

ΙΩΑΝΝΗΣ Κ. ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ
Ομ. Καθηγητής Πανεπιστημίου Αθηνών, Δικηγόρος

ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ν 2251/1994

ΕΡΜΗΝΕΙΑ - ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ - ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ



3η έκδοση



ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή
Ιωάννης Κ. Καρακώστας, Ομ. Καθηγητής Πανεπιστημίου Αθηνών, Δικηγόρος

ISBN 978-960-562-536-8

Σύμφωνα με το Ν. 2121/93 για την Πνευματική Ιδιοκτησία απαγορεύεται η αναδημοσίευση και γενικά η αναπαραγωγή του παρόντος έργου, η αποθήκευσή του σε βάση δεδομένων, η αναμετάδοσή του σε ηλεκτρονική ή οποιαδήποτε άλλη μορφή και η φωτοανατύπωσή του με οποιονδήποτε τρόπο, χωρίς γραπτή άδεια του εκδότη.

ΔΗΛΩΣΗ ΕΚΔΟΤΙΚΟΥ ΟΙΚΟΥ

Το περιεχόμενο του παρόντος έργου έχει τύχει επιμελούς και αναλυτικής επισημονικής επεξεργασίας. Ο εκδοτικός οίκος και οι συντάκτες δεν παρέχουν διά του παρόντος νομικές συμβουλές ή παρεμφερείς συμβουλευτικές υπηρεσίες, ουδεμία δε ευθύνη φέρουν για τυχόν ζημία τρίτου λόγω ενέργειας ή παράλειψης που βασίστηκε εν όλω ή εν μέρει στο περιεχόμενο του παρόντος έργου.

Art Director: Γιάννης Μαμαλούκος
Υπεύθυνος Παραγωγής: Ανδρέας Μενούκος
Φωτοστοιχειοθεσία: Αγγελική Μαυρογιάννη
Παραγωγή: NB Production AM010416M23



NOMIKH BIBLIOTHKH

Μαυρομικάλη 23, 106 80 Αθήνα
Τηλ.: 210 3678 800 • Fax: 210 3678 819
<http://www.nb.org> • e-mail: info@nb.org
Αθήνα: Μαυρομικάλη 2, 106 79 • Τηλ.: 210 3607 521
Πειραιάς: Φίλωνος 107-109, 185 36 • Τηλ.: 210 4184 212
Πάτρα: Κανάρη 15, 262 22 • Τηλ.: 2610 361 600
Θεσ/νίκη: Φράγκων 1, 546 26 • Τηλ.: 2310 532 134



ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Consumer Protection

by John Karakostas

Professor Emeritus at the University of Athens

Abstract: This edition is among the most complete analyses of consumer protection law. Numerous recent changes in the law, aiming at implementing the corresponding EU Directives, have made this new edition necessary. This book constitutes an article-by-article commentary of the fundamental Law 2251/1994, as currently in force, and is structured in the following main sections: unfair standard contract terms, off-premises contracts, distance contracts, producer liability for defective products, consumer health and safety, service provider liability, advertising, judicial and out-of-court protection. This edition is completed by relevant studies-legal opinions, a bibliography and useful templates.

ISBN 978-960-562-536-8

COPYRIGHT

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, without the prior permission of NOMIKI BIBLIOTHIKI S.A., or as expressly permitted by law or under the terms agreed with the appropriate reprographic rights organisation. Enquiries concerning reproduction which may not be covered by the above should be addressed to NOMIKI BIBLIOTHIKI S.A. at the address below.

DISCLAIMER

The content of this work is intended for information purposes only and should not be treated as legal advice. The publication is necessarily of a general nature; NOMIKI BIBLIOTHIKI S.A. makes no claim as to the comprehensiveness or accuracy of the information provided; Information is not offered for the purpose of providing individualized legal advice. Professional advice should therefore be sought before any action is undertaken based on this publication. Use of this work does not create an attorney-client or any other relationship between the user and NOMIKI BIBLIOTHIKI S.A. or the legal professionals contributing to this publication.



NOMIKI BIBLIOTHIKI

23, Mavromichali Str., 106 80 Athens Greece
Tel.: +30 210 3678 800 • Fax: +30 210 3678 819
<http://www.nb.org> • e-mail: info@nb.org



member of Europe's 500
dynamic entrepreneurs



© 2016, NOMIKI BIBLIOTHIKI S.A.

ΙΩΑΝΝΗΣ Κ. ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ
Ομ. Καθηγητής Πανεπιστημίου Αθηνών, Δικηγόρος

ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ν 2251/1994 όπως ισχύει

ΕΡΜΗΝΕΙΑ - ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ - ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Συνεργασία:
Απόστολος Μάνθος, Δικηγόρος, ΔΝ

3η έκδοση



ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

*Αφιερώνεται στη γυναίκα μου
Ιουλία Βελισσαροπούλου - Καράκωστα*

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Volenti non fit iniuria

Η διείσδυση του ευρωπαϊκού ενωσιακού δικαίου (αρχικώς δικαίου της ΕΟΚ και μετέπειτα της Ευρωπαϊκής Κοινότητας) και η εφαρμογή του στο πλαίσιο του εθνικού - θετικού και ζωντανού - δικαίου αποτέλεσε την αφορμή και αφετηρία της σχετικής συγγραφικής μου δραστηριότητας, ήδη από το έτος 1997, με την έκδοση του έργου μου «Κοινοτικοί Κανόνες και Εθνικό Αστικό Δίκαιο» από τον εκδοτικό οίκο Νομική Βιβλιοθήκη.

Το Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή αποτελεί ίσως την πιο χαρακτηριστική περίπτωση και από παράδειγμα επίδρασης του ευρωπαϊκού ενωσιακού δικαίου στην εθνική έννομη τάξη. Το έργο, ήδη από την δεύτερη έκδοση, έχει προσαρμοστεί στις νομοθετικές μεταβολές που έλαβαν χώρα μετά τη θέση σε ισχύ του Ν 3587/2007 και είχαν ως στόχο την ενσωμάτωση στο εθνικό δίκαιο των αντίστοιχων Οδηγιών της ΕΕ.

Μετά την παράθεση της σχετικής νομοθεσίας (Ν 2251/1994, Ν 3297/1994, ΠΔ 301/2002, ΥΑ Ζ1-891/2013, ΚΥΑ 70330/2015) ακολουθεί η κατ' άρθρο ερμηνεία του βασικού Ν 2251/1994, όπως ισχύει σήμερα. Το έργο διαρθρώνεται στις ακόλουθες θεματικές: Πεδίο εφαρμογής, Καταχρηστικοί ΓΟΣ, Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, Συμβάσεις από απόσταση, Πώληση καταναλωτικών αγαθών και εγγυήσεις, Ευθύνη παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα, Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών, Ευθύνη παρέχοντος υπηρεσίες (τραπεζικές, επενδυτικές, νομικές κ.ά.), Διαφήμιση (παραπλανητική, αθέμιτη, συγκριτική, άμεση), Δικαστική και εξωδικαστική προστασία (φιλικός διακανονισμός, ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών, Συνήγορος του Καταναλωτή). Το έργο συμπληρώνεται με σχετικές μελέτες - γνωμοδοτήσεις, βιβλιογραφία και αρθρογραφία (ελληνική και ξενόγλωσση), καθώς και χρήσιμα υποδείγματα δικογράφων.

Φιλοδοξώ ότι και η τρίτη έκδοση του έργου θα απολαύει της εμπιστοσύνης του νομικού κόσμου και θα αποτελέσει συνάμα ένα εγχειρίδιο χρήσιμο όχι μόνο για τον εφαρμοστή του δικαίου αλλά και για κάθε πολίτη - καταναλωτή που ενδιαφέρεται να είναι πλήρως ενημερωμένος για το ισχύον νομικό πλαίσιο και επιθυμεί διαφανείς και ομαλές συναλλαγές, ώστε στους αναγνώστες του έργου να επιβεβαιώνεται η ρήση του Ουλπιανού «Volenti non fit iniuria» (Ουλπιανός, Digesta 50, 17, 145).

Ευχαριστίες οφείλονται στον διδάκτορα νομικής, δικηγόρο κ. Απόστολο Μάνθο, τη διπλοματούχο μεταπτυχιακών σπουδών, δικηγόρο κα Δήμητρα Θεοχαροπούλου και τον δικηγόρο, MJur (Οχον) κ. Ευάγγελο Βεγίρη για την επιστημονική τους αρωγή.

Συγχαρητήρια και ευχαριστίες οφείλονται επίσης στον εκδοτικό οίκο Νομική Βιβλιοθήκη για την ιδιαιτέρως καλαίσθητη έκδοση.

Απρίλιος 2016

Ιωάννης Κ. Καράκωστας

Ομ. Καθηγητής Πανεπιστημίου Αθηνών, Δικηγόρος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ “Volenti non fit iniuria”	IX
--	----

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ Νομοθεσία

[1] Ν 2251/1994 Προστασία των καταναλωτών.....	3
[2] ΠΔ 301/2002 Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Οδηγίας 98/27/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 19ης Μαΐου 1998 «περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών» (ΕΕ αριθ. L 166 της 11.6.1998, σελ. 51-55) και τροποποίηση του Νόμου 2251/1994 για την «Προστασία των καταναλωτών» (ΦΕΚ Α΄ 191).....	73
[3] Ν 3297/2004 Συνήγορος του Καταναλωτή - Ρύθμιση θεμάτων του Υπουργείου Ανάπτυξης και άλλες διατάξεις.....	75
[4] ΥΑ 70330/2015 Ρυθμίσεις σχετικά με 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	82
Πίνακας Σχετικών Νομοθετημάτων	98

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ
Ερμηνεία κατ' άρθρον Ν 2251/1994

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΤΟ ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

(Άρθρο 1 Ν 2251/1994)

1. Η προέλευση και το περιεχόμενο της συναλλακτικής υποχρέωσης-αρχής της προστασίας του καταναλωτή	105
2. Η προστασία του καταναλωτή στο ελληνικό δίκαιο	106
3. Οι γενικές διατάξεις του Ν 2251/1994	108
A. Η προστασία του καταναλωτή ως υποχρέωση του κράτους	108
B. Η εισαγωγή της θεμελιώδους έννοιας της βιώσιμης κατανάλωσης	108
4. Οι έννοιες του «καταναλωτή» και του «προμηθευτή»	110
A. Καταναλωτής.....	110
I. Ορισμός της έννοιας του καταναλωτή.....	110
α) Φυσικά πρόσωπα και ενώσεις με ή χωρίς νομική προσωπικότητα ως καταναλωτές.....	111
β) Στοιχεία της έννοιας του καταναλωτή	112
αα) Προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών στην αγορά.....	112
ββ) Τελικός αποδέκτης	112
γ) Ο αποδέκτης διαφήμισης και ο εγγυητής ως καταναλωτές.....	114
II. Τα κριτήρια ελέγχου ορθής υπαγωγής στον ορισμό.....	115
α) Διαπραγματευτική υπεροχή του προμηθευτή.....	115
β) Καταχρηστική επίκληση του Ν 2251/1994 από καταναλωτή.....	116
III. Η στάθμιση των κριτηρίων και η ανάδειξη του «ευλόγως προσεκτικού και ενημερωμένου καταναλωτή».....	117
B. Προμηθευτής.....	118
I. Ορισμός της έννοιας του προμηθευτή	118
II. Επιχειρήσεις του δημοσίου τομέα και κοινής ωφελείας	119
5. Κοινωνική πολιτική για την προστασία του καταναλωτή	120
A. Η αναγκαιότητα της παράλληλης με την εθνική κοινωνικής προστασίας του καταναλωτή.....	120
B. Τα βασικά σημεία της πολιτικής της ΕΕ για την προστασία του καταναλωτή.....	120

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΟΙ ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

(Άρθρο 2 Ν 2251/1994)

1. Η αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων και η εξαίρεση των συμβάσεων προσχώρησης.....	124
2. Έννοια και πεδίο εφαρμογής των ΓΟΣ.....	125
Α. Ο συμβατικός χαρακτήρας των ΓΟΣ.....	126
Β. Μονομερής προδιατύπωση των όρων - Παντελής απουσία διαπραγμάτευσης....	127
Γ. Προορισμός για μελλοντική ομοιόμορφη χρήση.....	128
3. Ο δικαστικός έλεγχος των ΓΟΣ.....	128
Α. Έλεγχος της ενσωμάτωσης των ΓΟΣ στη σύμβαση.....	129
<i>I. Επισήμανση των ΓΟΣ - Εξασφάλιση γνώσης του περιεχομένου τους.....</i>	<i>129</i>
α) Η υπόδειξη των ΓΟΣ - Υποχρέωση γραπτής και σαφούς διατύπωσης.....	129
β) Η ελληνική ως γλώσσα σύνταξης των ΓΟΣ.....	131
<i>II. Γνώση ή υπαίτια άγνοια των ΓΟΣ από τον καταναλωτή.....</i>	<i>132</i>
<i>III. Συγκατάθεση του αντισυμβαλλόμενου στην ισχύ των ΓΟΣ.....</i>	<i>133</i>
Β. Έλεγχος μέσω της ερμηνείας των ΓΟΣ.....	133
<i>I. Οι ερμηνευτικοί κανόνες του Ν 2251/1994.....</i>	<i>133</i>
<i>II. Γενικά ερμηνευτικά κριτήρια του ΑΚ.....</i>	<i>134</i>
<i>III. Συνταγματικού δικαίου κριτήρια.....</i>	<i>135</i>
Γ. Έλεγχος του περιεχομένου των ΓΟΣ.....	137
<i>I. Τα δύο συστήματα ελέγχου του περιεχομένου των ΓΟΣ και το κριτήριο εφαρμογής τους.....</i>	<i>137</i>
<i>II. Ο έλεγχος του περιεχομένου των ΓΟΣ κατά το Ν 2251/1994.....</i>	<i>138</i>
α) Η γενική ρήτρα απαγόρευσης του άρθρου 2 παρ. 6 Ν 2251/1994.....	138
β) Ο ενδεικτικός κατάλογος καταχρηστικών ρητρών του άρθρου 2 παρ. 7 Ν 2251/1994.....	140
γ) Οι συνέπειες της καταχρηστικότητας ενός ΓΟΣ.....	144
<i>III. Ο έλεγχος του περιεχομένου των ΓΟΣ μέσω του συστήματος του Αστικού Κώδικα.....</i>	<i>145</i>
α) Η διάταξη του άρθρου 178 ΑΚ για τη δικαιοπραξία που αντιβαίνει στα χρηστά ήθη.....	145
β) Η διάταξη του άρθρου 179 περ. β' ΑΚ για την καταπλεονεκτική δικαιοπραξία.....	146
γ) Οι διατάξεις των άρθρων 371-373 ΑΚ για την αοριστία παροχής.....	146
δ) Η διάταξη του άρθρου 281 ΑΚ για την κατάχρηση δικαιώματος.....	147

ε) Η διάταξη του άρθρου 288 ΑΚ για την καλή πίστη και τα συναλλακτικά ήθη	148
στ) Η διάταξη του άρθρου 332 παρ. 2 εδ. Β΄ ΑΚ για τις απαλλακτικές ρήτρες ευθύνης από πταίσμα	148
4. Οι γενικοί όροι των τραπεζικών συναλλαγών	151
Α. Η δυνατότητα εφαρμογής του Ν 2251/1994 επί των τραπεζικών συμβάσεων	152
I. Η έννοια του «καταναλωτή» χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.....	152
α) Ο πελάτης της Τράπεζας	152
β) Ο εγγυητής τραπεζικού δανείου	155
II. Η έννοια του «προμηθευτή»	157
Β. Περιπτώσιολογία καταχρηστικών τραπεζικών ΓΟΣ	158
Γ. Ο εποπτικός ρόλος της Τράπεζας της Ελλάδος	165
5. Γενικοί όροι των συμβάσεων κινητής τηλεφωνίας	167
6. Γενικοί όροι των ασφαλιστικών συμβάσεων	168
Α. Έννοια των Γενικών Ασφαλιστικών όρων	169
Β. Περιπτώσιολογία καταχρηστικών ΓΟΑσφ.....	169
7. Γενικοί όροι των συμβάσεων ταχυδρομικών υπηρεσιών	171
 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ	
ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	
(Άρθρα 3 - 31γ Ν 2251/1994)	
1. Εισαγωγικές παρατηρήσεις.....	173
2. Η έννοια του όρου «συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος»	174
3. Προϋποθέσεις εφαρμογής των άρθρων 3-31γ Ν 2251/1994.....	175
Α. Πώληση αγαθών ή παροχή υπηρεσιών	175
Β. Σύναψη της σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος.....	176
I. Κατάρτιση σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του προμηθευτή	176
II. Προσφορά από τον καταναλωτή	176
III. Προηγούμενη επαφή προμηθευτή και καταναλωτή	177
IV. Σύναψη κατά τη διάρκεια εκδρομής	177
4. Το πεδίο εφαρμογής των άρθρων 3-31γ Ν 2251/1994.....	177
Α. Γενικά.....	177
Β. Υποσχετικές - εκπομπτικές συμβάσεις	178

Γ. Επαχθείς συμβάσεις.....	178
Δ. Συμβάσεις εγγύησης.....	179
5. Οι εξαιρούμενες συμβάσεις	180
Α. Κοινωνικές υπηρεσίες.....	181
Β. Υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης.....	181
Γ. Δραστηριότητες τζόγου	182
Δ. Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.....	182
Ε. Συμβάσεις με αντικείμενο δικαιώματα σχετικά με τα ακίνητα.....	182
Στ. Άλλες περιπτώσεις με ακίνητα	183
Ζ. Οργανωμένα ταξίδια.....	183
Η. Χρονομεριστική μίσθωση	183
Θ. Συμβάσεις που καταρτίζονται με δημόσιο τύπο	183
Ι. Προμήθεια αγαθών τρέχουσας κατανάλωσης.....	184
ΙΑ. Μεταφορά επιβατών	184
ΙΒ. Αυτόματες πωλήσεις.....	184
ΙΓ. Τηλεπικοινωνίες.....	185
6. Η παρεχόμενη από το νόμο προστασία	185
Α. Υποχρέωση πληροφόρησης στο προσυμβατικό στάδιο	185
<i>I. Περιεχόμενο της υποχρέωσης</i>	<i>185</i>
<i>II. Έννομες συνέπειες.....</i>	<i>187</i>
α) Κανονιστική ισχύς των πληροφοριών	187
β) Παραβίαση της υποχρέωσης πληροφόρησης.....	188
Β. Τυπικές απαιτήσεις	188
<i>I. Περιπτώσεις.....</i>	<i>188</i>
α) Έγγραφη ενημέρωση	188
β) Αντίγραφο σύμβασης	189
γ) Ρητή αίτηση του καταναλωτή	189
δ) Εκτέλεση επισκευών ή συντήρησης	189
<i>II. Παραβίαση τυπικών απαιτήσεων</i>	<i>189</i>
Γ. Το δικαίωμα υπαναχώρησης.....	190
<i>I. Η αναιτιολόγητη υπαναχώρηση</i>	<i>190</i>
<i>II. Ο τρόπος άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.....</i>	<i>190</i>
<i>III. Η προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης</i>	<i>191</i>
<i>IV. Μεταβατική περίοδος.....</i>	<i>192</i>

α) Η απαγόρευση καταβολής του τιμήματος.....	192
β) Η υποχρέωση εκπλήρωσης του προμηθευτή	193
<i>V. Συνέπειες άσκησης ή μη της υπαναχώρησης.....</i>	193
<i>VI. Συνέπειες της μη ενημέρωσης του καταναλωτή ως προς το δικαίωμα υπαναχώρησης.....</i>	194
<i>VII. Υποχρεώσεις του προμηθευτή σε περίπτωση υπαναχώρησης.....</i>	194
<i>VIII. Υποχρεώσεις του καταναλωτή σε περίπτωση υπαναχώρησης.....</i>	195
α) Επιστροφή αγαθών	195
β) Μείωση της αξίας των αγαθών	195
γ) Υπαναχώρηση από σύμβαση παροχής υπηρεσιών, νερού, φυσικού αερίου κ.λπ.	196
δ) Παροχές ψηφιακού περιεχομένου.....	196
<i>IX. Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης.....</i>	196
Δ. Άλλα - πλην της υπαναχώρησης - μέσα προστασίας.....	198

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ (Άρθρο 3-31γ Ν 2251/1994)

1. Έννοια των συμβάσεων από απόσταση - πεδίο εφαρμογής.....	202
Α. Προϋποθέσεις υπαγωγής στα άρθρα 3-31γ Ν 2251/1994.....	202
Β. Έννοιες του καταναλωτή και του προμηθευτή	204
Γ. Συμβάσεις που εξαιρούνται από την έννοια των συμβάσεων εξ αποστάσεως...205	
2. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή στο προσυμβατικό στάδιο	205
3. Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως.....	206
Α. Πριν από τη σύναψη της σύμβασης.....	206
<i>I. Τρόπος ενημέρωσης.....</i>	206
<i>II. Σύναψη με ηλεκτρονικά μέσα - ιστοσελίδες.....</i>	206
<i>III. Άλλες περιπτώσεις.....</i>	207
Β. Μετά τη σύναψη της σύμβασης.....	207
4. Δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή.....	208
5. Εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών	209
Α. Η ενσωμάτωση της κοινοτικής Οδηγίας 2002/65/ΕΚ στο Ν 2251/1994.....	209
Β. Πεδίο εφαρμογής του άρθρου 4θ Ν 2251/1994	210
Γ. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή.....	210

Δ. Δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή.....	211
Ε. Απαγόρευση αποστολής προϊόντων ή παροχή υπηρεσιών χωρίς παραγγελία.....	212
6. Το ηλεκτρονικό εμπόριο	213
Α. Η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου	213
I. Προστασία του καταναλωτή - χρήση του διαδικτύου κατά το δίκαιο της πώλησης.....	214
II. Προστασία του καταναλωτή - χρήση του διαδικτύου κατά το Ν 2251/1994.....	215
Β. Η Οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ελληνικό δίκαιο προσαρμογής (ΠΔ 131/2003).....	217
I. Σκοπός της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο.....	217
II. Πεδίο εφαρμογής του ΠΔ 131/2003 - Υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.....	218
III. Οι εξαιρούμενοι τομείς από το πεδίο εφαρμογής του ΠΔ 131/2003.....	219
Γ. Έννοια του καταναλωτή σε ηλεκτρονικές συμβάσεις.....	219
Δ. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή στο ηλεκτρονικό εμπόριο.....	221
I. Υποχρεωτικά παρεχόμενες γενικές πληροφορίες.....	221
II. Υποχρεωτικά παρεχόμενες ειδικές πληροφορίες κατά τη σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων.....	222
III. Υποχρεωτικά παρεχόμενες πληροφορίες κατά τις εμπορικές επικοινωνίες.....	222
IV. Αρχές που διέπουν τη διαδικασία ανάθεσης παραγγελιών με ηλεκτρονικά μέσα.....	223
V. Πληρωμή με πιστωτική κάρτα	223
VI. Παραπομπή του ΠΔ 131/2003 στις διατάξεις του Ν 2251/1994 για τη δικαστική και εξωδικαστική επίλυση των διαφορών.....	224
Ε. Διεθνής δικαιοδοσία σε ηλεκτρονικές καταναλωτικές συμβάσεις.....	225
ΣΤ. Διοικητική συνεργασία κρατών μελών της ΕΕ για την προστασία του καταναλωτή στο ηλεκτρονικό εμπόριο.....	226

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ

(Άρθρα 4, 4α-4η, 5 Ν 2251/1994)

1. Οι ρυθμίσεις των άρθρων 4 έως 4η Ν 2251/1994 για τις καταναλωτικές συμβάσεις.....	229
Α. Πεδίο εφαρμογής.....	229

B. Υποχρέωση ενημέρωσης κατά το προσυμβατικό στάδιο	230
Γ. Ρυθμίσεις που εφαρμόζονται μόνο σε πωλήσεις αγαθών	231
I. Χρόνος παράδοσης των αγαθών	231
II. Μετάθεση κινδύνου	232
Δ. Ρυθμίσεις που εφαρμόζονται σε πωλήσεις αγαθών και σε συμβάσεις παροχής υπηρεσιών	232
I. Χρήση μέσων πληρωμής	233
II. Χρέωση τηλεφωνικής επικοινωνίας	233
III. Πρόσθετες πληρωμές	233
IV. Παροχή μη παραγγελθέντων	233
2. Προστασία καταναλωτή επί πωλήσεων καταναλωτικών αγαθών και εγγυήσεων κατά το άρθρο 5 Ν 2251/1994	233
A. Η πρόβλεψη του άρθρου 5 Ν 2251/1994	233
B. Η πρόβλεψη της κοινοτικής Οδηγίας 1999/44/ΕΚ	234
3. Η υποχρέωση παροχής πληροφοριών	235
A. Σαφείς οδηγίες για ασφαλή χρήση	235
B. Ενημέρωση για την πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος	236
4. Η υποχρέωση παροχής εγγύησης	236
A. Η (αστική) εγγύηση στην πώληση των άρθρων 559 και 556 ΑΚ	236
B. Η εμπορική (ή καταναλωτική) εγγύηση του άρθρου 5 Ν 2251/1994	237
I. Ο αναγκαστικός χαρακτήρας της εγγύησης	237
II. Ο έγγραφος τύπος της εγγύησης	239
III. Το περιεχόμενο της εγγύησης	239
IV. Η σχέση των διατάξεων του ΑΚ για την ευθύνη του πωλητή με το άρθρο 5 Ν 2251/1994	241
5. Η υποχρέωση εξασφάλισης εξυπηρέτησης μετά την πώληση (αντικατάσταση, συντήρηση, επισκευή κ.λπ.)	243

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Η ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ ΓΙΑ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

(Άρθρο 6 Ν 2251/1994)

1. Οι προϋποθέσεις του άρθρου 6 Ν 2251/1994 για την ευθύνη του παραγωγού	245
A. Η έννοια του παραγωγού	246
I. Ο πραγματικός παραγωγός	246

II. Ο οιονεί παραγωγός	247
III. Ο εισαγωγέας.....	248
IV. Ο προμηθευτής.....	249
V. Αναγωγή μεταξύ των συνοφειλετών - παράλληλη ευθύνη.....	251
VI. Σχέση με τις γενικές διατάξεις περί αδικοπρακτικής ευθύνης.....	252
B. Η έννοια του προϊόντος.....	252
I. Στοιχεία του ορισμού του προϊόντος	252
II. Περιπτώσιολογία.....	252
III. Η εξαίρεση των υπηρεσιών.....	254
IV. Προέλευση του προϊόντος από παραγωγό.....	254
Γ. Η έννοια του ελαττώματος	255
I. Ανεξάρτητη και αυτόνομη έννοια του ελαττώματος	255
II. Διακρίσεις των ελαττωμάτων	255
III. Η προβλεπόμενη απόδοση ή η εύλογα αναμενόμενη ασφάλεια	256
IV. Κριτήρια προσδιορισμού της προβλεπόμενης απόδοσης και της εύλογα αναμενόμενης ασφάλειας	257
V. Αιτιώδης συνάφεια ελαττώματος και ζημίας	260
Δ. Η έννοια της ζημίας.....	261
I. Προστατευόμενα έννομα αγαθά	261
II. Ζημία λόγω θανάτου ή σωματικής βλάβης.....	263
α) Δικαιούχοι της αποζημίωσης.....	263
β) Αποκαταστατέα ζημία.....	264
III. Ζημία λόγω βλάβης ή καταστροφής περιουσιακού στοιχείου	267
α) Ζημία σε άλλο περιουσιακό στοιχείο «εκτός από το ίδιο το ελαττωματικό προϊόν».....	267
β) Προορισμός του πράγματος για ιδιωτική χρήση ή κατανάλωση.....	271
γ) Αποκαταστατέα ζημία.....	273
δ) Δικαιούχοι της αποζημίωσης.....	274
ε) Ζημία τουλάχιστον 500 ευρώ.....	275
IV. Ηθική βλάβη.....	276
V. Το ειδικότερο ζήτημα της περιβαλλοντικής ζημίας	280
E. Βάρος απόδειξης και λόγοι απαλλαγής του παραγωγού	283
I. Μη θέση του ζημιογόνου προϊόντος σε κυκλοφορία	283
II. Ανυπαρξία ελαττώματος κατά τον χρόνο θέσης του προϊόντος σε κυκλοφορία	284
III. Κατασκευή και διανομή του προϊόντος για ιδιωτικούς λόγους.....	285

IV. Κατασκευή του προϊόντος σύμφωνα με κανόνες αναγκαστικού δικαίου	285
V. Αδυναμία διάγνωσης του ελαττώματος λόγω του γενικού επιπέδου των επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων	286
VI. Ελάττωμα που οφείλεται στο κύριο προϊόν, στο οποίο έχει ενσωματωθεί το συστατικό.....	287
ΣΤ. Απαγόρευση απαλλακτικών ρητρών	288
Z. Παραγραφή και απόσβεση.....	289
2. Η αδικοπρακτική ευθύνη του ΑΚ και η ειδική ευθύνη παραγωγού του Ν 2251/1994	290
A. Σύγκριση της αδικοπρακτικής ευθύνης του ΑΚ και της ειδικής ευθύνης του άρθρου 6 Ν 2251/1994.....	290
I. Πλεονεκτήματα της επιλογής ως νομικής βάσης των διατάξεων του ΑΚ.....	290
II. Πλεονεκτήματα της επιλογής ως νομικής βάσης του άρθρου 6 Ν 2251/1994....	291
B. Συρροή αξιώσεων από τις ειδικές διατάξεις περί της ευθύνης του παραγωγού και ενδοσυμβατικής ευθύνης	291
I. Συρροή νόμιμων βάσεων.....	291
II. Το δίκαιο της ευθύνης του πωλητή για ελαττώματα του πράγματος	292
III. Αποκατάσταση των περαιτέρω ζημιών λόγω πραγματικού ελαττώματος.....	293
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ	
ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ (Άρθρο 7 Ν 2251/1994)	
1. Η κοινοτική νομοθεσία για την ασφάλεια των προϊόντων.....	297
2. Η σημασία του άρθρου 7 Ν 2251/1994.....	298
3. Υποχρεώσεις που αφορούν τη διάθεση των προϊόντων στην αγορά	299
A. Η έννοια του προμηθευτή - πεδίο εφαρμογής.....	299
B. Η έννοια του ασφαλούς προϊόντος	300
I. Η έννοια του «προϊόντος»	300
II. Το κριτήριο της ασφάλειας.....	300
III. Υποχρέωση συμμόρφωσης του προμηθευτή προς τις υποχρεώσεις του	301
IV. Οι υποχρεώσεις των διανομέων.....	302
4. Έλεγχοι για την ασφάλεια προϊόντων που έχουν ήδη διατεθεί στην αγορά.....	303
A. Έλεγχοι σε εθνικό επίπεδο	303
B. Έλεγχοι σε κοινοτικό επίπεδο.....	305

5. Επισήμανση, σήμανση και οδηγίες χρήσης των προϊόντων	307
A. Τα χαρακτηριστικά των προϊόντων	307
I. Τρόφιμα.....	308
II. Φάρμακα	312
B. Η προέλευση των προϊόντων	312
Γ. Η τιμή των προϊόντων	313
Δ. Οδηγίες χρήσης των προϊόντων και οι σχετικοί κίνδυνοι	313
I. Υποχρεώσεις που ισχύουν για όλα τα προϊόντα	313
II. Υποχρεώσεις που ισχύουν για ορισμένα προϊόντα.....	314
α) Τρόφιμα.....	314
β) Φάρμακα	314
γ) Παιχνίδια	315
6. Η ασφάλεια των προϊόντων στη στρατηγική της ΕΕ 2007-2013	317
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ	
ΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΑΡΕΧΟΝΤΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (Άρθρο 8 Ν 2251/1994)	
1. Ιδρυτικός κανόνας της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες	320
A. Παροχή υπηρεσιών	321
I. Η υπηρεσία πρέπει να παρέχεται κατά τρόπο ανεξάρτητο και στο πλαίσιο της άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας (θετική προϋπόθεση).....	321
α) Παρεχόμενη υπηρεσία κατά τρόπο ανεξάρτητο	321
β) Υπηρεσία στο πλαίσιο της άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας.....	322
II. Δεν συνιστά υπηρεσία η κατασκευή προϊόντων ή η μεταβίβαση εμπράγματων δικαιωμάτων ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας (αρνητική προϋπόθεση)	322
III. Θετική ενέργεια ή παράλειψη ως προϋπόθεση ευθύνης.....	323
B. Υπαιτιότητα και παράνομο	323
I. Υπαιτιότητα.....	323
II. Παράνομο	324
III. Ζημία.....	326
IV. Αιτιώδης συνάφεια μεταξύ παροχής της υπηρεσίας και ζημίας	326
2. Βάρος απόδειξης κατά το άρθρο 8 Ν 2251/1994	326
A. Η ρύθμιση του άρθρου 8 Ν 2251/1994	326
I. Ειδικές διατάξεις για το βάρος απόδειξης	326
II. Διαφορές σε σχέση με το άρθρο 914 ΑΚ.....	327

<i>III. Κριτήρια για την εκτίμηση της έλλειψης υπαιτιότητας</i>	328
<i>IV. Συνθήκες που οριοθετούν την εύλογα αναμενόμενη ασφάλεια</i>	328
α) Η φύση και το αντικείμενο της υπηρεσίας, ιδίως σε σχέση με τον βαθμό επικινδυνότητάς της	328
β) Η παρουσίαση και ο τρόπος παροχής της υπηρεσίας	329
γ) Ο χρόνος παροχής της υπηρεσίας	329
δ) Η αξία της παρεχόμενης υπηρεσίας	329
ε) Η ελευθερία δράσης που καταλείπεται στον ζημιωθέντα στο πλαίσιο της υπηρεσίας	330
στ) Ο ζημιωθείς ανήκει σε κατηγορία μειονεκτούντων ή ευπρόσβλητων προσώπων.....	330
ζ) Η παρεχόμενη υπηρεσία ως εθελοντική προσφορά του παρέχοντος	330
3. Λόγοι περιορισμού ή άρσης της ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες	330
Α. Ευθύνη εις ολόκληρον - Δικαίωμα αναγωγής	330
Β. Συντρέχον πταίσμα του ζημιωθέντος (ή προσώπου για το οποίο ευθύνεται ο ζημιωθείς).....	332
Γ. Αποκλεισμός απαλλακτικών ρητρών.....	333
4. Ιδιαίτερες κατηγορίες υπηρεσιών	333
Α. Το εύρος της ρύθμισης του άρθρου 8 Ν 2251/1994.....	333
Β. Η ευθύνη του παρέχοντος τραπεζικές χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες	334
I. Ο πελάτης της Τράπεζας ως καταναλωτής.....	334
II. Η παροχή ανεξάρτητων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.....	335
III. Υπαιτιότητα και παράνομο	336
IV. Ζημία και αιτιώδης συνάφεια	338
V. Βάρος απόδειξης	339
VI. Περιορισμός της ευθύνης.....	339
VII. Νομολογιακή εφαρμογή της ευθύνης Τράπεζας κατά το άρθρο 8 του Ν 2251/1994	340
Γ. Η ευθύνη του παρέχοντος επενδυτικές υπηρεσίες	341
I. Ο επενδυτής ως καταναλωτής.....	341
II. Η παροχή ανεξάρτητων επενδυτικών υπηρεσιών	343
III. Υπαιτιότητα και παράνομο	344
IV. Ζημία και αιτιώδης συνάφεια	345
V. Λόγοι περιορισμού της ευθύνης των ΕΠΕΥ	345
α) Συνυπευθυνότητα ΕΠΕΥ και τρίτων προσώπων.....	345
β) Συντρέχον πταίσμα του αποδέκτη των επενδυτικών υπηρεσιών	348

Δ. Η ευθύνη του παρέχοντος ασφαλιστικές υπηρεσίες	348
<i>I. Η ιδιότητα του ασφαλισμένου ως καταναλωτή</i>	348
<i>II. Οι υποχρεώσεις του παρέχοντος ασφαλιστικές υπηρεσίες</i>	349
<i>III. Εφαρμογή του άρθρου 8 του Ν 2251/1994 στη θαλάσσια ασφάλιση</i>	349
Ε. Η ευθύνη του παρέχοντος νομικές υπηρεσίες	350
<i>I. Ευθύνη του παρέχοντος νομικές υπηρεσίες της ειδικής διάταξης του άρθρου 73 ΕισΝΚΠολΔ.....</i>	350
<i>II. Δυνατότητα επίκλησης και εφαρμογής του άρθρου 8 Ν 2251/1994 στις νομικές υπηρεσίες.....</i>	351
ΣΤ. Η ευθύνη του παρέχοντος ιατρικές υπηρεσίες	355
<i>I. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα της ιατρικής ευθύνης.....</i>	355
α) Οι κανόνες δεοντολογίας ως βάση της ιατρικής ευθύνης.....	355
i) Η υποχρέωση ενημέρωσης ως δεοντολογική υποχρέωση	356
ii) Η υποχρέωση τήρησης του ιατρικού απορρήτου ως δεοντολογική υποχρέωση.....	359
β) Η εξειδικευμένη γνώση ως λόγος της ιατρικής ευθύνης.....	360
<i>II. Θεμελίωση της ιατρικής ευθύνης στο Ν 2251/1994</i>	363
<i>III. Ενδοσυμβατική ευθύνη επί παροχής ιατρικών υπηρεσιών.....</i>	365
<i>IV. Αδικοπρακτική ευθύνη του προμηθευτή ιατρικών υπηρεσιών</i>	366
Ζ. Η ευθύνη του παρέχοντος τουριστικές υπηρεσίες	367
<i>I. Ευθύνη του παρέχοντος τουριστικές υπηρεσίες με βάση το Ν 2251/1994</i>	368
α) Δυνατότητα ενεργοποίησης του άρθρου 8 του Ν 2251/1994 σχετικά με την ευθύνη του προμηθευτή υπηρεσιών	368
β) Δυνατότητα ενεργοποίησης της διάταξης για την ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων (άρθρο 6 Ν 2251/1994).....	369
γ) Δυνατότητα εφαρμογής του άρθρου 2 παρ. 6 και 7 (γενικοί όροι συναλλαγών)	370
i) Γενικοί όροι συναλλαγών σε τουριστικές εν γένει συμβάσεις.....	370
ii) Γενικοί όροι συναλλαγών σε συμβάσεις χρονομεριστικής μίσθωσης.....	371
<i>II. Δυνατότητα συρροής νομικών βάσεων</i>	374
α) Η ευθύνη του ξενοδόχου σύμφωνα με τα άρθρα 834-839 ΑΚ.....	374
β) Η ευθύνη του τουριστικού επιχειρηματία σύμφωνα με τις διατάξεις για τα οργανωμένα ταξίδια	376
γ) Δυνατότητα ευθύνης του τουριστικού επιχειρηματία σύμφωνα με διατάξεις για τη σύμβαση μεταφοράς	378

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

(Άρθρα 9 έως 9θ Ν 2251/1994)

1. Η προστασία του καταναλωτή ως αποδέκτη διαφημιστικού μηνύματος	382
A. Η προστασία του αποδέκτη της διαφήμισης από το κοινοτικό και το εθνικό δίκαιο	382
B. Το εύρος της έννοιας της διαφήμισης	384
2. Παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση (προ του Ν 3587/2007)	385
A. Παραπλανητική διαφήμιση.....	385
I. Αρχή της αλήθειας και της αντικειμενικότητας.....	385
II. Η ανακρίβεια του μηνύματος	386
III. Θετική πράξη ή παράλειψη ως μέσο για την παραπλανητική διαφήμιση	387
IV. Εντύπωση που αφήνει η διαφήμιση στους καταναλωτές	387
V. Δυνατότητα επηρεασμού της οικονομικής συμπεριφοράς του καταναλωτή ...	388
VI. Η νομολογία του ΔΕΚ για την παραπλανητική διαφήμιση	388
B. Αθέμιτη διαφήμιση (προ του Ν 3587/2007).....	389
I. Η γενική ρήτρα των χρηστών ηθών.....	389
II. Η ειδική περίπτωση της υποβλητικής διαφήμισης.....	389
III. Έμμεση διαφήμιση	390
3. Συγκριτική διαφήμιση (άρθρο 9 §§ 2-4 Ν 2251/1994 μετά το Ν 3587/2007)	392
A. Το καταρχήν επιτρεπτό της συγκριτικής διαφήμισης.....	392
B. Είδη συγκριτικής διαφήμισης.....	394
Γ. Η ελληνική και ευρωπαϊκή νομολογία για τη συγκριτική διαφήμιση	396
4. Άμεση διαφήμιση (μετά το Ν 3587/2007)	398
A. Απευθείας μετάδοση του διαφημιστικού μηνύματος.....	398
B. Συναίνεση του καταναλωτή.....	399
5. Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (τα νέα άρθρα 9α έως 9θ μετά το Ν 3587/2007)	400
Εισαγωγικό σημείωμα.....	400
A. Κοινοτική εναρμόνιση των ρυθμίσεων για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.....	402
B. Πεδίο εφαρμογής των νέων ρυθμίσεων περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών	403

Γ. Εμπορικές πρακτικές αντίθετες στη γενική ρήτρα του άρθρου 9γ	404
Δ. Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές	406
<i>I. Εμπορικές πρακτικές που συνίστανται σε ενέργεια</i>	406
<i>II. Εμπορικές πρακτικές που συνίστανται σε παράλειψη</i>	408
Ε. Επιθετικές εμπορικές πρακτικές	409
ΣΤ. Ο κατάλογος των per se αθέμιτων εμπορικών πρακτικών	410
Ζ. Ειδική ρύθμιση για την προστασία των ανηλίκων κατά της διαφήμισης παιδικών παιχνιδιών	414
6. Συνέπειες σε περίπτωση παραβίασης των διατάξεων περί διαφήμισης	416
Α. Κυρώσεις σε περίπτωση παραβίασης των άρθρων 9γ ως 9η.....	416
Β. Αξίωση για παράλειψη της παράνομης διαφήμισης και των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών	416
<i>I. Ενεργητική και παθητική νομιμοποίηση</i>	416
<i>II. Το ζήτημα της κατανομής του βάρους απόδειξης μεταξύ διαφημιζόμενου και καταναλωτή</i>	417
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΚΑΤΟ	
Η ΔΙΚΑΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ (Άρθρο 10 Ν 2251/1994)	
1. Οι ενώσεις καταναλωτών στο Ν 2251/1994	420
Α. Νομική μορφή και σύσταση ενώσεων καταναλωτών	420
Β. Σκοπός των ενώσεων καταναλωτών	423
2. Η συλλογική αγωγή στο Ν 2251/1994	423
Α. Η συλλογική αγωγή ως μέσο δικαστικής προστασίας.....	423
<i>I. Έννοια της συλλογικής αγωγής</i>	423
<i>II. Διακρίσεις της συλλογικής αγωγής</i>	424
<i>III. Σκοπός της συλλογικής αγωγής</i>	425
Β. Νομιμοποίηση των ενώσεων καταναλωτών	425
<i>I. Άσκηση ατομικών αξιώσεων των μελών της ένωσης</i>	425
<i>II. Άσκηση προσθέτων παρεμβάσεων σε εκκρεμείς δίκες μελών της ένωσης</i>	426
<i>III. Άσκηση συλλογικής αγωγής</i>	427
α) Προϋποθέσεις ενεργητικής νομιμοποίησης.....	427
β) Προϋποθέσεις παθητικής νομιμοποίησης	428
γ) Νομική φύση της συλλογικής αγωγής.....	429
Γ. Η συλλογική αγωγή ως μέσο προληπτικής και κατασταλτικής προστασίας	431

Δ. Αποκατάσταση ζημίας από παράνομη συμπεριφορά.....	435
Ε. Συλλογική αγωγή ως μέσο προσωρινής δικαστικής προστασίας (ασφαλιστικά μέτρα).....	435
3. Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης στο πλαίσιο της συλλογικής αγωγής του Ν 2251/1994	436
Α. Προϋποθέσεις άσκησης της αξίωσης χρηματικής ικανοποίησης από τις ενώσεις καταναλωτών	436
I. Ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων για ικανοποίηση της ηθικής βλάβης	436
II. Απειλή της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών ως προϋπόθεση ικανοποίησης της ηθικής βλάβης.....	437
III. Οι παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές ως προϋπόθεση ικανοποίησης της ηθικής βλάβης	438
Β. Λειτουργία και σκοπός της χρηματικής ικανοποίησης στο πλαίσιο της συλλογικής αγωγής	438
I. Ο αποκαταστατικός χαρακτήρας.....	438
II. Η απουσία κυρωτικού σκοπού	440
III. Η άποψη της νομολογίας: Αστική κύρωση	441
IV. Κριτήρια προσδιορισμού της έκτασης αποζημίωσης.....	442
V. In natura άρση της ηθικής βλάβης	444
4. Ευθύνη των ενώσεων καταναλωτών για καταχρηστική άσκηση συλλογικής αγωγής	445
5. Δικονομικά ζητήματα της συλλογικής αγωγής.....	447
Α. Ζητήματα παραδεκτού της συλλογικής αγωγής.....	447
I. Αρμοδιότητα εκδίκασης της συλλογικής αγωγής.....	447
II. Προθεσμία άσκησης της συλλογικής αγωγής.....	448
Β. Στοιχεία του περιεχομένου της αγωγής	449
Γ. Αποδεικτικά μέσα.....	450
Δ. Οι έννομες συνέπειες της απόφασης επί συλλογικής αγωγής	450
I. Το ζήτημα του δεδικασμένου.....	450
II. Η εκτελεστικότητα της απόφασης	452
Ε. Η διεθνής δωσιδικία επί καταναλωτικών διαφορών	455
I. Διασυνοριακή συλλογική αγωγή	455
II. Ο Κανονισμός (ΕΕ) 1215/2012.....	455
6. Το ζήτημα της ατομικής δικαστικής προστασίας του καταναλωτή	457

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΔΕΚΑΤΟ

I. Η ΕΞΩΔΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

(Άρθρα 11, 12 και 13 του Ν 2251/1994)

1. Η δικονομική θέση του καταναλωτή στην ελληνική έννομη τάξη.....	459
2. Η διαιτησία ως εναλλακτικός τρόπος επίλυσης καταναλωτικών διαφορών	462
3. Η εξώδικη προστασία του καταναλωτή - Ο φιλικός διακανονισμός.....	463
Α. Επιτροπή φιλικού διακανονισμού.....	464
Β. Οριοθέτηση των καταναλωτικών διαφορών και διαδικασία επίλυσής τους.....	466
Γ. Συνέπειες των πορισμάτων της επιτροπής φιλικού διακανονισμού.....	468
Δ. Σύγκριση του φιλικού διακανονισμού στο Ν 2251/1994 με την εξώδικη επίλυση της διαφοράς στον ΚΠολΔ	470
Ε. Οι αρχές που διέπουν την εξώδικη (εναλλακτική) επίλυση των καταναλωτικών διαφορών	472
ΣΤ. Εναλλακτική-Ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών.....	474
4. Ο θεσμός του Συνηγού του Καταναλωτή.....	475
Α. Η λειτουργία της νέας ανεξάρτητης αρχής.....	475
Β. Η δραστηριότητα του Συνηγού του Καταναλωτή.....	477
5. Ο θεσμός του Τραπεζικού Μεσολαβητή	481
6. Άλλα όργανα εξώδικης προστασίας του καταναλωτή.....	487
Α. Αναγκαιότητα κρατικής παρέμβασης.....	487
Β. Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς	488
I. Συγκρότηση του ΕΣΚΑ	488
II. Αρμοδιότητες και τρόπος λειτουργίας του ΕΣΚΑ.....	489
III. Δραστηριότητα του Συμβουλίου του ΕΣΚΑ.....	490
Γ. Επιτροπή Προστασίας των Καταναλωτών των Δημόσιων Επιχειρήσεων και Οργανισμών (καταργηθείσα με το Ν 3587/2007)	491
I. Συγκρότηση	492
II. Αρμοδιότητες	492
Δ. Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή.....	492
Ε. Δίκτυο SOLVIT	493
ΣΤ. Δίκτυο FIN-NET	494
Ζ. Μεσολαβητής Τραπεζικών - Επενδυτικών Υπηρεσιών.....	494

Η. Συνήγορος του Πολίτη	495
Θ. Μεσολαβητής Κεφαλαιαγοράς	495

II. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΚΥΡΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

(Άρθρα 13α και 14 του Ν 2251/1994)

1. Διοικητικές κυρώσεις για παράβαση του Ν 2251/1994.....	496
2. Μεταβατικές διατάξεις (Άρθρο 14 του Ν 2251/1994).....	498

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

Μελέτες - Γνωμοδοτήσεις

1. Ο αποδέκτης τραπεζικών υπηρεσιών ως καταναλωτής	503
2. Η έννοια του καταναλωτή κατά το άρθρο 13 της σύμβασης των Βρυξελλών - συμβάσεις παροχής επενδυτικών υπηρεσιών	513
3. Καταχρηστικοί ΓΟΣ, αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση «κάρτας ταξιδιών»	533
4. Ευθύνη παραγωγού λόγω ελαττωματικού προϊόντος - έννοια ελαττώματος - προϋποθέσεις αποζημίωσης λόγω ηθικής βλάβης και ψυχικής οδύνης	571
5. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα της ιατρικής ευθύνης	589
6. Ευθύνη του νιογνώμονος έναντι του αγοραστή πλοίου ένεκα ανακριβών πιστοποιητικών με βάση το άρθρο 8 του Ν 2251/1994 περί ευθύνης του παρέχοντα υπηρεσίες (γνωμ.)	608
7. Έκταση ευθύνης ασφαλιστικού συμβούλου και συντρέχον πταίσμα επενδυτή (γνωμ.)	625
8. Ο ανοιχτός έλεγχος των ΓΟΣ στις δανειακές συμβάσεις σε ελβετικό φράγκο (γνωμ.)	660

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ
Παραδείγματα Δικογράφων

1. Σύμβαση στεγαστικού δανείου - ΓΟΣ για «έξοδα προέγκρισης δανείου».....	699
2. Απώλεια πιστωτικής κάρτας - Ευθύνη από χρήση τρίτου	704
3. Σύμβαση παροχής υπηρεσιών μέσω πιστωτικής κάρτας - Καταγγελία.....	706
4. Σύμβαση ασφάλισης κατά κινδύνου πυρός - Άγνοια καταχρηστικού ΓΟΣ.....	710
5. Σύμβαση ασφάλισης ασθενείας - Ερμηνεία ΓΟΣ.....	713
6. Ασφαλιστήριο αυτοκινήτου - Χειρόγραφοι όροι.....	715
7. Ευθύνη παραγωγού για ελαττωματικό προϊόν.....	718
8. Αθέμιτη παραπλανητική διαφήμιση «ταξιδιωτικής κάρτας»	721
9. Αγωγή ένωσης καταναλωτών κατά εταιρίας και τραπεζών για παράνομη χρέωση πιστωτικής κάρτας.....	730
10. Αγωγή ένωσης καταναλωτών κατά τράπεζας για καταχρηστικούς ΓΟΣ πιστωτικής κάρτας.....	738
11. Σχέδιο αναφοράς για τον Συνήγορο του Καταναλωτή.....	742
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....	745
ΕΝΙΑΙΟ ΑΛΦΑΒΗΤΙΚΟ ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ	761

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ

(Άρθρο 3-3ιγ Ν 2251/1994)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλεξανδρίδου Ελ.: σε Αλεξανδρίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Ελληνικό-Ενωσιακό, 2015, Ηλεκτρονικό Εμπόριο. – *Ιδίως*: Οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και ΥΑ Ζ1-891 - Κατά πόσον επετεύχθησαν οι στόχοι βελτίωσης του κοινοτικού κεκτημένου και της κοινοτικής συνοχής, ΔΕΕ 2014,193. – *Ιδίως*: Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, 1996, 118 επ. – *Ιδίως*: Ηλεκτρονικό εμπόριο και προστασία του καταναλωτή, Νομική Επιθεώρηση τ. 30, 13 επ. – *Ιδίως*: Η πρόταση της Οδηγίας της Ε.Ε. για το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία του καταναλωτή, ΔΕΕ 2000,113. – Αποστολόπουλου Χ.: Η ερμηνεία της αρχής της χώρας προέλευσης στην Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο ως κανόνας σύγκρουσης του ιδιωτικού διεθνούς δικαίου; ΔΕΕ 2004,266. – Αργυρού Γ.: Η προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή σύμφωνα με την Οδηγία 2011/83/ΕΕ, ΔΕΕ 2013,116. – Γεωργιάδη Α.: Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας, 2000. – Γεωργιάδη Γ.: Η σύναψη συμβάσεως μέσω του Διαδικτύου, 2003. – Γιοβαννόπουλου Ρ.: σε Αλεξανδρίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Ελληνικό - Ενωσιακό, 2015, άρθρα 3-3ιγ'. – Γκόρτσου Χ.: Δίκαιο προστασίας καταναλωτή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών: περιεχόμενο και ιδιαιτερότητες, ΧρηΔικ 2007,161 επ. – Γκοτσόπουλου Ν.: Ηλεκτρονικό Εμπόριο και δικαιόχρηση (franchising), ΔΕΕ 2002,250. – Γραμματικάκη - Αλεξίου Αν.: Ηλεκτρονικό εμπόριο, ιδιωτικό διεθνές δίκαιο, διεθνές ομοιόμορφο δίκαιο και κοινοτικές ρυθμιστικές προσπάθειες, ΕΕΕυρΔ Ειδικό Τεύχος 2001,135. – Christianos V./Picod F.: Consommateurs, Rep. Communautaire Dalloz, 2003,30 επ. – Δελούκα-Ιγγλέση Κ.: Νομικά θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου, 2015. – *Ιδίως*: Δίκαιο του Καταναλωτή [Ενωσιακό και Ελληνικό], 2014. – *Ιδίως* Ελληνικό και Κοινοτικό Δίκαιο του Καταναλωτή, 1998,86 επ. – Δεσποτίδου Α.: σε Αλεξανδρίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Ελληνικό-Ενωσιακό, 2015, άρθρο 4θ. – *Ιδίως*: Παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση - Παράλληλη ερμηνευτική προσέγγιση των διατάξεων της Οδηγίας 2002/65/ΕΚ και του άρθρου 4α Ν 2251/1994, μετά το Ν 3587/2007, 2009. – *Ιδίως*: Ζητήματα προστασίας καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση κατά το άρθρο 4 Ν 2251/1994, ΕπισκεΔ 2005,563. – Ιγγλεζάκη Ι.: Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Ίντερνετ, ΕΕμπΔ 2000,820. – *Ιδίως*: Πωλήσεις από απόσταση - Συγκριτική διαφήμιση. Το νέο νομοθετικό πλαίσιο, Συνήγορος, 4/2001,54. – Καράκωστα Ι.: Δίκαιο προστασίας του Καταναλωτή, Ν 2251/1994 όπως ισχύει μετά το Ν 3587/2007, 2008. – *Ιδίως*: Προστασία του Καταναλωτή 2002,134 επ. – *Ιδίως*: Δίκαιο και Ίντερνετ, 2003, 225-232. – *Ιδίως*: Βασικά ζητήματα προστασίας του καταναλωτή στο διαδίκτυο, ΔΕΕ 2004,499 επ. – Λιάσκου Ε. - Πυργάκη Δ.: Η συμβολή των κανόνων του Ιδιωτικού Διεθνούς Δικαίου στην επίτευξη ασφάλειας δικαίου στο Internet, ΧρΙΔ 2002,486 επ. – Λιναρίτη Ι.: Η πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου, 2005. – *Ιδίως*: Η νομοθετική ρύθμιση των ηλεκτρονικών υπογραφών μετά την ενσωμάτωση της Οδηγίας 99/93 της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο ελληνικό δίκαιο με το ΠΔ 150/2001, ΔΕΕ 2002,257. – Μανιώτη Δ.: Η συμβολή του άρθρου 13 του ΠΔ 131/2003 στην αποτροπή μεταγενέστερων αλλοιώσεων των ηλεκτρονικών εγγράφων, ΕλλΔνη 2004,51. – Πανάγου Θ.: Το νομοθετικό πλαίσιο για τις συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, ΝοΒ 2004,539. – Παπαθωμά - Μπέτγκε: Ηλεκτρονικό εμπόριο: νομικά ζητήματα κατά τη σύναψη εμπορικών συμβάσεων στο Ίντερνετ, ΔΕΕ 1999,1240-1242. – Παπαϊωάννου Γ.: Η σύμβαση από απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, 2003,1534 επ. – Παπανικολάου Π.: Σκέψεις πάνω στον νέο νόμο (Ν 3587/2007) για την προστασία των καταναλωτών, ΕλλΔνη 2008,660. – Παπανικολάου Π. - Ρούσσου Κ. -

Χριστοδούλου Κ. - Καραμπατζού Α.: Το νέο δίκαιο της ευθύνης του πωλητή, 2003. – Παπαντώνη: Νομικοί προβληματισμοί σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο, ΕΕμπΔ 2001,388. – Σαμαρά Χ.: Η Οδηγία της Ευρωπαϊκής Κοινότητας σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) στην εσωτερική αγορά, ΔΕΕ 2000,1200. – ΣταθόπουλουΧιωτέλλη/Αυγουστιανάκη: Κοινοτικό Αστικό Δίκαιο, 1995. – Σκορδάκη Χ.: Ηλεκτρονικό εμπόριο και προστασία καταναλωτή στο ιδιωτικό διεθνές δίκαιο της ΕΕ, ΔιΜΕΕ 2006,40. – Στυλιανίδου Μ.: Ηλεκτρονικό εμπόριο και κοινοτικές ρυθμίσεις για την προστασία του καταναλωτή, ΦορΕπιθ 2002,370. – Τζίβα Ε.: Το ηλεκτρονικό εμπόριο, ΔΕΕ 2003,1039. – Ιδίως: Η εξωδικαστηριακή επίλυση των καταναλωτικών διαφορών ιδίως στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ΕΕμπΔ 2003,729. – Τρουλίνου Επ.: Το ΠΔ 150/2001, Μία χαμένη ευκαιρία για ρύθμιση των ηλεκτρονικών υπογραφών από τον έλληνα νομοθέτη; ΔΕΕ 2001,1234. – Trochu: Protection des consommateurs en matière des contrats à distance, Recueil Dalloz 1999,180. – Φιλιπποπούλου: Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ΔΕΕ 2000,1086. – Χριστοδούλου Κ.: Η πρόταση οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, ΕφΑΔ 2010,9.

1. Έννοια των συμβάσεων από απόσταση - πεδίο εφαρμογής

A. Προϋποθέσεις υπαγωγής στα άρθρα 3-3ιγ Ν 2251/1994¹

- 372 Σύμφωνα με το άρθρο 3 στοιχ. 7 Ν 2251/1994, σύμβαση από απόσταση είναι «κάθε σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως, όπως ενδεικτικά το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο, το φαξ ή το διαδίκτυο, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης».
- 373 Για να θεωρηθεί δηλαδή μία σύμβαση, ως σύμβαση από απόσταση κατά την έννοια του νόμου πρέπει να πληρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:
- 374 α) Τόσο η πρόταση για σύναψη της σύμβασης όσο και η αποδοχή της πρέπει να διαβιβάζονται με τη χρήση τεχνικών μέσων, π.χ. ταχυδρομικώς, τηλεφωνικώς ή μέσω της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου κ.λπ., χωρίς την άμεση επικοινωνία των μερών. Στα τηλεπικοινωνιακά αυτά μέσα περιλαμβάνονται τα έντυπα με ή χωρίς παραλήπτη, οι τυποποιημένες επιστολές, τα διαφημιστικά έντυπα με στέλεχος παραγγελίας, οι κατάλογοι, το εικονοτηλέφωνο, η τηλεεικονογραφία (videotext) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και η τηλεμοιοτυπία (fax). Σημειώνεται ότι προϋπόθεση της εν λόγω σύμβασης συνιστά η ολοκλήρωση της διαδικασίας σύναψης της σύμβασης με τη χρησιμοποίηση της τεχνικής επικοινωνίας. Ενδεχόμενη προηγηθείσα διαπραγματεύση χωρίς χρησιμοποίηση τεχνικής επικοινωνίας δεν εμποδίζει την υπαγωγή της στο νομικό καθεστώς των συμβάσεων από απόσταση.² Αντίστροφα, δεν υφίσταται σύμβαση

1. Για τις κοινές προϋποθέσεις με τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος βλ. αναλυτικά παραπάνω Κεφάλαιο 3.

2. Γ. Παπαϊωάννου, Η σύμβαση από απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003,156. Βλ. όμως και Γ. Αργυρό, ΔΕΕ 2013,117: Δεν υπάρχει σύμβαση από απόσταση, όταν ο καταναλωτής προέβη σε έναρξη διαπραγματεύσεων εντός του χώρου του προμηθευτή για συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία.

από απόσταση, όταν οι διαπραγματεύσεις γίνονται από απόσταση, αλλά η κατάρτιση της σκοπούμενης σύμβασης γίνεται με τη φυσική παρουσία καταναλωτή και προμηθευτή³.

β) Την πρωτοβουλία για τη σύναψη της σύμβασης πρέπει να την έχει αναλάβει είτε αποκλειστικά ο προμηθευτής είτε και αυτός. Σύμφωνα με τον επιδιωκόμενο σκοπό της διάταξης, δεν εμπίπτουν στην προστατευτική ρύθμιση του νόμου συμβάσεις που συνάπτονται από απόσταση μετά από αποκλειστική πρωτοβουλία του καταναλωτή, αφού στην περίπτωση αυτή η δήλωση βούλησης του τελευταίου δεν είναι αποτέλεσμα επηρεασμού του από τον προμηθευτή, αλλά αποτέλεσμα ελεύθερης και ώριμης σκέψης του.⁴ 375

γ) Οι συμβάσεις αυτού του είδους να συνάπτονται στο πλαίσιο ενός συστήματος προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση. Η ύπαρξη ενός οργανωμένου συστήματος προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση δημιουργεί τεκμήριο επηρεασμού της δικαιοπρακτικής αυτοδιάθεσης του καταναλωτή. Δεν χρησιμοποιεί π.χ. τέτοιο σύστημα ένα συνοικιακό βιβλιοπωλείο που εξυπηρετεί τηλεφωνικώς τους πελάτες του σε εξαιρετικές και μόνο περιπτώσεις⁵. 376

δ) Πρέπει να πρόκειται για επαχθείς συμβάσεις. Το αντάλλαγμα («τίμημα») το οποίο καλείται να καταβάλει ο καταναλωτής μπορεί να συνίσταται σε οποιοδήποτε αγαθό και δεν είναι απαραίτητο να συνίσταται σε χρήμα. 377

Οι προστατευτικές ρυθμίσεις του Ν 2251/1994 για τον καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση έχουν αναγκαστικό χαρακτήρα, με την έννοια ότι αφενός μεν οι καταναλωτές δεν μπορούν να παραιτηθούν από τα δικαιώματά τους, αφετέρου δε οποιαδήποτε συμβατική ρήτρα καταργεί ή περιορίζει, άμεσα ή έμμεσα, τα δικαιώματα των καταναλωτών είναι άκυρη (άρθρο 4η Ν 2251/1994). 378

Το βάρος απόδειξης της πραγματοποίησης της συναλλαγής φέρει ο προμηθευτής, ενώ το βάρος της απόδειξης της υπαγωγής στο καθεστώς των συμβάσεων από απόσταση φέρει ο ενάγων καταναλωτής.⁶ Το βάρος απόδειξης σχετικά με την προηγούμενη ενημέρωση του καταναλωτή κατά το άρθρο 3β Ν 2251/1994 το φέρει ο προμηθευτής (άρθρο 3β παρ. 8). 379

Στις συμβάσεις από απόσταση εφαρμογή έχει το σύνολο των προστατευτικών ρυθμίσεων του Ν 2251/1994 και ιδιαιτέρως η απαγόρευση καταχρηστικών γενικών όρων των συναλλαγών του άρθρου 2,⁷ η ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες του άρθρου 8,⁸ το καθεστώς της διαφήμισης του άρθρου 9⁹ και της πώλησης προϊόντων σε καταναλωτές.¹⁰ Επίσης, οι 380

3. *Ρ. Γιοβαννόπουλος*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρα 3-3ιγ', αρ. 26.

4. Για τον προβληματισμό σχετικά με το αν είναι απαραίτητη προϋπόθεση η ανάληψη πρωτοβουλίας από την πλευρά του προμηθευτή, βλ. *Ι. Ιγγλεζάκη*, Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Ίντερνετ, ΕΕμπΔ 2000, 820 επ.

5. *Ρ. Γιοβαννόπουλος*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρα 3-3ιγ', αρ. 27. Κριτική για την εν λόγω προϋπόθεση βλ. σε *Κ. Χριστοδούλου*, ΕφΑΔ 2010, 12.

6. ΑΠ 589/2001 ΕλλΔνη 2002, 422, ΔΕΕ 2001, 1117 (σημ. *Σκουλαρίκη, Δεληκωστοπούλου*).

7. ΑΠ 589/2001, ό.π.

8. ΑΠ 589/2001, ό.π.

9. Εφαθ 3285/88 ΕλλΔνη 1998, 1335 και ΠΠρΑθ 1114/96 ΕλλΔνη 1997, 697 = ΔΕΕ 1996, 519.

10. Άρθρα 4-4η και 5-7 του Ν 2251/1994.

ρυθμίσεις για τις συμβάσεις από απόσταση εφαρμόζονται με την επιφύλαξη των διατάξεων σχετικά με τη σύναψη ηλεκτρονικών συμβάσεων και την αποστολή ηλεκτρονικών παραγγελιών, όπως καθορίζονται στα άρθρα 8 και 10 του ΠΔ 131/2003 (άρθρο 3δ § 9 Ν 2251/1994).

- 381 Τέλος, μολονότι πλέον δεν ορίζεται ρητώς στο Ν 2251/1994, εντούτοις θα πρέπει να γίνει δεκτό, ενόψει της αρχής της προστασίας της προσωπικότητας, ότι η χρησιμοποίηση των τεχνικών επικοινωνίας πρέπει να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να μην προσβάλλεται η ιδιωτική ζωή του καταναλωτή. Σύμφωνα μάλιστα με το άρθρο 11 του Ν 3471/2006 (ΦΕΚ Α' 135) για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και τροποποίηση του Ν 2472/1997, η χρησιμοποίηση αυτόματων συστημάτων κλήσης (φαξ, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή χρήση μέσου ηλεκτρονικής επικοινωνίας με ή χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση) για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών και για κάθε είδους διαφημιστικούς σκοπούς επιτρέπεται μόνο αν ο συνδρομητής συγκατατεθεί εκ των προτέρων ρητώς. Δεν επιτρέπεται η πραγματοποίηση μη ζητηθείσας επικοινωνίας, εφόσον ο συνδρομητής έχει δηλώσει προς τον φορέα ότι δεν επιθυμεί γενικώς να δέχεται τέτοιες επικοινωνίες. Τα στοιχεία επαφής του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που αποκτήθηκαν νομίμως μπορούν να χρησιμοποιούνται για την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών ακόμη και όταν ο αποδέκτης δεν έχει δώσει ρητώς τη συγκατάθεσή του, υπό την προϋπόθεση ότι του παρέχεται κατά τρόπο σαφή και ευδιάκριτο η δυνατότητα να αντιτάσσεται, με εύκολο τρόπο και δωρεάν. Ανάλογη προϋπόθεση τίθεται και για τη μετάδοση διαφημιστικού μηνύματος απευθείας στον καταναλωτή (άρθρο 9 παρ. 5 του Ν 2251/1994).
- 382 Σε περίπτωση, συνεπώς, παράβασης της ανωτέρω απαγόρευσης, ο καταναλωτής δικαιούται, κατ' εφαρμογή της ΑΚ 57, να απαιτήσει την άρση της προσβολής και την παράλειψή της στο μέλλον, ενώ δεν αποκλείεται να αξιώσει και αποζημίωση κατά τις διατάξεις περί αδικοπραξιών, καθώς και χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης (ΑΚ 59), εφόσον βεβαίως συντρέχουν οι προϋποθέσεις.

Β. Έννοιες του καταναλωτή και του προμηθευτή

- 383 Η έννοια του καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση διαφοροποιείται από την γενική έννοια του καταναλωτή που αφορά στο σύνολο του νόμου για την προστασία του καταναλωτή και ορίζεται ενιαίως τόσο για τις συμβάσεις από απόσταση όσο και για τις υπόλοιπες συμβάσεις (εκτός εμπορικού καταστήματος και καταναλωτικές). Το ίδιο ισχύει και για την έννοια του προμηθευτή (βλ. άρθρο 3 στοιχ. 1 και 2 Ν 2251/1994)¹¹. Ο προμηθευτής είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή εμπορικής του δραστηριότητας χωρίς να τίθεται ως προϋπόθεση η επιδίωξη κέρδους με συνέπεια να μην εξαιρούνται οι οργανώσεις κοινωφελούς χαρακτήρα και ο δημόσιος τομέας από την εφαρμογή της ρύθμισης. Κριτήριο συνιστά η οργανωμένη και ασκούμενη κατά τρόπο διαρκή και επαναλαμβανόμενο δραστηριότητα, που συνεπάγεται και τη διαπραγματευτική υπεροχή έναντι του καταναλωτή.¹²

11. Βλ. παραπάνω Κεφ. 3 υπό 2.

12. Γ. Παπαϊωάννου, ό.π., σελ. 156.

Γ. Συμβάσεις που εξαιρούνται από την έννοια των συμβάσεων εξ αποστάσεως

Ο Ν 2251/1994 καθιερώνει τις ίδιες εξαιρέσεις από το πεδίο εφαρμογής του τόσο για τις 384 συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος όσο και για τις συμβάσεις από απόσταση (άρθρο 3α § 3). Επομένως, ισχύουν και εδώ όσα αναφέρθηκαν ανωτέρω για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος¹³.

2. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή στο προσυμβατικό στάδιο

Σχετικά με την υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση 385 ισχύουν όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος¹⁴. Επιπροσθέτως, ισχύουν και τα ακόλουθα:

i) Ο προμηθευτής στις συμβάσεις από απόσταση πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή με 386 ευκρινή και κατανοητό τρόπο πληροφορίες σχετικά με το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων (άρθρο 3β περ. στ' Ν 2251/1994). Εδώ εμπίπτει π.χ. η χρέωση της τηλεφωνικής κλήσης περισσότερο από εκείνη της συνήθους αστικής κλήσης.

ii) Ο προμηθευτής πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή όχι μόνο ότι ο τελευταίος θα 387 επιβαρυνθεί με τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών σε περίπτωση υπαναχώρησης, αλλά και για τη δαπάνη επιστροφής τους, εάν τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικώς (άρθρο 3β περ. θ' Ν 2251/1994).

iii) Κατά το άρθρο 3γ Ν 2251/1994, κάθε προμηθευτής που προτίθεται να συνάψει με 388 τους καταναλωτές συμβάσεις εξ αποστάσεως αγαθών και υπηρεσιών, υποχρεούται να ζητήσει την καταχώρισή του στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (ΓΕΜΗ), σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν 3419/2005 - Γενικό Εμπορικό Μητρώο (ΓΕΜΗ) και Εκσυγχρονισμός της Επιμελητηριακής Νομοθεσίας. Για την καταχώριση αυτή συνεκτιμώνται και η συμπεριφορά του αιτούντος σχετικά με την εκπλήρωση των υποχρεώσεών του, καθώς και οι τυχόν επιβληθείσες σε αυτόν διοικητικές κυρώσεις.¹⁵

13. Βλ. Κεφ. 3 υπό 5.

14. Βλ. παραπάνω Κεφ. 3 υπό 6 Α.

15. Βλ. σχετικά και Απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης 1342/1997 (ΦΕΚ Β' 587/1997) σύμφωνα με την οποία οι προμηθευτές, που συνάπτουν συμβάσεις από απόσταση πρέπει να είναι καταχωρημένοι στο ειδικό μητρώο που τηρείται στο Υπουργείο Ανάπτυξης. Η καταχώριση γίνεται μετά από αίτησή τους.

3. Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως

- 389 Ο Ν 2251/1994 καθιερώνει ειδικώς για τις συμβάσεις από απόσταση ορισμένες τυπικές απαιτήσεις (άρθρο 3δ). Εάν ο προμηθευτής δεν τηρήσει τις εν λόγω τυπικές απαιτήσεις η σύμβαση εξ αποστάσεως είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή (άρθρο 3δ § 10 Ν 2251/1994).

Α. Πριν από τη σύναψη της σύμβασης

Ι. Τρόπος ενημέρωσης

- 390 Ο προμηθευτής παρέχει τις απαιτούμενες πληροφορίες ή θέτει αυτές τις πληροφορίες στη διάθεση του καταναλωτή με τρόπο κατάλληλο για το μέσο της επικοινωνίας εξ αποστάσεως που χρησιμοποιείται σε απλή και κατανοητή γλώσσα. Εφόσον οι εν λόγω πληροφορίες παρέχονται πάνω σε σταθερό μέσο (π.χ. σε χαρτί, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο κ.ά.), οφείλουν να είναι ευανάγνωστες (άρθρο 3ε § 1 Ν 2251/1994). Η παραπάνω υποχρέωση εκπληρώνεται με βάση τις αρχές της καλής πίστης και των συναλλακτικών ηθών (ΑΚ 288)¹⁶.

ΙΙ. Σύναψη με ηλεκτρονικά μέσα - ιστοσελίδες

- 391 Εάν μια εξ αποστάσεως σύμβαση που πρόκειται να συναφθεί με ηλεκτρονικό μέσο (π.χ. μέσω διαδικτύου)¹⁷ επιβάλλει στον καταναλωτή την υποχρέωση να πληρώσει, ο προμηθευτής οφείλει να παράσχει στον καταναλωτή με σαφή και ευκρινή τρόπο και αμέσως προτού ο καταναλωτής υποβάλει την παραγγελία του, τις πληροφορίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, την τιμή τους, τη διάρκεια της σύμβασης και τη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή (άρθρο 3δ § 2 εδ. α' Ν 2251/1994). Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να εμφανίζονται πολύ κοντά προς την επιβεβαίωση που απαιτείται για την υποβολή της παραγγελίας (άρθρο 3δ § 2 εδ. β' Ν 2251/1994· βλ. επίσης και άρθρο 9 ΠΔ 131/2003). Επομένως, ο προμηθευτής δεν εκπληρώνει προσπρόκτως την παραπάνω υποχρέωσή του, εφόσον παρέχει τις κρίσιμες πληροφορίες σε άλλο χρονικό σημείο κατά το προσυμβατικό στάδιο.
- 392 Περαιτέρω, κατά την υποβολή της παραγγελίας με ηλεκτρονικό μέσο, ο καταναλωτής πρέπει να είναι σε θέση να αντιλαμβάνεται ευχερώς ότι αναλαμβάνει υποχρέωση πληρωμής. Αυτό συμβαίνει ιδίως όταν η υποβολή παραγγελίας γίνεται με την ενεργοποίηση ενός εικονιδίου επιλογής ή ανάλογη λειτουργία. Σε αυτή την περίπτωση πρέπει να υπάρχει ευανάγνωστη σήμανση σχετικά με την υποχρέωση πληρωμής (βλ. σχετικώς άρθρο 3δ § 2 εδ. γ' και δ' Ν 2251/1994). Εάν ο προμηθευτής δεν συμμορφωθεί με την υποχρέωσή του για ευανάγνωστη σήμανση, ο καταναλωτής δεν δεσμεύεται από τη σύμβαση ή την παραγγελία (άρθρο 3δ § 2 τελ. εδάφιο Ν 2251/1994). Μία τέτοια συμπεριφορά άλλωστε συνιστά

16. Βλ. και *Ρ. Γιοβαννόπουλο*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρα 3-31γ', αρ. 96.

17. Βλ. για τον ορισμό του ηλεκτρονικού μέσου άρθρο 1 περ. α' ΠΔ 131/2003.

εκ μέρους του προμηθευτή και παραπλανητική εμπορική πρακτική (άρθρο 9στ περ. κθ' Ν 2251/1994)¹⁸.

Ειδικώς, τέλος, για τις συναλλαγές μέσω εμπορικών ιστοσελίδων, προβλέπεται ότι αυτές (ιστοσελίδες) οφείλουν να αναγράφουν σαφώς και ευανάγνωστα, το αργότερο με την έναρξη της διαδικασίας υποβολής παραγγελίας, κατά πόσον ισχύουν περιορισμοί στην παράδοση και ποια μέσα πληρωμής είναι δεκτά (άρθρο 3δ § 3 Ν 2251/1994). 393

III. Άλλες περιπτώσεις

Εάν η σύμβαση συνάπτεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών, ο προμηθευτής παρέχει, πάνω στο συγκεκριμένο μέσο πριν από τη σύναψη αυτής της σύμβασης, τουλάχιστον τις προσυμβατικές πληροφορίες που αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, την ταυτότητα του προμηθευτή, τη συνολική τιμή, το δικαίωμα υπαναχώρησης, τη διάρκεια της σύμβασης και, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, τις προϋποθέσεις καταγγελίας της σύμβασης. Οι λοιπές απαιτούμενες πληροφορίες παρέχονται από τον προμηθευτή στον καταναλωτή κατά κατάλληλο τρόπο ενόψει του μέσου επικοινωνίας που χρησιμοποιείται (άρθρο 3δ § 4 Ν 2251/1994). Εδώ υπάγονται π.χ. περιπτώσεις πώλησης αγαθών μέσω τηλεφωνικού μηνύματος, τηλεοπτικής εκπομπής κ.λπ. 394

Ειδικώς όσον αφορά στις συμβάσεις από απόσταση μέσω τηλεφώνου, ισχύουν και τα εξής: i) Με την επιφύλαξη των αμέσως παραπάνω, εάν ο προμηθευτής προβεί σε τηλεφωνική κλήση προς τον καταναλωτή με σκοπό τη σύναψη εξ αποστάσεως σύμβασης, οφείλει, στην αρχή της συνομιλίας με τον καταναλωτή, να δηλώσει την ταυτότητά του και, όπου τούτο έχει εφαρμογή, την ταυτότητα του προσώπου εξ ονόματος του οποίου τηλεφωνεί και τον εμπορικό σκοπό της επικοινωνίας. 395

ii) Εάν πρόκειται να συναφθεί σύμβαση εξ αποστάσεως μέσω τηλεφώνου, με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών ή ταυτόχρονα την παροχή αγαθών και υπηρεσιών, ο προμηθευτής υποχρεούται να επιβεβαιώσει την προσφορά του προς τον καταναλωτή, ο οποίος δεσμεύεται μόνον όταν υπογράψει την προσφορά ή έχει στείλει τη γραπτή συγκατάθεση του. Οι επιβεβαιώσεις αυτές πρέπει να κοινοποιούνται πάνω σε σταθερό μέσο (άρθρο 3δ § 6 Ν 2251/1994). 396

Εφόσον, τέλος, ο καταναλωτής επιθυμεί η παροχή υπηρεσιών ή η παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή η παροχή τηλεθέρμανσης να άρχεται στη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης ο προμηθευτής απαιτεί από τον καταναλωτή να καταθέσει ρητή αίτηση (άρθρο 3δ § 8 Ν 2251/1994). 397

B. Μετά τη σύναψη της σύμβασης

Αφού καταρτιστεί η σύμβαση από απόσταση, ο προμηθευτής παρέχει στον καταναλωτή την επιβεβαίωση της συναφθείσας σύμβασης, σε σταθερό μέσο σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης και το αργότερο κατά τη στιγμή της 398

18. *P. Γιοβαννόπουλος*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρα 3-3ιγ', αρ. 100.

παράδοσης των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας. Η εν λόγω επιβεβαίωση περιλαμβάνει (άρθρο 3δ § 7 Ν 2251/1994):

- 399 α) Το σύνολο των απαιτούμενων από τον νόμο πληροφοριών, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει ήδη παράσχει τις πληροφορίες στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης σε σταθερό μέσο (π.χ. εντύπως), και
- 400 β) Κατά περίπτωση, την επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αναγνώρισης του καταναλωτή, όπου αυτή απαιτείται (βλ. άρθρο 3ιβ περ. ιγ' Ν 2251/1994).

4. Δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή

- 401 Όπως στις συμβάσεις που συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος, έτσι και στις συμβάσεις από απόσταση το βασικό μέσο προστασίας του καταναλωτή είναι η δυνατότητα υπαναχώρησης από τη σύμβαση. Έτσι, το μειονέκτημα στις συμβάσεις από απόσταση ότι η άμεση επαφή και γνώση των χαρακτηριστικών του αγαθού ή της υπηρεσίας έπεται της κατάρτισης της σύμβασης αντισταθμίζεται με την παροχή ενός δικαιώματος ανατροπής της συμφωνίας επ' ωφελεία του καταναλωτή, εντός μίας χρονικής περιόδου κατά την οποία δεν έχει οριστικοποιηθεί η σύναψή της.
- 402 Από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν χωρεί παραίτηση του καταναλωτή, αλλά ούτε και δυσχέραση της άσκησής του (με σύντμηση της προθεσμίας, υπαγωγή του δικαιώματος σε διατυπώσεις ή αποκλεισμό σε ορισμένες περιπτώσεις)¹⁹ επί ποινή ακυρότητας της συμφωνίας. Είναι δυνατή, όμως, συμφωνία που διευκολύνει την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος (άρθρο 3α § 6 Ν 2251/1994).
- 403 Κατά τα λοιπά, για τον τρόπο, την προθεσμία και τις συνέπειες άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης ισχύουν όσα αναφέρθηκαν παραπάνω για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος²⁰, με την ακόλουθη ωστόσο επισήμανση:
- 404 Μετά την υπαναχώρηση και εφόσον ο καταναλωτής είχε καταβάλει το τίμημα, ο προμηθευτής οφείλει να επιστρέψει κάθε πληρωμή που έλαβε από τον καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των δαπανών παράδοσης, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση (άρθρο 3θ § 1 εδ. α' Ν 2251/1994).
- 405 Ο προμηθευτής προβαίνει στην παραπάνω επιστροφή χρημάτων χρησιμοποιώντας τα ίδια μέσα πληρωμής με εκείνα που ο καταναλωτής χρησιμοποίησε για την αρχική συναλλαγή, εκτός και αν ο καταναλωτής έχει ρητώς συμφωνήσει διαφορετικά και υπό τον όρο να μην επιβαρυνθεί ο καταναλωτής με δαπάνες προκύπτουσες από την επιστροφή των χρημάτων (άρθρο 3θ § 1 εδ. β' Ν 2251/1994).

19. Βλ. σχετικά Π. Παντελίδου, Αυτοδέσμευση και αποδέσμευση στις συμβάσεις που καταρτίζονται εκτός εμπορικού καταστήματος, Σύγχρονα ζητήματα Αστικού Δικαίου πέρα από το σύστημα του Αστικού Κώδικα, 1994, σελ. 157-158, όπου υποστηρίζει ότι οι γενικοί όροι των συναλλαγών που περιέχουν τέτοιους περιορισμούς ελέγχονται ως καταχρηστικοί.

20. Βλ. Κεφ. 3 υπό Γ.

Κατά παρέκκλιση από τα παραπάνω, ο προμηθευτής δεν απαιτείται να επιστρέψει πρόσθετες δαπάνες παράδοσης, εάν ο καταναλωτής ρητώς είχε επιλέξει τρόπο παράδοσης άλλο από τον φθηνότερο τυποποιημένο τρόπο παράδοσης που προσφέρει ο προμηθευτής (άρθρο 3θ § 2 Ν 2251/1994). 406

Εκτός εάν ο προμηθευτής προσφέρθηκε να παραλάβει ο ίδιος τα αγαθά, όσον αφορά στις συμβάσεις πώλησης, ο προμηθευτής μπορεί, τέλος, να παρακρατήσει την επιστροφή του τιμήματος μέχρι να λάβει πίσω τα αγαθά ή μέχρι ο καταναλωτής να παράσχει αποδείξεις ότι έστειλε πίσω τα αγαθά, όποιο από τα δύο συμβεί πρώτο (άρθρο 3θ § 3 Ν 2251/1994). 407

5. Εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών

A. Η ενσωμάτωση της κοινοτικής Οδηγίας 2002/65/ΕΚ στο Ν 2251/1994

Ο χρηματοοικονομικός τομέας εξαιρείται από το πεδίο εφαρμογής των κοινοτικών Οδηγιών 85/577, 97/7, 98/27 και 11/83 λόγω της ιδιαιτερότητάς τους.²¹ Η Οδηγία 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου αφορά στην εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.²² Έχει ως στόχο την πλήρη προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την από απόσταση εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές, εγκαταλείποντας την αρχή της ελάχιστης εναρμόνισης, δεδομένου ότι διαφορετικές ή ανόμοιες διατάξεις προστασίας των καταναλωτών θεσπιζόμενες από τα κράτη μέλη θα μπορούσαν να έχουν αρνητικές συνέπειες για τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και τον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων.²³ 408

Οι διατάξεις της εν λόγω Οδηγίας έχουν αναγκαστικό χαρακτήρα και δεν χωρεί παραίτηση του καταναλωτή από τα δικαιώματα που του απονέμονται. Το βάρος της απόδειξης μπορεί με απόφαση του κράτους - μέλους να επιρρίπτεται στον προμηθευτή. Παράλληλα, δίδεται η δυνατότητα σε δημόσιους οργανισμούς, επαγγελματικές οργανώσεις και οργανώσεις καταναλωτών να ζητήσουν την πλήρη εφαρμογή της Οδηγίας και να παράσχουν έτσι αποτελεσματική προστασία στους θιγόμενους καταναλωτές. 409

21. Βλ. ΔΕΚ υπόθ. C- 384/93, απόφ. του ΔΕΚ της 10ης Μαΐου 1995, Alpine Investments, Συλλογή Νομολογίας I, 1141.

22. L 271/9.10.2002. Βλ. σχετικά *Van Huffel*, Commercialisation à distance des services financiers, και *ιδίου*, Services financiers et contrats conclus à distance, *Revue européenne de droit de la consommation* 2001, 295 και 1997, 33 αντιστοίχως.

23. Χαρακτηριστική είναι και η μέριμνα για την προώθηση του διασυνοριακού εμπορίου, όπως αυτή εξυπηρετείται και από την αποτελεσματική επίλυση των διασυνοριακών διαφορών για τις ανάγκες της οποίας η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προχώρησε στη σύσταση δικτύου συνεργασίας των οργάνων εξωδικαστικής επίλυσης σε ευρωπαϊκό επίπεδο που επιλαμβάνονται διαφορών κατά την παροχή διασυνοριακών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Πρόκειται για το FIN - NET, το οποίο και ξεκίνησε τη λειτουργία του από τον Ιανουάριο του 2001. Βλ. σχετικά *Γ. Παπαϊωάννου*, Το ευρωπαϊκό δίκτυο εξώδικων διασυνοριακών παραπόνων στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, ΔΕΕΤ Ιούλιος - Σεπτέμβριος 2002, 41.

- 410 Με την θέσπιση της εν λόγω Οδηγίας ολοκληρώθηκε το πλαίσιο για την προστασία των καταναλωτών στις συμβάσεις εξ αποστάσεως. Το internet - banking και η αγορά τίτλων μέσω του διαδικτύου βασίζονται πλέον σε καθεστώς εμπιστοσύνης στο ηλεκτρονικό εμπόριο και ασφάλειας δικαίου.²⁴ Με το άρθρο 3 της ΥΑ Ζ1-629/2005 (ΦΕΚ Β' 720/2004) προστέθηκε το άρθρο 4α στο Ν 2251/1994 ενσωματώνοντας την Οδηγία 2002/65 στο ελληνικό δίκαιο.

Β. Πεδίο εφαρμογής του άρθρου 4θ Ν 2251/1994

- 411 Σύμφωνα με το άρθρο 4θ (παλαιό άρθρο 4α) του Ν 2251/1994, σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση είναι κάθε σύμβαση που αφορά στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (π.χ. τραπεζικές συμβάσεις όπως έκδοση πιστωτικής κάρτας, αγορά χαρτοφυλακίου, συμβάσεις ασφάλισης ζωής κ.ά.), η οποία συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή, χωρίς την ταυτόχρονη φυσική τους παρουσία, στο πλαίσιο συστήματος εξ αποστάσεως πώλησης ή παροχής υπηρεσιών που οργανώνεται από τον προμηθευτή, ο οποίος χρησιμοποιεί αποκλειστικά για τη σύμβαση αυτή ένα ή περισσότερα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως (π.χ. διαδίκτυο), μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης²⁵.
- 412 Οι ορισμοί της έννοιας του καταναλωτή και του προμηθευτή είναι παρόμοιοι με εκείνους του άρθρου 3 αρ. 1 και 2 Ν 2251/1994 για τις συμβάσεις εξ αποστάσεως, τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις λοιπές καταναλωτικές συμβάσεις. Ειδικώς όσον αφορά στην έννοια του καταναλωτή, επισημαίνεται ότι φαίνεται από το γράμμα των παραπάνω διατάξεων να εξαιρείται από το πεδίο εφαρμογής το φυσικό πρόσωπο που ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής του δραστηριότητας, έστω και αν είναι ο τελικός αποδέκτης των υπηρεσιών. Εντούτοις, ένας τέτοιος περιορισμός δεν περιλαμβάνεται στην γενική έννοια του καταναλωτή κατά το άρθρο 1 § 4 εδ. α' Ν 2251/1994. Όπως μάλιστα σχολιάζεται χαρακτηριστικά, «... και υπό το νυν ισχύον νομοθετικό καθεστώς τα παράδοξα δεν έχουν εκλείψει, αφού λ.χ. ο [γιατρός] που συνάπτει μια σύμβαση παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών εκ του σύνεγγυς θα είναι καταναλωτής ... ενώ ... αυτός δεν θα είναι καταναλωτής αν διενεργήσει την ίδια ακριβώς συναλλαγή από απόσταση, μολονότι μία τέτοια συναλλαγή συνεπάγεται σοβαρότερους κινδύνους για τα συμφέροντά του»²⁶. Για τους παραπάνω λόγους, προτείνεται η τελολογική διαστολή του στενού ορισμού της έννοιας του καταναλωτή στις συμβάσεις χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση²⁷.

Γ. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή

- 413 Στην παρ. 3 του άρθρου 4θ Ν 2251/1994 ρυθμίζεται με λεπτομερειακό τρόπο η υποχρέωση του προμηθευτή να παρέχει στον καταναλωτή, πριν από την κατάρτιση των συμβάσεων εμπορίας από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, κάθε πληροφορία

24. *Ι. Καρακώστας*, Δίκαιο και Ίντερνετ, 2003, σελ. 230-232.

25. Βλ. και *Α. Δεσποτίδου*, Παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, 69.

26. *Α. Δεσποτίδου*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρο 4θ αρ. 7.

27. *Α. Δεσποτίδου*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρο 4θ, αρ. 8, *Ι. Λιναρίτης*, Η πρόσβαση, 77-79. Αντίθ. *Π. Παπανικολάου*, ΕλλΔνη 2008,660 επ.

που είναι αναγκαία για τη διαμόρφωση της συναλλακτικής βούλησης του καταναλωτή²⁸. Παραβίαση της ως άνω υποχρέωσης καθιστά την κρίσιμη σύμβαση άκυρη υπέρ του καταναλωτή (άρθρο 4θ § 3 περ. δ' Ν 2251/1994).

Η ενημέρωση του καταναλωτή πρέπει να γίνεται με τα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως κατά τρόπο σαφή και κατανοητό, τηρουμένων των αρχών της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές. Εν προκειμένω, εισάγεται η αρχή της διαφάνειας στο πεδίο των χρηματοοικονομικών συναλλαγών. 414

Ο εμπορικός σκοπός των πληροφοριών πρέπει να καθίσταται σαφής και οι πληροφορίες να παρέχονται κατά τρόπο εναργή και κατανοητό με κάθε ενδεικνυόμενο μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως και ειδικότερα με σεβασμό της αρχής της καλής πίστης, που πρέπει να διέπει τις εμπορικές συναλλαγές και της προστασίας εκείνων που, σύμφωνα με τη νομοθεσία των κρατών μελών είναι ανίκανοι προς δικαιοπραξία, όπως οι ανήλικοι. 415

Η προσυμβατική ενημέρωση περιλαμβάνει²⁹: α) πληροφορίες που αφορούν στον προμηθευτή (την ταυτότητα και τη διεύθυνσή του ή του τρίτου διαμεσολαβούντος, καθώς και την ενδεχόμενη καταχώριση σε επίσημα μητρώα ή έγκριση από εποπτεύουσες αρχές), β) πληροφορίες που αφορούν στη χρηματοοικονομική υπηρεσία (την περιγραφή, το ακριβές τίμημα με κάθε σχετική επιβάρυνση, τους ειδικούς κινδύνους και λοιπά χαρακτηριστικά, τη διάρκεια ισχύος της πρότασης και τον τρόπο εκτέλεσης και αποπληρωμή), γ) πληροφορίες που αφορούν στη σύμβαση (την ύπαρξη ή μη του δικαιώματος υπαναχώρησης, τη γλώσσα, και ρήτρες σχετικές με τη διάρκεια, την πρόωρη ή μονομερή λύση της σύμβασης, το εφαρμοστέο εθνικό δίκαιο³⁰ και το αρμόδιο δικαστήριο) και δ) πληροφορίες που αφορούν στην προσφυγή (την ύπαρξη εξωδικαστικών διαδικασιών επίλυσης διαφορών και κεφαλαίων εγγύησης ή ρυθμίσεων αποζημίωσης). Αν πριν από τη σύναψη της σύμβασης δεν υπήρξε ενημέρωση του καταναλωτή με τα μέσα και τον τρόπο που προβλέπεται, είναι άκυρη η σχετική σύμβαση. 416

Η ανακοίνωση των συμβατικών όρων πρέπει να γίνει σε χαρτί ή άλλο υλικό φορέα (δισκέτες ηλεκτρονικού υπολογιστή, cd-rom, dvd, σκληρό δίσκο κ.λπ.), το οποίο τίθεται σε εύθετο χρόνο στη διάθεση του καταναλωτή και στο οποίο αυτός έχει πρόσβαση πριν δεσμευθεί. 417

Δ. Δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή

Η παρ. 6 του άρθρου 4θ Ν 2251/94 καθιερώνει δικαίωμα υπαναχώρησης για τον καταναλωτή. Η προθεσμία άσκησης του δικαιώματος αναιτιολόγητης υπαναχώρησης διαρκεί 418

28. Κριτική στην παροχή σωρείας τεχνικών και πολύπλοκων πληροφοριών βλ. σε: Α. Δεσποτίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρο 4θ αρ. 26, *την ίδια*, Παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, 102, Κ. Δελούκα-Ιγγλέση, Δίκαιο του Καταναλωτή, αρ. 312, *Ελ. Αλεξανδρίδου*, ΔΕΕ 2014,198, Χ. Γκόρτσο, ΧρηΔικ 2007,165.

29. Βλ. αναλυτικά για το περιεχόμενο της πληροφόρησης: Α. Δεσποτίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρο 4θ, αρ. 33 επ.

30. Στην από απόσταση εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών εφαρμογή έχει ο Κανονισμός 44/2001(ΕΚ) του Συμβουλίου της 22ας Δεκεμβρίου 2000 για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις.

δεκατέσσερις (14) ημερολογιακές ημέρες και ο υπολογισμός της ξεκινά είτε από την ημέρα σύναψης της σύμβασης, είτε από την ημέρα παραλαβής των συμβατικών όρων και των προαναφερόμενων υποχρεωτικών πληροφοριών, εφόσον η τελευταία ημερομηνία είναι μεταγενέστερη από την πρώτη. Παράταση της προθεσμίας σε 30 ημέρες προβλεπόταν - υπό το προϋσχύσαν καθεστώς - για συμβάσεις εξ αποστάσεως με αντικείμενο ασφαλίσεις ζωής (καλυπτόμενες από την Οδηγία 90/619/ΕΟΚ) και πράξεις που αφορούν στις συνταξιοδοτικές ασφαλίσεις. Η εν λόγω ρύθμιση περί παρατάσεως της νόμιμης προθεσμίας καταργήθηκε αναδρομικά από 1 Ιανουαρίου 2016 δυνάμει του άρθρου 278 § 1 στοιχ. δ' Ν 4364/2016 (ΦΕΚ Α' 13/5.2.2016).

- 419 Ωστόσο, από το δικαίωμα υπαναχώρησης προβλέπονται σημαντικές εξαιρέσεις.
- 420 Ειδικότερα δεν εφαρμόζεται α) σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες η τιμή των οποίων εξαρτάται από τις διακυμάνσεις της κεφαλαιαγοράς επί των οποίων ο προμηθευτής δεν έχει καμία επίδραση και μπορεί να επέλθουν κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης, όπως υπηρεσίες που αφορούν συναλλαγματικές πράξεις, τίτλους χρηματαγοράς, διαπραγματεύσιμους τίτλους, συλλογικές επενδύσεις, προθεσμιακές χρηματοοικονομικές συμβάσεις (futures), συμβάσεις δικαιωμάτων προαίρεσης (options), προθεσμιακά συμβόλαια επιτοκίου (FRA), συμβάσεις ανταλλαγής (swaps), προαιρέσεις (options) αγοράς ή πώλησης τίτλων, β) σε ασφαλιστήρια συμβόλαια ταξιδίων και αποσκευών ή παρόμοια βραχυπρόθεσμα ασφαλιστήρια συμβόλαια με διάρκεια μικρότερη του ενός μηνός, γ) σε συμβάσεις των οποίων η εκτέλεση ολοκληρώθηκε πλήρως και από τα δύο μέρη με ρητή αίτηση του καταναλωτή, προτού ασκήσει ο καταναλωτής το δικαίωμα υπαναχώρησης.
- 421 Η εξαίρεση που αφορά σε πιστώσεις για κτήση ή διατήρηση δικαιωμάτων ιδιοκτησίας ακινήτων και για ανακαίνιση ή βελτίωση κτιρίου, καθώς και πιστώσεις που εξασφαλίζονται με υποθήκη ή δικαίωμα επί ακινήτου είναι στη διακριτική ευχέρεια του κράτους μέλους. Ανάλογα αντιμετωπίζεται και η δήλωση καταναλωτή που πραγματοποιείται με συμμετοχή δημόσιου λειτουργού, υπό την προϋπόθεση ότι ο τελευταίος πιστοποιεί ότι τα σχετικά με την ανακοίνωση των συμβατικών όρων και παροχή των εκ των προτέρων πληροφοριών διασφαλίζονται³¹.
- 422 Το δικαίωμα υπαναχώρησης ασκείται με σχετική δήλωση του καταναλωτή σύμφωνα με τις πρακτικές οδηγίες που του έχουν δοθεί (βλ. άρθρο 4θ παρ. 3 περ. α σημ. iii) είτε μέσω εγγράφων είτε με άλλο σταθερό μέσο το οποίο τίθεται στη διάθεσή του. Η προθεσμία θεωρείται ότι έχει τηρηθεί εφόσον η κοινοποίηση έχει αποσταλεί πριν από την εκπνοή της προθεσμίας (άρθρο 4θ § 6 περ. γ' εδ. β' Ν 2251/1994).

Ε. Απαγόρευση αποστολής προϊόντων ή παροχή υπηρεσιών χωρίς παραγγελία³²

- 423 Η παρ. 9 απαγορεύει την παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε καταναλωτή, χωρίς να το έχει ζητήσει προηγουμένως, όταν αυτή η παροχή περιλαμβάνει αίτηση για άμεση ή

31. Γ. Παπαϊωάννου, ό.π., σελ. 163, υποσημ. 113.

32. Για την ασφάλεια των συναλλαγών ιδίως κατά την εξ αποστάσεως απόκτηση προϊόντων βλ. άρθρο 10 παρ. 5 του σχεδίου Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας.

μεταγενέστερη πληρωμή. Επιπλέον, σε αυτήν την περίπτωση, ο καταναλωτής απαλλάσσεται από οποιαδήποτε υποχρέωση, χωρίς η έλλειψη απάντησης εκ μέρους του να εκλαμβάνεται ως συγκατάθεση. Η παρ. 10 απαιτεί την προηγούμενη συγκατάθεση του καταναλωτή, ώστε να είναι θεμιτή η αυτόκλητη εμπορία υπηρεσιών μέσω αυτοματοποιημένων συστημάτων κλήσης. Ειδικότερα για μη ζητηθείσα επικοινωνία, εφαρμόζονται οι διατάξεις του άρθρου 11 Ν 3471/2006³³.

Περαιτέρω, με την παρ. 4 του άρθρου 4θ Ν 2251/1994 θεσμοθετείται η υποχρέωση των προμηθευτών να υποβάλλουν στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή τους σχετικούς τύπους συμβάσεων, συμπεριλαμβανομένων και των ΓΟΣ. Αυξημένη προστασία προσφέρει στον καταναλωτή η πρόβλεψη της παρ. 7 περ. α' του άρθρου 4θ, όπως ισχύει μετά το Ν 3587/2007, σύμφωνα με την οποία επιβάλλεται η γραπτή δήλωση του καταναλωτή αντί της άτυπης συναίνεσής του ως απαραίτητη προϋπόθεση για την εκπλήρωση της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση. 424

6. Το ηλεκτρονικό εμπόριο³⁴

A. Η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου

Ο Ν 2251/1994, όπως ήδη προαναφέρθηκε, στο άρθρο 4 ρυθμίζει τις συμβάσεις από απόσταση. Εδώ εμπίπτει και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο συνιστά την ψηφιακή εκτέλεση συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων ή επιχειρήσεων και καταναλωτών που βασίζονται στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων μέσω δικτύων.³⁵ Αναλυτικότερα, ηλεκτρονικό είναι το εμπόριο που διενεργείται ηλεκτρονικά, βασίζεται στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων που περιλαμβάνουν κείμενα, ήχο και εικόνα και αφορά σε διάφορες δραστηριότητες, όπως ηλεκτρονική εμπορία αγαθών και υπηρεσιών, on line παράδοση ψηφιακού περιεχομένου, ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων, ηλεκτρονικές αγοραπωλησίες μετοχών, ηλεκτρονικές φορτωτικές, ηλεκτρονικούς πλειστηριασμούς,³⁶ διαφήμιση 425

33. Τροποποιήσεις στο Ν 3471/2006 επέφεραν οι Ν 3917/2011 και Ν 4070/2012. Για παράδειγμα, εισάγονται πλέον ειδικές και λεπτομερείς ρυθμίσεις για την ενίσχυση της ασφάλειας των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών και δικτύων. Βλ. αναλυτικά Α. Δεσποτίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, άρθρο 4θ αρ. 114 επ., Κ. Δελούκα-Ιγγλέση, Δίκαιο του Καταναλωτή, αρ. 748.

34. Ι. Καράκωστας, Δίκαιο και Ίντερνετ, 2003, 165 επ.

35. Χ. Σαμαρά, Η Οδηγία της Ευρωπαϊκής Κοινότητας σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο στην εσωτερική αγορά, ΔΕΕ 2000, 1200.

36. Η Οδηγία για τις εξ αποστάσεως πωλήσεις, η οποία εκπονήθηκε πριν την πρόσφατη εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου, επιτρέπει στα κράτη μέλη να εξαιρούν τους πλειστηριασμούς. Όπως επιβεβαιώθηκε από την αξιολόγηση των εθνικών νομοθεσιών, η διαφορετική χρήση της κανονιστικής αυτής επιλογής από τα κράτη μέλη δημιουργεί κερματισμό και έχει οδηγήσει σε αύξηση των καταγγελιών που υποβάλλονται από πολίτες σε σχέση με τους ηλεκτρονικούς πλειστηριασμούς. Η εξαίρεση του λογισμικού και των δεδομένων από το πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας για τις πωλήσεις στους καταναλωτές μπορεί να ωθήσει τους επαγγελματίες να προσπαθήσουν να αποφύγουν την ευθύνη για πιθανές ζημιές ή μη συμμόρφωση σε σχέση με τα προϊ-

και προώθηση προϊόντων, δημόσιες προμήθειες, παραχώρηση βάσεων δεδομένων, πρόσβαση σε αρχεία, εξυπηρέτηση μετά την πώληση κ.λπ.³⁷ Περιλαμβάνει προϊόντα (όπως καταναλωτικά αγαθά, εξειδικευμένο ιατρικό εξοπλισμό κ.λπ) καθώς και υπηρεσίες πληροφορόρησης, οικονομικές και νομικές συμβουλές κ.λπ. Θα πρέπει να επισημανθεί η αυξανόμενη σπουδαιότητα της ψηφιακής τεχνολογίας (π.χ. τηλεφόρτωση μουσικής) και των τεχνολογικών εξελίξεων, που δημιουργούν νέους διαύλους συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Η βασική κινητήρια δύναμη είναι η ανάπτυξη της ευρωζωνικής τεχνολογίας. Όμως τα «παραδοσιακά δικαιώματα» του καταναλωτή ανταποκρίνονται όλο και λιγότερο στην ψηφιακή εποχή.

- 426 Το ηλεκτρονικό εμπόριο καλύπτει κυρίως δύο είδη δραστηριοτήτων και αναλόγως διακρίνεται σε έμμεσο (offline) και άμεσο (online). Έμμεσο είναι, όταν πρόκειται για ηλεκτρονική εμπορία ενσώματων - υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν με παραδοσιακούς τρόπους, π.χ. το ταχυδρομείο. Άμεσο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών, όπως λογισμικό, οπτικοακουστικό υλικό, υπηρεσίες πληροφορόρησης κ.λπ.

I. Προστασία του καταναλωτή - χρήση του διαδικτύου κατά το δίκαιο της πώλησης³⁸

- 427 Με το Ν 3043/2002, ο οποίος ενσωμάτωσε στο ελληνικό δίκαιο την Οδηγία 1999/44/ΕΚ, τροποποιήθηκαν οι διατάξεις του ΑΚ για την πώληση, οι οποίες βέβαια τυγχάνουν εφαρμογής σε κάθε περίπτωση σύμβασης πωλήσεως και όχι μόνο όταν ο αντισυμβαλλόμενος είναι καταναλωτής.³⁹ Τα άρθρα του ΑΚ αναμφισβήτητα εφαρμόζονται στις περιπτώσεις ηλεκτρονικών συμβάσεων, οι οποίες συνάπτονται διά του διαδικτύου, εφόσον το εφαρμοστέο δίκαιο είναι το ελληνικό.⁴⁰
- 428 Η πρώτη κύρια ρύθμιση του ΑΚ αφορά στην κατάργηση της εγγυητικής ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα ή έλλειψη συμφωνημένων ιδιοτήτων, η οποία εμφανιζόταν ως μια μορφή αντικειμενικής ευθύνης, χωρίς να περιλαμβάνει την υποχρέωση παράδοσης πράγματος απαλλαγμένου ελαττωμάτων. Εφεξής, η πρωτογενής συμβατική υποχρέωση του πωλητή, άρα και δραστηριοποιούμενου διά του διαδικτύου, καθορίζεται

όντα αυτά μέσω της εισαγωγής ρητρών στις άδειες χρήσης τελικού χρήστη που δεν επιτρέπουν στους καταναλωτές να χρησιμοποιήσουν τα μέσα προσφυγής σε περίπτωση μη συμμόρφωσης και να ζητήσουν αποζημίωση [βλ. Πράσινη Βίβλο σχετικά με την επανεξέταση του κοινοτικού κεκτημένου για την προστασία των καταναλωτών (C 61/15.03.2007)].

37. Βλ. και *Ελ. Αλεξανδρίδου*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Ηλεκτρονικό Εμπόριο, αρ. 1· *Κ. Δελούκα-Ιγγλέση*, Νομικά θέματα, 3 επ.

38. *Ι. Καρακώστας*, Βασικά ζητήματα προστασίας του καταναλωτή στο διαδίκτυο, ΔΕΕ 2004,499.

39. Βλ. *Απ. Γεωργιάδη*, Το νέο δίκαιο της ευθύνης του πωλητή για ελαττώματα του πράγματος, ΧρΙΔ 2004,5.

40. Η νέα παρ. 5 εδ. β' του άρθρου 5 του Ν 2251/1994 ορίζει ότι «σε διαφορά, η οποία απορρέει από την πώληση καταναλωτικών αγαθών και φέρεται ενώπιον των ελληνικών δικαστηρίων ανεξάρτητα από το εφαρμοστέο σε αυτήν δίκαιο, εφαρμόζονται πάντοτε οι διατάξεις του ελληνικού δικαίου που διέπουν την πώληση καταναλωτικών αγαθών κατά την έκταση που παρέχουν μεγαλύτερη προστασία στον καταναλωτή».

στην παράδοση του πράγματος με τις συνομολογημένες ιδιότητες και χωρίς πραγματικά ελαττώματα· η υποχρέωση αυτή του πωλητή δεν εκπληρώνεται σύμφωνα με το άρθρο 535 ΑΚ «αν το πράγμα δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση». Περαιτέρω διατυπώνονται τέσσερα ενδεικτικά κριτήρια, τα οποία συγκεκριμενοποιούν την έλλειψη συμμόρφωσης στους όρους της σύμβασης, έτσι ώστε να αρκεί από πλευράς αγοραστή η επίκληση ενός εξ αυτών για την κατάφαση της μη συμμόρφωσης του πωλητή στις υποχρεώσεις του. Επιπλέον, το άρθρο 537 ΑΚ εισάγει τεκμήριο ύπαρξης του ελαττώματος στον κρίσιμο χρόνο της παράδοσης του αγαθού στον αγοραστή, στις περιπτώσεις που το ελάττωμα διαπιστώνεται εντός έξι μηνών από την παράδοση του πράγματος. Ο πωλητής ευθύνεται ανεξάρτητα από υπαιτιότητά του και εγκαταλείπεται το παραδοσιακό μοντέλο της νόθου αντικειμενικής ευθύνης.

Σύμφωνα με την ΑΚ 540, σε περίπτωση ευθύνης του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα ή έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων, ο αγοραστής έχει δικαίωμα για διόρθωση ή αντικατάσταση του πράγματος, για μείωση του τιμήματος ή για υπαναχώρηση από την πώληση ανεξάρτητα από οποιασδήποτε μορφής υπαιτιότητα του πωλητή. Τα προβλεπόμενα δικαιώματα παρέχονται στον αγοραστή εναλλακτικά, χωρίς ιεραρχική διαβάθμιση, ενώ στην περίπτωση επουσιώδους ελαττώματος δεν δίνεται δικαίωμα υπαναχώρησης. Τέλος, αν συντρέχει μια από τις επιβαρυντικές για τον πωλητή περιπτώσεις των ΑΚ 543 ή 544, ο αγοραστής έχει επιπλέον διαζευκτικά ή σωρευτικά υπό προϋποθέσεις και δικαίωμα αποζημίωσης.

Το πλαίσιο της ευθύνης συμπληρώνεται με την αντικατάσταση του άρθρου 332 ΑΚ για τις απαλλακτικές ρήτρες από ελαφρά αμέλεια, όπου και προστέθηκαν δύο ειδικότερες περιπτώσεις, οι οποίες μέχρι την τροποποίηση συνάγονταν ερμηνευτικώς. Ειδικότερα, απαγορεύεται η συνομολόγηση απαλλακτικής ρήτρας, η οποία δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης, καθώς και η απαλλαγή για την περίπτωση προσβολής αγαθών που απορρέουν από την προσωπικότητα. Περαιτέρω, αντικαταστάθηκε η παρ. 2 του άρθρου 334 ΑΚ και απαγορεύθηκε η συνομολόγηση απαλλακτικών ρητρών για δόλο ή βαριά αμέλεια του προστηθέντος, η οποία και πριν από την τροποποίηση προτεινόταν ως δικαιοπολιτικά ορθή.

Με την αναμόρφωση του δικαίου της πώλησης ο χρήστης του διαδικτύου που έχει εμπλακεί σε σύμβαση ηλεκτρονικής πώλησης διαθέτει καταρχάς ένα πλήρες και αποτελεσματικό πλαίσιο προάσπισης των συμφερόντων του. Ο Έλληνας νομοθέτης συμμορφούμενος προς τις επιταγές της κοινοτικής νομοθεσίας προσάρμοσε το παραδοσιακό δίκαιο της πώλησης στις νέες ανάγκες και στον σκοπό προστασίας του αντισυμβαλλόμενου αγοραστή.

II. Προστασία του καταναλωτή - χρήση του διαδικτύου κατά το Ν 2251/1994

Ένα κοινό χαρακτηριστικό των συμβάσεων που καταρτίζονται στο διαδίκτυο είναι ότι καταρτίζονται ως επί το πλείστον είτε βάσει προσυντεταγμένων ηλεκτρονικών εγγράφων, ως συμβάσεις προσχωρήσεως, είτε με προδιατυπωμένους γενικούς όρους συναλλαγών, στοιχείο το οποίο υποδηλώνει την ανισορροπία ισχύος μεταξύ των συμβαλλομένων. Γενικοί όροι συναλλαγών περιέχονται στο server, όπου «στεγάζεται» ο επιχειρηματίας - προμηθευτής αγαθών και υπηρεσιών, ενώ ο μελλοντικός αντισυμβαλλόμενος - χρήστης του διαδικτύου δεν έχει παρά την επιλογή της συμφωνίας ή της άρνησης της σύμβασης.

- 433 Ενόψει της ευρύτητας με την οποία είναι διατυπωμένες οι έννοιες του καταναλωτή και του προμηθευτή στον καίριας σημασίας για την προστασία του καταναλωτή Ν 2251/1994, είναι προφανές ότι μπορεί να τύχει εφαρμογής και στην προκειμένη περίπτωση.
- 434 Στον χώρο του διαδικτύου οι ΓΟΣ θα περιλαμβάνονται συνήθως είτε στην ιστοσελίδα του προμηθευτή είτε στα e-mail που αυτός αποστέλλει στους χρήστες - πελάτες.
- 435 Μετά το πρώτο βήμα της κατάφασης ύπαρξης ΓΟΣ σε μια διαδικτυακή σύμβαση, τίθεται το ζήτημα της ένταξής τους στη σύμβαση αυτή.⁴¹ Οι προϋποθέσεις εντάξεως των ΓΟΣ είναι σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1 του Ν 2251/1994 η υπόδειξη των ΓΟΣ και η εξασφάλιση δυνατότητας πραγματικής γνώσης του περιεχομένου τους από την πλευρά του καταναλωτή. Η υπόδειξη προς τον καταναλωτή θα πρέπει να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να μην καταλείπει αμφιβολίες ότι η σύμβαση καταρτίζεται υπό συγκεκριμένους ΓΟΣ.⁴² Ο χρήστης - καταναλωτής θα πρέπει όμως να έχει τη δυνατότητα πραγματικής γνώσης του περιεχομένου τους. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι ολόκληρο το κείμενο των ΓΟΣ θα πρέπει να βρίσκεται σε εμφανές - κεντρικό σημείο του ηλεκτρονικού εγγράφου ή να επισημαίνεται με link (σύνδεσμο), καθώς και ότι αυτοί θα πρέπει να είναι διατυπωμένοι στην ελληνική γλώσσα, εφόσον ο προμηθευτής είναι ελληνική επιχείρηση και απευθύνεται σε Έλληνες χρήστες - καταναλωτές. Η χρήση κόμβου (server) εγκατεστημένου σε μια τρίτη χώρα, τη στιγμή που ο προμηθευτής έχει ως έδρα την Ελλάδα και ο χρήστης - καταναλωτής βρίσκεται και αυτός στην Ελλάδα, δεν επαρκεί για να προσδώσει στοιχεία αλλοδαπότητας στη διαδικτυακή συναλλαγή. Επομένως, και στην περίπτωση αυτή οι ΓΟΣ θα πρέπει να είναι διατυπωμένοι στην ελληνική γλώσσα.
- 436 Ως προς την ερμηνεία των ΓΟΣ λαμβάνονται υπόψη τα άρθρα 173 και 200 ΑΚ καθώς και οι ειδικοί ερμηνευτικοί κανόνες των παρ. 4 και 5 του άρθρου 2 του Ν 2251/1994. Η εφαρμογή των κανόνων στους ΓΟΣ των συμβάσεων ηλεκτρονικού εμπορίου παρουσιάζει ορισμένες δυσχέρειες: το άρθρο 200 ΑΚ λαμβάνει υπόψη τη δυνατότητα αντίληψης του μέσου χρήστη υπηρεσιών διαδικτύου. Το άρθρο 2 παρ. 5 εδ. α' του Ν 2251/1994 που αναφέρεται στην ανάγκη προστασίας του καταναλωτικού κοινού περικλείει δύο κύκλους καταναλωτών, έναν ευρύτερο, που αφορά σε όλους τους καταναλωτές, εφόσον πρόκειται για συναλλαγή που γίνεται και μέσω του διαδικτύου και έναν στενότερο, που αφορά μόνο στους χρήστες, εφόσον πρόκειται για συναλλαγή που μόνο στο διαδίκτυο μπορεί να λάβει χώρα.⁴³
- 437 Φυσικά και στις διαδικτυακές συμβάσεις η ένταξη και η χρήση των ΓΟΣ ενέχει τον κίνδυνο της καταπλεονεκτικότητας σε βάρος του οικονομικά ασθενέστερου αντισυμβαλλόμενου. Οι διατάξεις του άρθρου 2 παρ. 6 και 7 του Ν 2251/1994 εφαρμόζονται και στις διαδικτυακές συμβάσεις, εφόσον ο τόπος κατάρτισης ή εκτέλεσης της σύμβασης είναι η Ελλάδα.

41. *Ι. Καράκωστας*, Βασικά ζητήματα προστασίας του καταναλωτή στο διαδίκτυο, ΔΕΕ 2004,499.

42. *Γ. Γεωργιάδης*, ό.π., σελ. 265 επ.

43. Βλ. και *Π. Κορνηλάκη*, Διαδίκτυο και αστικό δίκαιο, Αρμ 2007,993.

Β. Η Οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ελληνικό δίκαιο προσαρμογής (ΠΔ 131/2003)

Ι. Σκοπός της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Ως προς τη σχέση του ΠΔ 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο και του Ν 2251/1994 438 σημειώνεται ότι, όταν υπάρχει ειδικότερη ρύθμιση στο ΠΔ, εφαρμόζεται αυτή για αγορές μέσω του διαδικτύου, διαφορετικά έχουν εφαρμογή τα άρθρα 3-3ιγ Ν 2251/1994 στον βαθμό που αναφέρονται στις συμβάσεις από απόσταση.

Ο χώρος του διαδικτύου στερούμενος φυσικών ή τεχνητών συνόρων και παρέχοντας ενι- 439 αίο γλωσσικό τύπο και όρους συναλλαγών είναι προνομιακός για την ταχεία και απρόσκοπτη ανάπτυξη του ενδοκοινοτικού εμπορίου. Για το λόγο αυτό το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο έσπευσαν να προσθέσουν στο ήδη διαμορφωμένο νομικό καθεστώς των συμβάσεων από απόσταση την Οδηγία 2000/31/ΕΚ (L 178/12.7.2000) «για ορισμένες πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά». Τα άρθρα 4 έως 6 και 8 έως 10 του ΠΔ 131/2003 συμπληρώνουν τις ρυθμίσεις του άρθρου 4 Ν 2251/1994, όπως προκύπτει από την παρ. 12 εδ. γ' του ως άνω άρθρου, το οποίο ορίζει ότι οι διατάξεις του «ισχύουν με την επιφύλαξη ειδικότερων κοινοτικών διατάξεων ή εναρμονισμένων προς αυτές εθνικών διατάξεων που διέπουν ορισμένου τύπου συμβάσεων από απόσταση ή ορισμένες πλευρές αυτών».⁴⁴

Σύμφωνα με το Προοίμιο της παραπάνω Οδηγίας, η ανάπτυξη των υπηρεσιών της κοι- 440 νωνίας της πληροφορίας στην Κοινότητα παρακωλύεται από ορισμένα νομικά εμπόδια στην καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, τα οποία καθιστούν λιγότερο ελκυστική την άσκηση της ελευθερίας της εγκατάστασης και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών. Τα εν λόγω εμπόδια απορρέουν από τις αποκλίσεις των νομοθεσιών, καθώς και από την έλλειψη ασφάλειας δικαίου ως προς το ποιοι εθνικοί κανόνες ισχύουν για τις υπηρεσίες αυτές⁴⁵. Η Οδηγία πραγματεύεται μόνο ορισμένα ειδικά ζητήματα που δημιουργούν προβλήματα για την εσωτερική αγορά και ως εκ τούτου, είναι απολύτως συνεπής με την αρχή της επικουρικότητας, όπως αυτή διατυπώνεται στο άρθρο 5 της Συνθήκης. Στόχος της είναι η δημιουργία νομικού πλαισίου που θα εξασφαλίζει την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ κρατών - μελών.

Η συμμόρφωση του Έλληνα νομοθέτη προς την Οδηγία 2000/31/ΕΚ υλοποιήθηκε με την 441 έκδοση του ΠΔ 131/2003.⁴⁶ Αξίζει να επισημανθεί ότι η συμμόρφωση πήρε τη μορφή σχεδόν αυτούσιας μεταφοράς των κοινοτικών ρυθμίσεων.

44. Βλ. Σ. Μακρή, Η προστασία του καταναλωτή στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/ΕΚ και 2000/31/ΕΚ στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004,882 ιδίως σελ. 890.

45. Σημείο 5 Προοιμίου Οδηγίας 2000/31.

46. ΦΕΚ Α' 131/16.5.2003, που έχει όμως αναδρομική ισχύ από τις 17.1.2002. Η αναδρομικότητα δικαιολογείται από την επιταγή συμμόρφωσης με τις κοινοτικές διατάξεις που είχε θέσει η Οδηγία 2000/31/ΕΚ στο άρθρο 22 παρ. 1.

II. Πεδίο εφαρμογής του ΠΔ 131/2003 - Υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας

- 442 Ο ορισμός των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας αναφέρεται στην παρ. 2 του άρθρου 2 του ΠΔ 39/2001 «για την καθιέρωση μιας διαδικασίας πληροφόρησης στον τομέα των τεχνικών προτύπων και προδιαγραφών και των κανόνων σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας σε συμμόρφωση προς τις Οδηγίες 98/34/ΕΟΚ και 98/48/ΕΚ». Ο εν λόγω ορισμός καλύπτει κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται εξ αποστάσεως έναντι αμοιβής, μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας (συμπεριλαμβανομένης της ψηφιακής συμπίεσης) και αποθήκευσης δεδομένων και κατόπιν ατομικού αιτήματος του αποδέκτη της υπηρεσίας (άρθρο 1 στοιχ. α' του ΠΔ 131/2003).
- 443 Οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας καλύπτουν μεγάλο φάσμα οικονομικών δραστηριοτήτων σε απευθείας σύνδεση (on line). Δεν καλύπτονται από τον ορισμό δραστηριότητες, όπως η παράδοση αγαθών⁴⁷ ή παροχή υπηρεσιών offline. Αντιθέτως εμπίπτουν στον ορισμό, εκτός από τη σύναψη συμβάσεων on line, και οι υπηρεσίες που δεν παρέχονται με αμοιβή που καταβάλλεται από τον αποδέκτη τους, όπως είναι η παροχή πληροφοριών on line⁴⁸ ή εμπορικές επικοινωνίες ή υπηρεσίες αναζήτησης, πρόσβασης και ανάκτησης δεδομένων, εφόσον συνιστούν οικονομικές δραστηριότητες.
- 444 Οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας καλύπτουν επίσης τη διαβίβαση πληροφοριών μέσω ενός δικτύου επικοινωνίας με την παροχή πρόσβασης σε δίκτυο επικοινωνίας ή με την καταχώριση πληροφοριών, τις οποίες παρέχει ο αποδέκτης της υπηρεσίας. Η τηλεοπτική μετάδοση κατά την έννοια της Οδηγίας 89/552/ΕΚ και η ραδιοφωνική μετάδοση δεν αποτελούν υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, διότι δεν παρέχονται στο πλαίσιο ατομικού συστήματος. Αντιθέτως, οι υπηρεσίες που διαβιβάζονται από σημείο σε σημείο, όπως η μαγνητοσκόπηση κατ' αίτηση ή η παροχή εμπορικών επικοινωνιών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της εν λόγω Οδηγίας.
- 445 Η χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή αντίστοιχων ατομικών επικοινωνιών π.χ. από φυσικά πρόσωπα που δεν ενεργούν στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής τους δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης τους προς σύναψη συμβάσεων μεταξύ των εν λόγω προσώπων, δεν αποτελεί υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας. Το ίδιο ισχύει και για τη συμβατική σχέση μεταξύ εργαζομένων και εργοδότη και για τις υπηρεσίες που εξ ορισμού δεν παρέχονται εξ αποστάσεως και με ηλεκτρονικά μέσα, όπως ο κατά νόμον έλεγχος των λογιστικών εταιρίας ή η παροχή ιατρικών συμβουλών, όταν απαιτείται φυσική εξέταση του ασθενούς.⁴⁹

47. Έτσι ΔΕΕ (ΔΕΚ) C-108/09, § 30: Παράδοση φακών επαφής που πωλούνται στο διαδίκτυο.

48. ΔΕΕ (ΔΕΚ) C-291/13, § 30: Ο πάροχος αμείβεται όχι από τον αποδέκτη των πληροφοριών (χρήστη διαδικτύου), αλλά με τα έσοδα από τις διαφημίσεις που δημοσιεύει (ο πάροχος) στο διαδίκτυο.

49. Σημείο 18 Προοιμίου Οδηγίας 2000/31/ΕΚ.

III. Οι εξαιρούμενοι τομείς από το πεδίο εφαρμογής του ΠΔ 131/2003

Το πεδίο εφαρμογής του ΠΔ 131/2003 σε συμμόρφωση προς την κοινοτική Οδηγία 2000/31/ΕΚ δεν επεκτείνεται: α) στον φορολογικό τομέα, β) σε θέματα σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας που καλύπτονται ήδη από τις διατάξεις του Ν 2472/1997 για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών, και από τις διατάξεις του Ν 2774/1999 περί επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και προστασίας της ιδιωτικής ζωής στον τηλεπικοινωνιακό τομέα, γ) σε θέματα που αφορούν συμφωνίες ή πρακτικές διεπόμενες από τη νομοθεσία περί καρτέλ, δ) στις εξής δραστηριότητες των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας: τις δραστηριότητες συμβολαιογράφων ή αντίστοιχων επαγγελματιών εφόσον συνεπάγονται άμεση και ειδική σύνδεση με την άσκηση δημόσιας εξουσίας, την εκπροσώπηση πελάτη και υπεράσπιση των συμφερόντων του ενώπιον των δικαστηρίων, τη συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια στα οποία ο παίκτης στοιχηματίζει χρηματική αξία, συμπεριλαμβανομένων των λαχείων και των στοιχημάτων (άρθρο 20 παρ. 1 ΠΔ 131/2003). 446

Γ. Έννοια του καταναλωτή σε ηλεκτρονικές συμβάσεις

Ηλεκτρονικές χαρακτηρίζονται οι συμβάσεις που καταρτίζονται με ηλεκτρονικά μέσα με εξαίρεση εκείνες, με τις οποίες συνιστώνται ή μεταβιβάζονται εμπράγματα δικαιώματα επί ακινήτων, όπου απαιτείται εκ του νόμου προσφυγή σε δικαστήρια, δημόσιες αρχές ή επαγγέλματα που ασκούν δημόσια εξουσία ή που εμπίπτουν στο οικογενειακό ή κληρονομικό δίκαιο (άρθρο 8 ΠΔ 131/2003). Ο έγγραφος τύπος δεν έχει θέση στις συμβάσεις μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή.⁵⁰ Το ηλεκτρονικό έγγραφο έχει δεσμευτική αποδεικτική ισχύ, εφόσον η συναίνεση του συμβαλλόμενου συνάγεται από την ηλεκτρονική υπογραφή του.⁵¹ 447

Καταναλωτής κατά το Ν 2251/1994 (άρθρο 1 παρ. 4 στοιχ. α') είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο για το οποίο προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά ή το οποίο κάνει χρήση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών, εφόσον αποτελεί τον τελικό αποδέκτη τους. Μάλιστα καταναλωτής είναι και ο κάθε αποδέκτης διαφημιστικού 448

50. Για τα ηλεκτρονικά έγγραφα στο Διαδίκτυο, την ηλεκτρονική υπογραφή, την ηλεκτρονική πληρωμή βλ. *Ι. Καράκωστα*, Δίκαιο και Ίντερνετ, 2003, σελ. 191-213. Για την κατάρτιση τυπικής δικαιοπραξίας μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή βλ. *Πιτσιρίκο*, Σύγχρονα μέσα επικοινωνίας (τηλεμοιότυπο, τηλετύπημα, ηλεκτρονικό έγγραφο) για την κατάρτιση τυπικών δικαιοπραξιών ως ζήτημα της σχέσης εγγράφου τύπου και δικαιοπραξίας, 2002, 384, *Δ. Μανιώτη*, Η συμβολή του άρθρου 13 ΠΔ 131/2003 στην αποτροπή μεταγενέστερων αλλοιώσεων των ηλεκτρονικών εγγράφων, *ΕλλΔνη* 2004, 50.

51. Το νομικό καθεστώς της ηλεκτρονικής υπογραφής ρυθμίζεται από την Οδηγία 1999/93/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Δεκεμβρίου 1999 (σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές) και το ΠΔ 150/2001 που εκδόθηκε για την προσαρμογή στην ανωτέρω Οδηγία. Βλ. σχετικά *Β. Καραγιάννη*, Το κοινοτικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές, ΔΕΕ 2000, 580, *Ι. Ιγγλεζάκη*, Οι νομικές ρυθμίσεις για τις ψηφιακές υπογραφές. Η Οδηγία 1999/93/ΕΚ και οι εθνικές νομοθεσίες, *ΕπισκεΔ* 2000, 619.

μηνύματος. Αντίθετα με την πιο πάνω διάταξη, το άρθρο 1 στοιχ. ε' του ΠΔ 131/2003, σε συμμόρφωση με το άρθρο 2 στοιχ. ε' της Οδηγίας 2001/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο, επαναλαμβάνει προγενέστερη θέση της κοινοτικής νομοθεσίας που εκφράζει τη στενή έννοια του όρου καταναλωτής. Θεωρεί καταναλωτή «κάθε φυσικό πρόσωπο που επιδιώκει στόχους μη εντασσόμενους στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας». Το γεγονός αυτό δημιουργεί διάσταση στην εθνική μας νομοθεσία, καθώς τόσο η ευρεία όσο και η στενή άποψη για την έννοια του καταναλωτή υιοθετούνται παράλληλα από τον Έλληνα νομοθέτη στα αντίστοιχα νομοθετήματα.⁵² Το παραπάνω πρόβλημα επιτείνει μάλιστα και η νέα νομοθετική ρύθμιση του άρθρου 3 αρ. 1 Ν 2251/1994, όπου δίδεται ο ορισμός του καταναλωτή σε συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και από απόσταση σύμφωνα με τον οποίο καταναλωτής είναι «κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο ... ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα».

- 449 Ωστόσο, στο σημείο 65 του Προοιμίου της Οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο τονίζεται η σημασία της προστασίας των καταναλωτών στο πλαίσιο της κοινωνίας της πληροφορίας, θέση που επαναλαμβάνεται στο άρθρο 3 παρ. 4 περ. α', όπου καλούνται τα κράτη μέλη να λάβουν ειδικά μέτρα για την προστασία των καταναλωτών, ακόμα και όταν δεν συνάδουν απόλυτα με την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας. Μάλιστα, εξουσιοδοτείται η Επιτροπή να ανιχνεύσει δυνατότητες μείζονος προστασίας των καταναλωτών, εφόσον διαπιστώσει ότι οι υπάρχοντες κανόνες προστασίας αφήνουν κάποια κενά τα οποία θα πρέπει να καλυφθούν οπωσδήποτε.
- 450 Χρήση της δυνατότητας του άρθρου 3 παρ. 4 περ. α' έχει κάνει ο Έλληνας νομοθέτης με το άρθρο 2 παρ. 4 του ΠΔ 131/2003, όταν ορίζει ότι η ελληνική πολιτεία μπορεί να λαμβάνει περιοριστικά μέτρα για συγκεκριμένη υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, που προέρχεται από άλλο κράτος μέλος, υπό την προϋπόθεση να είναι αναγκαία για λόγους που αφορούν - μεταξύ άλλων - την προστασία του καταναλωτή, να πρόκειται για μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, η οποία να βλάπτει ή να προκαλεί σοβαρό κίνδυνο βλάβης για τα έννομα αγαθά του καταναλωτή και να τηρείται η αρχή της αναλογικότητας. Επίσης στην παρ. 2 του άρθρου 20 του ΠΔ 131/2003 αναφέρεται ότι καμία διάταξή του δεν μπορεί να ερμηνευθεί κατά τρόπο που να θίγει το επίπεδο προστασίας, ιδίως της δημόσιας υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή, όπως θεσπίζεται σε κοινοτικές πράξεις και στις εθνικές νομοθεσίες που εκδόθηκαν κατ' εφαρμογή τους, στο μέτρο που δεν περιορίζεται έτσι η ελευθερία παροχής της κοινωνίας της πληροφορίας.
- 451 Η νομοθετική αυτή στάση αφήνει να διαφανεί η προσπάθεια σύνδεσης της έννοιας του καταναλωτή με τη φύση της συναλλαγής και συνακόλουθα το είδος της απαιτούμενης προστασίας. Καταβάλλεται έτσι μια προσπάθεια για τον προσδιορισμό της έννοιας του καταναλωτή, στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, γιατί τόσο η ευρύτατη σύλληψη όσο και η στενή αντιμετώπιση έχουν δεχθεί σωρεία επικρίσεων.⁵³ Πρόκειται για μία νεότερη προσέγγιση της έννοιας του καταναλωτή: δεν εκλαμβάνεται ενιαία η έννοια του κατανα-

52. *Ε. Τζίβα*, Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούς όρους των συναλλαγών, ΔΕΕ 2003, 1045.

53. *Ε. Τζίβα*, ό.π., σελ. 1045.

λωτή, αλλά να διαμορφώνεται με βάση το είδος της παρεχόμενης προστασίας, που και αυτό με τη σειρά του καθορίζεται από τη φύση της συναλλαγής.⁵⁴

Δ. Υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Ι. Υποχρεωτικά παρεχόμενες γενικές πληροφορίες⁵⁵

Ο «φορέας παροχής υπηρεσιών» (δηλαδή κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει 452 μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας) πέρα από τα προβλεπόμενα στο νόμο για την προστασία του καταναλωτή στοιχεία (άρθρα 3-31γ και ιδίως άρθρο 3β Ν 2251/1994· βλ. επίσης και άρθρα 22 και 23 Ν 3844/2010 σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά), οφείλει πριν από την ανάθεση της παραγγελίας να προσφέρει στους «αποδέκτες των υπηρεσιών» του (δηλαδή κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο χρησιμοποιεί, επαγγελματικώς ή άλλως υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως για να ζητήσει πληροφορίες ή για να προσφέρει πρόσβαση σε αυτές) και στις αρμόδιες αρχές εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση στις ακόλουθες τουλάχιστον πληροφορίες μεταξύ των οποίων είναι: α) η επωνυμία του, β) η γεωγραφική διεύθυνση στην οποία είναι εγκατεστημένος, γ) στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με τον φορέα παροχής της υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης,⁵⁶ δ) εφόσον η δραστηριότητά του υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης τα στοιχεία της σχετικής εποπτικής αρχής, ε) εφόσον ο φορέας είναι εγγεγραμμένος σε εμπορικό μητρώο ή παρόμοιο δημόσιο μητρώο, το οικείο μητρώο και στο αριθμό εγγραφής του σε αυτό ή ισοδύναμο τρόπο αναγνώρισης στο μητρώο αυτό, στ) όσον αφορά τα «νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα»⁵⁷ η επαγγελματική ένωση ή παρόμοιο όργανο στο οποίο είναι εγγεγραμμένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών, ο επαγγελματικός τίτλος και το κράτος μέλος που τον έχει χορηγήσει, μνεία των επαγγελματικών κανόνων που ισχύουν στο κράτος μέλος εγκατάστασης, καθώς και του τρόπου πρόσβασης σε αυτούς, ζ) εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί ο φορέας υπόκειται σε ΦΠΑ, ο αριθμός αναγνώρι-

54. Γ. Μπερής, Ο καταναλωτής και η σύμβαση που καταρτίζεται εκτός εμπορικού καταστήματος ΕπισκΕΔ 1995, σελ. 273.

55. Βλ. Σ. Μακρή, ό.π., σελ. 890.

56. Για τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις στο διαδίκτυο βλ. Γ. Γεωργιάδη, Η προστασία των διακριτικών γνωρισμάτων στο διαδίκτυο - Domain names, ΔΕΕ 1999,1243 και Α. Άνθιμο, Προστασία διακριτικών γνωρισμάτων στον κυβερνοχώρο, ΕπισκΕΔ 1999,1046. Βλ. επίσης ΔΕΕ (ΔΕΚ) C-298/07, § 25 επ.: Ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να προσφέρει στους αποδέκτες της υπηρεσίας έναν πρόσθετο τρόπο επικοινωνίας ταχύ, άμεσο και ουσιαστικό, εκτός της διεύθυνσης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (π.χ. τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής).

57. Νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα, είναι κάθε επάγγελμα κατά την έννοια είτε του άρθρου 2 παρ. 3 του ΠΔ 165/2000, όπως ισχύει σήμερα, για την προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας σχετικά με ένα γενικό σύστημα αναγνώρισης των διπλωμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που πιστοποιούν επαγγελματική εκπαίδευση ελάχιστης διάρκειας τριών ετών σύμφωνα με την Οδηγία 89/48/ΕΟΚ, είτε του άρθρου 2, παρ. 5 του ΠΔ 231/1998, όπως ισχύει σήμερα, για το δεύτερο γενικό σύστημα αναγνώρισης της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης προς συμπλήρωση της Οδηγίας 89/48/ΕΟΚ σύμφωνα με τις Οδηγίες 92/51/ΕΟΚ, 94/38/ΕΚ και 95/43/ΕΚ.

ISBN: 978-960-562-536-8



15661