



Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας  
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών  
«ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ»

Διπλωματική Εργασία

**«Η ΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»**

Ανδρέας Παναγιωτόπουλος

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια	
Νίκη Γεωργιάδου	
Α΄ Συν-Επιβλέπουσα	Β΄ Συν-Επιβλέπων
Έρα Αντωνοπούλου	Κωνσταντίνος Γιωτόπουλος

Πάτρα, Δεκέμβριος 2021

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη σημερινή εποχή η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και η ευρύτατη χρήση του διαδικτύου έχει ως αποτέλεσμα οι καταναλωτές να στρέφονται στις διαδικτυακές αγορές με αρκετά πλεονεκτήματα, όπως καλύτερες τιμές, μεγαλύτερη ποικιλία στις επιλογές και εξοικονόμηση χρόνου. Στο πλαίσιο της μεγάλης ανάπτυξης της αγοράς του ηλεκτρονικού εμπορίου και για την αποφυγή πιθανών κινδύνων και απειλών στα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών, όπως μη παράδοση του προϊόντος, κατάχρηση των προσωπικών δεδομένων του καταναλωτή και γενικά μη εκπλήρωση των συμβατικών υποχρεώσεων του προμηθευτή, καθίσταται επιτακτική η ανάγκη ενημέρωσης των καταναλωτών για τα δικαιώματά τους, σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου περί προστασίας των καταναλωτών. Με βάση το υφιστάμενο νομικό πλαίσιο περί προστασίας των καταναλωτών, ορίζεται ρητά ότι τα δικαιώματα και τα συμφέροντα τους τελούν υπό την προστασία του κράτους.

Το νομοθετικό πλαίσιο για την προστασία του ψηφιακού καταναλωτή δεν ρυθμίζεται από ένα συγκεκριμένο νομοθέτημα αλλά από διαφορετικά νομοθετήματα. Συνεπώς, η ανάγκη νομοθετικής εξειδίκευσης για την προστασία του ψηφιακού καταναλωτή καθίσταται επιτακτική. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία και διατήρηση αμοιβαίας εμπιστοσύνης και καλόπιστης συναλλακτικής συμπεριφοράς στη σχέση μεταξύ καταναλωτή και προμηθευτή.

Στη διπλωματική εργασία θα ασχοληθούμε με το δίκαιο προστασίας του ψηφιακού καταναλωτή και συγκεκριμένα με τον τρόπο διεξαγωγής των ηλεκτρονικών συναλλαγών (B2C) και θα αναλύσουμε τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις για τα συμβαλλόμενα μέρη, καταγράφοντας πολλές νομοθετικές αλλαγές, σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. Επιπλέον, θα παρουσιάσουμε το νομικό πλαίσιο ένδικης προστασίας του ψηφιακού καταναλωτή λόγω παραβίασης των ηλεκτρονικών συναλλαγών, τόσο σε ατομικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο, αλλά και των μηχανισμών εξωδικαστικής επίλυσης

καταναλωτικών διαφορών, με στόχο την καλύτερη και πληρέστερη οργάνωση και προάσπιση των συμφερόντων των μερών.

Όσο περισσότερο καθιερώνονται οι διαδικτυακές αγορές, τόσο περισσότερο καθίσταται επιτακτική η ανάγκη εξασφάλισης προστασίας του ψηφιακού καταναλωτή έναντι κινδύνων και προβλημάτων για την ασφάλεια και τα οικονομικά συμφέροντά του.

## **ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ**

Διαδίκτυο, Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Προστασία Ψηφιακού Καταναλωτή,  
Διαδικτυακές Αγορές, Ηλεκτρονικές Συναλλαγές

## **ABSTRACT**

Nowadays, the rapid development of technology and widespread use of the internet has the effect that consumers turn to online markets with several advantages, such as better prices, greater diversity in choice and time savings. In the context of the large development of the e-commerce market and to avoid possible risks and threats to the economic interests of consumers, such as non-delivery of the product and in general non-fulfilment of the supplier's contractual obligations, the need to inform consumers of their rights, in accordance with the provisions of the Consumer Protection Act. On the basis of the existing legal framework on consumer protection, it is expressly stated that the rights and interests of consumers are under the protection of the State.

The legal framework for the protection of the digital consumer is not regulated by a specific statute but by different legislation. The need for a legislative specialisation to protect the digital consumer is therefore imperative. This will be achieved by creating and maintaining mutual trust and good trading behaviour in the relationship between the consumer and the supplier.

In the dissertation we will deal with the law of digital consumer protection and specifically with the way of conducting electronic transactions (B2C) and we will analyze the rights and obligations for the contracting parties, recording many legislative changes, at European and national level. In addition, we will present the legal framework for legal protection of digital consumers due to breach of electronic transactions, both individually and collectively, as well as out-of-court mechanisms for resolving consumer disputes, with the aim of better and more fully organising and defending the interests of the parties.

The more online markets are established, the more it becomes imperative to ensure the protection of the digital consumer against risks and problems for its security and economic interests.

## **KEY WORDS**

Internet, Electronic Commerce, Digital Consumer Protection, Online Markets, Electronic Transactions

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	3
1.1. Γενικά .....	3
1.2. Ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου .....	3
1.3. Είδη του ηλεκτρονικού εμπορίου .....	4
1.4. Στατιστικά στοιχεία του ηλεκτρονικού εμπορίου .....	5
2. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ .....	10
2.1. Η προστασία του καταναλωτή στις ηλεκτρονικές συναλλαγές .....	10
2.2. Ευρωπαϊκή νομοθεσία .....	10
2.3. Ελληνική νομοθεσία .....	12
2.3.1. Προστασία προσωπικών δεδομένων στο διαδίκτυο .....	14
2.3.2. Κώδικες δεοντολογίας .....	16
2.3.3. Οι ρυθμίσεις του π.δ. 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο .....	17
2.3.4. Κατάρτιση ηλεκτρονικών συμβάσεων .....	21
2.3.5. Ηλεκτρονική δήλωση βούλησης και διαβίβασή της μέσω Internet .....	23
2.3.6. Η φροντίδα για την προστασία του καταναλωτή, ως κρατική υποχρέωση .....	27
2.3.7. Πεδίο εφαρμογής του ν. 2251/1994 .....	27
2.3.8. Ορισμοί .....	28
2.3.9. Γενικοί όροι συναλλαγών - Καταχρηστικοί γενικοί όροι .....	30
2.3.10. Συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος .....	32
2.3.11. Πεδίο εφαρμογής των διατάξεων για τις συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος .....	33
3. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ .....	35
3.1. Η υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή .....	35
3.1.1. Απαιτήσεις ενημέρωσης για συμβάσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος .....	35
3.1.2. Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως .....	39
3.1.3. Αξιολόγηση του θεσμικού πλαισίου ενημέρωσης .....	40
3.1.4. Δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος .....	41
3.1.5. Παράλειψη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	42
3.1.6. Άσκηση δικαιώματος υπαναχώρησης .....	42
3.1.7. Υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης .....	44
3.1.8. Αποτελέσματα της υπαναχώρησης .....	44
3.1.9. Υποχρεώσεις προμηθευτή και καταναλωτή σε περίπτωση υπαναχώρησης ....	44

3.1.10. Συνδεδεμένες συμβάσεις.....	48
3.1.11. Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	48
3.1.12. Εγγραφή των προμηθευτών από απόσταση σε Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.).....	50
3.1.13. Άλλα δικαιώματα του καταναλωτή.....	50
3.2. Συμβάσεις εμπορίας από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.....	51
3.3. Αξιολόγηση των θεσμικών μέσων προστασίας του καταναλωτή .....	53
4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ .....	54
4.1. Γενικά .....	54
4.1.1. Ηλεκτρονική Πληρωμή με κάρτα .....	54
4.2. Υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών .....	55
4.2.1. Καταγγελίες .....	66
4.2.2. Εναλλακτική Επίλυση διαφορών και κυρώσεις.....	66
4.3. Ο Κανονισμός (ΕΕ) 2015/751 για πράξεις πληρωμών με κάρτες.....	68
4.4. Κίνδυνοι για τον κάτοχο της κάρτας σε <i>online</i> πληρωμή.....	68
4.5. Ελληνικός Χρηματοοικονομικός Μεσολαβητής.....	70
5. ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ .....	74
5.1. Ευθύνη κατά την πώληση καταναλωτικών αγαθών (νόμιμη εγγύηση) .....	74
5.2. Διάκριση νόμιμης εγγύησης και εμπορικής εγγύησης .....	74
5.2.1. Νόμιμη εγγύηση .....	74
5.2.2. Εμπορική εγγύηση.....	77
5.3. Οδηγίες χρήσης και τεχνική υποστήριξη μετά την πώληση ( <i>after-sales service</i> ) ....	78
5.4. Ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα .....	78
6. ΥΓΕΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ.....	80
6.1. Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών.....	80
6.2. Προστασία των ανήλικων καταναλωτών.....	80
7. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ-ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ .....	84
7.1. Διαφήμιση .....	84
7.2. Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές.....	86
7.3. Κυρώσεις.....	90
8. ΤΟ ΕΝΩΣΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ .....	91
8.1. Οι νέες οδηγίες 2019/770/ΕΕ και 2019/771/ΕΕ για τις ψηφιακές συμβάσεις .....	91
8.2. Οι καινοτομίες και οι νέες ρυθμίσεις της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ.....	93
9. ΜΕΣΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ .....	98
9.1. Γενικά .....	98
9.2. Δικαστική επίλυση διαφορών .....	98

<i>9.2.1. Ατομική έννομη προστασία</i> .....	98
<i>9.2.2. Ενώσεις καταναλωτών - Συλλογική έννομη προστασία</i> .....	99
<i>9.2.3. Διαδικασία μικροδιαφορών</i> .....	103
<i>9.2.4. Κυρώσεις</i> .....	106
<b>9.3. Εξωδικαστική επίλυση διαφορών</b> .....	107
<i>9.3.1. Επιτροπές Φιλικού διακανονισμού</i> .....	108
<i>9.3.2. Φορείς εξωδικαστικής επίλυσης των καταναλωτικών διαφορών</i> .....	109
<i>9.3.3. Καταγγελίες-παράπονα-ερωτήματα καταναλωτών</i> .....	115
<i>9.3.4. Συνήγορος του Καταναλωτή</i> .....	116
<i>9.3.5. Ηλεκτρονική Επίλυση Διαφορών (ΗΕΔ)</i> .....	117
<i>9.3.6. Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτών</i> .....	120
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	121
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	123

## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΚ	Αστικός Κώδικας
αρ. / αριθμ.	αριθμός
άρθ.	Άρθρο
ΓΓΕΠΚ	Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή
Γ.Ε.ΜΗ.	Γενικό Εμπορικό Μητρώο
ΓΟΣ	Γενικοί Όροι Συναλλαγών
ΔΕΕ	Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης
ΔΕΚ	Δικαστήριο Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων
εδ.	εδάφιο
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΕΔ	Εξωδικαστική Επίλυση Διαφορών
ΕΕΚΕ	Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας
ΕΕΤΤ	Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων
Ε.Ι.Ε.Σ.	Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Επίλυσης Συγκρούσεων
ΕΚ	Ευρωπαϊκή Κοινότητα
ΕΚΠΟΙΖΩ	Ένωση Καταναλωτών – Ποιότητα Ζωής
ΕΛΚΕΚΑ	Ελληνικό Κέντρο Καταναλωτών
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΕΟΚ	Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα
επ.	επόμενα
ΕΦΚΑ	Εθνικός Φορέας Κοινωνικής Ασφάλισης
ΕΧΜ-ΕΕΕΔ	Ελληνικός Χρηματοοικονομικός Μεσολαβητής-Εταιρεία Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών
ΗΕΔ	Ηλεκτρονική Επίλυση Διαφορών
Η/Υ	Ηλεκτρονικός Υπολογιστής
ΙΝΚΑ-ΓΟΚΕ	Ινστιτούτο Καταναλωτών - Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδας
κ.ά.	και άλλα
ΚΕΠΚΑ	Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών
κλπ.	και τα λοιπά
ΚΠολΔ	Κώδικας Πολιτικής Δικονομίας
ΚΥΑ	Κοινή Υπουργική Απόφαση
οικ.	οίκοθεν (πρωτόκολλο)
παρ.	παράγραφος
π.δ.	προεδρικό διάταγμα
περ.	περίπτωση
π.χ.	παραδείγματος χάρη
ΣΕΕ	Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση
ΣΛΕΕ	Συνθήκη Λειτουργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΣΤΚ	Συνήγορος του Καταναλωτή
Τ.	τεύχος
Τ.μ.	τετραγωνικά μέτρα
Υ.Α.	Υπουργική Απόφαση
ΦΕΚ	Φύλλο Εφημερίδας Κυβέρνησης
ΦΠΑ	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις αρχές του 21ου αιώνα, η τεχνολογική πρόοδος στον τομέα της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών επηρέασε σημαντικά τον τρόπο διεξαγωγής των συναλλαγών, δημιουργώντας μια ενιαία ψηφιακή αγορά, όπου οι πολίτες και οι επιχειρήσεις έχουν ελεύθερη και ισότιμη πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου, ανεξάρτητα από την ιθαγένεια και τον τόπο διαμονής τους και τις αρμοδιότητες τόσο των προμηθευτών όσο και των καταναλωτών και όλων των άλλων εμπλεκόμενων στο πλαίσιο κάθε σύμβασης. Οι ταχύτατες τεχνολογικές εξελίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο οδήγησαν στην ανάπτυξη των δικτύων και κυρίως στην ευρύτατη διάδοση του διαδικτύου. Το διαδίκτυο συνεχίζει να επεκτείνεται με γρήγορο ρυθμό με την προσθήκη νέων δικτύων, Η/Υ και χρηστών και αποτελεί επικοινωνιακό μέσο που επηρεάζει την ανάπτυξη και την αναβάθμιση της εμπορικής δραστηριότητας και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της επικοινωνιακής δραστηριότητας των επιχειρήσεων αλλά και των μεμονωμένων χρηστών. Το διαδίκτυο παρέχει στον χρήστη συνεχή ενημέρωση για όλες τις εξελίξεις στην εθνική και διεθνή επικαιρότητα, στοιχεία σε ψηφιακή - ηλεκτρονική μορφή και αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο για τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Ο καταναλωτής μπορεί να

- συγκρίνει ποιότητες και τιμές και αγοράζει προϊόντα και υπηρεσίες από ηλεκτρονικά καταστήματα,
- κατεβάζει σε απευθείας σύνδεση στον υπολογιστή κάθε είδους ψηφιακό περιεχόμενο, υπό μορφή κειμένου, ήχου, εικόνας, βίντεο,
- συμμετέχει σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες και ηλεκτρονική μείσσεια
- κάνει ηλεκτρονικές πληρωμές,
- προβαίνει σε αγοραπωλησίες μετοχών, ομολόγων και λοιπών χρηματοπιστωτικών προϊόντων ή ακόμα
- πωλεί διαδικτυακά ο ίδιος τα προϊόντα του.

Οι κοινωνικές και οικονομικές συνέπειες των νέων μορφών επικοινωνίας είναι σημαντικές. Η παγκοσμιοποίηση της αγοράς αυξάνει την προσφορά αγαθών και υπηρεσιών ενώ διευκολύνει τον καταναλωτή να προμηθευτεί προϊόντα της επιλογής του από οποιοδήποτε κατάστημα ή προμηθευτή, είτε εδρεύει εντός ή

εκτός της χώρας του (Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, 2008). Τα νέα δεδομένα στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, αλλά και στην εποχή της πανδημίας, επιτάχυναν τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την επέκταση των ηλεκτρονικών καταστημάτων στην εσωτερική αγορά εν μέσω των περιοριστικών μέτρων. Σχεδόν όλες οι συναλλαγές του ανθρώπου γίνονται από απόσταση, αρχικά λόγω ανάγκης και αμέσως μετά λόγω ευκολίας, εξοικονόμησης χρόνου αλλά και χρήματος.

Καθίσταται αναγκαία η διαμόρφωση νομοθετικών κανόνων που θα ρυθμίζουν τους όρους, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μερών σε εθνικό και ευρωπαϊκό δίκαιο, με συνέπεια την αποτελεσματική ασφάλεια και προστασία του καταναλωτή στην κατάρτιση ηλεκτρονικών συναλλαγών, της σύναψης της σύμβασης από απόσταση, ειδικότερα, μέσω του διαδικτύου.

# 1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

## 1.1. Γενικά

Μια από τις πλέον διαδεδομένες εφαρμογές του επιχειρησιακού διαδικτύου αποτελεί το ηλεκτρονικό εμπόριο (*e-commerce*) ή διαδικτυακό εμπόριο (*Internet Commerce*). Η διάδοση αυτού του μέσου επικοινωνίας και συναλλαγών έχει πλέον παγκόσμια ισχύ και καθημερινά όλο και μεγαλύτερος αριθμός επιχειρήσεων χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες για την επίτευξη των στόχων τους. Οι επιχειρήσεις, αρχικά χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για να επιτυγχάνουν ευκολότερη και γρηγορότερη επαφή με τους πελάτες τους. Σήμερα, οι περισσότερες επιχειρήσεις παρέχουν τη δυνατότητα στους χρήστες του διαδικτύου να πραγματοποιούν συναλλαγές και αγορές και να παραλαμβάνουν τα προϊόντα είτε μέσω παραδοσιακών καναλιών διανομής (ταχυδρομείο) είτε μέσω διαδικτύου, εφόσον πρόκειται για ψηφιακά (λογισμικά προγράμματα) ή ψηφιοποιημένα προϊόντα (ηλεκτρονικές εφημερίδες) (Γεωργόπουλος Ν., Πολλάλης Γ., Αγιακλόγλου Χ., 2000).

Οι διαδικτυακές αγορές αποφέρουν αρκετά οφέλη στον καταναλωτή όπως χρόνο, χρήμα, σύγκριση τιμών, καθώς και στις επιχειρήσεις όπως νέοι πελάτες, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, προώθηση προϊόντων και χαμηλό διαχειριστικό και λειτουργικό κόστος. Ωστόσο, οι ηλεκτρονικές συμβάσεις (*B2C-Business to Consumers*) και ως συμβάσεις από απόσταση, εγκυμονούν αρκετούς κινδύνους για τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών λόγω της πληροφοριακής και διαπραγματευτικής ασυμμετρίας αυτών (Ζήση Χ, 2021).

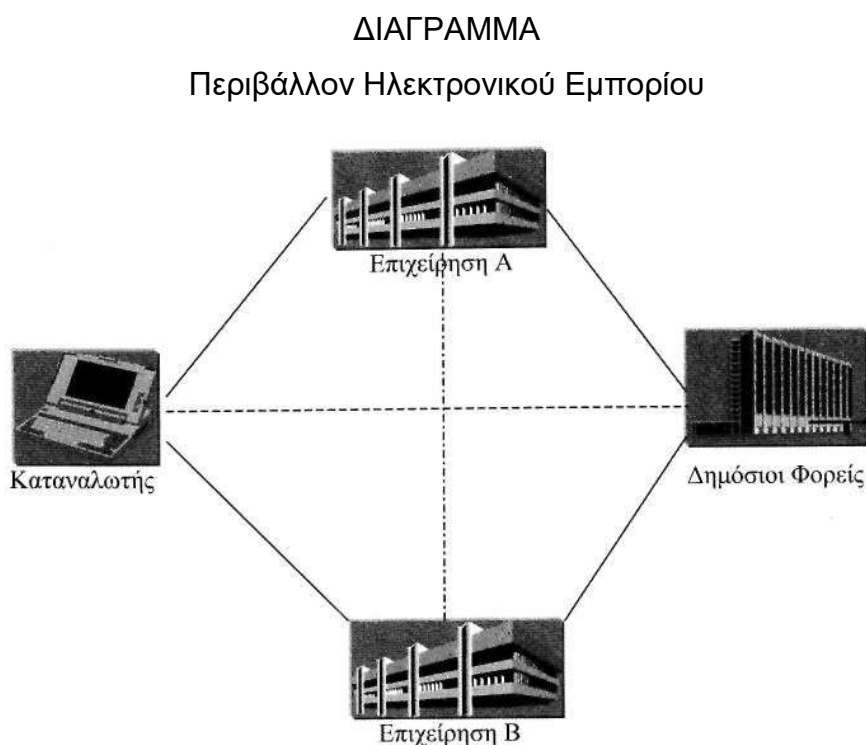
## 1.2. Ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου

Ως Ηλεκτρονικό Εμπόριο (*e-commerce, eCommercen* ή *e-comm*) ορίζεται το εμπόριο παροχής αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιείται από απόσταση με ηλεκτρονικά μέσα, βασιζόμενο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Μέσα τεχνικής επικοινωνίας από απόσταση είναι εκτός από τα διαφημιστικά έντυπα και τους καταλόγους, το τηλέφωνο με ή χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση, το ραδιόφωνο,

το εικονοτηλέφωνο, η τηλεεικονογραφία (*videotext*, μικροϋπολογιστής και τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η τηλεομοιοτυπία και η τηλεόραση (Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, 2008).

### 1.3. Είδη του ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται με δύο τύπους δραστηριότητας: τον άμεσο και τον έμμεσο. Στο έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο η παραγγελία των προϊόντων γίνεται μέσω διαδικτύου και στη συνέχεια παραδίδονται στον πελάτη με φυσικό τρόπο χρησιμοποιώντας μεταφορικά και ταχυδρομικά μέσα. Στο άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο η παραγγελία, η πώληση αλλά και η παράδοση των προϊόντων γίνεται διαδικτυακά (π.χ. πώληση προγραμμάτων λογισμικού, παροχή πληροφόρησης κ.ά.). Γενικά, μπορούμε να διακρίνουμε είδη ηλεκτρονικού εμπορίου, θέτοντας ως κριτήριο την ανάμειξη των κυρίων συμμετεχόντων σε μια εμπορική συναλλαγή.



(Γεωργόπουλος Ν., Πολλάλης Γ., Αγιακλόγλου Χ., 2000).

- Επιχείρηση προς Επιχείρηση (*Business to Business, B2B*)

Περιλαμβάνει τις συναλλαγές μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων. Οι συναλλαγές αυτές περιλαμβάνουν την ηλεκτρονική παραγγελία και τις διάφορες

οικονομικές συναλλαγές δια μέσου τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Αξίζει να σημειώσουμε ότι οι αγοραπωλησίες αγαθών και υπηρεσιών ανάμεσα σε εταιρίες είναι η πιο αναπτυγμένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου παγκοσμίως. Αντιστοιχεί στο παραδοσιακό χονδρικό εμπόριο (π.χ. παραγγελίες από επιχειρήσεις προς προμηθευτές).

- Επιχείρηση προς Καταναλωτή (*Business to Consumer, B2C*)

Περιλαμβάνει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών. Ο αγοραστής συνδέεται απευθείας με τον υπολογιστή του πωλητή, συνήθως μέσω διαδικτύου και οι συναλλαγές, αγορά ή πώληση, ολοκληρώνονται ηλεκτρονικά και διαδραστικά σε πραγματικό χρόνο είτε χωρίς μεσάζοντα (π.χ. *e-Iexis.gr* για αγορές βιβλίων) είτε με μεσάζοντα (*ebooks.com*).

- Επιχειρήσεις προς Δημοσίους Φορείς (*Business to Public Administration, B2A*)

Περιλαμβάνει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και δημοσίων φορέων (π.χ. ηλεκτρονική υποβολή δηλώσεων ΦΠΑ, πληρωμή εισφορών ΕΦΚΑ).

- Δημόσιοι Φορείς προς Πολίτες (*Public Administration to Citizen, A2C*)

Περιλαμβάνει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ των δημοσίων φορέων και των πολιτών. Αναμένεται ότι αυτή η κατηγορία των συναλλαγών θα μεταβάλει το τοπίο του ηλεκτρονικού εμπορίου στο μέλλον (π.χ. έκδοση πιστοποιητικών).

- *User to User (U2U) or Consumer to Consumer (C2C)*

Περιλαμβάνει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ χρηστών/καταναλωτών. Δεν έχουν εμπορικό χαρακτήρα, διότι δεν υπάρχει το στοιχείο της οργανωμένης επιχείρησης με σκοπό το κέρδος. Αποτελούν όμως «υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας» αφού παρέχονται έναντι αμοιβής με ηλεκτρονικά μέσα κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη της υπηρεσίας (π.χ. ιδιωτικές δημοπρασίες), (Ιγγλεζάκης Ι., 2018).

#### **1.4. Στατιστικά στοιχεία του ηλεκτρονικού εμπορίου**

Η ελληνική αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται σε μια διαρκή φάση ανάπτυξης. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) για το πρώτο τρίμηνο του 2020, ένας στους δύο (ποσοστό 47,8%) ηλικίας 16-74 ετών έχει χρησιμοποιήσει, έστω και μία φορά, το διαδίκτυο για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικής αγοράς ή παραγγελίας αγαθών ή

υπηρεσιών για προσωπική χρήση (αύξηση 15,2% σε σύγκριση με το αντίστοιχο ποσοστό του 2019) (Ζήση Χ, 2021).

Οι υψηλότεροι ρυθμοί ανάπτυξης στον κύκλο εργασιών ηλεκτρονικού εμπορίου της Ευρώπης εντοπίστηκαν στην Ελλάδα (77%) το 2020. Το συμπέρασμα προκύπτει από την ευρωπαϊκή έκθεση ηλεκτρονικού εμπορίου για το 2021 που δημοσίευσαν από κοινού ο Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ο *E-commerce Europe* και το *EuroCommerce*. Σύμφωνα με την έρευνα, το 2020, το συνολικό ευρωπαϊκό ηλεκτρονικό εμπόριο αυξήθηκε σε 757 δισεκατομμύρια ευρώ, αύξηση 10%, από 690 δισεκατομμύρια ευρώ το 2019. Ήταν μια ιδιαίτερη χρονιά, που σημαδεύτηκε από την πανδημία *Covid-19* και τον σημαντικό ρόλο του ηλεκτρονικού εμπορίου τόσο για την κοινωνία όσο και για την οικονομία. Αυτό φαίνεται επίσης στα στοιχεία για την ανάπτυξη, τα οποία παρέμειναν σημαντικά (10%), αλλά μειώθηκαν ελαφρώς σε σύγκριση με το 2019 (14%). Ο *Covid-19* έδωσε σημαντική ώθηση στις ηλεκτρονικές πωλήσεις, αλλά η απότομη πτώση των ηλεκτρονικών πωλήσεων στον τομέα του τουρισμού και των υπηρεσιών (εκδηλώσεις, εισιτήρια κλπ.) συνέβαλε στην συγκράτηση της συνολικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με την έρευνα, η πανδημία είχε τεράστιο αντίκτυπο στις εξελίξεις στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Το *lockdown* επιτάχυνε την υπάρχουσα τάση προς την ψηφιακή μετάβαση των καταστημάτων. Οι επενδύσεις των επιχειρήσεων στα ψηφιακά κανάλια πωλήσεων, οι οποίες είχαν αρχικά προγραμματιστεί για αρκετά χρόνια, πραγματοποιήθηκαν μέσα σε λίγους μήνες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ήταν σανίδα σωτηρίας για τους καταναλωτές, καθώς περιορισμοί, όπως το αναγκαστικό κλείσιμο καταστημάτων αποτέλεσε εμπόδιο για αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών από αυτά. Ενώ το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχει αντισταθμίσει πλήρως τις απώλειες που υπέστησαν πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις με φυσικά καταστήματα, έχει απορροφήσει μεγάλο μέρος του οικονομικού κλονισμού. Ωστόσο, απαιτούνται περαιτέρω ενέργειες για να διασφαλιστεί ότι ο ευρύτερος τομέας του λιανικού εμπορίου μπορεί να επωφεληθεί βέλτιστα από τις λύσεις που προσφέρει ο ψηφιακός μετασχηματισμός.

Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή έκθεση ηλεκτρονικού εμπορίου για το 2021, ο συνολικός κύκλος εργασιών του ηλεκτρονικού εμπορίου (B2C) ανά περιοχή και χώρα για το έτος 2020 παρουσιάζεται στους Πίνακες 1 και 2, αντίστοιχα.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Κύκλος εργασιών Ηλεκτρονικού Εμπορίου (B2C) ανά περιοχή

α/α	Περιοχή Ευρώπης	Ποσοστό
1	Δυτική Ευρώπη	64%
2	Νότια Ευρώπη	16%
3	Κεντρική Ευρώπη	8%
4	Βόρεια και Ανατολική Ευρώπη	6%

### ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Κύκλος εργασιών Ηλεκτρονικού Εμπορίου (B2C) ανά χώρα (δισεκατομμύρια ευρώ)

α/α	Χώρα Ευρώπης	Ποσό
1	Ηνωμένο Βασίλειο	236
2	Γαλλία	112
3	Γερμανία	93,6
4	Ισπανία	68,4

Ωστόσο, οι υψηλότεροι ρυθμοί ανάπτυξης στον κύκλο εργασιών του ηλεκτρονικού εμπορίου (B2C) ανά χώρα για το έτος 2020 παρουσιάζεται στον Πίνακα 3.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Ρυθμοί ανάπτυξης στον κύκλο εργασιών Ηλεκτρονικού Εμπορίου ανά χώρα

α/α	Χώρα Ευρώπης	Ποσοστό
1	Ελλάδα	77%
2	Μολδαβία	49%
3	Ρωσία	41%
4	Ελβετία	37%
5	Βόρεια Μακεδονία	37%
6	Σουηδία	36%

Στον Πίνακα 4 παρουσιάζεται η αυξημένη χρήση του διαδικτύου στην Ευρώπη.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Χρήση διαδικτύου στην Ευρώπη

Έτος	Ποσοστό
2018	85%



2019	87%
2020	89%

Στον Πίνακα 5 παρουσιάζεται η αύξηση των διαδικτυακών αγοραστών στην Ευρώπη.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 5

##### Διαδικτυακοί αγοραστές στην Ευρώπη

Έτος	Ποσοστό
2018	64%
2019	66%
2020	71%

Η Δυτική Ευρώπη διαθέτει το υψηλότερο ποσοστό ηλεκτρονικών αγοραστών (86%), ακολουθούμενο από τους καταναλωτές της Βόρειας Ευρώπης (82%). Το υψηλότερο ποσοστό διαδικτυακών αγοραστών ανά χώρα για το έτος 2020 παρουσιάζεται στον Πίνακα 6.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 6

##### Διαδικτυακοί αγοραστές ανά χώρα

α/α	Χώρα Ευρώπης	Ποσοστό
1	Ηνωμένο Βασίλειο	92%
2	Κάτω Χώρες	91%
3	Δανία	90%
4	Ελβετία	90%
5	Γερμανία	87%
6	Νορβηγία	87%
7	Σουηδία	86%

Το χαμηλότερο ποσοστό διαδικτυακών αγοραστών ανά χώρα για το έτος 2020 παρουσιάζεται στον Πίνακα 7.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 7

##### Διαδικτυακοί αγοραστές ανά χώρα

α/α	Χώρα Ευρώπης	Ποσοστό
1	Μολδαβία	34%
2	Αλβανία	37%

3	Ουκρανία	40%
4	Βόρεια Μακεδονία	40%
5	Βουλγαρία	42%
6	Ρωσία	43%

(Η Ναυτεμπορική, 2021).

Αξίζει να σημειωθεί, ότι στατιστικά στοιχεία ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί σε διεθνές επίπεδο, εμφανίζουν μια μοναδική έκρηξη στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, γεγονός το οποίο συνεπικουρείται τόσο από την διαρκή αύξηση της διείσδυσης του διαδικτύου όσο και από τη θέληση των επιχειρήσεων να υιοθετήσουν νέες επιχειρηματικές πρακτικές (Γεωργόπουλος Ν., Πολλάλης Γ., Αγιακλόγλου Χ., 2000).

## **2.ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

### **2.1. Η προστασία του καταναλωτή στις ηλεκτρονικές συναλλαγές**

Η αναγκαιότητα της εγκαθίδρυσης ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των οικονομικών συμφερόντων και της ενημέρωσης των καταναλωτών εδράζεται πρωτίστως σε ευρωπαϊκό επίπεδο καθώς έχουν ήδη εκδοθεί και συνεχίζουν να εκδίδονται με αξιοσημείωτο ρυθμό ευρωπαϊκές οδηγίες για την εξασφάλιση της προστασίας του καταναλωτή, οι οποίες έχουν ενσωματωθεί στο εθνικό μας δίκαιο. Επιπλέον, τονίζεται ότι η προοπτική συμμετοχής του καταναλωτή σε μια επαναστατική ηλεκτρονική αγορά αποτελεί στις μέρες μας και το σχέδιο στρατηγικής της ΕΕ για τη δημιουργία μιας ελεύθερης και ασφαλούς ψηφιακής αγοράς, όπου θα έχουν τη δυνατότητα τόσο οι καταναλωτές να πραγματοποιούν διασυννοριακές διαδικτυακές αγορές όσο και οι επιχειρήσεις να πωλούν σε όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ (Αλικάκου Σ., 2018).

Στα πλαίσια της ενιαίας ψηφιακής αγοράς, ο καταναλωτής διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εύρυθμη λειτουργία της οικονομίας της αγοράς. Η πολιτική προστασίας του καταναλωτή στηρίζεται στην υποχρέωση διαφάνειας και αξιοπιστίας του προμηθευτή προς τον καταναλωτή, από την οποία και πηγάζει η εμπιστοσύνη του καταναλωτή προς τον προμηθευτή, οδηγώντας σε ισορροπία την άνιση κοινωνική, οικονομική ή νομική μεταξύ τους σχέση. Μία από τις βασικές αρχές και εγγυήσεις του κοινωνικού κράτους δικαίου είναι η προστασία των δικαιωμάτων του ατόμου ως μέλος του κοινωνικού συνόλου (άρθ. 25 παρ. 1 & 2, Σύνταγμα της Ελλάδας), με αποτέλεσμα την αναγνώριση και την προώθηση της κοινωνικής οικονομίας, διασφαλίζοντας ότι η οικονομική αποδοτικότητα εξυπηρετεί κοινωνικές ανάγκες (αλληλεξάρτηση).

### **2.2. Ευρωπαϊκή νομοθεσία**

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο η προστασία των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών, προβλέπεται στη Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) και συγκεκριμένα:

- Το άρθ. 4, παρ. 2 περ. στ', συντρέχουσα αρμοδιότητα της ένωσης και των κρατών μελών είναι η προστασία των καταναλωτών, υπό την έννοια ότι και οι δύο μπορούν να εκδίδουν νομικά δεσμευτικές πράξεις,

- Το άρθ. 12, «οι απαιτήσεις προστασίας του καταναλωτή λαμβάνονται υπόψη κατά τον καθορισμό και την εφαρμογή άλλων πολιτικών και δραστηριοτήτων της Ένωσης»,
- Το άρθ. 114 αποτελεί τη νομική βάση για τα μέτρα εναρμόνισης που έχουν σκοπό στην υλοποίηση της εσωτερικής αγοράς. Δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διασφάλιση μιας υψηλού επιπέδου προστασίας μεταξύ άλλων και των καταναλωτών καθώς και στο γεγονός ότι η εν λόγω πολιτική πρέπει να συμβαδίζει με τις νέες εξελίξεις που βασίζονται σε επιστημονικά δεδομένα,
- Το άρθ. 169 συνιστά τη νομική βάση για ένα πλήρες φάσμα δράσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών. Ορίζει ότι «προκειμένου να προωθήσει τα συμφέροντα των καταναλωτών και να διασφαλίσει υψηλό επίπεδο προστασίας του καταναλωτή, η Ένωση συμβάλλει στην προστασία της υγείας, της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών, καθώς και στην προώθηση του δικαιωμάτων τους για ενημέρωση, εκπαίδευση και οργάνωσή τους για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους». Δημιουργεί επίσης τις προϋποθέσεις ώστε να συνυπολογίζονται σε μεγαλύτερο βαθμό τα συμφέροντα των καταναλωτών σε άλλες πολιτικές της ΕΕ. Επί τούτου, το άρθρο 169 ενισχύει το άρθρο 114 και διευρύνει το πεδίο εφαρμογής του πέρα από τα θέματα της ενιαίας αγοράς, έτσι ώστε να καλύπτει την πρόσβαση σε αγαθά και υπηρεσίες, την πρόσβαση στα δικαστήρια, την ποιότητα των δημοσίων υπηρεσιών καθώς και ορισμένες πτυχές της πολιτικής που ασκείται ως προς την διατροφή, τα τρόφιμα, τη στέγαση και την υγεία. Επίσης αναφέρει, ότι τα μέτρα που λαμβάνει η ΕΕ δεν πρέπει να είναι εμπόδιο για τα κράτη μέλη να διατηρούν ή να θεσπίζουν αυστηρότερα μέτρα προστασίας, με την προϋπόθεση ότι αυτά είναι συμβατά με τις Συνθήκες. Επομένως, η προστασία καταναλωτών αποτελεί τμήμα του στρατηγικού στόχου της ΕΕ για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών της. Επιπλέον των άμεσων δράσεων για την προστασία των δικαιωμάτων, η ΕΕ διασφαλίζει την ενσωμάτωση των συμφερόντων των καταναλωτών στη νομοθεσία της, σε όλους τους συναφείς τομείς πολιτικής και
- Το άρθρο 38 του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ ενισχύει την προστασία του καταναλωτή ορίζοντας ότι οι πολιτικές της ένωσης πρέπει

να διασφαλίζουν υψηλό επίπεδο προστασίας του καταναλωτή (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, Θεματολογικά δελτία για την ΕΕ, 2021).

Ωστόσο, το άρθ. 5 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΣΕΕ) προβλέπει ότι η ΕΕ δρα μέσα στα όρια των αρμοδιοτήτων που της αναθέτει και την επίτευξη των στόχων που της ορίζει η παρούσα συνθήκη (αρχή της δοτής αρμοδιότητας). Στους τομείς που δεν υπάγονται στην αποκλειστική της αρμοδιότητα, η ΕΕ δρα σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας και μόνο στο βαθμό που οι στόχοι της είναι αδύνατον να επιτευχθούν αποτελεσματικά από τα κράτη-μέλη (αναγκαιότητα) και μπορούν συνεπώς να επιτευχθούν καλύτερα σε ενωσιακό επίπεδο (αποτελεσματικότητα). Επιπλέον, η ΕΕ υποχρεούται, κατά τη λήψη μέτρων για την προστασία των καταναλωτών, να μην υπερβαίνει το αναγκαίο για την επίτευξη του σκοπού αυτού μέτρο (αρχή της αναλογικότητας).

### **2.3. Ελληνική νομοθεσία**

Σε εθνικό επίπεδο, σειρά διατάξεων ενισχύουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, λαμβάνοντας υπόψη τον διασυνοριακό χαρακτήρα του παγκόσμιου ιστού. Τα νομικά ζητήματα που προκύπτουν σε σχέση με το ηλεκτρονικό εμπόριο ρυθμίζονται ουσιαστικά από το π.δ. 131/2003, με το οποίο έγινε προσαρμογή του ελληνικού δικαίου προς την οδηγία 2000/31/ΕΚ «για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά». Η οδηγία διαγράφει το γενικό πλαίσιο για την παροχή υπηρεσιών του ηλεκτρονικού εμπορίου, καταργεί τα εμπόδια στις διασυνοριακές συναλλαγές και προσφέρει ασφάλεια δικαίου για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Επιπλέον, παρέχει ένα συμβιβαστικό νομικό πλαίσιο και έχει συνταχθεί με τεχνολογικά ουδέτερο τρόπο, ώστε να μην είναι αναγκαία η συνεχής προσαρμογή του σχετικού νομικού πλαισίου στις νέες εξελίξεις. Επίσης, ρυθμίζει μια σειρά από επιμέρους θέματα, όπως είναι οι απαιτήσεις για την εγκατάσταση και πληροφόρηση των φορέων παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, η διαφήμιση, οι ηλεκτρονικές συμβάσεις και η ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών (Ιγγλεζάκης Ι., 2018) σε συνδυασμό με τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα περί πώλησης, μίσθωσης, παραγγελίας κλπ. και σειρά συναφών νομοθετημάτων, νόμων, προεδρικών διαταγμάτων και υπουργικών αποφάσεων.

Μεταξύ των κυριότερων νομοθετημάτων που εφαρμόζονται επί ηλεκτρονικού εμπορίου ανήκει ο ν. 2251/1994 «Προστασία των καταναλωτών» (B2C), όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα, εισάγοντας και την ΚΥΑ Ζ1-891/2013 (ΦΕΚ 2144/τ.Β'/30-8-2013), η οποία ενσωμάτωσε στην ελληνική νομοθεσία την οδηγία 2011/83/ΕΕ για την καλύτερη προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών στις συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος καθώς και την θέσπιση κανόνων για την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Η πλήρης εναρμόνιση των ρυθμίσεων της οδηγίας με το ελληνικό δίκαιο χωρίς αποκλίνοντες εθνικούς κανόνες και με απόλυτη συμμόρφωση για την επικαιροποίηση και τον εκσυγχρονισμό τους είχε ως σκοπό την ενοποίηση και ολοκλήρωση του ενωσιακού δικαίου. Η αυτούσια μεταφορά των ρυθμίσεων με την έκδοση υπουργικής απόφασης χωρίς να ακολουθείται η συνήθης νομοπαρασκευαστική και κοινοβουλευτική διαδικασία είχε ως αποτέλεσμα να δημιουργηθεί νομική αβεβαιότητα. Στο δίκαιο για την προστασία του καταναλωτή εισάγονται διατάξεις και αντικρουόμενοι ορισμοί χωρίς την επιμέρους κατάργηση άλλων και οδηγούν σε ανασφάλεια δικαίου και αποδυνάμωση του επιθυμητού επιπέδου προστασίας του καταναλωτή. Για παράδειγμα ένας δικηγόρος που συνάπτει μια σύμβαση στο πλαίσιο της επαγγελματικής του δραστηριότητας θα είναι καταναλωτής κατά την έννοια του άρθ. 1 παρ. 4 του ν. 2251/1994 ενώ δεν θα είναι καταναλωτής αν συνάψει την ίδια σύμβαση από απόσταση. Αρκετές φορές οι προμηθευτές αδυνατούν να διαπιστώσουν τους κανόνες που ισχύουν καθώς και αυτούς που έχουν καταργηθεί με αποτέλεσμα να δυσκολεύονται να συμμορφωθούν με τις υποχρεώσεις τους που απορρέουν από τον νόμο για την προστασία του καταναλωτή. Με αυτές τις συνθήκες επιβραδύνεται η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου που βασίζεται σε αυτοματοποιημένες και τυποποιημένες διαδικασίες κατά την κατάρτιση ηλεκτρονικών συμβάσεων πώλησης με αποτέλεσμα να μην ενισχύεται η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές αγορές, επειδή φοβούνται πιθανές παραβιάσεις (Αλικάκου Σ., 2018).

Επιπλέον, η ΚΥΑ Ζ1-891/2013 αναμόρφωσε τα άρθρα 4 και 4α του ν. 2251/1994 στο σύνολό τους και σύμφωνα με το άρθρο 10 έχει τεθεί σε ισχύ και έναρξη εφαρμογής από 13-06-2014 και ισχύει για τις συμβάσεις από απόσταση.

Βασικά νομοθετήματα είναι επίσης η Υ.Α. 5338/2018 (ΦΕΚ 40/τ.Β'/17-1-2018) με την οποία κωδικοποιήθηκε ο ν. 2251/1994 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σε ενιαίο κείμενο και ο ν. 4624/2019 «Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ». Με την υπουργική απόφαση επιτυγχάνεται η έγκυρη ενημέρωση των συμβαλλόμενων μερών στις ηλεκτρονικές συναλλαγές για την προστασία των καταναλωτών. Η κωδικοποίηση του νόμου κρίθηκε απαραίτητη για να εξασφαλιστεί η προστασία της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών με στόχο την ενίσχυση της εμπιστοσύνης τους στις ηλεκτρονικές συναλλαγές και την ενθάρρυνσή τους για την κατάρτιση συμβάσεων μέσω του διαδικτύου, να καταργήσει το κόστος που αναλαμβάνουν οι προμηθευτές προκειμένου να συμμορφωθούν με τη νομοθεσία περί προστασίας των καταναλωτών, να διασφαλίσει για τους χρήστες καλύτερη εξυπηρέτηση από τους παρόχους υπηρεσιών σύμφωνα με τις ανάγκες και επιθυμίες τους και να εξασφαλίσει ισότιμους όρους ανταγωνισμού με τους διασυννοριακούς παρόχους, χωρίς να θίγονται τα δικαιώματα των καταναλωτών (Αλικάκου Σ., 2018).

### **2.3.1. Προστασία προσωπικών δεδομένων στο διαδίκτυο**

Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων, ο οποίος τέθηκε σε εφαρμογή την 25/05/2018, ρυθμίζει τα προσωπικά δεδομένα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Επιβάλλει σε όλες τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν και να επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα των καταναλωτών, με διαφάνεια και αξιοπιστία, ιδίως ρυθμίζει το κρίσιμο ζήτημα της δημιουργίας προφίλ χρηστών. Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης των χρηστών σε μία ιστοσελίδα γίνεται συλλογή και καταγραφή όλων των πληροφοριών τους. Έπειτα επεξεργάζονται, αναλύονται και συσχετίζονται προκειμένου να προσδιοριστεί και να καταγραφεί η συνήθεια των χρηστών καθώς και η καταναλωτική τους συμπεριφορά.

Ένας από τους τρόπους συλλογής και καταγραφής πληροφοριών των χρηστών του διαδικτύου είναι τα γνωστά *cookies*. Το *cookie* είναι μικρό ψηφιακό κείμενο

που αποστέλλεται από έναν διαδικτυακό διακομιστή και αποθηκεύεται στο σκληρό δίσκο του χρήστη. Ο κύριος σκοπός ενός *cookie* είναι να ταυτοποιεί ένα χρήστη και να θυμάται πληροφορίες που σχετίζονται με τις συνεδρίες και τις ηλεκτρονικές συναλλαγές του (π.χ. εισαγωγή προϊόντων στο καλάθι αγορών σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, προτίμηση της γλώσσας, γεωγραφική τοποθεσία). Επίσης, αποθηκεύει πληροφορίες από τη διαδικασία ταυτοποίησης του χρήστη έτσι ώστε να μην ζητηθούν πάλι αν γίνει επανασύνδεση. Τα *cookies* είναι πολύ χρήσιμα για τις επιχειρήσεις αλλά κρύβουν κινδύνους για την ιδιωτικότητα των χρηστών διότι μέσω αυτών αποθηκεύονται και επεξεργάζονται προσωπικά δεδομένα, όπως μοναδικά αναγνωριστικά και τυπικές πληροφορίες που αποστέλλονται για εξατομικευμένες διαφημίσεις, μέτρηση διαφημίσεων καθώς και απόψεις του κοινού για την ανάπτυξη και βελτίωση προϊόντων ή υπηρεσιών. Επιπλέον, υπάρχουν *cookies* που μεταφέρονται από μία επιχείρηση σε άλλη επιχείρηση μέσω εταιρικής σχέσης διαμοίρασης δεδομένων. Για παράδειγμα, μια αεροπορική εταιρεία έχει τη δυνατότητα να πουλήσει πρωτογενή δεδομένα πελατών όπως είναι ονόματα, διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κλπ. σε μια αξιόπιστη αλυσίδα ξενοδοχείων για στοχευμένη διαφήμιση. Η εμπορευματοποίηση των προσωπικών δεδομένων είναι παράνομη, χωρίς ενημέρωση του χρήστη διότι αντιβαίνει στην αρχή της νόμιμης και δίκαιης συλλογής δεδομένων. Απαραίτητη προϋπόθεση για τη νομιμότητα της επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων είναι η προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του χρήστη. Η νομιμότητα της πρακτικής ενός ιστότοπου αμφισβητείται, όταν απαγορεύει στον χρήστη την πρόσβαση σε όλες τις ιστοσελίδες του γιατί δεν αποδέχτηκε την χρήση των *cookies*.

Οι στόχοι της νομοθεσίας για την προστασία των προσωπικών δεδομένων είναι ο περιορισμός της συγκέντρωσης και της γνωστοποίησης προσωπικών δεδομένων σε τρίτους, η διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών χωρίς την κοινοποίηση της ταυτότητας των χρηστών αλλά και η ελευθερία διαχείρισης των προσωπικών δεδομένων τους ώστε να διασφαλίζεται η ιδιωτικότητα των χρηστών. Έτσι, οι χρήστες-ψηφιακοί καταναλωτές διασφαλίζουν ένα υψηλό επίπεδο προστασίας των προσωπικών δεδομένων τους στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.



### 2.3.2. Κώδικες δεοντολογίας

Ο Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας (π.δ. 10/2017) καθορίζει κυρίως τις αρχές που πρέπει να ρυθμίζουν τη συναλλακτική συμπεριφορά και τις σχέσεις μεταξύ των προμηθευτών και των καταναλωτών και των ενώσεών τους. Η εφαρμογή των διατάξεων του κώδικα καταναλωτικής δεοντολογίας έχει σκοπό τη διασφάλιση των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών, στο πλαίσιο της τήρησης της νομιμότητας κατά την επαγγελματική δραστηριότητα των προμηθευτών.

Επιπλέον, η Υ.Α. 31619 οικ./2017 (ΦΕΚ 969/τ.Β'/22-3-2017) περί Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο περιέχει τις γενικές αρχές και ορίζει τους ελάχιστους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς που πρέπει να τηρούνται από τις επιχειρήσεις έναντι του καταναλωτή. Εφαρμόζεται, στις διαδικτυακές συναλλαγές των συναπτόμενων συμβάσεων πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών έναντι αμοιβής, χωρίς να είναι απαραίτητη η ταυτόχρονη φυσική παρουσία των δύο μερών (συναλλαγές B2C). Οι κανόνες που περιλαμβάνονται στον Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο αφορούν:

- την προστασία ανηλίκων και άλλων ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού,
- την ασφάλεια συναλλαγών και την προστασία προσωπικών δεδομένων,
- το δικαίωμα υπαναχώρησης για τους καταναλωτές,
- την εξυπηρέτηση καταναλωτών μέσω κατάλληλων μηχανισμών (μέσω τηλεφώνου και *e-mail*) και επαρκές προσωπικό και
- την ηλεκτρονική ΕΕΔ (καταναλωτικών).

Η κείμενη νομοθεσία θεσπίζει σειρά υποχρεώσεων διαφάνειας, επαρκούς και έγκυρης πληροφόρησης του καταναλωτή και αποχής από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές για τα ηλεκτρονικά καταστήματα (*eshops*). Παράλληλα, εισάγει ένα πλέγμα προστατευτικών διατάξεων της οικονομικής ελευθερίας και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών που συνάπτουν συμβάσεις από απόσταση και προβαίνουν σε ηλεκτρονικές συναλλαγές (Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, 2008).

### **2.3.3. Οι ρυθμίσεις του π.δ. 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο**

Το πεδίο εφαρμογής του π.δ. 131/2003 καλύπτει τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, δηλαδή περιλαμβάνει κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται έναντι αμοιβής, με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως (από την αρχή, κατά την εκτέλεση και μέχρι το τέλος της σύμβασης) και κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη υπηρεσιών (προηγούμενο ατομικό αίτημα του) κατά την έννοια της περ. β' παρ. 1 του άρθρου 2 του π.δ. 81/2018 (άρθρο 1 περ. α' π.δ. 131/2003). Οπότε, αν η υπηρεσία δεν διαθέτει έστω και ένα από τα παραπάνω στοιχεία δεν είναι υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, δηλαδή δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του π.δ. 131/2003. Οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας είναι οικονομικές δραστηριότητες που διεξάγονται σε απευθείας σύνδεση. Ως παραδείγματα αναφέρονται οι υπηρεσίες που επιτρέπουν τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών όπως η διαλογική τηλεαγορά, τα ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα, οι ηλεκτρονικές εφημερίδες, οι υπηρεσίες μικρών αγγελιών π.χ. αναζήτηση απασχόλησης, πώλησης προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών μέσω διαδικτύου π.χ. χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, ψυχαγωγικές υπηρεσίες, καθώς και η παροχή πρόσβασης στο διαδίκτυο (Ιγγλεζάκης Ι., 2018). Ιδιαίτερη η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ όσον αφορά τη δυνατότητα πώλησης φακών επαφής μέσω διαδικτύου.

Απόφαση ΔΕΕ της 2-12-2010 (υπόθεση C-108/09)

«Κατά την ουγγρική νομοθεσία, για την εμπορία φακών επαφής απαραίτητες προϋποθέσεις ήταν η ύπαρξη ειδικευμένου καταστήματος ελάχιστης επιφάνειας, η χρήση υπηρεσιών οπτομέτρου ή οφθαλμιάτρου ειδικευμένου στους φακούς επαφής. Εντούτοις, η ουγγρική εταιρεία *Ker-Optika* εμπορευόταν φακούς επαφής μέσω της ιστοσελίδας της στο διαδίκτυο. Οι ουγγρικές υγειονομικές αρχές της απαγόρευσαν να συνεχίσει τη δραστηριότητα αυτή. Η *Ker-Optika* άσκησε ένδικη προσφυγή κατά της εν λόγω απαγορευτικής απόφασης. Το δικαστήριο περιφέρειας *Baranya* (Ουγγαρία), το οποίο επελήφθη της διαφοράς, ζήτησε από το Δικαστήριο να διευκρινίσει εάν αντιβαίνει στο δίκαιο της ΕΕ η ουγγρική ρύθμιση.

Το Δικαστήριο νομολόγησε ότι εθνική νομοθεσία σχετικά με την εμπορία φακών επαφής εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2000/31/ΕΚ, επειδή αφορά την προσφορά σε απευθείας σύνδεση και τη σύναψη σύμβασης με ηλεκτρονικά μέσα.

Έτσι, σύμφωνα με το ενωσιακό δίκαιο απαγορεύεται εθνική ρύθμιση η οποία επιτρέπει την εμπορία φακών επαφής μόνο σε ειδικευμένα καταστήματα ιατρικών ειδών.

Πράγματι, η απαγόρευση πώλησης φακών επαφής μέσω του διαδικτύου και την κατ' οίκον παράδοσή τους στους καταναλωτές που κατοικούν εντός του κράτους μέλους, στερεί τις εγκατεστημένες σε άλλα κράτη μέλη επιχειρήσεις ενός ιδιαίτερου αποτελεσματικού τρόπου εμπορίας των προϊόντων αυτών, δυσχεραίνοντας, σημαντικά την πρόσβασή τους στην αγορά του οικείου κράτους μέλους.

Ο εθνικός νομοθέτης υπερέβη τα περιθώρια εκτίμησης που έχει προκείμενου να αποφασίσει περί του επιπέδου προστασίας της δημόσιας υγείας που επιθυμεί να εξασφαλίσει, η δε ρύθμιση αυτή πρέπει να θεωρηθεί ότι υπερβαίνει το αναγκαίο για την επίτευξη του προβαλλόμενου σκοπού μέτρο. Ο σκοπός αυτός μπορεί να υλοποιηθεί μέσω λιγότερο περιοριστικών μέτρων, τα οποία συνίστανται στην υποβολή σε ορισμένους περιορισμούς μόνον της πρώτης παράδοσης φακών και στην επιβολή στους ενδιαφερόμενους οικονομικούς φορείς της υποχρέωσης να θέτουν στη διάθεση του πελάτη ειδικευμένο οπτικό. Για τους ίδιους λόγους, η εν λόγω ρύθμιση δεν μπορεί να θεωρηθεί ανάλογη προς τον σκοπό της προστασίας της δημόσιας υγείας» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

Οι διατάξεις του π.δ. 131/2003 δεν εφαρμόζονται:

- στο φορολογικό τομέα,
- σε θέματα σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που καλύπτονται ήδη από τις διατάξεις του ν. 4624/2019 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και από τις διατάξεις του ν. 3471/2006 περί προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών,
- σε θέματα που αφορούν συμφωνίες ή πρακτικές ρυθμιζόμενες από τη νομοθεσία περί καρτέλ,
- σε μια σειρά δραστηριοτήτων των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως είναι οι εξής: οι δραστηριότητες συμβολαιογράφων ή αντίστοιχων επαγγελματιών που ασκούν δημόσια εξουσία, η εκπροσώπηση πελάτη και υπεράσπιση των συμφερόντων του ενώπιον των δικαστηρίων, η συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια στα οποία ο παίκτης στοιχηματίζει χρηματική αξία συμπεριλαμβανομένων και των λαχείων,

- η εφαρμογή του π.δ. δεν θίγει μέτρα που λαμβάνονται σε ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο, τηρουμένου του ευρωπαϊκού δικαίου, με σκοπό την προώθηση της πολιτιστικής και γλωσσικής πολυμορφίας και την προάσπιση του πλουραλισμού και
- το π.δ. δεν μπορεί να ερμηνευθεί κατά τρόπο που να θίγει το επίπεδο προστασίας των συμφερόντων και της δημόσιας υγείας του καταναλωτή. Χαρακτηριστική η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ όσον αφορά τη δυνατότητα πώλησης φαρμάκων μέσω διαδικτύου (άρθ. 20).

Απόφαση ΔΕΕ της 11-12-2003 (υπόθεση C-322/01)

«Η υπόθεση της κύριας δίκης αφορούσε διαφορά μεταξύ της *Deutscher Apothekerverband eV*, ένωσης με σκοπό την προάσπιση και την προώθηση των οικονομικών και κοινωνικών συμφερόντων του επαγγέλματος του φαρμακοποιού και του *0800 DocMorris NV* ολλανδικού φαρμακείου εγκατεστημένου στις Κάτω Χώρες. Ο *Jacques Waterval* ήταν φαρμακοποιός και ένας από τους νόμιμους εκπροσώπους της εταιρίας *DocMorris*. Από τον Ιούνιο του 2000 η *DocMorris* και ο *J. Waterval* εμπορευόταν φάρμακα μέσω της ιστοσελίδας της στο διαδίκτυο. Πρόκειται για φάρμακα τα οποία διέθεταν άδεια κυκλοφορίας είτε εντός της Γερμανίας είτε εντός των Κάτω Χωρών. Η παράδοση αυτού του είδους φαρμάκων πραγματοποιούνταν μόνον κατόπιν εμφανίσεως του πρωτοτύπου της ιατρικής συνταγής. Η *Apothekerverband* αμφισβήτησε ενώπιον του εφετείου Φρανκφούρτης επί του Μάιν (Γερμανία) την πώληση των φαρμάκων μέσω διαδικτύου και την ταχυδρομική αποστολή τους στο εξωτερικό. Κατά την άποψή της, οι διατάξεις του γερμανικού νόμου περί φαρμάκων απαγόρευαν την άσκηση μιας τέτοιας δραστηριότητας. Το δευτεροβάθμιο δικαστήριο ζήτησε από το Δικαστήριο να διευκρινίσει αν τέτοιες απαγορεύσεις παραβιάζουν τη θεμελιώδη αρχή της ΕΕ για την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων. Στη συνέχεια, αν υποθεθεί ότι υφίσταται παράβαση της ανωτέρω αρχής, το αιτούν δικαστήριο ζήτησε να αναζητηθεί αν η επίμαχη γερμανική ρύθμιση της κύριας δίκης είναι αναγκαία για την αποτελεσματική προστασία της υγείας και της ζωής των ατόμων και άρα ανεκτή από πλευράς ευρωπαϊκού δικαίου.

Το Δικαστήριο έκρινε ότι η εθνική απαγόρευση είναι νόμιμη. Πλήττει περισσότερο τα εγκατεστημένα φαρμακεία εκτός της γερμανικής επικράτειας και μπορεί να είναι ικανή να δυσκολέψει περισσότερο την πρόσβαση στην αγορά των προϊόντων προέλευσης άλλων κρατών μελών έναντι εκείνης των εγχωρίων προϊόντων.

Συγκεκριμένα, ενόψει των κινδύνων που μπορεί να ενέχει η χρησιμοποίηση των φαρμάκων που χορηγούνται με ιατρική συνταγή, είναι αναγκαίο να είναι δυνατή η

αποτελεσματική και υπεύθυνη εξακρίβωση της εγκυρότητας των συνταγών που παρέχουν οι ιατροί και να εξασφαλίζεται με τον τρόπο αυτό η παράδοση του φαρμάκου είτε στον ίδιο τον ασθενή είτε σε πρόσωπο στο οποίο ο ασθενής έχει αναθέσει να το αναζητήσει για λογαριασμό του. Αντίθετα, δεν είναι δυνατή η απόλυτη απαγόρευση πώλησης φαρμάκων τα οποία δεν απαιτούν την προσκόμιση ιατρικής συνταγής δι' αλληλογραφίας» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

Με το Προεδρικό Διάταγμα ρυθμίζονται μία σειρά θέματα, όπως:

- Η εσωτερική αγορά: Τήρηση των σχετικών διατάξεων του εθνικού δικαίου σε φορέα εγκατεστημένο στην Ελλάδα που παρέχει υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας στην χώρα του ή σε άλλο κράτος - μέλος της ΕΕ και ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας που προέρχονται από άλλο κράτος μέλος. Η πολιτεία μπορεί να λαμβάνει περιοριστικά μέτρα για συγκεκριμένη υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, που προέρχεται από άλλο κράτος μέλος, υπό προϋποθέσεις,
- Οι πληροφορίες: οι φορείς παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας υποχρεούνται να προσφέρουν στους αποδέκτες τους και στις αρμόδιες αρχές εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση στις βασικές πληροφορίες που αφορούν τις δραστηριότητές τους: επωνυμία, γεωγραφική διεύθυνση, ηλεκτρονική διεύθυνση, αριθμό εγγραφής στο εμπορικό μητρώο κλπ.,
- Η ελευθερία ανάληψης και άσκησης δραστηριότητας: η ανάληψη και η άσκηση δραστηριότητας φορέα παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας είναι ελεύθερη,
- Η ευθύνη των μεσαζόντων παροχής υπηρεσιών,
- Ο εξώδικος διακανονισμός διαφορών σε περιπτώσεις διαφωνίας μεταξύ φορέα παροχής και αποδέκτη μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας και
- Οι κυρώσεις: Σε περίπτωση παραβίασης των διατάξεων του π.δ. επιβάλλονται οι κυρώσεις, που προβλέπονται από το νόμο περί προστασίας των καταναλωτών, καθώς επίσης από τον Αγορανομικό Κώδικα.

#### **2.3.4. Κατάρτιση ηλεκτρονικών συμβάσεων**

Τα υποκείμενα της ηλεκτρονικής σύμβασης είναι τα δύο συμβαλλόμενα μέρη δηλαδή ο φορέας παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας και ο αποδέκτης της υπηρεσίας ενώ το αντικείμενο της είναι η υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας.

Σύμφωνα με την διάταξη του άρθρου 8 του π.δ. 131/2003 επιτρέπεται η κατάρτιση των ηλεκτρονικών συμβάσεων, σε απευθείας σύνδεση, με την επιφύλαξη των διατάξεων του π.δ. 150/2001 για τις «ηλεκτρονικές υπογραφές». Στην περίπτωση κατάρτισης της σύμβασης από απόσταση, όπου προβλέπεται μονομερής έγγραφος συστατικός τύπος για την ανακοίνωση των συμβατικών όρων από την πλευρά του προμηθευτή, θα πρέπει να χρησιμοποιείται ψηφιακή ή προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή που βασίζεται σε έγκυρο αναγνωρισμένο ψηφιακό πιστοποιητικό και έχει την ίδια ισχύ με την ιδιόχειρη υπογραφή.

Εξαίρεση από τη δυνατότητα κατάρτισης ηλεκτρονικών συμβάσεων προβλέπεται για τις συμβάσεις:

- που θεμελιώνουν ή μεταβιβάζουν εμπράγματα δικαιώματα επί ακινήτων,
- που απαιτούν εκ του νόμου την προσφυγή σε δικαστήρια, δημόσιες αρχές ή επαγγέλματα που ασκούν δημόσια εξουσία και
- που εμπíπτουν στο οικογενειακό ή κληρονομικό δίκαιο.

Οι ρυθμίσεις του π.δ. 131/2003 αναφέρονται στην προστασία κάθε φυσικού ή νομικού προσώπου που είναι αποδέκτης της υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας. Ο φορέας παροχής υπηρεσιών υποχρεούται να παρέχει γενικές πληροφορίες στους αποδέκτες των υπηρεσιών μέσω της ιστοσελίδας του, με τρόπο που να διασφαλίζει εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση στις εν λόγω πληροφορίες (άρθ. 4) και ειδικές πληροφορίες με τρόπο σαφή, κατανοητό και αναμφισβήτητο, πριν από την ανάθεση της παραγγελίας από τον αποδέκτη της υπηρεσίας, όπως:

- τα διάφορα τεχνικά στάδια έως τη σύναψη της σύμβασης π.χ.,
  - επιλογή προϊόντος από τον κατάλογο,
  - σύναψη παραγγελίας με αναγραφή ποσοτήτων και ειδών,
  - επιβεβαίωση ή διόρθωση παραγγελίας και

-επιλογή τρόπου πληρωμής και ολοκλήρωση συναλλαγής,

- εάν ο φορέας παροχής υπηρεσιών θα αρχειοθετήσει ή όχι τη σύμβαση μετά τη σύναψή της καθώς και εάν προβλέπεται δυνατότητα πρόσβασης σε αυτήν, ώστε να υπάρχει δυνατότητα εκ των υστέρων απόδειξης των όρων της σε περίπτωση αμφισβήτησης,
- τα τεχνικά μέσα που θα επιτρέπουν τον εντοπισμό και τη διόρθωση σφαλμάτων ηλεκτρονικού χειρισμού πριν από την ανάθεση της παραγγελίας ώστε να αποφεύγονται ανεπιθύμητες παραγγελίες από το ανεξοικείωτο καταναλωτή,
- τις γλώσσες στις οποίες μπορεί να συναφθεί η σύμβαση και
- τους σχετικούς κώδικες δεοντολογίας στους οποίους υπόκειται, καθώς και τα στοιχεία που επιτρέπουν την πρόσβαση στους εν λόγω κώδικες με ηλεκτρονικά μέσα (άρθ. 9).

Όταν ένας αποδέκτης υπηρεσίας προβαίνει σε παραγγελία με ηλεκτρονικά μέσα ισχύουν οι ακόλουθες βασικές αρχές:

- ο φορέας παροχής υπηρεσιών υποχρεούται να αποστείλει αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας του αποδέκτη χωρίς περιττή καθυστέρηση και με ηλεκτρονικά μέσα,
- η παραγγελία και το αποδεικτικό παραλαβής θεωρείται ότι έχουν παραληφθεί όταν τα μέρη στα οποία απευθύνονται έχουν πρόσβαση σ' αυτά,
- ο φορέας παροχής υποχρεούται να θέτει στη διάθεση του αποδέκτη της υπηρεσίας κατάλληλα, αποτελεσματικά και προσιτά μέσα που θα επιτρέψουν να επισημάνει και να διορθώσει τα λάθη του κατά τον ηλεκτρονικό χειρισμό πριν από την ανάθεση της παραγγελίας. Σε περίπτωση, που αποστείλει την παραγγελία, στην οποία έχουν γίνει λάθη θα πρέπει να μπορεί να ζητήσει την ακύρωση της δικαιοπραξίας με τις γενικές διατάξεις περί πλάνης του Αστικού Κώδικα (άρθ. 140 ΑΚ) και
- η πρώτη και τρίτη περίπτωση δεν εφαρμόζεται σε συμβάσεις που συνάπτονται αποκλειστικά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή μέσω άλλων ισοδύναμων ατομικών μέσων επικοινωνίας δηλαδή όταν χρησιμοποιείται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για την κατάρτιση της ηλεκτρονικής σύμβασης ή ισοδύναμα μέσα προσωπικής επικοινωνίας, ο φορέας παροχής υπηρεσιών

δεν υποχρεούται την αποστολή αποδεικτικού παραλαβής της παραγγελίας του αποδέκτη της υπηρεσίας και διάθεσης μέσων που του επιτρέπουν την διόρθωση λαθών πριν την ανάθεση της παραγγελίας (άρθ. 10).

Να σημειωθεί ότι τόσο η δήλωση βούλησης για την παραγγελία όσο και αυτή για την απόδειξη παραλαβής της δεν απαιτείται να φέρουν ιδιόχειρη ή ηλεκτρονική υπογραφή.

### **2.3.5. Ηλεκτρονική δήλωση βούλησης και διαβίβασή της μέσω Internet**

Οι προϋποθέσεις για την κατάρτιση της ηλεκτρονικής σύμβασης είναι η πρόταση για τη σύναψη της σύμβασης (άρθ. 185 ΑΚ), η αποδοχή της πρότασης που απαιτείται να περιέλθει στον προτείναντα μέσα στην προθεσμία που είχε ορίσει ενώ αν δεν είχε ορίσει προθεσμία, η αποδοχή πρέπει να περιέλθει σ' αυτόν έως τη στιγμή που κατά τις περιστάσεις ήταν υποχρεωμένος να την περιμένει (άρθ. 189 ΑΚ) και η σύμβαση συντελείται με την περιέλευση της δήλωσης αποδοχής της πρότασης του (άρθ. 192 ΑΚ). Τόσο η πρόταση όσο και η αποδοχή έχουν τη νομική φύση της δήλωσης βούλησης. Στις ηλεκτρονικές συμβάσεις οι δηλώσεις βούλησης είναι ηλεκτρονικές. Επιπλέον, για την κατάρτιση της ηλεκτρονικής σύμβασης απαιτείται ταύτιση των ηλεκτρονικών δηλώσεων βούλησης των μερών. Η ηλεκτρονική δήλωση βούλησης πρέπει να είναι έγκυρη δηλαδή να πληρούνται οι προϋποθέσεις του ΑΚ (άρθρα 127 επ. ΑΚ) και έγκαιρη δηλαδή η διαβίβασή της πρέπει να γίνει εγκαίρως δεδομένου ότι η κατάρτιση της ηλεκτρονικής σύμβασης πραγματοποιείται χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία των συμβαλλόμενων μερών. Η ηλεκτρονική δήλωση βούλησης είναι μία δικαιοπραξία όπου η συντέλεση της επέρχεται, με την εξωτερίκευση της και τη δημιουργία ορισμένου αποτελέσματος με ένομες συνέπειες, από την χρονική στιγμή περιέλευσής της στη σφαίρα επιρροής του αποδέκτη λήπτη, δηλαδή στο πρόσωπο το οποίο απευθύνεται, σύμφωνα με την θεωρία της λήψης ή παραλαβής (άρθ. 167 ΑΚ).

Οι ηλεκτρονικές δηλώσεις βούλησης διακρίνονται σε ηλεκτρονικά διαβιβαζόμενες και αυτοματοποιημένες. Ηλεκτρονικά διαβιβαζόμενες είναι οι δηλώσεις βούλησης που διαμορφώνονται από τον χρήστη, ενώ η παρεμβολή του ηλεκτρονικού υπολογιστή γίνεται αποκλειστικά και μόνο για την διαβίβασή τους ως χρησιμοποιούμενο μέσο, χωρίς τροποποίηση του περιεχομένου τους.



Αποτελούν αυθεντικές δικαιοπρακτικές δηλώσεις βούλησης ως προς τη νομική φύση. Η παραγγελία του αποδέκτη της υπηρεσίας αποτελεί ηλεκτρονικά διαβιβαζόμενη δήλωση βούλησης με την καταβολή του τιμήματος και την απόδειξη παραλαβής του αγαθού ή της υπηρεσίας χωρίς καθυστέρηση. Αυτοματοποιημένες είναι οι δηλώσεις βούλησης στις οποίες ο ηλεκτρονικός υπολογιστής επεμβαίνει στην διαμόρφωσή τους, κατά την οποία η χρήση του δεν γίνεται με ανθρώπινη ενέργεια αλλά από λογισμικό πρόγραμμα. Παράδειγμα είναι όταν ο υπολογιστής μιας επιχείρησης που συνδέεται με το διαδίκτυο, μετά από κάθε ηλεκτρονική παραγγελία, ελέγχει αυτόματα το απόθεμα των προϊόντων προκειμένου να διαπιστώσει αν υπάρχουν διαθέσιμα ώστε να δέχεται ή να απορρίπτει την παραγγελία του χρήστη.

Η διαβίβαση της ηλεκτρονικής δήλωσης βούλησης πραγματοποιείται είτε μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είτε μέσω της ιστοσελίδας του φορέα παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας. Το χρονικό σημείο σύναψης της σύμβασης είναι η λήψη του μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από το διακομιστή του παρόχου του παραλήπτη και όχι η στιγμή του ελέγχου, της ανάγνωσης του περιεχομένου του μηνύματος.

Η ιστοσελίδα ενός φορέα παροχής υπηρεσιών αποτελεί πρόσκληση για υποβολή πρότασης, όταν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες προσφέρονται μόνο για διαφημιστικούς λόγους και δεν υπάρχει δυνατότητα εκπλήρωσης σύμβασης. Ωστόσο, θεωρείται πρόταση για σύναψη σύμβασης, όταν με την υποβολή της παραγγελίας από τον αποδέκτη της υπηρεσίας στην ιστοσελίδα του φορέα παροχής υπηρεσιών και στη συνέχεια επιβεβαίωση της παραγγελίας από τον φορέα, ηλεκτρονικά, σημαίνει ότι αποδέχεται την πρόταση του φορέα με αποτέλεσμα την κατάρτιση της ηλεκτρονικής σύμβασης. Βασική προϋπόθεση είναι να υπάρχουν πάντοτε διαθέσιμα προϊόντα και ότι η σύμβαση μπορεί να καταρτισθεί με μόνη την αποδοχή της πρότασης (άρθ. 193 ΑΚ).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι όταν ένας χρήστης του διαδικτύου επιλέξει από την ιστοσελίδα μιας επιχείρησης ένα προϊόν που επιθυμεί να αγοράσει ή μια υπηρεσία, πρέπει να διαβιβάσει τη δήλωση βούλησης του στον προμηθευτή δηλαδή να αποστείλει την παραγγελία του στον προμηθευτή που με τη συνδρομή και άλλων γεγονότων (πληρωμή, παράδοση) επιφέρει ηθελημένο έννομο αποτέλεσμα (Παμπούκης Χ., 2009).

Στις ηλεκτρονικές συμβάσεις είναι δυνατόν να υπάρξουν ελαττώματα στη δήλωση βούλησης κατά τη σύναψη της σύμβασης ή τη διαβίβαση της ηλεκτρονικής δήλωσης βούλησης, τα οποία να οδηγήσουν στον χαρακτηρισμό της ηλεκτρονικής σύμβασης ως ακυρώσιμη ή άκυρη. Τέτοια ελαττώματα μπορεί να οφείλονται:

- εισαγωγή λανθασμένων δεδομένων στον Η/Υ από το χρήστη π.χ. στην καταχώρηση της ηλεκτρονικής παραγγελίας ο χρήστης-καταναλωτής πληκτρολογεί την ποσότητα 10 αντί της ποσότητας 1,
- ολοκληρωτική έλλειψη δικαιοπρακτικής συνείδησης κατά τη χρήση του Η/Υ π.χ. ο χρήστης-καταναλωτής επιλέγει, εκ παραδρομής, το πεδίο για την αποστολή της παραγγελίας ενώ στην πραγματικότητα ήθελε να επιλέξει το πεδίο επιστροφή στην προηγούμενη σελίδα,
- χρήση εσφαλμένων δεδομένων κατά τη διαδικασία διαμόρφωσης της δικαιοπρακτικής βούλησης π.χ. ο αυτοματοποιημένος υπολογισμός τιμών στην ιστοσελίδα ηλεκτρονικού καταστήματος εμφανίζει λανθασμένη τιμή μονάδας κατά την παραγγελία προϊόντος, λόγω σφάλματος κατά τον προγραμματισμό του λογισμικού και
- λανθασμένη διαβίβαση της ηλεκτρονικής δήλωσης βούλησης (άρθ.146 ΑΚ). Για τέτοια σφάλματα εφαρμόζονται οι διατάξεις περί πλάνης για ακύρωση της δικαιοπραξίας (άρθ. 140 επ. ΑΚ) (Κακουριώτης Γ., 2018). Ιδιαίτερη η παρακάτω σύσταση/πόρισμα του ΣτΚ σχετικά με την εκτέλεση παραγγελίας προϊόντων μέσω διαδικτύου.

«Συνήγορος του Καταναλωτή» - Σύσταση/πόρισμα υπ' αριθμ. 4472/25-2-2014  
«Καταναλωτές προέβησαν σε αγορά προϊόντων από ηλεκτρονικό κατάστημα, χωρίς όμως, οι συμβάσεις να εκτελεστούν από την εταιρία, η οποία την επόμενη ημέρα έστειλε μηνύματα ακύρωσης των παραγγελιών τους και της άρνησής της να παραδώσει τα εν λόγω προϊόντα, με την αιτιολογία ότι οι αναγραφόμενες τιμές στα προϊόντα που είχαν επιλέξει δεν ήταν σωστές λόγω μηχανογραφικού σφάλματος. Αναγνωρίζοντας το λάθος της, η εταιρεία σαν κίνηση καλής θέλησης και απόδειξη μη ηθελημένης εξαπάτησης, τους αποστέλλει εκπτώτικό κουπόνι για συγκεκριμένα προϊόντα. Η εταιρία θεωρεί ότι πρόκειται για περιστατικό ανωτέρας βίας και ότι την καλύπτει ο όρος, που συμπεριλαμβάνεται στους γενικούς όρους χρήσης του ηλεκτρονικού καταστήματος, σε κάποιο σημείο της ιστοσελίδας της, σύμφωνα με τον οποίο δεν δεσμεύεται στην αποστολή της παραγγελίας των προϊόντων λόγω

τυπογραφικού ή μηχανογραφικού λάθους παρουσιάζονται σε διαφορετική τιμή από την ισχύουσα. Οι καταναλωτές απαιτούν την εκπλήρωση της παραγγελίας, επικαλούμενοι την ολοκλήρωση της σύμβασης μέσω της αποστολής της φόρμας.

Προκειμένου να κρίνει επί της διαφοράς, ο ΣΤΚ θέλησε να εντοπίσει το χρονικό σημείο κατάρτισης της σύμβασης. Η διατήρηση ιστοσελίδας από τον πωλητή με σκοπό τη διενέργεια συναλλαγών αποτελεί πρόταση για κατάρτιση σύμβασης, εφόσον δεν διατυπώνεται κάποια αντίθετη επιφύλαξη όπως π.χ. ότι θα προηγηθεί από την εταιρία έλεγχος διαθεσιμότητας και ορθότητας τιμής του παραγγελθέντος προϊόντος ή πρόσκληση για υποβολή πρότασης από τον χρήστη. Η πρόταση για να είναι έγκυρη πρέπει να είναι ορισμένη, πλήρης και σαφής. Κριτήριο για την ύπαρξη έγκυρης πρότασης είναι η σοβαρή και οριστική πρόθεση συμβατικής δέσμευσης του προτείνοντος. Αν δεν συμβαίνει αυτό, δεν υπάρχει πρόταση αλλά πρόσκληση για την υποβολή πρότασης.

Οι καταναλωτές ήρθαν σε επαφή με ένα πλήρως αυτοματοποιημένο σύστημα πωλήσεων που επέτρεπε την εξόφληση του τιμήματος μέσω πιστωτικής κάρτας, καθώς και φαινόταν ότι είναι συνδεδεμένο με το απόθεμα, αφού παρείχε ενημέρωση σχετικά με την παράδοση του προϊόντος ενώ δεν διατηρούσε με κάποιο τρόπο επιφύλαξη προηγούμενης διενέργειας ελέγχου ορθότητας τιμής.

Ο γενικός όρος που επικαλέστηκε η εταιρία είναι άκυρος, καθώς προβλέπει την απαλλαγή του προμηθευτή από την ευθύνη ενώ ο καταναλωτής βρίσκεται σε μειονεκτική θέση, καθώς αυξάνει η ευθύνη του και προκαλεί διατάραξη στην ισορροπία των σχέσεων τους.

Σε σχέση με τον ισχυρισμό της εταιρίας ότι το μηχανογραφικό λάθος αποτελεί περιστατικό ανωτέρας βίας δεν μπορεί να γίνει αποδεκτός. Ακόμη και αν η εταιρία δεν μπορούσε να αποτρέψει το μηχανογραφικό λάθος, παρόλο που διαθέτει εξειδικευμένο προσωπικό, θα μπορούσε να το συνυπολογίσει ως κίνδυνο της δραστηριότητάς της, στην οποία ανήκουν και οι ηλεκτρονικές πωλήσεις και να έχει προβλέψει να διατυπώνεται στους όρους χρήσης της ιστοσελίδας της, ότι η εταιρία διατηρεί την επιφύλαξη να ελέγξει την τιμή του προϊόντος πριν την ολοκλήρωση της σύμβασης.

Οι λανθασμένες αναγραφόμενες τιμές στο ηλεκτρονικό κατάστημα, σε συνδυασμό με την πρόταση της εταιρίας για χρήση εκπτώτικου κουπονιού από τους πελάτες της, αποτελεί κίνηση που θα μπορούσε να παραπέμψει σε στοχευμένη προώθηση άλλων προϊόντων από την εταιρία και συνιστά παραπλανητική εμπορική πρακτική, δεδομένου ότι η διάρκεια ισχύος του ήταν περιορισμένη, ενώ περιελάμβανε μια μεγάλη γκάμα προϊόντων, επιλογής της εταιρίας. Ο ΣΤΚ σύστησε στην εταιρεία:

α) είτε να εκτελέσει όλες τις παραγγελίες των προϊόντων των πελατών της, στο κόστος τους είτε να εκτελέσει την παραγγελία μόνο για ένα τεμάχιο, για τον καθένα από αυτούς, στην αναγραφόμενη τιμή κατά τη στιγμή της πώλησης και  
β) να συμπεριλάβει στους όρους χρήσης της ιστοσελίδας της, τη διευκρίνιση ότι η σύμβαση δεν θεωρείται συναφθείσα πριν η εταιρία διενεργήσει έλεγχο τιμής, διαθεσιμότητας προϊόντων ή πριν την αποστολή σχετικού μηνύματος ότι έγινε αποδεκτή η παραγγελία».

### **2.3.6. Η φροντίδα για την προστασία του καταναλωτή, ως κρατική υποχρέωση**

Στην Ελλάδα, η προστασία των καταναλωτών στο διαδίκτυο καθίσταται δυνατή μέσω των διατάξεων του ν.2251/1994 που βασίστηκε σε μια σειρά ευρωπαϊκών οδηγιών, οι οποίες είχαν σκοπό να προστατεύσουν τους ευρωπαίους καταναλωτές σε θέματα σχετικά με την υγεία και τα οικονομικά τους συμφέροντα. Στο άρθρο 1, παρ. 1 του ν. 2251/1994 ορίζεται ότι «Τα δικαιώματα και τα συμφέροντα των καταναλωτών τελούν υπό την προστασία του Κράτους». Ο σκοπός του νόμου είναι:

- η προάσπιση των δικαιωμάτων των καταναλωτών,
- η προστασία της υγείας, της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών,
- η προαγωγή της πληροφόρησης και της επιμόρφωσης των καταναλωτών, ώστε να επηρεάζουν σε όφελός τους τις εξελίξεις στην αγορά,
- η υποστήριξη της οργάνωσης των καταναλωτών σε ενώσεις και της ακρόασης αυτών σε θέματα που τους αφορούν και
- η διαμόρφωση υγιούς καταναλωτικής συνείδησης και προτύπων ορθής καταναλωτικής συμπεριφοράς.

### **2.3.7. Πεδίο εφαρμογής του ν. 2251/1994**

Οι διατάξεις του νόμου εφαρμόζονται σε κάθε προμηθευτή, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, οποιασδήποτε μορφής, του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Ειδικότερα, εφαρμόζονται στους εξής τομείς:

- σε συμβάσεις που περιέχουν γενικούς όρους συναλλαγών,
- σε συμβάσεις πώλησης καταναλωτικών αγαθών και εγγυήσεων,
- στη διαφήμιση,

- σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων,
  - σε συμβάσεις πώλησης καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών από απόσταση, καθώς και εκτός και εντός εμπορικού καταστήματος και
  - σε συμβάσεις εμπορίας χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση.
- Ο νόμος βρίσκει εφαρμογή στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, στις οποίες ο χρήστης του διαδικτύου έχει την ιδιότητα του καταναλωτή. Επίσης, ο νόμος τροποποιήθηκε με το ν.4512/2018, ο οποίος ρυθμίζει το πλαίσιο των αγορών που πραγματοποιούνται μέσω των ηλεκτρονικών καταστημάτων (*e-shops*). Στις μέρες μας για την προστασία των καταναλωτών συνιστά επιτακτική ανάγκη η απλούστευση, ο εξορθολογισμός και η ενιαιοποίηση της νομοθεσίας.

### **2.3.8. Ορισμοί**

Σύμφωνα με το άρθρο 1α του ν. 2251/1994, όπως τροποποιήθηκε, ορίζεται ότι:

- Καταναλωτής είναι κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα. Βασικό κριτήριο για τον χαρακτηρισμό ενός συμβαλλόμενου ως καταναλωτή αποτελεί η κάλυψη ατομικών καταναλωτικών αναγκών και η αντιεπαγγελματική ιδιότητα με την οποία συμβάλλεται. Σήμερα, διακρίνουμε δύο είδη καταναλωτών με βάση τη συναλλακτική τους συμπεριφορά, τους παραδοσιακούς και τους ψηφιακούς. Οι παραδοσιακοί καταναλωτές εξακολουθούν να αγοράζουν προϊόντα ή υπηρεσίες από τα φυσικά καταστήματα ενώ οι ψηφιακοί καταναλωτές αγοράζουν από το διαδίκτυο.
- Προμηθευτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ανεξάρτητα από το αν ρυθμίζεται από το ιδιωτικό ή δημόσιο δίκαιο, το οποίο ενεργεί ακόμη και μέσω κάθε άλλου προσώπου που ενεργεί στο όνομά του ή για λογαριασμό του, για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με τις εμπορικές, επιχειρηματικές, βιοτεχνικές ή επαγγελματικές δραστηριότητές του.
- Πωλητής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο πωλεί καταναλωτικά αγαθά με σύμβαση που συνάπτει κατά την άσκηση της εμπορικής, επιχειρηματικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας.
- Παραγωγός είναι ο κατασκευαστής ενός καταναλωτικού αγαθού, ο εισαγωγέας του καταναλωτικού αγαθού σε κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής

Ένωσης και κάθε πρόσωπο που παρουσιάζεται ως παραγωγός θέτοντας επί αυτού το όνομά του, το σήμα του ή άλλο διακριτικό σημείο.

Ιδιαίτερη η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ σχετικά με πρόσωπο που συνάπτει ηλεκτρονική σύμβαση για δικούς του επαγγελματικούς σκοπούς δεν είναι καταναλωτής.

Απόφαση ΔΕΕ της 25-1-2018 (υπόθεση C-498/16)

«Φυσικό πρόσωπο ήταν από το 2008 κάτοχος λογαριασμού στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης *Facebook*, το οποίο χρησιμοποιούσε για ιδιωτικούς σκοπούς. Στη συνέχεια ανέπτυξε δημόσια δράση κατά της εταιρίας *Facebook Ireland Limited*. Επιπλέον, από το 2011, άνοιξε σελίδα στο *Facebook* την οποία είχε καταχωρίσει και δημιουργήσει ο ίδιος, με σκοπό να ενημερώνει τους χρήστες του διαδικτύου για τη δράση του. Ίδρυσε μη κερδοσκοπικό σύλλογο για τον σεβασμό του θεμελιώδους δικαιώματος της προστασίας των δεδομένων και την οικονομική υποστήριξη πιλοτικών υποθέσεων.

Στο πλαίσιο διαφοράς μεταξύ του φυσικού προσώπου και της *Facebook Ireland Limited*, με αντικείμενο την αναγνώριση προσβολής, την παύση της, την παροχή πληροφοριών και λογιστικών στοιχείων της *Facebook*, το Ανώτατο Δικαστήριο (Αυστρία) έθεσε το ερώτημα εάν ένας καταναλωτής που παύει να έχει την ιδιότητα αυτή, μετά από μακρόχρονη χρήση ιδιωτικού λογαριασμού στο *Facebook*, δημοσίευση βιβλίων, παρουσίαση διαλέξεων επ' αμοιβή ή επιχειρηματική εκμετάλλευση ιστοτόπων δικαιούται να τύχει της προστασίας που προσδίδει το ενωσιακό δίκαιο στους καταναλωτές.

Το Δικαστήριο διευκρίνισε ότι η έννοια του «καταναλωτή» πρέπει να ερμηνεύεται αυτοτελώς και συσταλτικά. Όταν ένα πρόσωπο συνάπτει ηλεκτρονική σύμβαση για μια χρήση η οποία έχει σχέση εν μέρει με την ιδιωτική του ζωή και εν μέρει με την επαγγελματική του δραστηριότητα, εξετάζεται ποιος σύνδεσμος της σύμβασης είναι πιο δυνατός. Ο ιδιωτικός σύνδεσμος της σύμβασης είναι τόσο αδύναμος ώστε να καθίσταται περιθωριακός και επομένως να έχει ασήμαντο ρόλο στο πλαίσιο ολόκληρης της οικονομικής πράξης.

Επίσης, το Δικαστήριο επισήμανε ότι το φυσικό πρόσωπο που παύει να έχει την ιδιότητα του καταναλωτή στη συγκεκριμένη σύμβαση δεν προστατεύεται από τις διατάξεις περί προστασίας του καταναλωτή» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

### **2.3.9. Γενικοί όροι συναλλαγών - Καταχρηστικοί γενικοί όροι**

Στις ηλεκτρονικές συμβάσεις, όπου δεν υπάρχει προσωπική επαφή μεταξύ των συμβαλλομένων μερών, περιλαμβάνονται γενικοί όροι συναλλαγών (ΓΟΣ), οι οποίοι είναι προδιατυπωμένοι και ισχύουν για απροσδιόριστο αριθμών συμβάσεων (Ιγγλεζάκης Ι., 2018). Οι γενικοί όροι συναλλαγών διατυπώνονται από τους προμηθευτές με απλό και κατανοητό τρόπο, ώστε να εξασφαλίζουν επαρκή ενημέρωση των καταναλωτών και ισορροπία ανάμεσα στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των συμβαλλομένων μερών, την καλή πίστη, τα χρηστά και συναλλακτικά ήθη και με σεβασμό στις αρχές της διαφάνειας, καθώς και στην ανάγκη προστασίας των καταναλωτών (άρθ. 4 παρ. 1 του π.δ. 10/2017). Γενικοί όροι συναλλαγών που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για μελλοντικές συμβάσεις δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, εάν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε χωρίς δική του ευθύνη, όπως όταν ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξή τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους (άρθ. 2 παρ. 1 του ν. 2251/1994). Οι γενικοί όροι συμβάσεων και παρεπόμενων συμφωνιών που καταρτίζονται στην Ελλάδα, διατυπώνονται εγγράφως στην ελληνική γλώσσα κατά τρόπο σαφή και κατανοητό, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να αντιληφθεί πλήρως το νόημά τους (παρ. 2). Ειδικοί όροι που συμφωνήθηκαν μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών (διαπραγμάτευση) υπερισχύουν των αντίστοιχων γενικών όρων (παρ. 3).

Οι γενικοί όροι συναλλαγών είναι άκυροι εάν γίνονται γνωστοί στον καταναλωτή κατά την παράδοση του προϊόντος ή εάν γίνεται μόνο παραπομπή σε αυτούς και απαιτείται αίτηση του καταναλωτή για τη λήψη τους. Περιλαμβάνονται σε εμφανές σημείο της ιστοσελίδας ή στο *email* του προμηθευτή ή στην ηλεκτρονική φόρμα παραγγελίας όπως π.χ. μέσω παραπομπής με έναν σύνδεσμο (*hyperlink*) που βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της ιστοσελίδας του προμηθευτή και παρέχεται η δυνατότητα στον χρήστη των υπηρεσιών του διαδικτύου να εμφανίσει στην οθόνη και να εκτυπώσει τους γενικούς όρους συναλλαγών (Ιγγλεζάκης Ι., 2018). Επίσης, το άρθρο 9 παρ. 2 του π.δ. 131/2003 ορίζει ότι ατομικοί όροι της σύμβασης και γενικοί όροι συναλλαγών που παρέχονται από τον προμηθευτή πρέπει να διατίθεται κατά τρόπο που να επιτρέπει την αποθήκευση και την αναπαραγωγή τους.

Η πρακτική των ηλεκτρονικών συναλλαγών κατά την οποία οι όροι της σύμβασης είναι σε διαφορετικό σημείο από την ιστοσελίδα και προσβάσιμο μόνο μέσω υπερσυνδέσμου, δεν είναι νόμιμη. Χαρακτηριστική η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ κατά τη σύναψη της ηλεκτρονικής σύμβασης.

Απόφαση ΔΕΕ της 5-7-2012 (υπόθεση C-49/11)

«Η εταιρία *Content Services* διατηρούσε υποκατάστημα στο *Mannheim* (Γερμανία) και πρότεινε διάφορες ηλεκτρονικές υπηρεσίες σε απευθείας σύνδεση στην ιστοσελίδα της, η οποία εμφανιζόταν στη γερμανική γλώσσα και ήταν επίσης προσβάσιμη από την Αυστρία. Ειδικότερα, από την ιστοσελίδα αυτή ήταν δυνατό να πραγματοποιηθεί ηλεκτρονική παραγγελία δωρεάν λογισμικών ή δοκιμαστικών εκδόσεων λογισμικών επί πληρωμή. Πριν υποβάλουν την παραγγελία τους, οι χρήστες του διαδικτύου, ήταν υποχρεωμένοι να συμπληρώσουν αίτηση εγγραφής και, σημειώνοντας σχετικό τετραγωνίδιο περιλαμβανόμενο στην αίτηση, να δηλώσουν ότι αποδέχονται τους γενικούς όρους πώλησης και ότι παραιτούνται από το δικαίωμά τους υπαναχώρησης. Οι πληροφορίες αυτές δεν παρουσιάζονταν απευθείας στους χρήστες του διαδικτύου. Ωστόσο, οι χρήστες μπορούσαν να τις εμφανίσουν κάνοντας κλικ σε υπερσύνδεσμο ο οποίος βρισκόταν στη σελίδα την οποία συμπλήρωναν προκειμένου να συνάψουν την εν λόγω σύμβαση. Η σύναψη σύμβασης ήταν αδύνατη χωρίς να σημειωθεί το εν λόγω τετραγωνίδιο. Στη συνέχεια, ο ενδιαφερόμενος χρήστης λάμβανε από την *Content Services* μήνυμα το οποίο δεν περιείχε καμία πληροφορία σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, αλλά περιελάμβανε εκ νέου υπερσύνδεσμο μέσω του οποίου μπορούσε να εμφανίσει τις σχετικές πληροφορίες. Το ανώτερο περιφερειακό δικαστήριο Βιέννης (Αυστρία) ζήτησε από το Δικαστήριο να διευκρινιστεί αν η ανωτέρω εμπορική πρακτική είναι νόμιμη και συμβατή με το ενωσιακό δίκαιο για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Κατά το Δικαστήριο η συγκεκριμένη εμπορική πρακτική δεν είναι νόμιμη. Έκρινε ότι οι πληροφορίες αυτές στην πραγματικότητα δεν έχουν «δοθεί» από την επιχείρηση, ούτε έχουν «ληφθεί» από τον καταναλωτή και ότι ο υπερσύνδεσμος δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «σταθερό μέσο».

Συγκεκριμένα, ο καταναλωτής πρέπει να λαμβάνει τις πληροφορίες για τους όρους της ηλεκτρονικής σύμβασης πώλησης και την παραίτησή τους από το δικαίωμα υπαναχώρησης, χωρίς να απαιτείται ενεργητική συμπεριφορά εκ μέρους του. Επίσης, προκειμένου ένας υπερσύνδεσμος να θεωρηθεί σταθερό μέσο, πρέπει να διασφαλίζει στον καταναλωτή, κατά τρόπο ανάλογο με το έγγραφο, την κατοχή των εν λόγω πληροφοριών, ώστε αυτός να έχει τη δυνατότητα να εμφανίσει τα δικαιώματά του, αν χρειαστεί, τη δυνατότητα αποθήκευσης των εν λόγω πληροφοριών, να διασφαλίζει το



αμετάβλητο του περιεχομένου τους και τη δυνατότητα πρόσβασης σε αυτές για ικανό χρονικό διάστημα και να παρέχει στον καταναλωτή τη δυνατότητα αναπαραγωγής τους ακριβώς ως έχουν» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

Κατά την ερμηνεία των γενικών όρων συναλλαγών λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών. Γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτον για λογαριασμό του, σε περίπτωση αμφιβολίας, ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή. Αυτό σημαίνει ότι, πρέπει να επικρατεί η ευνοϊκότερη για τον καταναλωτή ερμηνεία (παρ. 4).

Γενικοί όροι συναλλαγών που δεν χαρακτηρίζονται από διαφάνεια και έχουν ως αποτέλεσμα την σημαντική διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του καταναλωτή απαγορεύονται και είναι άκυροι. Οι γενικοί όροι συναλλαγών που ενσωματώνονται στις ηλεκτρονικές συμβάσεις υπόκεινται σε έλεγχο καταχρηστικότητας (παρ. 6). Επιβάλλεται να γίνεται ο έλεγχος, καθώς οι ηλεκτρονικές συμβάσεις περιέχουν μια σειρά όρους, με τους οποίους περιορίζεται η ευθύνη του προμηθευτή και περιέρχεται σε μειονεκτική θέση ο καταναλωτής έναντι του προμηθευτή (Ιγγλεζάκης Ι, 2018).

### **2.3.10. Συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος**

Οι συμβάσεις που καταρτίζονται μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών (συναλλαγές B2C) εμπίπτουν στην έννοια των συμβάσεων από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος. Σύμφωνα με το άρθρο 3 του ν. 2251/1994, ως σύμβαση από απόσταση ορίζεται κάθε σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων από απόσταση ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας από απόσταση, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο, η τηλεομοιοτυπία ή το διαδίκτυο, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης.

Ως σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος ορίζεται κάθε σύμβαση μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή η οποία πληροί διαζευκτικά τις εξής προϋποθέσεις:

- συνάπτεται με ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή π.χ. στο σπίτι ή στον χώρο εργασίας του καταναλωτή,
- συνάπτεται κατόπιν προσφοράς από τον καταναλωτή,
- συνάπτεται στο εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή ή με χρήση οποιουδήποτε μέσου επικοινωνίας από απόσταση αμέσως μετά από προσωπική επαφή με τον καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή και
- συνάπτεται στη διάρκεια εκδρομής που έχει οργανωθεί από τον προμηθευτή με σκοπό τη διαφήμιση και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών στον καταναλωτή.

### **2.3.11. Πεδίο εφαρμογής των διατάξεων για τις συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος**

Το πεδίο εφαρμογής των διατάξεων καθορίζεται στο άρθρο 3α του ν. 2251/1994 και συγκεκριμένα, σε αυτό περιλαμβάνεται οποιαδήποτε σύμβαση που συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή, χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία τους. Ως τέτοια είναι κάθε σύμβαση πώλησης ή παροχής υπηρεσιών με τίμημα, όπως αυτές ορίζονται στο νόμο. Το αντικείμενο της σύμβασης αφορά αγαθό ή υπηρεσία. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να υπάρχει από πλευράς προμηθευτή ένα οργανωμένο σύστημα εξ αποστάσεως πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως π.χ. παραγγελία με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, διαδίκτυο, επιγραμμική πλατφόρμα, έως τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης. Ιστοσελίδες που προσφέρουν απλά ενημέρωση για τον προμηθευτή, για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες του και για τα στοιχεία επικοινωνίας του δεν αποτελεί οργανωμένο σύστημα από απόσταση πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών.

Οι διατάξεις των άρθρων 3 έως 4η του ν. 2251/1994 δεν εφαρμόζονται στις συμβάσεις, σχετικά με:

- κοινωνικές υπηρεσίες όπως κοινωνική φροντίδα,
- υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης,
- δραστηριότητες τζόγου περιλαμβανόμενων των λαχειοφόρων αγορών,

- χρηματοοικονομικές υπηρεσίες όπως συμφωνίες καταναλωτικής πίστης,
- τη δημιουργία, απόκτηση ή μεταβίβαση δικαιωμάτων επί ακινήτων ή δικαιωμάτων εντός ακίνητης περιουσίας,
- την κατασκευή νέων κτηρίων, τη ριζική μετατροπή υφιστάμενων κτηρίων και τη μίσθωση στέγης ως κατοικίας,
- οργανωμένα ταξίδια, οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις,
- συμβάσεις χρονομεριστικής μίσθωσης, μακροπρόθεσμων προϊόντων διακοπών, μεταπώλησης και ανταλλαγής,
- συμβάσεις, σύμφωνα με τη νομοθεσία των κρατών μελών, που καταρτίζονται με συμβολαιογραφικό έγγραφο, από εντεταλμένο από τη δημόσια αρχή πρόσωπο με καταστατική υποχρέωση ανεξαρτησίας και αμεροληψίας και καθήκον να διασφαλίζει μέσω της παροχής εκτενών νομικών πληροφοριών, ότι ο καταναλωτής συνάπτει τη σύμβαση μόνο μετά από ώριμη νομική σκέψη και με γνώση των νομικών συνεπειών της,
- την προμήθεια τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών που προορίζονται για τρέχουσα κατανάλωση στο πλαίσιο του νοικοκυριού και τα οποία παραδίδονται από τον προμηθευτή σε συχνή και τακτική βάση στο σπίτι, την κατοικία ή τον χώρο εργασίας του καταναλωτή,
- υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών,
- συμβάσεις που συνάπτονται μέσω αυτόματων μηχανών πώλησης ή εμπορικών καταστημάτων αυτόματης πώλησης,
- συμβάσεις που συνάπτονται με τηλεπικοινωνιακούς φορείς μέσω δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων για τη χρήση αυτών ή συμβάσεις που συνάπτονται για τη χρήση μιας μοναδικής κλήσης που πραγματοποιεί ο καταναλωτής μέσω τηλεφώνου, διαδικτύου ή τηλεομοιοτυπίας (παρ.3).

Επιπλέον, κάποια κράτη μέλη έχουν υιοθετήσει εθνικούς κανόνες που εξαιρούν προμηθευτές από τις υποχρεώσεις προσυμβατικής πληροφόρησης στην περίπτωση των «συμβάσεων χαμηλής αξίας». Στην Ελλάδα, η εξαίρεση αυτή ισχύει για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος για τις οποίες ο καταναλωτής καταβάλλει ποσό που δεν υπερβαίνει τα τριάντα (30) ευρώ (παρ. 4).

## **3.ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

### **3.1. Η υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή**

Κατά τις διατάξεις του ν. 2251/1994, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, τα δικαιώματα του καταναλωτή που αναγνωρίζονται ως θεμελιώδη για την προστασία των οικονομικών συμφερόντων του στις συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος είναι το δικαίωμα ενημέρωσης και το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση εντός συγκεκριμένης προθεσμίας. Με τα δικαιώματα αυτά επιτυγχάνεται η εξισορρόπηση των σχέσεων μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή.

Στα πλαίσια αυτά και για την αποφυγή κινδύνων και προβλημάτων, λόγω της έλλειψης αφενός προσωπικής επαφής με τον προμηθευτή και αφετέρου άμεσης φυσικής επαφής με το αντικείμενο της σύμβασης, αναγκαία κρίνεται η συχνότερη και εκτενέστερη ενημέρωση των καταναλωτών για τα δικαιώματά τους, καθώς και η υπενθύμιση στις επιχειρήσεις της υποχρέωσής τους για τήρηση των κανόνων επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς απέναντι στους καταναλωτές. Ο προμηθευτής ή φορέας παροχής υπηρεσιών υποχρεούται να ενημερώνει τον καταναλωτή για μια σειρά καθοριστικών θεμάτων σχετικά με την συναπτόμενη ηλεκτρονική σύμβαση, όπως προβλέπεται νομοθετικά στα άρθ. 3β και 3δ του ν. 2251/1994 και στα άρθ. 4 και 9 του π.δ. 131/2003. Οι οριζόμενες υποχρεώσεις ενημέρωσης του καταναλωτή σωρευτικά προστίθενται στις απαιτήσεις πληροφόρησης που περιέχει το π.δ. 131/2003. Αν το περιεχόμενο και ο τρόπος με τον οποίο παρέχονται οι πληροφορίες του π.δ. 131/2003 έρχονται σε σύγκρουση με την διάταξη των άρθρων 3 έως 4η του ν. 2251/1994 υπερισχύει η διάταξη των άρθρων αυτών (άρθ. 3β παρ. 7).

#### ***3.1.1. Απαιτήσεις ενημέρωσης για συμβάσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος***

Ο προμηθευτής υποχρεούται να παρέχει στον καταναλωτή πριν την δέσμευσή του, με σύμβαση από απόσταση ή εκτός εμπορικού καταστήματος, έναν κατάλογο με τις ακόλουθες πληροφορίες (προσυμβατική υποχρέωση του προμηθευτή σχετικά με τους όρους της σύμβασης):

- τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών,

- την ταυτότητα του προμηθευτή,
- τη γεωγραφική διεύθυνση όπου ο προμηθευτής είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό τηλεφώνου του προμηθευτή, τον αριθμό τηλεομοιοτυπίας και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του,
- εάν διαφέρει από τη διεύθυνση εγκατάστασης, τη γεωγραφική διεύθυνση της εμπορικής έδρας του προμηθευτή και, όπου ενδείκνυται, τη διεύθυνση του προμηθευτή για λογαριασμό του οποίου ενεργεί, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τυχόν παράπονα του,
- τη συνολική τιμή των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων του Φ.Π.Α. και κάθε άλλου τέλους,
- το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύνοψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση διαφορετική εκτός των βασικών τιμολογίων,
- τις διευθετήσεις πληρωμής, παράδοσης, εκτέλεσης, τις προθεσμίες εντός των οποίων ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες και την πολιτική που εφαρμόζει ο προμηθευτής για την αντιμετώπιση παραπόνων,
- όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχώρησης,
- τον όρο ότι ο καταναλωτής θα επιβαρυνθεί με τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών σε περίπτωση υπαναχώρησης και, για τις διαδικτυακές συμβάσεις, εάν τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν με ταχυδρομείο, τη δαπάνη επιστροφής τους,
- σε περίπτωση που ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού έχει κάνει χρήση του αγαθού, τον όρο ότι ο καταναλωτής δεσμεύεται να καταβάλει το εύλογο κόστος στον προμηθευτή,
- όταν δεν παρέχεται δικαίωμα υπαναχώρησης, την πληροφορία ότι ο καταναλωτής δεν θα έχει δικαίωμα υπαναχώρησης, ή κατά περίπτωση, τις περιστάσεις υπό τις οποίες ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα της υπαναχώρησης,

- υπενθύμιση της ύπαρξης της ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων, σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. του Αστικού Κώδικα,
- την ύπαρξη και τους όρους εφαρμογής υπηρεσιών υποστήριξης του πελάτη μετά την πώληση, εξυπηρέτησης μετά την πώληση και εμπορικών εγγυήσεων,
- την ύπαρξη σχετικών κωδικών συμπεριφοράς,
- τη διάρκεια της σύμβασης, ή εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης,
- την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης,
- την ύπαρξη και τους όρους κατάθεσης χρημάτων ή άλλων χρηματοοικονομικών εγγυήσεων που πρέπει να καταβληθούν, ή να παρασχεθούν από τον καταναλωτή όποτε το ζητήσει ο προμηθευτής,
- τις δυνατότητες λειτουργίας του ψηφιακού περιεχομένου μαζί με τα ισχύοντα τεχνικά μέτρα προστασίας,
- κάθε τυπική διαλειτουργικότητα ψηφιακού περιεχομένου με υλικό και λογισμικό της οποίας ο προμηθευτής έχει γνώση ή ευλόγως αναμένεται να έχει γνώση και
- τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης.

Η προσυμβατική ενημέρωση πρέπει να είναι σαφής και κατανοητή (εγγράφως ή σταθερού μέσου) από το μέσο καταναλωτή και να παρέχεται σε απλή γλώσσα και με κατάλληλο τρόπο π.χ. μέσω της ιστοσελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματός του, ώστε να έχει τη δυνατότητα να κάνει συνειδητή επιλογή κατά τη σύναψη της σύμβασης (άρθ. 3β παρ. 1).

Η αναγραφή αριθμού τηλεφώνου σε ιστοσελίδα, η οποία διενεργεί πράξεις ηλεκτρονικού εμπορίου δεν είναι υποχρεωτική. Ιδιαίτερη η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ σε σχέση με την προστασία του καταναλωτή για άμεση και ουσιαστική επικοινωνία.

Απόφαση ΔΕΕ της 16-10-2008 (υπόθεση C-298/07)

«Η εταιρία ασφάλισης οχημάτων *DIV* προσέφερε τις υπηρεσίες της αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. Στην ιστοσελίδα της, ανέφερε την ταχυδρομική και την ηλεκτρονική της

διεύθυνση, όχι όμως και τον αριθμό τηλεφώνου της. Ο αριθμός αυτός ανακοινωνόταν μόνο μετά τη σύναψη σύμβασης ασφάλισης. Επίσης, οι ενδιαφερόμενοι για τις υπηρεσίες της *DIV* είχαν τη δυνατότητα να της απευθύνουν ερωτήσεις συμπληρώνοντας ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής, οι απαντήσεις στο οποίο αποστέλλονταν με ηλεκτρονικό μήνυμα. Η *Bundesverband der Verbraucherzentralen*, γερμανική ομοσπονδία ενώσεων καταναλωτών προσέφυγε κατά της εταιρείας *DIV* διότι όφειλε να αναγράφει τον αριθμό τηλεφώνου της στην ιστοσελίδα της. Συγκεκριμένα, κατά τη *Bundesverband der Verbraucherzentralen*, τούτο ήταν το μοναδικό μέσο που θα εξασφάλιζε άμεση επικοινωνία.

Στη συνέχεια, το Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο (Γερμανία) αποφάσισε να υποβάλει στο Δικαστήριο το ερώτημα αν επιβάλλεται η γνωστοποίηση αριθμού τηλεφώνου.

Σύμφωνα με το ενωσιακό δίκαιο για την προστασία του καταναλωτή, ο φορέας παροχής υπηρεσιών, πριν τη σύναψη της ηλεκτρονικής σύμβασης με τους αποδέκτες της υπηρεσίας, υποχρεούται να τους γνωστοποιεί, εκτός από τη διεύθυνσή του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλες πληροφορίες που παρέχουν τη δυνατότητα ταχείας επαφής, καθώς και άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας.

Το Δικαστήριο έκρινε, ότι οι παρεχόμενες πληροφορίες δεν είναι υποχρεωτικό να περιλαμβάνουν αριθμό τηλεφώνου. Μπορούν να συνίστανται σε ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής, διά του οποίου οι καταναλωτές μπορούν να απευθύνονται μέσω διαδικτύου στην επιχείρηση και στο οποίο η επιχείρηση απαντά με ηλεκτρονικό μήνυμα, εκτός των περιπτώσεων κατά τις οποίες ο καταναλωτής, αδυνατώντας, μετά την ηλεκτρονικού τύπου επαφή με την επιχείρηση, να συνδεθεί με το ηλεκτρονικό δίκτυο, ζητεί από αυτήν να του παράσχει πρόσβαση σε άλλο τρόπο μη ηλεκτρονικής επικοινωνίας» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

Οι απαιτούμενες πληροφορίες αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της σύμβασης και δεν μεταβάλλονται εκτός ρητής συμφωνίας των συμβαλλόμενων μερών (παρ. 5), ενώ κρίνεται εσκεμμένη η ανάρτησή τους στην ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Επίσης, εάν ο προμηθευτής δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή σχετική πληροφόρηση σε περίπτωση υπαναχώρησής του, για τις πρόσθετες επιβαρύνσεις που αφορούν την αποστολή, παράδοση και κάθε άλλη δαπάνη που δεν μπορεί να υπολογιστεί εκ των προτέρων καθώς και τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών που από τη φύση τους δεν είναι εφικτή η επιστροφή με ταχυδρομείο, δεν υποχρεούται σε καταβολή τους (παρ. 6).

Ως προς την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημέρωσης, το βάρος της απόδειξης το έχει ο προμηθευτής και υφίσταται τις συνέπειες της έλλειψης απόδειξης της ενημέρωσης του καταναλωτή. Ο προμηθευτής πρέπει να αποδείξει με στοιχεία ότι έχει ενημερώσει επαρκώς τον ψηφιακό καταναλωτή και οι παρεχόμενες πληροφορίες να είναι ευκρινείς, κατανοητές και ευανάγνωστες, κατά το προσυμβατικό στάδιο. Αντίθετα, ο καταναλωτής μπορεί να ζητήσει ακύρωση της σύμβασης λόγω πλάνης (άρθ. 140 επ. ΑΚ) ή μη εκπλήρωση της υποχρέωσης καλόπιστης συμπεριφοράς κατά τις εμπορικές συναλλαγές (άρθ. 288 ΑΚ) (άρθ. 3β παρ. 8).

Σε περίπτωση μη τήρησης των υποχρεώσεων ενημέρωσης του προμηθευτή, η σύμβαση από απόσταση ή εκτός εμπορικού καταστήματος είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή και οι συμβαλλόμενοι υποχρεούνται να επιστρέψουν αμοιβαία τις παροχές που έλαβαν, κατά τις διατάξεις για τον αδικαιολόγητο πλουτισμό (άρθ. 904 ΑΚ), λόγω μη τήρησης του τύπου της σύμβασης (άρθ. 159 ΑΚ) και η σύμβαση θεωρείται σαν να μην έγινε (άρθ. 180 ΑΚ). Πρόκειται για σχετική ακυρότητα της σύμβασης, την οποία μπορεί να επικαλεστεί μόνο ο καταναλωτής και όχι ο προμηθευτής (άρθ. 3β παρ. 9).

### **3.1.2. Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως**

Το άρθρο 3β του ν. 2251/1994 συμπληρώνεται από τις τυπικές απαιτήσεις που προβλέπονται στο άρθρο 3δ. Ο προμηθευτής εκπληρώνει την υποχρέωσή του για ενημέρωση του καταναλωτή προκειμένου να καθιερωθεί η διαφάνεια στο χώρο των συμβάσεων από απόσταση. Ο προμηθευτής υποχρεούται να ενημερώσει τον καταναλωτή με σαφή τρόπο και αμέσως πριν υποβάλει την παραγγελία του, σε ηλεκτρονική σύμβαση μέσω διαδικτύου, την υποχρέωση πληρωμής του. Ο προμηθευτής υποχρεούται να φροντίσει, ότι ο καταναλωτής αναγνωρίζει ρητώς με την υποβολή παραγγελίας, ότι συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής του. Εάν η υποβολή παραγγελίας απαιτεί την ενεργοποίηση ενός πεδίου επιλογής ή ανάλογη λειτουργία, πρέπει να φέρουν ευανάγνωστη σήμανση, η οποία να αναγράφει τις λέξεις "παραγγελία με υποχρέωση πληρωμής" ή μια ανάλογη σαφή διατύπωση. Η έλλειψη συμμόρφωσης του προμηθευτή με τις παραπάνω υποχρεώσεις έχει ως αποτέλεσμα ο καταναλωτής να μην δεσμεύεται από τη σύμβαση ή την παραγγελία (παρ. 2).



Επίσης, οι εμπορικές ιστοσελίδες υποχρεούνται να αναγράφουν σαφώς και ευανάγνωστα το αργότερο με την έναρξη της διαδικασίας υποβολής παραγγελίας κατά πόσον ισχύουν περιορισμοί στην παράδοση και ποια μέσα πληρωμής είναι δεκτά (παρ. 3). Επιπλέον, εάν η σύμβαση συνάπτεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για πληροφορίες, ο προμηθευτής υποχρεούται να παρέχει πάνω στο συγκεκριμένο μέσο κατά το προσυμβατικό στάδιο, τουλάχιστον τις πληροφορίες που αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, την ταυτότητα του προμηθευτή, τη συνολική τιμή, το δικαίωμα υπαναχώρησης, τη διάρκεια της σύμβασης και εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, τις προϋποθέσεις καταγγελίας της σύμβασης (παρ. 4).

Ο προμηθευτής παρέχει στον καταναλωτή, σε σταθερό μέσο, την επιβεβαίωση της συναπτόμενης σύμβασης εντός εύλογου χρονικού διαστήματος, μετά τη σύναψη της σύμβασης από απόσταση και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας. Η εν λόγω επιβεβαίωση περιλαμβάνει το σύνολο των απαιτούμενων πληροφοριών, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει ήδη παράσχει τις πληροφορίες στον καταναλωτή και κατά περίπτωση (προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο) την επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αναγνώρισης του καταναλωτή ότι χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης (παρ. 7). Σε περίπτωση μη τήρησης των τυπικών απαιτήσεων από τον προμηθευτή, η ηλεκτρονική σύμβαση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή (παρ. 10).

### **3.1.3. Αξιολόγηση του θεσμικού πλαισίου ενημέρωσης**

Το δικαίωμα ενημέρωσης είναι ένα μεθοδολογικό μέσο προστασίας του ψηφιακού καταναλωτή με το οποίο επιδιώκεται η παροχή επαρκών πληροφοριών ως προς την ταυτότητα και τις υποχρεώσεις του προμηθευτή, το αντικείμενο της σύμβασης, τους γενικούς όρους συναλλαγών, τα δικαιώματά του και τις οικονομικές συνέπειες των υποχρεώσεών του από τη σύναψη της σύμβασης. Οι πολλές πληροφορίες, όμως, που προβλέπουν οι διατάξεις του ν. 2251/1994 για την παροχή επαρκούς και σαφούς ενημέρωσης του ψηφιακού καταναλωτή στο προσυμβατικό στάδιο δημιουργούν σοβαρό πρόβλημα στον καταναλωτή. Η ποσότητα των πληροφοριών που παρέχονται στον καταναλωτή

κατά το προσυμβατικό στάδιο σε συνδυασμό με την πολυπλοκότητα τους ενδεχομένως να τον οδηγήσουν σε αδυναμία αποτελεσματικής κατανόησης και επεξεργασίας τους, σε συνάρτηση με τον περιορισμένο χρόνο του. Έτσι, ανακύπτει το φαινόμενο του πληροφοριακού κορεσμού όπου ο καταναλωτής διακατέχεται από σύγχυση και απογοήτευση, επειδή δεν έχει τη δυνατότητα να εξετάσει όλες τις πληροφορίες με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η ποιότητα των αποφάσεών του. Η υπερπληροφόρηση αποπροσανατολίζει τον καταναλωτή και χάνει την ελευθερία επιλογής του στη διαμόρφωση της απόφασής του, καθώς τον καθιστά παθητικό δέκτη και απρόθυμο να επεξεργαστεί τις πληροφορίες τη δεδομένη χρονική στιγμή με αποτέλεσμα να συναινεί με οποιαδήποτε επιλογή.

Οι αρνητικές συνέπειες της υπερπληροφόρησης του καταναλωτή μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσω της επεξήγησης στον καταναλωτή των επιμέρους στοιχείων της σύμβασης στον ιστότοπο του ηλεκτρονικού καταστήματος. Υποχρεούται ο προμηθευτής να παρέχει επαρκείς εξηγήσεις για το περιεχόμενο των πληροφοριών ώστε ο καταναλωτής να τις προσλαμβάνει εύκολα και γρήγορα και να έχει τη δυνατότητα να αξιολογήσει με ευχέρεια την κατάλληλη προσφορά που θα καλύπτει τις ανάγκες του.

#### **3.1.4. Δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος**

Το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι ένα σημαντικό μέσο προστασίας για τον καταναλωτή με το οποίο επιδιώκεται η επανόρθωση της διαπραγματευτικής αδυναμίας του, η οποία οφείλεται στο γεγονός ότι ο καταναλωτής λαμβάνει αποφάσεις αρκετές φορές κάτω από πίεση επιθετικών εμπορικών πρακτικών πώλησης ή επιπολαιότητας. Το δικαίωμα αυτό επιτρέπει στον καταναλωτή να υπαναχωρήσει, χωρίς να αιτιολογήσει και χωρίς καμία επιβάρυνση, από την ηλεκτρονική σύμβαση εντός δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών από την παράδοση του αγαθού ή από την ημερομηνία σύναψης της σύμβασης για υπηρεσίες ψηφιακού περιεχομένου (άρθ. 3ε του ν. 2251/1994). Η παρεχόμενη προθεσμία λειτουργεί ως περίοδος διάσκεψης, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να εξετάσει και να ελέγξει τα δεδομένα με ελευθερία, συνείδηση και προσοχή. Πρόκειται για δικαίωμα που εμπεριέχει τη μονομερή και αναιτιολόγητη δήλωση

βούλησης του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση εντός συγκεκριμένης προθεσμίας (Ζήση Χ, 2021).

Σε αυτούς τους τύπους σύμβασης, το δικαίωμα υπαναχώρησης χορηγείται καθώς θεωρείται ότι η διαπραγματευτική αδυναμία του καταναλωτή έχει μεγαλύτερη βαρύτητα σε σχέση με άλλες συμβάσεις, εξαιτίας των επιθετικών εμπορικών πρακτικών όπου ο καταναλωτής δεν έχει τη δυνατότητα να εξακριβώσει τα χαρακτηριστικά του αντικειμένου της σύμβασης. Το δικαίωμα υπαναχώρησης υφίσταται ανεξάρτητα από το αν η σύμβαση αφορά την παροχή αγαθών, υπηρεσιών ή ψηφιακού περιεχομένου.

### **3.1.5. Παράλειψη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης**

Εάν ο προμηθευτής παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, τον τρόπο και τις συνέπειες άσκησης του, η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει δώδεκα (12) μήνες μετά το τέλος της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης. Ενώ, εάν ο προμηθευτής έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες για το δικαίωμα υπαναχώρησης εντός δώδεκα (12) μηνών της παράτασης, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει δεκατέσσερις (14) ημερολογιακές ημέρες από την ημέρα που ο καταναλωτής λαμβάνει τις εν λόγω πληροφορίες (άρθ. 3στ του ν. 2251/1994).

### **3.1.6. Άσκηση δικαιώματος υπαναχώρησης**

Το άρθρο 3ζ του ν. 2251/1994 παρέχει πληροφόρηση για τον τρόπο άσκησης του δικαιώματος της υπαναχώρησης:

- Ο καταναλωτής, πριν από τη λήξη της προθεσμίας υπαναχώρησης, ενημερώνει τον προμηθευτή για την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση,
- Ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τον τρόπο με τον οποίο θα ενημερώσει τον προμηθευτή για την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση,
- Δεν αρκεί, απλά, επιστροφή των προϊόντων χωρίς προηγούμενη σαφής δήλωση (π.χ. επιστολή) της απόφασης υπαναχώρησης από τη σύμβαση,
- Ο καταναλωτής μπορεί να συμπληρώσει και να υποβάλει ηλεκτρονικά στον διαδικτυακό τόπο του προμηθευτή το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης

που του έχει παράσχει ο προμηθευτής πριν τη σύναψη της σύμβασης ή άλλο υπόδειγμα,

- Ο καταναλωτής φέρει το βάρος απόδειξης της υπαναχώρησης εντός της προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών και πρέπει να χρησιμοποιήσει ένα σταθερό μέσο π.χ. αποστολή με *e-mail*,
- Ο προμηθευτής δεν μπορεί να αρνηθεί την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και κοινοποιεί αμέσως στον καταναλωτή επιβεβαίωση παραλαβής της υπαναχώρησης με χρήση σταθερού μέσου.

Χαρακτηριστική η παρακάτω σύσταση-πόρισμα του ΣΤΚ στο πλαίσιο της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από σύμβαση εξ αποστάσεως σχετικά με την προστασία του καταναλωτή.

«Συνήγορος του Καταναλωτή» - Σύσταση/πόρισμα υπ' αριθ. 29962/4-10-2016  
«Μια καταναλώτρια ασκώντας το δικαίωμα υπαναχώρησης από την συναφθείσα σύμβαση εξ αποστάσεως πώλησης, αιτείται από ηλεκτρονικό κατάστημα την επιστροφή του συνολικού τιμήματος που κατέβαλε για την αγορά προϊόντων. Η επιχείρηση αρνείται την ικανοποίηση του αιτήματος της καταναλώτριας. Η καταναλώτρια απέστειλε εγκαίρως, σχετικό ηλεκτρονικό μήνυμα προς την επιχείρηση, την επομένη της παράδοσης ημέρα και σε κάθε περίπτωση πριν τη λήξη της προβλεπόμενης προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών δηλώνοντας με σαφήνεια την απόφασή της να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση πώλησης. Επίσης, η καταναλώτρια παρέδωσε άμεσα και σε κάθε περίπτωση εμπρόθεσμα, ως όφειλε, τα προϊόντα στη μεταφορική εταιρεία της αρχικής αποστολής. Επομένως, το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν αναιρείται από την ενδεχόμενη εξέταση-διαχείριση των προϊόντων από τον καταναλωτή, στο βαθμό που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των προϊόντων, όπως θα του επιτρεπόταν να πράξει σε κάποιο φυσικό κατάστημα. Από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης ως βασικού μέσου προστασίας του καταναλωτή δεν χωρεί παραίτηση του καταναλωτή, ούτε περιορισμός της άσκησης του επί ποινή ακυρότητας της συμφωνίας. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή συστήνει στην εταιρεία, όπως προβεί άμεσα στην επιστροφή κάθε ποσού που έλαβε από την καταναλώτρια συμπεριλαμβανομένων των δαπανών παράδοσης».

### **3.1.7. Υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης**

Στα Τμήματα Α' και Β' του Παραρτήματος του νόμου περί προστασίας των καταναλωτών (ν. 2251/1994) παρατίθενται στον καταναλωτή, το υπόδειγμα οδηγιών σχετικά με την ενημέρωσή του για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης, αντίστοιχα.

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

– Προς [ο προμηθευτής οφείλει να αναγράψει εδώ το όνομά του, τη γεωγραφική του διεύθυνση και, εάν υπάρχει, τον αριθμό της τηλεομοιοτυπίας του και τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου]:

– Γνωστοποιώ/Γνωστοποιούμε (\*) με την παρούσα ότι υπαναχωρώ/υπαναχωρούμε (\*) από τη σύμβασή μου/μας (\*) πώλησης των ακόλουθων αγαθών (\*)/παροχής της ακόλουθης υπηρεσίας (\*)

– Που παραγγέλθηκε(–αν) στις (\*)/που παρελήφθη(–σαν) στις (\*)

– Όνομα καταναλωτή(–ών)

– Διεύθυνση καταναλωτή(–ών)

– Υπογραφή καταναλωτή(–ών) (μόνο εάν το παρόν έντυπο κοινοποιηθεί σε χαρτί)

– Ημερομηνία

-----

(\*) Διαγράφεται η περιττή ένδειξη.

### **3.1.8. Αποτελέσματα της υπαναχώρησης**

Τα αποτελέσματα της υπαναχώρησης (έννομες συνέπειες) είναι ο τερματισμός των υποχρεώσεων των συμβαλλόμενων μερών, είτε να εκτελέσουν την ηλεκτρονική σύμβαση είτε να συνάψουν σύμβαση σε περιπτώσεις που υποβλήθηκε προσφορά από τον καταναλωτή (άρθ. 3η).

### **3.1.9. Υποχρεώσεις προμηθευτή και καταναλωτή σε περίπτωση υπαναχώρησης**

Τα άρθρα 3θ και 3ι του ν. 2251/1994 προβλέπουν τις υποχρεώσεις του προμηθευτή και του καταναλωτή, σε περίπτωση υπαναχώρησης:

- Ο προμηθευτής υποχρεούται να επιστρέψει κάθε πληρωμή που έλαβε από τον καταναλωτή εντός δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Στο ποσό της επιστροφής περιλαμβάνονται και τα έξοδα παράδοσης. Ωστόσο, ο προμηθευτής μπορεί να παρακρατήσει την επιστροφή του τιμήματος μόνο μέχρι να λάβει πίσω τα αγαθά ή μέχρι ο καταναλωτής να παράσχει αποδείξεις ότι τα αγαθά έχουν αποσταλεί. Ο προμηθευτής υποχρεούται να επιστρέψει μόνο τις δαπάνες παράδοσης του προϊόντος και όχι τις πρόσθετες στην περίπτωση που ο καταναλωτής ρητώς είχε επιλέξει τρόπο παράδοσης διαφορετικό από τον φθηνότερο τυποποιημένο τρόπο παράδοσης που ο προμηθευτής είχε προσφέρει π.χ. *express* παράδοση. Επίσης, η επιστροφή χρημάτων πρέπει να γίνεται με τον ίδιο τρόπο πληρωμής με αυτόν που χρησιμοποιήθηκε για την αγορά του αγαθού, εκτός αν ο καταναλωτής έχει ρητώς συμφωνήσει διαφορετικά και με τη προϋπόθεση να μην επιβαρυνθεί με πρόσθετες δαπάνες,
- Ο καταναλωτής πρέπει να επιστρέψει τα αγαθά ή να τα μεταβιβάσει στον προμηθευτή ή να λάβει τα αγαθά άτομο εξουσιοδοτημένο από τον προμηθευτή, εκτός αν ο προμηθευτής έχει προσφερθεί να παραλάβει τα αγαθά, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση εντός δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ενημέρωσε τον προμηθευτή για την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Ο καταναλωτής επιβαρύνεται μόνο με το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός αν ο προμηθευτής έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί το κόστος. Ωστόσο, ο προμηθευτής υποχρεούται να ενημερώσει με σαφήνεια τον καταναλωτή, κατά το προσυμβατικό στάδιο, σχετικά με το γεγονός ότι ο καταναλωτής υποχρεούται να πληρώσει το κόστος. Αν ο προμηθευτής παραλείψει να τον ενημερώσει, θα πρέπει ο προμηθευτής να αναλάβει το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών. Ο καταναλωτής μπορεί να χρησιμοποιήσει τα αγαθά στο βαθμό που είναι απαραίτητο για να προσδιορίσει τη φύση, τα χαρακτηριστικά και τη λειτουργία των αγαθών. Αν ο καταναλωτής χρησιμοποιήσει τα αγαθά σε βαθμό που ξεπερνά αυτό που είναι απαραίτητο, ο καταναλωτής δεν χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης

αλλά θα πρέπει να αποζημιώσει τον προμηθευτή για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών. Ο καταναλωτής δεν ευθύνεται σε καμία περίπτωση για οποιαδήποτε μείωση της αξίας των αγαθών, όταν ο προμηθευτής δεν έχει παράσχει πληροφόρηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Το δικαίωμα υπαναχώρησης από ηλεκτρονική σύμβαση αναγνωρίζεται σε όλα τα εθνικά δίκαια των κρατών μελών της ΕΕ. Κατά το ευρωπαϊκό δίκαιο, ο πωλητής δεν έχει δικαίωμα αποζημίωσης χρήσης, σε περίπτωση υπαναχώρησης του καταναλωτή από ηλεκτρονική σύμβαση. Χαρακτηριστική η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ σχετικά με την προστασία των καταναλωτών.

Απόφαση ΔΕΕ της 3-9-2009 (υπόθεση C-489/07)

«Μια γερμανίδα καταναλώτρια, προέβη σε υπαναχώρηση από την αγορά μέσω διαδικτύου φορητού υπολογιστή. Ο πωλητής του υπολογιστή είχε αρνηθεί τη δωρεάν επισκευή βλάβης που εμφανίστηκε οκτώ μήνες μετά την αγορά. Στη συνέχεια, η καταναλώτρια δήλωσε ότι υπαναχωρεί από τη σύμβαση πώλησης και πρότεινε να επιστρέψει τον φορητό υπολογιστή στον πωλητή έναντι αντικαταβολής του τιμήματος πώλησης. Η υπαναχώρηση έλαβε χώρα εντός της προβλεπόμενης από το γερμανικό αστικό κώδικα προθεσμίας, στο μέτρο που η καταναλώτρια δεν είχε ενημερωθεί περί του δικαιώματος υπαναχώρησης που προβλέπεται από τις διατάξεις του κώδικα αυτού. Η Καταναλώτρια αξίωσε την καταβολή του ποσού των 278 ευρώ ενώπιον του τοπικού δικαστηρίου Lahr ( Γερμανία). Ο πωλητής αντέταξε ότι η καταναλώτρια του όφειλε αποζημίωση για τη χρήση του φορητού υπολογιστή επί σχεδόν οκτώ μήνες.

Στην απόφασή του, το Δικαστήριο επισήμανε ότι η αξίωση του πωλητή για αποζημίωση χρήσης είναι μη νόμιμη ακόμα και αν εθνική κανονιστική ρύθμιση προβλέπει τέτοια δυνατότητα, αυτή είναι ανίσχυρη εφόσον αντιτίθεται στο ενωσιακό δίκαιο. Πράγματι, αν ο καταναλωτής είχε την υποχρέωση καταβολής αποζημίωσης εκ μόνου του γεγονότος ότι είχε τη δυνατότητα χρήσης του αγαθού για το διάστημα που αυτό βρισκόταν στην κατοχή του, δεν θα μπορούσε να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης παρά μόνον έναντι καταβολής της εν λόγω αποζημίωσης. Μια τέτοια συνέπεια θα ερχόταν σε ευθεία αντίθεση με το ενωσιακό δίκαιο και θα στερούσε μεταξύ άλλων από τον καταναλωτή τη δυνατότητα να κάνει ελεύθερη χρήση και χωρίς καμία πίεση της προθεσμίας εξέτασης που του παρέχει η σχετική οδηγία της ΕΕ.

Επίσης, το δικαίωμα υπαναχώρησης θα περιορίζονταν αν ο καταναλωτής είχε την υποχρέωση να καταβάλει αποζημίωση απλώς και μόνον εκ του γεγονότος ότι εξέτασε και δοκίμασε το αγαθό. Δεδομένου ότι το δικαίωμα υπαναχώρησης αποσκοπεί ακριβώς στην παροχή αυτής της δυνατότητας στον καταναλωτή, το γεγονός ότι κάνει

χρήση αυτής δεν πρέπει να έχει ως αποτέλεσμα την εξάρτηση της εκ μέρους του καταναλωτή άσκησης αυτού του δικαιώματος από την καταβολή αποζημίωσης. Όμως, στην περίπτωση που ο καταναλωτής χρησιμοποιήσει το εν λόγω αγαθό κατά τρόπο μη συνάδοντα προς τις αρχές του αστικού δικαίου, όπως είναι οι αρχές της καλής πίστης ή του αδικαιολόγητου πλουτισμού, υπό την προϋπόθεση ότι δεν θίγεται η χρησιμότητα και η αποτελεσματικότητα του δικαιώματος υπαναχώρησης, στοιχείο που εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο να εκτιμήσει, δεν αποκλείεται η επιβολή υποχρέωσης καταβολής αποζημίωσης εκ μέρους του καταναλωτή για τη χρήση του αγαθού» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

Όταν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού έχει ήδη καταθέσει αίτηση για σύμβαση παροχής υπηρεσιών, υποχρεούται να καταβάλει στον προμηθευτή ανάλογο χρηματικό ποσό προς τις υπηρεσίες που του παρασχέθηκαν μέχρι τη στιγμή που ενημέρωσε τον προμηθευτή ότι θα ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησής του. Ο υπολογισμός του αναλογούντος ποσού θα πρέπει να γίνει βάσει της συνολικής τιμής που είχε συμφωνηθεί στη σύμβαση (άρθ. 3ι παρ. 3).

Επίσης, ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται σε περίπτωση υπαναχώρησης, στις συμβάσεις:

- παροχής υπηρεσιών, εφόσον ο προμηθευτής παρέλειψε να του παράσχει τις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης ή ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης στη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης,
- εν όλω ή εν μέρει παροχής ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο π.χ. μεταφόρτωση λογισμικού ή ροή δεδομένων ταινίας, εφόσον ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης πριν από το τέλος της προθεσμίας του δικαιώματος υπαναχώρησης ή ο καταναλωτής δεν αναγνώρισε ότι χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης όταν έδινε τη συγκατάθεσή του ή ο προμηθευτής παρέλειψε να παράσχει στον καταναλωτή την επιβεβαίωση της συναπτόμενης σύμβασης, σε σταθερό μέσο εντός εύλογου χρονικού διαστήματος μετά τη σύναψη της σύμβασης από απόσταση και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή πριν αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας (άρθ. 3ι παρ. 4).



Αξίζει να σημειωθεί, όταν ο καταναλωτής ενημερώνει τον προμηθευτή ότι θα ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης τότε απελευθερώνεται από κάθε υποχρέωση της σύμβασης, με εξαίρεση την επιβάρυνσή του με τις πρόσθετες δαπάνες παράδοσης υπό προϋποθέσεις (*express* παράδοση). Επίσης, σε περίπτωση υπαναχώρησης όπου ο καταναλωτής έχει χρησιμοποιήσει το αγαθό, ο προμηθευτής φέρει το βάρος απόδειξης μείωσης της αξίας του αγαθού (άρθ. 3ι παρ. 5).

### **3.1.10. Συνδεδεμένες συμβάσεις**

Το άρθρο 3ια του ν.2251/1994 προβλέπει τις συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή σε συνδεδεμένες συμβάσεις (ανεξάρτητες) με την αρχική. Οι συνδεδεμένες συμβάσεις λήγουν αυτόματα, χωρίς κανένα κόστος για τον καταναλωτή, εκτός κάποιων εξαιρέσεων, ενώ για την καταγγελία των πρόσθετων αυτών συμβάσεων εφαρμόζονται οι διατάξεις περί καταγγελίας που διέπουν τη σχετική σύμβαση.

### **3.1.11. Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης**

Από το δικαίωμα υπαναχώρησης εξαιρούνται, οι παρακάτω συμβάσεις:

- συμβάσεις υπηρεσιών μετά την πλήρη παροχή της υπηρεσίας, εάν η εκτέλεση άρχισε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, και με την εκ μέρους του αναγνώριση ότι θα χάσει το δικαίωμα υπαναχώρησης του μόλις η σύμβαση εκτελεσθεί πλήρως από τον προμηθευτή,
- την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών, η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς, τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο προμηθευτής και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης,
- την προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων,
- την προμήθεια αγαθών τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα,
- την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών τα οποία είναι ακατάλληλα για επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση,

- την προμήθεια αγαθών τα οποία, μετά την παράδοση, λόγω της φύσης τους, είναι αναπόσπαστα αναμειγμένα με άλλα στοιχεία,
- την προμήθεια οινοπνευματωδών ποτών, η τιμή των οποίων έχει συμφωνηθεί κατά τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης πώλησης, η παράδοση των οποίων μπορεί όμως να πραγματοποιηθεί μόνο μετά από τριάντα (30) ημέρες και η πραγματική τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις στην αγορά, τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο προμηθευτής,
- συμβάσεις κατά τις οποίες ο καταναλωτής έχει ζητήσει ειδικά επίσκεψη από τον προμηθευτή με σκοπό να πραγματοποιήσει επείγουσες επιδιορθώσεις ή εκτέλεσης εργασιών συντήρησης. Εάν, στην περίπτωση τέτοιας επίσκεψης, ο προμηθευτής παράσχει υπηρεσίες επιπλέον εκείνων που ζητήθηκαν συγκεκριμένα από τον καταναλωτή ή αγαθά πέρα από τα ανταλλακτικά που χρησιμοποιήθηκαν υποχρεωτικά κατά την εκτέλεση εργασιών συντήρησης ή κατά τις επιδιορθώσεις το δικαίωμα υπαναχώρησης εφαρμόζεται μόνο στις εν λόγω πρόσθετες υπηρεσίες ή αγαθά,
- την προμήθεια σφραγισμένων ηχητικών εγγραφών, ή σφραγισμένων εγγραφών βίντεο, ή σφραγισμένου λογισμικού για υπολογιστές, που αποσφραγίστηκαν μετά την παράδοση,
- την προμήθεια εφημερίδων και παντός είδους περιοδικών, εξαιρουμένων των συνδρομητικών συμβάσεων για την προμήθεια αυτών των εντύπων,
- συμβάσεις που συνάφθηκαν σε δημόσιο πλειστηριασμό,
- την παροχή στέγασης πλην για σκοπούς κατοικίας, μεταφοράς αγαθών, υπηρεσιών ενοικίασης αυτοκινήτων, εστίασης, ή υπηρεσιών σχετιζόμενων με δραστηριότητες αναψυχής, εάν η σύμβαση προβλέπει συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης και
- την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο, εάν η εκτέλεση ξεκίνησε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και την επιβεβαίωση εκ μέρους του ότι χάνει έτσι το δικαίωμα της υπαναχώρησης (άρθ. 3ιβ).

### **3.1.12. Εγγραφή των προμηθευτών από απόσταση σε Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.)**

Κάθε προμηθευτής, υποχρεωτικά εγγράφεται στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.). Όταν ο προμηθευτής συνάπτει με τους καταναλωτές συμβάσεις από απόσταση αγαθών και υπηρεσιών, υποχρεούται να καταχωρήσει τη σχετική δραστηριότητά του στο Γ.Ε.ΜΗ. (άρθ. 3ιγ).

### **3.1.13. Άλλα δικαιώματα του καταναλωτή**

Ο προμηθευτής υποχρεούται να παραδώσει τα αγαθά με τη μεταβίβαση της φυσικής κατοχής ή ελέγχου των αγαθών στον καταναλωτή χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση εντός τριάντα (30) ημερολογιακών ημερών από τη σύναψη της σύμβασης, εκτός εάν τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν συμφωνήσει διαφορετικά ως προς τον χρόνο παράδοσης. Εάν ο προμηθευτής δεν παραδώσει τα αγαθά εντός της προθεσμίας, ο καταναλωτής δικαιούται να καταγγείλει αμέσως τη σύμβαση και να του επιστραφεί όλο το χρηματικό ποσό πληρωμής (άρθ. 4β).

Ο προμηθευτής δεν δικαιούται να επιβάλλει επιπρόσθετη δαπάνη στους καταναλωτές για τη χρήση ενός συγκεκριμένου μέσου πληρωμής (άρθ. 4γ).

Ο προμηθευτής αναλαμβάνει τον κίνδυνο απώλειας ή βλάβης των αγαθών κατά τη μεταφορά. Στη συνέχεια, ο κίνδυνος απώλειας ή βλάβης των αγαθών μετατίθεται στον καταναλωτή όταν:

- αυτός ή κάποιο τρίτο μέρος το οποίο ορίζεται σχετικά από τον καταναλωτή και είναι διάφορο του μεταφορέα έχει αποκτήσει τη φυσική κατοχή των αγαθών και
- ο μεταφορέας έχει ενταλθεί από τον καταναλωτή να μεταφέρει τα αγαθά και η εν λόγω επιλογή δεν προσφέρθηκε από τον προμηθευτή, με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων του καταναλωτή έναντι του μεταφορέα (άρθ. 4δ).

Ο καταναλωτής δεν υποχρεούται να πληρώσει παραπάνω από τη βασική τιμή χρέωσης σε περίπτωση που ο προμηθευτής χρησιμοποιεί τηλεφωνική γραμμή για επικοινωνία μαζί του, στο πλαίσιο της συναπτόμενης σύμβασης (άρθ. 4ε).

Ο προμηθευτής δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιεί προκαθορισμένες επιλογές (προσυμπληρωμένα τετραγωνίδια) για την επιβολή πρόσθετων πληρωμών,

επιπλέον της αμοιβής, κατά το προσυμβατικό στάδιο, εάν δεν έχει εξασφαλίσει την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή (άρθ. 4στ).

Επιπλέον, ο καταναλωτής απαλλάσσεται από την υποχρέωση να λάβει την προμήθεια μη παραγγελθέντων αγαθών, ψηφιακού περιεχομένου ή μη ζητηθείσης παροχής υπηρεσιών. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η απουσία απάντησης από τον καταναλωτή δεν ισοδυναμεί με συναίνεση (άρθ. 4ζ).

Η ενίσχυση των δικαιωμάτων των καταναλωτών ενδυναμώνουν τη θέση τους στην αγορά και την προώθηση της διαφάνειας και της εύρυθμης λειτουργίας της ψηφιακής αγοράς.

### **3.2. Συμβάσεις εμπορίας από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών**

Οι διατάξεις του άρθρου 4θ παρ. 1 του ν. 2251/1994 εφαρμόζονται σε συμβάσεις που αφορούν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (κάθε υπηρεσία τραπεζικής, πιστωτικής, ασφαλιστικής ή επενδυτικής φύσης ή σχετική με ατομικές συντάξεις, επενδύσεις ή πληρωμές), οι οποίες περιλαμβάνουν μια αρχική συμφωνία παροχής υπηρεσίας και ακολούθως διαδοχικές πράξεις ή σειρά διακριτών πράξεων της, οι οποίες κλιμακώνονται χρονικά μόνο στην αρχική συμφωνία. Όταν δεν υπάρχει αρχική συμφωνία παροχής υπηρεσίας και διενεργούνται διαδοχικές ή διακριτές πράξεις μεταξύ των ίδιων συμβαλλομένων μερών, η ενημέρωση και οι πρόσθετες απαιτήσεις πληροφόρησης του καταναλωτή, κατά το προσυμβατικό στάδιο, εφαρμόζονται μόνο κατά τη διενέργεια της πρώτης πράξης. Επίσης, όταν δεν έχει διενεργηθεί πράξη της ίδιας φύσης για διάστημα άνω του ενός έτους η διενέργεια της επόμενης πράξης συνιστά ως η πρώτη μιας νέας σειράς πράξεων.

Ο προμηθευτής υποχρεούται να παρέχει προσυμβατική πληροφόρηση στον καταναλωτή σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες με μέσα επικοινωνίας από απόσταση κατά τρόπο σαφή και κατανοητό τηρουμένων των αρχών της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές και των διατάξεων που διέπουν το κύρος των δικαιοπραξιών. Περιλαμβάνει πληροφορίες που αφορούν τον προμηθευτή, τη χρηματοοικονομική υπηρεσία, τη σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση και την προσφυγή. Επίσης, ο προμηθευτής υποχρεούται να ενημερώνει τον καταναλωτή, ύστερα από αίτημα του, ότι έχει τη δυνατότητα να

λάβει και άλλες πληροφορίες καθώς και να ενημερωθεί για τη φύση των πληροφοριών αυτών (παρ. 2). Επιπλέον, σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή στην περίπτωση μη γνωστοποίησης των συμβατικών όρων συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση και των πρόσθετων απαιτήσεων πληροφόρησης εγκαίρως σε αυτόν, κατά το προσυμβατικό στάδιο, εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο, το οποίο πρέπει να διασφαλίζει στον καταναλωτή, την κατοχή των εν λόγω πληροφοριών, τη δυνατότητα αποθήκευσης, πρόσβασης και αναπαραγωγής τους (παρ. 4 περ. α').

Το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή κατοχυρώνεται μέσα σε προθεσμία δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών χωρίς καμία επιβάρυνση και χωρίς να αναφέρει αιτιολογία, η οποία παρατείνεται σε τριάντα (30) ημερολογιακές ημέρες για συμβάσεις ασφάλισης ζωής. Ο καταναλωτής μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης με σχετική δήλωσή του πριν από την εκπνοή της προθεσμίας εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο.

Επίσης, το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν ασκείται:

- σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της κεφαλαιαγοράς,
- σε ασφαλιστήρια συμβόλαια ταξιδιών και αποσκευών με διάρκεια μικρότερη του ενός (1) μηνός και
- σε συμβάσεις των οποίων η εκτέλεση έχει ολοκληρωθεί πλήρως και από τα δύο μέρη, με ρητή αίτηση του καταναλωτή (παρ. 5).

Στη συνέχεια, προβλέπονται ρυθμίσεις για την πληρωμή υπηρεσίας που έχει παρασχεθεί πριν από την υπαναχώρηση (παρ. 6), για την απαγόρευση παροχής μη αιτηθεισών υπηρεσιών (παρ. 7), για την αυτόκλητη επικοινωνία, με σεβασμό στην ιδιωτική ζωή του καταναλωτή (παρ. 8), για τις κυρώσεις που επιβάλλονται στον προμηθευτή όταν δεν τηρεί τις υποχρεώσεις του (παρ. 9), για αναγκαστικό χαρακτήρα (παρ. 10) και για το βάρος της απόδειξης σχετικά με την τήρηση των υποχρεώσεων πληροφόρησης του καταναλωτή από τον προμηθευτή (παρ.11).

### **3.3. Αξιολόγηση των θεσμικών μέσων προστασίας του καταναλωτή**

Η ενημέρωση του καταναλωτή από τον προμηθευτή και το δικαίωμα υπαναχώρησης του αποτελούν σημαντικά μέσα προστασίας στην ηλεκτρονική σύμβαση μέσω διαδικτύου και σε περίπτωση παραβίασης των εν λόγω δικαιωμάτων η σύμβαση καθίσταται άκυρη.

Η παροχή της ενημέρωσης, κατά το προσυμβατικό στάδιο, εκπληρώνεται εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο π.χ. *email*, γιατί διαφορετικά η σύμβαση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή. Η ενημέρωση επιτυγχάνει την ισόρροπη σχέση των συμβαλλόμενων και βοηθάει τον καταναλωτή να παίρνει αποφάσεις κατά τη σύναψη της σύμβασης μετά από προσεκτική και σοβαρή εξέταση. Ο ψηφιακός καταναλωτής αποκτά ενεργητικό ρόλο χάρη στις δυνατότητες που του παρέχονται κατά την κατάρτιση της ηλεκτρονικής σύμβασης.

Η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, για το οποίο είναι υποχρεωμένος ο προμηθευτής να ενημερώσει τον καταναλωτή, παρέχει στον καταναλωτή τη δυνατότητα να αποδεσμευθεί από την ηλεκτρονική σύμβαση με συνέπειες. Η υποχρέωση ενημέρωσης από τον καταναλωτή για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης με οποιοδήποτε τρόπο είτε μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος είτε μέσω ιστότοπου του ηλεκτρονικού καταστήματος θεωρείται απαραίτητη για τη λήξη της ηλεκτρονικής σύμβασης. Η ηλεκτρονική δήλωση βούλησης του καταναλωτή δεν θεωρείται άκυρη και αποτελεί αποδεικτικό στοιχείο για την ενημέρωση του προμηθευτή από τον καταναλωτή. Να σημειωθεί, ότι οποιαδήποτε ενέργεια με αντίθετο περιεχόμενο της σύμβασης απαγορεύεται και πλήττεται με ακυρότητα, διότι μπορεί να οδηγήσει σε ζημιά των συμφερόντων των συμβαλλόμενων σε περίπτωση που ασκηθεί καταχρηστικά. Επιπλέον, εάν διαπιστωθεί ότι ο προμηθευτής δεν εκπλήρωσε τις υποχρεώσεις ενημέρωσης κατά το προσυμβατικό στάδιο, εναπόκειται σε αυτόν να αποδείξει ότι αυτό δεν υφίσταται κατά την κατάρτιση της ηλεκτρονικής σύμβασης. Με αυτούς τους τρόπους επιχειρείται η κατοχύρωση της νομικής προστασίας του ψηφιακού καταναλωτή στην ηλεκτρονική σύμβαση μέσω διαδικτύου και εξασφαλίζεται η ασφάλεια στις συναλλαγές.

## 4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

### 4.1. Γενικά

Το κρίσιμο χαρακτηριστικό κάθε εμπορικής συναλλαγής είναι η πληρωμή. Εμπόριο χωρίς χρήμα δεν μπορεί να υπάρξει. Το ζήτημα της πληρωμής σε μία ηλεκτρονική συναλλαγή παρουσιάζει την ιδιαιτερότητα ότι ο καταναλωτής προκαταβάλλει, συνήθως, το τίμημα πριν την παράδοση των προϊόντων, ενώ η σύμβαση συνάπτεται από απόσταση χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία των συμβαλλομένων (Παμπούκης Χ., 2009).

Στις αρχές της εμφάνισης του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι πληρωμές γινόταν με καταβολή του ποσού σε τράπεζα. Σήμερα, ο τρόπος αυτός είναι πια οπισθοδρομικός και αναχρονιστικός διότι δεν συμβαδίζει με την ταχύτητα και την αξιοπιστία που απαιτούν οι σύγχρονες διαδικτυακές συναλλαγές. Οι μέθοδοι που έχουν αναπτυχθεί για την επίτευξη πληρωμών αποτελούν ηλεκτρονικές εκδοχές των παραδοσιακών συστημάτων πληρωμής (μετρητά, επιταγές). Η θεμελιώδης διαφορά μεταξύ των ηλεκτρονικών π.χ. μεταφορές πίστωσης, άμεσες χρεώσεις, πληρωμές με κάρτα κλπ. και των παραδοσιακών πληρωμών είναι ότι στην πρώτη περίπτωση όλα είναι ψηφιακά και σχεδιασμένα ώστε όλη η διαχείριση να γίνεται ηλεκτρονικά. Ωστόσο, η έλλειψη εμπιστοσύνης μεταξύ καταναλωτών και επιχειρήσεων σχετικά με τη χρήση του διαδικτύου, του ηλεκτρονικού εμπορίου και των ηλεκτρονικών πληρωμών είναι η αιτία της ανασφάλειας που προκαλεί περιορισμένο αριθμό ηλεκτρονικών συναλλαγών και κυρίως διασυνοριακών αγορών από απόσταση. Γι' αυτούς τους λόγους, η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών θα οδηγήσει σε μία εντονότερη, περισσότερο κατανοητή και ασφαλέστερη χρήση του διαδικτύου. Σήμερα οι ηλεκτρονικές πληρωμές ρυθμίζονται από την Οδηγία 2015/2366/ΕΕ που ενσωματώθηκε πλήρως στην ελληνική έννομη τάξη με το ν. 4537/2018 «για τις υπηρεσίες πληρωμών» (Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου Π., 2020).

#### 4.1.1. Ηλεκτρονική Πληρωμή με κάρτα

Ηλεκτρονική πληρωμή είναι αυτή που διενεργείται με ηλεκτρονικά μέσα πληρωμής και εξυπηρετούν ή ολοκληρώνουν την εκπλήρωση της παροχής του ψηφιακού καταναλωτή αγαθών και υπηρεσιών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο

συνδέεται με μέσα πληρωμής που επιτρέπουν την πρόσβαση στο λογαριασμό ενός πελάτη, από απόσταση, κυρίως τις κάρτες πληρωμής και τις συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικής τράπεζας. «Μέσο πληρωμής με κάρτα» είναι οποιοδήποτε μέσο πληρωμής, συμπεριλαμβανομένης της κάρτας (πιστωτικής, χρεωστικής, προπληρωμένης), κινητού τηλεφώνου, ηλεκτρονικού υπολογιστή ή άλλης τεχνολογικής συσκευής που περιλαμβάνει την κατάλληλη εφαρμογή πληρωμής μέσω της οποίας παρέχεται η δυνατότητα στον πληρωτή να κινήσει πράξη πληρωμής με κάρτα, η οποία δεν αποτελεί μεταφορά πίστωσης ή άμεση χρέωση (άρθ. 62 εδ. ιε του ν. 4446/2016) (Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου Π., 2020).

#### **4.2. Υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών**

Ο ν. 4537/2018 εφαρμόζεται σε πληρωμές που πραγματοποιούνται εντός Ελλάδας ή μεταξύ Ελλάδας και άλλου κράτους μέλους του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ) σε ευρώ ή σε άλλο νόμισμα κράτους του ΕΟΧ με το ίδιο κόστος, εξυπηρέτηση και ασφάλεια.

Σύμφωνα με το άρθρο 4 του ν. 4537/2018, ορίζεται ότι:

- πράξη πληρωμής είναι η εκκίνηση της πράξης που διενεργείται από τον πληρωτή ή για λογαριασμό του ή από τον δικαιούχο και συνίσταται στη διάθεση, μεταβίβαση ή ανάληψη χρηματικών ποσών, ανεξάρτητα από οποιαδήποτε υποκείμενη υποχρέωση μεταξύ πληρωτή και δικαιούχου,
- πράξη πληρωμής από απόσταση είναι η εκκίνηση της πράξης πληρωμής που διενεργείται μέσω του διαδικτύου ή μέσω συσκευής και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για επικοινωνία εξ αποστάσεως,
- λογαριασμός πληρωμών είναι ο λογαριασμός που τηρείται στο όνομα ενός ή περισσότερων χρηστών υπηρεσιών πληρωμών και χρησιμοποιείται για την εκτέλεση και λήψη πράξεων πληρωμής,
- υπηρεσία εκκίνησης πληρωμής είναι η υπηρεσία για την εκκίνηση εντολής πληρωμής ύστερα από αίτημα του χρήστη υπηρεσιών πληρωμών σε σχέση με λογαριασμό πληρωμών που τηρείται σε άλλο πάροχο υπηρεσιών πληρωμών,
- υπηρεσία πληροφοριών λογαριασμού είναι η σε απευθείας ηλεκτρονική σύνδεση υπηρεσία για την παροχή συγκεντρωτικών πληροφοριών σχετικά



με έναν ή περισσότερους λογαριασμούς πληρωμών που τηρεί ο χρήστης υπηρεσιών πληρωμών είτε σε άλλο πάροχο υπηρεσιών πληρωμών είτε σε περισσότερους παρόχους υπηρεσιών πληρωμών,

- ισχυρή ταυτοποίηση πελάτη είναι η διαδικασία ελέγχου της ταυτότητας του κατόχου της κάρτας πληρωμών από τον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών με τη χρήση δύο (2) ή περισσότερων στοιχείων που αφορούν γνώση (στοιχείο το οποίο μόνο ο χρήστης γνωρίζει), όπως κωδικός μιας χρήσης (OTP) μέσω γραπτού μηνύματος SMS/Viber που έλαβε στο κινητό του τηλέφωνο σε συνδυασμό με έναν τριψήφιο αριθμητικό κωδικό (π.χ. κωδικό *e-com PIN*) και κάποιο μοναδικό φυσικό (εγγενές) χαρακτηριστικό του όπως το δακτυλικό αποτύπωμα. Τα στοιχεία αυτά είναι ανεξάρτητα μεταξύ τους, ως προς το ότι η παραβίαση του ενός δεν θέτει σε κίνδυνο την αξιοπιστία των υπολοίπων και σχεδιασμένα κατά τέτοιο τρόπο ώστε να προστατεύεται η εμπιστευτικότητα των δεδομένων ταυτοποίησης.

Η ισχυρή ταυτοποίηση πελάτη είναι απαραίτητη όταν ένας καταναλωτής πραγματοποιεί ηλεκτρονική συναλλαγή με κάρτα. Οι απαιτήσεις για την ισχυρή ταυτοποίηση συνιστούν υποχρέωση για τους παρόχους υπηρεσιών πληρωμών προκειμένου να προστατευτούν οι καταναλωτές από περιστατικά απάτης. Κατά συνέπεια, οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών δεν αποδέχονται και απορρίπτουν συναλλαγές που δεν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις ασφάλειας. Οι μη αποδεκτές συναλλαγές οφείλονται κατά κύριο λόγο στην έλλειψη προσαρμογής του ηλεκτρονικού καταστήματος και στη μη έγκαιρη υιοθέτηση από τους κατόχους των καρτών πληρωμής των οδηγιών του παρόχου υπηρεσιών πληρωμών τους.

Στο πεδίο εφαρμογής του ν. 4537/2018 υπάγεται ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών του πληρωτή και του δικαιούχου ή ο μοναδικός πάροχος υπηρεσιών πληρωμών για την πράξη πληρωμής με την προϋπόθεση τα μέρη να βρίσκονται εντός των κρατών-μελών της ΕΕ και οι πράξεις πληρωμής να πραγματοποιούνται σε ευρώ ή άλλο νόμισμα κράτους μέλους (άρθ. 2 παρ. 2). Αντίθετα, οι σχετικές διατάξεις δεν εφαρμόζονται σε υπηρεσίες όπου η μεταφορά χρηματικών ποσών από τον πληρωτή στον δικαιούχο διενεργούνται αποκλειστικά με χαρτονομίσματα και κέρματα ή όταν η μεταφορά βασίζεται σε έντυπη επιταγή, συναλλαγματική, γραμμάτιο ή άλλα μέσα και έντυπα

παραστατικά με τα οποία χρεώνεται ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών ή κάποιος άλλος για να θέσει τα χρηματικά ποσά στη διάθεση του δικαιούχου (άρθ. 3). Αυτό συμβαίνει διότι υπάρχει ενιαία αγορά πληρωμών για τις πληρωμές σε μετρητά, ενώ οι πράξεις πληρωμής που βασίζονται σε έντυπες επιταγές, λόγω της φύσης τους, δεν μπορούν να διεκπεραιωθούν το ίδιο αποτελεσματικά με τα άλλα μέσα πληρωμής (Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου Π., 2020).

Σε περιπτώσεις μέσων πληρωμών που σύμφωνα με τη σχετική σύμβαση-πλαίσιο, αφορούν αποκλειστικά επιμέρους πράξεις πληρωμής που δεν υπερβαίνουν τα τριάντα (30) ευρώ ή είτε έχουν όριο δαπανών εκατόν πενήντα (150) ευρώ είτε αποθήκευσης χρηματικών ποσών που δεν υπερβαίνουν τα εκατόν πενήντα (150) ευρώ, η υποχρέωση πληροφόρησης του παρόχου υπηρεσιών πληρωμών προς το χρήστη είναι περιορισμένη. Για τις εγχώριες πράξεις πληρωμών τα παραπάνω ποσά διπλασιάζονται. Η υποχρέωση πληροφόρησης περιορίζεται και αφορά τα στοιχεία και κύρια χαρακτηριστικά των υπηρεσιών πληρωμών, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίο χρησιμοποιείται το μέσο πληρωμών, την ευθύνη, τα επιβαλλόμενα τέλη και άλλες ουσιώδεις πληροφορίες που απαιτούνται για τη λήψη τεκμηριωμένης απόφασης (άρθ. 42).

Το πλαίσιο των ηλεκτρονικών πληρωμών ρυθμίζει τόσο τις μεμονωμένες πράξεις πληρωμής όσο και αυτές που καλύπτονται από συμβάσεις-πλαίσιο.

Στην πράξη, οι πράξεις πληρωμής που καλύπτονται από σύμβαση-πλαίσιο είναι πολύ συνηθέστερες και οικονομικά σημαντικότερες από τις μεμονωμένες πράξεις πληρωμής. Ειδικότερα, εάν υπάρχει λογαριασμός πληρωμών ή ειδικό μέσο πληρωμών απαιτείται η σύναψη της σύμβασης-πλαίσιο. Ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών υποχρεούται να παρέχει στο χρήστη υπηρεσιών πληρωμών σε εύλογο χρόνο, δωρεάν, πριν αυτός δεσμευθεί από σύμβαση-πλαίσιο ή προσφορά, σε έντυπη μορφή ή σε άλλο σταθερό μέσο τις σχετικές πληροφορίες και τους όρους που προβλέπονται, όπως τα αποσπάσματα λογαριασμών που εκτυπώνονται από ειδικούς εκτυπωτές, οι δισκέτες, τα CD-ROM, τα DVD και οι σκληροί δίσκοι προσωπικών υπολογιστών στους οποίους μπορεί να αποθηκεύεται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και οι ιστοσελίδες, με την

προϋπόθεση να είναι προσιτές και να επιτρέπει τη μελλοντική πρόσβαση στις αποθηκευμένες πληροφορίες για κατάλληλο χρονικό διάστημα για την ενημέρωση και την ακριβή αναπαραγωγή τους. Η διατύπωση τους πρέπει να είναι εύκολα κατανοητή και στην ελληνική γλώσσα, εφόσον οι υπηρεσίες πληρωμών παρέχονται στην ημεδαπή ή στην επίσημη γλώσσα του κράτους-μέλους στο οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες πληρωμών ή σε οποιαδήποτε άλλη γλώσσα συμφωνήσουν τα μέρη. Η υποχρέωση του παρόχου υπηρεσιών πληρωμών σχετικά με το περιεχόμενο και τον τύπο της γενικής προσυμβατικής ενημέρωσης μπορεί να εκπληρώνεται με την παροχή αντιγράφου της σύμβασης-πλαίσιο, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών και των όρων (άρθ. 51). Χαρακτηριστική η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ σχετικά με την πρακτική των ηλεκτρονικών συναλλαγών κατά την οποία οι όροι της σύμβασης παρέχονται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι νόμιμη υπό προϋποθέσεις.

Απόφαση ΔΕΕ της 25-1-2017 (υπόθεση C-375/15)

«Μια αυστριακή τράπεζα χρησιμοποιούσε τυποποιημένη συμβατική ρήτρα για την πρόσβαση των καταναλωτών στις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου (*e-banking*). Κατά την εν λόγω ρήτρα, «οι πληροφορίες και οι διευκρινίσεις που η τράπεζα οφείλει να παρέχει ή να θέτει στη διάθεση των πελατών της θα διαβιβάζονται είτε ταχυδρομικώς είτε διά της ηλεκτρονικής οδού, στο πλαίσιο του συστήματος ηλεκτρονικής τραπεζικής (*e-banking*)». Οι πληροφορίες μπορούσαν να διαβιβαστούν μέσω συστήματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ενσωματωμένου στους λογαριασμούς ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι καταναλωτές μπορούσαν να συμβουλευθούν, να αναπαράγουν και να τηλεφορτώνουν τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τα μηνύματα που βρίσκονταν στις θυρίδες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των λογαριασμών ηλεκτρονικής τραπεζικής «*e-banking*» παρέμεναν εκεί χωρίς τροποποίηση και δεν σβήνονταν τουλάχιστον για όσο χρόνο χρειαζόταν για την ενημέρωση των καταναλωτών, ώστε αυτοί να μπορούν να τα συμβουλευθούν και να τα αναπαραγάγουν αυτούσια, είτε σε ηλεκτρονική είτε σε έντυπη μορφή. Ωστόσο, οι καταναλωτές δεν ενημερώνονταν με άλλον τρόπο για τη λήψη νέου μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Το Ανώτατο Δικαστήριο (Αυστρία) υπέβαλε στο Δικαστήριο αίτηση προδικαστικής απόφασης, σχετικά με το αν οι πληροφορίες οι οποίες αποστέλλονται μέσω θυρίδας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ενσωματωμένης σε πλατφόρμα ηλεκτρονικής τραπεζικής «παρέχονται σε σταθερό μέσο».

Κατά το Δικαστήριο, πρέπει να γίνει δεκτό ότι ορισμένοι ιστότοποι μπορούν να χαρακτηριστούν «μέσα ανθεκτικά στον χρόνο» υπό προϋποθέσεις, οπότε και είναι νομικά ανεκτή η γνωστοποίηση πληροφοριών της σύμβασης-πλαίσιου ηλεκτρονικού εμπορίου, από τον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών στον χρήστη των υπηρεσιών αυτών μέσω θυρίδας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που διατηρεί ο καταναλωτής εντός του ιστοτόπου, παρέχονται επί μέσου ανθεκτικού στον χρόνο μόνον αν συντρέχουν οι ακόλουθες δύο προϋποθέσεις:

α) ο οικείος ιστότοπος να παρέχει αποκλειστικά στον χρήστη-καταναλωτή τη δυνατότητα να αποθηκεύει και να αναπαράγει τις πληροφορίες με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτές για τον απαραίτητο χρόνο που χρειάζεται και  
β) η διαβίβαση των εν λόγω πληροφοριών να συνοδεύεται από ενεργή συμπεριφορά του ιστότοπου που έχει ως σκοπό να ενημερώνει τον χρήστη-καταναλωτή ότι οι πληροφορίες υπάρχουν και είναι διαθέσιμες.

Η ενεργή συμπεριφορά μπορεί να συνίσταται στην αποστολή ηλεκτρονικού μηνύματος στο προσωπικό *email* του χρήστη των υπηρεσιών αυτών, το οποίο έχει επιλέξει ως διεύθυνση επικοινωνίας με τον ιστότοπο και αφορά σε λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ο οποίος χρησιμοποιείται από τον χρήστη για την επικοινωνία του και με άλλα πρόσωπα. Δεν επιτρέπεται όμως να επιλεγεί ως τέτοια διεύθυνση η θυρίδα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του συγκεκριμένου χρήστη στο διαδικτυακό σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής το οποίο διαχειρίζεται ο πάροχος των υπηρεσιών πληρωμών» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

Κατά τη διάρκεια της συμβατικής σχέσης, σε οποιαδήποτε στιγμή, ο χρήστης υπηρεσιών πληρωμών έχει το δικαίωμα, ύστερα από αίτημά του, να λαμβάνει τους συμβατικούς όρους της σύμβασης-πλαίσιο, τις πληροφορίες και τους ελάχιστους νόμιμους όρους που προβλέπονται, δωρεάν, σε έντυπη μορφή ή σε άλλο σταθερό μέσο (άρθ. 53).

Αντίθετα, στις μεμονωμένες πράξεις πληρωμής, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών θέτει στη διάθεση του χρήστη υπηρεσιών πληρωμών σε προσιτή μορφή και με κατανοητό τρόπο, τις πληροφορίες και τους όρους που προβλέπονται (άρθ. 44). Δεδομένου ότι ο πληρωτής είναι, συνήθως, παρών στην εντολή πληρωμής, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών δεν υποχρεούται να παρέχει τις πληροφορίες σε έντυπη μορφή ή σε άλλο σταθερό μέσο αλλά μπορεί να τις παρέχει προφορικά χωρίς διατυπώσεις ή να τις καθιστά προσβάσιμες με άλλο τρόπο π.χ. με την αναγραφή των όρων σε πίνακα

ανακοινώσεων στην επαγγελματική του στέγη. Πρέπει, επίσης, να παρέχεται ενημέρωση σχετικά με το πού βρίσκονται πρόσθετες πληροφορίες π.χ. ιστότοπος του παρόχου (Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου Π., 2020). Ύστερα από αίτημα του χρήστη υπηρεσιών πληρωμών, ο οποίος έχει και την ιδιότητα του καταναλωτή, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών παρέχει τις πληροφορίες και τους όρους σε έντυπη μορφή ή σε άλλο σταθερό μέσο. Η υποχρέωση σχετικά με το περιεχόμενο και τον τύπο της γενικής προσυμβατικής ενημέρωσης μπορεί να εκπληρώνεται με την παροχή αντιγράφου της σύμβασης μεμονωμένης υπηρεσίας πληρωμών ή της εντολής πληρωμής, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών και των όρων (άρθ. 44).

Τα στάδια πληροφόρησης των χρηστών και εμπλεκόμενων μερών σε κάθε πληρωμή, εκ μέρους του παρόχου υπηρεσιών πληρωμών, διαρθρώνονται σε προσυμβατικό, συμβατικό και μετασυμβατικό στάδιο. Ειδικότερα, προβλέπονται συγκεκριμένες πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται:

- προς το χρήστη υπηρεσιών πληρωμών, πριν από τη σύναψη της σύμβασης και προς τον πληρωτή, πριν από την εκκίνηση της εντολής πληρωμής,
- προς τον πληρωτή και το δικαιούχο της πληρωμής, μετά την εκκίνηση της εντολής πληρωμής,
- προς τον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών εξυπηρέτησης λογαριασμού του πληρωτή, στην περίπτωση υπηρεσίας εκκίνησης πληρωμής,
- προς τον πληρωτή, μετά τη λήψη της εντολής πληρωμής,
- προς το δικαιούχο, μετά την εκτέλεση της εντολής πληρωμής,
- προς τον πληρωτή, ύστερα από αίτημά του και πριν από την εκτέλεση επιμέρους πράξης πληρωμής και
- προς τον πληρωτή και προς το δικαιούχο (αμελλητί) για τις επιμέρους πράξεις πληρωμής.

Στα πλαίσια της προστασίας των χρηστών - καταναλωτών, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών δεν μπορεί να τροποποιεί μονομερώς τους συμβατικούς όρους της σύμβασης-πλαίσιο. Κάθε τροποποίηση της σύμβασης-πλαίσιο ή των πληροφοριών και των όρων, που διέπουν τη σύμβαση, προτείνεται από τον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών στο χρήστη υπηρεσιών πληρωμών σε έντυπη μορφή ή σε άλλο σταθερό μέσο και τουλάχιστον δύο (2) μήνες πριν από την προτεινόμενη ημερομηνία έναρξης ισχύος τους. Ο χρήστης

των υπηρεσιών πληρωμών μπορεί είτε να αποδεχθεί είτε να απορρίψει τις τροποποιήσεις πριν από την προτεινόμενη ημερομηνία έναρξης ισχύος τους. Επίσης, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών υποχρεούται να ενημερώσει το χρήστη υπηρεσιών πληρωμών, ότι θα θεωρηθεί, ότι έχει αποδεχθεί τις εν λόγω τροποποιήσεις, αν ο τελευταίος δεν γνωστοποιήσει στον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών ότι δεν τις αποδέχεται. Οπότε, ο χρήστης οφείλει να γνωστοποιήσει στον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών, την αντίδρασή του και ότι δεν αποδέχεται τις τροποποιήσεις, πριν από την προτεινόμενη ημερομηνία έναρξης ισχύος τους. Επιπλέον, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών υποχρεούται να ενημερώσει τον χρήστη υπηρεσιών πληρωμών ότι, αν απορρίψει τις αλλαγές αυτές, έχει το δικαίωμα να λύσει τη σύμβαση-πλαίσιο χωρίς επιβάρυνση και με ισχύ από οποιαδήποτε χρονική στιγμή μέχρι την ημερομηνία κατά την οποία θα είχε εφαρμοστεί η τροποποίηση (άρθ. 54 παρ.1). Για την άσκηση αυτού του δικαιώματος και για τις έννομες συνέπειες της άρνησης αποδοχής των τροποποιήσεων, ο πάροχος υποχρεούται να ενημερώσει ειδικά και συγκεκριμένα τον χρήστη.

Ο τρόπος παροχής εκ των υστέρων πληροφόρησης σχετικά με τις εκτελεσθείσες πράξεις πληρωμών μπορεί να συμφωνείται στη σύμβαση-πλαίσιο μεταξύ του παρόχου και του χρήστη υπηρεσιών πληρωμών π.χ. είναι δυνατόν να συμφωνείται ότι στις τραπεζικές εργασίες μέσω του διαδικτύου όλες οι πληροφορίες για το λογαριασμό πληρωμών παρέχονται σε απευθείας ηλεκτρονική σύνδεση.

Ο χρήστης υπηρεσιών πληρωμών μπορεί να λύσει τη σύμβαση-πλαίσιο οποτεδήποτε, εκτός αν τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν συμφωνήσει προθεσμία προειδοποίησης, η οποία όμως δεν υπερβαίνει τον ένα (1) μήνα. Η λύση της σύμβασης-πλαίσιο δεν συνεπάγεται επιβάρυνση για το χρήστη υπηρεσιών πληρωμών, εκτός αν αυτή βρίσκεται σε ισχύ για λιγότερο από έξι (6) μήνες. Τυχόν χρεώσεις για τη λύση της σύμβασης-πλαίσιο πρέπει να είναι εύλογες και σύμφωνες με το κόστος που προκαλείται. Επίσης, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών μπορεί να καταγγείλει τη σύμβαση-πλαίσιο αορίστου χρόνου, με προειδοποίηση τουλάχιστον δύο (2) μήνες, σε έντυπη μορφή ή σε άλλο σταθερό μέσο με την προϋπόθεση να έχει συμφωνηθεί στη σύμβαση-πλαίσιο. Οι επιβαρύνσεις για την παροχή υπηρεσιών πληρωμών που χρεώνονται σε

τακτική βάση καταβάλλονται από το χρήστη υπηρεσιών πληρωμών μόνο κατ' αναλογία προς το χρόνο μέχρι τη λύση της σύμβασης-πλαίσιο. Αν οι επιβαρύνσεις καταβληθούν προκαταβολικά, επιστρέφονται κατ' αναλογία στο χρήστη. Να σημειωθεί ότι οι διατάξεις σχετικά με τη λύση της σύμβασης-πλαίσιο δεν θίγουν τις νομοθετικές και κανονιστικές ρυθμίσεις που διέπουν τα δικαιώματα των συμβαλλόμενων μερών να υπαναχωρούν από τη σύμβαση-πλαίσιο ή να την κηρύσσουν άκυρη, ειδικά σχετικά με την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών (άρθ. 55).

Ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών υποχρεούται να παρέχει αμελλητί στον πωλητή, πληροφορίες για τις επιμέρους πράξεις πληρωμής, σε έντυπη μορφή ή άλλο σταθερό μέσο τουλάχιστον μία (1) φορά ανά τρίμηνο, χωρίς επιβάρυνση ενώ όταν πρόκειται για σύμβαση-πλαίσιο, περιλαμβάνει όρο, μετά από απαίτηση του πληρωτή, να απαιτεί τις πληροφορίες τουλάχιστον μία (1) φορά τον μήνα, χωρίς επιβάρυνση με τρόπο που έχει συμφωνηθεί και που επιτρέπει στον πληρωτή να αποθηκεύει και να αναπαράγει αυτούσιες τις πληροφορίες (άρθ. 57).

Ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών ή ο δικαιούχος, υποχρεούται να ενημερώνει τον πληρωτή σχετικά με τυχόν πρόσθετη επιβάρυνση ή έκπτωση, πριν από την εκκίνηση της πράξης πληρωμής (άρθ. 60).

Μια πράξη πληρωμής θεωρείται ως εγκεκριμένη, μόνον εφόσον ο πληρωτής έχει δώσει τη συγκατάθεσή του στην εκτέλεσή της (άρθ. 64 παρ. 1). Αν η συγκατάθεση κοινοποιείται με τη χρήση συγκεκριμένου μέσου πληρωμών, ο πληρωτής και ο οικείος πάροχος υπηρεσιών πληρωμών του μπορεί να συμφωνήσουν την εφαρμογή ποσοτικού ορίου δαπάνης για τις πράξεις πληρωμής που εκτελούνται μέσω αυτού του μέσου πληρωμών (άρθ. 68 παρ. 1). Ταυτόχρονα, η διαδικασία για την παροχή συγκατάθεσης αποτελεί αντικείμενο συμφωνίας μεταξύ του πληρωτή και του οικείου παρόχου ή των οικείων παρόχων υπηρεσιών πληρωμών, ενώ ο πληρωτής μπορεί να ανακαλεί τη συγκατάθεσή του για την εκτέλεση σειράς πράξεων πληρωμής, οπότε κάθε μελλοντική πράξη πληρωμής θεωρείται ως μη εγκεκριμένη (άρθ. 64 παρ. 3 & 4).

Ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών αποκαθιστά μία μη εγκεκριμένη ή εσφαλμένα εκτελεσθείσα πράξη πληρωμής στον χρήστη υπηρεσιών

πληρωμών, μόνο αν ο τελευταίος ειδοποιήσει χωρίς υπαίτια καθυστέρηση τον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών μόλις αντιληφθεί οποιαδήποτε τέτοια πράξη πληρωμής που θεμελιώνει αξίωση αποζημίωσης, και το αργότερο μέσα σε χρονικό διάστημα δεκατριών (13) μηνών από την ημερομηνία χρέωσης. Στην περίπτωση αυτή ο χρήστης-καταναλωτής αποζημιώνεται από τον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών εξυπηρέτησης λογαριασμού υπό προϋποθέσεις. Η ανωτέρω προθεσμία δεν ισχύει όταν ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών δεν χορήγησε ούτε κατέστησε διαθέσιμες τις πληροφορίες για τη συγκεκριμένη πράξη πληρωμής (άρθ. 71 παρ. 1). Η εντολή πληρωμής μπορεί να ανακληθεί μόνο με συμφωνία μεταξύ του χρήστη υπηρεσιών πληρωμών και των οικείων παρόχων υπηρεσιών πληρωμών και σε κάποιες περιπτώσεις και με τη συμφωνία του δικαιούχου. Αν υπάρχει, μάλιστα, σχετικός συμβατικός όρος στη σύμβαση-πλαίσιο, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών μπορεί να επιβάλει και χρέωση σε περίπτωση ανάκλησης (άρθ. 80 παρ.5).

Σε περίπτωση μη εγκεκριμένης πράξης πληρωμής, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών του πληρωτή, ύστερα από διαπίστωση ή ειδοποίηση, επιστρέφει αμέσως ή το αργότερο έως το τέλος της επόμενης εργάσιμης ημέρας στον πληρωτή το χρηματικό ποσό της μη εγκεκριμένης πράξης πληρωμής, εκτός αν ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών του πληρωτή έχει βάσιμες υπόνοιες ότι έχει διαπραχθεί απάτη. Αν συντρέχει περίπτωση, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών του πληρωτή επαναφέρει το χρεωθέντα λογαριασμό πληρωμών στην πρότερη κατάσταση και διασφαλίζει ότι η ημερομηνία αξίας για την πίστωση λογαριασμού πληρωμών του πληρωτή δεν είναι μεταγενέστερη του χρονικού σημείου χρέωσης αυτού του λογαριασμού πληρωμών με το χρηματικό ποσό της πράξης πληρωμής (άρθ. 73 παρ. 1). Κατά παρέκκλιση από το ανωτέρω άρθρο, ο πληρωτής (χρήστης/καταναλωτής οφείλει να προβεί σε ειδοποίηση άμεσα στον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών και απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη πληρωμής αμέσως μετά την ειδοποίηση του παρόχου) ευθύνεται μέχρι του ανώτατου ποσού των πενήντα (50) ευρώ για τις ζημίες (τυχόν πληρωμές που έγιναν στο ενδιάμεσο χρονικό διάστημα) από τη διενέργεια μη εγκεκριμένων πράξεων πληρωμής, οι οποίες προκύπτουν είτε από τη χρήση απολεσθέντος ή κλαπέντος μέσου πληρωμής είτε από υπεξαίρεσή του ενώ ο



χρήστης τηρούσε με ασφαλή τρόπο τα προσωπικά στοιχεία ταυτοποίησης π.χ. *PIN* της κάρτας. Η εν λόγω υποχρέωση δεν ισχύει, εφόσον:

- η απώλεια, κλοπή ή υπεξαίρεση του μέσου πληρωμής δεν ήταν δυνατό να εντοπιστεί από τον πληρωτή πριν από τη διενέργεια πράξης πληρωμής, εκτός αν ο πληρωτής (ευθύνεται για τυχόν οικονομικές συνέπειες που απορρέουν από τη χρήση του εν λόγω μέσου πληρωμών) είχε ενεργήσει με δόλο ή
- η ζημία είχε προκληθεί από πράξεις ή παραλείψεις υπαλλήλου, αντιπροσώπου ή υποκαταστήματος ενός παρόχου υπηρεσιών πληρωμών ή οντότητας στην οποία ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών είχε αναθέσει τις δραστηριότητές του.

Ο πληρωτής ευθύνεται για όλες τις ζημίες που σχετίζονται με κάθε μη εγκεκριμένη πράξη πληρωμής, εφόσον οι ζημίες αυτές οφείλονται είτε σε δόλο είτε στη μη τήρηση μιας ή περισσότερων από τις υποχρεώσεις που έχει, από πρόθεση ή βαριά αμέλεια. Στις περιπτώσεις αυτές, δεν ισχύει το ανώτατο ποσό των πενήντα (50) ευρώ (άρθ. 74 παρ. 1). Ωστόσο, για να εκτιμάται αν υπάρχει αμέλεια του χρήστη υπηρεσιών πληρωμών, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλα τα περιστατικά. Τα διαθέσιμα αποδεικτικά στοιχεία και ο βαθμός της καταγγελλόμενης αμέλειας θα πρέπει να αξιολογούνται βάσει του εθνικού δικαίου. Οι συμβατικοί όροι και οι όροι παροχής - χρήσης ηλεκτρονικού μέσου πληρωμών που θα συνεπάγονταν αύξηση του βάρους της απόδειξης έναντι του καταναλωτή ή μείωση του βάρους της απόδειξης έναντι του παρόχου, θα πρέπει να θεωρούνται άκυροι. Τέλος, θα πρέπει να συνεκτιμάται με προσοχή η διάθεση εκ μέρους του παρόχου τεχνικών μέσων και συστημάτων ασφαλούς διακίνησης των στοιχείων του χρήστη αλλά και ενημέρωσης αυτού από το χρήστη σε περίπτωση απώλειας, κλοπής ή υπεξαίρεσης του μέσου πληρωμής, μη εγκεκριμένης ή εσφαλμένης πληρωμής (Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου Π., 2020).

Για λόγους ενισχυμένης προστασίας του χρήστη-καταναλωτή, αν ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών αρνηθεί να εκτελέσει εντολή πληρωμής ή να εκκινήσει πράξη πληρωμής, οι λόγοι της άρνησης και η διαδικασία αποκατάστασης τυχόν λαθών που οδήγησαν στην άρνηση γνωστοποιούνται στον χρήστη υπηρεσιών πληρωμών, εκτός αν αυτό απαγορεύεται από άλλη διάταξη. Η σύμβαση-

πλαίσιο μπορεί να περιλαμβάνει όρο, σύμφωνα με τον οποίο ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών μπορεί να επιβάλλει εύλογη επιβάρυνση, αν η άρνηση είναι αντικειμενικά αιτιολογημένη. Ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών εξυπηρέτησης λογαριασμού του πληρωτή δεν αρνείται να εκτελέσει εντολή πληρωμής, εφόσον πληρούνται όλοι οι όροι που προβλέπονται στη σύμβαση-πλαίσιο του πληρωτή. Οπότε, εντολή πληρωμής της οποίας η εκτέλεση απορρίφθηκε θεωρείται ως μη ληφθείσα (άρθ. 79).

Ο χρήστης υπηρεσιών πληρωμών δεν μπορεί να ανακαλέσει εντολή πληρωμής αν ληφθεί από τον πάροχο υπηρεσιών πληρωμών του πληρωτή, εφόσον δεν προβλέπεται διαφορετικά. Όταν διενεργείται εκκίνηση πράξης πληρωμής από πάροχο υπηρεσίας εκκίνησης πληρωμής ή από τον δικαιούχο ή μέσω αυτού, ο πληρωτής δεν ανακαλεί την εντολή πληρωμής ύστερα από τη χορήγηση της συγκατάθεσής του στον πάροχο υπηρεσίας εκκίνησης πληρωμής να διενεργήσει την εκκίνηση της πράξης πληρωμής ή ύστερα από την παραχώρηση της συγκατάθεσής του να εκτελεστεί η πράξη πληρωμής προς τον δικαιούχο. Οπότε, η παροχή συγκατάθεσης δεν ανακαλείται. Στην περίπτωση άμεσης χρέωσης και με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων επιστροφής χρηματικών ποσών, ο πληρωτής μπορεί να ανακαλέσει την εντολή πληρωμής το αργότερο έως το τέλος της εργάσιμης ημέρας που προηγείται της ημέρας που συμφωνήθηκε για τη χρέωση των χρηματικών ποσών (άρθ. 80 παρ. 1, 2 & 3).

Ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών του πληρωτή, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών του δικαιούχου και οι τυχόν ενδιάμεσοι των παρόχων υπηρεσιών πληρωμών μεταφέρουν το πλήρες ποσό της πράξης πληρωμής και δεν αφαιρούν επιβαρύνσεις από το μεταφερόμενο ποσό. Ο δικαιούχος και ο οικείος πάροχος υπηρεσιών πληρωμών μπορεί να συμφωνούν ότι ο τελευταίος αφαιρεί τη χρέωσή του από το μεταφερόμενο ποσό πριν αυτό πιστωθεί στον δικαιούχο. Ωστόσο, για να μπορεί ο δικαιούχος να επαληθεύει την ορθή καταβολή του οφειλόμενου ποσού, οι πληροφορίες που εμφανίζονται μετά την πράξη πληρωμής θα πρέπει να εμφανίζουν όχι μόνο το πλήρες ποσό της πράξης πληρωμής αλλά και το ύψος των τυχόν επιβαρύνσεων (άρθ. 81 παρ. 1 & 2). Οπότε, για την ολοκληρωμένη και αυτοματοποιημένη επεξεργασία των πληρωμών, καθώς και για την ασφάλεια δικαίου σχετικά με την εκπλήρωση

οποιασδήποτε υποχρέωσης μεταξύ χρηστών υπηρεσιών πληρωμών, είναι απαραίτητο να πιστώνεται στο λογαριασμό του δικαιούχου ολόκληρο το ποσό που μεταφέρει ο πληρωτής (Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου Π., 2020).

Η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα συστήματα πληρωμών και τους παρόχους υπηρεσιών πληρωμών επιτρέπεται όταν είναι αναγκαία για τη διασφάλιση της πρόληψης, της διερεύνησης και του εντοπισμού περιστατικών απάτης (ανύπαρκτες/ψεύτικες συναλλαγές) σχετικά με τις πληρωμές. Η ρητή συγκατάθεση του χρήστη υπηρεσιών πληρωμών συνιστά προϋπόθεση για την πρόσβαση, επεξεργασία και διατήρηση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που είναι αναγκαία για την παροχή υπηρεσιών πληρωμών από τους παρόχους υπηρεσιών πληρωμών (ν. 4624/2019 και τον Κανονισμό (ΕΕ) 2016/679), (άρθ. 93).

#### **4.2.1. Καταγγελίες**

Οι χρήστες υπηρεσιών πληρωμών και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη συμπεριλαμβανομένων των ενώσεων καταναλωτών, έχουν το δικαίωμα να υποβάλλουν καταγγελίες στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης για παραβάσεις των διατάξεων του ν. 4537/2018 κατά παρόχων υπηρεσιών πληρωμών με έδρα την Ελλάδα ή με τόπο λειτουργίας στην Ελλάδα. Επίσης, ανάλογα με την περίπτωση και με την επιφύλαξη του δικαιώματος προσφυγής ενώπιον δικαστηρίου η ΓΓΕΠΚ ενημερώνει με την απάντησή της τον καταγγέλλοντα για τις διαδικασίες ΕΕΔ (άρθ. 97). Η ΓΓΕΠΚ μπορεί να διενεργεί ελέγχους, να ζητεί την υποβολή τακτικών εκθέσεων, να ανταλλάσσει πληροφορίες και να λαμβάνει τα αναγκαία μέτρα έναντι των παρόχων υπηρεσιών πληρωμών (άρθ. 98 παρ.4).

#### **4.2.2. Εναλλακτική Επίλυση διαφορών και κυρώσεις**

Οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών θεσπίζουν και εφαρμόζουν κατάλληλες και αποτελεσματικές διαδικασίες για τη διευθέτηση των καταγγελιών των χρηστών υπηρεσιών πληρωμών όσον αφορά τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που προβλέπονται από τον ν. 4537/2018 και η ΓΓΕΠΚ παρακολουθεί τις επιδόσεις τους. Οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών υποχρεούνται να απαντούν, σε έντυπη μορφή ή σε άλλο σταθερό μέσο, στις καταγγελίες των χρηστών υπηρεσιών πληρωμών. Η απάντηση εξετάζει όλα τα θέματα που έχουν τεθεί

μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα και το αργότερο μέσα σε δεκαπέντε (15) εργάσιμες ημέρες από τη λήψη της καταγγελίας. Σε εξαιρετικές περιπτώσεις, αν η απάντηση δεν μπορεί να δοθεί μέσα σε δεκαπέντε (15) εργάσιμες ημέρες, ο πάροχος υπηρεσιών πληρωμών, υποχρεούται να αποστείλει προσωρινή απάντηση, αναφέροντας σαφώς τους λόγους καθυστέρησης στην απάντηση της καταγγελίας και προσδιορίζοντας την προθεσμία μέσα στην οποία θα λάβει την τελική απάντηση ο χρήστης υπηρεσιών πληρωμών, η οποία δεν υπερβαίνει τις τριάντα πέντε (35) εργάσιμες ημέρες από τη λήψη της καταγγελίας. Οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών ενημερώνουν τον χρήστη υπηρεσιών πληρωμών τουλάχιστον για έναν φορέα ΕΕΔ που είναι αρμόδιος σχετικά με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από το νόμο. Οι εν λόγω πληροφορίες πρέπει να ανακοινώνονται με σαφή, πλήρη και ευκολία πρόσβασης στον ιστότοπο του παρόχου υπηρεσιών πληρωμών, να προσδιορίζεται ο τρόπος πρόσβασης σε περαιτέρω στοιχεία σχετικά με τον οικείο φορέα ΕΕΔ και οι προϋποθέσεις για τη χρήση του (άρθ. 99). Οι φορείς ΕΕΔ συνεργάζονται αποτελεσματικά με τους αντίστοιχους φορείς ΕΕΔ των άλλων κρατών-μελών για την επίλυση των διασυνοριακών διαφορών που αφορούν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις (άρθ. 100).

Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης επιβάλλονται κυρώσεις σύμφωνα με το άρθρο 13α του ν. 2251/1994 σε βάρος των παρόχων υπηρεσιών πληρωμών οι οποίοι δεν τηρούν τις υποχρεώσεις τους που απορρέουν από το νόμο (άρθ. 101).

Η ΓΓΕΠΚ και οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών υποχρεούνται να ενημερώνουν τους καταναλωτές για τα δικαιώματά τους με ηλεκτρονικό φυλλάδιο, το οποίο είναι διαθέσιμο στους επίσημους διαδικτυακούς τους τόπους. Οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών δεν επιβάλλουν χρέωση στους πελάτες τους για τη διάθεση πληροφοριών. Όσον αφορά τα άτομα με αναπηρίες, εφαρμόζονται άλλα κατάλληλα μέσα, ώστε οι πληροφορίες να είναι διαθέσιμες σε προσιτή μορφή (άρθ. 102).

### **4.3. Ο Κανονισμός (ΕΕ) 2015/751 για πράξεις πληρωμών με κάρτες**

Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθ. 8 παρ. 2 και του άρθ. 10 παρ. 4 του Κανονισμού (ΕΕ) 2015/751 στα πλαίσια προστασίας του καταναλωτή προβλέπεται η υποχρέωση:

- των παρόχων υπηρεσιών πληρωμών για σαφή και αντικειμενική ενημέρωση του καταναλωτή για τα διαθέσιμα εμπορικά σήματα πληρωμών σε μέσο πληρωμής με κάρτα και τα χαρακτηριστικά τους, στα οποία περιλαμβάνονται οι λειτουργικές δυνατότητες, το κόστος και η ασφάλεια, πριν από την υπογραφή της σύμβασης, καθώς και
- των δικαιούχων πληρωμής για την αποδοχή ή μη καρτών ή άλλων μέσων πληρωμών ενός συστήματος καρτών πληρωμής, να ενημερώνουν τους καταναλωτές με σαφή τρόπο που δεν επιδέχεται παρερμηνεία και ταυτόχρονα να ενημερώνουν τους καταναλωτές με την αποδοχή άλλων καρτών και μέσων πληρωμής του συστήματος καρτών πληρωμής. Στις εξ αποστάσεως πωλήσεις, οι πληροφορίες αυτές περιέχονται στον ιστότοπο του δικαιούχου πληρωμής ή σε άλλο σχετικό ηλεκτρονικό ή κινητό μέσο. Οι πληροφορίες αυτές παρέχονται στον πληρωτή σε εύλογο χρόνο πριν ο πληρωτής προχωρήσει σε συμφωνία αγοράς με τον δικαιούχο πληρωμής.

Η Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης ορίζεται ως αρμόδια αρχή επιφορτισμένη με τη διασφάλιση της τήρησης των εν λόγω διατάξεων του Κανονισμού (ΕΕ) 2015/751 και την επιβολή των κυρώσεων, σύμφωνα με το άρθ. 13α του ν. 2251/1994, σε περίπτωση παράβασης. Οι διοικητικές κυρώσεις που επιβάλλονται, δημοσιοποιούνται σύμφωνα με την παρ. 5 του άρθρου 13α του ν. 2251/1994 (άρθ. 84 παρ.2 και άρθ. 85 παρ.2 του ν. 4764/2020).

### **4.4. Κίνδυνοι για τον κάτοχο της κάρτας σε *online* πληρωμή**

Στα πλαίσια μιας ηλεκτρονικής πληρωμής, ο νόμιμος κάτοχος της κάρτας αντιμετωπίζει τους εξής κινδύνους:

- δόλια χρησιμοποίηση των στοιχείων της κάρτας από τρίτον που τα υπέκλεψε και κατά συνέπεια παράνομη χρέωση της εν λόγω κάρτας,

- καταχρηστική αξιοποίηση των στοιχείων της κάρτας από τη συμβεβλημένη επιχείρηση, στην οποία τα απέστειλε ο ίδιος για να ολοκληρωθεί η συναλλαγή,

Ιδιαίτερη η παρακάτω απόφαση του Αρείου Πάγου περί ευθύνης τράπεζας για συναλλαγές από απόσταση μέσω πιστωτικής κάρτας χωρίς δελτίο παραγγελίας, χρεωστικά δελτία ή αποδείξεις που φέρουν την υπογραφή του νόμιμου κατόχου της κάρτας.

Απόφαση Αρείου Πάγου (υπόθεση 589/2001)

«Μετά από συλλογική αγωγή που ασκήθηκε από ένωση καταναλωτών, έγινε δεκτή η ευθύνη του τραπεζικού ιδρύματος κατά την παροχή υπηρεσιών (πιστωτικές κάρτες) και κατά τη διατύπωση καταχρηστικών ΓΟΣ. Κρίθηκε άκυρος ΓΟΣ, που επιρρίπτει το βάρος απόδειξης σύναψης συναλλαγής από απόσταση στον κάτοχο πιστωτικής κάρτας. Επιπλέον, η χρέωση από την Τράπεζα στο λογαριασμό του κατόχου ποσών σχετικών με τις συναλλαγές από απόσταση για τις οποίες δεν είχε υπογραφεί το σχετικό χρεωστικό δελτίο ή δεν υπάρχει άλλο ανάλογο μέσο απόδειξης, συνιστά υπαίτια παροχή ελαττωματικών υπηρεσιών και συνακόλουθα η ένωση καταναλωτών δικαιούται, να ασκήσει αγωγή κατά της Τράπεζας. για άρση προσβολής του συλλογικού συμφέροντος.

Η απόφαση είναι καθοριστική για την ευθύνη εκ του νόμου της Τράπεζας ως προμηθευτή υπηρεσιών και ειδικότερα για το ότι η συμπεριφορά της Τράπεζας πρέπει, να ανταποκρίνεται στην ευλόγως προσδοκώμενη ασφάλεια, δηλαδή στις συναλλακτικές υποχρεώσεις πρόνοιας και ασφάλειας που επιβάλλουν οι κανόνες λειτουργίας της. Τέλος, η χρέωση πιστωτικών καρτών, χωρίς έλεγχο ή ύπαρξη χρεωστικών δελτίων, διαταράσσει την ασφάλεια των συναλλαγών, προκαλεί αναστάτωση σε ευρύ κοινό και ως εκ τούτου δικαιολογείται η καταδίκη σε χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης» (Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ., 2020).

- μη εκπλήρωση ή πλημμελή εκπλήρωση της παροχής από τη συμβεβλημένη επιχείρηση, ενώ αυτή έχει προεισπράξει το τίμημα με χρέωση του λογαριασμού της κάρτας (Παμπούκης Χ., 2009).

Ο Κανονισμός (ΕΕ) 2018/302 ορίζει συγκεκριμένες καταστάσεις στις οποίες ο λεγόμενος «γεωγραφικός αποκλεισμός» δεν θα επιτρέπεται. Αυτό σημαίνει ότι οι πωλητές μέσω διαδικτύου δεν θα μπορούν να προβούν σε διακρίσεις σε βάρος καταναλωτών κάπου αλλού στην ΕΕ όσον αφορά τους γενικούς όρους και προϋποθέσεις, συμπεριλαμβανομένων και των τιμών, με κριτήρια

εθνικότητας, τόπου διαμονής ή ακόμα και προσωρινής διαμονής. Στην Ελλάδα, για την εφαρμογή του Κανονισμού εκδόθηκε η ΚΥΑ 18898/13-2-2019 με θέμα «Λήψη συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του Κανονισμού 2018/302 για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλων μορφών διακριτικής μεταχείρισης με βάση την ιθαγένεια, τον τόπο διαμονής ή τον τόπο εγκατάστασης των πελατών εντός της εσωτερικής αγοράς...».

#### **4.5. Ελληνικός Χρηματοοικονομικός Μεσολαβητής**

Ο Ελληνικός Χρηματοοικονομικός Μεσολαβητής-Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών (EXM-ΕΕΕΔ), είναι ανεξάρτητος θεσμός, επιδιώκει την εξωδικαστική επίλυση διαφορών ανάμεσα σε καταναλωτές και τράπεζες ή επενδυτικές εταιρείες που συμμετέχουν ή συνεργάζονται με τον φορέα και είναι εγκατεστημένες στην Ελλάδα. Επιπλέον, σε περίπτωση διασυνοριακών διαφορών, ο EXM-ΕΕΕΔ, ως μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επίλυσης Χρηματοπιστωτικών Διαφορών (FIN-NET), συνεργάζεται με τους αντίστοιχους φορείς των άλλων κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι εξειδικευμένος φορέας Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών που λειτουργεί ανεξάρτητα, αμερόληπτα, με διαφάνεια και χωρίς οικονομική επιβάρυνση. Ο EXM εξετάζει διαφορές σχετικά με ηλεκτρονικές συμβάσεις παροχής τραπεζικών (π.χ. κάρτες, καταθέσεις, δάνεια) και επενδυτικών (π.χ. μετοχές, αμοιβαία κεφάλαια, ομόλογα) προϊόντων και υπηρεσιών μέσω της πλατφόρμας Ηλεκτρονικής Επίλυσης Διαφορών της ΕΕ. Αρχικά, ο συναλλασσόμενος μπορεί να απευθυνθεί εγγράφως ή επί άλλου σταθερού μέσου στην τράπεζα ή στην επενδυτική εταιρία, η οποία υποχρεούται να απαντήσει εντός δέκα (10) εργάσιμων ημερών ή, αν κρίνει ότι θα χρειασθεί περισσότερος χρόνος, να τον ενημερώσει σχετικά, εγγράφως ή με σταθερό μέσο εντός της ανωτέρω προθεσμίας, προσδιορίζοντας συγχρόνως το χρονικό διάστημα που θα απαιτηθεί, το οποίο πάντως δεν μπορεί να υπερβαίνει τις δέκα (10) εργάσιμες ημέρες. Σε περίπτωση που δεν ικανοποιηθεί από την απάντηση ή παρέλθει άπρακτη η ανωτέρω προθεσμία, μπορεί να υποβάλει το θέμα στον EXM-ΕΕΕΔ συμπληρώνοντας έντυπο παραπόνων και συνυποβάλλοντας τα σχετικά έγγραφα (με *email* ή συστημένο ταχυδρομείο). Ο EXM-ΕΕΕΔ επιβεβαιώνει εγγράφως τη λήψη του παραπόνου και, εάν κριθεί αναγκαίο, ζητά πρόσθετη πληροφόρηση. Εάν κρίνει ότι δεν έχει αρμοδιότητα, ενημερώνει τον

συναλλασσόμενο εγγράφως, το αργότερο εντός τριών (3) εβδομάδων από την παραλαβή του πλήρους φακέλου της υπόθεσης. Σε αντίθετη περίπτωση, διαβιβάζει τον φάκελο της υπόθεσης στην τράπεζα ή στην επενδυτική εταιρία με παρατηρήσεις και προτάσεις προκειμένου να διευκολυνθεί η συναινετική διευθέτηση της διαφοράς. Κάθε μέρος ενημερώνεται από τον EXM-ΕΕΕΔ για τα επιχειρήματα που προβάλλει το άλλο μέρος και μπορεί να υποβάλει σχετικές παρατηρήσεις. Ο EXM-ΕΕΕΔ καλεί τα μέρη να απαντούν σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες. Εάν δεν στοιχειοθετούνται τα καταγγελλόμενα, ο EXM-ΕΕΕΔ ενημερώνει σχετικά τα μέρη. Συγχρόνως, σε καταναλωτικές διαφορές, ο EXM-ΕΕΕΔ ενημερώνει τα μέρη της διαφοράς για τις νομικές συνέπειες που θα προκύψουν αν συμφωνήσουν ή ακολουθήσουν τη σύστασή του, καθώς και ότι:

- μπορούν να επιλέξουν εάν συμφωνούν ή δεν συμφωνούν με την σύστασή του και εάν θα την ακολουθήσουν,
- η συμμετοχή στη διαδικασία δεν αποκλείει τη δυνατότητα επιδίωξης έννομης προστασίας μέσω δικαστικών διαδικασιών και
- η σύστασή του ενδέχεται να είναι διαφορετική από το αποτέλεσμα που θα προέκυπτε από ένα δικαστήριο το οποίο εφαρμόζει νομικούς κανόνες.

Σε περίπτωση που δεν καταστεί δυνατή η συναινετική διευθέτηση της διαφοράς, ο EXM-ΕΕΕΔ κατά την κρίση του και σύμφωνα με τις περιστάσεις, μπορεί να διατυπώνει αιτιολογημένα, μη δεσμευτική σύσταση για την επίλυση της διαφοράς, την οποία κοινοποιεί στα μέρη. Τα μέρη δηλώνουν εγγράφως στον EXM-ΕΕΕΔ σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες αν αποδέχονται τη σύστασή του σε πλήρη και τελικό διακανονισμό της διαφοράς. Σε καταναλωτικές διαφορές, εφόσον επιτευχθεί συμφωνία, ο EXM-ΕΕΕΔ συντάσσει πρακτικό συμβιβασμού, με αναφορά του σκεπτικού του, αντίγραφο του οποίου κοινοποιεί στα μέρη, εγγράφως με συστημένο ταχυδρομείο ή επί άλλου σταθερού μέσου, και η υπόθεση τίθεται στο αρχείο. Σε καταναλωτικές διαφορές, εάν κάποιο από τα μέρη δεν αποδεχθεί τη σύσταση του EXM-ΕΕΕΔ ή αποχωρήσει από τη διαδικασία, ο EXM-ΕΕΕΔ συντάσσει πρακτικό αποτυχίας, αντίγραφο του οποίου κοινοποιεί στα μέρη, εγγράφως με συστημένο ταχυδρομείο ή επί άλλου σταθερού μέσου, και η υπόθεση τίθεται στο αρχείο. Κατά κανόνα, η διαδικασία εξέτασης της διαφοράς από τον EXM-ΕΕΕΔ ολοκληρώνεται σε 90 ημέρες από τότε που έλαβε τον πλήρη φάκελο της διαφοράς περιλαμβανομένης της



σχετικής τεκμηρίωσης. Σε ιδιαίτερα περίπλοκες διαφορές μπορεί να παρατείνει το ανωτέρω χρονικό διάστημα ενημερώνοντας σχετικά τα μέρη και προσδιορίζοντας το πρόσθετο χρονικό διάστημα που αναμένεται να απαιτηθεί για την ολοκλήρωση της διαδικασίας. Αποκλειστικά για καταναλωτικές διαφορές:

- η υποβολή της διαφοράς στον ΕΧΜ-ΕΕΕΔ έχει ως αποτέλεσμα τη διακοπή της παραγραφής και της αποσβεστικής προθεσμίας ασκήσεως των αξιώσεων όσο διαρκεί η μεσολάβηση, ενώ αρχίζουν και πάλι, με την επιφύλαξη των διατάξεων των άρθρ. 261 επ. ΑΚ, από τη με οποιονδήποτε τρόπο ολοκλήρωσή της (έγγραφη άρνηση του ΕΧΜ-ΕΕΕΔ να εξετάσει τη διαφορά, σύνταξη πρακτικού αποτυχίας ή πρακτικού συμβιβασμού) (άρθρ. 11 ΚΥΑ 70330οικ./2015) και
- αντίγραφο του πρακτικού συμβιβασμού που συντάσσει ο ΕΧΜ-ΕΕΕΔ μπορεί να κατατεθεί, με επιμέλεια οποιουδήποτε από τα εμπλεκόμενα μέρη, στη γραμματεία του Μονομελούς Πρωτοδικείου Αθηνών. Από την κατάθεσή του, εφόσον το πρακτικό συμβιβασμού περιέχει συμφωνία των μερών για ύπαρξη αξίωσης που μπορεί να εκτελεσθεί αναγκαστικά, αποτελεί εκτελεστό τίτλο (ισοδύναμο μιας δικαστικής απόφασης), σύμφωνα με το άρθρο 904 παρ. 2 εδάφιο ζ' ΚΠολΔ (άρθρ. 9 παρ. στ ΚΥΑ 70330οικ./2015).

Χαρακτηριστική η παρακάτω υπόθεση του ΕΧΜ-ΕΕΕΔ σχετικά με την ικανοποίηση αιτήματος καταναλωτή.

Υπόθεση 2019: «Καταναλωτής προσέφυγε στον ΕΧΜ-ΕΕΕΔ ζητώντας την επιστροφή ποσού συναλλαγής που πραγματοποίησε με την πιστωτική του κάρτα σε ηλεκτρονικό κατάστημα για την αγορά προϊόντος. Ο λόγος ήταν ότι ουδέποτε παρέλαβε το προϊόν διότι το ηλεκτρονικό κατάστημα έπαυσε τη λειτουργία του. Η τράπεζα προέβη σε μερική επιστροφή του χρεωθέντος ποσού και καθυστέρωσε να αντιλογίσει το σύνολό του. Η παρέμβασή του ΕΧΜ-ΕΕΕΔ είχε ως αποτέλεσμα την ικανοποίηση του αιτήματός του».

Σημειώνεται ότι ο ΕΧΜ-ΕΕΕΔ δεν εξετάζει ή παύει την εξέταση διαφοράς:

- αν η διαφορά ή το ευρύτερο θέμα στο οποίο αυτή εντάσσεται, εξετάζεται ή έχει εξεταστεί προηγουμένως από δικαστήριο ή από άλλον φορέα ΕΕΔ,

- αν ο συναλλασσόμενος δεν υπέβαλε το παράπονο στον ΕΧΜ-ΕΕΕΔ εντός προθεσμίας ενός (1) έτους από την ημερομηνία κατά την οποία εκδήλωσε αποδεδειγμένα τη διαμαρτυρία του στον πάροχο,
- αν η διαφορά είναι ασήμαντη ή βασίζεται σε κακόβουλη καταγγελία και
- αν η εξέταση της διαφοράς θα έβλαπτε σημαντικά την αποτελεσματική λειτουργία του (Ε.Χ.Μ.-Ε.Ε.Ε.Δ., 2019).

## **5. ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ**

### **5.1. Ευθύνη κατά την πώληση καταναλωτικών αγαθών (νόμιμη εγγύηση)**

Οι ρυθμίσεις για τα δικαιώματα των καταναλωτών και τις εγγυήσεις στην περίπτωση της διαφορετικότητας προϊόντος είναι δεσμευτικές και δεν μπορεί να αποκλεισθεί η εφαρμογή τους από τα συμβατικά μέρη. Αυτό συμβαίνει κυρίως, στην περίπτωση της νόμιμης εγγύησης η οποία δεν μπορεί να αποκλεισθεί ή να περιορισθεί (ConsumerPro, Δίκαιο Καταναλωτή, 2021).

Σε κάθε πώληση ο πωλητής υποχρεούται να παραδώσει στον καταναλωτή τα ενσώματα αγαθά με τις συνομολογημένες ιδιότητες και χωρίς πραγματικά ελαττώματα, σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. του Αστικού Κώδικα. Σε περίπτωση πώλησης μεταχειρισμένων αγαθών, ο πωλητής και ο καταναλωτής μπορούν να συμφωνήσουν μικρότερη χρονική περίοδο για την παραγραφή της ευθύνης του πωλητή από αυτήν που προβλέπεται στο άρθρο 554 του Αστικού Κώδικα. Σε κάθε περίπτωση, η περίοδος αυτή δεν μπορεί να είναι μικρότερη του ενός (1) έτους. Παραίτηση του καταναλωτή από την προστασία του, πριν από την εμφάνιση του ελαττώματος ή της έλλειψης της συνομολογημένης ιδιότητας είναι άκυρη (άρθ. 5 του ν. 2251/1994).

### **5.2. Διάκριση νόμιμης εγγύησης και εμπορικής εγγύησης**

Η νόμιμη εγγύηση είναι η υποχρεωτική εγγύηση με περίοδο κάλυψης τουλάχιστον δύο (2) ετών για καινούργια αγαθά, αλλά μόνο σε σχέση με ελαττώματα ή έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων κατά την παράδοση των αγαθών.

Η εμπορική εγγύηση δίνεται από τον πωλητή ή τον κατασκευαστή, είτε δωρεάν είτε επί πληρωμή, και η οποία μπορεί να καλύψει ελαττώματα εκτός αυτών κατά την παράδοση των αγαθών και για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των δύο (2) ετών.

#### **5.2.1. Νόμιμη εγγύηση**

Η νομοθεσία τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο προβλέπει την παροχή εγγύησης στην πώληση αγαθών σε καταναλωτές δηλαδή την ανάληψη ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα ή έλλειψη συνομολογημένων

ιδιοτήτων των αγαθών. Οι διατάξεις των άρθρων 534-537 και 540-561 του Αστικού Κώδικα ενσωμάτωσαν στην ελληνική νομοθεσία ένα τμήμα της Οδηγίας 1999/44/EK στα πλαίσια του δικαίου της πώλησης, για την νόμιμη εγγύηση και ειδικότερα προβλέπουν:

- Ο πωλητής υποχρεούται να παραδώσει το πράγμα με τις συνομολογημένες ιδιότητες και χωρίς πραγματικά ελαττώματα που αναιρούν ή μειώνουν ουσιωδώς την αξία ή τη χρησιμότητά του (άρθ. 534 ΑΚ),
- Ο πωλητής δεν εκπληρώνει την υποχρέωσή του να παραδώσει το πράγμα με τις συνομολογημένες ιδιότητες αν το πράγμα που παραδίδει στον αγοραστή δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση και ιδίως:
  - Δεν ανταποκρίνεται στην περιγραφή που έχει γίνει από τον πωλητή ή στο δείγμα ή υπόδειγμα που ο πωλητής είχε παρουσιάσει στον αγοραστή,
  - Δεν είναι κατάλληλο για το σκοπό της συγκεκριμένης σύμβασης και ιδιαίτερα για τη σύμφωνη με το σκοπό αυτόν ειδική χρήση,
  - Δεν είναι κατάλληλο για τη χρήση για την οποία προορίζονται συνήθως πράγματα της ίδιας κατηγορίας,
  - Δεν έχει την ποιότητα ή την απόδοση που ο αγοραστής ευλόγως προσδοκά από πράγματα της ίδιας κατηγορίας λαμβάνοντας υπόψη και τις δημόσιες δηλώσεις του πωλητή, του παραγωγού ή του αντιπρόσωπου του στο πλαίσιο ιδίως της σχετικής διαφήμισης ή της επισήμανσης, εκτός αν ο πωλητής δεν γνώριζε ούτε όφειλε να γνωρίζει τη σχετική δήλωση ( άρθ. 535 ΑΚ),
- Το πράγμα δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση και σε περίπτωση πλημμελούς εγκατάστασής του, αν η εγκατάσταση αποτελεί μέρος της σύμβασης και πραγματοποιήθηκε από τον πωλητή. Το ίδιο ισχύει και όταν η πλημμέλεια της εγκατάστασης που έγινε από τον αγοραστή οφείλεται στην παράλειψη του πωλητή να του παράσχει τις σωστές οδηγίες (άρθ. 536 ΑΚ),
- Ο πωλητής ευθύνεται ανεξάρτητα από υπαιτιότητά του αν το πράγμα κατά το χρόνο που ο κίνδυνος μεταβαίνει στον αγοραστή έχει πραγματικά ελαττώματα ή στερείται τις συνομολογημένες ιδιότητες, εκτός αν ο αγοραστής κατά τη σύναψη της σύμβασης γνώριζε ότι το πράγμα δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση ή η μη ανταπόκριση οφείλεται σε υλικά που χορήγησε ο αγοραστής. Το ελάττωμα ή η έλλειψη συνομολογημένης ιδιότητας που διαπιστώνεται μέσα σε έξι μήνες από την παράδοση του

πράγματος τεκμαίρεται ότι υπήρχε κατά την παράδοση, εκτός αν τούτο δεν συμβιβάζεται με τη φύση του πράγματος που πουλήθηκε ή με τη φύση του ελαττώματος ή της έλλειψης (άρθ. 537 ΑΚ),

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

-να απαιτήσει, χωρίς επιβάρυνσή του, τη διόρθωση ή αντικατάσταση του πράγματος με άλλο, εκτός αν μια τέτοια ενέργεια είναι αδύνατη ή απαιτεί δυσανάλογες δαπάνες,

-να μειώσει το τίμημα,

-να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, εκτός αν πρόκειται για ασήμαντο πραγματικό ελάττωμα. Ο πωλητής οφείλει να πραγματοποιήσει τη διόρθωση ή την αντικατάσταση σε εύλογο χρόνο και χωρίς σημαντική ενόχληση του αγοραστή (άρθ. 540 ΑΚ),

- Ο αγοραστής μπορεί, αν διαπιστωθεί αργότερα και άλλο ελάττωμα, να ασκήσει εκ νέου ένα από τα δικαιώματα του προηγούμενου άρθρου. Το ίδιο ισχύει και όταν λείπει συνομολογημένη ιδιότητα (άρθ. 541 ΑΚ),
- Αν από περισσότερα πράγματα που πουλήθηκαν μερικά μόνο έχουν ελάττωμα ή δεν έχουν τη συνομολογημένη ιδιότητα, το δικαίωμα αντικατάστασης ή υπαναχώρησης περιορίζεται μόνο σε αυτά, ακόμη και αν ορίσθηκε ενιαίο τίμημα για όλα. Αν όμως, κατά την πρόθεση των μερών τα πράγματα πουλήθηκαν ομαδικά ή ως σύνολο και εκείνα που έχουν το ελάττωμα ή την έλλειψη δεν μπορούν να αποχωριστούν από τα υπόλοιπα χωρίς να ζημιωθεί ο ένας από τους συμβαλλομένους, το δικαίωμα αντικατάστασης ή υπαναχώρησης επεκτείνεται σε όλα (άρθ. 551 ΑΚ) και
- Τα δικαιώματα του αγοραστή λόγω πραγματικού ελαττώματος ή έλλειψης συνομολογημένης ιδιότητας παραγράφονται μετά την πάροδο πέντε ετών για τα ακίνητα και δύο ετών για τα κινητά από τον χρόνο της παράδοσή τους σε αυτόν (άρθ. 554 ΑΚ). Η παραγραφή αρχίζει από την παράδοση του πράγματος στον αγοραστή. Το ίδιο ισχύει και αν ο αγοραστής ανακάλυψε το ελάττωμα ή την έλλειψη της ιδιότητας αργότερα (άρθ. 555 ΑΚ).

### **5.2.2. Εμπορική εγγύηση**

Η εμπορική εγγύηση δεν είναι υποχρεωτική, αλλά όταν παρέχεται, συνίσταται στην ανάληψη υποχρέωσης του πωλητή ή του παραγωγού έναντι του καταναλωτή επιπλέον της νόμιμης εγγύησης. Η εμπορική εγγύηση δίνει δικαίωμα στον καταναλωτή για επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος, αντικατάσταση, επισκευή ή συντήρηση των αγαθών, χωρίς επιβάρυνση του καταναλωτή, αν τα αγαθά δεν ανταποκρίνονται στα χαρακτηριστικά που αναφέρονται στη δήλωση της εγγύησης ή στη σχετική διαφήμιση. Η εμπορική εγγύηση, εγγράφως ή πάνω σε άλλο σταθερό μέσο αποτύπωσης το οποίο είναι διαθέσιμο και προσιτό στον καταναλωτή, περιλαμβάνει πληροφορίες για τον εγγυητή, το αγαθό, το ακριβές περιεχόμενό της, τη διάρκεια και την έκταση της εδαφικής της ισχύος, στην ελληνική γλώσσα. Τα δικαιώματα του καταναλωτή δεν θίγονται από την εμπορική εγγύηση, η οποία πρέπει να είναι σύμφωνη με τις αρχές της καλής πίστης και να μην αναιρείται από υπερβολικές ρήτρες εξαιρέσεων.

Διαρκή καταναλωτικά αγαθά με εκτιμώμενη πιθανή διάρκεια ζωής άνω των δύο (2) ετών δεν παρέχεται εμπορική εγγύηση.

Ο πωλητής ενημερώνει τον καταναλωτή με οποιονδήποτε πρόσφορο τρόπο εγγράφως ή πάνω σε σταθερό μέσο πριν από την πώληση και ταυτόχρονα τον ενημερώνει με τον ίδιο τρόπο ότι σε κάθε περίπτωση ισχύουν τα δικαιώματά του από τη διετή νόμιμη εγγύηση, δηλαδή ο πωλητής ευθύνεται για τυχόν ελαττώματα που θα υπάρξουν κατά την παράδοση και θα εκδηλωθούν εντός δύο (2) ετών από την παράδοση. Ο πωλητής φέρει το βάρος απόδειξης της ενημέρωσης.

Επίσης, η εμπορική εγγύηση αυτόματα ανανεώνεται για όλη τη διάρκεια της ως προς το νέο αγαθό ή ανταλλακτικό, σε περίπτωση αντικατάστασης του αγαθού ή ανταλλακτικού του. Αν κάποιο αγαθό εμφανίσει ελάττωμα και ο απαιτούμενος χρόνος επισκευής υπερβαίνει τις δεκαπέντε (15) εργάσιμες ημέρες, ο καταναλωτής δικαιούται να ζητήσει την προσωρινή αντικατάσταση του για όσο χρόνο διαρκεί η επισκευή (άρθ. 5α του ν. 2251/1994).

### **5.3. Οδηγίες χρήσης και τεχνική υποστήριξη μετά την πώληση (after-sales service)**

Ο παραγωγός υποχρεούται να παρέχει στον καταναλωτή σαφείς και πλήρεις οδηγίες για τη χρήση, τη διατήρηση, τη συντήρηση και την πλήρη αξιοποίηση του αγαθού κατά τη χρήση και τη διατήρησή του. Οι οδηγίες πρέπει να παρέχονται στην ελληνική γλώσσα ή με σύμβολα διεθνώς καθιερωμένα, εγγράφως ή πάνω σε σταθερό μέσο αποτύπωσης που είναι διαθέσιμο και προσιτό στον καταναλωτή. Η εν λόγω υποχρέωση ισχύει και στις διαδικτυακές πωλήσεις, όπου ο προμηθευτής είναι αλλοδαπός, όταν εφαρμοστέο δίκαιο είναι το ελληνικό. Εξαιρούνται τα προϊόντα που είναι απλά στην κατασκευή, τη χρήση και τη συντήρησή τους.

Οι παραγωγοί και οι πωλητές καινούργιων διαρκών καταναλωτικών αγαθών εξασφαλίζουν στους καταναλωτές τη συνεχή παροχή τεχνικών υπηρεσιών για τη συντήρηση και την επισκευή τους, καθώς και την ευχερή προμήθεια ανταλλακτικών και άλλων αγαθών που απαιτούνται για τη χρήση τους σύμφωνα με τον προορισμό τους, για χρονικό διάστημα τουλάχιστον δύο (2) ετών από την παράδοση του αγαθού (άρθ. 5β του ν. 2251/1994).

### **5.4. Ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα**

Ο παραγωγός ευθύνεται για κάθε ζημία που οφείλεται σε ελάττωμα του προϊόντος του. Όποιος εισάγει ένα προϊόν για πώληση, χρηματοδοτική ή απλή μίσθωση ή άλλης μορφής διανομή στα πλαίσια της επαγγελματικής εμπορικής του δραστηριότητας ευθύνεται όπως ο παραγωγός. Όταν η ταυτότητα του παραγωγού είναι άγνωστη, κάθε προμηθευτής του προϊόντος θεωρείται παραγωγός. Πραγματικό ελάττωμα, κατά τη διάταξη του άρθρου 534 ΑΚ, είναι η επί τα χείρω παρέκκλιση του πράγματος από την ομαλή του κατάσταση που οφείλεται κατά κανόνα στον ατελή τρόπο κατασκευής με αποτέλεσμα την αρνητική επίπτωση στην αξία του πράγματος ή στην χρησιμότητα αυτού, ενόψει των συνομολογηθέντων με τη σύμβαση της πώλησης. Ελαττωματικό είναι το προϊόν που δεν παρέχει την προβλεπόμενη απόδοση σύμφωνα με τις προδιαγραφές του ή και την αναμενόμενη ασφάλεια εν όψει όλων των ειδικών συνθηκών και, ιδίως, της εξωτερικής εμφάνισής του, της αναμενόμενης χρησιμοποίησής του και του χρόνου κυκλοφορίας του. Δεν είναι ελαττωματικό

ένα προϊόν για το μόνο λόγο ότι μεταγενέστερα τέθηκε σε κυκλοφορία άλλο τελειότερο.

Ως ζημία θεωρείται:

- η ζημία λόγω θανάτου ή σωματικής βλάβης,
- η βλάβη ή η καταστροφή κάθε περιουσιακού στοιχείου του καταναλωτή εξαιτίας του ελαττωματικού προϊόντος, εφόσον η ζημία από τη βλάβη ή την καταστροφή τους υπερβαίνει τα πεντακόσια (500) ευρώ και με την προϋπόθεση ότι πραγματικά χρησιμοποιήθηκαν από το ζημιωθέντα για προσωπική του χρήση ή κατανάλωση.

Σε περίπτωση ελαττωματικών προϊόντων οφείλεται χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης ή ψυχικής οδύνης. Κάθε συμφωνία περιορισμού ή απαλλαγής ευθύνης του παραγωγού είναι άκυρη. Οι αξιώσεις για ζημιές κατά του παραγωγού παραγράφονται μετά τριετία αφότου ο ζημιωθείς πληροφορήθηκε ή όφειλε να πληροφορηθεί τη ζημία, το ελάττωμα και την ταυτότητα του παραγωγού. Μετά δεκαετία από την κυκλοφορία του συγκεκριμένου προϊόντος επέρχεται απόσβεση των δικαιωμάτων του ζημιωθέντος κατά του παραγωγού. Επιπλέον, υπάρχουν συγκεκριμένες εξαιρέσεις από την ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα, οι οποίες αναφέρονται αναλυτικά στις παραγράφους 8 και 9 του ν. 2251/1994 (άρθ. 6).



## **6.ΥΓΕΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ**

### **6.1. Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών**

Οι παραγωγοί υποχρεούνται να διαθέτουν στην αγορά μόνο ασφαλή προϊόντα (π.χ. πρότυπα ISO). Ασφαλές προϊόν είναι αυτό που δεν παρουσιάζει κανένα κίνδυνο ή παρουσιάζει κινδύνους μικρότερης σημασίας, υπό συνθήκες ή ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες χρήσης, συμπεριλαμβανομένης της διάρκειας της και της θέσης αυτού σε λειτουργία, της εγκατάστασής του και των αναγκών συντήρησής του, οι οποίοι είναι συνυφασμένοι με τη χρήση του προϊόντος και αποδεκτοί στο πλαίσιο ενός υψηλού βαθμού προστασίας της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών. Όταν χρησιμοποιούνται προϊόντα σε συνθήκες κανονικές ή δυνάμενες να προβλεφθούν, παρουσιάζουν ή ενδέχεται να παρουσιάσουν σοβαρούς κινδύνους για την ασφάλεια και την υγεία των καταναλωτών ανακαλούνται, αποσύρονται ή δεσμεύονται προληπτικά από την κατά περίπτωση αρμόδια αρχή.

Οι παραγωγοί υποχρεούνται:

- να παρέχουν στον καταναλωτή τις κατάλληλες πληροφορίες στην ελληνική γλώσσα με τις οποίες μπορεί να αξιολογήσει τους εγγενείς κινδύνους που παρουσιάζει το προϊόν κατά τη διάρκεια της συνήθους ή ευλόγως προβλέψιμης χρήσης του και
- να λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τους, με σκοπό να ενημερώνονται οι καταναλωτές για τους κινδύνους που ενδεχομένως παρουσιάζουν τα προϊόντα τους και να προβαίνουν στις ενδεικνυόμενες ενέργειες όπως στην επαρκή και αποτελεσματική προειδοποίηση των καταναλωτών, στην απόσυρση ή ανάκληση από την αγορά των προϊόντων ή στην επιστροφή τους από τους καταναλωτές, για την πρόληψη των κινδύνων (άρθ. 7).

### **6.2. Προστασία των ανήλικων καταναλωτών**

Το άρθρο 7α του ν. 2251/1994 αναφέρεται στην προστασία των ανήλικων ψηφιακών καταναλωτών από προϊόντα που διατίθενται στην αγορά ή εμπορικές πρακτικές που εγκυμονούν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων.

Ειδικότερα, προμηθευτής είναι και ο παραγωγός καταναλωτικού προϊόντος, ο αντιπρόσωπός του, ο εισαγωγέας καταναλωτικού προϊόντος σε κράτος μέλος της Ε.Ε. και κάθε επαγγελματίας που συμμετέχει στην αλυσίδα εφοδιασμού της αγοράς καταναλωτικού προϊόντος και μπορεί να επηρεάσει τα χαρακτηριστικά της ασφάλειάς του. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να:

- διαθέτουν στην αγορά προϊόντα που δεν ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων στη χρήση ή στις συνθήκες διάθεσής τους,
- προβάλλουν τα προϊόντα που απευθύνονται σε ανήλικους με τρόπο ώστε να μη στρεβλώνεται άμεσα ή έμμεσα η εικόνα της παιδικής ηλικίας αλλοιώνοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της και να μην ενισχύεται το αίσθημα του καταναλωτισμού και
- διαθέτουν στην αγορά προϊόντα, τηρουμένων των διατάξεων για τα προσωπικά δεδομένα των ανηλίκων (παρ. 1).

Στο πλαίσιο αυτής της διάταξης και για την αποτελεσματικότερη προστασία των ανηλίκων, στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας του Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης έχει συσταθεί η Επιτροπή Προστασίας Ανηλίκων. Η Επιτροπή γνωμοδοτεί για συγκεκριμένα προϊόντα ή εμπορικές πρακτικές που ενδέχεται να εγκυμονούν κινδύνους για την ψυχική υγεία των ανηλίκων καταναλωτών και συμβάλει στη διαμόρφωση ωφέλιμων συνηθειών, στάσεων και συνειδήσεων του κοινού, ειδικότερα δε των γονέων - καταναλωτών και των νέων, σε θέματα προστασίας της ψυχικής υγείας των ανηλίκων καταναλωτών. Επιπλέον, η Επιτροπή δέχεται αναφορές, καταγγελίες και ερωτήματα σχετικά με ζητήματα προστασίας των δικαιωμάτων των ανηλίκων καταναλωτών, τα οποία διερευνά και γνωμοδοτεί στο πλαίσιο της αποστολής της με τη συνεργασία της Γενικής Διεύθυνσης Προστασίας Καταναλωτή (Υπουργείο Ανάπτυξης, Επιτροπή Προστασίας Ανηλίκων, 2014).

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

- προκαλούν ανασφάλεια ή φόβο,
- παροτρύνουν, άμεσα ή έμμεσα, σε επιθετική συμπεριφορά και ειδικότερα σε χρήση ή άσκηση βίας,
- προσβάλλουν την ανθρώπινη αξιοπρέπεια,

- προτρέπουν στην υιοθέτηση προτύπων συμπεριφοράς που δεν συνάδουν με τους ηθικούς και νομικούς κανόνες της σύγχρονης κοινωνίας ή είναι επιζήμια για το περιβάλλον,
- καλλιεργούν διακρίσεις λόγω φυλής, φύλου, θρησκείας, ιθαγένειας, αναπηρίας ή σεξουαλικού προσανατολισμού,
- παροτρύνουν σε εθισμούς και δραστηριότητες που είναι επιβλαβείς για τους ίδιους,
- εγείρουν άμεσα ή έμμεσα, πρόωρα, τον ερωτισμό μέσω λεκτικών ή εικονικών αναπαραστάσεων με σεξουαλικά μηνύματα που δεν αρμόζουν με την εικόνα της παιδικής ηλικίας και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτής ή αναπαράγουν έμφυλα στερεότυπα και
- εξοικειώνουν, άμεσα ή έμμεσα, τους ανηλίκους με ανήθικες ή ασεβείς πράξεις (παρ. 2).

Οι παραγωγοί ηλεκτρονικών προϊόντων ψυχαγωγίας και απασχόλησης κατά τον ελεύθερο χρόνο, όπως ηλεκτρονικών παιχνιδιών και βιντεοπαιχνιδιών, υποχρεούνται να προβάλλουν τα προϊόντα αυτά ανάλογα με τις ηλικιακές ομάδες προς τις οποίες απευθύνονται (παρ. 3). Η ρύθμιση αυτή ισχύει σαφώς και για την προσφορά των διαδικτυακών παιγνίων. Η συνέπεια από την παράβαση των υποχρεώσεων που απορρέουν από τα παραπάνω, εφόσον γίνεται με υπαιτιότητα, είναι η ευθύνη προς αποζημίωση (άρθρο 914 ΑΚ) και συντρέχει περίπτωση παραβίασης προστατευτικού νόμου.

Επιπλέον, το πλαίσιο προστασίας των ανηλίκων έναντι των κινδύνων που εγκυμονούν στο διαδίκτυο συμπληρώνεται με διατάξεις ποινικού δικαίου όπως είναι οι διατάξεις περί πορνογραφίας ανηλίκων, προσβολής της αιδούς ανηλίκων και προστασίας προσωπικών δεδομένων ανηλίκων στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με τον ν. 4624/2019 προβλέπεται ότι η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων ανηλίκου είναι σύνηθες εάν ο ανήλικος έχει συμπληρώσει το 15ο έτος της ηλικίας του και παρέχει τη συγκατάθεσή του ενώ εάν ο ανήλικος είναι κάτω των 15 ετών είναι σύνηθες μόνο μετά την παροχή συγκατάθεσης του νόμιμου αντιπροσώπου του (άρθ. 21).

Κρίνεται απαραίτητη η συμμετοχή των γονέων για την προστασία των ανηλίκων από την αρνητική επίδραση του διαδικτύου. Οι γονείς θα πρέπει να προσέχουν συνεχώς τους ανηλίκους κατά την περιήγησή τους στο διαδίκτυο και να τους

συμβουλεύουν για τους κινδύνους που ελλοχεύουν και την ασφαλή χρήση του. Επίσης, οι γονείς πρέπει να ενημερώνουν τους ανηλίκους ότι δεν είναι σωστό να αποκαλύπτουν τα προσωπικά τους στοιχεία στο διαδίκτυο χωρίς την έγκρισή τους. Επιπλέον, αποτελεσματική μέθοδος προστασίας των ανήλικων καταναλωτών-χρηστών από το διαδίκτυο είναι η χρήση ενός ειδικού λογισμικού στον Η/Υ που αποτρέπει την πρόσβαση τους σε ιστότοπους με παράνομο και ακατάλληλο περιεχόμενο.

## 7.ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ-ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

### 7.1. Διαφήμιση

Η διαφήμιση είναι ένα σημαντικό μέσο της επιχείρησης για την προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας της. Η διαδικτυακή διαφήμιση αποτελεί πρόσκληση για υποβολή παραγγελίας και μέσω αυτής επηρεάζεται η γνώμη και η επιλογή των καταναλωτών στην αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών. Αρκετές φορές δεν είναι σύννομη και έχει ως αποτέλεσμα την παραπλάνηση και τον αποπροσανατολισμό τους σε κατευθυνόμενες αποφάσεις.

Στη διαφήμιση μέσω διαδικτύου βρίσκουν εφαρμογή οι σχετικές διατάξεις του ν.2251/1994 και ειδικότερα οι διατάξεις των άρθρων 9 έως 9θ. Ειδικές ρυθμίσεις για τη διαδικτυακή διαφήμιση περιέχει και το π.δ. 131/2003. Διαφήμιση είναι κάθε ανακοίνωση που γίνεται με κάθε μέσο στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση των αγαθών ή υπηρεσιών συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων. Η διαφήμιση αποτελεί ένα είδος εμπορικής επικοινωνίας (υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας) και σύμφωνα με το άρθρο 1 περ. στ' του π.δ. 131/2003 ορίζεται ότι εμπορική επικοινωνία είναι όλες οι μορφές επικοινωνίας που σκοπό έχουν να προωθήσουν, άμεσα ή έμμεσα, αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου που ασκεί εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα ή νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα. Κατά την ίδια διάταξη δεν συνιστούν καθαυτό εμπορική επικοινωνία:

- τα στοιχεία που επιτρέπουν την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου και
- οι επικοινωνίες που αφορούν αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου, οι οποίες πραγματοποιούνται ανεξάρτητα της θέλησής τους, ιδίως χωρίς οικονομικό αντάλλαγμα.

Επίσης, 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 συγκριτική διαφήμιση επιτρέπεται εφόσον:

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

Η μετάδοση διαφημιστικού μηνύματος απευθείας στον καταναλωτή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλου ηλεκτρονικού μέσου επικοινωνίας επιτρέπεται μόνο εφόσον τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις του άρθρου 11 του ν.3471/2006 (άμεση διαφήμιση). Ο εν λόγω νόμος ενσωμάτωσε την Οδηγία 2002/58/EK για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες (Οδηγία *ePrivacy*) και περιλαμβάνει τις υποχρεώσεις των φορέων παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και τα δικαιώματα των χρηστών, αυτών των υπηρεσιών. Το άρθρο 11 του νόμου απαγορεύει τη χρησιμοποίηση αυτόματων συστημάτων κλήσης κυρίως με χρήση συσκευών τηλεομοιοτυπίας (φαξ) ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και γενικότερα η πραγματοποίηση μη ζητηθεισών επικοινωνιών με οποιοδήποτε μέσο ηλεκτρονικής επικοινωνίας, χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση, για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών και για κάθε είδους διαφημιστικούς σκοπούς, εάν ο συνδρομητής δεν έχει συγκατατεθεί εκ των

προτέρων ρητώς (άρθ. 9). Επιπλέον, το άρθρο 6 του π.δ. 131/2003 προβλέπει ότι εμπορική επικοινωνία με παραλήπτη που δεν την έχει ζητήσει, αν γίνεται με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και εφόσον δεν απαγορεύεται, πρέπει να αναγνωρίζεται με σαφήνεια και ακρίβεια. Οι φορείς παροχής υπηρεσιών που αναλαμβάνουν δραστηριότητες μη ζητηθείσας εμπορικής επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου υποχρεούνται να τηρούν και να συμβουλεύονται τακτικά μητρώα «επιλογών», στα οποία εγγράφονται τα φυσικά πρόσωπα που επιλέγουν να μη λαμβάνουν τέτοιες εμπορικές επικοινωνίες.

## 7.2. Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές

Ο ν. 2251/1994 απαγορεύει αυστηρά τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές καθ' όλη τη διάρκεια ζωής μιας συναλλαγής μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών. Οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές διαχωρίζονται σε παραπλανητικές και επιθετικές. Η επιβολή από εθνικό νομοθέτη περιορισμών ή προϋποθέσεων σε διαδικτυακές διαφημίσεις είναι νόμιμη κατά το ενωσιακό δίκαιο. Χαρακτηριστική η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ στη διαδικτυακή διαφήμιση.

Απόφαση ΔΕΕ της 30-3-2017 (υπόθεση C-146/16)

«Η διαφορά της κύριας δίκης αφορούσε διαφημιστική καταχώριση, στην οποία προέβη η *DHL Paket*, η οποία διατηρούσε τη διαδικτυακή πλατφόρμα πωλήσεων προϊόντων «*MeinPaket.de*». Τα προϊόντα που παρουσιάζονταν στην καταχώριση αυτή έφεραν κωδικό και διατίθεται μέσω της εν λόγω πλατφόρμας από τρίτους πωλητές. Μετά τη σύνδεσή του στον ιστότοπο, ο χρήστης μπορούσε να εισαγάγει εκεί τον αντίστοιχο κωδικό, προκειμένου να οδηγηθεί σε ιστοσελίδα με πιο λεπτομερή περιγραφή του επίμαχου προϊόντος και αναφορά στην ταυτότητα του πωλητή, για τον οποίο μπορούσε να λάβει πληροφορίες μέσω ειδικής στήλης προοριζόμενης για τον σκοπό αυτόν.

Κατά τη *Verband Sozialer Wettbewerb (VSW)*, ένωση μέλη της οποίας είναι ιδίως προμηθευτές ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών καθώς και πωλητές εξ αποστάσεως, οι οποίοι προσφέρουν προς πώληση πάσης φύσεως είδη, η διαδικτυακή διαφήμιση συνιστούσε αθέμιτη εμπορική πρακτική. Κατά τη *VSW*, η *DHL Paket* δεν εκπλήρωνε την υποχρέωσή της να δηλώσει την ταυτότητα και τη γεωγραφική διεύθυνση των προμηθευτών που χρησιμοποιούσαν την πλατφόρμα των πωλήσεων. Η *VSW* άσκησε αγωγή ζητώντας την παράλειψη της διαφημιστικής αυτής δραστηριότητας.

Κατόπιν αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως του Ανωτάτου Ομοσπονδιακού Δικαστηρίου (Γερμανία), το Δικαστήριο έκρινε ότι σύμφωνα με το δίκαιο της ΕΕ η υποχρέωση ενημέρωσης σε διαδικτυακή διαφήμιση, η οποία εμπίπτει στην έννοια της «πρόσκλησης για αγορά», είναι προβλεπόμενη.

Είναι στη κρίση του εθνικού δικαστηρίου να εξετάσει, σε κάθε συγκεκριμένη περίπτωση, αν οι υφιστάμενοι στο διαφημιστικό κείμενο περιορισμοί χώρου δικαιολογούν το να είναι διαθέσιμες οι πληροφορίες σχετικά με τον προμηθευτή αποκλειστικώς στη διαδικτυακή πλατφόρμα πωλήσεων, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες του διαδικτύου» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

Σύμφωνα με τον ορισμό του άρθρου 9α του νόμου, εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές είναι κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία (διαφήμιση ή μάρκετινγκ) που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές. Η αθέμιτη εμπορική πρακτική είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας και στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή δηλαδή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε (άρθ. 9γ παρ.2). Σύμφωνα με το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ο μέσος καταναλωτής «έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος», λαμβανομένων υπόψη των κοινωνικών, πολιτιστικών και γλωσσικών παραγόντων. Εμπορικές πρακτικές οι οποίες ενδέχεται να στρεβλώνουν ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά μόνο μιας συγκεκριμένης ομάδας καταναλωτών που είναι ιδιαίτερας ευάλωτοι ως προς την πρακτική αυτή ή ως προς το συγκεκριμένο προϊόν λόγω πνευματικής ή σωματικής αναπηρίας, ηλικίας ή απειρίας (π.χ. ανήλικοι), με τέτοιο τρόπο ώστε ο προμηθευτής να μπορεί εύλογα να το προβλέψει, εκτιμώνται υπό το πρίσμα του μέσου μέλους της συγκεκριμένης ομάδας (άρθ. 9γ παρ.3).

Οι παραπλανητικές πρακτικές διαχωρίζονται σε παραπλανητικές πράξεις δηλαδή εμπορικές πρακτικές που παρέχουν αναληθείς, εσφαλμένες πληροφορίες ή ενδέχεται να παραπλανήσουν το μέσο καταναλωτή με οποιονδήποτε τρόπο, σχετικά με:

- την ύπαρξη ή τη φύση του προϊόντος,



- τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος,
- την έκταση των δεσμεύσεων του προμηθευτή,
- την τιμή,
- την ανάγκη υπηρεσίας, ανταλλακτικού, αντικατάστασης ή επισκευής,
- τη φύση, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του προμηθευτή,
- τα δικαιώματα του καταναλωτή.

και σε παραπλανητικές παραλείψεις δηλαδή εμπορικές πρακτικές που παραλείπουν ουσιώδεις πληροφορίες για τη λήψη τεκμηριωμένης απόφασης ή παρέχονται με τρόπο ασαφή, ακατανόητο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου. Και οι δύο κατηγορίες στοχεύουν στη λήψη απόφασης συναλλαγής από το μέσο καταναλωτή που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε (άρθ. 9δ & 9ε).

Ο προμηθευτής μέσω της εμπορικής πρακτικής υποχρεούται να παρέχει στον καταναλωτή όλες τις ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται για τη λήψη τεκμηριωμένης απόφασης συναλλαγής κατά τρόπο σαφή, ακριβή και κατανοητό. Στην πράξη δεν μπορεί να γίνει, όταν η εμπορική πρακτική πραγματοποιείται από μέσα τα οποία επιβάλλουν περιορισμούς στον τόπο ή το χρόνο, οι περιορισμοί αυτοί λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να διαπιστωθεί μια πληροφορία που παραλείπεται ως ουσιώδης (άρθ. 9ε παρ. 3 του ν. 2251/1994).

Όταν η εμπορική πρακτική (περιλαμβάνει την περιγραφή ενός προϊόντος και την τιμή του π.χ. διαφήμιση) βασίζεται σε πρόσκληση για αγορά, το άρθρο 9ε παρ. 4 του ν. 2251/1994, προβλέπει ως ουσιώδεις πληροφορίες τα ακόλουθα στοιχεία:

- τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος,
- τη διεύθυνση και την ταυτότητα του προμηθευτή,
- την πλήρη τιμή,
- τις ρυθμίσεις για την πληρωμή, παράδοση, εκτέλεση και αντιμετώπιση παραπόνων, εφόσον αποκλίνουν από τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας και
- την ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχώρησης όπου υφίσταται.

Επιπλέον, το άρθρο 5 του π.δ. 131/2003 προβλέπει ότι οι εμπορικές επικοινωνίες που συνιστούν υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας ή αποτελούν μέρος της και το φυσικό ή νομικό πρόσωπο για λογαριασμό του

οποίου γίνεται η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμα. Οι προσφορές, οι διαφημιστικοί διαγωνισμοί ή τα παιχνίδια, στο μέτρο που επιτρέπονται πρέπει επίσης να είναι σαφώς αναγνωρίσιμα και οι όροι τους να παρουσιάζονται με σαφήνεια, ακρίβεια και η πρόσβαση σε αυτούς να είναι εύκολη. Σε περίπτωση μη τήρησης των προϋποθέσεων, η εμπορική επικοινωνία (διαφήμιση ή μάρκετινγκ) θεωρείται παραπλανητική πράξη και οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει τον καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε. Οπότε αποτελεί αθέμιτη εμπορική πρακτική και απαγορεύεται. Το άρθρο 9στ του ν. 2251/1994 προβλέπει τις περιπτώσεις εκείνες που οι παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές απαγορεύονται.

Οι επιθετικές εμπορικές πρακτικές είναι μορφές εμπορικής πρακτικής, όπου ο προμηθευτής παρεμποδίζει σημαντικά την ελευθερία επιλογής ή επιβάλλει συγκεκριμένες συμπεριφορές στον καταναλωτή χρησιμοποιώντας παρενόχληση (προσβολή της ιδιωτικής ζωής του καταναλωτή π.χ. συνεχείς τηλεφωνικές κλήσεις), καταναγκασμό (απειλή προς ένα καταναλωτή ώστε να αγοράσει ένα προϊόν) συμπεριλαμβανομένης της κατάχρησης επιρροής (εκμετάλλευση της θέσης εξουσίας του προμηθευτή έναντι του καταναλωτή για την άσκηση πίεσης, ανεξάρτητα της χρήσης βίας, όπου ο καταναλωτής δεν είναι ελεύθερος να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση) για την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του (άρθ. 9ζ παρ. 1 του ν. 2251/1994).

Τα στοιχεία που συμβάλλουν στο χαρακτηρισμό μιας επιθετικής εμπορικής πρακτικής ως αθέμιτης είναι:

- η χρονική στιγμή, ο τόπος, η φύση ή η επιμονή,
- η χρήση απειλητικών ή προσβλητικών εκφράσεων ή συμπεριφοράς,
- η εκμετάλλευση από τον προμηθευτή κάθε συγκεκριμένης ατυχίας ή περίπτωσης που είναι ικανή να διαταράξει την κρίση του καταναλωτή,
- κάθε επαχθές ή δυσανάλογο μη συμβατικό εμπόδιο που επιβάλλει ο προμηθευτής στην άσκηση των δικαιωμάτων του καταναλωτή στο πλαίσιο της σύμβασης και
- κάθε απειλή για λήψη μέτρου που είναι παράνομο (παρ. 2).

Το άρθρο 9η του ν. 2251/1994 προβλέπει τις περιπτώσεις εκείνες που οι επιθετικές εμπορικές πρακτικές απαγορεύονται.

### 7.3. Κυρώσεις

Κάθε καταναλωτής ή ένωση καταναλωτών έχει το δικαίωμα όταν παραβιάζονται οι διατάξεις περί διαφήμισης - αθέμιτων εμπορικών πρακτικών να ζητά τη δικαστική παύση δηλαδή μέσω της άσκησης αγωγής ενώπιον δικαστηρίου, κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψή της στο μέλλον καθώς και αποζημίωση για τη ζημία που υπέστη εξαιτίας της πρακτικής αυτής (άρθ. 9θ παρ. 2). Το Δικαστήριο μπορεί, μετά από σχετική αίτηση, να διατάξει μέσω 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 (παρ. 3). Ο προμηθευτής στον οποίο αποδίδεται παράβαση των ανωτέρω διατάξεων, υποχρεούται να προσκομίζει στο Δικαστήριο αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που αφορούν εμπορική πρακτική, εν όψει των δεδομένων της συγκεκριμένης περίπτωσης, λαμβανομένων υπόψη 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 (παρ. 4).

Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να διατάξει, με απόφαση 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 ν. 2251/1994 (παρ. 6).

## **8.ΤΟ ΕΝΩΣΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ**

### **8.1. Οι νέες οδηγίες 2019/770/ΕΕ και 2019/771/ΕΕ για τις ψηφιακές συμβάσεις**

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/770 θεσπίζει κανόνες για ορισμένες απαιτήσεις σχετικά με τις συμβάσεις για την παροχή ψηφιακού περιεχομένου ή ψηφιακών υπηρεσιών ενώ η οδηγία (ΕΕ) 2019/771 θεσπίζει κανόνες για ορισμένες απαιτήσεις σχετικά με τις συμβάσεις για την πώληση αγαθών. Οι εν λόγω οδηγίες αλληλοσυμπληρώνονται.

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/770 ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των καταναλωτών και διασφαλίζει σαφές και κατανοητό νομικό πλαίσιο για τους εμπόρους ψηφιακού περιεχομένου ή τους παρόχους ψηφιακών υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένου του ψηφιακού περιεχομένου που παρέχεται σε υλικό μέσο όπως DVD, CD, συσκευές USB και κάρτες μνήμης, με την προϋπόθεση ότι λειτουργούν αποκλειστικά ως μέσα για τη μεταφορά του ψηφιακού περιεχομένου. Εφαρμόζεται, όταν ο έμπορος προμηθεύει ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να προμηθεύσει ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία στον καταναλωτή και ο καταναλωτής παρέχει ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να παράσχει προσωπικά δεδομένα στον έμπορο, με εξαίρεση την περίπτωση όπου τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή υποβάλλονται σε επεξεργασία από τον έμπορο αποκλειστικά για την προμήθεια του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας ή προκειμένου ο έμπορος να συμμορφωθεί προς τις νομικές απαιτήσεις στις οποίες υπόκειται και δεν επεξεργάζεται τα προσωπικά δεδομένα για διαφορετικό σκοπό (άρθ. 3 παρ. 1 εδ. β').

Αντίθετα, η οδηγία (ΕΕ) 2019/771 ισχύει για συμβάσεις πωλήσεων αγαθών, συμπεριλαμβανομένων των αγαθών με ψηφιακά στοιχεία, που χρειάζονται ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία προκειμένου να εκτελούν τις λειτουργίες τους. Επίσης, εισάγει:

- μεγαλύτερη περίοδο (ένα έως δύο έτη), για την αναστροφή του βάρους απόδειξης, από την παράδοση των αγαθών (ο έμπορος πρέπει να αποδείξει ότι το ελάττωμα δεν υφίστατο κατά την παράδοση), (άρθ. 11) και
- ιεράρχηση των μεθόδων επανόρθωσης της συμμόρφωσης των αγαθών με τους όρους της σύμβασης πώλησης. Σε περίπτωση έλλειψης

συμμόρφωσης (ελαττώματα), η οποία υφίσταται κατά την παράδοση των αγαθών, ο καταναλωτής δικαιούται να επιλέξει την επανόρθωση των ελαττωμάτων του αγαθού δηλαδή επισκευή ή αντικατάσταση και τη δυνατότητα ανάλογης μείωσης του τιμήματος ή την υπαναχώρηση του από τη σύμβαση (επιστροφή του τιμήματος), (άρθ. 13).

Οι στόχοι των εν λόγω οδηγιών για τις ψηφιακές συμβάσεις είναι:

- η στήριξη και ενδυνάμωση του διασυνοριακού επιγραμμικού εμπορίου μέσω της κατάργησης των ρυθμιστικών εμποδίων των επιχειρήσεων,
- η ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών με την προσαρμογή των ρυθμιστικών κανόνων που βρίσκουν εφαρμογή στις διασυνοριακές αγορές,
- η επέκταση των ευκαιριών και δυνατοτήτων των επιχειρήσεων και των καταναλωτών, και γενικότερα
- η ανάπτυξη της ενιαίας ψηφιακής αγοράς στην ΕΕ με ηγετικό ρόλο διεθνώς, ώστε να εξασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων, των προσώπων, των υπηρεσιών και των κεφαλαίων και οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις ανεξάρτητα της εθνικότητάς τους ή του τόπου κατοικίας τους να έχουν συνεχή πρόσβαση στο διαδίκτυο, όπου θα έχουν τη δυνατότητα να διεξάγουν ηλεκτρονικές συναλλαγές κάτω από συνθήκες θεμιτού ανταγωνισμού και υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και των προσωπικών δεδομένων τους (Καϊάφα-Γκμπάντι Μ./Ιγγλεζάκης Ι. (2021)).

Με την ανάπτυξη τεχνολογίας, του διαδικτύου και των κοινωνικών αναγκών εμφανίζονται νέες μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου. Χαρακτηριστική η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ όσον αφορά ότι οι εθνικές περιοριστικές διατάξεις ή άλλες προϋποθέσεις για εμπορικές επιχειρήσεις οικονομίας διαμοιρασμού στο διαδίκτυο είναι νόμιμες.

Απόφαση ΔΕΕ της 20-12-2017 (υπόθεση C-434/15)

«Η ηλεκτρονική πλατφόρμα *Uber* παρείχε, μέσω μιας εφαρμογής, αμειβόμενη υπηρεσία, στο πλαίσιο της οποίας έφερνε σε επαφή μη επαγγελματίες οδηγούς που χρησιμοποιούσαν δικό τους όχημα και άτομα που επιθυμούσαν να μετακινηθούν εντός πόλης. Το 2014 μια επαγγελματική ένωση οδηγών ταξί της πόλης της Βαρκελώνης (Ισπανία) άσκησε αγωγή ενώπιον του 3ου εμποροδικείου Βαρκελώνης (Ισπανία). Κατ' αυτήν, οι δραστηριότητες της *Uber* συνιστούσαν παραπλανητικές πρακτικές και

πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού. Το εμποροδικείο έκρινε ότι έπρεπε οπωσδήποτε να ελέγξει αν η *Uber* όφειλε να διαθέτει προηγούμενη διοικητική άδεια.

Το Δικαστήριο έκρινε ότι το νομικό περιεχόμενο του όρου «υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας» είναι μια υπηρεσία που συνήθως παρέχεται έναντι αμοιβής, με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη υπηρεσιών.

Με το περιεχόμενο αυτό, μια υπηρεσία θα έπρεπε να περιορίζεται μόνο στην παροχή διαμεσολάβησης, προς διευκόλυνση της επαφής, μέσω εφαρμογής για έξυπνα τηλέφωνα, μεταξύ μη επαγγελματία οδηγού που χρησιμοποιεί δικό του όχημα και προσώπου που επιθυμεί να μετακινηθεί εντός πόλης. Το Δικαστήριο εξέτασε το συνολικό πλαίσιο της εφαρμογής της *Uber* και διαπίστωσε ότι αυτή όχι μόνο διαμεσολαβεί, αλλά δημιουργεί ταυτόχρονα μια προσφορά υπηρεσιών αστικής μεταφοράς, την οποία καθιστά προσβάσιμη μέσω της εφαρμογής και την οποία οργανώνει ως προς τη γενική της λειτουργία.

Οι μεν οδηγοί δεν θα παρείχαν τις υπηρεσίες μεταφοράς χωρίς την εφαρμογή, οι δε επιβάτες δεν θα είχαν πρόσβαση στις υπηρεσίες των εν λόγω οδηγών. Επιπλέον, η *Uber* ασκεί:

- α) αποφασιστική επιρροή επί των όρων παροχής της υπηρεσίας από τους οδηγούς και καθορίζει, μέσω της ομώνυμης εφαρμογής, τουλάχιστον το ανώτατο κόμιστρο,
- β) εισπράττει το κόμιστρο από τον πελάτη και εν συνεχεία αποδίδει τμήμα του στον μη επαγγελματία οδηγό του οχήματος και
- γ) ελέγχει σε ορισμένο βαθμό την ποιότητα των οχημάτων και των οδηγών τους, αλλά και τη συμπεριφορά των τελευταίων, επ' απειλή ακόμη και αποκλεισμού τους.

Επομένως, η συγκεκριμένη υπηρεσία διαμεσολάβησης δεν αποτελεί «υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας» αλλά «υπηρεσία στον τομέα των μεταφορών» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

## **8.2. Οι καινοτομίες και οι νέες ρυθμίσεις της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ**

Η Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών (Νέα Συμφωνία για τους Καταναλωτές ή Οδηγία Omnibus). Η Οδηγία τροποποιεί 4 βασικές Οδηγίες:

- την Οδηγία 93/13/ΕΟΚ για τις καταχρηστικές ρήτρες των καταναλωτικών συμβάσεων,
- την Οδηγία 98/6/ΕΚ για την αναγραφή των τιμών των προϊόντων,
- την Οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και

- την Οδηγία 2011/83/ΕΕ για τα δικαιώματα των καταναλωτών.

Οι νέοι κανόνες που θεσπίζονται έχουν σκοπό να καλύψουν και να βελτιώσουν τις ψηφιακές συναλλαγές και γενικότερα την ψηφιακή αγορά. Σκοπός της εν λόγω οδηγίας είναι η εξασφάλιση περισσότερης διαφάνειας στις επιγραμμικές αγορές με την εισαγωγή πρόσθετων υποχρεώσεων ενημέρωσης στην πλατφόρμα. Συγκεκριμένα:

- Ο καταναλωτής να γνωρίζει ότι δεν συναλλάσσεται με την πλατφόρμα αλλά με το ηλεκτρονικό κατάστημα και δικαιούται να διεκδικήσει τα δικαιώματά του έναντι αυτού. Επίσης, να γνωρίζει ότι, αν ο αντισυμβαλλόμενός του είναι ιδιώτης δεν εφαρμόζονται οι διατάξεις περί προστασίας των καταναλωτών,
- Οι πληροφορίες του καταναλωτή σχετικά με την σύγκριση ή παρουσίαση προσφορών προϊόντων ή υπηρεσιών από την επιγραμμική αγορά ή τη μηχανή αναζήτησης να γίνεται με κατάταξη του αποτελέσματος αναζήτησης. Πρέπει να καθίσταται σαφές στον καταναλωτή, αν το αποτέλεσμα της αναζήτησης είναι κρυφή διαφήμιση από προμηθευτή ή όχι, αν γίνεται έναντι καταβολής άμεσου ή έμμεσου ανταλλάγματος και τα κριτήρια κατάταξης των προϊόντων ή υπηρεσιών ως αποτέλεσμα της αναζήτησης.

Τα δικαιώματα της προσυμβατικής ενημέρωσης και της υπαναχώρησης επεκτείνονται και σε συμβάσεις προμήθειας ψηφιακού περιεχομένου (π.χ. εφαρμογές, παιχνίδια) καθώς και σε διαδικτυακές συμβάσεις (π.χ. υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους, φιλοξενίας αρχείων, υπηρεσία ηλεκτρονικού ταχυδρομείου) όπου το αντάλλαγμα εκ μέρους του καταναλωτή δεν είναι χρήματα, αλλά προσωπικά του δεδομένα.

Οι διαδικτυακοί προμηθευτές υποχρεούνται να ενημερώνουν τους καταναλωτές για προσωπικές προσφορές που βασίζονται σε αυτοματοποιημένες αποφάσεις δηλαδή αποφάσεις που λαμβάνονται από αλγόριθμους - τεχνητή νοημοσύνη. Ωστόσο, η προσυμβατική ενημέρωση πρέπει να περιλαμβάνει τον τρόπο επιμερισμού των υποχρεώσεων μεταξύ του παρόχου, της επιγραμμικής αγοράς και του πωλητή.

Οι αλλαγές, της οδηγίας 2019/2161/ΕΕ, στο δικαίωμα υπαναχώρησης στις ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου αφορούν:

- κατάργηση της υποχρέωσης του προμηθευτή να επιστρέψει στον καταναλωτή το τίμημα, αμέσως μετά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή και πριν την επιστροφή του προϊόντος, προκειμένου ο προμηθευτής να έχει τη δυνατότητα να ελέγξει την κατάσταση του προϊόντος και ακολούθως να επιστρέψει το τίμημα, αν κρίνει ότι δεν χρησιμοποιήθηκε,
- σαφή πρόβλεψη ότι ο προμηθευτής δεν υποχρεούται να αποδεχτεί την υπαναχώρηση του καταναλωτή, όταν το προϊόν χρησιμοποιήθηκε, υπό την έννοια ότι έγινε υπέρβαση των κανόνων της απλής δοκιμής για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας του και
- υποχρέωση του καταναλωτή να αποδείξει ότι το προϊόν δεν έχει υποστεί μείωση αξίας (ConsumerPro, Δίκαιο Καταναλωτή, 2021).

Επίσης, ο καταναλωτής αποκτά δικαίωμα σε ατομικά μέσα έννομης προστασίας, αναλογικά και αποτελεσματικά, όταν θίγεται από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές συμπεριλαμβανομένου του επιθετικού *marketing*. Δηλαδή ο καταναλωτής αποκτά πλέον αξίωση κατά του παραγωγού για αποζημίωση λόγω αδικοπραξίας από την αθέμιτη εμπορική πρακτική ενώ διατηρεί τις αξιώσεις του από τη σύμβαση με τον αντισυμβαλλόμενο προμηθευτή π.χ. για ελαττώματα ή έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα της υπαναχώρησής του από τη σύμβαση. Σκοπός της εν λόγω οδηγίας είναι να καλυφθεί το κενό που διαπιστώθηκε με αφορμή την υπόθεση του «*DieselmGate*», όπου η μόνη νομική βάση που είχαν οι ζημιωθέντες καταναλωτές ήταν να αποδείξουν έλλειψη συμφωνημένης ιδιότητας στα αυτοκίνητα και να ασκήσουν τα δικαιώματά τους έναντι των αντισυμβαλλομένων τους πωλητών, οι οποίοι μπορούσαν να αποδείξουν την έλλειψη ευθύνης τους. Το αποτέλεσμα ήταν να μείνουν πολλοί καταναλωτές απροστάτευτοι αφού δεν μπορούσαν να διεκδικήσουν αποζημίωση απευθείας από την κατασκευάστρια εταιρία.

Οι καταναλωτές προστατεύονται από αναληθείς προσφορές με την θέσπιση υποχρέωσης των προμηθευτών να συνοδεύουν κάθε ανακοίνωση για μείωση τιμής, υποδεικνύοντας την προγενέστερη τιμή, που εφάρμοζαν αποδεδειγμένα πριν από τη μείωση, για χρονικό διάστημα όχι μικρότερο των τριάντα (30) ημερών.



Απαγορεύεται, η παραπλανητική εμπορική πρακτική των προϊόντων διαφορετικής ποιότητας δηλαδή η διάθεση προϊόντων του ίδιου παραγωγού με πανομοιότυπη συσκευασία και λογότυπο αλλά με διαφορετική σύσταση ή χαρακτηριστικά στα διάφορα κράτη-μέλη.

Επιπλέον, ειδική απαγόρευση στους προμηθευτές να μη διαγράφουν αρνητικά σχόλια και να μην αλλοιώνουν τα σχόλια ή τις αξιολογήσεις και την κριτική καταναλωτών για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, συμπεριλαμβανομένης και της απαγόρευσης θέσης "like" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με ενέργειες των προμηθευτών ή με ανάθεση σε τρίτους έναντι ανταλλάγματος. Οι καταναλωτές πρέπει να ενημερώνονται με σαφήνεια και ειλικρίνεια, αν τα σχόλια ή κριτικές είναι αληθινές και ανήκουν σε υπαρκτούς καταναλωτές που πράγματι αγόρασαν το προϊόν ή την υπηρεσία ή αν πρόκειται για κρυφή διαφήμιση και να παρέχουν ενημέρωση για τις μεθόδους ελέγχου αξιοπιστίας αγαθών που αναγνωρίζουν. Εμπορικές πρακτικές που παραβιάζουν τα ανωτέρω είναι αθέμιτες (Κοντογιάννη Αθ., 2020).

Η οδηγία υποχρεώνει τα κράτη-μέλη της ΕΕ να επιβάλλουν αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές κυρώσεις στους προμηθευτές για τη μη συμμόρφωση τους σχετικά με τη χρήση καταχρηστικών συμβατικών ρητρών, λαμβάνοντας υπόψη ένα σύνολο κριτηρίων. Στα κριτήρια αυτά περιλαμβάνονται:

- η φύση, η βαρύτητα, η έκταση και η διάρκεια της παράβασης,
- τυχόν ενέργειες του πωλητή με σκοπό τη μείωση ή την επανόρθωση της ζημίας που υπέστησαν οι καταναλωτές,
- τυχόν προηγούμενες παραβάσεις του πωλητή και
- οι κυρώσεις που επιβλήθηκαν στον πωλητή για την ίδια παράβαση σε άλλες χώρες της ΕΕ (διασυνοριακές υποθέσεις), όπου οι πληροφορίες σχετικά με τις εν λόγω κυρώσεις είναι διαθέσιμες μέσω του μηχανισμού που θεσπίστηκε με τον κανονισμό (ΕΕ) 2017/2394 που αφορά τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών, οι οποίες είναι αρμόδιες για την εφαρμογή της νομοθεσίας περί προστασίας των καταναλωτών.

Οι κυρώσεις που επιβάλλονται από τις εθνικές αρχές πρέπει να ισοδυναμούν σε ποσοστό έως το 4% του κύκλου εργασιών της επιχείρησης ή να ανέρχονται

στα δύο (2) εκατομμύρια ευρώ όταν δεν υπάρχουν αρκετές πληροφορίες για τον κύκλο εργασιών του, ανάλογα με την έκταση της παραβίασης και της διασυννοριακότητάς της.

## 9. ΜΕΣΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

### 9.1. Γενικά

Οι διατάξεις για το ηλεκτρονικό εμπόριο και την προστασία του καταναλωτή θα ήταν χωρίς αντίκρισμα, αν δεν προβλεπόταν η δυνατότητα δικαστικής και εξωδικαστικής επίλυσης των καταναλωτικών διαφορών που προκύπτουν ανάμεσα στον προμηθευτή και τον καταναλωτή. Στο πλαίσιο της ραγδαίας ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου και της δημιουργίας πολλών ηλεκτρονικών καταστημάτων (*e-shops*) χωρίς τις απαραίτητες προϋποθέσεις παρατηρήθηκε η συχνότητα παραπλάνησης των καταναλωτών όπως μη παράδοση του προϊόντος παρακρατώντας το τίμημα ή παράδοση ελαττωματικού προϊόντος, πρόσθετες χρεώσεις και γενικά μη εκπλήρωση των συμβατικών υποχρεώσεων του προμηθευτή. Τα μέσα προστασίας του καταναλωτή απέναντι σε τέτοιες αντισυμβατικές συμπεριφορές προβλέπονται στα άρθρα 15 έως 19 του π.δ. 131/2003, συμπληρωματικά με τις διατάξεις του ν. 2251/1994 (Τσότσου Α, 2020).

### 9.2. Δικαστική επίλυση διαφορών

#### 9.2.1. Ατομική έννομη προστασία

Ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να προσφύγει ενώπιον των αρμόδιων δικαστηρίων για την παύση αντίθετης ενέργειας προς τη νομοθεσία περί προστασίας καταναλωτών. Η προσφυγή στη δικαιοσύνη αποτελεί βασικό δικαίωμα των καταναλωτών (άρθ. 20, Σύνταγμα της Ελλάδας). Το Σύνταγμα καθιερώνει το δικαίωμα έννομης προστασίας και ακρόασης (ύπαρξη έννομου συμφέροντος) με στόχο την εξασφάλιση της αποτελεσματικής προσφυγής στη δικαιοσύνη, και εν συνεχεία την προστασία των δικαιωμάτων και συμφερόντων. Όμως, στην πράξη, πολύ μικρός αριθμός καταναλωτών προσφεύγει στα δικαστήρια, καθώς αυτή η διαδικασία είναι πολύ μακροχρόνια και δαπανηρή. Ο καταναλωτής μπορεί να επικαλεστεί συγκεκριμένη διάταξη νόμου που παραβιάσθηκε σε συνδυασμό με το άρθ. 914 του Αστικού Κώδικα (συρροή ενδοσυμβατικής και αδικοπρακτικής ευθύνης από σύμβαση πώλησης) και να αξιώσει δικαστική αποζημίωση από τον προμηθευτή. Επιπλέον, ο νόμος διαφοροποιεί το καθεστώς ευθύνης των προμηθευτών, από αντικειμενική σε υποκειμενική, ανάλογα με το εάν αυτοί παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες. Η

ευθύνη κάθε εμπλεκόμενου φορέα έναντι του καταναλωτή που συνάπτει μία σύμβαση καθορίζεται από τον ρόλο που αναλαμβάνει κατά τη διαδικασία παροχής της υπηρεσίας ηλεκτρονικού εμπορίου, παροχή του μέσου ή του περιεχομένου της υπηρεσίας (Τράπεζα Πληροφοριών Νομοθεσίας, 2016).

Το άρθρο 18 της οδηγίας 2000/31/EK προβλέπει, ότι τα κράτη μέλη φροντίζουν ώστε τα ένδικα μέσα εθνικού δικαίου σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας να επιτρέπουν την ταχεία λήψη μέτρων, συμπεριλαμβανομένων προσωρινών μέτρων, προκειμένου να παύει οποιαδήποτε παράβαση και να προλαμβάνεται περαιτέρω ζημία των ενεχόμενων συμφερόντων. Στο άρθρο 17 του π.δ. 131/2003 ορίζεται, ότι εφόσον πιθανολογείται προσβολή δικαιωμάτων προερχομένων από τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, το Μονομελές Πρωτοδικείο διατάσσει ως ασφαλιστικό μέτρο οποιοδήποτε πρόσφορο μέτρο, κυρίως τη συντηρητική κατάσχεση των αντικειμένων που κατέχονται από τον καθ' ου ή από τρίτον και αποτελούν μέσο τέλεσης ή προϊόν ή απόδειξη της προσβολής. Τα προς κατάσχεση αντικείμενα θα είναι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές του προμηθευτή και οι διακομιστές διαδικτύου, αφού με την κατάσχεση τους διακόπτεται η σύνδεση των ιστοσελίδων που φιλοξενούνται στο διαδίκτυο και είναι εύκολο να εξεταστεί το περιεχόμενο τους (διαδικασία ασφαλιστικών μέτρων).

### **9.2.2. Ενώσεις καταναλωτών - Συλλογική έννομη προστασία**

Εκτός από την ατομική δικαστική προστασία που αναφέρεται στο προεδρικό διάταγμα, θα πρέπει φυσικά να αναφερθεί και η συλλογική δικαστική προστασία των καταναλωτών που προβλέπεται στο άρθρο 10 του ν. 2251/1994. Στην άσκηση της συλλογικής αγωγής η νομιμοποίηση των ενώσεων καταναλωτών έχει ως σκοπό την προστασία του γενικού συμφέροντος των καταναλωτών κινούμενη προς την αναγνώριση και την προώθηση της κοινωνικής οικονομίας. Οι ενώσεις καταναλωτών έχουν αποκλειστικό σκοπό την προστασία των δικαιωμάτων και των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Τα βασικά χαρακτηριστικά τους είναι η εκπροσώπηση των καταναλωτών στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση αυτών, η ενημέρωση και η παροχή συμβουλών στους καταναλωτές, η δικαστική και εξώδικη αντιπροσώπευσή τους και η άσκηση συλλογικών αγωγών. Οι ενώσεις καταναλωτών

συγκροτούνται ως σωματεία, αποκτούν νομική προσωπικότητα με την εγγραφή τους στο «Μητρώο» και έχουν σημαντικό ρόλο στην επίλυση καταναλωτικών διαφορών μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών λόγω του ότι:

- κατέχουν αποτελεσματικότερες μεθόδους για την επίλυση καταναλωτικής διαφοράς και αποζημίωσης του καταναλωτή για τυχόν ζημιά που υπέστη,
- λειτουργούν ως συμβουλευτικά όργανα για τους καταναλωτές (ConsumerPro, Δίκαιο Καταναλωτή, 2021).

Η πρόβλεψη ειδικής διαδικασίας για την άσκηση συλλογικής αγωγής από τις ενώσεις καταναλωτών είναι προτιμότερη, διότι θα επιτευχθεί επαρκέστερη και αποτελεσματικότερη προστασία όχι μόνο των μελών των ενώσεων αλλά και των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Ειδικότερα:

- Οι ενώσεις καταναλωτών, αρχικά, πρέπει να νομιμοποιούνται, ως μη δικαιούχοι διάδικοι, για την άσκηση ατομικών αξιώσεων αποζημιώσεως των μελών τους που απορρέουν από παραβάσεις των κανόνων προστασίας των καταναλωτών. Κάθε ένωση καταναλωτών νομιμοποιείται να ασκεί αγωγή, αίτηση ασφαλιστικών μέτρων, αίτηση ακύρωσης ή προσφυγή κατά διοικητικών πράξεων και να παρίσταται ως πολιτικώς ενάγουσα. Κάθε ένωση καταναλωτών δικαιούται να παρεμβαίνει προσθέτως σε εκκρεμείς δίκες μελών της για την υποστήριξη των δικαιωμάτων τους ως καταναλωτών (παρ. 15). Η προηγούμενη έγκριση των μελών δεν κρίνεται απαραίτητη. Από την άλλη πλευρά, αξιώσεις καταναλωτών που έχουν ήδη ασκηθεί ατομικά δεν θα μπορούν να περιληφθούν στην συλλογική ένδικη άσκηση αξιώσεων. Επειδή ακριβώς πρόκειται για συλλογική άσκηση αξιώσεων, το ύψος της αποζημιώσεως πρέπει να υπολογισθεί με βάση τη συγκεκριμένη ζημία που υπέστησαν τα μέλη της ενώσεως. Αντίθετα, η μέθοδος του αφηρημένου υπολογισμού της ζημίας (π.χ. αποζημίωση ίση με τα παράνομα κέρδη της εναγόμενης επιχειρήσεως) δεν θεωρείται ικανοποιητική λύση, για τους ακόλουθους λόγους:

Πρώτον, σε περίπτωση που ασκηθούν αγωγές από περισσότερες ενώσεις, η εναγόμενη επιχείρηση θα υποχρεωθεί να καταβάλει πολλαπλές αποζημιώσεις (κάθε φορά στο ύψος των παρανόμων κερδών της), ενδεχομένως το αποτέλεσμα να είναι δυσανάλογα κυρωτικό και εξοντωτικό για τον εναγόμενο και

Δεύτερον, αν δοθεί η δυνατότητα σε μία μόνο ένωση να ασκήσει αγωγή αποζημιώσεως, τίθεται ζήτημα πλουτισμού αυτής σε σχέση με τις υπόλοιπες ενώσεις των οποίων τα μέλη έχουν επίσης υποστεί ζημία και συνεπώς ζήτημα άνισης μεταχειρίσεως των ενώσεων,

- Οι ενώσεις καταναλωτών πρέπει επίσης να νομιμοποιηθούν για τη δικαστική επιδίωξη συλλογικών αξιώσεων με συλλογική αγωγή. Αυτό σημαίνει, ότι οι ενώσεις θα αναγνωρισθούν ως φορείς όχι μόνο ίδιας αξιώσεως αλλά και ιδίου εννόμως προστατευόμενου συμφέροντος. Η συλλογική αγωγή μπορεί να ασκηθεί και όταν η παράνομη συμπεριφορά προσβάλλει τα συμφέροντα τριάντα (30) τουλάχιστον καταναλωτών.

Οι νομιμοποιούμενες ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ζητήσουν (άσκηση του δικαιώματος συλλογικής αγωγής):

Πρώτον, την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί, κυρίως όταν συνίσταται σε παράβαση των διατάξεων περί προστασίας των καταναλωτών,

Δεύτερον, χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης. Για τον καθορισμό της αποζημιώσεως, το δικαστήριο λαμβάνει υπόψη ιδίως την ένταση της προσβολής της έννομης τάξης που επιφέρει η παράνομη συμπεριφορά, το μέγεθος της εναγόμενης επιχείρησης και κυρίως τον ετήσιο κύκλο εργασιών της καθώς και τις ανάγκες της γενικής και ειδικής πρόληψης. Η επιδίκαση εύλογης χρηματικής ικανοποίησης με βάση τα κριτήρια αυτά εξυπηρετεί καλύτερα τον επιδιωκόμενο αποτρεπτικό σκοπό, επιτρέποντας στο δικαστή να λαμβάνει υπόψη το γενικότερο συμφέρον των καταναλωτών, τη βαρύτητα της παραβάσεως και την οικονομική δύναμη του ζημιώσαντος.

Σημειώνεται, ότι η χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης παρέχεται μία μόνο φορά και το επιδικαζόμενο ποσό διατίθεται για κοινωφελείς σκοπούς σχετικούς με την προστασία του καταναλωτή (παρ. 22).

Τρίτον, τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων εξασφάλισης των απαιτήσεων των καταναλωτών για την παράλειψη της παράνομης συμπεριφοράς ή την χρηματική ικανοποίηση μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης και

Τέταρτον, την αναγνώριση του δικαιώματος αποκατάστασης της ζημίας των καταναλωτών από την παράνομη συμπεριφορά (παρ. 16).

Και στις δύο περιπτώσεις που προαναφέρθηκαν, οι νομιμοποιούμενες ενώσεις καταναλωτών πρέπει να πληρούν τις προϋποθέσεις του νόμου και συγκεκριμένα να έχουν:

- τουλάχιστον πεντακόσια (500) ενεργά μέλη δηλαδή με τακτοποιημένες τις ταμειακές τους υποχρεώσεις,
- εγγραφεί στο Μητρώο ενώσεων καταναλωτών πριν από ένα τουλάχιστον έτος,
- ως σκοπό την προστασία των συλλογικών καταναλωτικών συμφερόντων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενικές Παρατηρήσεις σε θέματα Ουσιαστικού και Δικονομικού Δικαίου, 2021).

Η συλλογική αγωγή ασκείται σε αποκλειστική προθεσμία έξι (6) μηνών από την τελευταία εκδήλωση της παράνομης συμπεριφοράς του εναγόμενου. Αν παρέλθει άπρακτη η παραπάνω οριζόμενη προθεσμία έχει ως αποτέλεσμα την απόσβεση του δικαιώματος και η συλλογική αγωγή που έχει ασκηθεί εκτός της προθεσμίας, να απορριφθεί από το δικαστήριο (παρ. 18). Επιπλέον, αρμόδιο δικαστήριο για την εκδίκασή της είναι το πολυμελές Πρωτοδικείο της κατοικίας ή της έδρας του εναγόμενου (παρ. 19). Αξίζει να σημειωθεί, ότι συλλογικές αγωγές για παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή και για χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, δικάζονται κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας, στη συντομότερη δυνατή δικάσιμο. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει την προσωρινή εκτέλεση της απόφασης. Οι έννομες συνέπειες που προκύπτουν από την απόφαση αυτή ισχύουν έναντι πάντων και αν δεν ήταν διάδικοι (παρ. 20). Αν η συλλογική αγωγή για χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης απορριφθεί αμετάκλητα ως προφανώς αβάσιμη, ο εναγόμενος προμηθευτής μπορεί να ασκήσει αγωγή για αποζημίωση ή χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης από την ενάγουσα ένωση καταναλωτών εντός προθεσμίας έξι (6) μηνών από την ημερομηνία κατά την οποία η απορριπτική απόφαση κατέστη αμετάκλητη (παρ. 23). Ωστόσο, η δικαστική απόφαση, εφόσον καταστεί αμετάκλητη επί συλλογικής αγωγής για αναγνώριση του δικαιώματος αποκατάστασης της ζημίας που υφίστανται οι καταναλωτές από την παράνομη συμπεριφορά, ο ζημιωθείς καταναλωτής μπορεί, με βάση την απόφαση αυτή, να γνωστοποιήσει εγγράφως στον προμηθευτή, κατά του οποίου εκδόθηκε η εν λόγω απόφαση, την απαίτησή του,

αναφέροντας τα στοιχεία που την προσδιορίζουν (κάθε ιδιωτικό έγγραφο). Μετά την άπρακτη παρέλευση τριάντα (30) ημερών από την έγγραφη γνωστοποίηση, ο καταναλωτής, εφόσον δεν ικανοποιηθεί, μπορεί να ζητήσει την έκδοση εντολής πληρωμής για την απαίτησή του από το δικαστήριο, εφόσον αυτή είναι εκκαθαρισμένη ή μπορεί εύκολα να εκκαθαριστεί. Τυχόν απόρριψη της συλλογικής αγωγής από το δικαστήριο δεν επηρεάζει το δικαίωμα άσκησης ατομικής αγωγής των καταναλωτών (παρ. 20). Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων περί προστασίας των καταναλωτών, η οποία διαπράχθηκε στην ελληνική επικράτεια, κάθε νομιμοποιούμενος φορέας από άλλο κράτος-μέλος της ΕΕ, μπορεί να ασκεί συλλογική αγωγή για παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή και για λήψη ασφαλιστικών μέτρων εξασφάλισης των απαιτήσεων των καταναλωτών μέχρι την έκδοση της εκτελεστής απόφασης (παρ. 30 περ. α'). Για την άσκηση της συλλογικής αγωγής ή την υποβολή καταγγελίας ή αίτησης επανόρθωσης, ο νομιμοποιούμενος φορέας επιδεικνύει τον σχετικό κατάλογο που καταρτίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και δημοσιεύεται στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (παρ. 30 περ. γ').

Ενώσεις καταναλωτών που δραστηριοποιούνται στο πεδίο της προστασίας των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτή συνιστούν το Ινστιτούτο Καταναλωτών (ΙΝΚΑ) / Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδας (ΓΟΚΕ), η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών (Η ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ), η Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας (ΕΕΚΕ), η Ένωση Καταναλωτών - Ποιότητα Ζωής (ΕΚΠΟΙΖΩ), η «Καταναλωτική Συνείδηση», το Ελληνικό Κέντρο Καταναλωτών (ΕΛΚΕΚΑ), το Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών (ΚΕΠΚΑ) κ.ά. (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2007).

### **9.2.3. Διαδικασία μικροδιαφορών**

Με βάση τον Κανονισμό (ΕΚ) 861/2007, όπως τροποποιήθηκε από τον Κανονισμό (ΕΕ) 2015/2421, καθιερώνεται ευρωπαϊκή διαδικασία μικροδιαφορών με σκοπό την απλούστευση και επιτάχυνση της διεκπεραίωσης τους σε διασυνοριακές υποθέσεις μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών, οικονομικά, ταχύτερα και με εύκολες διαδικασίες. Ισχύει για διασυνοριακές αστικές και εμπορικές υποθέσεις για απαιτήσεις ύψους έως πέντε χιλιάδες



(5.000) ευρώ και για όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ εκτός Δανίας. Η διαδικασία που ακολουθείται είναι:

- Ο ενάγων κινεί τη γραπτή διαδικασία (και στα ελληνικά) με την αποστολή του συμπληρωμένου τυποποιημένου εντύπου αγωγής και κάθε σχετικού δικαιολογητικού, προς το δικαστήριο που χειρίζεται την υπόθεση (ειρηνοδικείο),
- Το δικαστήριο μπορεί:
  - να ζητεί συμπληρωματικές πληροφορίες, διευκρινίσεις ή διορθώσεις στην αρχική υποβολή,
  - να απορρίπτει αγωγές που είναι απαράδεκτες ή αγωγές όπου ο ενάγων δεν παρέχει τις συμπληρωματικές πληροφορίες εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας,
  - να συμφωνεί με τη διεξαγωγή προφορικής ακρόασης όταν θεωρούν αδύνατο να αποφανθούν με βάση μόνο τα γραπτά στοιχεία,
- Το δικαστήριο αποστέλλει στον εναγόμενο την αγωγή και το τυποποιημένο έντυπο απάντησης εντός δεκατεσσάρων (14) ημερών από την κατάθεση του εντύπου αγωγής,
- Ο εναγόμενος μπορεί να απαντήσει στο δικαστήριο εντός τριάντα (30) ημερών,
- Το δικαστήριο αποστέλλει την απάντηση στον ενάγοντα εντός δεκατεσσάρων (14) ημερών,
- Το δικαστήριο εκδίδει την απόφαση εντός τριάντα (30) ημερών από την κατάθεση των απαντήσεων των διαδίκων, εκτός εάν:
  - ζητήσει από τους διαδίκους περαιτέρω στοιχεία,
  - συγκεντρώσει αποδεικτικά στοιχεία με τη λιγότερο δαπανηρή μέθοδο,
  - οργανώσει προφορική ακρόαση με τη χρήση εξ αποστάσεως τεχνολογίας της επικοινωνίας, όπως μέσω εικονοδιάσκεψης ή τηλεδιάσκεψης, όπου αυτό είναι εφικτό, ωστόσο τα άτομα μπορούν να ζητήσουν να παρίστανται προσωπικά,
- Το δικαστήριο έχει τη δυνατότητα να προχωρήσει σε εξέταση μαρτύρων,
- Η εκπροσώπηση των διαδίκων από δικηγόρο ή νομικό δεν είναι υποχρεωτική,

- Η απόφαση είναι εκτελεστή και αναγνωρίζεται σε όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ και υπάρχει η δυνατότητα άσκησης ένδικου μέσου,
- Ο ηττημένος διάδικος πληρώνει τα έξοδα και
- Εφαρμόζεται το δίκαιο του κράτους-μέλους της ΕΕ στην οποία εκδικάζεται η υπόθεση.

Ο Κανονισμός (ΕΕ) 1215/2012 για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις εισάγει προστατευτικές διατάξεις υπέρ του καταναλωτή και συγκεκριμένα σε συμβάσεις καταναλωτών. Η αγωγή του καταναλωτή κατά του αντισυμβαλλόμενου ασκείται είτε ενώπιον των δικαστηρίων του κράτους-μέλους στο έδαφος του οποίου έχει την κατοικία του ο αντισυμβαλλόμενος είτε ενώπιον των δικαστηρίων του τόπου κατοικίας του καταναλωτή (συντρέχουσα δωσιδικία του τόπου κατοικίας του καταναλωτή) ενώ η αγωγή του αντισυμβαλλομένου κατά του καταναλωτή (εναγόμενος) ασκείται μόνο ενώπιον των δικαστηρίων του κράτους-μέλους στο έδαφος του οποίου έχει την κατοικία του ο καταναλωτής (αποκλειστική δωσιδικία του τόπου κατοικίας του καταναλωτή) (άρθ.18). Επιπλέον, με τον κανονισμό (ΕΚ) 593/2008 (Ρώμη Ι) καθορίζεται το εφαρμοστέο δίκαιο σε αστικά και εμπορικά θέματα και συγκεκριμένα σε συμβάσεις καταναλωτών (άρθ. 3, 4 & 6). Χαρακτηριστική η παρακάτω απόφαση του ΔΕΕ όπου σε περίπτωση διαφοράς, εφαρμοστέο δίκαιο είναι το δίκαιο της χώρας κατοικίας του καταναλωτή, σε διακρατική σύμβαση ηλεκτρονικής πώλησης.

Απόφαση ΔΕΕ της 28-7-2016 (υπόθεση C-191/15)

«Η εδρεύουσα στο Λουξεμβούργο εταιρία *Amazon EU Sàrl* πραγματοποιούσε ηλεκτρονικές πωλήσεις αγαθών σε καταναλωτές σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ. Στην υπόθεση της κύριας δίκης, η αυστριακή Ένωση για την πληροφόρηση των καταναλωτών (*Verein für Konsumenteninformationen*) άσκησε αγωγή παραλείψεως, βάσει της οδηγίας 2009/22/ΕΚ, ισχυριζόμενη ότι οι συμβατικές ρήτρες που χρησιμοποιούσε η *Amazon* ήταν αντίθετες στη νομοθεσία και τα συναλλακτικά ήθη. Το Ανώτατο Δικαστήριο (Αυστρία), ενώπιον του οποίου προσέφυγε η αυστριακή ένωση, ζήτησε να διευκρινιστεί αν ρήτρα που περιλαμβάνεται στους γενικούς όρους συναλλαγών σε ηλεκτρονική σύμβαση πώλησης μεταξύ επαγγελματία και καταναλωτή και προβλέπει ότι η σύμβαση διέπεται από το δίκαιο του κράτους μέλους της έδρας του επαγγελματία είναι καταχρηστική. Επιπλέον, το Ανώτατο Δικαστήριο υπέβαλε το ερώτημα αν η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων από την *Amazon* υπόκειται στο

δίκαιο του κράτους μέλους προς το οποίο κατευθύνεται η επιχειρηματική της δραστηριότητα.

Κατά το Δικαστήριο, οι κανονισμοί Ρώμη I και Ρώμη II έχουν την έννοια ότι το εφαρμοστέο δίκαιο σε τέτοια αγωγή παραλείψεως πρέπει να καθορίζεται βάσει του άρθρου 6, παράγραφος 1, του κανονισμού Ρώμη II, επειδή οι προσβολές της έννομης τάξης προκαλούνται με τη χρήση καταχρηστικών ρητρών. Αντίθετα, το εφαρμοστέο δίκαιο για την αξιολόγηση συγκεκριμένης συμβατικής ρήτρας πρέπει πάντα να καθορίζεται κατ' εφαρμογή του κανονισμού Ρώμη I, είτε πρόκειται για ατομική αγωγή είτε για συλλογική αγωγή.

Εντούτοις, από το άρθρο 6, παράγραφος 2, του κανονισμού Ρώμη I προκύπτει ότι η επιλογή του εφαρμοστέου δικαίου δεν μπορεί να θίξει την εφαρμογή των διατάξεων αμέσου εφαρμογής του δικαίου της χώρας στην οποία κατοικούν οι καταναλωτές τα συμφέροντα των οποίων προστατεύονται με την αγωγή παραλείψεως. Οι διατάξεις αυτές μπορούν να περιλαμβάνουν τις διατάξεις που μεταφέρουν στο εθνικό δίκαιο την οδηγία 93/13/ΕΟΚ, στο βαθμό που διασφαλίζουν υψηλότερο επίπεδο προστασίας του καταναλωτή.

Συνεπώς, το ΔΕΕ έκρινε ότι ρήτρα η οποία δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης και σύμφωνα με την οποία η σύμβαση που συνάπτεται με καταναλωτή στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου διέπεται από το δίκαιο του κράτους μέλους της έδρας του εν λόγω επαγγελματία είναι καταχρηστική διότι ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει ότι, σε κάθε περίπτωση και ανεξάρτητα από την ύπαρξη της εν λόγω ρήτρας, έχει το δικαίωμα να επικαλεστεί την προστασία των διατάξεων αναγκαστικού χαρακτήρα του δικαίου της χώρας του, οι οποίες θα έχουν εφαρμογή ελλείψει της ανωτέρω ρήτρας.

Ειδικότερα ως προς την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από επιχείρηση ηλεκτρονικού εμπορίου, αυτή διέπεται από το εθνικό δίκαιο του κράτους μέλους προς το οποίο η επιχείρηση αυτή κατευθύνει τις δραστηριότητές της. Αυτό που πρέπει να αξιολογείται είναι τόσο ο βαθμός μονιμότητας της εγκατάστασης όσο και ο πραγματικός χαρακτήρας της άσκησης των δραστηριοτήτων εντός του εν λόγω κράτους μέλους» (ΔΕΕ, 7/2020, Δ/νση Έρευνας και Τεκμηρίωσης).

#### **9.2.4. Κυρώσεις**

Το άρθρο 20 της οδηγίας 2000/31/ΕΚ προβλέπει, ότι τα κράτη μέλη καθορίζουν το καθεστώς των κυρώσεων για παραβιάσεις των διατάξεων περί προστασίας των ψηφιακών καταναλωτών και λαμβάνουν όλα τα απαραίτητα μέτρα επιβολής των εν λόγω κυρώσεων. Οι κυρώσεις πρέπει να έχουν

αποτελεσματικό, αναλογικό και αποτρεπτικό χαρακτήρα. Το άρθρο 19 του π.δ. 131/2003 σε συνδυασμό με το άρθρο 13α του ν. 2251/1994 προβλέπουν την επιβολή διοικητικών κυρώσεων σε βάρος προμηθευτή για παράβαση των διατάξεων του προστατευτικού νόμου, με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, ύστερα από καταγγελία των καταναλωτών ή των ενώσεων καταναλωτών ή και αυτεπαγγέλτως, μια ή περισσότερες από τις παρακάτω:

- σύσταση για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας, άρση της προσβολής και παράλειψή της στο μέλλον,
- πρόστιμο από χίλια πεντακόσια (1.500) ευρώ έως ένα εκατομμύριο (1.000.000) ευρώ. Σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού ή διανομέα περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου, το ανώτατο όριο προστίμου διπλασιάζεται,
- προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης ή τμήματος της για χρονικό διάστημα από τρεις (3) μήνες έως ένα (1) έτος σε περίπτωση που εκδοθούν σε βάρος του ίδιου προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού ή διανομέα περισσότερες από τρεις (3) αποφάσεις επιβολής προστίμου.

Επίσης, σε βάρος του προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού ή διανομέα, ο οποίος δεν απαντά σε καταγγελίες καταναλωτών, ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να προβεί σε:

- σύσταση για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας, άρση της προσβολής και παράλειψη της στο μέλλον και
- επιβολή προστίμου από πεντακόσια (500) ευρώ έως πέντε χιλιάδες (5.000) ευρώ.

Κατά της απόφασης επιτρέπεται η υποβολή αίτησης θεραπείας, η άσκηση ενδίκων βοηθημάτων (προσφυγή ουσίας) εντός εξήντα (60) ημερών από την κοινοποίησή της καθώς και η αίτηση αναστολής εκτέλεσης ενώπιον των Διοικητικών Δικαστηρίων.

### **9.3. Εξωδικαστική επίλυση διαφορών**

Η ελληνική νομοθεσία προβλέπει και τη δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών ώστε να επιλύονται οι διαφορές ταχύτερα, απλούστερα και οικονομικά για τους καταναλωτές με γνώμονα την επανόρθωση της κοινωνικής ειρήνης και της ευρυθμίας των συναλλαγών.

Το άρθρο 17 της οδηγίας 2000/31/EK προβλέπει, ότι τα κράτη μέλη θα πρέπει:

- σε περιπτώσεις διαφωνίας μεταξύ ενός φορέα παροχής και ενός αποδέκτη μιας υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, η νομοθεσία τους να μην εμποδίζει τη χρήση των υπαρχόντων βάσει του εθνικού δικαίου μηχανισμών εξώδικης επίλυσης των διαφορών, συμπεριλαμβανομένων των κατάλληλων ηλεκτρονικών μέσων,
- να ενθαρρύνουν τα αρμόδια όργανα εξώδικης επίλυσης των διαφορών και κυρίως των καταναλωτικών διαφορών, να ενεργούν κατά τρόπο ο οποίος παρέχει τις δέουσες δικονομικές εγγυήσεις στα ενδιαφερόμενα μέρη και
- να ενθαρρύνουν τα αρμόδια όργανα εξώδικης επίλυσης των διαφορών να ενημερώνουν την Επιτροπή σχετικά με σημαντικές αποφάσεις που λαμβάνουν όσον αφορά τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και σχετικά με τις πρακτικές, τα συναλλακτικά ήθη και έθιμα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το άρθρο 16 του π.δ. 131/2003 για τις διαφορές που προκύπτουν στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου παραπέμπει στη διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 11 του ν. 2251/1994, για την προστασία των καταναλωτών.

### **9.3.1. Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού**

Στο πρώτο στάδιο της εξώδικης επίλυσης των διαφορών (φιλική διευθέτηση) ανάμεσα σε προμηθευτές και σε καταναλωτές ή ενώσεις καταναλωτών βρίσκονται οι επιτροπές φιλικού διακανονισμού. Η συγκρότηση και η λειτουργία των επιτροπών έχει ανατεθεί στην κάθε περιφερειακή ενότητα και στο κάθε επαρχείο της χώρας. Στην επιτροπή φιλικού διακανονισμού, στην αρμόδια κατά περίπτωση, εισάγονται υποθέσεις ύστερα από αίτηση του καταναλωτή ή της τοπικής ένωσης καταναλωτών ή ύστερα από παραπομπή από τον Συνήγορο του Καταναλωτή. Αξίζει να σημειωθεί, ότι στην επιτροπή, μπορεί να προσφύγει κάθε καταναλωτής για να λύσει την καταναλωτική του διαφορά με τον προμηθευτή χωρίς κανένα κόστος. 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 ειδικοί λόγοι. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν

κατά τη συζήτηση να παρίστανται αυτοπροσώπως ή να εκπροσωπούνται από πληρεξούσιο δικηγόρο ή τρίτο πρόσωπο που έχει σχετική εξουσιοδότηση. Η επιτροπή κρίνει κατά το ισχύον δίκαιο. Συμπληρωματικά λαμβάνονται υπόψη τα συναλλακτικά ήθη. Η επιτροπή έχει τη δυνατότητα να ζητήσει πληροφορίες από δημόσιες υπηρεσίες, δημόσιους οργανισμούς, επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, επιμελητήρια και επαγγελματικούς συλλόγους. Η Επιτροπή συνεδριάζει, νόμιμα, 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. Όμως το πρακτικό της Επιτροπής, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε περαιτέρω δικαστική επίλυση του προβλήματος. Τα πορίσματα των επιτροπών φιλικού διακανονισμού αρχειοθετούνται από τις οικείες περιφερειακές ενότητες και κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να λάβει γνώση και να ζητήσει αντίγραφο αυτών (άρθ. 11 του ν. 2251/1994). Η αρμοδιότητα των επιτροπών δεν έχει αποκλειστικό χαρακτήρα με συνέπεια να μην αποκλείεται η δυνατότητα προσφυγής σε άλλους μηχανισμούς εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών. Δικαίωμα προσφυγής αναγνωρίζεται μόνο στον καταναλωτή ή την τοπική ένωση καταναλωτών, και όχι στον προμηθευτή.

### **9.3.2. Φορείς εξωδικαστικής επίλυσης των καταναλωτικών διαφορών**

Με συνεργασία και αλληλοκατανόηση καταναλωτών και προμηθευτών και με την καθοδήγηση φορέων που διαθέτουν κύρος και εμπειριστατωμένη γνώση θα επιτευχθεί η επίλυση των καταναλωτικών διαφορών. Οι εξωδικαστικές διαδικασίες πρέπει να ικανοποιούν τα ελάχιστα κριτήρια τα οποία εγγυώνται την αμεροληψία του φορέα, την αποτελεσματικότητα της διαδικασίας, τη δημοσιοποίηση και τη διαφάνειά της.

Το άρθρο 1 της Οδηγίας 2013/11/ΕΕ προβλέπει, ότι τα κράτη μέλη πρέπει να παρέχουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να υποβάλλουν προαιρετικά καταγγελίες κατά εμπόρων σε φορείς που παρέχουν ανεξάρτητες, αμερόληπτες, διαφανείς, αποτελεσματικές, ταχείες και δίκαιες διαδικασίες εναλλακτικής επίλυσης εγχώριων και διασυνοριακών διαφορών. Ο φορέας ΕΕΔ

πρέπει να προτείνει ή να επιβάλλει λύση ή να φέρνει τα μέρη σε επαφή για να διευκολυνθεί η εξεύρεση φιλικής λύσης (άρθ. 2).

Οι φορείς ΕΕΔ μεριμνούν να:

- διατηρούν ενημερωμένο ιστότοπο που παρέχει στα μέρη εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες για τη διαδικασία ΕΕΔ και επιτρέπει στους καταναλωτές να υποβάλλουν ηλεκτρονικά καταγγελίες και τα απαραίτητα δικαιολογητικά,
- παρέχουν στα μέρη, κατόπιν αιτήσεώς τους, τις πληροφορίες και σε σταθερό μέσο,
- επιτρέπουν στον καταναλωτή, όπου συντρέχει περίπτωση, να υποβάλει καταγγελία με μη ηλεκτρονικό τρόπο,
- επιτρέπουν την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των μερών με ηλεκτρονικά μέσα ή με ταχυδρομείο,
- δέχονται εγχώριες και διασυνοριακές διαφορές, περιλαμβανομένων των διαφορών που καλύπτονται από τον κανονισμό (ΕΕ) 524/2013 και
- λαμβάνουν τα απαραίτητα μέτρα για να εξασφαλιστεί η προστασία των προσωπικών δεδομένων των μερών (άρθ. 5 παρ. 2).

Τα φυσικά πρόσωπα που είναι αρμόδια για την ΕΕΔ πρέπει να διαθέτουν την αναγκαία εμπειρογνωμοσύνη και να είναι ανεξάρτητα και αμερόληπτα (άρθ. 6).

Οι φορείς ΕΕΔ μεριμνούν να δημοσιοποιούν στους ιστότοπούς τους με διαφάνεια σαφείς και εύκολα κατανοητές συγκεκριμένες πληροφορίες και κατόπιν αιτήσεως ετήσιες εκθέσεις δραστηριότητας (άρθ. 7).

Οι φορείς ΕΕΔ πρέπει να είναι αποτελεσματικοί και να πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις:

- η διαδικασία ΕΕΔ να είναι διαθέσιμη και ευπρόσιτη και για τα δύο μέρη, με ηλεκτρονικό και μη ηλεκτρονικό τρόπο,
- τα μέρη να έχουν πρόσβαση στη διαδικασία, χωρίς να είναι υποχρεωμένα να χρησιμοποιήσουν δικηγόρο ή νομικό σύμβουλο,
- η διαδικασία ΕΕΔ να είναι δωρεάν ή να διατίθεται έναντι συμβολικού τέλους για τους καταναλωτές,
- ο φορέας ΕΕΔ στον οποίο έχει υποβληθεί καταγγελία να γνωστοποιεί στα μέρη τη διαφορά αμέσως μετά την παραλαβή όλων των εγγράφων που περιέχουν τις σχετικές με την καταγγελία πληροφορίες και

- η έκβαση της διαδικασίας ΕΕΔ να γνωστοποιείται εντός ενενήντα (90) ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία κατά την οποία ο φορέας ΕΕΔ έλαβε τον πλήρη φάκελο της καταγγελίας (άρθ. 8).

Στη διαδικασία ΕΕΔ πρέπει να υπάρχει δίκαιη μεταχείριση των μερών της, δηλαδή:

- τα μέρη έχουν τη δυνατότητα να εκφράσουν τις απόψεις τους,
  - τα μέρη δεν είναι απαραίτητο να χρησιμοποιήσουν δικηγόρο ή νομικό σύμβουλο,
  - κοινοποιείται στα μέρη η ολοκλήρωση της διαδικασίας και το σκεπτικό της.
- Στις περιπτώσεις όπου προτείνεται λύση στη διαδικασία, τα μέρη να μπορούν να αποσυρθούν οποιαδήποτε στιγμή από τη διαδικασία και έχουν το δικαίωμα να μην ακολουθήσουν τη λύση (άρθ. 9).

Οι προμηθευτές που είναι εγκατεστημένοι στο έδαφός τους, ενημερώνουν τους καταναλωτές για τον φορέα ή τους φορείς ΕΕΔ από τους οποίους καλύπτονται οι εν λόγω προμηθευτές. Στις πληροφορίες αυτές περιλαμβάνεται η διεύθυνση του ιστότοπου του αρμόδιου φορέα ή φορέων ΕΕΔ (άρθ. 13 παρ.1). Σημαντική διάταξη είναι η παρ.3, η οποία προβλέπει, «Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι, όταν η διαφορά μεταξύ καταναλωτή και προμηθευτή εγκατεστημένων στο έδαφός τους δεν μπορεί να διευθετηθεί με την άμεση υποβολή καταγγελίας από τον καταναλωτή προς τον προμηθευτή, ο οποίος παρέχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες που αναφέρονται στην παρ. 1, διευκρινίζοντας εάν θα κάνει χρήση των σχετικών φορέων ΕΕΔ για να επιλύσει τη διαφορά. Οι πληροφορίες αυτές παρέχονται εγγράφως ή άλλου σταθερού μέσου». Δηλαδή, όπου ο προμηθευτής δεν παρέχει εσωτερική διαδικασία επίλυσης της διαφοράς και ο καταναλωτής του υποβάλει καταγγελία, ο προμηθευτής υποχρεούται να παρέχει στον καταναλωτή πληροφόρηση για τον φορέα από τον οποίο καλύπτεται, τη διεύθυνση του φορέα καθώς και τον ιστότοπο του. Σε διασυνοριακές συμβάσεις οι καταναλωτές μπορούν να λάβουν βοήθεια για την πρόσβαση τους στον φορέα ΕΕΔ που λειτουργεί στο άλλο κράτος μέλος. Η εν λόγω ευθύνη ανατίθεται στο δίκτυο των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτών, σε οργανώσεις καταναλωτών ή σε οποιονδήποτε άλλο φορέα (άρθ. 14).

Οι φορείς ΕΕΔ υποχρεούνται να:



- δημοσιοποιούν διάφορες γενικές πληροφορίες (όπως είναι τα ονόματα των φορέων και των ιστότοπων τους κλπ.),
- διασφαλίζουν την κατάλληλη διάδοση των πληροφοριών για το πώς οι καταναλωτές μπορούν να καταφύγουν σε διαδικασίες ΕΕΔ και να ενθαρρύνουν τις οργανώσεις καταναλωτών και τις επαγγελματικές οργανώσεις, τόσο σε ενωσιακό επίπεδο όσο και σε εθνικό επίπεδο,
- προβάλλουν τους φορείς ΕΕΔ και τις διαδικασίες τους,
- προωθούν τη χρήση των ΕΕΔ από επαγγελματίες και καταναλωτές (άρθ. 15),
- συνεργάζονται για την επίλυση διασυνοριακών διαφορών και προβαίνουν σε τακτικές ανταλλαγές ορθών πρακτικών, σχετικά με την επίλυση τόσο διασυνοριακών όσο εγχώριων διαφορών (άρθ. 16) και
- συνεργάζονται με τις εθνικές αρχές που είναι επιφορτισμένες με την επιβολή των νομοθετικών πράξεων της ΕΕ περί προστασίας των καταναλωτών (άρθ. 17).

Οι ρυθμίσεις της οδηγίας 2013/11/ΕΕ ενσωματώθηκαν στην ελληνική νομοθεσία με την ΚΥΑ 70330οικ./2015 (ΦΕΚ Β' 1421/9-7-2015), η οποία προβλέπει ότι κάθε φορέας που επιθυμεί να αναγνωριστεί επισήμως ως φορέας ΕΕΔ υποχρεούται να πιστοποιηθεί με βάση τις προβλεπόμενες προϋποθέσεις και απαιτήσεις ποιότητας της ευρωπαϊκής οδηγίας και να εγγραφεί στο Ειδικό Μητρώο Φορέων ΕΕΔ της Γενικής Διεύθυνσης Προστασίας Καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς. Στην Ελλάδα, οι φορείς εναλλακτικής επίλυσης διαφορών που είναι εγγεγραμμένοι στο Ειδικό Μητρώο Φορέων ΕΕΔ είναι:

- Ο Συνήγορος του Καταναλωτή: με αρμοδιότητα σε όλους τους εμπορικούς κλάδους. Επίσης, ο Συνήγορος του Καταναλωτή έχει την ευθύνη λειτουργίας και στήριξης του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή και εποπτεύει τις Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού,
- Ο Ελληνικός Χρηματοοικονομικός Μεσολαβητής: ασχολείται με τις διαφορές καταναλωτών που προκύπτουν κατά τις συναλλαγές με τράπεζες σε εθνικό επίπεδο,
- Το Κέντρο Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών που επιλαμβάνεται διαφορών καταναλωτή κατά προμηθευτή σε μία ευρεία γκάμα συναλλαγών,

- Το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Επίλυσης Συγκρούσεων (Ε.Ι.Ε.Σ.) που επιλαμβάνεται κάθε εγχώριας και διασυνοριακής διαφοράς που προκύπτει από συμβάσεις πωλήσεων ή συμβάσεις υπηρεσιών μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή,
- Το Ινστιτούτο Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών που επιλαμβάνεται εγχώριων και διασυνοριακών διαφορών καταναλωτή κατά προμηθευτή σε μια ευρεία γκάμα συναλλαγών (Υπουργείο Ανάπτυξης, 2020).

Οι φορείς ΕΕΔ μπορούν να χρησιμοποιούν διάφορες τεχνικές εναλλακτικής επίλυσης διαφορών όπως:

- Διαμεσολάβηση: Διαφορά των συμβαλλόμενων μερών (καταναλωτή και προμηθευτή) μπορεί να υπαχθεί σε διαμεσολάβηση με συμφωνία. Η συμφωνία υπαγωγής της διαφοράς στη διαμεσολάβηση αποδεικνύεται με έγγραφο (άρθ. 2 του ν. 3898/2010). Ως διαμεσολάβηση είναι διαρθρωμένη διαδικασία ανεξαρτήτως ονομασίας, στην οποία δύο ή περισσότερα μέρη μιας διαφοράς επιχειρούν εκουσίως να επιλύσουν με συμφωνία τη διαφορά αυτή με τη βοήθεια διαμεσολαβητή (άρθ. 4 περ. β΄ του ν. 3898/2010). Η διαδικασία της διαμεσολάβησης δεν είναι δεσμευτική και μπορεί να προσφέρει δημιουργικές λύσεις, οι οποίες δύσκολα θα μπορούσαν να προσφερθούν από ένα δικαστήριο, το οποίο εκδίδει αποφάσεις που περιορίζονται από τους κανόνες της δικαστικής διαδικασίας. Επίσης, η αξιοπιστία της διαμεσολάβησης προϋποθέτει την υποχρέωση εμπιστευτικότητας του διαμεσολαβητή που διασφαλίζεται από τη ρητή απαγόρευση εξέτασης του ως μάρτυρα ή συμμετοχής του στη σχετική δίκη με οποιαδήποτε ιδιότητα (Παπαϊωάννου Γ., 2003).

Ιδιαίτερη η παρακάτω ηλεκτρονική διαμεσολάβηση επίλυσης διαφοράς του ΣΤΚ.

Συνήγορος του Καταναλωτή, Μάρτιος 2017 - *On line* εξωδικαστική επίλυση διαφοράς. «Βελγίδα καταναλώτρια υπέβαλε αναφορά στην Πλατφόρμα Ηλεκτρονικής Επίλυσης Διαφορών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υποστηρίζοντας ότι έκλεισε αεροπορικά εισιτήρια μέσω διαδικτύου από ελληνικό ταξιδιωτικό πρακτορείο (προμηθευτής), ωστόσο, λόγω τεχνικού σφάλματος που αφορούσε τη λειτουργία του ηλεκτρονικού συστήματος διπλοκρατήθηκαν τα εισιτήρια, με συνέπεια να χρεωθεί η πιστωτική της κάρτα με το διπλάσιο ποσό. Η καταναλώτρια προσπάθησε, αρχικά, να επιλύσει τη

διαφορά απευθείας με την εταιρεία, χωρίς, όμως, αποτέλεσμα και προχώρησε σε καταγγελία στην πλατφόρμα ΗΕΔ.

Η υπόθεση διαβιβάστηκε μέσω της πλατφόρμας στην Ανεξάρτητη Αρχή “Συνήγορος του Καταναλωτή”, η οποία έλεγξε αρχικά τη συμμόρφωση της ιστοσελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος με τις υποχρεώσεις που επιβάλλουν η ΚΥΑ 70330οικ./2015 και ο Κανονισμός 524/2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών.

Στη συνέχεια, η Αρχή, αφού διαπίστωσε ότι οι υποχρεώσεις είχαν τηρηθεί, προχώρησε στην ηλεκτρονική διαμεσολάβηση για την επίλυση της διαφοράς, στο πλαίσιο της οποίας η εταιρεία παραδέχθηκε το σφάλμα της και πίστωσε (επιστροφή) στην καταναλώτρια το ποσό των 399,96 ευρώ.

Επισημαίνεται ότι η διαδικασία της ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης διήρκεσε μόλις 20 ημέρες (με προθεσμία ολοκλήρωσης κατά την κείμενη νομοθεσία τις 90 ημέρες)»

Το πρακτικό της επιτυχής διαμεσολάβησης κατατίθεται στη γραμματεία του μονομελούς πρωτοδικείου της περιφέρειας, όπου διεξήχθη η διαμεσολάβηση και συνιστά εκτελεστό τίτλο (ΚΠολΔ 904 παρ. 2).

- Διαιτησία: Διαφορά των συμβαλλόμενων μερών (καταναλωτή και προμηθευτή) μπορεί να υπαχθεί σε διαιτησία με συμφωνία (ΚΠολΔ 867). Η συμφωνία για διαιτησία καταρτίζεται υποχρεωτικά εγγράφως. Ως Διαιτησία είναι κάθε διαιτησία, θεσμοποιημένη ή όχι (άρθ. 2 περ. α΄ του ν. 2735/1999). Η διαιτησία είναι παρόμοια με τη διαδικασία στο δικαστήριο με τη διαφορά ότι τα μέρη, αντί να παρουσιάζουν την υπόθεση τους ενώπιον δικαστή, την παρουσιάζουν ενώπιον κάποιου ανεξάρτητου τρίτου - του διαιτητή. Η διαδικασία της διαιτησίας, θεωρείται οριστική, τελεσίδικη, αμετάκλητη και δεσμευτική για τα μέρη με περιορισμένο το δικαίωμα προσβολής της απόφασης. Θα πρέπει να σημειωθεί, ότι η διαιτησία έχει κάποιο κόστος, οπότε θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο όπου η αξία της διαφοράς είναι μεγάλη. Παράδειγμα είναι μια διαφορά που προκύπτει από αγορά αυτοκινήτου. Επίσης, η διαιτησία έναντι των δικαστηρίων διεξάγεται εμπιστευτικά. Η διαιτησία έχει δικαιοδοτική εξουσία και καταλήγει σε έκδοση δεσμευτικής απόφασης για τους αντιδίκους. Αντίθετα, ο διαμεσολαβητής δεν εκδίδει απόφαση ούτε επιβάλλει λύση, αλλά βοηθά τους ίδιους τους εμπλεκόμενους να φτάσουν σε συμφωνία επίλυσης (Ευρωπαϊκός Οργανισμός Διαμεσολάβησης και Διαιτησίας, 2021).

Οι προτεινόμενες λύσεις μπορεί να είναι δεσμευτικές ή μη δεσμευτικές, αλλά στην αρχή της διαδικασίας ενημερώνονται τόσο ο προμηθευτής όσο και ο καταναλωτής. Αν ληφθεί δεσμευτική απόφαση, με την οποία διαφωνεί ένας εμπλεκόμενος, μπορεί να την προσβάλει ενώπιον των δικαστηρίων. (ConsumerPro, Δίκαιο Καταναλωτή, 2021).

### **9.3.3. Καταγγελίες-παράπονα-ερωτήματα καταναλωτών**

Όταν η παραβίαση των δικαιωμάτων των καταναλωτών είναι ουσιώδης, οι καταναλωτές ή ένωση καταναλωτών έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν καταγγελία ενώπιον της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή. Η αρμόδια αρχή θα επιληφθεί και θα λάβει τα απαραίτητα μέτρα για την αντιμετώπιση της παραβίασης και την σωστή εφαρμογή της νομοθεσίας. Η Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή προβαίνει σε περαιτέρω αξιολόγηση της αναγκαιότητας διερεύνησης των καταγγελιών λαμβάνοντας υπόψη κυρίως το δημόσιο συμφέρον, την προστασία της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών, τις πιθανές επιπτώσεις στο καταναλωτικό κοινό, τις επιπτώσεις σε ευαίσθητες ομάδες του πληθυσμού, την προστασία του καταναλωτή καθώς και το προσδοκώμενο αποτέλεσμα από την παρέμβαση της σε συγκεκριμένη υπόθεση. Εφόσον αξιολογηθεί από τον Προϊστάμενο Διεύθυνσης Προστασίας η αναγκαιότητα διερεύνησης των καταγγελιών, διαβιβάζει τις καταγγελίες ή τις αναφορές των καταναλωτών, προς εξέταση στο αρμόδιο Τμήμα ή μπορεί να θέσει κάποιες υποθέσεις σε προσωρινό αρχείο μέχρι να προκύψουν πρόσθετα στοιχεία που θεμελιώνουν την αναγκαιότητα διερεύνησης. Κατά το στάδιο διερεύνησης της καταγγελίας μπορεί να ζητήσει αιτιολογημένη γνώμη από τον Συνήγορο του Καταναλωτή, ο οποίος την παρέχει μέσα σε δύο (2) μήνες από την υποβολή του σχετικού ερωτήματος. Η Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, εφόσον κρίνει την μη αναγκαιότητα διερεύνησης κάποιων καταγγελιών ενημερώνει σχετικά τον ενδιαφερόμενο καταγγέλλοντα, διαφορετικά διεκπεραιώνει την υπόθεση σε εύλογο χρονικό διάστημα, ανάλογα με το είδος της. Η ΓΓΕΠΚ δεν αποτελεί όργανο εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών των καταναλωτών με τους προμηθευτές, καθώς η αρμοδιότητά της

εξαντλείται στην επιβολή διοικητικών κυρώσεων σε βάρος προμηθευτών (άρθ. 13β).

Όταν η παραβίαση των δικαιωμάτων των καταναλωτών εκτείνεται σε πολλά κράτη-μέλη της ΕΕ, οι αρχές αυτών των χωρών συνεργάζονται και αλληλοβοηθούνται με σκοπό να εξεταστεί η παραβίαση σε όλα τα κράτη-μέλη. Το δίκτυο αυτό ονομάζεται Ηλεκτρονικό Σύστημα Πληροφόρησης για την εσωτερική αγορά (ConsumerPro, Δίκαιο Καταναλωτή, 2021).

#### **9.3.4. Συνήγορος του Καταναλωτή**

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή είναι ένας από τους πιο χρήσιμους και επιτυχημένους θεσμούς για την εξωδικαστική επίλυση των εγχώριων καταναλωτικών διαφορών, ο οποίος συστάθηκε με το ν. 3297/2004 και αποτελεί ανεξάρτητη αρχή υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή επιλαμβάνεται μιας υπόθεσης είτε αυτεπαγγέλτως είτε κατόπιν σχετικής ενυπόγραφης αναφοράς από τον ενδιαφερόμενο με προθεσμία ενός έτους από τότε που αυτός έλαβε πλήρη γνώση της παράνομης συμπεριφοράς του αντισυμβαλλόμενου που συνιστά την καταναλωτική διαφορά. Επιπλέον, επιλαμβάνεται με όμοιο τρόπο και αιτημάτων των καταναλωτών ή ενώσεων των καταναλωτών και των προμηθευτών που έχουν απορριφθεί στο πλαίσιο διαδικασιών που εφαρμόζονται από άλλους καθιερωμένους φορείς εξώδικης ρύθμισης επί μέρους καταναλωτικών διαφορών. Η αρμοδιότητα του Συνηγόρου του Καταναλωτή είναι να προβεί σε έρευνα, συλλογή και αξιολόγηση των στοιχείων της διαφοράς, ενώ μπορεί να καλέσει τους αντισυμβαλλόμενους και σε ακρόαση με στόχο το φιλικό διακανονισμό της διαφοράς εντός ενενήντα (90) ημερών από το κλείσιμο του φακέλου μέσω της εξισορρόπησης των αντικρουόμενων συμφερόντων και της επίτευξης συμβιβασμού μεταξύ των μερών. Εφόσον δεν καταστεί δυνατή η συναινετική επίλυση της διαφοράς, τότε η αρχή προβαίνει σε έγγραφη σύσταση, ενώ μπορεί να δημοσιοποιήσει και το πόρισμά της. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή δεν αποτελεί δικαιοδοτικό όργανο, οπότε δεν επιλαμβάνεται υποθέσεις που εκκρεμούν ενώπιον των δικαστικών αρχών ή αναφορών που κρίνονται προφανώς αόριστες, αβάσιμες, ασήμαντες ή που ασκούνται κατά

τρόπο καταχρηστικό ή κατά παράβαση της αρχής της καλής πίστης (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014).

Σύμφωνα με τον κανονισμό εσωτερικής λειτουργίας του Συνηγόρου του Καταναλωτή (άρθ. 8 του π.δ. 55/2014) προβλέπεται, ότι εφόσον επιτευχθεί συμβιβασμός, συντάσσεται πρακτικό και υπογράφεται από τα εμπλεκόμενα μέρη ή τους νόμιμους εκπροσώπους τους και επέχει θέση δικαστικού συμβιβασμού. Εάν δεν επιτευχθεί συμβιβασμός, ο Συνήγορος του Καταναλωτή είτε προτείνει στα μέρη την προσφυγή στη δικαιοσύνη είτε προβαίνει στη διατύπωση έγγραφης σύστασης με σκοπό την επίλυση της διαφοράς. Σε περίπτωση που κάποιο από τα εμπλεκόμενα μέρη δεν αποδεχθεί την έγγραφη σύσταση - πόρισμα του Συνηγόρου του Καταναλωτή μπορεί να δημοσιοποιήσει το γεγονός με στόχο την ταχύτερη και συνολική διευθέτηση της διαφοράς, τη διαφύλαξη της καλής πίστης και των χρηστών ηθών κατά τις καταναλωτικές συναλλαγές και την αποφυγή παρόμοιων καταναλωτικών διαφορών στο μέλλον. Εφόσον κατά την κρίση του Συνηγόρου του Καταναλωτή τίθεται θέμα προστασίας των καταναλωτών, τα πορίσματα και οι συστάσεις μπορούν να γνωστοποιούνται στον καθ' ύλη αρμόδιο Υπουργό και στον Γενικό Γραμματέα Καταναλωτή.

#### **9.3.5. Ηλεκτρονική Επίλυση Διαφορών (ΗΕΔ)**

Η πλατφόρμα ηλεκτρονικής επίλυσης διαφορών είναι ένας διαδραστικός δικτυακός τόπος, στον οποίο υπάρχει δυνατότητα δωρεάν ηλεκτρονικής πρόσβασης και αποτελεί ενιαίο σημείο εξυπηρέτησης για τους καταναλωτές και τους προμηθευτές που επιδιώκουν την εξωδικαστική επίλυση διαφορών σε ηλεκτρονικές συμβάσεις πώλησης ή παροχής υπηρεσιών (εγχώριες και διασυνοριακές αγορές) μεταξύ καταναλωτή κατοίκου της ΕΕ και προμηθευτή εγκατεστημένου στην ΕΕ με την παρέμβαση φορέα Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2016). Η πλατφόρμα δεν επιλύει διαφορές. Η πλατφόρμα ΗΕΔ λειτουργεί ως σύνδεσμος ανάμεσα στον καταναλωτή, τον προμηθευτή και τον φορέα ΕΕΔ και είναι διαθέσιμη σε όλες τις γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την ισλανδική και τη νορβηγική.

Η πλατφόρμα ΗΕΔ παρέχεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και έχει δημιουργηθεί σύμφωνα με τον Κανονισμό 524/2013 (ΕΕ). Σκοπός του

κανονισμού είναι να συμβάλει στην ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, κυρίως στην ψηφιακή της διάσταση, με την επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών (ασφαλείς και δίκαιες ηλεκτρονικές αγορές), παρέχοντας ευρωπαϊκή πλατφόρμα ΗΕΔ (ποιοτικό εργαλείο επίλυσης διαφορών) για τη διευκόλυνση της ανεξάρτητης, αμερόληπτης, διαφανούς, αποτελεσματικής, γρήγορης και δίκαιης εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών (άρθ. 1).

Για την υλοποίηση αυτού του μηχανισμού θεσπίστηκε ο εκτελεστικός κανονισμός 2015/1051 (ΕΕ), σχετικά με

- τους όρους άσκησης των λειτουργιών της πλατφόρμας ΗΕΔ,
- τις λεπτομέρειες που αφορούν το ηλεκτρονικό έντυπο καταγγελίας και
- τους όρους της συνεργασίας μεταξύ των σημείων επαφής που προβλέπονται στον κανονισμό 524/2013 (ΕΕ) για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών.

Κάθε κράτος μέλος ορίζει ένα σημείο επαφής ΗΕΔ, το οποίο παρέχει υποστήριξη για την επίλυση διαφορών σχετικά με καταγγελίες, οι οποίες υποβάλλονται μέσω της πλατφόρμας ΗΕΔ. Στην Ελλάδα, τον ρόλο του σημείου επαφής ΗΕΔ, έχει αναλάβει ο Συνήγορος του Καταναλωτή-Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή.

Η πλατφόρμα ΗΕΔ αναπτύχθηκε με στόχο να είναι εύχρηστη, να εξασφαλίζει τον σεβασμό της ιδιωτικής ζωής των χρηστών από το στάδιο του σχεδιασμού και να διασφαλίζει ότι η πλατφόρμα ΗΕΔ είναι ευπρόσιτη και χρηστική για όλους, συμπεριλαμβανομένων των ευπαθών χρηστών στο βαθμό του δυνατού (άρθ. 5 παρ. 1 του Κανονισμού 524/2013).

Η πλατφόρμα ΗΕΔ επιτελεί τις ακόλουθες λειτουργίες:

- παρέχει ηλεκτρονικό έντυπο υποβολής καταγγελιών και συμπληρώνεται από τον καταγγέλλοντα,
- ενημερώνει τον καταγγελλόμενο σχετικά με την καταγγελία,
- προσδιορίζει τον αρμόδιο φορέα ή φορείς ΕΕΔ και διαβιβάζει την καταγγελία στον φορέα ΕΕΔ, τον οποίο τα μέρη συμφώνησαν να χρησιμοποιήσουν,
- προσφέρει δωρεάν, ηλεκτρονικό εργαλείο διαχείρισης υποθέσεων, το οποίο επιτρέπει στα μέρη και στον φορέα ΕΕΔ να διεκπεραιώσουν τη διαδικασία επίλυσης της διαφοράς ηλεκτρονικά,

- παρέχει στα μέρη και στον φορέα ΕΕΔ τη μετάφραση των αναγκαίων πληροφοριών για την επίλυση της διαφοράς οι οποίες ανταλλάσσονται μέσω της πλατφόρμας ΗΕΔ,
  - παρέχει ηλεκτρονικό έντυπο μέσω του οποίου οι φορείς ΕΕΔ διαβιβάζουν τις πληροφορίες,
  - παρέχει σύστημα ανατροφοδότησης το οποίο επιτρέπει στα μέρη να διατυπώσουν τις απόψεις τους για τη λειτουργία της πλατφόρμας ΗΕΔ και για τον φορέα ΕΕΔ που χειρίστηκε τη διαφορά τους,
  - δημοσιοποιεί τα ακόλουθα:
    - γενικές πληροφορίες για την ΕΕΔ ως μέσο εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών,
    - πληροφορίες για τους φορείς ΕΕΔ που έχουν περιληφθεί στον κατάλογο αξιολόγησης υπό όρους και είναι αρμόδιοι για τη διεκπεραίωση των διαφορών,
    - ηλεκτρονικό οδηγό για την υποβολή καταγγελιών μέσω της πλατφόρμας ΗΕΔ,
    - πληροφορίες συμπεριλαμβανομένων στοιχείων επικοινωνίας των σημείων επαφής ΗΕΔ που ορίζουν τα κράτη μέλη και
    - στατιστικά δεδομένα σχετικά με την ολοκλήρωση των διαφορών που διαβιβάστηκαν σε φορείς ΕΕΔ μέσω της πλατφόρμας ΗΕΔ (άρθ. 5 παρ. 4).
- Χαρακτηριστική η παρακάτω διεκπεραίωση καταγγελίας μέσω της ηλεκτρονικής επίλυσης διαφορών της ΕΕ.

«Διεκπεραίωση καταγγελίας μέσω της ηλεκτρονικής επίλυσης διαφορών»

«Μια καταναλώτρια από την Τσεχία αγόρασε ένα νέο κινητό τηλέφωνο ηλεκτρονικά, από έμπορο στη Γερμανία. Η συσκευή δεν ανταποκρινόταν σε αυτήν που είχε παραγγείλει και, καθώς δεν μπορούσε να βρει λύση με τον έμπορο, υπέβαλε καταγγελία μέσω του ιστότοπου της ΕΕ για την ηλεκτρονική επίλυση διαφορών (ΗΕΔ). Με τη συγκατάθεση της καταναλώτριας και του εμπόρου, ο αρμόδιος φορέας εναλλακτικής επίλυσης διαφορών διεκπεραίωσε την υπόθεση, με αποτέλεσμα η καταναλώτρια να λάβει ένα νέο τηλέφωνο. Βρέθηκε λύση εύκολα και ανέξοδα, και η διαδικασία έγινε εξ ολοκλήρου ηλεκτρονικά». (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2020)



### **9.3.6. Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτών**

Τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτών είναι αρμόδια για διασυνοριακές διαφορές ανάμεσα σε καταναλωτή και προμηθευτή. Μπορούν να επέμβουν, όταν ένας καταναλωτής αγοράσει κάποιο προϊόν από έναν προμηθευτή σε άλλο κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είτε ταξίδευσε σε αυτό είτε πραγματοποίησε ηλεκτρονική αγορά. Υπάρχει ένα Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή σε κάθε κράτος-μέλος της ΕΕ, στη Νορβηγία και στην Ισλανδία (ConsumerPro, Δίκαιο Καταναλωτή, 2021).

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το νομοθετικό πλαίσιο, σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, για την προστασία του ψηφιακού καταναλωτή στις ηλεκτρονικές συναλλαγές και κατ' ακολουθία στις υπηρεσίες και τα συστήματα πληρωμών (B2C), καθίσταται αναγκαίο να προχωρήσει στην απλούστευση και στον εκσυγχρονισμό των κανόνων δικαίου για τις διαδικτυακές και ψηφιακές αγορές, λαμβάνοντας υπόψη τις συνεχώς μεγάλες τεχνολογικές εξελίξεις.

Πολλές φορές τα δικαιώματα των καταναλωτών καταστρατηγούνται και πρέπει να προστατεύονται ως θεμελιώδη. Η προστασία του καταναλωτή από τον αντισυμβαλλόμενο, ο οποίος έχει αντλήσει από την παράνομη συμπεριφορά του κέρδος, παραπλανώντας τον, είναι ιδιαίτερα σοβαρό ζήτημα, το οποίο χρειάζεται θάρρος, χρήμα και κόπο, και ο καταναλωτής δεν είναι πάντα σε θέση να το επιτύχει. Είναι πολύ συχνό φαινόμενο επίσης η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με το νομικό πλαίσιο, η οποία συχνά είναι προϊόν της πολυνομίας ή των αλλεπάλληλων τροποποιήσεων στους οποίους συχνά υπόκεινται οι νόμοι. Σε κάθε περίπτωση, σημαντικό ζήτημα που προκύπτει είναι η ύπαρξη ή μη σωστής ενημέρωσης όλων των εμπλεκομένων στην αγορά.

Προκειμένου, να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη του ψηφιακού καταναλωτή και να περιορισθεί σημαντικά ο κίνδυνος παρανοήσεων στη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών, εγχώριων και διασυνοριακών, στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, οι προμηθευτές υποχρεούνται να επιδεικνύουν στο ακέραιο την απαραίτητη συμμόρφωσή τους με τους βασικούς κανόνες και αρχές που ρυθμίζουν τις αγορές στο ψηφιακό περιβάλλον και να παρέχουν επαρκή, έγκαιρη και αποτελεσματική ενημέρωση του ψηφιακού καταναλωτή μέσα από το ηλεκτρονικό τους κατάστημα, σχετικά με το αντικείμενο της συναλλαγής και για όλα τα στοιχεία σχετικά με την υπό σύναψη ηλεκτρονική σύμβαση. Οι προμηθευτές πρέπει να ενεργούν πάντα με τις αρχές της καλής πίστης και των συναλλακτικών ηθών, απαλλαγμένοι από το αίσθημα της καχυποψίας έναντι του καταναλωτή, προκειμένου ο ψηφιακός καταναλωτής να αισθανθεί ασφάλεια ως προς την συγκεκριμένη ηλεκτρονική συναλλαγή και να δημιουργηθεί μια ειλικρινή σχέση καταναλωτή-προμηθευτή. Ο ψηφιακός καταναλωτής πρέπει να

αισθάνεται βέβαιος για την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων. Έτσι ενθαρρύνεται η σύναψη διαδικτυακής σύμβασης καθώς μειώνονται οι φόβοι και οι αβεβαιότητες του καταναλωτή για πιθανές υποκλοπές προσωπικών πληροφοριών.

Επιπλέον ο ψηφιακός καταναλωτής και κυρίως οι ανήλικοι χρήστες του διαδικτύου που είναι περισσότερο ευάλωτοι καταναλωτές πρέπει να προστατευθούν από ανεπιθύμητες επιθετικές διαφημίσεις και ηλεκτρονική αλληλογραφία.

Ωστόσο, η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών επιτυγχάνεται με τη χρήση σύγχρονων τεχνικών μέσων, όπως η αξιόπιστη μέθοδος κρυπτογραφίας, και με ψηφιακή πιστοποίηση των ηλεκτρονικών καταστημάτων για την αποφυγή και τη μείωση του κινδύνου που ενέχουν οι συναλλαγές αυτές. Επιπλέον, μέσα από την αποτελεσματική εφαρμογή ενός εμπειριστατωμένου νομοθετικού πλαισίου με την καλύτερη εποπτεία των αρμόδιων αρχών και με αξιόπιστους μηχανισμούς δικαστικής και, κυρίως, εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών, με σκοπό πάντα τη φιλική διευθέτηση, επιτυγχάνεται η κατοχύρωση της νομικής προστασίας του ψηφιακού καταναλωτή, προκειμένου να αποτραπούν, στο βαθμό του δυνατού, οι δυσάρεστες συνέπειες στο μέλλον.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **A) Ελληνική**

- Αλεξανδρίδου, Ελ. (2018), *Δίκαιο προστασίας Καταναλωτή (Ελληνικό-Ενωσιακό)*. Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα
- Γεωργόπουλος Ν., Πολλάλης Γ., Αγιακλόγλου Χ. (2000), «Το διαδίκτυο ως μέσο ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα». «ΣΠΟΥΔΑΙ», Τόμος 50, Τεύχος 3ο - 4ο, Πανεπιστήμιο Πειραιώς
- Δ/ση Έρευνας και Τεκμηρίωσης (2020), *Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Συμβατικές Υποχρεώσεις*. (Θεματικό Δελτίο), ΔΕΕ
- Ζήση, Χ. (2021), «Η προστασία του καταναλωτή στην εξ αποστάσεως σύμβαση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η μέθοδος παράδοσης «click away».
- Ιγγλεζάκης, Ι. (2018), *Δίκαιο πληροφορικής*. Σάκκουλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη
- Καϊάφα-Γκμπάντι, Μ. «Ιγγλεζάκης, Ι.» (2021), *Ψηφιακές συμβάσεις. ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΑ ΕΜΔΔΟΕ*, 4<sup>ος</sup> Τόμος. Νομική Βιβλιοθήκη, Θεσσαλονίκη
- Κακουριώτης, Γ. (2018), «Η προστασία του καταναλωτή στις ηλεκτρονικές συμβάσεις». Πανεπιστήμιο Πειραιώς
- Καλαμπούκα-Γιαννοπούλου, Π. (2020), *Δίκαιο Συναλλαγών (Ειδικά θέματα)*. Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα
- Παμπούκης, Χ. (2009), *Δίκαιο Διεθνών Συναλλαγών*. Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα
- Παπαϊωάννου, Γ. (2003). Η εθνική και ευρωπαϊκή διάσταση του ζητήματος της εναλλακτικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών. Τεύχος Δ΄

### **B) Ιστοσελίδες**

- Αλικάκου Σ. (2018). URL: <https://www.alikakou.gr/gr/el/articles/merythmiseis-gia-ta-ilektronika-katastimata-e-shops-kai-tin-prostasia-ton-katanaloton-dimosieythike-o-nomos-45122018-fek-a-51712018>
- Γενικές Παρατηρήσεις σε θέματα Ουσιαστικού και Δικονομικού Δικαίου.

- URL:[https://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/files\\_green\\_paper\\_comments/hellenic\\_republic\\_ministry\\_of\\_justice\\_el.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/files_green_paper_comments/hellenic_republic_ministry_of_justice_el.pdf)
- Δίκαιο Καταναλωτή (2021). ConsumerPro, URL: [https://www.beuc.eu/publications/consumerpro\\_general\\_consumer\\_law\\_tbd\\_el.pdf](https://www.beuc.eu/publications/consumerpro_general_consumer_law_tbd_el.pdf)
  - ΕΕ (2020). URL:[https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/consumers-dispute-resolution/out-of-court-procedures/index\\_el.htm](https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/consumers-dispute-resolution/out-of-court-procedures/index_el.htm)
  - Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ. (2020). URL: <https://www.ekpizo.gr/>
  - Ε.Χ.Μ.-Ε.Ε.Ε.Δ. URL: <https://hobis.gr/>
  - Ευρωπαϊκή Έκθεση (2021). URL:<https://m.naftemporiki.gr/story/1780343/ilektroniko-emporio-stin-ellada-oi-upsiloteri-ruthmoi-anaptuksis-tou-tzirou-persi-77>
  - Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (2021). URL: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/el/sheet/46>
  - Ευρωπαϊκός Οργανισμός Διαμεσολάβησης και Διαιτησίας. URL: <https://www.eodid.org/el/ypiresies/diaitisia/>
  - Ζερβέας Ε. (2008). URL:<http://www.synigoroskataloti.gr/docs/info/info-Hlektroniko-emporio.pdf>
  - Καλογερόπουλος-Στουραίτης (2021). URL: <https://kstlaw.gr/>
  - Κοντογιάννη Αθ. (2020). URL: <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/9-syn-1-allages-sto-eyropaiko-plaisio-gia-tin-prostasia-kataloti>
  - ΣΤΚ. URL: [www.synigoroskataloti.gr/](http://www.synigoroskataloti.gr/)
  - Τράπεζα Πληροφοριών Νομοθεσίας (2016). URL: <https://www.enomothesia.gr/nomikes-plirofories/enemerose-tou-katalote-gia-tis-apostaseos-symbaseiw-hlektronikoy-emporioy.html>
  - Τσότσου Αλ. (2020). URL: <https://lawyermagazine.gr/i-prostasia-tou-katalawth-sto-hlektroniko-emporio/>
  - Υπουργείο Ανάπτυξης. URL: <https://www.mindev.gov.gr/>
  - Ψηφιακά Δικαιώματα (2020). ConsumerPro, URL: [https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/consumerpro\\_digital\\_rights\\_tbd\\_el.pdf](https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/consumerpro_digital_rights_tbd_el.pdf)

## Γ) Νομοθεσία

- Αστικός Κώδικας: ΦΕΚ Α΄ 164/24-10-1984
- Νόμος 2251/1994 «Προστασία των καταναλωτών» (ΦΕΚ Α΄ 191/16-11-1994)
- Οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2000 για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»)
- Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 για την προσαρμογή της Ελληνικής Νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Κοινοτικής Οδηγίας 2000/31 σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά (ΦΕΚ Α΄ 116/16-05-2003)
- Νόμος 3587/2007 «Τροποποίηση και συμπλήρωση του ν. 2251/1994 "Προστασία των καταναλωτών", όπως ισχύει - Ενσωμάτωση της οδηγίας 2005/29 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 149)» (ΦΕΚ Α΄ 152/10-07-2007)
- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) 861/2007 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 11ης Ιουλίου 2007 για τη θέσπιση ευρωπαϊκής διαδικασίας μικροδιαφορών
- Οδηγία 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 25ης Οκτωβρίου 2011 σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου
- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 1215/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12ης Δεκεμβρίου 2012 για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις
- Κοινή Υπουργική Απόφαση Ζ1-891/2013 για την προσαρμογή της Ελληνικής νομοθεσίας προς την Οδηγία 2011/83/ΕΕ σχετικά τα Δικαιώματα των Καταναλωτών (ΦΕΚ Β΄ 2144/30-08-2013)

- Κανονισμός (ΕΕ) 910/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 23ης Ιουλίου 2014 σχετικά με την ηλεκτρονική ταυτοποίηση και τις υπηρεσίες εμπιστοσύνης για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές στην εσωτερική αγορά και την κατάργηση της οδηγίας 1999/93/ΕΚ
- ΚΥΑ 70330οικ./2015 Ρυθμίσεις σχετικά με για την προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας, σε συμμόρφωση με την Οδηγία **2013/11/ΕΕ** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Μαΐου 2013 για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (οδηγία ΕΕΚΔ) και την λήψη συμπληρωματικών εθνικών μέτρων εφαρμογής του Κανονισμού 524/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Μαΐου 2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών (ΦΕΚ Β' 1421/09-07-2015)
- ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2015/2421 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16ης Δεκεμβρίου 2015 σχετικά με την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 861/2007 για τη θέσπιση ευρωπαϊκής διαδικασίας μικροδιαφορών και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1896/2006 για τη θέσπιση διαδικασίας ευρωπαϊκής διαταγής πληρωμής
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 2015/1051 σχετικά με τους όρους άσκησης των λειτουργιών της πλατφόρμας ηλεκτρονικής επίλυσης διαφορών, τις λεπτομέρειες που αφορούν το ηλεκτρονικό έντυπο καταγγελίας και τους όρους της συνεργασίας μεταξύ των σημείων επαφής που προβλέπονται στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 524/2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών
- Κανονισμός (ΕΕ) 2015/751 σχετικά με τις διαπραπτικές προμήθειες για πράξεις πληρωμών με κάρτες
- Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και

την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)

- ΠΔ 10/2017 Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας (ΦΕΚ Α' 23/01-03-2017)
- ΥΑ 31619 οικ./2017 Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ΦΕΚ Β' 969/22-03-2017)
- Νόμος 4512/2018 «Ρυθμίσεις για την εφαρμογή των Διαρθρωτικών Μεταρρυθμίσεων του Προγράμματος Οικονομικής Προσαρμογής και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 5/17-01-2018) - Τμήμα Β', Μέρος Α', Τροποποίηση του Ν.2251/1994 «Προστασία των Καταναλωτών»
- Υπουργική Απόφαση 5338/2018 Κωδικοποίηση του ν. 2251/1994 (Α' 191) «Προστασία των Καταναλωτών» σε ενιαίο κείμενο» (ΦΕΚ Β' 40/17-01-2018)
- Κανονισμός (ΕΕ) 2018/302 για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλων μορφών διακριτικής μεταχείρισης με βάση την ιθαγένεια, τον τόπο διαμονής ή τον τόπο εγκατάστασης των πελατών εντός της εσωτερικής αγοράς και για την τροποποίηση των κανονισμών (ΕΚ) αριθμ. 2006/2004 και (ΕΕ) 2017/2394 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ
- Νόμος 4537/2018 Ενσωμάτωση στην ελληνική νομοθεσία της Οδηγίας 2015/2366/ΕΕ για τις υπηρεσίες πληρωμών και άλλες διατάξεις (ΦΕΚ Α' 84/15-05-2018)
- Ν. 4624/2019 Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/680 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016 και άλλες διατάξεις (ΦΕΚ Α' 137/29-09-2019)
- Οδηγία 2019/770/ΕΚ σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών



- Οδηγία 2019/771/EK σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών
- Οδηγία 2019/2161/EK όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών
- ΚΥΑ 2126/2020 Λήψη συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του κανονισμού 2017/2394, σχετικά με τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών που είναι αρμόδιες για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών με την κατάργηση του κανονισμού 2006/2004 και της κοινής υπουργικής απόφασης με αριθμό Ζ1-827/2006 (Β' 1086) (ΦΕΚ Β' 27/16-01-2020)
- Νόμος 4727/2020 Ψηφιακή Διακυβέρνηση (Ενσωμάτωση στην Ελληνική Νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/2102 και της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/1024) - Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες (Ενσωμάτωση στο Ελληνικό Δίκαιο της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972) και άλλες διατάξεις (ΦΕΚ Α' 184/23-09-2020)
- Νόμος 4764/2020 Ρυθμίσεις για την προστασία της δημόσιας υγείας από τις συνέπειες της πανδημίας του κορωνοϊού COVID-19, την ενίσχυση των μέσων μαζικής μεταφοράς, την επιτάχυνση της απονομής των συντάξεων, τη ρύθμιση οφειλών προς τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλες κατεπείγουσες διατάξεις (ΦΕΚ Α' 256/23-12-2020)