιμα) ή πολύς μικρής διάρκειας (φάρμακα, μπαταρίες³²)

2.8.1. Υποχρεώσεις προμηθευτή των καταναλωτικών προϊόντων

Σύμφωνα με το άρθρο 5 του Ν. 2251/1994, οι υποχρεώσεις του προμηθευτή καταναλωτικών προϊόντων χωρίζονται σε τρεις 3 σημαντικές κατηγορίες:

- 1) Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή για το προϊόν
- 2) Υποχρέωση παροχής εγγύησης με την πώληση καταναλωτικού προϊόντος
- 3) Υποχρέωση εξυπηρέτησης μετά την πώληση

A. Υποχρέωση ενημέρωσης καταναλωτή για το προϊόν

Ο προμηθευτής είναι υποχρεωμένος να παρέχει εγγράφως στα ελληνικά οδηγίες χρήσης για το προϊόν που του πούλησε, ακόμα και στην περίπτωση που το προϊόν είναι μεταχειρισμένο, για να χρησιμοποιήσει ο καταναλωτής το προϊόν που αγόρασε σωστά, με ασφάλεια καθώς και να εξασφαλίσει την γνώση της συντήρησης για το προϊόν που αγόρασε ή την αποφυγή κινδύνου που μπορεί να προκύψει με την χρήση του.

Σημαντική είναι επίσης η υποχρέωση του προμηθευτή να ενημερώσει τον καταναλωτή για την διάρκεια ζωής του προϊόντος (αν πρόκειται για διαρκή καταναλωτικό αγαθό), δηλαδή για τον χρόνο που θα χρησιμοποιήσει ο καταναλωτής το προϊόν μέχρι αυτό να είναι άχρηστο. Ο τρόπος ενημέρωσης για την διάρκεια ζωής του προϊόντος γίνεται ως επί το πλείστον με το έντυπο των οδηγιών χρήσης³³.

B. Υποχρέωση παροχής εγγύησης με την πώληση καταναλωτικού προϊόντος

Η υποχρέωση παροχής εγγύησης από τον πωλητή στον καταναλωτή υπάρχει σε περίπτωση

³² Δίκαιο προστασίας Καταναλωτή Καρ. Ιωάννης 2016

³³ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή: Ελληνικό – Ενωσηικό, Ελίζα Αλεξανδρίδου, Νομική Βιβλιοθήκη 2015

που το προϊόν που αγόρασε ο καταναλωτής παρουσίασε πρόβλημα πριν τελειώσει η διάρκεια ζωής του, ή το πρόβλημα που παρουσιάστηκε μέσω της εγγυήσεως υποχρεώνει τον προμηθευτή να το διορθώσει ή ακόμα και να αντικαταστήσει το προϊόν πλήρως. Η εγγυητική ευθύνη μπορεί να ρυθμίζεται από συμβατικούς όρους και μπορεί να υπάρχουν ρήτρες εξαιρέσεις που να περιορίζουν την εγγύηση.

Η εγγύηση για να είναι έγκυρη πρέπει να δίδεται εγγράφως. Επίσης τα καίρια σημεία της πρέπει να είναι γραμμένα με κατανοητή γλώσσα, όπως για παράδειγμα η διάρκειά της. Η επωνυμία και η διεύθυνση της επαγγελματικής εγκατάστασης του εγγυητή είναι επίσης απαραίτητη. Η διάρκεια ζωής του προϊόντος είναι ο κύριος γνώμονας που καθορίζει και την διάρκεια της εγγύησης.³⁴

Γ. Υποχρέωση εξυπηρέτησης μετά την πώληση

Στην περίπτωση καινούργιων διαρκών αγαθών, ο προμηθευτής τους έχει τις εξής επιπλέον υποχρεώσεις:

α) Διαρκή παροχή τεχνικών υπηρεσιών για την συντήρηση και την επισκευή των αγαθών για το χρονικό διάστημα της διάρκειας ζωής τους.

Ο προμηθευτής μπορεί να παραπέμπει τον καταναλωτή στην επιχείρηση που συνεργάζεται και μπορεί να παρέχει τεχνική υποστήριξη, αν δεν μπορεί ο ίδιος.

β) Για όλη την προβλεπόμενη διάρκεια ζωής του αγαθού, ο προμηθευτής του είναι επίσης υποχρεωμένος στην εξασφάλιση προμήθειας ανταλλακτικών και οποιοδήποτε άλλο προϊόν απαιτείται για την χρήση του αγαθού.

Ακόμα και όταν το προϊόν δεν παράγεται πλέον, ο προμηθευτής πρέπει να εξασφαλίσει την ύπαρξη αποθεμάτων ανταλλακτικών για όλη την διάρκεια ζωής του αγαθού που προμηθεύει³⁵.

³⁴ Προστασία Καταναλωτών, Εμμανουέλλα Γεωργιακάκη, Ι.Σ. Σπυριδάκης, Εκδόσεις Σάκκουλα 2010

³⁵ Ελληνικό και Κοιν δίκαιο καταναλωτή Κορ.Ιγγ. 1998

Κεφάλαιο 3 – Διατάξεις Ουσιαστικού δικαίου (II)

3.1. Η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα – άρθρο 6 Ν.2251/1994

Η παραγωγή προϊόντων γίνεται πλέον μαζικά και αυτοματοποιημένα λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης και για την επίτευξη της μείωσης του κόστους παραγωγής. Είναι λοιπόν λογικό πως η αυτοματοποιημένη αυτή παραγωγή μπορεί να δημιουργήσει ελαττωματικά προϊόντα που θα φέρουν σε πιθανό κίνδυνο την ζωή και περιουσία των καταναλωτών καθώς λείπει η επίβλεψη και διόρθωση ή και αποφυγή λάθους παραγωγής από κάποιον άνθρωπο. Αν ένα ελαττωματικό προϊόν φτάσει στον καταναλωτή ως απόρροια της ανωτέρω διαδικασίας το ζήτημα που τίθεται από τον νόμο είναι ποιος φέρει την ευθύνη για την ζημιά που προκλήθηκε στον καταναλωτή;

Η απάντηση βρίσκεται στο άρθρο 6 του Ν. 2251/1994 στην πρώτη παράγραφο και αναφέρει το εξής: « Ο παραγωγός ευθύνεται για κάθε ζημιά που οφείλεται σε ελάττωμα του προϊόντος του.»

Δεν αφήνονται λοιπόν πολλά περιθώρια για την υπαγωγή ευθύνης με την μελέτη αυτής μόνο της παραγράφου, εφόσον εκτός της παραγράφου λείπει ο όρος υπαιτιότητα. Δηλαδή δεν υπάρχει υποκειμενική απόδειξη ευθύνης του παραγωγού με πταίσμα και έτσι θα χρειαστεί απόδειξη ότι ο παραγωγός πράγματι ευθύνεται για το ελαττωματικό προϊόν και πρέπει να αποζημιώσει τον καταναλωτή. Πρέπει λοιπόν για να αποδειχθεί ευθύνη σε παραγωγό ο καταναλωτής να αποδείξει:

- 1) Την ζημιά που υπέστη λόγω του ελαττωματικού προϊόντος
- 2) Το ελάττωμα του προϊόντος
- 3) Την αιτιολογημένη σύνδεση μεταξύ του ελαττωματικού προϊόντος και την ζημιά που προκάλεσε αυτό στον καταναλωτή

Επίσης για την υπαγωγή ευθύνης, κριτήριο είναι η αυτοτέλεια και ανεξαρτησία του παραγωγού ως επιχειρηματία.

Για παράδειγμα δεν έχουν αντικειμενική ευθύνη στον καταναλωτή που υπέστη ζημιά λόγω ελαττωματικού προϊόντος πρόσωπα που έχουν εξάρτηση νομική ή και οικονομική προς την επιχείρηση όπως για παράδειγμα: εργαζόμενοι τμήματος marketing, διευθυντικά στελέχη και συνεργάτες. Όμως οι ανεξάρτητοι επαγγελματίες που λειτουργούν με αυτοτέλεια και ανεξαρτησία και έχουν ευθύνη σε διάφορα στάδια της παραγωγής καθώς και διανομής προϊόντων τότε υπέχουν την ευθύνη του παραγωγού.

Ιδιαίτερη περίπτωση εμφανίζεται όταν μια μητρική εταιρία θεωρείτε ως συμπαραγωγός της παρασκευάστριας θυγατρικής της και αν η παρασκευάστρια θυγατρική παράγει ελαττωματικά προϊόντα την ευθύνη παραγωγού την αποκτά αυτόματα και η μητρική αλλά και η θυγατρική εταιρία ταυτόχρονα.

Την ευθύνη παραγωγού του Ν 2251/1994 του άρθρου 6 μπορούν να την έχουν και ο προμηθευτής και ο εισαγωγέας αν το ελαττωματικό προϊόν δεν ήταν σφάλμα του παραγωγού αλλά προέκυψε από την αμέλεια η δόλο η υπαίτια τους και όσα προϋποθέτει το άρθρο 6 με τις διατάξεις του³⁶.

3.1.1. Έννοια του παραγωγού

Σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν. 2251/1994 παράγραφος 2 δίδεται μια ευρύ έννοια για τον παραγωγό:

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.

Συγκεκριμένα παραγωγός είναι αυτός που καθορίζει τη διαδικασία παραγωγής, με σκοπό να προωθήσει σε κυκλοφορία το τελικό προϊόν για να αποκομίσει κέρδος.

Έτσι έχουμε δύο σημαντικές διακρίσεις παραγωγού και είναι οι εξής

1) Πραγματικός παραγωγός: Ο κατασκευαστής του τελικού προϊόντος (δηλαδή το πρόσωπο που έκανε την τελική επεξεργασία στο προϊόν κάνοντάς το τελικό προϊόν και έτοιμο να κυκλοφορήσει στην αγορά για να το αγοράσει ο καταναλωτής σαν τελικός αποδέκτης και να το χρησιμοποιήσει.

2) Οιονεί παραγωγός: Είναι το πρόσωπο που θέτει στο προϊόν το σήμα, την επωνυμία ή οποιοδήποτε άλλο διακριτικό γνώρισμα στο προϊόν και έτσι εμφανίζεται σαν οιονεί παραγωγός του (παρότι δεν είναι ο κατασκευαστής του)³⁷.

³⁶ Α. Βάρκα Αδάμη εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2009

³⁷ Προστασία Καταναλωτών, Εμμανουέλλα Γεωργιακάκη, Ι.Σ. Σπυριδάκης, Εκδόσεις Σάκκουλα 2010

3.1.2. Η έννοια του προϊόντος

Προϊόν είναι το κάθε ενσώματο κινητό πράγμα καθώς και το συστατικό του ή μέρος άλλου πράγματος. Για κινητά πράγματα μπορεί να είναι καινούργια ή μεταχειρισμένα. Για μεταχειρισμένα ο κατασκευαστής μπορεί να αποδείξει πως το ελάττωμα δεν υπήρχε όταν το προϊόν κυκλοφόρησε εξ αρχής σαν καινούργιο. Στην έννοια προϊόντος συμπεριλαμβάνεται και το ηλεκτρικό ρεύμα, υγραέριο, φυσικό αέριο, μαγνητισμός ψυκτική ενέργεια, εφόσον περιορίζονται σε χώρο και υπόκεινται σε εξουσίαση. Δεν υπάγονται ακίνητα και εγκαταστάσεις π.χ. γέφυρες οδοί σπίτια.

Προϊόντα θεωρούνται επίσης τα τεχνητά μέλη ανθρώπινου σώματος ακόμα και αν αυτά είναι μέσα στον ανθρώπινο οργανισμό π.χ. οδοντοστοιχίες, βηματοδότες, τεχνητά άκρα) και ο τεχνίτης αυτών μπορεί να θεωρηθεί παραγωγός.

Υπάγονται στην έννοια προϊόντα επίσης:

- Ζώντα ζώα, προϊόντα κτηνοτροφίας, αλειίας μελισσοκομίας, γεωργικές πρώτες ύλες, προϊόντα κυνηγιού. Παράδειγμα ελαττώματος προϊόντος (όπως θα δούμε και παρακάτω) στις ανωτέρω περιπτώσεις μπορεί να είναι μολυσματική ασθένεια που μεταδόθηκε σε καταναλωτή
- Οι μικροοργανισμοί
- Βιομηχανικά απόβλητα με προϋπόθεση ή ανακύκλωσης, ή περαιτέρω χρήσης τους ως πρώτη ύλη.
- Έργα τέχνης όπως δίσκοι μουσικής.
- Προγράμματα λογισμικού Ηλεκτρονικών Υπολογιστών.

Αν η παροχή υπηρεσιών δεν συνδέεται με παραγωγή προϊόντων τότε δεν υπάρχει ειδική ευθύνη παραγωγού. Αν συνδέεται τότε υφίσταται η ευθύνη.

Προϊόν λοιπόν δεν είναι κάποιο άυλο αγαθό, όπως υπηρεσία (π.χ. από δικηγόρο) ή η οποιαδήποτε πληροφορία εκτός αν η πληροφορία αυτή είναι ενσωματωμένη σε αντικείμενο όπως (εκδοτικό προϊόν, CD κ.α.) Άρα η ίδια η πληροφορία δεν είναι προϊόν αλλά θα μπορέσει να γίνει εάν ενσωματωθεί σε πράγμα που θα το κάνουν επιθυμητό από τους καταναλωτές και θα αποκτηθεί μέσω της αγοράς. Η δε ενσωματωμένη πληροφορία θα πρέπει να δίνει πραγματικές πληροφορίες όπως π.χ. (γνώση ξένης γλώσσας) και να μην είναι αξιολογική επιστημονική κρίση.

Επίσης για να δοθεί η ευθύνη στον παραγωγό θα πρέπει να εφαρμόζονται και οι ειδικότερες προϋποθέσεις όπως :

- Προέλευση του προϊόντος από παραγωγό
- Ένταξη κατασκευής προϊόντος στο πλαίσιο επιχειρηματικής δράσης παραγωγού
- Θέση προϊόντος σε κυκλοφορία από παραγωγό³⁸

3.1.3. Διαπίστωση του ελαττώματος του προϊόντος

Το πραγματικό ελάττωμα προϊόντος υπάρχει όταν το προϊόν δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση ή στην συναλλακτική υποχρέωση του παραγωγού. Σύμφωνα με ρυθμίσεις του Ν. 2251/1994 η ευθύνη εντοπίζεται στην ελλιπή ασφάλεια του προϊόντος. Πρόκειται για ελάττωμα προϊόντος το οποίο δεν τηρεί όρους ασφαλείας ή και την σωστή διαδικασία παραγωγής που είναι προκαθορισμένες από τον παραγωγό.

Κατηγορίες ελαττωμάτων στα προϊόντα είναι:

- Ελαττώματα στον σχεδιασμό παραγωγής προϊόντος
- Ελαττώματα τελικής δομής προϊόντος
- Ελαττώματα στην σύσταση προϊόντων
- Ελαττώματα που προέκυψαν από την εκτέλεση της παραγωγής
- Ελαττώματα στις οδηγίες χρήσης

Βασικά όμως κριτήρια διαπίστωσης ελαττώματος είναι:

- Το προϊόν δεν έχει προβλεπόμενη απόδοση σύμφωνα με προδιαγραφές του.
- Το προϊόν δεν παρέχει αναμενόμενη ασφάλεια προδιαγραφών του (εσωτερική εμφάνιση, αναμενόμενη χρήση προϊόντος)
- Χρόνος οποίος τέθηκε σε κυκλοφορία το προϊόν

Η ύπαρξη ελαττώματος δεν συνδέεται με υπαιτιότητα για τον παραγωγό του ελαττωματικού προϊόντος και η προστασία του καταναλωτή έτσι είναι η μέγιστη. Συνεπώς, το πρόσωπο που πραγματικά θα ευθύνεται για το ελαττωματικό προϊόν θα υπάγεται στις διατάξεις του Ν. 2251/1994 και έτσι θα έχει την ευθύνη του παραγωγού³⁹.

³⁸ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή: Ελληνικό – Ενωσιακό, Ελίζα Αλεξανδρίδου, Νομική Βιβλιοθήκη 2015

³⁹ Α. Βάρκα Αδάμη εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2009

3.1.4. Έννοια ζημιάς που προκλήθηκε και πρέπει να αποκατασταθεί

Ο παραγωγός υποχρεούται να καλύψει ζημιά που προκλήθηκε σε καταναλωτή, μόνο όταν η ζημιά που προκλήθηκε έχει να κάνει με το ελαττωματικό προϊόν στον καταναλωτή ή στην περιουσία του και μόνο όταν ευθύνεται ο ίδιος σύμφωνα με τον Ν. 2251/1994.

Η άμεση περιουσιακή ζημιά καταναλωτή εξαιτίας ελαττωματικού προϊόντος καλύπτεται όχι γενικά αλλά στο μέτρο βλάβης ζωής, υγείας και σωματικής ακεραιότητα πλην του προϊόντος περιουσιακά στοιχεία.

Συγκεκριμένα έχουμε τις εξής κατηγορίες ζημιών:

1) Περιουσιακή ζημιά, περιλαμβάνεται σύμφωνα με το άρθρο 6 μόνο ζημιά από σωματικές βλάβες (συμπεριλαμβανομένου θανάτου) , και οι υλικές ζημιές οι οποίες ξεπερνούν τα 500 € , πέρα από την αξία του προϊόντος.

2) Μη περιουσιακή ζημιά (ηθική βλάβη), πρόκειται για ζημιά αποτελέσματος ελαττωματικού προϊόντος το οποίο προκάλεσε στον καταναλωτή, ηθική βλάβη και ψυχική οδύνη. Χρηματική ικανοποίηση στην προκειμένη περίπτωση, υπάρχει μέσω των ρυθμίσεων τόσο του Ν. 2251/1994 όσο και των ειδικών ρυθμίσεων του Αστικού Κώδικα 914 όπου «Όποιος ζημιώσει άλλον παράνομα και υπαίτια έχει υποχρέωση να τον αποζημιώσει⁴⁰.»

3.1.5. Απαλλαγή παραγωγού από την ειδική ευθύνη

Το άρθρο 6 του Ν. 2251/1994 παρέχει λόγους της απαλλαγής της ειδικής ευθύνης του παραγωγού ελαττωματικού προϊόντος και είναι αναφορικά οι εξής:

- Μη θέση προϊόντος σε κυκλοφορία (1. Προϊόν τέθηκε σε κυκλοφορία εκουσίως από παραγωγό υποκειμενικά 2. Προϊόν έχει βγει από την παραγωγική διαδικασία)

- Μη ύπαρξη ελαττώματος κατά χρόνο θέσης προϊόντος σε κυκλοφορία

Ο οιονεί παραγωγός, εισαγωγέας και προμηθευτής φέρουν ευθύνη όταν πήραν από

⁴⁰ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Καρακώστας Ιωάννης 3η έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη 2016

παραγωγό προϊόν χωρίς ελάττωμα και το κατέστησαν οι ίδιοι ελαττωματικό με δικές τους πράξεις ή παραλείψεις.

- Παραγωγή προϊόντος με πρόθεση ιδιωτικής χρήσης (παραγωγή δεν έγινε στο πλαίσιο εμπορικής δραστηριότητας παραγωγού)
- Παραγωγή προϊόντος τηρούμενων κανόνων αναγκαστικού δικαίου
- Έλλειψη δυνατότητας διαπίστωσης ελαττώματος λόγω επιπέδου γνώσεων
- Ελάττωμα λόγω σχεδιασμού κύριου προϊόντος με ενσωμάτωση συστατικού ή οδηγίες που παρείχε ο κατασκευαστής (παραγωγός δεν ευθύνεται να αποδείξει το ελάττωμα οφείλεται στο σχεδιασμό τελικού ή ενδιάμεσου προϊόντος.) Ο παραγωγός και πάλι δεν απαλλάσσεται από της δικής του ευθύνης για το ελαττωματικό συστατικό⁴¹.

3.1.6. Απόσβεση και παραγραφή δικαιωμάτων καταναλωτή

Σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν. 2251/1994 παράγραφος 13, υπάρχουν τρία έτη παραγραφής ειδικής ευθύνης παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων, ξεκινώντας από την στιγμή που ο καταναλωτής πληροφορήθηκε ή όφειλε να πληροφορηθεί για την ταυτότητα του παραγωγού για το ελάττωμα και την ζημιά που προκλήθηκε.

Επίσης μετά από δέκα έτη κυκλοφορίας ελαττωματικού προϊόντος, τα δικαιώματα του καταναλωτή αποσβήνονται. Οι προθεσμίες αυτές ισχύουν μόνο σε εξωτερικές σχέσης μεταξύ ζημιωθέντος και υπόχρεου⁴².

⁴¹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή: Ελληνικό – Ενωσιακό, Ελίζα Αλεξανδρίδου, Νομική Βιβλιοθήκη 2015

⁴² Εισαγωγή στο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Α. Βάρκα-Αδάμη, Νομική Βιβλιοθήκη 2009

3.2. Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών - Άρθρο 7 Ν.2251/1994

Το αναθεωρημένο άρθρο 7 του Ν.2251/1994 περιέχει 14 παραγράφους με τις απαραίτητες διατάξεις που ρυθμίζουν την εξασφάλιση της υγείας και ασφάλειας των καταναλωτών.

3.2.1. Διατάξεις για την ασφάλεια και υγεία καταναλωτών

Το άρθρο αρχικά (παρ. 1) αναφέρεται στην υποχρέωση όλων των προμηθευτών να διαθέτουν μόνο ασφαλή προϊόντα στην αγορά. Η παράγραφος αυτή, βασίζεται στην οδηγία 92/59/ΕΟΚ η οποία ρυθμίζει την γενική ασφάλεια των καταναλωτικών προϊόντων και έχει ως ανώτερο σκοπό την εναρμόνιση όλων των Ευρωπαϊκών κρατών-μελών στην οδηγία αυτή.

Οι διατάξεις του άρθρου 7 παρότι είναι αυτόνομες συμπληρώνουν ταυτόχρονα τις διατάξεις για την ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων, συγκεκριμένα παρ. 5 άρθρου 6 του ίδιου Νομού. Συνεπάγεται λοιπόν το ελάττωμα προϊόντος και με την επικινδυνότητά του.

Η ασφάλεια του προϊόντος καθορίζεται από την τρίτη παράγραφο του άρθρου 7 Ν.2251/1994 σύμφωνα με το οποίο πληρούνται 4 στοιχεία ικανοποίησης της ασφάλειας ενός προϊόντος. Συγκεκριμένα η παράγραφος 3 ρυθμίζει:

«Ασφαλές, θεωρείται το προϊόν το οποίο, 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 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 υπόψιν, 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.»⁴³

⁴³ Κορνήλια Ιγγ. Ελλ. Και κοιν. Δίκαιο 1998

Είναι επίσης προφανές από την ανώτερο παράγραφο πως είναι σχετικά αδύνατο να υπάρχει πάντοτε απόλυτη ασφάλεια σε όλα τα προϊόντα της αγοράς. Όσον αφορά τον προμηθευτή και την υποχρέωσή του για την παροχή προϊόντων υψηλής ασφάλειας, αρκεί σύμφωνα με την παρ. 5 να συμμορφωθεί με τους κανόνες του κοινοτικού και ελληνικού δικαίου. Σε κάθε περίπτωση εάν τα προϊόντα παρουσιάζουν ή ενδέχεται να παρουσιάσουν κινδύνους για την ασφάλεια και την υγεία των καταναλωτών, τότε η παρ. 6 προβλέπει την απόσυρσή τους από την αρμόδια αρχή. Η διαδικασία και οι όροι της απόσυρσης, ρυθμίζονται από απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης.

Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι οι παραγωγοί εκτός της συμμόρφωσης τους με την παρ.1 αρ.7 Ν.2251/1994 επίσης οφείλουν:

- α) στην παροχή στον καταναλωτή πληροφορίες στην ελληνική γλώσσα για το προϊόν, ώστε να μπορεί να αναθεωρήσει και ο καταναλωτής τους πιθανούς κινδύνους του προϊόντος,
- β) στην λήψη όλων των απαραίτητων μέτρων από την πλευρά τους για να ενημερώνονται οι καταναλωτές για όλους τους κινδύνους που ενδέχεται να παρουσιάσουν τα προϊόντα που προμηθεύουν.⁴⁴

3.2.2. Ψυχική υγεία των ανηλίκων - Άρθρο 7α Ν.2251/1994

Το άρθρο 7α είναι συμμορφωμένο με τις κοινοτικές οδηγίες, καθώς επίσης προστέθηκε με το άρθρο 9 του Ν.3587/2007. Ρυθμίζει στην παρ.1 την υποχρέωση των προμηθευτών να παρέχουν στην αγορά προϊόντα τα οποία δεν ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή και την ηθική ακεραιότητα των ανηλίκων. Τα προϊόντα που ενέχουν τους κινδύνους αυτούς σύμφωνα με την παρ.2 μπορεί να καλύπτουν μια από τις 6 παρακάτω περιπτώσεις:

- 1) προκαλούν στους ανηλίκους, ανασφάλεια ή φόβο
- 2) παροτρύνουν, άμεσα ή έμμεσα, σε επιθετική συμπεριφορά και σε χρήση ή άσκηση βίας
- 3) προσβάλλουν την ανθρώπινη αξιοπρέπεια
- 4) προτρέπουν στην υιοθέτηση προτύπων συμπεριφοράς που δεν συνάδουν με τους ηθικούς και νομικούς κανόνες της σύγχρονης κοινωνίας ή είναι επιζήμια για το περιβάλλον
- 5) καλλιεργούν διακρίσεις λόγω φυλής, φύλου, θρησκείας, ιθαγένειας ή αναπηρίας
- 6) παροτρύνουν σε εθισμούς και δραστηριότητες που είναι επιβλαβείς για τους ίδιους

Στην παρ.5 δημιουργείται η υποχρέωση σε παραγωγούς και εισαγωγείς προϊόντων

⁴⁴ Δικ. Προς. Καταναλωτών.Βας.Α. Δουβ.2008

απασχόλησης ελεύθερου χρόνου και ψυχαγωγίας, όπως ηλεκτρονικά παιχνίδια, της ταξινόμησης των προϊόντων αυτών στις ηλικιακές ομάδες που απευθύνονται. Έτσι ώστε για παράδειγμα να μην βρεθεί σε κατοχή ανηλικού ηλεκτρονικό παιχνίδι που προωθεί βία.

Ο Υπουργός Ανάπτυξης σύμφωνα με την παρ.3 μπορεί με σχετική του απόφαση να επιβάλει πρόσθετα μέτρα προστασίας ανηλικών όπου κριθεί απαραίτητο, αφού λάβει την γνωμοδότηση της Επιτροπής Προστασίας Ανηλικών. Τέλος η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή συνιστά την Επιτροπή Προστασίας Ανηλικών, η οποία συμβουλεύει και γνωμοδοτεί των Γενικό Γραμματέα Καταναλωτή για θέματα που αφορούν το παρόν άρθρο.⁴⁵

3.3.1. Ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες – άρθρο 8 Ν.2251/1994

Οι διατάξεις του άρθρου 8 του Ν. 2251/1994, μετά την τροποποίησή τους με τον Ν. 3587/2007, ρυθμίζουν την υπαγωγή του παρέχοντος υπηρεσίες συγκεκριμένα με τις 6 ακόλουθες παραγράφους:

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 παρεχόμενης υπηρεσίας,

⁴⁵ Ελίζα Αλεξανδρίδου Δικ. Προς. Καταν. 2015

- 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.

Η διαφορά του άρθρου 8 με το άρθρο 6 του Ν. 2251/1994 φαίνεται στα εξής:

- Σε αντίθεση με την ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων, η ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες προϋποθέτει την υπαιτιότητα.
- Δεν υπάρχει η συμβατική σχέση μεταξύ καταναλωτή-αποδέκτη των υπηρεσιών και του υπόχρεου-παρόχου των υπηρεσιών. Με άλλα λόγια δεν υπάρχει καταναλωτική σύμβαση.

Προϋποθέσεις καταλογισμού ευθύνης στον παρέχοντα υπηρεσίες:

- Παροχή υπηρεσιών, υπάρχουν 2 ειδικές προϋποθέσεις για την παροχή υπηρεσιών.

1) Θετική προϋπόθεση, όταν η υπηρεσία παρέχεται με ανεξάρτητο τρόπο (μέσω εξειδίκευσης επαγγέλματος)

2) Αρνητική προϋπόθεση, δεν θεωρείται υπηρεσία η κατασκευή προϊόντων ή η μεταβίβαση εμπράγματων δικαιωμάτων ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας

- Υπαιτιότητα, λαμβάνοντας υπόψη το είδος της παροχής υπηρεσιών καθώς επίσης και την τεχνική χρησιμοποίησης τους και το νομοθετικό πλαίσιο, γίνεται προσπάθεια για το αν ο παρέχον υπηρεσίες έχει υπαιτιότητα

- Ζημία, αν μέσω της παροχής υπηρεσιών προκληθεί στον καταναλωτή της υπηρεσίας οποιασδήποτε μορφής ζημιά.

- Αιτιώδης συνάφεια μεταξύ παροχής ζημίας και παροχής υπηρεσίας, υπάρχει όταν η ζημιά που προκλήθηκε από παροχή υπηρεσιών συνδέεται με το επίσημο αποτέλεσμα⁴⁶.

3.4. Διαφήμιση - Άρθρο 9 Ν.2251/1994

Η διαφήμιση είναι η σημαντικότερη ενέργεια που χρησιμοποιεί το τμήμα marketing μιας επιχείρησης για να φέρει σε επαφή τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει στο καταναλωτικό κοινό. Τις τελευταίες δεκαετίες μάλιστα έχει γίνει ο πιο απαραίτητος τρόπος για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών μιας επιχείρησης προς τους καταναλωτές. Μέσω της διαφήμισης, ο καταναλωτής ενημερώνεται για το προϊόν ή τις υπηρεσίες που διαφημίζει η επιχείρηση και έτσι ο καταναλωτής μπορεί να αποκτήσει την ανάγκη για το προϊόν ή υπηρεσία που διαφημίστηκε σε αυτόν. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο κεφάλαιο αυτό υπάρχει, στην νομική έννοια της διαφήμισης, στην προστασία του καταναλωτή ως δέκτη του διαφημιστικού μηνύματος καθώς επίσης και σε διάφορα είδη διαφημίσεων.

Το άρθρο 9 του Ν. 2251/1994 παρουσιάζει τις απαραίτητες διατάξεις που οι διαφημιζόμενοι θα πρέπει να ακολουθήσουν ρητά. Συγκεκριμένα από την πρώτη παράγραφο του άρθρου 9 δίνεται η έννοια της διαφήμισης:

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.

Οι υπόλοιπες παράγραφοι του άρθρου 9, καλύπτουν επίσης την προστασία των καταναλωτών έναντι καταχρηστικών διαφημίσεων, την προστασία των προμηθευτών καθώς επίσης και γίνεται αναφορά στα είδη των διαφημίσεων:

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

⁴⁶ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Καρακώστας Ιωάννης 3η έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη 2016

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 90⁴⁷

3.4.1. Τροποποιήσεις του άρθρου 9 Ν. 2251/1994 με τον Ν. 3587/2007

Το άρθρο 9 του Ν. 2251/1994 ισχύει και σήμερα όμως είναι τροποποιημένο από τον νομό 3587/2007 στο άρθρο 11 ως εξής:

1. Η παράγραφος 1 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994 αντικαθίσταται και συμπληρώνεται ως εξής:

«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 τη διατύπωση και την αναθεώρηση ενός κώδικα συμπεριφοράς ή και για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης προς τον κώδικα όσων αναλαμβάνουν να δεσμεύονται από αυτόν.»

⁴⁷ Eccgreece.gr/wp-content/uploads/2015/07/N2251-1994-enc2007-el1.pdf

2. Οι παράγραφοι 2, 3, 4, 5, 6 και 7 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994 καταργούνται.

3. Η παράγραφος 8 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994 αναριθμείται ως παράγραφος 2 και αντικαθίσταται ως εξής:

«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 τη 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.»

4. Οι παράγραφοι 8α και 9 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994 αναριθμούνται ως παράγραφοι 3 και 4, αντίστοιχα.

5. Οι παράγραφοι 10, 11, 12 και 13 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994 καταργούνται και μετά την παράγραφο 4 προστίθεται παράγραφος 5 ως εξής:

«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. Μετά την προστεθείσα παράγραφο 5 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994 προστίθεται παράγραφος 6, ως εξής:

«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 της παραγράφου 1.»

7. Η παράγραφος 14 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994 αναριθμείται ως παράγραφος 7.

8. Μετά την παράγραφο 7 του άρθρου 9 του ν. 2251/1994, προστίθεται παράγραφος 8 ως εξής:

«8. Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται αναλόγως οι διατάξεις του άρθρου 9θ.»⁴⁸

3.4.2. Η προστασία του καταναλωτή σαν δέκτη του διαφημιστικού μηνύματος

Στο άρθρο 4 του Ν 2251/1994, όπως τροποποιήθηκε με το Ν. 3587/2007, ο αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος θεωρείται και καταναλωτής. Κατά συνέπεια εφαρμόζονται οι προστατευτικές διατάξεις υπέρ του καταναλωτή και στην περίπτωση της διαφήμισης. Σημειώνεται πως το διαφημιστικό μήνυμα που δεν στοχεύει στην προώθηση πωλήσεων με στόχο το κέρδος, άρα το διαφημιστικό μήνυμα μη εμπορικού περιεχομένου δεν υπάγεται στις ρυθμίσεις του νόμου για την προστασία του καταναλωτή.

Η σύμβαση της διαφήμισης, σαν σύμβαση, ακολουθεί την αρχή της ελευθερίας συμβάσεων του άρθρου 361 του Αστικού Κώδικα. Ο διαφημιζόμενος δεν έχει μεγάλη επιρροή στην σύμβαση αυτή επειδή είναι και ο ασθενέστερος συμβαλλόμενος και έτσι περιορίζεται στην απλή συγκατάθεση των Γενικών Όρων Συναλλαγών της σύμβασης. Υπάρχουν φορές όμως που εταιρίες με μεγάλο μερίδιο αγοράς να αποτελέσουν το ασθενέστερο συμβαλλόμενο, καθώς πρέπει να έχουν Γενικούς Όρους Συναλλαγών που θα εξυπηρετούν τα συμφέροντα των περισσότερων καταναλωτών τους, έτσι ώστε να διατηρήσουν το μερίδιο αγοράς τους⁴⁹.

Τέλος στο άρθρο 9 του Ν. 2251/1994 υπάρχει διάταξη που απαγορεύει κάθε μορφής αθέμιτης διαφήμισης και συγκεκριμένα «κάθε διαφήμιση που προσβάλλει τα χρηστά ήθη»

⁴⁸ Lawspot.gr/3587-2007

⁴⁹ Προστασία Καταναλωτή από την διαφήμιση, Ειρήνη Π. Ζέη, Εκδόσεις Σάκκουλα 2006

3.4.3. Συγκριτική διαφήμιση

Σύμφωνα με το τροποποιημένο άρθρο 9 παράγραφος 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.»

Έμμεσος προσδιορισμός ταυτότητας ενός ανταγωνιστή, υπάρχει όταν μια διαφήμιση δεν αναφέρεται επώνυμα στον ανταγωνιστή της, αλλά ο καταναλωτής μέσω της κατανόησης της διαφήμισης μπορεί να καταλάβει με ποιόν ανταγωνιστή της συγκρίνει την διαφήμισή του, μέσω του συνειρμού του νοήματός της.

Αρχικά η ελληνική νομολογία θεώρησε την συγκριτική διαφήμιση αθέμιτη και απαγορευτική και επιτρεπόταν υπό εξαιρέσεις. Σήμερα όμως η συγκριτική διαφήμιση, σύμφωνα με την νομολογία του ΔΕΚ, επιτρέπεται και είναι θεμιτή αφού: δείχνει πλεονεκτήματα προβαλλόμενων αγαθών ή υπηρεσιών σε σχέση με αντίστοιχα που προσφέρονται από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, επισημαίνοντας τις διαφορές μεταξύ τους μέσω της περιγραφής των κύριων χαρακτηριστικών τους.⁵⁰

Η συγκριτική διαφήμιση με την παρ.2 Ν 2251/1994 είναι θεμιτή αρκεί να ισχύουν οι εξής προϋποθέσεις:

- Η συγκριτική διαφήμιση να μην είναι παραπλανητική.
- Διαφήμιση με ειδική προσφορά δίνει στον διαφημιζόμενο ειδικές υποχρεώσεις για να μην παραπλανείται ο καταναλωτής. Πότε λοιπόν λήγει η προσφορά ή αν υπάρχει διαθεσιμότητα. Ή ο ορισμός της έναρξης της προσφοράς να ειπωθεί η ημερομηνία έναρξής της.

3.4.4. Άμεση διαφήμιση

Με την άμεση διαφήμιση το μήνυμα της μεταδίδεται απευθείας στον καταναλωτή χωρίς χρήση τηλεπικοινωνίας ή ηλεκτρονικών μέσων. Υπάρχουν περιπτώσεις όπου ο διαφημιζόμενος της άμεσης διαφήμισης διεισδύει στην ιδιωτική ζωή του καταναλωτή και ως απόρροια παραβιάζεται το συνταγματικό δίκαιο προστασίας της προσωπικότητάς του καθώς επίσης και των προσωπικών του δεδομένων.

Τα μέσα σύμφωνα με τον νόμο μετάδοσης της άμεσης διαφήμισης μπορεί να είναι:

- Τηλέφωνο
- Τηλεομοιοτυπία (fax)

⁵⁰ Προστασία Καταναλωτή από την διαφήμιση, Ειρήνη Π. Ζέη, Εκδόσεις Σάκκουλα 2006

- Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
- Αυτόματες κλήσεις
- Ηλεκτρονικά μηνύματα
- μηνύματα σε κινητά τηλέφωνα
- Οποιαδήποτε άλλα ηλεκτρονικά μέσα

Η ανθρώπινη παρέμβαση δεν είναι απαραίτητη αλλά μπορεί και να υπάρχει ανάλογα με την περίπτωση. Προϋπόθεση για την νόμιμης χρήσης της άμεσης διαφήμισης είναι ο αποδέκτης της να έχει συμφωνήσει εκ των προτέρων ρητώς (άρθρο 11 Ν. 3471/2006). Επίσης ο δέκτης μπορεί να ζητήσει να μην συνεχιστεί η επικοινωνία του μηνύματος. Όσον αφορά διαφημίσεις σε ιστοσελίδες υπάρχει η επιλογή «δεν επιθυμείτε την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων σας και την αποστολή ενημερωτικού υλικού.»⁵¹

3.4.5. Έμμεση διαφήμιση

Σύμφωνα με το άρθρο 9 του Ν. 2251/1994 «αθέμιτη είναι η διαφήμιση, που προβάλλει εμμέσως προϊόντα άλλα από εκείνα που αποτελούν το εμφανές περιεχόμενο του διαφημιστικού μηνύματος, χωρίς η προβολή αυτή να αποτελεί νοηματικά ουσιώδες και αναπόσπαστο τμήμα του.»

Συγκεκριμενισμένη ή έμμεση διαφήμιση, είναι είτε η προφορική είτε η οπτική παρουσίαση εμπορευμάτων, υπηρεσιών, επωνυμίας ή και σήματος επιχείρησης η οποία γίνεται σκόπιμα από ραδιοτηλεοπτικό φορέα με διαφημιστικό τρόπο και μπορεί να παραπλανήσει τον αποδέκτη, αναφορικά με την παρουσίαση του μηνύματος. Η παρουσίαση τέτοιου διαφημιστικού μηνύματος θα θεωρηθεί σκόπιμη εάν πραγματοποιηθεί μέσω οποιασδήποτε αμοιβής.

Έτσι σύμφωνα με τους όρους της μετάδοσης, η συγκεκριμενισμένη διαφήμιση είναι παράνομη καθώς δεν είναι εύκολα αναγνωρίσιμη σαν διαφήμιση από το κοινό της ούτε και επισημαίνεται η διαφάνεια της σαν διαφήμιση με την χρήση οπτικών ή/και ακουστικών μέσων⁵².

⁵¹ Προστασία Καταναλωτή από την διαφήμιση, Ειρήνη Π. Ζέη, Εκδόσεις Σάκκουλα 2006

⁵² Βάρκα Α. Αδάμη εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2009

3.4.6. Τηλεοπτική διαφήμιση

Σύμφωνα με την οδηγία 97/36 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, η τηλεοπτική διαφήμιση αποτελεί κάθε μορφή τηλεοπτικού μηνύματος το οποίο μεταδίδεται έναντι πληρωμής για λόγους αυτοπροβολής από δημόσια ή ιδιωτική επιχείρηση στο πλαίσιο εμπορικής δραστηριότητας, με σκοπό την προώθηση προϊόντος ή παροχής υπηρεσιών.

Υπάρχουν ειδικές ρυθμίσεις για τον τρόπο και χρόνο προβολής τηλεοπτικών διαφημιστικών μηνυμάτων όπως μερικές είναι:

- Τα διαφημιστικά μηνύματα παρεμβάλλονται μεταξύ των εκπομπών και μπορούν να παρεμβάλλονται και κατά την διάρκεια εκπομπών, αν δεν θίγεται η αξία των εκπομπών, λαμβάνοντας υπόψη τις φυσικές διακοπές του προγράμματος, καθώς και τη διάρκεια και τη φύση του.

- Στις εκπομπές που αποτελούνται αυτόνομα μέρη ή σε αθλητικές εκπομπές και σε γεγονότα και θεάματα ανάλογης διάρθρωσης που περιλαμβάνουν διαλείμματα, τα διαφημιστικά μηνύματα παρεμβάλλονται μόνο μεταξύ των αυτόνομων μερών ή στα διαλείμματα.

Όσον αφορά τον χρόνο μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων απαραίτητη είναι η εξής διάταξη:

Ο χρόνος μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων δεν πρέπει να υπερβαίνει το δεκαπέντε τοις εκατό του μεταδιδόμενου κάθε μέρα συνολικού τηλεοπτικού προγράμματος. Ειδικά για κατόχους αδειών παροχής συνδρομητικών τηλεοπτικών εταιριών, ο επιτρεπόμενος χρόνος δεν πρέπει να υπερβαίνει το σαράντα τοις εκατό του χρόνου μετάδοσης διαφημιστικών μηνυμάτων⁵³.

⁵³ Καρακώστας Ι. Δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2016

Κεφάλαιο 4. Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και οργανωτικές διατάξεις

4.1. Νομοθετικό πλαίσιο Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών

Οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, πρόκειται για νομικούς κανόνες που ο κάθε επαγγελματίας ασκώντας την επαγγελματική του δραστηριότητα, οφείλει να τηρεί ολοκληρωτικά. Είναι ουσιαστικά επιπλέον διατάξεις που δουλεύουν υπέρ της προστασίας του καταναλωτή και ειδικότερα υπέρ της προστασίας ευάλωτων ομάδων καταναλωτών(π.χ. ανήλικους, υπερήλικους κ.α.), αφού αναγκάζουν τον επιχειρηματία/επαγγελματία που δεν τις ακολούθησε στην επιβολή πολύ πιο αυστηρών διατάξεων.

Στον Ν. 2251/1994 στο άρθρο 9α-9θ καλύπτονται οι διατάξεις και ρυθμίσεις για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Η τροποποίηση του με τον Ν. 3587/2007 καθιέρωσε τα ανωτέρα άρθρα για να ενσωματωθεί με την κοινοτική Οδηγία 2005/29/EK περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Ο στόχος της ανωτέρω τροποποίησης, έγινε λόγω της προσπάθειας να είναι πιο ελεύθερο το εμπόριο και να μην εμποδίζεται από τις εθνικές ρυθμίσεις κάθε κοινότητας για τις εμπορικές πρακτικές. Συνεπώς, η τροποποίηση έγινε με σκοπό να ακολουθούνται οι εμπορικές πρακτικές σε διεθνή επίπεδο με τις ίδιες ρυθμίσεις.

4.1.1. Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών

Η Ελληνική νομοθεσία ενσωμάτωσε το άρθρο 5 της Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου 2005/29/EK, με το άρθρο 9γ σύμφωνα με το οποίο: «απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που υιοθετούνται πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν»

Ειδικότερα μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη όταν πληρούνται τα εξής:

α) Είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας

Όπου επαγγελματική ευσυνειδησία είναι η τεχνική ικανότητα και η μέριμνα που επιδεικνύει ένας προμηθευτής προς τους καταναλωτές, με τρόπο που να δείχνει την έντιμη πρακτική της αγοράς καθώς και ανταπόκριση στην αρχή της καλής πίστης.»

β) στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέλους

της ομάδας, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών⁵⁴.

4.1.2. Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές – παραπλανητικές πράξεις

Για την θεώρηση μιας εμπορικής πρακτικής ως παραπλανητική, τότε θα πρέπει να ισχύουν τα εξής:

1) Η εμπορική πρακτική περιλαμβάνει λανθασμένες πληροφορίες. Δηλαδή ενδέχεται να εξαπατήσει τον μέσο καταναλωτή με οποιονδήποτε τρόπο ακόμα και όταν η παρουσίαση της πρακτικής είναι αντικειμενικά ορθή. Οι λανθασμένες πληροφορίες περιλαμβάνουν:

- Την ύπαρξη ή φύση του προϊόντος
- τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος
- Την έκταση δεσμεύσεων του προμηθευτή
- η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της συμφέρουσας τιμής
- Η ανάγκη της προσφερόμενης υπηρεσίας
- η φύση τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και δικαιώματα του προμηθευτή
- Τα δικαιώματα του καταναλωτή

2) Οδηγεί τον καταναλωτή στην λήψη απόφασης συναλλαγής που διαφορετικά και χωρίς την παραπλάνηση που δέχθηκε δεν θα λάμβανε.

Ιδιαίτερα για την δεύτερη περίπτωση:

- Προσπάθεια προώθησης προϊόντος η οποία δημιουργεί σύγχυση με προϊόντα και διακριτικά γνωρίσματα ενός ανταγωνιστή

- Η μη δέσμευση του προμηθευτή στους κώδικες συμπεριφοράς που θα έπρεπε να ακολουθήσει⁵⁵.

⁵⁴ Ελίζα Αλεξανδρίδου, δίκαιο προστασίας καταναλωτή, 2015

⁵⁵ Προστασία Καταναλωτών, Εμμανουέλλα Γεωργιακάκη, Ι.Σ. Σπυριδάκης, Εκδόσεις Σάκκουλα 2010

4.1.3. Παραπλανητικές παραλείψεις

Σύμφωνα με το άρθρο 9ε του Ν. 2251/1994 παραπλανητικές παραλείψεις είναι:

«1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψιν 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 τόπου 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 υπόψιν 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.»

4.1.4. Επιθετικές Εμπορικές πρακτικές

Σύμφωνα με το άρθρο 9ζ του Ν. 2251/1994 επιθετικές εμπορικές πρακτικές ορίζονται ως:

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 οδηγεί 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.⁵⁶

⁵⁶ Ειρήνη Π. Ζεη

4.1.5. Συνέπειες παραβίασης των ρυθμίσεων για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές

Επειδή ο καταναλωτής είναι το αδύναμο μέρος μια σύμβασης (τις περισσότερες φορές), ο έμπορος σε μια δικαστική υπόθεση περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών είναι το πρόσωπο το οποίο πρέπει να αποδείξει στο δικαστήριο με δικά του στοιχεία πως δεν παραβίασε καμία ρύθμιση. Άρα το βάρος της απόδειξης το έχει ο έμπορος.

Ο δικαστής μπορεί, μετά από σχετική αίτηση του ενδιαφερόμενου, να διατάξει την δημοσίευση σε οποιοδήποτε μέσο ενημέρωσης, όλη ή μέρος της απόφασης για τον λόγο παύσης της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής. Τέλος με απόφαση του Υπουργού για την προστασία του δημόσιου συμφέροντος μπορεί να διαταχθεί η άμεση παύση της αθέμιτης εμπορικής πρακτικής⁵⁷.

Οι διατάξεις για τις κυρώσεις σε περίπτωση παραβίασης των διατάξεων των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών βρίσκονται στο άρθρο 9θ του Ν. 2251/1994:

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.

⁵⁷ Α. Βάρκα-Αδάμη εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή, 2009

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.

4.1.6. Υπόθεση «DEALBER I.K.E.»

Μια πρόσφατη και ενδιαφέρουσα υπόθεση παραβίασης διατάξεων προστασίας του καταναλωτή καθώς επίσης και των διατάξεων συναλλαγών από απόσταση και των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, είναι η υπόθεση της εταιρίας DEALBER.

Την Τετάρτη 11 Οκτωβρίου του 2017, το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης, δημοσίευσε το εξής δελτίο τύπου:

«Το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης γνωστοποιεί την επιβολή προστίμου ύψους 60.000 ευρώ στην εταιρεία «DEALBER I.K.E.» που εδρεύει στην Καλλιθέα για παραβίαση των διατάξεων περί Προστασίας Καταναλωτή και ειδικότερα αυτών που διέπουν τις συναλλαγές από απόσταση και τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και σχετικά με τη διάθεση καταναλωτικών προϊόντων στην αγορά.

Ο Γενικός Γραμματέας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή κ. Αντώνιος Παπαδεράκης, έκανε δεκτή την εισήγηση της Διεύθυνσης Προστασίας Καταναλωτή για επιβολή προστίμου, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση και τη βαρύτητα της παράβασης των παραπάνω διατάξεων, καθώς και τις συνέπειες που έχει στο ευρύτερο καταναλωτικό κοινό.

Η εταιρεία DEALBER I.K.E δραστηριοποιείται στην εμπορία αγαθών και ταξιδιωτικών υπηρεσιών εξ αποστάσεως και διατηρεί το ηλεκτρονικό κατάστημα. Σε βάρος της έχουν ήδη εκδοθεί εντός του τρέχοντος έτους άλλες δύο αποφάσεις επιβολής χρηματικού προστίμου, συνολικού ποσού €45.000,00 για παράβαση των παραπάνω διατάξεων, καθώς πλήθος καταναλωτών κατήγγειλαν στην Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή ότι, ενώ διενήργησαν συναλλαγή με την εταιρεία, δεν παρέλαβαν ποτέ τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αγόρασαν από αυτή.

Από το Γραφείο Τύπου⁵⁸»

⁵⁸ <http://www.mindev.gov.gr/index.php/%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%B5%CE%B9%CE%BF-%CF%84%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%85/%CE%B4%CE%B5%CE%BB%CF%84%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85/4177-epivoli-prostimou-60-000-evro-stin-etaireia-dealberi-k-e>

4.1.7. Υπόθεση παραπλανητικής εμπορικής πρακτικής

Πρόστιμα ύψους 350.000€ σε εταιρίες που προωθούσαν προϊόντα με παραπλανητικούς ισχυρισμούς, επέβαλε η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, για παραβιάσεις στις διατάξεις των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών και της προστασίας του καταναλωτή.

Οι εταιρίες που πωλούσαν τα προϊόντα δεν μπορούσαν να αποδείξουν την επαρκή επιστημονική τεκμηρίωση των ισχυρισμών τους.⁵⁹

4.1.8. Διοικητικές κυρώσεις καταχρηστικών ΓΟΣ

Πρόστιμα από την Γενική Γραμματεία Καταναλωτή επιβλήθηκαν σε επιχειρήσεις, για την χρήση καταχρηστικών ΓΟΣ, αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, για διάθεση στην αγορά μη ασφαλών προϊόντων και παράβαση των διατάξεων για τις συμβάσεις από απόσταση. Τα πρόστιμα υποβλήθηκαν σε συνολικά 40 επιχειρήσεις ενώ το ύψος των προστίμων είναι 654.500€. Τα πρόστιμα υποβλήθηκαν μετά από συστηματική άσκηση εποπτείας της αγοράς, από τον φορέα της Γενικής Γραμματείας του Καταναλωτή, υπέρ της διασφάλισης των συμφερόντων των καταναλωτών.⁶⁰

4.1.9. Δημοσιεύσεις προστίμων ΓΓΚ

Εβδομαδιαίες δημοσιεύσεις διοικητικών προστίμων για παραβάσεις, μεμονωμένων περιπτώσεων παραβάσεων, περιγραφή παράβασης και ύψος προστίμου, γίνονται από την Γενική Γραμματεία Καταναλωτή⁶¹

⁵⁹ <http://www.eea.gr/gr/el/articles/prostima-gia-paraplanisi-katanaloton>

⁶⁰ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=437479>

⁶¹ http://www.efpolis.gr/filesbase/2290_Prostima%204177_15-12-2017.pdf

4.2. Ενώσεις καταναλωτών – Άρθρο 10 Ν.2251/1994

Σύμφωνα με το άρθρο 10 του Ν.2251/1994 δίδετε στους καταναλωτές το δικαίωμά τους στην οργάνωση και αντιπροσώπευσή τους συλλογικά, μέσω της δημιουργίας σωματείων που ονομάζονται ενώσεις καταναλωτών. Ο σαφής σκοπός τους είναι η προστασία όλων των συμφερόντων και δικαιωμάτων του καταναλωτικού κοινού. Η δε παράγραφος 1 του συγκεκριμένου άρθρου συμπεριλαμβάνει στην αντιπροσώπευση των καταναλωτών από τις ενώσεις και τα εξής:

- 1) Ενημέρωση καταναλωτών
- 2) Αντιπροσώπευση καταναλωτών δικαστικά και εξώδικα
- 3) Δικαίωμα άσκησης συλλογικής αγωγής

Η παράγραφος 2 του άρθρου 10 Ν 2251/1994 ορίζει ότι η ενώσεις καταναλωτών οργανώνονται σε πρώτο και δεύτερο βαθμό. Στον πρώτο βαθμό υπάρχουν μόνο φυσικά πρόσωπα και το καθένα από αυτά συμμετέχει σε μία μόνο ένωση. Όσα μέλη υπάρχουν σε ενώσεις δευτέρου βαθμού, είναι ενώσεις πρώτου βαθμού. Δίδεται επίσης πρόβλεψη για την οργάνωσή τους αν χρειαστεί σε ενώσεις τρίτου βαθμού. Για να είναι έγκυρη η σύσταση ένωσης καταναλωτών πρώτου βαθμού, χρειάζονται να υπάρχουν τουλάχιστον εκατό (100) ιδρυτικά μέλη. Για περιοχές (πόλεις, κωμοπόλεις, δήμους και κοινότητες) που ο πληθυσμός των κατοίκων δεν ξεπερνά τους πέντε χιλιάδες (5.000) κάτοικους τότε για να είναι έγκυρη η σύσταση της ένωσης καταναλωτών πρώτου βαθμού είναι απαραίτητο να υπάρχουν τουλάχιστον πενήντα (50) ιδρυτικά μέλη. Για την σύσταση ένωσης δευτέρου βαθμού πρέπει να υπάρχει συμμετοχή πέντε (5) τουλάχιστον ενώσεων καταναλωτών πρώτου βαθμού. Η βασική προϋπόθεση είναι πως κάθε ένωση καταναλωτών πρώτου βαθμού συμμετέχει σε μία μόνον ένωση καταναλωτών δευτέρου βαθμού.

Οι ενώσεις καταναλωτών εγγράφονται σε ειδικό δημόσιο βιβλίο, το Μητρώο, που τηρείται στην Γενική Γραμματεία Καταναλωτή (ΓΓΚ) του υπουργείου ανάπτυξης⁶².

⁶² Προστ. Καταναλ. Καρακώστας 1997

Η κάθε ένωση των καταναλωτών μπορεί να δράσει ως εξής:

A) Συλλογική άσκηση ατομικών δικαιωμάτων των καταναλωτών

Δηλαδή εντός των ενώσεων των καταναλωτών το κάθε μέλος ξεχωριστά μπορεί να ασκήσει τα ατομικά του δικαιώματα ως καταναλωτής και να χρησιμοποιήσει την βοήθεια της ένωσης στην οποία είναι εγγεγραμμένο, όπως ορίζεται από το άρθρο 10, για την κάλυψη πιθανής εκκρεμής δίκης του ενάντια π.χ. σε προμηθευτή καθώς και κάλυψη οποιουδήποτε άλλου δικαιώματος θα ασκούσε σαν ανεξάρτητος καταναλωτής.

B) Άσκηση συλλογικής αγωγής

Σε αντίθεση με την προαναφερθείσα δράση η συλλογική αγωγή αφορά τα συμφέροντα όλου του καταναλωτικού κοινού και καλύπτει κατά συνέπεια και τα συμφέροντα όλων των μελών της ένωσης. Δηλαδή δεν υφίσταται στην συγκεκριμένη δράση η κάλυψη συμφερόντων και δικαιωμάτων μεμονωμένου καταναλωτή, αλλά ο στόχος είναι η κάλυψη συμφερόντων του ευρύτερου καταναλωτικού κοινού.

Γ) Παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς προμηθευτή

Σύμφωνα με την παράγραφο 16 του άρθρου 10 του Ν 2251/1994 αν η παράνομη αυτή συμπεριφορά του προμηθευτή έχει ήδη εκδηλωθεί τότε μπορεί να ζητηθεί η παύση της εν λόγω συμπεριφοράς.

Δ) Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης

Το δικαστήριο, εφόσον ζητηθεί από την ένωση, θα καθορίσει την χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης αν παρουσιαστεί λαμβάνοντας υπόψη τα εξής:

- Ένταση προσβολής της έννομης τάξης που προέκυψε από την παράνομη συμπεριφορά
- Μέγεθος της επιχείρησης του προμηθευτή
- Ετήσιος κύκλος εργασιών της
- Ανάγκες γενικής και ειδικής πρόληψης

Ε) Λήψη ασφαλιστικών μέτρων εξασφάλισης απαιτήσεων του καταναλωτικού κοινού

Η δράση αυτή αποσκοπεί στην χρηματική ικανοποίηση καταναλωτή μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης και εξασφαλίζει τις απαιτήσεις του από την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς. Αν υπάρχουν ελαττωματικά προϊόντα που είναι επικίνδυνα για την ασφάλεια και υγεία του καταναλωτικού κοινού τότε σαν ασφαλιστικό μέτρο μπορούν να δεσμευτούν τα προϊόντα αυτά.

Ζ) Αναγνώριση δικαιώματος αποκατάστασης ζημιάς που υφίστανται οι καταναλωτές από οποιαδήποτε παράνομη συμπεριφορά⁶³.

4.3. Φιλικός διακανονισμός καταναλωτικών διαφορών - Άρθρο 11 Ν.2251/1994

Ο φιλικός διακανονισμός καταναλωτικών διαφορών άρθρο 11 του Ν.2251/1994, όπως έχει τροποποιηθεί με τις διατάξεις του Ν.3587/2007, αφορά την εξώδικη λύση διαφορών ανάμεσα σε προμηθευτές και καταναλωτές και είναι αρμοδιότητα της νομαρχίας που πήρε μέρος η καταναλωτική διαφορά. Η ανάγκη για τις διατάξεις του άρθρου 11 δημιουργήθηκε όταν οι διατάξεις του ουσιαστικού δικαίου (άρθρα 2 – 9) αποδείχτηκαν ανεπαρκείς σε περιπτώσεις λύσεις προβλημάτων στην προστασία του καταναλωτή.⁶⁴

Οι 10 παράγραφοι του συγκεκριμένου άρθρου παρέχουν τις απαραίτητες ρυθμίσεις:

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

⁶³ Βάρκα Α. εις. Στην προστασία του καταναλωτή 2009

⁶⁴ Δίκαιο προς. Καταν. Βας. Δούβ. 2008

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.

4.4. Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς - Άρθρο 12 Ν.2251/1994

Το άρθρο 12 του Ν.2251/1994, το οποίο τροποποιήθηκε με τον Ν.3587/2007, ρυθμίζει τις διατάξεις για το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς (Ε.Σ.Κ.Α.), το οποίο αποτελεί συμβουλευτικό και γνωμοδοτικό όργανο του Υπουργού Ανάπτυξης Οικονομίας & Τουρισμού. Το Ε.Σ.Κ.Α. παρουσιάζει τις θέσεις των καταναλωτών και των φορέων τους για τα θέματα λειτουργίας της αγοράς και της προστασίας των καταναλωτών.⁶⁵

4.5. Εκπροσώπηση καταναλωτών - Άρθρο 13 Ν.2251/1994

Το άρθρο 13 του Ν.2251/1994 όπως ισχύει μετά από τις τροποποιήσεις των, Ν.3587/2007 και Ν.4177/2013, περιέχονται οι παρακάτω διατάξεις για την εκπροσώπηση των καταναλωτών:

1. Σε εθνικά και διεθνή συλλογικά όργανα φορέων του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα, όπου προβλέπεται συμμετοχή εκπροσώπων των ενώσεων καταναλωτών του παρόντος, οι εκπρόσωποι 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

⁶⁵ <http://www.efpolis.gr/el/synergasia-koinonikoi-etairoi/81-ethniko-symbouliao-katanaloton-agoras.html>

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.

4.5.1. Άρθρο 13α – 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, του Αγορανομικού Κώδικα και διατάξεων άλλων ειδικών νομοθετημάτων, σε βάρος των προμηθευτών που παραβαίνουν τις διατάξεις του παρόντος νόμου επιβάλλεται, με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, 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 και ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να διατάξει την προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης ή τμήματός της για χρονικό διάστημα από τρεις (3) μήνες έως ένα (1) έτος.

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 περιέρχονται 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 αναπροσαρμόζονται με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης.

5. Ο Υπουργός Ανάπτυξης, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του παρόντος, μπορεί, λαμβάνοντας υπόψιν 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.

4.6. Μεταβατικές, τελικές και καταργούμενες διατάξεις - Άρθρο 14 Ν.2251/1994

Το άρθρο 14 του Ν.2251/1994 με ημερομηνία ισχύος την 17/06/2010, ρυθμίζει στις διατάξεις του τις διατάξεις που είχαν ισχύ στο παρελθόν και σήμερα έχουν καταργηθεί με μεταγενέστερους νόμους, τις μεταβατικές διατάξεις που τροποποίησαν άρθρα με την υποβολή τους καθώς επίσης και διατάξεις που δεν θίγονται. Συγκεκριμένα οι ρυθμίσεις του άρθρου 14 είναι οι παρακάτω:

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 θίγονται οι διατάξεις για τον αθέμιτο ανταγωνισμό.

3 α). 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.

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 από την επίδοση της επιταγής προς εκτέλεση, ανακοπή κατά του σχετικού τίτλου εκτέλεσης σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 933 επ. Κ.Πολ.Δ. και συντρέχουν, σωρευτικός, οι ακόλουθες προϋποθέσεις :

α) η απαίτηση της τράπεζας, στο σύνολό της, όπως βεβαιώνεται στον σχετικό τίτλο εκτέλεσης, δεν υπερβαίνει το ποσό των δέκα χιλιάδων (10.000) 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 και ανυπαίτια 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.

4.7. Άρθρο 15

Στο άρθρο 15 εννοείται πως μελλοντικές διατάξεις και νόμοι θα μπορούσαν να τροποποιήσουν ή και να καταργήσουν την ισχύ του παρόντος νόμου.

«Η ισχύς του παρόντος νόμου αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στις επί μέρους διατάξεις του.»

4.8.Επίλογος

Όπως ερευνήθηκε στην εργασία, η προστασία του καταναλωτή είναι καθήκον του κράτους καθώς επίσης και του ιδιωτικού τομέα. Το κράτος, δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στο καθήκον παροχής προστασίας του στον καταναλωτή από το πρώτο κιάλας άρθρο του Ν. 2251/1994, στο οποίο αναθεωρημένο από τον Ν.3587/2007, ορίζει την προστασία του καταναλωτή «ως κρατική υποχρέωση». Η παροχή προστασίας του κράτους προς τον καταναλωτή, θεωρείται πλήρης, καθώς το κράτος μεριμνά για την προστασία του καταναλωτή στοχεύοντας στην ικανοποίηση της κάθε πιθανής ανάγκης προστασίας που θα μπορεί να έχει ένας καταναλωτής και οφείλει το κράτος να καλύψει. Συγκεκριμένα δίδεται ένας ευρύς ορισμός της κάλυψης προστασίας του Κράτους προς τον καταναλωτή στην δεύτερη παράγραφο του άρθρου 1, σύμφωνα με το οποίο: το κράτος μεριμνά για την υγεία, το οικονομικό συμφέρον, το δικαίωμα οργάνωσης του, το δικαίωμα της ακρόασης του σε θέματα που τον αφορούν, καθώς επίσης και την πληροφόρησή του. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, είναι ένας από τους σημαντικότερους κρατικούς φορείς, ο οποίος συστάθηκε για να παρέχει την απαραίτητη κρατική προστασία του καταναλωτή, όσων αφορά την προστασία για το οικονομικό συμφέρον, το δικαίωμα ακρόασης και την πληροφόρηση του καταναλωτή σε θέματα που τον αφορούν. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή επίσης, επιβάλλει τις απαραίτητες διοικητικές κυρώσεις και πρόστιμα σε επιχειρήσεις που ενεργούν αθέμιτα και παραβιάζουν τα δικαιώματα των καταναλωτών. Όσων αφορά την οργάνωση του καταναλωτή, το Κράτος δίνει το δικαίωμα στον καταναλωτή να οργανωθεί με τις «Ενώσεις των καταναλωτών – Άρθρο 10 Ν.2251/1994», παρέχοντας έτσι την αποτελεσματική αντιπροσώπευση των συμφερόντων των καταναλωτών μέσω της οργάνωσής τους με συνομήλικους του. Η γενική αυτή υποχρέωση του κράτους στην παροχή της προστασίας του καταναλωτή και της ίδρυσης κρατικών φορέων, είναι εξαιρετικά σημαντική, καθώς έτσι προσδιορίζει και συμμορφώνει τον ιδιωτικό τομέα στην ίδια υποχρέωση επιπέδου παροχής προστασίας του καταναλωτή.

Στο δεύτερο κιάλας άρθρο του Ν.2251/1994, εμπεριέχονται οι διατάξεις που αφορούν τους Γενικούς Όρους Συναλλαγών, οι οποίοι είναι προδιατυπωμένοι όροι που αφορούν συμβάσεις προσχώρησης μεταξύ δύο συμβαλλόμενων και χρησιμοποιούνται μαζικά από επιχειρήσεις που προμηθεύουν αγαθά και υπηρεσίες προς τους καταναλωτές. Οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών λειτουργούν υπέρ της προστασίας του καταναλωτή, καθώς πριν προσχωρήσει ο καταναλωτής στην σύναψή τους θα πρέπει να έχει την απαραίτητη πληροφόρηση για τους όλους τους όρους των συναλλαγών της σύμβασης, τόσο για τους Γενικούς της Όρους όσο και στους Ειδικούς της όρους εάν βεβαίως υπάρχουν. Δίδεται δε επίσης η δυνατότητα του δικαστικού ελέγχου των Γενικών Όρων Συναλλαγών για να διατυπωθεί εάν οι εκάστοτε όροι είναι άκυροι υπέρ του καταναλωτή ή θα είναι άκυροι/καταχρηστικοί και θα χρειαστεί η επαναδιατυπωσή τους. Εάν κριθούν άκυροι οι όροι αυτοί τότε παραβιάζουν τα δικαιώματα των καταναλωτών, όπως για παράδειγμα μπορεί να παραβιάζουν το δικαίωμα της διαφύλαξης των οικονομικών συμφερόντων του καταναλωτή. Οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών λειτουργούν για την διαφύλαξη των συμφερόντων και των δύο συμβαλλομένων. Πρώτον γιατί παρέχουν στις επιχειρήσεις προδιατυπωμένους όρους τους οποίους χρησιμοποιούν διαρκώς παρέχοντας συμβάσεις στους καταναλωτές τους με τους προδιατυπωμένους όρους συναλλαγών, επιτυγχάνοντας έτσι την ταχύτερη και αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών και δεύτερον γιατί ο καταναλωτής μπορεί να αισθάνεται ασφάλεια καθώς συνάπτει μία σύμβαση με την επιχείρηση προμηθευτή του, διότι γνωρίζει πως η νομοθεσία υποχρεώνει τον προμηθευτή των Γενικών Όρων Συναλλαγών να παρέχουν όρους που δεν θα καταπατούν τα

δικαιώματά του και στην παροχή όρων που χαρακτηρίζονται από διαφάνεια. Δηλαδή ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει πλήρη γνώση των όρων που περιέχει η εκάστοτε σύμβαση την οποία θα κληθεί να αποδεχθεί για να συνάψει. Οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών χαρακτηρίζονται λοιπόν για την σαφήνεια τους, την διευκόλυνση που παρέχουν στην επιχείρηση στην παροχή συμβάσεων προς τους καταναλωτές, την παροχή πληροφόρησης στον αντισυμβαλλόμενο και την κάλυψη των συμφερόντων και των δύο συμβαλλομένων μερών (προμηθευτή-καταναλωτή).

Η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή επεκτείνεται και στην διευκρίνιση των επαγγελματικών ευθυνών των προμηθευτών απέναντι στους καταναλωτές. Έτσι, ο Ν.2251/1994 εμπεριέχει τις απαραίτητες διατάξεις με τις οποίες οι προμηθευτές συμμορφώνονται και παρέχουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους στους καταναλωτές με τρόπο θεμιτό. Για παράδειγμα, την ευθύνη τους μέσω του άρθρου 5 για την εξυπηρέτηση πελατών μετά την πώληση ενός προϊόντος, ή την ευθύνη του προμηθευτή προϊόντων σύμφωνα με το άρθρο 7, στην ενημέρωση του καταναλωτή για την κατάσταση του προϊόντος που αγόρασε (ημερομηνία λήξεως, πληροφορίες για την ασφάλειά του κ.α.). Με οποιαδήποτε μορφή επίσης ο εκάστοτε προμηθευτής έρχεται, η επιχειρεί να έρθει σε επαφή με τον καταναλωτή, όπως με την διαφήμιση (άρθρο 9 Ν.2251/1994), η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή θα παρέχει με τις διατάξεις της, την απαραίτητη κάλυψη. Αυτό επιτυγχάνεται πάντοτε με γνώμονα την διαφύλαξη των συμφερόντων και της ασφάλειας του καταναλωτή. Όπως ήδη αναφέραμε και γίνεται κατανοητό, η νομοθεσία της προστασίας του καταναλωτή, προσφέρει την πλήρη και απαραίτητη προστασία στον καταναλωτή, παρέχοντας ρυθμίσεις για οποιαδήποτε καταναλωτική δραστηριότητα εκτελεί ο καταναλωτής και μέσω αυτής του της δράσης, συνάπτει συμβάσεις ή δημιουργεί επαγγελματικές σχέσεις που θα πρέπει να ρυθμιστούν νομικά έτσι ώστε να διασφαλιστεί ταυτόχρονα και η προστασία του καταναλωτή αλλά και μια ομαλή αγορά η οποία χαρακτηρίζεται από την συμμόρφωσή της με την κείμενη νομοθεσία και λειτουργεί έτσι με τάξη. Υπερκαλύπτει δε τις περιπτώσεις στις οποίες υπάρχει κάποια παραβίαση στην προστασία του καταναλωτή και πρέπει να αναλογιστεί το βάρος της ευθύνης στον υπαίτιο παράβασης. Αξιόλογη είναι η περίπτωση του άρθρου 6 του Ν.2251/1994 (ευθύνη παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα), το οποίο περιέχει τις απαραίτητες διατάξεις για τον προσδιορισμό της ευθύνης του παραγωγού προϊόντων προς τον καταναλωτή, καθώς επίσης και την ανάληψη της ευθύνης στον υπαίτιο της παραβίασης των εκάστοτε υπαιτίων των κείμενων ευθυνών. Ουσιαστικά ο Ν.2251/1994, στο δεύτερο μέρος του "Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές" (άρθρο 9α-9θ) εμπεριέχει τις διατάξεις για τον γενικό αλλά και ειδικό ορισμό για το τι καθιστά θεμιτή μια εμπορική πρακτική ενός επαγγελματία και ποιά εμπορική πρακτική θα είναι αθέμιτη και τότε θα πρέπει να εφαρμοστούν οι απαραίτητες κυρώσεις ανάλογα με την κάθε περίπτωση εμπορικών πρακτικών.

Η Ελλάδα είναι κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και έχει το δικαίωμα να εκτελεί ενδοκοινοτικές συναλλαγές. Επειδή οι περισσότερες ενδοκοινοτικές συναλλαγές, γίνονται μέσω του διαδικτύου, εμφανίστηκε η ανάγκη για την δημιουργία διατάξεων που θα προσφέρει την προστασία του καταναλωτή, όχι μόνον σε Εθνικό αλλά και σε ενδοκοινοτικό επίπεδο. Έτσι, η Κοινοτική Οδηγία της 8ης Ιουνίου του 2000, 2000/31/EK "οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο", περιέχει τις απαραίτητες διατάξεις για την ομαλή ενδοκοινοτική αγορά και την διαφύλαξη των συμφερόντων των ενδοκοινοτικών καταναλωτών.

Η Ελλάδα εφαρμόσει την Οδηγία ακολουθώντας το μοντέλο την Κοινότητας και διασφαλίζοντας έτσι τις ασφαλείς συναλλαγές των Ελλήνων καταναλωτών οι οποίοι πραγματοποιούν ενδοκοινοτικές συναλλαγές. Με το ίδιο πρότυπο, η Ελλάδα σαν κράτος μέλος θα εφαρμόσει την κάθε Οδηγία για την διαφύλαξη των συμφερόντων του καταναλωτή αλλά και για τον συγχρονισμό της σαν κράτος μέλος της Κοινότητας.

Καταλήξαμε λοιπόν στην διαπίστωση, πως η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή επιχειρεί να καλύψει την κάθε δραστηριότητα του καταναλωτή στην αγορά στην οποία δημιουργεί συμβάσεις και επαγγελματικές σχέσεις. Είναι λοιπόν η νομοθεσία αρκετή και πλήρης; Η απάντηση στο ερώτημα μπορεί ουσιαστικά να αναλυθεί από δύο προοπτικές. Από την προοπτική του Νόμου, υπάρχει η πλήρης κάλυψη της προστασίας του καταναλωτή καθώς ρυθμίζει όπως προαναφέραμε, την κάθε επαγγελματική σχέση που δημιουργείτε μεταξύ ενός καταναλωτή - προμηθευτή στην αγορά. Παρέχει επίσης τις αναγκαίες κυρώσεις σε περιπτώσεις παράβασης και καταπάτησης των δικαιωμάτων και της προστασίας του καταναλωτή, ειδικά στην περίπτωση που υπάρχουν Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές (άρθρο 9α-9θ). Η δεύτερη προοπτική είναι η προοπτική του καταναλωτή, η οποία αναλύεται σε δύο επίπεδα, η προοπτική του καλά ενημερωμένου καταναλωτή και η προοπτική του μη ενημερωμένου καταναλωτή. Ο καλά ενημερωμένος καταναλωτής, γνωρίζει την νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή και κατά συνέπεια θα γνωρίζει πως εάν αντιμετωπίσει κάποιο πρόβλημα ασκώντας την καταναλωτική του δραστηριότητα, θα ανατρέξει στις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας και θα αντιμετωπίσει έτσι το εκάστοτε πρόβλημα ή την παραβίαση στα δικαιώματά του. Ο μη ενημερωμένος καταναλωτής, είτε είναι ελάχιστα ή και καθόλου ενημερωμένος για την κείμενη νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή. Συνεπώς, ο μη ενημερωμένος καταναλωτής έχει την τάση να εμπιστεύεται προμηθευτές οι οποίοι έχουν μεγάλο κύρος και φήμη στην αγορά. Αυτό συμβαίνει καθώς ο καταναλωτής υποσυνείδητα θεωρεί πως ο προμηθευτής μεγάλης φήμης έφτασε σε αυτό το σημείο γιατί παρέχει περισσότερη προστασία στον καταναλωτή από τους ανταγωνιστές του, χωρίς φυσικά να γνωρίζει ότι η νομοθεσία τον υποχρεώνει στην προστασία του καταναλωτή και πως οι παράγοντες που οδήγησαν τον προμηθευτή αυτό στην ισχυρή θέση φήμης είναι άλλοι. Ο μη ενημερωμένος καταναλωτής, θεωρεί λοιπόν πως ο μόνος τρόπος της εξασφάλισης της εξυπηρέτησής του καθώς επίσης και της διασφάλισης των δικαιωμάτων του σαν καταναλωτής, είναι να εμπιστευτεί τον προμηθευτή τον οποίο έχουν ήδη εμπιστευτεί οι περισσότεροι καταναλωτές γύρω του. Η ελλειπής του ενημέρωση για την νομοθεσία του δημιουργεί αυτήν την αβεβαιότητα και έτσι του στερεί την ελευθερία στην προσωπική επιλογή του προμηθευτή και των αγαθών και υπηρεσιών που ίσως θα διάλεγε από μόνος του αυτόβουλα.

Ως απόρροια των ανωτέρω, διαπιστώνουμε πως είναι μεγίστης σημασίας η ενημέρωση του καταναλωτή για τα δικαιώματά του και για την κείμενη νομοθεσία η οποία εμπεριέχει και προστατεύει τα δικαιώματά του. Η προστασία του καταναλωτή, αποτελεί δικαίωμα του καταναλωτή και έτσι είναι λογικό πως σαν ανθρώπινο δικαίωμα η τήρησή του είναι αναγκαία για μια κοινωνία η οποία λειτουργεί σαν μια κοινωνία Δικαίου.

Βιβλιογραφία

- 1) Εισαγωγή στο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Α. Βάρκα-Αδάμη, Νομική Βιβλιοθήκη 2009
- 2) Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή: Ελληνικό – Ενωσιακό, Ελίζα Αλεξανδρίδου, Νομική Βιβλιοθήκη 2015
- 3) Ατομική και συλλογική προστασία των καταναλωτών από την έλλειψη ουσιαστικής διαπραγμάτευσης των ορών σύμβασης, 2^η έκδοση Δέλλιος Γιώργος, Εκδόσεις Σάκκουλα 2013
- 4) Προστασία των καταναλωτών και σύστημα ιδιωτικού δικαίου (II). Ο Δικαστικός έλεγχος του περιεχομένου των καταναλωτικών συμβάσεων και τα όρια του, Δέλλιος Γιώργος, Εκδόσεις Σάκκουλα 2001
- 5) Προστασία Καταναλωτή από την διαφήμιση, Ειρήνη Π. Ζέη, Εκδόσεις Σάκκουλα 2006
- 6) Προστασία Καταναλωτών, Εμμανουέλα Γεωργιακάκη, Ι.Σ. Σπυριδάκης, Εκδόσεις Σάκκουλα 2010
- 7) Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Καρακώστας Ιωάννης 3^η έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη 2016
- 8) Νικ. Κ. Ρόκας, Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου (I), 2^η Έκδοση, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1998
- 9) Δίκαιο προστασίας καταναλωτών – Ευρωπαϊκό δίκαιο και Ελληνική εναρμόνιση, Βασίλειος Α. Δούβλης, Άγγελος Π. Μπώλος, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2008
- 10) Παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, Άννα Δεσποτίδου, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2009
- 11) Ελληνικό και Κοινοτικό Δίκαιο του Καταναλωτή, Δελούκα – Ιγγλέση Κορνήλια, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1998
- 12) Προστασία του Καταναλωτή Ν.2251/1994, Ιωάννης Κ. Καρακώστας, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1997
- 13) Δίκαιο Συναλλαγών & Προστασία Καταναλωτών- Προσωπικών Δεδομένων, Καλλιόπη Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου, Εκδόσεις IUS, 2007

Ιστοσελίδες από το Internet πηγές

- 1) Γενική Γραμματεία Καταναλωτή (ΓΓΚ) <http://www.efpolis.gr>
- 2) Συνήγορος Καταναλωτή <http://www.synigoroskatanaloti.gr>
- 3) Συνήγορος του Πολίτη <https://www.synigoros.gr>
- 4) Δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων καταναλωτή
http://ec.europa.eu/consumers/solving_consumer_disputes/non-judicial_redress/ecc-net/index_en.htm
- 5) Υπόθεση Dealber
<http://www.mindev.gov.gr/index.php/%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%B5%CE%B9%CE%BF-%CF%84%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%85/%CE%B4%CE%B5%CE%BB%CF%84%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85/4177-epivoli-prostimou-60-000-evro-stin-etairaia-dealberi-k-e>
- 6) Ιστοσελίδα του Κέντρου Προστασίας των Καταναλωτών <http://www.kepka.org>
- 7) Ελληνική νομοθεσία, νέα νομοθεσίας και νομοθετικό αρχείο <https://www.lawspot.gr>
- 8) Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή <http://www.eccgreece.gr/el/european-consumer-center-greece/>
- 9) Παραπλάνηση καταναλωτών παράβαση <http://www.eea.gr/gr/el/articles/prostima-gia-paraplanisi-katanaloton>
- 10) Δημοσίευση ΓΓΚ παραβάσεων
http://www.efpolis.gr/filesbase/2290_Prostima%204177_15-12-2017.pdf
- 11) Πρόστιμα σε 40 επιχειρήσεις <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=437479>
- 12) Ανάρτηση δημοσίευσης αποφάσεων Ε.Σ.Κ.Α. και περιγραφής άρθρου 12
<http://www.efpolis.gr/el/synergasia-koinonikoi-etairoi/81-ethniko-symbolio-katanaloton-agoras.html>