

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΣΧΟΛΗ Ν.Ο.Π.Ε.  
ΤΜΗΜΑ ΝΟΜΙΚΗΣ

ΤΟΜΕΑΣ Α' ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ  
ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΕΤΟΣ: 2010

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**  
της **Μαρίας Ευαγγελίας Αντωνίου Ψαραδάκη**  
**ΑΜ 686 Π.Μ.Σ.**

## **ΤΙΤΛΟΣ**

**Η ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ  
ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

### **Επιβλέποντες**

Όνοματεπώνυμο Α' επιβλέποντα Παρασκευή Παπαρσενίου  
Όνοματεπώνυμο Β' επιβλέποντα Ευγενία Δακορώνια

Αθήνα, Δεκέμβριος 2010

**Η ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ  
ΣΤΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ  
ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ** .....σελ.3

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ**.....σελ.9

**Α. ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ**

<b><u>1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ</u></b> .....	σελ.11
<b><u>2. ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ</u></b> .....	σελ.13
<b><u>3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ</u></b> .....	σελ.13
1) Έννοια της σύμβασης από απόσταση .....	σελ.13
2) Ποιες συμβάσεις εξαιρούνται από τη ρύθμιση των εξ αποστάσεως συμβάσεων (ά. 4 παρ. 13 ν. 2251/1994) .....	σελ.20
3) Έννοια καταναλωτή στο ν. 2251/1994 .....	σελ.23
4) Έννοια προμηθευτή.....	σελ.25
5) Ο μέσος συνετός καταναλωτής .....	σελ.26
<b><u>4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ</u></b> .....	σελ. 27
A) ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΟ ΠΡΟΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΣΤΑΔΙΟ (ά. 4 παρ. 2 ν. 2251/1994) .....	σελ.29
B) ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ (ά. 4 παρ. 9 ν.2251/1994) .....	σελ.38
Γ) ΕΝΝΟΜΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΠΑΡΑΒΙΑΣΗΣ ΤΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ .....	σελ.46
Δ) ΒΑΡΟΣ ΑΠΟΔΕΙΞΗΣ.....	σελ.47
<b><u>5. ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ</u></b> .....	σελ.49
1) Τρόπος άσκησης του δικαιώματος.....	σελ.50
2) Προθεσμία άσκησης.....	σελ.52
3) Συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.....	σελ.56
<b><u>6. ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ</u></b> .....	σελ.61
<b><u>7. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</u></b> .....	σελ.63
<b><u>8. Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ</u></b> .....	σελ.64
A) Γενικά για την Πρόταση.....	σελ.64
B) Τροποποιήσεις των ρυθμίσεων για τις συμβάσεις εξ αποστάσεως.....	σελ.67

1) Έννοια .....	σελ.67
2) Υποχρεώσεις ενημέρωσης και δικαίωμα υπαναχώρησης .....	σελ.68
3) Πληροφορίες που πρέπει να παρασχεθούν σύμφωνα με την Πρόταση Οδηγίας .....	σελ.69
4) Έννομες συνέπειες της παραβίασης της υποχρέωσης ενημέρωσης .....	σελ.74
5) Υποχρέωση παροχής πληροφοριών μετά τη σύναψη της σύμβασης.....	σελ.75
6) Το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	σελ.76
Γ) Τελική αποτίμηση.....	σελ.77
<b>9. ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ</b> .....	σελ.78
<b>A) ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ</b> .....	σελ.78
1) Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών 3717/1996 (ΔΕΕ 1997, σελ. 82 επ.).....	σελ.78
2) Αποφάσεις που θίγουν θέματα των συμβάσεων από απόσταση που αναφέρθηκαν στην παρούσα ανάπτυξη .....	σελ.79
<b>B) ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ Δ.Ε.Κ.</b> .....	σελ.81
1) Υπόθεση C-511/08 : επιβάρυνση καταναλωτή με τα έξοδα αποστολής εμπορευμάτων σε περίπτωση υπαναχώρησης .....	σελ.81
2) Υπόθεση C-336/03 : οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μισθώσεως αυτοκινήτων αποτελούν συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μεταφοράς.....	σελ.82
3) Υπόθεση C-489/07: αποκλείεται η αξίωση αποζημίωσης του προμηθευτή κατά του καταναλωτή που υπαναχώρησε επειδή χρησιμοποίησε ή δοκίμασε το αγαθό.....	σελ.82
<b>10. ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 97/7/ΕΚ ΣΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΡΑΤΗ ΜΕΛΗ</b>	
<b>A) ΓΕΝΙΚΑ</b> .....	σελ.83
<b>B) ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΟΔΗΓΙΑ 97/7/ΕΚ</b> .....	σελ.84
<b>Γ) ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ</b> .....	σελ.85
1) Γενικά .....	σελ.85
2) Περιεχόμενο των διάφορων ορισμών .....	σελ.86
<b>Δ) ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ</b> .....	σελ.88
<b>Ε) ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ</b> .....	σελ.89
1) Ορισμός των συμβάσεων από απόσταση.....	σελ.89

2) Ορισμός των μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως .....	σελ.90
3) Ορισμός του φορέα του μέσου επικοινωνίας.....	σελ.91
<b>ΣΤ) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ.....</b>	<b>σελ.91</b>
1) <b>ΠΡΟΣΥΜΒΑΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ.....</b>	<b>σελ.91</b>
α) Ο όρος "in good time".....	σελ.91
β) Πρόβλεψη περισσότερων γενικών πληροφοριών από αυτές του ά. 4 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ.....	σελ.92
2) <b>Η ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΤΟΥ Α. 5 ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 97/7/ΕΚ.....</b>	<b>σελ.94</b>
α) Τυπικές προϋποθέσεις .....	σελ.95
β) Χρόνος της επιβεβαίωσης .....	σελ.96
γ) Πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται σε κάθε περίπτωση σύμφωνα με την παρ. 1 εδ. β' του ά. 5 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ.....	σελ.97
δ) Εξαίρεση από την υποχρέωση του ά. 5 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ για τις υπηρεσίες που εκτελούνται με χρήση μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως .....	σελ.98
3) <b>ΠΑΡΑΒΙΑΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ.....</b>	<b>σελ.98</b>
α) Επιμήκυνση της προθεσμίας υπαναχώρησης σύμφωνα με το ά. 6 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ.....	σελ.99
β) Ασφαλιστικά μέτρα.....	σελ.101
γ) Αξίωση των ανταγωνιστών για αποζημίωση.....	σελ.101
δ) Πρόστιμα από διοικητικές ή ποινικές διατάξεις .....	σελ.101
ε) Άλλες συνέπειες ιδιωτικού δικαίου.....	σελ.101

## **Β. ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΝΑΠΤΟΝΤΑΙ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

<b><u>1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ...</u></b> .....	σελ.103
<b><u>2. ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ</u></b> .....	σελ.104
<b><u>3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ</u></b> .....	σελ.106
Α) Υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.....	σελ.106
Β) Φορέας παροχής υπηρεσιών».....	σελ.107
Γ) Αποδέκτης των υπηρεσιών.....	σελ.108
Δ) Ο καταναλωτής του π.δ. 131/2003 .....	σελ.109

E) Η νομική φύση της ιστοσελίδας: πρόταση προς κατάρτιση σύμβασης ή πρόσκληση προς υποβολή πρότασης: .....σελ.109

**4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ ΓΙΑ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ** .....σελ.110

**A) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (ά. 4 π.δ. 131/2003)**

.....σελ.111

1)Εύκολη, άμεση και συνεχής πρόσβαση.....σελ.111

2) Η παραπομπή του ά. 4 π.δ. 131/2003στον ν. 2251/1994.....σελ.113

3) Οι γενικές πληροφορίες του ά. 4 π.δ. 131/2003.....σελ.114

4) Αποδέκτης του ά. 4 του π.δ. 131/2003.....σελ.118

5) Έννομη συνέπεια της παραβίασης του ά. 4 του π.δ. 131/2003.....σελ.118

**B) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (α. 9 π.δ. 131/2003)**

.....σελ.120

1) Δεσμευτικότητα της υποχρέωσης.....σελ.120

2) Παροχή κατά τρόπο σαφή, κατανοητό και αδιαφιλονίκητο.....σελ.121

3) Παροχή πριν από την ανάθεση της παραγγελίας.....σελ.122

4) Οι ειδικές πληροφορίες του ά. 9 π.δ. 131/2003.....σελ.123

5) Η εξαίρεση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από την εφαρμογή του ά. 9.....σελ.126

6). Δυνατότητα αποθήκευσης και αναπαραγωγής των Γ.Ο.Σ.....σελ.127

7) Έννομες συνέπειες παραβίασης του ά. 9 π.δ. 131/2003.....σελ.129

**Γ) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΘΕΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ (ά. 10 π.δ. 131/2003)**.....σελ.130

1) Δεσμευτικότητα των υποχρεώσεων.....σελ.131

2) Η υποχρέωση παροχής δυνατότητας διόρθωσης λαθών.....σελ.132

3) Η αποστολή αποδεικτικού παραλαβής της παραγγελίας.....σελ.133

4) Η εξαίρεση των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.....	σελ.136
5) Έννομες συνέπειες από την παράβαση των υποχρεώσεων του ά. 10 π.δ. 131/2003.....	σελ.136
<b><u>Δ) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΤΑ ΤΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ (ά. 5, 6 Π.Δ. 131/2003)</u></b> .....	σελ. 137
1) Έννοια εμπορικών επικοινωνιών.....	σελ. 137
2) Διαφήμιση στο διαδίκτυο.....	σελ. 138
3) Ελληνικό δίκαιο διαφήμισης.....	σελ. 139
4) Πληροφορίες σχετικά με τις εμπορικές επικοινωνίες (ά. 5 π.δ. 131/2003).....	σελ. 139
5) Μη αιτηθείσα εμπορική επικοινωνία (spamming) ά. 6 π.δ. 131/2003.....	σελ. 141
6) Έννομες συνέπειες από την παραβίαση του ά. 5 π.δ. 131/2003.....	σελ. 143
<b><u>5. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ Α .2 ΤΟΥ Ν. 2251/1994 ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΟΥΣ Γ.Ο.Σ.</u></b>	σελ.143
<b><u>6. Η ΣΥΜΒΑΣΗ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΩΣ ΣΥΜΒΑΣΗ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ</u></b>	σελ.145
1) Εφαρμογή του ά. 4 ν. 2251/1994 στις συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου.....	σελ.145
2) Ανάλογη εφαρμογή του δικαιώματος υπαναχώρησης.....	σελ.146
3) Τα μέσα προστασίας κατά τις διατάξεις για τη σύμβαση από απόσταση.....	σελ.146
<b><u>7. Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΛΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ</u></b>	σελ.147
<b><u>8. ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ</u></b> .....	σελ.147
<b><u>9. ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟ ΔΙΚΑΙΟ</u></b> .....	σελ.150

**Γ. ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ  
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

<b><u>1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u></b> .....	σελ.152
<b><u>2. ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ</u></b> .....	σελ.153
<b><u>3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ</u></b> .....	σελ.153
Ειδικότερα η έννοια του καταναλωτή στο ά. 4 <sup>α</sup> του ν. 2251/1994.....	σελ.154

<b><u>4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ</u></b> .....σελ.155	
1) Πληροφορίες που αφορούν τον προμηθευτή.....σελ.156	
2) Πληροφορίες που αφορούν την χρηματοοικονομική υπηρεσία.....σελ.157	
3) Πληροφορίες που αφορούν τη σύμβαση εξ αποστάσεως.....σελ.158	
4) Πληροφορίες που αφορούν την προσφυγή.....σελ.159	
5) Παροχή περιορισμένων πληροφοριών.....σελ.159	
6) Δικαίωμα υπαναχώρησης.....σελ.160	
7) Έννομη συνέπεια παραβίασης της υποχρέωσης πληροφόρησης.....σελ.161	
<b><u>5. Η ΝΕΑ ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ</u></b> .....σελ.162	
<b><u>6. ΣΥΝΟΨΙΖΟΝΤΑΣ</u></b> .....σελ.162	

**ΕΠΙΛΟΓΟΣ**.....σελ.164

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**.....σελ.165

**ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ**.....σελ.168

**ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ**.....σελ.173



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το αντικείμενο μελέτης της παρούσας εργασίας είναι η υποχρέωση που βαρύνει τον προμηθευτή κατά τη σύναψη συμβάσεων από απόσταση με καταναλωτές, να τους πληροφορήσει για κάποια στοιχεία που προβλέπει ο νόμος περί προστασίας του καταναλωτή. Ο λόγος επιβολής αυτής της υποχρέωσης εκ μέρους του νομοθέτη, αρχικά του κοινοτικού και κατόπιν του Έλληνα νομοθέτη, είναι οι ιδιαίτερες συνθήκες κατάρτισης των συμβάσεων από απόσταση.

Ο καταναλωτής όταν συνάπτει μια σύμβαση από απόσταση βρίσκεται σε δυσχερή θέση σε σχέση πάντα με έναν καταναλωτή που συνάπτει μια σύμβαση εκ του σύνεγγυς με κάποιον προμηθευτή. Ο καταναλωτής αυτός λοιπόν, δεσμεύεται δικαιοπρακτικά παρότι δεν έχει αποκτήσει ακόμη προσωπική επαφή με τον προμηθευτή, δηλαδή με τον αντισυμβαλλόμενο του και το κυριότερο, δεν έχει ουδέποτε έρθει σε φυσική επαφή με το αντικείμενο αυτής της σύμβασης. Αυτή η έλλειψη ίδιας αντίληψης που υπάρχει στις συμβάσεις εξ αποστάσεως επιχειρείται να καλυφθεί από τον νομοθέτη με τη θέσπιση της υποχρέωσης του προμηθευτή προς πληροφόρηση. Δημιουργήθηκε έτσι, ένα προστατευτικό πλαίσιο για τον καταναλωτή, με κύριο στόχο την επαρκή, έγκαιρη και αποτελεσματική γνώση από αυτόν κάποιων πληροφοριών σχετικά με το πρόσωπο του προμηθευτή και το αντικείμενο της συναλλαγής, οι οποίες καλούνται να αντισταθμίσουν το προαναφερθέν μειονέκτημα των συμβάσεων εξ αποστάσεως.

Στο δεύτερο τμήμα της παρούσας, εξετάζεται μια ειδική λόγω του χρησιμοποιούμενου μέσου, μορφή εμφάνισης των συμβάσεων από απόσταση, οι συμβάσεις που συνάπτονται μέσω του διαδικτύου και οι ειδικότερες ρυθμίσεις που ισχύουν για τις συμβάσεις αυτές. Το διαδίκτυο αποτελεί μοχλό ανάπτυξης της οικονομικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων, οι οποίες μπορούν να ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα τους, να διαφημίζονται, να συνάπτουν διασυνοριακές συμβάσεις και να επεκτείνουν το πεδίο δράσης τους με ρυθμούς ταχύτατους. Ταυτόχρονα, πλεονεκτήματα από το ηλεκτρονικού εμπορίου απολαμβάνουν και οι χρήστες του διαδικτύου, οι οποίοι έχουν την ευκαιρία να συναλλάσσονται σε μια απέραντη ηλεκτρονική αγορά με πλειάδα προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, με αποτέλεσμα να διευρύνεται κατά πολύ η δυνατότητα τους να επιλέξουν το ποιοτικά καλύτερο αλλά και οικονομικότερο αγαθό. Το μεγάλο μειονέκτημα όμως των συναλλαγών μέσω διαδικτύου είναι και πάλι η ανασφάλεια που υπάρχει λόγω της έλλειψης προσωπικής επαφής του καταναλωτή με το αντικείμενο της συναλλαγής και με το πρόσωπο του αντισυμβαλλόμενου του, που συχνά κρύβεται πίσω από την ανωνυμία μιας ιστοσελίδας. Ακόμη, ο καταναλωτής αισθάνεται ανασφάλεια για τα προσωπικά δεδομένα τα οποία

αναγκαστικά θέτει στη διάθεση του προμηθευτή και κυρίως, για τα δεδομένα που εισάγει προκειμένου να τον αποπληρώσει, που συνήθως πρόκειται για τα στοιχεία μιας πιστωτικής κάρτας ή ενός τραπεζικού λογαριασμού. Για τα ζητήματα αυτά μεριμνούν οι εταιρείες λογισμικών και υπολογιστών που φροντίζουν να διοχετεύουν διαρκώς στην αγορά προγράμματα προστασίας των προσωπικών στοιχείων που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο και αποτροπής του κυβερνοσφετερισμού.

Για την εδραίωση της εμπιστοσύνης των χρηστών του διαδικτύου στις συναλλαγές μέσω του διαδικτύου μεριμνά φυσικά και ο κοινοτικός και ο εθνικός νομοθέτης με την θέσπιση της υποχρέωσης του φορέα παροχής των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας προς πλήρη, έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση του αποδέκτη των υπηρεσιών για όλα τα δεδομένα που αφορούν την υπό σύναψη σύμβαση, καθώς και για τις τεχνικές ιδιαιτερότητες που εμφανίζει η ηλεκτρονική κατάρτιση σύμβασης, προκειμένου αυτός να αισθανθεί ασφάλεια ως προς την συγκεκριμένη τη συναλλαγή και να προχωρήσει στην κατάρτιση της.

Τέλος, στο τρίτο τμήμα της εργασίας θα αναφερθούμε εν συντομία σε μια ακόμη πιο ιδιαίτερη κατηγορία συμβάσεων από απόσταση, οι οποίες και λόγω του αντικειμένου τους χρήζουν ειδικής ρύθμισης, τις συμβάσεις από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Η υποχρέωση πληροφόρησης του καταναλωτή, όπως αυτή προβλέπεται για όλες τις προαναφερθείσες περιπτώσεις θα μελετηθεί κατωτέρω, όπου και θα παρουσιαστούν οι ισχύουσες νομοθετικές ρυθμίσεις, η αξιολόγηση αυτών από τη θεωρία, καθώς και κάποιες προτάσεις για την άρση ή έστω βελτίωση των τωρινών νομοθετικών ατοπημάτων .

## Α. ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ

### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ

Την παρελθούσα εικοσαετία η παραδοσιακή έννοια της αγοράς ανατράπηκε και οδήγησε στην πλήρη αναθεώρηση της άσκησης εμπορικής δραστηριότητας. Ο νομοθέτης, ο κοινοτικός και μετέπειτα ο εθνικός οδηγήθηκε αναγκαστικά στη ρύθμιση των συμβάσεων από απόσταση. Η ανησυχία του καταναλωτή για την προστασία των οικονομικών του συμφερόντων σε περιβάλλον εικονικής πραγματικότητας επέσπευσε την ανάληψη νομοθετικών πρωτοβουλιών σε ευρωπαϊκό και ακολούθως σε εθνικό επίπεδο <sup>1</sup>.

Ο νομοθέτης στις συμβάσεις από απόσταση αντιμετωπίζει τον καταναλωτή με ιδιαίτερη εύνοια η οποία υπαγορεύεται από τους κινδύνους που δημιουργούνται για εκείνον. Καταρχήν, ο καταναλωτής αιφνιδιάζεται από τις σύγχρονες μεθόδους πώλησης που χρησιμοποιούν τα ολοένα και πιο προηγμένα τεχνολογικά μέσα και καταλήγουν στην υπεραπλούστευση ανάληψης συμβατικών δεσμεύσεων <sup>2</sup>. Το κυρίαρχο στοιχείο στις συμβάσεις από απόσταση είναι η έλλειψη φυσικής επικοινωνίας με τον προμηθευτή αλλά και με το αντικείμενο της συναλλαγής. Ο καταναλωτής κινείται εκτός των συμβατικών ορίων της αγοράς, με την έννοια του δημόσιου τύπου συγκέντρωσης συναλλασσόμενων με σκοπό τη σύμπτωση της ζήτησης και της προσφοράς αγαθών εμφανούς ποιότητας και τιμών μεταξύ περισσότερων ανταγωνιστικών προσφορών, στη βάση οικονομικών πληροφοριών μόνο ικανών να επηρεάζουν τη διαμόρφωση της απόφασης για αγορά.

Κλασικές μορφές συναλλαγών από απόσταση που κυριάρχησαν στο παρελθόν είναι η συναλλαγή δια αλληλογραφίας, με την παραγγελία δηλαδή από τον καταναλωτή μέσω ενός φυλλαδίου, καταλόγου ή μιας αγγελίας και την αποστολή του προϊόντος με το ταχυδρομείο. Στη συνέχεια, εντάχθηκαν στις συναλλαγές από απόσταση το τηλέφωνο, το φαξ, η τηλεόραση <sup>3</sup> και τέλος, το ισχυρότερο από όλα τα προηγούμενα μέσα, το διαδίκτυο.

Τα πλεονεκτήματα των συμβάσεων αυτών είναι πολλά και για τα δύο μέρη. Οι προμηθευτές δε χρειάζεται πια να είναι φυσικά παρόντες στην προώθηση και τη διανομή των προϊόντων τους, εξοικονομώντας έτσι αφενός προσωπικό χρόνο και αφετέρου χρήματα αφού δε χρειάζεται να πληρώσουν κάποιον υπάλληλο να τα κάνει αυτά. Ταυτόχρονα ανοίγουν τους επαγγελματικούς τους

---

<sup>1</sup> Βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 153 επ.

<sup>2</sup> Που γίνεται πολλές φορές και με το πάτημα ενός κουμπιού. Βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 153 επ

<sup>3</sup> Με το γνωστό σε όλους τηλεμάρκετινγκ.

ορίζοντας σε μια πληθώρα καταναλωτών που έχει πρόσβαση στα προϊόντα τους, χωρίς να περιορίζονται πια στα στενά χωρικά όρια ενός καταστήματος. Οι καταναλωτές από την άλλη, μπορούν να προβαίνουν σε αγορές όποια στιγμή το θελήσουν, αφού πλέον δεν υπάρχουν ωράρια λειτουργίας καταστημάτων και μάλιστα, δε χρειάζεται καν να μετακινηθούν από το σπίτι τους ξοδεύοντας χρόνο και χρήμα στις μετακινήσεις. Επίσης, έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε αγορές του εξωτερικού σπάζοντας έτσι τα σύνορα των συναλλαγών.

Από την άλλη πλευρά βέβαια, δεν πρέπει να παραγνωρίζονται οι κίνδυνοι που δημιουργούνται στις συμβάσεις από απόσταση και αφορούν κυρίως, τον καταναλωτή, οι οποίοι άλλωστε, είναι και ο λόγος για τον οποίον ο νομοθέτης θέσπισε το προστατευτικό δίκαιο των συμβάσεων από απόσταση: η ταυτότητα του προμηθευτή δεν είναι πάντα ευδιάκριτη, το αντικείμενο της συναλλαγής δεν είναι προσιτό στον καταναλωτή και δεν έχει καν τη δυνατότητα δοκιμής αυτού, η συμμετοχή των μέσων μαζικής επικοινωνίας μειώνουν τα αντανακλαστικά του, απαιτείται πολλές φορές πολύς χρόνος και έξοδα για την αποστολή του παραγγελθέντος προϊόντος, υπάρχει η πιθανότητα το προϊόν να χτυπηθεί ή να αλλοιωθεί κατά τη μεταφορά και ο προμηθευτής να μη δέχεται ότι υπάρχει πραγματικό ελάττωμα αλλά να μετακυλύει την ευθύνη στον μεταφορέα.

Έχοντας υπόψη του όλους αυτούς τους κινδύνους, ο νομοθέτης μερίμνησε να δημιουργήσει ασφαλιστικές δικλίδες στη σύναψη και την εκτέλεση των συμβάσεων από απόσταση και μηχανισμούς προστασίας του καταναλωτή κυρίως λόγω του πληροφοριακού και διαπραγματευτικού ελλείμματος και της έλλειψης εκ του σύνεγγυς επαφής με το αντικείμενο της σύμβασης<sup>4</sup>. Κυρίαρχη επιλογή του νομοθέτη ήταν η θέσπιση υποχρέωσης του προμηθευτή να ενημερώσει τον καταναλωτή και πριν αλλά και κατά την εκτέλεση της σύμβασης για όσα στοιχεία είναι κρίσιμα για την σύμβαση αλλά και για την αποτελεσματική άσκηση των δικαιωμάτων του. Παρατηρείται λοιπόν, ότι ο νομοθέτης επέλεξε να θεσπίσει μηχανισμούς προστασίας που θα αποτελέσουν μέτρα πρόληψης αντί για την εκ των υστέρων προσπάθεια αποκατάστασης της ζημίας. Πλην της ανωτέρω υποχρέωσης ενημέρωσης του καταναλωτή θεσπίζεται δικαίωμα υπαναχώρησης του από τη σύμβαση, καθώς και αποκλειστική προθεσμία εντός της οποίας πρέπει να παραδοθεί το

---

<sup>4</sup> Και όχι τόσο λόγω του αιφνιδιασμού και της υπαρπαγής της δικαιοπρακτικής βούλησης του καταναλωτή, όπως συχνά υποστηρίζεται. Βέβαια, υπάρχουν και περιπτώσεις όπου ο καταναλωτής αιφνιδιάζεται και πιέζεται πολύ ψυχολογικά και καταλήγει στο να δεσμευτεί χωρίς να έχει επαρκή πληροφόρηση για το προϊόν, για τον προμηθευτή καθώς και για άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα.

παραγγελθέν προϊόν στον καταναλωτή, μέτρα που ενισχύουν την εκ ορισμού αδύναμη θέση του καταναλωτή στις συμβάσεις που συνάπτονται από απόσταση.

## **2. ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ**

Τα θέματα των συμβάσεων από απόσταση ρυθμίστηκαν από την Οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και του Κοινοβουλίου για την προστασία των καταναλωτών στις συμβάσεις από απόσταση της 20<sup>ης</sup> Μαΐου 1997, η οποία και ενσωματώθηκε στο εθνικό μας δίκαιο με την ΚΥΑ Ζ1-496/2000<sup>5</sup> και η οποία τροποποίησε το ά. 4 του ν. 2251/1994. Εν συνεχεία, το ά. 4 τροποποιήθηκε από το άρθρο 2 της Υ.Α. Ζ1-629/2005 (ΦΕΚ Β' 720/2005), την ΥΑ Ζ1-629/2005 (ΦΕΚ Β' 720/30.5.2005), το άρθρο 4 του ν. 3587/2007<sup>6</sup> και το άρθρο 82 του ν. 3862/2010 ΦΕΚ Α 113/13.7.2010 και έχει λάβει τη σημερινή του μορφή.

Είναι σκόπιμο προτού γίνει αναφορά στο εξειδικευμένο ζήτημα της υποχρέωσης του προμηθευτή προς πληροφόρηση του καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση να αναφερθούν επιγραμματικά κάποια βασικά εννοιολογικά στοιχεία των εν λόγω συμβάσεων, ώστε να είναι σαφές ποια είναι τα απαιτούμενα στοιχεία μιας σύμβασης προκειμένου να υπαχθεί στην έννοια και συνεπώς στις ρυθμίσεις του ά. 4 του ν. 2251/1994.

## **3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ<sup>7</sup>**

### 1) Έννοια της σύμβασης από απόσταση

---

<sup>5</sup> Για την ακρίβεια, οι συμβάσεις από απόσταση είχαν ήδη ρυθμιστεί από τον εθνικό νομοθέτη πριν την έκδοση της Οδηγίας 97/7/ΕΚ. Ο έλληνας νομοθέτης είχε ακολουθήσει τότε οικειοθελώς την τότε τροποποιημένη πρόταση οδηγίας. Εν συνεχεία, όταν εκδόθηκε η Οδηγία 97/7/ΕΚ έγιναν κάποιες τροποποιήσεις στον ν. 2251/94 με την ΚΥΑ Ζ1-496/2000 των Υπουργών Εθνικής Οικονομίας, Ανάπτυξης και Δικαιοσύνης.

<sup>6</sup> Ο νόμος δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ Α 152/10.7.2007. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο νόμος αυτός είχε προκαλέσει πληθώρα συζητήσεων και προβληματισμών στους έλληνες αστικολόγους και εμπορικολόγους καθώς, αρχικά σχεδιαζόταν να αντικαταστήσει τον ν. 2251/1994. Όμως, επειδή προέκυπταν σοβαρές δυσκολίες κυρίως με τις πάμπολλες παραπομπές στον νόμο του καταναλωτή στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και νομολογία, αποφασίστηκε τελικά ο νέος νόμος 3587/2007 να τροποποιήσει τον 2251/1994 χωρίς να θιγεί να αριθμηση των άρθρων του. Βλ. σχετικά Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικολόγου, ΝοΒ 2007, σελ. 98 επ.

<sup>7</sup> Vente à distance, distance selling, Fernabsatzverträge

Ο ορισμός μιας σύμβασης από απόσταση δίνεται στο ά. 4 του ν. 2251/1994 για την προστασία του καταναλωτή: «*Σύμβαση από απόσταση είναι κάθε σύμβαση που αφορά αγαθό ή υπηρεσία<sup>8</sup>, η οποία συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή, χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία τους, στο πλαίσιο ενός συστήματος προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών από απόσταση, που οργανώνεται από τον προμηθευτή, ο οποίος χρησιμοποιεί, αποκλειστικά, ένα ή περισσότερα μέσα τεχνικής επικοινωνίας από απόσταση μέχρι και τη σύναψη της σύμβασης.*» Μέσα τεχνικής επικοινωνίας από απόσταση, με την έννοια του άρθρου αυτού, είναι ιδίως τα έντυπα χωρίς παραλήπτη, τα έντυπα με παραλήπτη, οι τυποποιημένες επιστολές, τα διαφημιστικά έντυπα με στέλεχος παραγγελίας, οι κατάλογοι, το τηλέφωνο με ή χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση, το ραδιόφωνο, το εικονοτηλέφωνο, το βιντεοτέξτ (μικροϋπολογιστής και τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η τηλεομοιοτυπία και η τηλεόραση.»<sup>9 10 11</sup>

---

<sup>8</sup> Συμβάσεις που αφορούν αγαθό είναι κατά κύριο λόγο συμβάσεις πώλησης κινητών πραγμάτων: π.χ. βιβλίων, cd μουσικής, dvd μέσω internet. Ο όρος συμβάσεις που αφορούν υπηρεσία δεν συναντάται στον ΑΚ και κατά την ερμηνεία του είναι απαραίτητο να λαμβάνεται υπόψη η προέλευση του από το κοινοτικό δίκαιο. Οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών αποτελούν μια εξαιρετικά ευρεία κατηγορία συμβάσεων καθώς ως τέτοιες λογίζονται συμβάσεις έργου, μεσιτείας, δανείου κ.α.. Οι αποφάσεις του ΔΕΚ πάνω σε προδικαστικά ερωτήματα αποτελούν ερμηνευτικό εργαλείο για τον σκοπό αυτό. Π.χ. σχετικά με το κατά πόσο οι συμβάσεις εγγύησης είναι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών βλ. ΔΕΚ 17.3.1998, C-45/96, Bayerische Hypotheken und Wechselbank κατά Dietzinger, Συλλ. Νομολ. ΔΕΚ 1998, ι, σελ. 1199 επ. Στη γερμανική θεωρία υπάρχει διχογνωμία για το αν οι συμβάσεις παροχής software μέσω downloading, δηλαδή μέσω μεταφοράς και αποθήκευσης δεδομένων διαμέσου του διαδικτύου από έναν υπολογιστή σε έναν άλλον, αποτελούν συμβάσεις παροχής υπηρεσιών. Βλ για όλα τα ανωτέρω Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004 σελ. 882 επ και ειδικότερα την υποσημείωση υπ' αριθ. 11 και τις παραπομπές σε γερμανική βιβλιογραφία.

<sup>9</sup> Βλ και Εφαθ 2319/1999, ΔΕΕ 1999, σελ. 1175

<sup>10</sup> Τυπικά παραδείγματα συμβάσεων από απόσταση είναι οι συμβάσεις πώλησης προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών που καταρτίζονται α) με παραγγελία του καταναλωτή που διαβιβάζεται μέσω τηλεφώνου ή φαξ ή με άλλο τηλεπικοινωνιακό μέσο, αφού ο προμηθευτής έχει προβεί στη διάδοση των σχετικών προσφορών μέσω ειδικών τηλεοπτικών μηνυμάτων (τηλεαγορές, τηλεπώληση [βλ. σχετικά με τον όρο αυτό Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 185 υποσημείωση 9], teleshopping, telemarketing) ή μέσω ραδιοφώνου ή ταχυδρομείου, β) με ταχυδρομική ή τηλεομοιοτυπική αποστολή από τον καταναλωτή δελτίου παραγγελίας από κατάλογο προϊόντων που ο προμηθευτής έχει αποστείλει ή διοχετεύσει στην αγορά, γ) τηλεφωνικά κατόπιν απρόσκλητης τηλεφωνικής κλήσης από τον προμηθευτή –cold calling, δ) στο διαδίκτυο μέσω e-mails ή απευθείας στην ιστοσελίδα του προμηθευτή.

Από τον παραπάνω ορισμό προκύπτουν τα βασικά εννοιολογικά στοιχεία που απαιτείται να έχει μια σύμβαση προκειμένου να υπαχθεί στις προβλέψεις του ά. 4 του ν. 2251/1994 και τα οποία είναι:<sup>12</sup>

α) Καταρχήν απαιτείται να μην υπάρχει **ταυτόχρονη φυσική παρουσία** των δύο συμβαλλόμενων μερών, του προμηθευτή και του καταναλωτή στον ίδιο χώρο. Η έλλειψη της προσωπικής επικοινωνίας και της φυσικής επαφής του καταναλωτή με το αντικείμενο της σύμβασης υποκαθίσταται από τη χρήση τεχνικών μέσων επικοινωνίας. Το στοιχείο αυτό είναι και το απόλυτο χαρακτηριστικό των συμβάσεων από απόσταση αλλά και ο λόγος της παρέμβασης του νομοθέτη<sup>13</sup>, ο οποίος θεωρεί ότι υπάρχει ένα έλλειμμα πληροφόρησης του καταναλωτή. Στις συμβάσεις που αφορούν αγαθά υπάρχει έλλειψη φυσικής επαφής και αντίληψης των ιδιοτήτων του αντικειμένου της σύμβασης και σε αυτές που αφορούν υπηρεσίες, υπάρχει έλλειψη άμεσης επικοινωνίας με τον προμηθευτή, ώστε να σχηματιστεί πλήρης εικόνα για το περιεχόμενο της υπηρεσίας. Ακόμη, η απουσία του προμηθευτή πολλές φορές οδηγεί στη χαλάρωση των αναστολών του καταναλωτή και στον επηρεασμό της δικαιοπρακτικής του βούλησης.

Το συγκεκριμένο στοιχείο δε χρήζει περαιτέρω ανάλυσης νομίζω, καθώς η θεμελιώδης απαίτηση τα δύο μέρη να μη βρίσκονται ταυτόχρονα στον ίδιο χώρο κατά τη διάρκεια των διαφόρων σταδίων σύναψης της σύμβασης, αλλά να επικοινωνούν όντας μακριά είναι εύληπτη.

β) Η πρόταση για σύναψη σύμβασης, καθώς και η αποδοχή της πρέπει να διαβιβάζονται με **τη χρήση τεχνικών μέσων**<sup>14</sup>, π.χ. μέσω ταχυδρομείου, μέσω τηλεφώνου, ή και μέσω τηλεόρασης ή ραδιοφώνου. Με οποιονδήποτε δηλαδή τρόπο, από την απλή αλληλογραφία μέχρι τα πιο σύγχρονα συστήματα τηλεπικοινωνίας, αρκεί να γίνεται χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία των δύο μερών στο ίδιο μέρος.

Συνεπώς, το ά. 4 του ν. 2251/1994 δεν εφαρμόζεται σε περίπτωση κατά την οποία ο καταναλωτής επισκεφτεί τον προμηθευτή στο κατάστημα του, του προτείνει την κατάρτιση μιας σύμβασης και ο

---

<sup>11</sup> Βλ. και παρακάτω για την Πρόταση Οδηγίας.

<sup>12</sup> Καράκωστας Γ., Προστασία του καταναλωτή ν. 2251/1994, 1997 σελ. 89 επ., Καράκωστας Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, 2008, σελ. 162 επ.

<sup>13</sup> Μια παρέμβαση που χαρακτηρίζεται ότι γίνεται εις βάρος της αρχής solus consensus obligat (μόνο η συναίνεση υποχρεώνει) και εν τέλει, της ιδιωτικής αυτονομίας. βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 289

<sup>14</sup> Για την ακρίβεια, ο νομοθέτης αναφέρεται σε "τεχνική επικοινωνία", προφανώς εννοώντας την τεχνική μέθοδο επικοινωνίας. Για παραπάνω σχόλια για τη χρήση του όρου αυτού, βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 292, υποσημείωση 14

προμηθευτής την αποδεχτεί αργότερα μέσω e-mail, γιατί στην περίπτωση αυτή μόνο η αποδοχή διαβιβάζεται με τη χρήση τεχνικών μέσων.

Ακόμη, αξίζει να σημειωθεί ότι είναι δυνατή η χρήση διαφορετικών τεχνικών μέσων για τη διαβίβαση της πρότασης και της αποδοχής, χωρίς αυτό να επηρεάζει τον χαρακτηρισμό της σύμβασης ως από απόσταση. Επιτρέπεται δηλαδή, η διαδοχική ή σωρευτική χρήση περισσότερων μέσων (για παράδειγμα, όταν ο προμηθευτής προβαίνει σε πρόταση προς κατάρτιση σύμβασης μέσω τηλεόρασης ή ραδιοφώνου και ο καταναλωτής προβεί σε παραγγελία τηλεφωνικά ή με επιστολή ή με φαξ ή με e-mail <sup>15</sup>.

Σύμφωνα με την παρ. 1 του ά. 4 περιλαμβάνονται στα τηλεπικοινωνιακά μέσα τα έντυπα με ή χωρίς παραλήπτη <sup>16</sup>, οι τυποποιημένες επιστολές, τα διαφημιστικά έντυπα με στέλεχος παραγγελίας, οι κατάλογοι, το εικονοτηλέφωνο <sup>17</sup> <sup>18</sup>, η τηλεεικονογραφία (videotext <sup>19</sup>, μικροϋπολογιστής και τηλεοπτική οθόνη) με πληκτρολόγιο ή οθόνη αμφίδρομης επικοινωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο <sup>20</sup> και η τηλεομοιοτυπία (fax), το ραδιόφωνο και η τηλεόραση <sup>21</sup>. Ο νομοθέτης

---

<sup>15</sup> Βλ. σχετικά Μακρής Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 882 επ.

<sup>16</sup> Πρόκειται για έντυπα που περιέχουν δικαιопρακτικές δηλώσεις βούλησης και διοχετεύονται στο κοινό χωρίς συγκεκριμένο παραλήπτη ή αποστέλλονται σε συγκεκριμένους παραλήπτες με τη μορφή διαφημιστικών φυλλαδίων με στέλεχος παραγγελίας

<sup>17</sup> Ειδική τηλεφωνική συσκευή που επιτρέπει μέσω κατάλληλων δικτύων την οπτική επαφή των συνομιλητών σχεδόν σε πραγματικό χρόνο

<sup>18</sup> Και το απλό τηλέφωνο, μαζί με τις συσκευές κινητής τηλεφωνίας και τις τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες που αυτά δέχονται –SMS, MMS–, οι αυτόματες συσκευές κλήσης, δηλαδή συσκευές που πραγματοποιούν αυτόματα, χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση τηλεφωνικές κλήσεις, αναπαράγουν ηχογραφημένα μηνύματα και δέχονται αντίστοιχα κλήσεις και μηνύματα από τρίτους.

<sup>19</sup> Ο εθνικός νομοθέτης υιοθέτησε παραδόξως τον ξενικό όρο βίντεοτεξτ, αντί του αντίστοιχου τηλεεικονογραφία, δίνοντας και μια εξήγηση του τι ακριβώς είναι. Για παραπάνω σχόλια για το θέμα αυτό και την εξήγηση της λειτουργίας του βίντεοτεξτ βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 189

<sup>20</sup> Ο νομοθέτης δεν αναφέρεται ρητά στη χρήση γενικότερα του διαδικτύου ως τεχνικό μέσο επικοινωνίας. Όμως συνδυάζοντας τον ενδεικτικό χαρακτήρα της απαρίθμησης των μέσων και την τεχνολογική ερμηνεία τη ρύθμισης, καταλήγουμε σε διασταλτική ερμηνεία της διάταξης ώστε να περιλαμβάνει το διαδίκτυο και όλες του τις υπηρεσίες (π.χ. παγκόσμιος ιστός, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, διαδικτυακή τηλεφωνία), αλλά και κάθε άλλο δίκτυο αμφίδρομης διαβίβασης δεδομένων.



αναφέρεται ενδεικτικά στα παραπάνω μέσα, αφήνοντας έτσι ανοιχτή τη χρήση νέων τεχνολογικών μέσων που είτε θα πάρουν τη θέση των κλασικών πλέον μέσων τηλεπικοινωνίας, είτε απλά θα εισχωρήσουν κι αυτά σιγά - σιγά στη ζωή μας, όπως σταδιακά συμβαίνει με όλες τις νέες εφευρέσεις. Φυσικά και το διαδίκτυο αποτελεί μέσο τεχνικής επικοινωνίας από απόσταση αφού πληροί τους όρους του ορισμού, κάτι που έτσι κι αλλιώς διαφαίνεται με την αναφορά του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ανωτέρω από τον ίδιο τον νομοθέτη, παρότι δεν το αναφέρει.

Βέβαια, πρέπει να αναφερθεί ότι μια σύμβαση για να πληροί τους όρους σύμβασης από απόσταση πρέπει και να ολοκληρωθεί με χρησιμοποίηση τεχνικής επικοινωνίας, δεν αρκεί δηλαδή π.χ. ο καταναλωτής να δει μια τηλεοπτική προσφορά και μετά να μεταβεί στο κατάστημα του προμηθευτή για να παραγγείλει το προϊόν.

Επίσης, είχε διατυπωθεί η άποψη ότι η τυχόν προηγηθείσα διαπραγμάτευση χωρίς τη χρήση τεχνικών μέσων δεν επηρεάζει τον ως άνω νομικό χαρακτηρισμό της σύμβασης<sup>22 23</sup>. Υποστηρίζεται όμως και αντίθετη άποψη<sup>24</sup>, κατά την οποία πρέπει και οι διαπραγματεύσεις μεταξύ των μερών να έχουν γίνει με τη χρήση τεχνικών μέσων επικοινωνίας από απόσταση. Αυτό που πρέπει να αποτελέσει το κριτήριο για την υιοθέτηση της μίας ή της άλλης άποψης, είναι η αιτία αλλά και ο σκοπός της νομοθετικής ρύθμισης. Εν προκειμένω, ο νομοθέτης προστατεύει τον καταναλωτή ο οποίος συνάπτει μια σύμβαση χωρίς ποτέ να έχει σχηματίσει ίδια άποψη για το αντικείμενο της σύμβασης, τα χαρακτηριστικά του αλλά για το πρόσωπο του προμηθευτή. Αν οι διαπραγματεύσεις έχουν γίνει από τα δύο μέρη χωρίς τη χρήση τεχνικών μέσων, δηλαδή με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία των μερών, τότε δεν υπάρχουν οι λόγοι για τους οποίους μερίμνησε ο νομοθέτης να προστατεύσει τον καταναλωτή και συνεπώς δεν πρέπει οι περιπτώσεις αυτές να ενταχθούν στην έννοια των συμβάσεων από απόσταση.

δ) Ακόμα, προκειμένου μια σύμβαση να εμπίπτει στην έννοια της σύμβασης από απόσταση, πρέπει να συνάπτεται **στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος προμήθειας αγαθών ή παροχής**

---

<sup>21</sup> Βλ. σχετικά και τον ν. 2328/95 που θέτει περιορισμό στις άμεσες προσφορές στο κοινό με σκοπό την πώληση, την αγορά, την ενοικίαση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών.

<sup>22</sup> Βλ. σχετικά Παπαιωάννου, Γ., Η σύμβαση από απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 156, Δεσποτίδου, ΕπισκΕΔ 2005, σελ. 573.

<sup>23</sup> Βλ. και παρακάτω για τις ρυθμίσεις της Πρότασης Οδηγίας

<sup>24</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 190

υπηρεσιών από απόσταση <sup>25</sup>. Τέτοιο σύστημα υπάρχει όταν ο προμηθευτής δημιουργεί στην επιχείρηση του όλες τις απαραίτητες υποδομές (προσωπικό, τεχνικά μέσα κτλ), ώστε να μπορεί να καταρτίζει συστηματικά συμβάσεις από απόσταση <sup>26 27 28</sup>. Η συναλλακτική πρωτοβουλία μπορεί να προέρχεται είτε από τον προμηθευτή είτε από τον καταναλωτή <sup>29, 30</sup>. Αρκεί για παράδειγμα, η

---

<sup>25</sup> Έχουν διατυπωθεί δύο απόψεις σχετικά με τις έννοιες παροχής αγαθών και υπηρεσιών. Κατά τη μια άποψη, οι έννοιες αυτές είναι κοινοτικής προέλευσης: η παροχή αγαθών ερμηνεύεται με βάση το ά. 23 ΕΚ για την ελεύθερη κυκλοφορία εμπορευμάτων και η παροχή των υπηρεσιών με βάση το ά. 50 ΕΚ για την κοινοτική ελευθερία παροχής υπηρεσιών. Κατά άλλη άποψη σε Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 187, η διάκριση των εννοιών θα πρέπει να γίνει βάσει τελεολογικών κριτηρίων, ώστε η διάκριση τους να ωφελεί τον καταναλωτή σχετικά με την έναρξη της προθεσμίας για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης του. Πρέπει λοιπόν, μια σύμβαση για να αφορά αγαθά, να συνίσταται η παροχή σε ένα αντικείμενο (πράγμα, δικαίωμα ή άλλο αγαθό), το οποίο να μεταβαίνει κάποια χρονική στιγμή στη σφαίρα ελέγχου του καταναλωτή και να μπορεί θεωρητικά να επιστραφεί αυτούσιο στον προμηθευτή π.χ. πώληση κινητών πραγμάτων, συμπεριλαμβανομένων των δεκτικών εξουσίασης και επιστροφής δυνάμεων (ηλεκτρικό ρεύμα, θερμότητα κτλ), πώληση δικαιωμάτων, διάθεση ασώματων αγαθών (λογισμικό, δεδομένα ήχου και εικόνας,). Οποιαδήποτε άλλη περίπτωση αποτελεί παροχή υπηρεσιών π.χ. παραχώρηση χρήσης κινητού (μίσθωση, ξενοδοχειακές συμβάσεις), επιμέλεια αλλότριων υποθέσεων (σύμβαση φορέων παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών ή υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και των πελατών τους, παροχή νομικών υπηρεσιών).

<sup>26</sup> Βλ. σχετικά Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/ΕΚ και 2000/31/ΕΚ στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 884

<sup>27</sup> Να σημειωθεί ότι δεν απαιτείται ο προμηθευτής να προωθεί τα προϊόντα του αποκλειστικά από απόσταση, αλλά δύναται να διατηρεί ταυτόχρονα και κατάστημα .

<sup>28</sup> Το πότε υπάρχει το απαιτούμενο οργανωμένο σύστημα , θα το κρίνει ο εφαρμοστής του δικαίου βασιζόμενος σε αντικειμενικά κριτήρια και με γνώμονα τη ratio της διάταξης.

<sup>29</sup> Παλαιότερα προβλεπόταν στον νόμο ότι η πρωτοβουλία σύναψης της σύμβασης πρέπει να ανήκει στον προμηθευτή αποκλειστικά ή έστω και σε εκείνον. Η διάταξη αυτή είχε προκαλέσει δυσεπίλυτα ερμηνευτικά προβλήματα ιδιαίτερα στις ηλεκτρονικά καταρτιζόμενες συμβάσεις. Βλ. σχετικά Ιγγλεζάκη, Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Internet, ΕΕμπΔ 2000, σελ. 825 επ. και Μούζουλα Σ., Συναλλαγές δια μέσου του Internet, ΕλλΔνη 1998, σελ. 15 επ

<sup>30</sup> Υποστηρίζεται ότι στις περιπτώσεις που η συναλλακτική πρωτοβουλία ανήκει στον καταναλωτή δεν πρέπει να εφαρμόζονται οι ρυθμίσεις του ά. 4 του ν. 2251/1994, διότι η σχηματισθείσα δήλωση βούλησης του καταναλωτή δεν είναι αποτέλεσμα επηρεασμού του και παρεμπόδισης της ελεύθερης σκέψης του. Βλ. σχετικά Καράκωστα Ι. , Προστασία του καταναλωτή, 2002, σελ. 139. Η άποψη αυτή όμως παραγνωρίζει το ότι λόγος της προστασίας του καταναλωτή με το ά. 4 δεν είναι η τόσο η αιφνιδιαστική σύναψη σύμβασης, αλλά οι κίνδυνοι που εγκυμονεί η σύναψη συμβάσεων χωρίς τη εκ του σύνεγγυς επαφή του με τον προμηθευτή και το αντικείμενο της σύμβασης.

διατήρηση εκ μέρους του προμηθευτή μιας ιστοσελίδας και ο εξοπλισμός της επιχείρησης του με τα κατάλληλα τεχνολογικά μέσα που θα του επιτρέπουν να λαμβάνει συστηματικά on line παραγγελίες<sup>31</sup>. Εν ολίγοις, ο νομοθέτης ήθελε να αποκλείσει από τη ρύθμιση του ά. 4 τις τυχαίες ή ευκαιριακές συναλλαγές, στις οποίες δεν υπάρχει κανένας λόγος επιβολής αυξημένων υποχρεώσεων στον προμηθευτή<sup>32</sup> και να στοχεύσει στην ύπαρξη συστήματος που προσφέρει μόνιμα και συστηματικά τη δυνατότητα διαπραγμάτευσης και σύναψης συμβάσεων από απόσταση<sup>33</sup>. Η ύπαρξη του συστήματος προμήθειας δημιουργεί τεκμήριο επηρεασμού της δικαιοπρακτικής αυτοδιάθεσης του καταναλωτή<sup>34</sup>, ο οποίος βρίσκεται ξαφνικά αντιμέτωπος με ένα ολόκληρο σύστημα που έχει σχεδιαστεί με μοναδικό σκοπό να τον πείθει να προβαίνει σε επαχθείς συναλλαγές, για το αντικείμενο των οποίων δεν έχει ίδια άποψη, αλλά την αποκτά αφού πλέον έχει καταρτιστεί η σύμβαση. Τονίζεται με τον τρόπο αυτό, για άλλη μια φορά η οργάνωση και η ύπαρξη ενός εμπορευματικού συστήματος απέναντι σε έναν "ανυπεράσπιστο" καταναλωτή.

---

<sup>31</sup> Κρίσιμο στοιχείο είναι η διαμόρφωση της ιστοσελίδας του προμηθευτή. Αν διατηρεί ηλεκτρονικό εξυπηρετητή που επιτρέπει την πραγματοποίηση συναλλαγών σε απευθείας σύνδεση, τότε πληρούται η προϋπόθεση του οργανωμένου συστήματος. Αν όμως, πρόκειται απλά για μια διαφημιστική ιστοσελίδα που παρέχει στους επισκέπτες της στοιχεία επικοινωνίας με τον προμηθευτή, δε θα πρόκειται καταρχήν για οργανωμένο σύστημα. Βλ όμως και, Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 296

<sup>32</sup> Άλλωστε ο προμηθευτής στην περίπτωση αυτή δε θα είχε την υποδομή να ανταποκριθεί στην υποχρέωση του προς πληροφόρηση του καταναλωτή και μάλλον θα κατέληγε τελικά στο να αποφεύγει τις ευκαιριακές ικανοποιήσεις αιτημάτων για σύναψη σύμβασης από απόσταση. Βλ. όμως σχετικά και παρακάτω για νέα Πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών και την διαφορετική ρύθμιση.

<sup>33</sup> Πρόκειται για σύμβαση από απόσταση όταν ένας καταναλωτής αυτοβούλως παραγγείλει ένα προϊόν από μια εταιρεία με οργανωμένο τμήμα πωλήσεων από απόσταση (π.χ. το ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο amazon), ενώ από την άλλη η τηλεφωνική παραγγελία στο συνοικιακό βιβλιοπωλείο ενός βιβλίου ευκαιριακά, για την εξυπηρέτηση ενός καλού πελάτη του μαγαζιού δεν αποτελεί σύμβαση από απόσταση. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 191. Ευτυχές παράδειγμα ευκαιριακής συναλλαγής από απόστασή σε Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 294: η γνωστή στον φαρμακοποιό ηλικιωμένη πελάτισσα ζητάει τηλεφωνικά να της στείλει με τον βοηθό του τα φάρμακα σπίτι της επειδή είναι κρυωμένη και δε μπορεί να βγει από το σπίτι της.

<sup>34</sup> Καράκωστας Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 162 επ.

ε) Η σύμβαση πρέπει να είναι **επαχθής** και να έχει ως αντικείμενο την παροχή αγαθών ή υπηρεσιών<sup>35</sup>. Πρέπει δηλαδή ο καταναλωτής να καλείται να καταβάλλει το τίμημα, το οποίο μπορεί να συνίσταται σε χρήμα ή σε κάποιο άλλο αγαθό<sup>36</sup>. Η πρόβλεψη αυτή είναι εύλογη καθώς, αν ο καταναλωτής δεν οφείλει κάποιο αντίτιμο για το προϊόν που λαμβάνει τότε δε χρήζει καμιάς ιδιαίτερης προστασίας και θα μπορούσε κάλλιστα μια τέτοια περίπτωση να υπαχθεί στους όρους που ρυθμίζουν τη διαφήμιση και την αποστολή προϊόντων χωρίς παραγγελία.

## 2) Ποιες συμβάσεις εξαιρούνται από τη ρύθμιση των εξ αποστάσεως συμβάσεων (ά. 4 παρ. 13 ν. 2251/1994)

Σύμφωνα με την παρ. 13 του ά.4 του ν.2251/1994<sup>37</sup>,<sup>38</sup> οι διατάξεις για τις συμβάσεις εξ αποστάσεως δεν εφαρμόζονται:

---

<sup>35</sup> Οι έννοιες της παροχής αγαθών ή υπηρεσιών πρέπει να ερμηνεύονται ευρύτατα καθώς η ανάγκη προστασίας του καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση πηγάζει από τις περιστάσεις κατάρτισης τους και όχι από το αντικείμενο της παροχής.

<sup>36</sup> Αντίθετη η κρατούσα άποψη στο γερμανικό δίκαιο για παραπομπές βλ.. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 186 υποσημείωση 11

<sup>37</sup> Βλ και Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 193 για τη «σταδιακή προσαρμογή» του έλληνα νομοθέτη στις επιταγές των κοινοτικών προβλέψεων στο συγκεκριμένο θέμα.

<sup>38</sup> Ο κοινοτικός νομοθέτης στην Οδηγία 97/7/EK εξαίρεσε και άλλες συμβάσεις, επιταγή που ο εθνικός νομοθέτης δεν ακολούθησε. Λόγου χάρι, δε συμπεριέλαβε τις συμβάσεις που αφορούν την ανέγερση και πώληση ακινήτων ή άλλα εμπράγματα δικαιώματα σε ακίνητα, ή που καταρτίζονται σε δημοπρασία. Βέβαια, αυτές οι συμβάσεις δε γίνεται έτσι κι αλλιώς να καταρτιστούν από απόσταση γιατί απαιτείται τήρηση τύπου ή διαδικασίας. Επίσης, θετική κρίνεται η μη εξαίρεση από το ά.4 των συμβάσεων που συνάπτονται κατόπιν πλειστηριασμού, ιδίως αν αναλογιστούμε την εξάπλωση του λεγόμενου power shopping. Βλ για περισσότερα, βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 298

α) στους **αυτόματους διανομείς**<sup>39</sup>, β) στους εμπορικούς **χώρους αυτόματης πώλησης**<sup>40</sup>. Ο λόγος εξαίρεσης των ανωτέρω συμβάσεων είναι προφανής και προκύπτει από τον λόγο θέσπισης εκ μέρους του κοινοτικού νομοθέτη των διατάξεων για την προστασία του καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση. Σ' αυτές, ο καταναλωτής είναι πιο ευάλωτος διότι δέχεται μια πρόταση για σύναψη σύμβασης εκ μέρους του προμηθευτή, η οποία συνήθως λόγω της απόστασης συνοδεύεται και από μια προσπάθεια εντυπωσιασμού του με τη χρήση κυρίως οπτικοακουστικών μηνυμάτων (λ.χ. διαφημιστικά μηνύματα). Για τον λόγο αυτό ο νομοθέτης έκρινε ότι χρήζει προστασίας ο καταναλωτής προκειμένου να αποφευχθεί η υφαρπαγή της δικαιοπρακτικής βούλησης του υπό το κράτος του εντυπωσιασμού του από τα στοιχεία ή τις περιστάσεις που συνοδεύουν την πρόταση προς κατάρτιση σύμβασης<sup>41</sup>. Στην περίπτωση όμως των αυτόματων μηχανημάτων, ο καταναλωτής δε χρήζει προστασίας, αφού φυσικά ούτε εντυπωσιάζεται και παραπλανείται από ένα μηχάνημα, αλλά επίσης, λόγω της φύσης της σύμβασης δεν είναι πρακτικά δυνατή η υπαναχώρηση εκ μέρους του. Άλλωστε, στις εν λόγω περιπτώσεις πρόκειται συνήθως για προϊόντα μικρής οικονομικής αξίας.

γ) Σύμφωνα με την παρ. 13 περ. γ του ά. 4 του ν. 2251/1994 εξαιρούνται επίσης από την εφαρμογή των διατάξεων για τις συμβάσεις από απόσταση οι συμβάσεις που συνάπτονται με τους φορείς των τηλεπικοινωνιών δια της **χρήσης των δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων**. Είναι προφανές ότι στην περίπτωση χρήσης ενός δημόσιου τηλεφωνικού θαλάμου από τον καταναλωτή λείπει και πάλι η αιτία θέσπισης του ά. 4 του ν. 2251/1994.

---

<sup>39</sup> Ως τέτοιοι νοούνται συσκευές που διαθέτουν κερματοδέκτη ή συσκευές αυτόματης ανάγνωσης και χρέωσης καρτών που επιτρέπουν την αυτοδύναμη εξυπηρέτηση των πελατών μετά την καταβολή του τιμήματος, π.χ. αυτόματοι διανομείς αναψυκτικών, εισιτηρίων, γραμματοσήμων, καρτών κτλ.

<sup>40</sup> Πρόκειται για καταστήματα που δε διαθέτουν προσωπικό και όπου οι πελάτες αυτοεξυπηρετούνται χρησιμοποιώντας συσκευές αυτόματης πληρωμής και παράδοσης προϊόντων ή υπηρεσιών, π.χ. δημόσια πλυντήρια ρούχων που είναι και πολύ διαδεδομένα στο εξωτερικό. Φαίνεται όμως ότι επικρατεί σύγχυση στη θεωρία σχετικά με τη διάκριση των δύο περιπτώσεων. Βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 300, όπου παραθέτει παραδείγματα με αντίθετο τρόπο.

<sup>41</sup> Καρακώστας Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008,

δ) Επίσης, οι παράγραφοι 2, 7, 8, 9, 10 και 11 πρώτο εδάφιο του ά. 4<sup>42</sup> δεν εφαρμόζονται στις συμβάσεις προμήθειας τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών που προορίζονται για την τρέχουσα οικιακή κατανάλωση και τα οποία παραδίδουν, κατ' οίκον ή στον τόπο διαμονής ή εργασίας του καταναλωτή, διανομείς σε τακτά ή συχνά διαστήματα. Στις συμβάσεις αυτές λοιπόν, δεν εφαρμόζονται οι προβλέψεις του ά. 4 για την υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή ούτε στο προσυμβατικό στάδιο, αλλά ούτε και κατά την εκτέλεση της σύμβασης, για το δικαίωμα υπαναχώρησης, για την απαγόρευσης προείσπραξης του τιμήματος από τον προμηθευτή και για την υποχρέωση του προμηθευτή να εκπληρώσει την παροχή της σύμβασης μέσα σε αποκλειστική προθεσμία τριάντα ημερών.

Ο λόγος εξαίρεσης των συγκεκριμένων συμβάσεων από τις προαναφερθείσες ρυθμίσεις του ά.4 του ν. 2251/1994 προκύπτει από την ίδια τη φύση και το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών. Καταρχήν, αντικείμενο τους είναι αναλώσιμα αγαθά τα οποία προφανώς δε διατηρούνται για μεγάλο χρονικό διάστημα, ώστε να είναι δυνατή η εφαρμογή της διάταξης για της τριανταήμερη προθεσμία. Για τον ίδιο λόγο δεν είναι εφικτή η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης εκ μέρους του καταναλωτή. Αν εκείνος επέστρεφε στον προμηθευτή τα πράγματα μετά από κάποιες μέρες, θα ήταν πια αδύνατον να διαθέσει αλλού τα προϊόντα του αυτά, καθότι είναι ευαίσθητα στην πάροδο του χρόνου και φθαρτά<sup>43</sup>. Αν λοιπόν ίσχυε η ρύθμιση αυτή, θα λειτουργούσε τελικά ως αντικίνητρο για τον προμηθευτή ο οποίος θα δίσταζε να καταρτίσει παρόμοιες συμβάσεις φοβούμενος την υπαναχώρηση και έτσι θα παρεμποδιζόταν η κάλυψη βασικών και τρεχουσών αναγκών του καταναλωτή<sup>44</sup>. Όσο για την έλλειψη της υποχρέωσης του προμηθευτή προς ενημέρωση του καταναλωτή, φαίνεται λογική μιας και αφενός δεν έχει δικαίωμα ο καταναλωτής να υπαναχωρήσει οπότε η παραβίαση της εν λόγω υποχρέωσης του προμηθευτή δεν θα επέφερε καμία έννομη συνέπεια και αφετέρου, λόγω και πάλι του αντικειμένου της σύμβασης φαίνεται περιττή η παροχή των περισσότερων πληροφοριών του ά. 4.

---

<sup>42</sup> Παλαιότερα ο εθνικός νομοθέτης δεν είχε ακολουθήσει τις επιταγές του κοινοτικού και είχε εξαιρέσει από την εφαρμογή όλων των παραγράφων του ά.4 τις εν λόγω συμβάσεις, επιλογή που ορθώς επικρινόταν και προτεινόταν η τελολογική συστολή της εξαίρεσης αυτής.

<sup>43</sup> Τονίζεται όμως ότι δεν πρέπει να πρόκειται για παραγγελία δυσανάλογα μεγάλων ποσοτήτων σε σχέση με τις τρέχουσες ανάγκες ενός νοικοκυριού.

<sup>44</sup> Καρακώστας Γ., Προστασία του καταναλωτή ν. 2251/1994, 1997, σελ. 79

ε) Ακόμη, εξαιρούνται από την εφαρμογή των παραγράφων 2 περίπτωση στ', 7, 8, 9 περίπτωση δ', 10 και 11 πρώτο εδάφιο του ά. 4 δεν οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών με αντικείμενο **μεταφορές**<sup>45</sup>, **κατάλυμα, σίτιση και ψυχαγωγία, στην περίπτωση που ο προμηθευτής αναλαμβάνει την υποχρέωση να παρέχει τις υπηρεσίες αυτές σε συγκεκριμένη ημερομηνία ή συγκεκριμένη χρονική περίοδο**<sup>46</sup>. Στις συμβάσεις αυτές λοιπόν δεν παρέχεται στον καταναλωτή δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση και δεν εφαρμόζονται οι ρυθμίσεις του ά. 4 για την απαγόρευση προείσπραξης του τιμήματος από τον προμηθευτή και για την υποχρέωση του προμηθευτή να εκπληρώσει την παροχή της σύμβασης μέσα σε αποκλειστική προθεσμία τριάντα ημερών. Εξακολουθεί όμως στην περίπτωση αυτή να υφίσταται η υποχρέωση του προμηθευτή για ενημέρωση του καταναλωτή με τα στοιχεία των παρ. 2 και 9 του ά.4 πλην του δικαιώματος υπαναχώρησης.. Στη συγκεκριμένες περιπτώσεις οι συμβάσεις αυτές συνήθως λειτουργούν προς όφελος του καταναλωτή και ενδέχεται να εγκυμονούν περισσότερους κινδύνους για τον προμηθευτή.

Κοινός λόγος εξαίρεσης όλων των ανωτέρων συμβάσεων από τη ρύθμιση του ά. 4 του ν. 2251/1994 είναι η φύση των παρεχόμενων προϊόντων (τυποποιημένα ή ευπαθή) και υπηρεσιών, το μικρής οικονομικής αξίας αντάλλαγμα, η πρακτική δυσκολία εφαρμογής των ρυθμίσεων του ά.4, η έλλειψη στοιχείων εντυπωσιασμού, συνεπώς ο μειωμένος κίνδυνος υφαρπαγής της δικαιοπρακτικής βούλησης του καταναλωτή και κατ' αντιδιαστολή με τους κινδύνους που αναλαμβάνει ο προμηθευτής και με τον κίνδυνο ανασχεσης της ανάπτυξης στον νέων αγορών στον τουριστικό και στον τομέα διανομής αναλώσιμων αγαθών οικιακής κατανάλωσης<sup>47 48 49</sup>.

---

<sup>45</sup> Σύμφωνα με απόφαση του ΔΕΚ της 10.3.2005 στην υπόθεση C-336/03 **easyCar (UK) Ltd** κατά **Office of Fair Trading**, Συλλ.Νομ 2005 I 1947, στις συμβάσεις μεταφοράς περιλαμβάνονται και οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μίσθωσης αυτοκινήτων από εταιρείες εκμίσθωσης αυτοκινήτων χωρίς οδηγό. Βλ και κατωτέρω, υπό 9B.

<sup>46</sup> Έχει υποστηριχθεί, βλ. Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 303, ότι λόγος εξαίρεσης αυτών των συμβάσεων είναι το στοιχείο της «κράτησης», ο προγραμματισμός δηλαδή εκτέλεσης της παροχής σε συγκεκριμένο χρονικό σημείο στο μέλλον. Προφανώς, θεώρησε ο νομοθέτης ότι η ανατροπή μιας τέτοιας σύμβασης βαραίνει δυσανάλογα τον προμηθευτή, αναλογιζόμενος τις συνέπειες που έχει η υπαναχώρηση στον τουριστικό και ψυχαγωγικό τομέα και θέλησε να αφήσει «απροστάτευτο» τον καταναλωτή αφαιρώντας του το πιο δυνατό του όπλο, την υπαναχώρηση.

<sup>47</sup> Παπαιωάννου Γ., Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 156

<sup>48</sup> Να σημειωθεί ότι από την εφαρμογή του ά.4 του ν. 2251/1994 εξαιρούνται και οι συμβάσεις που αφορούν χρηματοοικονομικά προϊόντα καθώς αυτές ρυθμίζονται από το ά. 4α του ίδιου νόμου.

### 3) Έννοια καταναλωτή στο ν. 2251/1994

Η έννοια του καταναλωτή και του προμηθευτή προσδιορίζεται από το ά. 1 παρ. 4 του ν. 2251/1994 και αφορά όλες τις ρυθμίσεις του εν λόγω νόμου <sup>50</sup>. Συγκεκριμένα, :«Καταναλωτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα για τα οποία προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά <sup>51</sup> και τα οποία κάνουν χρήση των προϊόντων ή των υπηρεσιών αυτών, εφόσον αποτελούν τον τελικό αποδέκτη τους. Καταναλωτής είναι και: αα) κάθε αποδέκτης διαφημιστικού μηνύματος, ββ) κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εγγυάται υπέρ καταναλωτή, εφόσον δεν ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του». Δηλαδή, καταναλωτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που αποτελεί τον τελικό αποδέκτη ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας χωρίς να γίνεται διάκριση για το αν με τη σύμβαση αυτή καλύπτονται επαγγελματικές ή προσωπικές ανάγκες <sup>52 53 54</sup>.

---

<sup>49</sup> Βλ. και Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 194-5 υπό 18<sup>α</sup>.

<sup>50</sup> Όπως παρατηρείται, βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 288, επιτυγχάνεται έτσι συστηματική ενότητα στο δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, η οποία διασπάται μόνο από την ΥΑ Φ1-983/91 για την καταναλωτική πίστη. Πλέον όμως διασπάται και από τον ορισμό του καταναλωτή στο ά. 4α και στο π.δ. 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο, όπου και υιοθετείται η στενή έννοια του καταναλωτή.

<sup>51</sup> Ως αγορά νοείται είτε η συνήθης αγορά, είτε η ηλεκτρονική αγορά, που αφορά προϊόντα και υπηρεσίες που διατίθενται μόνο μέσω διαδικτύου.

<sup>52</sup> Σε αντίθεση με την πρόβλεψη της Οδηγίας 97/7/EK, ο εθνικός νομοθέτης δεν συμπεριέλαβε στον ορισμό του καταναλωτή του ν. 2251/1994 την κάλυψη προσωπικών αναγκών, διευρύνοντας με τον τρόπο αυτό τις περιπτώσεις υπαγωγής στις προστατευτικές ρυθμίσεις του νόμου για τον καταναλωτή. Βλ. ά. 2 παρ.2 Οδηγίας 97/7/EK «Καταναλωτής»: κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις που καλύπτονται από την παρούσα Οδηγία ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στο πλαίσιο της επαγγελματικής του δραστηριότητας.

<sup>53</sup> Με τον ν. 3587/2007 προστέθηκαν στην έννοια του καταναλωτή του ν. 2251/1994 «οι ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα» και «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εγγυάται υπέρ καταναλωτή, εφόσον δεν ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του» και προβλέφθηκε ότι ο ορισμός ισχύει «με την επιφύλαξη των ειδικών διατάξεων του παρόντος νόμου», στις οποίες διατάξεις ισχύει η στενή και καθιερωμένη από τον κοινοτικό νομοθέτη έννοια του καταναλωτή, που αναφέρεται στα ά. 4α για τις συμβάσεις από απόσταση με αντικείμενο τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, βλ. κατωτέρω υπό Γ και στο ά. 9α για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Βλ. σχετικά Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιητικός νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικού, ΝοΒ 2007, σελ. 98 επ.



Παλαιότερα απασχόλησε τη νομική επιστήμη της χώρας το αν αυτή η διευρυμένη έννοια του καταναλωτή που υιοθέτησε ο έλληνας νομοθέτης συνεπάγεται τη μη συνεπή εναρμόνιση με τις κοινοτικές οδηγίες για την προστασία του καταναλωτή. Η επικρατούσα απάντηση ήταν -και ορθώς- ότι από τη στιγμή που στην διευρυμένη –εθνική- έννοια του καταναλωτή συμπεριλαμβάνονται και τα πρόσωπα που ο κοινοτικός νομοθέτης θέλησε να προστατεύσει, δεν τίθεται θέμα μη ορθής εναρμόνισης της εθνικής νομοθεσίας με το κοινοτικό δίκαιο<sup>55</sup>. Άλλωστε, η Οδηγία 97/7/EK είναι οδηγία ελάχιστης εναρμόνισης και επιτρέπει στα κράτη μέλη να θεσπίζουν αυστηρότερες ρυθμίσεις υπέρ του καταναλωτή, εφόσον δε τίγονται οι διατάξεις του πρωτογενούς κοινοτικού δικαίου και ιδιαίτερα οι κοινοτικές ελευθερίες<sup>56</sup>. Ο αντίλογος στις σκέψεις αυτές είναι ότι με την διεύρυνση της έννοιας του καταναλωτή μετατρέπεται το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή από ειδικό σε γενικό, εκτοπίζοντας ή τροποποιώντας τις διατάξεις του ΑΚ και πολλές φορές καταλήγει να περιλαμβάνει πρόσωπα που δε χρήζουν ιδιαίτερης προστασίας<sup>57</sup>.

#### 4) Έννοια προμηθευτή

Προμηθευτής είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ενεργεί στο πλαίσιο επαγγελματικής ή εμπορικής δραστηριότητας προμήθειας προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών<sup>58</sup>, που δρα δηλαδή σ' ένα πλαίσιο οργανωμένο, διαρκές και επαναλαμβανόμενο, το οποίο και οδηγεί σε διαπραγματευτική υπεροχή έναντι του αντισυμβαλλόμενου καταναλωτή. Για τη στοιχειοθέτηση της έννοιας του

---

<sup>54</sup> Βλ., σχετικά και παρακάτω υπό 10 Γ 1, και σε Hans Schulte-Nölke, Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers, EC Consumer Law Compendium, The Consumer Acquis and its transposition in the member States, 2008, σελ. 314 για την κριτική που ασκεί στον ευρύ ελληνικό ορισμό του καταναλωτή που οδηγεί σε δυσκολία εφαρμογής του νόμου λόγω της ευρύτητας του ορισμού. Υποστηρίζει λοιπόν, ότι θα έπρεπε να εκτιμηθεί μια τελολογική συστολή της έννοιας του καταναλωτή.

<sup>55</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικού, ΝοΒ 2007, σελ. 1494 επ. και την παραπομπή σε Κοτσίρη για αντίθετη άποψη.

<sup>56</sup> Βλ. και παρακάτω υπό 8 για την νέα Πρόταση Οδηγίας πλήρους εναρμόνισης για τα δικαιώματα του καταναλωτή

<sup>57</sup> Βλ. σχετικά Τζίβα Ε., Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούς όρους συναλλαγών, ΔΕΕ 2003, σελ. 1044

<sup>58</sup> ά.1 παρ. 4 ν.2251/1994 «Προμηθευτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο, κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής νοείται και ο διαφημιζόμενος»

προμηθευτή δεν απαιτείται η επιδίωξη κέρδους, συνεπώς συμπεριλαμβάνονται και οι οργανώσεις κοινωφελούς χαρακτήρα αλλά και ο δημόσιος τομέας<sup>59</sup>.

### 5) Ο μέσος συνετός καταναλωτής

Τα ελληνικά δικαστήρια απασχόλησε πολλές φορές το θέμα της έννοιας του καταναλωτή και τι πρέπει να αναμένεται από κάποιον που εμπίπτει καταρχήν στον νομοθετικό ορισμό του καταναλωτή. Όπως παρατηρείται ο καταναλωτής μπορεί να είναι ένας απλός παρατηρητής ή ένας έμπειρος ενημερωμένος καταναλωτής. Τα δύο αυτά όμως άκρα δεν μπορούν να αποτελέσουν το πρότυπο βάσει του οποίου κρίνουμε την εκάστοτε περίπτωση καταναλωτή<sup>60</sup>. Προτείνεται λοιπόν, να υιοθετηθεί ως πρότυπο καταναλωτή, ένας ενδιάμεσος τύπος που διαθέτει τη μέση αντίληψη κατά τον σχηματισμό της δικαιοπρακτικής του βούλησης και είναι αρκετά ενημερωμένος ανάλογα με το είδος των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών<sup>61</sup>. Όπως χαρακτηριστικά περιγράφεται, πρέπει για μια συγκεκριμένη δικαιοπρακτική συμπεριφορά του καταναλωτή να λαμβάνεται υπόψη το πρότυπο του επιφανειακά προσλαμβάνοντος κατά το στάδιο παρατήρησης και λογικά σκεπτόμενου κατά το στάδιο λήψης απόφασης<sup>62</sup>.

---

<sup>59</sup> Καράκωστας Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 162 επ. και βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 156. Βλ. και Δελλής Γ., Οι διατάξεις της Σύμβασης των Βρυξελλών για την προστασία του καταναλωτή και η περίπτωση των επενδυτών σε παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα, ΔΕΕ 2002, σελ. 1082 επ. για την έννοια του καταναλωτή Της σύμβασης των Βρυξελλών βάσει της νομολογίας του ΔΕΚ.

<sup>60</sup> Βλ. ΑΠ 296/2001, ΔΕΕ 2001, σελ 1112 επ.

<sup>61</sup> Καλαμπούκα Γιαννοπούλου Π, Δίκαιο συναλλαγών & προστασία καταναλωτών – προσωπικών δεδομένων, 2007 σελ. 45

<sup>62</sup> Τζίβα Ε., Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούς όρους συναλλαγών, ΔΕΕ 2003, σελ. 1046

Από την άλλη πλευρά και το ΔΕΚ <sup>63</sup>, υιοθέτησε ως κριτήριο τον λογικά προσεκτικό καταναλωτή, απορρίπτοντας εθνικά μέτρα κρατών που χρησιμοποιούσαν ως βάση κρίσης έναν καταναλωτή με ευφυΐα και προσοχή κάτω του μέσου όρου <sup>64</sup>. Μέσα από τη νομολογία του ΔΕΚ προκύπτει ότι το Δικαστήριο βασίζεται σε ένα πρότυπο καταναλωτή, που είναι ενεργητικός, ψάχνει για πληροφόρηση την οποία μπορεί και να επεξεργαστεί και με βάση αυτήν κάνει τις επιλογές του σχετικά με τα αγαθά και τις υπηρεσίες που υπάρχουν στην αγορά <sup>65</sup>. Αυτός ο καταναλωτής μέσα σε μια αγορά στην οποία ισχύει η διαφάνεια μπορεί να προστατεύσει τον εαυτό του χωρίς να υπάρχει ανάγκη θέσπισης ειδικών υπερπροστατευτικών μέτρων <sup>66</sup>. Συνεπώς, αν τα εθνικά δίκαια

---

<sup>63</sup> αφού στάθμισε από τη μία τα συμφέροντα των καταναλωτών να έχουν αυξημένη δυνατότητα επιλογής σε μια ενοποιημένη ευρωπαϊκή αγορά και από την άλλη τα συμφέροντα των καταναλωτών να προστατευθούν σε μια εθνική αγορά αποκλεισμένη από τον εξωτερικό ανταγωνισμό. Βλ. Επίσης για την έννοια του καταναλωτή στη Σύμβαση των Βρυξελλών, Δελλή Γ., Οι διατάξεις της Σύμβασης των Βρυξελλών για την προστασία του καταναλωτή και η περίπτωση των επενδυτών σε παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα, ΔΕΕ 2002, σελ.1083 επ

Σε αυτή όμως της επιλογής υπέρ της αυξημένης δυνατότητας επιλογής σε μια αγορά, υπάρχουν εξαιρέσεις όπου το ΔΕΚ δέχεται ότι η χρήση της αμοιβαίας αναγνώρισης που οδηγεί στην απορρύθμιση της ευρωπαϊκής αγοράς, δεν είναι απόλυτη και σε περιπτώσεις καταναλωτή εύαλωτων σε κάποιες πρακτικές εμπορίου, δέχεται το ΔΕΚ ότι σε αυτές τις περιπτώσεις τα εθνικά μέτρα που απαγορεύουν αυτές τις πρακτικές πράγματι συνεισφέρουν στην προστασία του καταναλωτή. Για περισσότερα βλ. Αργυρό Γ., Η ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής αγοράς και η προστασία του καταναλωτή στη νομολογία του ΔΕΚ, ΔΕΕ 2001, 1182

<sup>64</sup> Βλ. ΔΕΚ υποθ. C- 238/89, Pall Corp, Συλλ Νομ 1990, ΔΕΚ υποθ. C-315/92 Verband Sozialer Wettbewerb e V v. Clinique Laboratories SNC, Συλλ Νομ 1994, ΔΕΚ υποθ. C-470/93 Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Koln V v. Mars GmbH, Συλλ Νομ 1995, ΔΕΚ υποθ. C- 373/90 Procureur de la Republique v. X, Συλλ Νομ 1992

Εξειδίκευσε την έννοια αυτή ακόμη παραπάνω ορίζοντας ότι για να κρίνουμε αν μια περιγραφή ή ένα όνομα προϊόντος δημιουργεί σύγχυση ή κίνδυνο παραπλάνησης των καταναλωτών, θα λάβουμε υπόψη τις υποτιθέμενες προσδοκίες ενός μέσου καταναλωτή, ο οποίος είναι λογικά πληροφορημένος και προσεκτικός. Βλ. ΔΕΚ υποθ. C-210/96 Gut Springenheide and Tusky, Συλλ Νομ1998 και ΔΕΚ υποθ. C-303/97 Verbraucherschutzverein e V v. Sektkellerei G.C. Kessler GmbH und Co, Συλλ Νομ 1999

<sup>65</sup> Αργυρός Γ., Η ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής αγοράς και η προστασία του καταναλωτή στη νομολογία του ΔΕΚ, ΔΕΕ 2001, 1181

<sup>66</sup> Η θέση αυτή του ΔΕΚ δέχτηκε πολλές κριτικές, κυρίως επί τη βάσει του ότι το ΔΕΚ έχοντας ως κύριο στόχο να ενοποιήσει την αγορά, δε λαμβάνει υπόψη του ότι μπορεί να βαφτούν κάποιοι καταναλωτές, αφού περιορίζει τα εθνικά μέτρα προστασίας του καταναλωτή. Αυτά κατά το ΔΕΚ είναι υπερπροστατευτικά και δε θα έπρεπε να ισχύουν, όμως ταυτόχρονα προστατεύουν τον καταναλωτή. Βλ. Αργυρός Γ., Η ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής αγοράς και η προστασία του καταναλωτή στη νομολογία του ΔΕΚ, ΔΕΕ 2001, 1182

παρεκκλίνουν από αυτό το κοινοτικό κριτήριο, θα θεωρούνται υπερπροστατευτικά και αντίθετα προς το κοινοτικό δίκαιο <sup>67</sup>.

#### **4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

Στο ά. 4 του ν. 2251/1994 προβλέπεται η υποχρέωση του προμηθευτή να ενημερώσει τον καταναλωτή για κάποια κρίσιμα στοιχεία της σύμβασης <sup>68</sup> καθώς και για κάθε μεταβολή τους <sup>69</sup>. Η εν λόγω υποχρέωση είναι καίριας σημασίας, καθώς όπως θα αναλυθεί παρακάτω, σε περίπτωση μη συμμόρφωσης εκ μέρους του προμηθευτή, ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να ανατρέψει τη σύμβαση με το να υπαναχωρήσει, αλλά επίσης, η σύμβαση πάσχει από σχετική ακυρότητα υπέρ του καταναλωτή. Συνάγεται λοιπόν, ότι αυτή η εκτενής πληροφόρηση που πρέπει να λάβει ο καταναλωτής, ουσιαστικά είναι ένα από τα μέσα προστασίας του στις εξ αποστάσεως συμβάσεις <sup>70</sup>.

---

<sup>67</sup> Καλαμπούκα Γιαννοπούλου Π, Δίκαιο συναλλαγών & προστασία καταναλωτών – προσωπικών δεδομένων, 2007 σελ. 46

<sup>68</sup> *Essentialia negotii*

<sup>69</sup> Βάρκα - Αδάμη Α., Εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή, 2010, σελ. 69

<sup>70</sup> Η σημασία του δικαιώματος αυτού του καταναλωτή διαφαίνεται και στις υπ' αριθ. 11,13,14 αιτιολογικές σκέψεις της Οδηγίας 97/7/ΕΚ, όπου και αναφέρεται ότι η χρησιμοποίηση των μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως δεν πρέπει να οδηγεί σε μείωση των πληροφοριών που παρέχονται στον καταναλωτή και ότι είναι, κατά συνέπεια, αναγκαίο να προσδιοριστούν οι πληροφορίες που πρέπει υποχρεωτικά να διαβιβάζονται στον καταναλωτή, όποιο και αν είναι το χρησιμοποιούμενο μέσο επικοινωνίας. Η διαβιβαζόμενη πληροφόρηση πρέπει να γίνεται εξάλλου, σύμφωνα με τους λοιπούς σχετικούς κοινοτικούς κανόνες, και ιδίως με την οδηγία 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση και ότι, αν υπάρχουν εξαιρέσεις από την υποχρέωση παροχής πληροφοριών, ο καταναλωτής έχει τη διακριτική ευχέρεια να απαιτήσει ορισμένες βασικές πληροφορίες όπως την ταυτότητα του προμηθευτή, τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή υπηρεσιών και την τιμή τους. Ακόμη, ότι, σε περίπτωση τηλεφωνικής επικοινωνίας, είναι σκόπιμο να λαμβάνει ο καταναλωτής επαρκείς πληροφορίες κατά την αρχή της συνομιλίας προκειμένου να αποφασίσει εάν θα συνεχίσει ή όχι και επίσης, ότι η πληροφορία που διαδίδεται μέσω ορισμένων ηλεκτρονικών μέσων έχει συχνά εφήμερο χαρακτήρα, στο μέτρο όπου δεν λαμβάνεται σε σταθερό υπόθεμα. Για αυτό καθίσταται απαραίτητο ο καταναλωτής να λαμβάνει σε εύθετο χρόνο γραπτώς τις αναγκαίες πληροφορίες για την καλή εκτέλεση της συμβάσεως. Επειδή λοιπόν, ο καταναλωτής δεν έχει τη δυνατότητα στην πραγματικότητα να δει το προϊόν ή να λάβει γνώση των χαρακτηριστικών της υπηρεσίας πριν από τη σύναψη της συμβάσεως, θα πρέπει επίσης να προβλεφθεί δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση. Για να μην είναι όμως το δικαίωμα αυτό απλώς τυπικό, το κόστος που τυχόν επωμίζεται ο καταναλωτής κατά την άσκησή του θα πρέπει να περιορίζεται στο άμεσο κόστος της επιστροφής των αγαθών και επίσης, το δικαίωμα υπαναχώρησης θα ισχύει υπό την επιφύλαξη των δικαιωμάτων του

Ο νομοθέτης θέλησε με τον τρόπο αυτό να μετριάσει το ότι ο καταναλωτής υστερεί σε πληροφόρηση όταν συνάπτει τη σύμβαση και να διασφαλίσει την διαφάνεια που απαιτείται να έχουν οι συμβατικοί όροι <sup>71</sup>.

Η υποχρέωση πληροφόρησης του καταναλωτή αναλύεται στις παραγράφους 2 και 9 του ά. 4 του ν. 2251/1994 και διακρίνεται σε πληροφόρηση κατά το προσυμβατικό στάδιο και κατά την εκτέλεση της σύμβασης. Κριτήριο συνεπώς για την αξιολόγηση του αν παρασχέθηκαν εκ μέρους του προμηθευτή οι προβλεπόμενες από τον νόμο πληροφορίες θα είναι σε ποιο στάδιο κατάρτισης της σύμβασης βρίσκονται τα μέρη και αν πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις που θέτει ο νόμος.

#### Α) ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΟ ΠΡΟΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΣΤΑΔΙΟ (ά. 4 παρ. 2 ν. 2251/1994)

Ο νομοθέτης φρόντισε να προστατεύσει τον καταναλωτή ήδη από το προσυμβατικό στάδιο <sup>72</sup> και να υποχρεώσει τον προμηθευτή να του παράσχει ένα σύνολο πληροφοριών ουσιωδών και κρίσιμων για την απόφαση του για το αν θα προβεί τελικά στην σύναψη της σύμβασης από απόσταση.

Σύμφωνα λοιπόν με την παρ. 2 του ά. 4 του ν. 2251/1994 <sup>73</sup> αν ο καταναλωτής δεν ενημερώθηκε με κάποια στοιχεία που θα αναφερθούν κατωτέρω, ήδη πριν από τη σύναψή της σύμβασης από απόσταση <sup>74</sup> με τα ίδια μέσα της τεχνικής επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται ως τώρα από τα μέρη κατά τρόπο ευκρινή, σαφή και κατανοητό, τηρουμένων των αρχών της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές και των διατάξεων που διέπουν το κύρος των δικαιοπραξιών, τότε αυτή είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή.

---

καταναλωτή δυνάμει των εθνικών νομοθεσιών για την παραλαβή, μεταξύ άλλων, προϊόντων και υπηρεσιών που έχουν υποστεί ζημία ή δεν ανταποκρίνονται στην περιγραφή της προσφοράς των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών και θα εναπόκειται στα κράτη μέλη να καθορίσουν τις λοιπές διατυπώσεις και όρους που διέπουν το δικαίωμα υπαναχώρησης.

<sup>71</sup> Για παραπάνω δικαιολογητικούς λόγους βλ. Βαλτούδη Α., Ζητήματα από τις υποχρεώσεις πληροφόρησης και τη σύναψη της σύμβασης στο ευρωπαϊκό δίκαιο των συμβάσεων, ΧρΙΔ 2004, 204

<sup>72</sup> Ο προμηθευτής μπορεί να εκπληρώσει την υποχρέωση του οποτεδήποτε πριν τη σύναψη της σύμβασης, αφού δεν ορίζεται συγκεκριμένο χρονικό σημείο.

<sup>73</sup> Μεταφορά του ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK

<sup>74</sup> Ο νομοθέτης με την ΚΥΑ ζ1-496/2000 τροποποίησε τη διατύπωση της παρ. 2 του ά. 4 και έθεσε την προϋπόθεση οι πληροφορίες να παρέχονται ΠΡΙΝ από την κατάρτιση της σύμβασης. Με τον τρόπο αυτό επιλύθηκε η σύγχυση που παλαιότερα προέκυπτε λόγω της προηγούμενης διατύπωσης, σύμφωνα με την οποία οι πληροφορίες έπρεπε να δοθούν στον καταναλωτή «κατά την πρόταση σύναψης της σύμβασης». Για παραπάνω βλ. Μακρή Σ., Η προστασία του

Στη συγκεκριμένη υποχρέωση και πριν καν αναφερθούμε στις επιμέρους πληροφορίες που πρέπει να δοθούν από τον προμηθευτή, όπως ενδεικτικά τις αναφέρει ο νομοθέτης, θα αναλύσουμε κάποια βασικά στοιχεία της εν λόγω υποχρέωσης.

Καταρχήν, πρέπει ο προμηθευτής να δώσει τις απαιτούμενες πληροφορίες με **το ίδιο μέσο επικοινωνίας** το οποίο ήδη χρησιμοποιούν τα μέρη στην έως τώρα επαφή τους από απόσταση προκειμένου να παρουσιάσει στον καταναλωτή τις αναγκαίες πληροφορίες της παρ.2<sup>75 76</sup>. Ο λόγος της συγκεκριμένης πρόβλεψης είναι ευνόητος: ο καταναλωτής σίγουρα γνωρίζει το συγκεκριμένο μέσο, ποια είναι η χρήση του, έχει πρόσβαση σε ένα τέτοιο τεχνικό μέσο, οπότε δεν υπάρχει πιθανότητα να μην έχει τη δυνατότητα πρόσβασης στις πληροφορίες που θα του αποστείλει ο προμηθευτής.

Επίσης, επειδή σκοπός του νομοθέτη είναι η πραγματική δυνατότητα γνώσης των εν λόγω στοιχείων από τον καταναλωτή, ώστε να καλυφθούν τα μειονεκτήματα που υπάρχουν για εκείνον στη σύναψη μιας τέτοιου είδους σύμβασης, προβλέπει ότι οι πληροφορίες πρέπει να δοθούν με **τρόπο ευκρινή, σαφή και κατανοητό σύμφωνα πάντα με τις αρχές της καλής πίστης στις εμπορικές συναλλαγές και τις διατάξεις που διέπουν το κύρος των δικαιπραξιών**.<sup>77</sup> Συνεπώς, ο προμηθευτής για να εκπληρώσει σωστά την υποχρέωση του και να επιτευχθεί ο σκοπός του νομοθέτη, πρέπει να αποφύγει οτιδήποτε θα αφήσει κενά γνώσης στον καταναλωτή ή θα του δημιουργήσει απορίες. Όσον αφορά την ευκρίνεια, ο νομοθέτης αναφέρεται νομίζω στην πολύ απλή υποχρέωση του προμηθευτή να μην παραθέτει τους όρους με πολύ μικρά και δυσανάγνωστα

---

καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 885

<sup>75</sup> Κατά κανόνα ο προμηθευτής θα αναφέρει τις πληροφορίες στην ιστοσελίδα του. Αν πάλι, τα μέρη χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική αλληλογραφία ως μέσο επικοινωνίας, τότε αρκεί να στείλει ο προμηθευτής μια περίληψη των πληροφοριών σε ένα μήνυμα. βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 309

<sup>76</sup> Πρέπει να είναι απαραίτητο για τον προμηθευτή να αποκτήσει ειδικό τεχνικό εξοπλισμό, ώστε οι πληροφορίες να χορηγούνται στον καταναλωτή πραγματικά πριν την κατάρτιση της σύμβασης. Αυτό φυσικά, ισχύει και στην περίπτωση χρήσης του διαδικτύου, όπου πρέπει ο καταναλωτής να λάβει τις πληροφορίες πριν να ολοκληρώσει την κατάρτιση της σύμβασης με το ποντίκι του.

<sup>77</sup> Όσον αφορά αφενός την ευκρίνεια των όρων, ο νομοθέτης αναφέρεται προφανώς στη μορφή του κειμένου και αφετέρου, σχετικά με τις διατάξεις που διέπουν το κύρος των δικαιπραξιών, ο νομοθέτης αναφέρεται στα ά. 167 επ. ΑΚ, τα οποία πρέπει να τηρούνται όχι μόνο για τις δηλώσεις βούλησης του προμηθευτή προς τον καταναλωτή, αλλά και για τις δηλώσεις γνώσεως αυτού, όπως είναι οι ανακοινώσεις των πληροφοριών του ά.4.

γράμματα, τα λεγόμενα ψιλά γράμματα, αλλά να είναι το μέγεθος των γραμμμάτων τέτοιο που να η ανάγνωση τους να είναι ικανοποιητική και φυσικά, να βρίσκονται σε εμφανές σημείο. Να σημειωθεί ότι πρέπει οι πληροφορίες να είναι εύκολα αντιληπτές από τον μέσο καταναλωτή, ο οποίος δε διαθέτει ειδικές γνώσεις <sup>78</sup>. Για παράδειγμα, δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται τεχνικοί όροι που αφορούν το αντικείμενο της υπό κατάρτιση σύμβασης ή τα χαρακτηριστικά του, οι οποίοι δε θα εξηγούνται με κάποιο τρόπο, ή πάλι, πρέπει να αποφεύγονται οι εξειδικευμένοι νομικοί όροι που αφορούν τη δεσμευτικότητα της σύμβασης ή την άσκηση των δικαιωμάτων του καταναλωτή και οι οποίοι δεν είναι γνωστοί στον μέσο καταναλωτή, αλλά μόνο σε ένα νομικό. Ακόμη, θα πρέπει μεν οι πληροφορίες να δίνονται με πληρότητα αλλά και με συντομία, διότι είναι λογικό ότι η πολυσέλιδη παροχή πληροφοριών θα αποτρέψει τον καταναλωτή από το να τις διαβάσει πραγματικά <sup>79</sup>.

Ιδιαίτερη σημασία έχει το γεγονός ότι η **ακυρότητα** της σύμβασης από απόσταση είναι **σχετική υπέρ του καταναλωτή**, δηλαδή ο καταναλωτής ο οποίος δεν ενημερώθηκε για κάποιο από τα ενδεικτικώς αναφερόμενα στην παρ. 2 του ά. 4 του ν. 2251/1994 στοιχεία ή για οποιοδήποτε άλλο κρίσιμο στοιχείο για τη σύναψη της σύμβασης από απόσταση, ή επίσης, αν ενημερώθηκε ελλιπώς από τον προμηθευτή έχει το δικαίωμα να επικαλεστεί την ακυρότητα της συναφθείσας σύμβασης. Η

---

<sup>78</sup> βλ. Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 885 και την εκεί παραπομπή του στην άποψη του Reich, ότι οι πληροφορίες που δίνονται σε χρήστες του διαδικτύου δεν είναι απαραίτητο να είναι διατυπωμένες με τρόπο απολύτως αναλυτικό γιατί η πλοήγηση στο διαδίκτυο προϋποθέτει ένα υψηλό μορφωτικό επίπεδο του χρήστη, ο οποίος έχει μεγαλύτερη αντιληπτική ικανότητα από τον μέσο καταναλωτή. Η άποψη αυτή διαψεύδεται απλά και μόνο από τη σημερινή πραγματικότητα και την ευρεία διάδοση του διαδικτύου σε όλες τις ηλικιακές και κοινωνικές ομάδες. Πλέον τακτικοί χρήστες είναι ανήλικα παιδιά, ενήλικες βασικής εκπαίδευσης αλλά και άνθρωποι τρίτης ηλικίας. Βλ. και παραπάνω υπό 2 – 4 για την έννοια του μέσου συνετού καταναλωτή.

<sup>79</sup> Όλες τις ανωτέρω προϋποθέσεις πληροί π.χ. μια ιστοσελίδα, στην οποία παρέχονται όλες οι πληροφορίες της παρ. 2 σαφώς διατυπωμένες και την οποία επισκέπτεται ο καταναλωτής πριν περάσει στην ιστοσελίδα, όπου θα μπορεί να στείλει ηλεκτρονικά την παραγγελία του. Μάλιστα, συνηθίζεται πλέον να είναι τεχνικά υποχρεωτικό να επισκέπτεται ο καταναλωτής την ιστοσελίδα με τις πληροφορίες πριν του δοθεί η δυνατότητα να περάσει στη φάση της παραγγελίας. Από την άλλη, δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις της παρ. 3 του ά. 4 στην περίπτωση που ο καταναλωτής συμπληρώσει και αποστείλει ένα ηλεκτρονικό δελτίο παραγγελίας και στη συνέχεια λάβει τις πληροφορίες με την παράκληση να επιβεβαιώσει την παραγγελία του. Τα παραδείγματα ελήφθησαν από Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 885

συγκεκριμένη πρόβλεψη καταδεικνύει τη σημασία της παροχής των εν λόγω στοιχείων στον καταναλωτή και την πρόνοια του εθνικού νομοθέτη για εκείνον.

Ο νομοθέτης αναφέρεται ενδεικτικά στην παρ. 2 του ά. 4 σε ορισμένα στοιχεία για τα οποία πρέπει ο προμηθευτής να ενημερώσει τον καταναλωτή, καθώς και για κάθε μεταβολή τους. Με τη χρήση της λέξης "ιδίως", ο νομοθέτης θέλει να τονίσει αφενός τον ενδεικτικό χαρακτήρα της αναφοράς των στοιχείων στην παρ.2 και αφετέρου, την υποχρέωση του προμηθευτή να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με κάθε άλλο στοιχείο ή όρο της σύμβασης που ενδεχομένως θα ήταν επιβαρυντικός για εκείνον και ουσιώδης για την απόφαση σύναψης της σύμβασης<sup>80 81</sup>.

Σύμφωνα με την παρ. 2 του ά.4 του ν. 2251/1994 ο προμηθευτής πρέπει να πληροφορήσει τον καταναλωτή για<sup>82</sup>:

α) την ταυτότητα και τη διεύθυνση του<sup>83</sup>

Η συγκεκριμένη πληροφορία είναι κρίσιμη, καθώς ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει επακριβώς ποιος είναι ο αντισυμβαλλόμενος του. Έτσι, τα στοιχεία της ταυτότητας του προμηθευτή δεν είναι

---

<sup>80</sup> Ο κοινοτικός νομοθέτης όμως, δεν αναφέρεται ενδεικτικά στις πληροφορίες του ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK

<sup>81</sup> Λόγω του ενδεικτικού χαρακτήρα της απαρίθμησης του, υποστηρίζεται ότι στην περίπτωση συμβάσεων μέσω διαδικτύου, πρέπει να γίνει δεκτό για λόγους σκοπιμότητας ότι ο προμηθευτής πρέπει να ενημερώσει τον καταναλωτή για τα τεχνικά στάδια της σύμβασης και τα τεχνικά μέσα διόρθωσης των σφαλμάτων λόγω ηλεκτρονικού χειρισμού.

<sup>82</sup> Ο εθνικός νομοθέτης επέλεξε να υποχρεώσει τον προμηθευτή να παράσχει στον καταναλωτή περισσότερες πληροφορίες από αυτές που προβλέπει ο κοινοτικός νομοθέτης στο ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK. η ευνοϊκότερη αυτή μεταχείριση του καταναλωτή από το εθνικό μας δίκαιο είναι καθόλα συμβατή με τις επιταγές του κοινοτικού νομοθέτη, μιας και καλύπτεται από τη ρήτρα στοιχειώδους προστασίας του ά. 14 της Οδηγίας 97/7/EK, όπου και ορίζεται ότι τα κράτη μέλη μπορούν να θεσπίσουν αυστηρότερους κανόνες από τους τιθέμενους στην Οδηγία προκειμένου να εξασφαλίσουν ένα υψηλότερο επίπεδο προστασίας του καταναλωτή. Από τη ρήτρα αυτή καθίσταται φανερός ο σκοπός των Οδηγιών για την προστασία του καταναλωτή που είναι να τεθεί ένα ενιαίο ελάχιστο επίπεδο προστασίας του καταναλωτή (Minderstandard) σε όλα τα κράτη μέλη. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τη διεύθυνση του προμηθευτή, η Οδηγία 97/7/EK το απαιτεί μόνο για συμβάσεις στις οποίες συμφωνείται προκαταβολή του τιμήματος (ά.4 παρ. 1 στ)

<sup>83</sup> Κατά τη γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής για την τροποποίηση του ν. 2251/1994, σελ. 12 (Μάιος 2007) πρέπει στη δηλούμενη από τον προμηθευτή ταυτότητα και διεύθυνση να προστεθούν τα στοιχεία επικοινωνίας (τηλέφωνα, fax, e mail). Βλ. σχετικά Καράκωστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 165



μόνο πρακτικά χρήσιμα στον καταναλωτή αν θελήσει να τον προσεγγίσει, αλλά επίσης, του δημιουργούν και μια ασφάλεια, μια ψυχική ηρεμία ότι το πρόσωπο με το οποίο θα συνάψει σύμβαση (φυσικό ή νομικό), δεν είναι μόνο ένας τίτλος ή ένα όνομα σε μια διαφήμιση, σ' ένα πόστερ ή σ' ένα τηλέφωνό, αλλά είναι υπαρκτό και δραστηριοποιείται στη συγκεκριμένη διεύθυνση.

Όσον αφορά τα στοιχεία της διεύθυνσης, αυτά πρέπει να είναι πλήρη και αληθή και να παρέχουν στον καταναλωτή ένα γεωγραφικό στίγμα της δράσης του προμηθευτή. Ο νόμος δεν εξειδικεύει, αν εννοείται η ταχυδρομική διεύθυνση της αστικής ή της ειδικής εμπορικής κατοικίας του ά. 51 ΑΚ, της έδρας ή της εγκατάστασης του προμηθευτή, ή αν αρκεί η διεύθυνση του εγγύτερου στον καταναλωτή υποκαταστήματος του προμηθευτή, όπως προβλέπεται παρακάτω, στην παρ. 9 του ά. 4 του ν. 2251/1994<sup>84</sup>. Με τεολογική ερμηνεία της διάταξης καταλήγουμε ότι επικρατέστερη είναι η πρώτη εκδοχή καθώς μπορεί ο καταναλωτής να εκτιμήσει ορθότερα τα ζητήματα δωσιδικίας (ά. 22,23 ΚΠολΔ), εφαρμοστέου δικαίου (ά. 4 της Σύμβασης της Ρώμης –ν. 1792/1988) και να έχει στη διάθεση του μια έγκυρη διεύθυνση επίδοσης των δικογράφων του.

Υποστηρίζεται ότι πρέπει ο προμηθευτής να συμπεριλαμβάνει στην ως άνω πληροφορία και τα στοιχεία επικοινωνίας του, δηλαδή τηλέφωνο, φαξ και διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να επικοινωνήσει μαζί του ανά πάσα στιγμή. Φυσικά, ο καταναλωτής έχει ήδη κάποια στοιχεία του προμηθευτή, βάσει των οποίων επικοινωνούν έως τώρα κατά το προσυμβατικό στάδιο. Η συγκεκριμένη σκέψη φαίνεται καταρχήν εύλογη, γιατί διευκολύνει την ταχεία και άμεση επικοινωνία του καταναλωτή με τον προμηθευτή. Όμως, ούτε από το γράμμα του νόμου προκύπτει, αλλά ούτε και από τον σκοπό θέσπισης της διάταξης φαίνεται να μπορεί να εδραιωθεί διασταλτική ερμηνεία της συγκεκριμένης πρόβλεψης<sup>85</sup>.

### β) τα ουσιώδη χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας

Ο καταναλωτής προκείμενου να σχηματίσει με πληρότητα και ορθότητα την απόφαση για το αν θα προβεί τελικά στη σύναψη της σύμβασης από απόσταση πρέπει να γνωρίζει τι ακριβώς είναι το

<sup>84</sup> Βλ. σχετικά Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 196

<sup>85</sup> Βλ. και παρακάτω υπό Β8 την σχετική απόφαση του ΔΕΚ

αντικείμενο της σύμβασης, ποια είναι τα χαρακτηριστικά του και τι θα του προσφέρει αν τελικά αποφασίσει να το αγοράσει ή να του παρασχεθεί η εν λόγω υπηρεσία. Το συγκεκριμένο κομμάτι πληροφοριών είναι πολύ σημαντικό, αφού είναι η μόνη πηγή γνώσης που έχει ο καταναλωτής για να αποφασίσει αν θα προβεί στην κατάρτιση της σύμβασης ή όχι. Αυτή η πληροφόρηση είναι που υποκαθιστά την έλλειψη φυσικής επαφής του με το προϊόν, οπότε και πρέπει ο προμηθευτής να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός και περιγραφικός για να καλύψει το κενό γνώσης του αντισυμβαλλόμενου του.

γ) την τιμή, την ποσότητα και τις δαπάνες μεταφοράς, καθώς και το φόρο προστιθέμενης αξίας, εφόσον δεν περιλαμβάνεται στην τιμή

Οι συγκριμένες πληροφορίες είναι καίριες και μεγάλης σημασίας για τον καταναλωτή, καθώς όπως όλοι γνωρίζουμε η τιμή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι καθοριστικός παράγοντας για το αν θα θελήσουμε να το αποκτήσουμε ή όχι. Επίσης, και η ποσότητα του αγαθού είναι σημαντική γιατί είναι κριτήριο εκτίμησης του αν αξίζει η τιμή ή όχι. Μπορεί λ.χ. στο πρώτο άκουσμα της τιμής να θεωρήσουμε ότι είναι υψηλή και ότι δε μας ενδιαφέρει το προϊόν, αλλά αν έχουμε την πληροφορία ότι στην τιμή αυτή συμπεριλαμβάνονται δύο προϊόντα και ουσιαστικά είναι φτηνότερο από τα να τα αγοράζαμε ξεχωριστά και τα δύο, τότε να θεωρήσουμε τελικά ότι μας ενδιαφέρει η συγκεκριμένη σύμβαση και να προβούμε στην κατάρτιση της.

Ακόμη, σωστά αναφέρεται από τον νομοθέτη ότι πρέπει ο προμηθευτής να παρέχει στον καταναλωτή και το κόστος των δαπανών μεταφοράς. Επειδή η σύμβαση συνάπτεται από απόσταση και ο καταναλωτής δεν έχει τη δυνατότητα να αναλάβει μόνος του το αγαθό από το χώρο του προμηθευτή, αλλά πρέπει να του αποσταλεί, πρέπει να γνωρίζει πόσο παραπάνω θα χρεωθεί ο ίδιος, διότι οι δαπάνες αποστολής είναι μεν ανάλογες του όγκου και του βάρους του αγαθού, αλλά εν τέλει, μπορεί να θεωρήσει ο καταναλωτής ότι το σύνολο των χρημάτων που θα κληθεί να καταβάλλει για το συγκεκριμένο αντικείμενο υπερβαίνει τις δυνατότητες του ή την επιθυμία του να το αποκτήσει και να μην θελήσει να καταρτίσει τη σύμβαση <sup>86</sup>.

---

<sup>86</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα, μία συσκευή κουζίνας (λ.χ. μίξερ ή κόφτης λαχανικών) που βλέπει κάποιος στα γνωστά τηλεμάρκετινγκ μπορεί να κοστίζει 22,00 ευρώ και τα έξοδα αποστολής του να είναι 9,90 ευρώ, οπότε συνολικά να

Ακόμη, η αναφορά του Φ.Π.Α. ορθώς γίνεται από τον νομοθέτη καθώς πολλοί προμηθευτές έχουν την τάση να παρουσιάζουν την τιμή του προϊόντος χωρίς να εμπεριέχεται ο φόρος προστιθέμενης αξίας, στοιχείο που συνήθως το αναφέρουν κάπου με μικρά γράμματα και τον προσθέτουν μετά, όταν πια έχει καταρτιστεί ή σύμβαση, οπότε και κατ' ουσία εξαπατούν τον καταναλωτή. Πρέπει λοιπόν, ο προμηθευτής να δίνει στον καταναλωτή όλα τα οικονομικά στοιχεία που αφορούν το αντικείμενο της σύμβασης, ώστε εκείνος αθροίζοντας τα να το αποτιμήσει εν συνόλω και να καταλήξει στο αν τον ενδιαφέρει εν τέλει η αγορά αυτού.

#### δ) τον τρόπο πληρωμής, παράδοσης και εκτέλεσης

Με την πληροφορία αυτή δίνεται η δυνατότητα στον καταναλωτή να λάβει γνώση του πολύ βασικού στοιχείου της μεθόδου πληρωμής. Συνήθως, η πληρωμή θα γίνεται με τη χρήση κάποιας πιστωτικής κάρτας, τα στοιχεία της οποίας δίνει ο καταναλωτής στον προμηθευτή, ο οποίος και τη χρεώνει με το τίμημα της σύμβασης. Είναι όμως σημαντικό για πολλούς καταναλωτές να γνωρίζουν αν υπάρχει και εναλλακτικός τρόπος πληρωμής, όπως για παράδειγμα η πληρωμή με αντικαταβολή κατά την παραλαβή του προϊόντος, καθώς πολλοί αποφεύγουν να χρησιμοποιούν τις πιστωτικές τους κάρτες σε συμβάσεις από απόσταση, επειδή ίσως υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης στο πρόσωπο του προμηθευτή, ειδικά αν δεν είναι γνωστό στον καταναλωτή και συνεπώς τους δημιουργείται ανασφάλεια. Οπότε η πληροφορία αυτή μπορεί να αποβεί κρίσιμη τελικά για την απόφαση του καταναλωτή για το αν τελικά θα προβεί στη σύναψη της σύμβασης και να λειτουργήσει έτσι και υπέρ του προμηθευτή.

Όσον αφορά τώρα τον τρόπο παράδοσης και εκτέλεσης της σύμβασης, είναι ευνόητο ότι πρέπει εκ των προτέρων να γνωρίζει ο καταναλωτής με ποιον τρόπο θα παραδοθεί σε εκείνον το αντικείμενο της σύμβασης ή πότε και πως θα εκτελεστεί η υπηρεσία. Για παράδειγμα, οι πληροφορίες αυτές μπορεί να αφορούν το αν θα αποσταλεί ταχυδρομικά ή με συστημένο πακέτο, μέσω ιδιωτικής εταιρείας κούριερ ή αν θα το παραλάβει ο ίδιος ο καταναλωτής από κάπου, καθώς και ποιο είναι το χρονικό διάστημα εντός του οποίου θα ολοκληρωθεί η παράδοση του αντικειμένου ή η παροχή της υπηρεσίας.

---

πρέπει ο καταναλωτής να καταβάλλει για αυτήν 31,90 ευρώ, τιμή που μπορεί πλέον να θεωρήσει ότι είναι πάρα πολλά για την εν λόγω συσκευή.

ε) τη διάρκεια ισχύος της προσφοράς ή της τιμής

Ο προμηθευτής πρέπει να ενημερώσει τον καταναλωτή για το χρονικό διάστημα εντός του οποίου ισχύει μια προσφορά και η τιμή του αντικειμένου της σύμβασης. Αν δηλαδή υπάρχει κάποια συγκεκριμένη προσφορά σε ισχύ η οποία είναι το αντικείμενο της υπό διαπραγμάτευση σύμβασης ή υπάρχει κάποια ειδική τιμή η οποία δεν είναι η κανονική τιμή του προϊόντος ή αν η τιμή αυτή πρόκειται για κάποιο λόγο να αλλάξει μετά από κάποιο διάστημα και ο προμηθευτής το γνωρίζει ήδη, τότε οφείλει να το αναφέρει αυτό στον καταναλωτή, καθώς παίζει ρόλο στο σχηματισμό της απόφασης του και είναι δίκαιο να γνωρίζει πόσο διάστημα έχει να εκμεταλλευτεί την προσφορά αυτή ή την ευνοϊκότερη τιμή.

στ) το δικαίωμα υπαναχώρησης

Το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι ένα διαπλαστικό και ανατρεπτικό της σύμβαση δικαίωμα που δίνεται στον καταναλωτή και αποτελεί το αντιστάθμισμα της μειονεκτικής θέσης στην οποία βρίσκεται εκείνος συνάπτοντας μια σύμβαση από απόσταση και μη έχοντας άμεση επαφή με το αντικείμενο αυτής. Όπως είναι λογικό, ο προμηθευτής οφείλει δίχως άλλο να ενημερώσει τον καταναλωτή για αυτό του το δικαίωμα, ώστε να γνωρίζει εκείνος τη δυνατότητα που του παρέχει ο νόμος να αποδεσμευτεί από τις υποχρεώσεις της συγκεκριμένης σύμβασης. Κατωτέρω θα αναλυθεί εκτενώς το δικαίωμα υπαναχώρησης, οι όροι άσκησης του και οι επιπτώσεις του στη σύμβαση.

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

Σύμφωνα με την παρ. 3, ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται με τις δαπάνες επικοινωνίας από απόσταση για τη διαβίβαση της αποδοχής<sup>87</sup> ή για την εκτέλεση της υπηρεσίας, εκτός αν αυτό αναφέρεται σαφώς στην πρόταση για τη σύναψη της σύμβασης

---

<sup>87</sup> Από την πρόβλεψη αυτή συνάγεται εξ αντιδιαστολής ότι για να διαβιβάσει την πρόταση του προς κατάρτιση σύμβασης, θα χρεωθεί με τις δαπάνες επικοινωνίας;

Αν δηλαδή π.χ. η τηλεφωνική κλήση του καταναλωτή προς τον προμηθευτή χρεώνεται πιο ακριβά από ότι μια συνήθης κλήση<sup>88</sup>, τότε ο καταναλωτής δικαιούται να λάβει γνώση αυτού του στοιχείου από το στάδιο των διαπραγματεύσεων. Με τη συγκεκριμένη πληροφορία ο προμηθευτής πρέπει να ενημερώσει τον καταναλωτή για την περίπτωση που γίνεται χρέωση του καταναλωτή για το μέσο επικοινωνίας επιπλέον ή πέραν των βασικών τιμολογίων.

Βέβαια, ο νομοθέτης λειτουργεί και πάλι υπέρ του καταναλωτή και ορίζει πως δε θα επιβαρυνθεί με τις δαπάνες επικοινωνίας από απόσταση όσον αφορά τη διαβίβαση της αποδοχής του ή την εκτέλεση της υπηρεσίας που είναι και το αντικείμενο της σύμβασης, εκτός αν τα μέρη έχουν συμφωνήσει διαφορετικά. Αν δηλαδή ο προμηθευτής στην πρόταση του όρισε ότι ο καταναλωτής θα επιβαρύνεται με τις προαναφερθείσες δαπάνες και ο καταναλωτής συμφώνησε, τότε θα κληθεί να τις καταβάλλει. Στην περίπτωση αυτή η επιλογή του νομοθέτη να μην είναι η ως άνω πρόβλεψη αναγκαστικού δικαίου, αλλά να μπορεί ο προμηθευτής αν το δηλώσει ήδη από την πρόταση της σύμβασης να μετακυλήσει τις δαπάνες αυτές στον καταναλωτή, καταδεικνύει ότι δεν αποτελούν αυτές μείζονος σημασίας και βαρύτητας επιβαρύνσεις του καταναλωτή, ώστε να χρήζει ειδικότερης νομοθετικής προστασίας.

η) την ελάχιστη διάρκεια ισχύος της σύμβασης στην περίπτωση συμβάσεων για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών που επιτελείται διαρκώς ή περιοδικώς

Όταν μια σύμβαση συμφωνείται να τελείται διαρκώς για κάποιο διάστημα ή σε τακτά και προκαθορισμένα χρονικά διαστήματα, πρέπει ο προμηθευτής να ενημερώνει εκ των προτέρων τον καταναλωτή για την ελάχιστη διάρκεια ισχύος μιας τέτοιας σύμβασης, ώστε να ξέρει για πόσο καιρό δεσμεύεται.

Επίσης, στην περ. η της παρ. 2 αναφέρεται ότι όταν υπάρχει περίπτωση τηλεφωνικών επικοινωνιών, τότε η ταυτότητα του προμηθευτή και ο εμπορικός σκοπός της κλήσης πρέπει να διευκρινίζονται σαφώς στην αρχή οποιασδήποτε συζήτησης με τον καταναλωτή<sup>89</sup>. Ο λόγος και αυτής της

---

<sup>88</sup> Π.χ. κόστος κλήσης: 0,8 ευρώ/λεπτό

<sup>89</sup> Υποστηρίζεται ότι η ίδια υποχρέωση θα πρέπει να βαρύνει τον προμηθευτή και στο on line chat, το οποίο λόγω της άμεσης και διαδραστικής επικοινωνίας εμφανίζει πολλές ομοιότητες με την τηλεφωνική επικοινωνία. Βλ. Μακρή Σ., Η

νομοθετικής επιλογής είναι η προστασία του καταναλωτή από το βομβαρδισμό του με απόπειρες πωλήσεων μέσω τηλεφώνου, η θωράκιση της προσωπικής του ζωής και του χρόνου του και η αποφυγή του να παρασυρθεί να συζητήσει ή να ακούσει την παρουσίαση προϊόντων που δεν τον ενδιαφέρουν καν. Ο νομοθέτης προφανώς έχει κατά νου τον ανυποψίαστο καταναλωτή ο οποίος δέχεται μια κλήση από έναν έμπειρο επαγγελματία, ο οποίος τον παρασύρει σε μια συζήτηση και στη συνέχεια, αφού κερδίσει την εμπιστοσύνη του, τον παρωθεί στη σύναψη σύμβασης μαζί του<sup>90</sup>.

Παρατηρούμε μετά την αναφορά και την ανάλυση των πληροφοριών που πρέπει να δώσει ο προμηθευτής στον καταναλωτή ότι ο νομοθέτης με τον τρόπο αυτό προσδίδει στην πρόσκληση για την υποβολή πρότασης<sup>91</sup> ή στην πρόταση προς κατάρτιση σύμβασης απευθυνόμενη σε αόριστο αριθμό προσώπων<sup>92</sup>, ανάλογα με το ποια άποψη υιοθετεί κανείς, σαφές και υποχρεωτικό περιεχόμενο, χωρίς παράλληλα να θέτει και υποχρέωση τήρησης ορισμένου τύπου<sup>93</sup>. Επίσης, οι πληροφορίες που πρέπει να παρασχεθούν στον καταναλωτή στο προσυμβατικό στάδιο είναι αρκετά εκτενείς, αφορούν τα ουσιώδη ζητήματα της σύμβασης και δύνανται να καλύψουν σε μεγάλο βαθμό την ανισορροπία μεταξύ των δύο μερών μέσω της σωστής έγκαιρης και πλήρους ενημέρωσης.

#### B) ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ (ά. 4 παρ. 9 ν.2251/1994)

Εκτός από την πληροφόρηση του καταναλωτή εκ μέρους του προμηθευτή στο στάδιο πριν τη σύναψη της σύμβασης, προέβλεψε ο νομοθέτης την υποχρέωση του προμηθευτή να δώσει στον καταναλωτή κατά το δεύτερο χρονικό στάδιο, δηλαδή κατά την εκτέλεση της σύμβασης και το

---

προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 882 επ.

<sup>90</sup> Δούβλης Β. - Μπώλος Α., Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση -Ερμηνεία – νομολογία, 2008, σελ. 380

<sup>91</sup> *Invitatio ad offerendum*

<sup>92</sup> *Ad incertas personas*

<sup>93</sup> Βλ. σχετικά Καράκωστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 165 και. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 157

αργότερο μέχρι τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών, ένα σύνολο πληροφοριών με διευρυμένο περιεχόμενο, ειδικά όσον αφορά αγαθά τα οποία δεν πρόκειται να παραδοθούν σε τρίτους<sup>94</sup>.

Πριν αναλύσουμε τις πληροφορίες αυτές, θα αναφερθούμε σε κάποιες προϋποθέσεις που θέτει ο νομοθέτης για τον τρόπο και τον χρόνο που πρέπει αυτές να δοθούν στον καταναλωτή

A). Σύμφωνα με την παρ. 9 του ά. 4 του ν.2251/1994, πρέπει ο προμηθευτής να δώσει τις πληροφορίες στον καταναλωτή εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο<sup>95 96</sup> (κατά την έννοια της περ. στ της παρ. 1 του ά. 4<sup>α</sup> του ν. 2251/1994 ) στο οποίο ο καταναλωτής να έχει πρόσβαση<sup>97</sup>. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται ότι ο καταναλωτής θα μπορεί ανά πάσα στιγμή το θελήσει να έχει πρόσβαση στις πληροφορίες για να τις μελετήσει ή να ελέγξει οποιοδήποτε στοιχείο αφορά τη σύμβαση.

Ο ευχερέστερος τρόπος είναι να παρασχεθούν οι πληροφορίες σε εκείνον είναι με τον παραδοσιακό τρόπο, εγγράφως δηλαδή, ώστε να μπορεί να ανατρέχει ο καταναλωτής στο έγγραφο οποιαδήποτε στιγμή. Αλλά το έγγραφο με την κλασική του μορφή της χάρτινης ενσωμάτωσης τείνει να εξαλειφθεί στις εμπορικές συναλλαγές, καθώς έχουν εισχωρήσει στη ζωή μας άλλα μέσα πιο

---

<sup>94</sup> Η περίπτωση παράδοσης σε τρίτους αφορά π.χ. την αποστολή δώρου που παραγγέλθηκε από απόσταση, όπως λ.χ. η αποστολή λουλουδιών σε κάποιον που γιορτάζει. Παρατηρείται ότι η μη απαίτηση παροχής πληροφοριών στους τρίτους στους οποίους παραδίδεται το αντικείμενο της σύμβασης είναι άδικη και επάγεται άνιση μεταχείριση, αφού και στις περιπτώσεις αυτές ο καταναλωτής που προέβη στην παραγγελία θα καταβάλλει κάποιο τίμημα για αυτήν, οπότε δικαιούται αν ειδοποιηθεί από τον αποδέκτη του αγαθού ή της υπηρεσίας – τον τρίτον- ώστε να υπαναχωρήσει. Μάλιστα, ας μη ξεχνάμε ότι η έναρξη της προθεσμίας υπαναχώρησης συνδέεται με την παροχή των πληροφοριών της παρ. 9. Βλ. Δούβλης Β. - Μπώλος Α., Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση - Ερμηνεία – νομολογία, 2008, σελ. 383

<sup>95</sup> Μόνιμο υπόθεμα κατά τον κοινοτικό νομοθέτη durable medium, support durable, dauerhafter Datenträger

<sup>96</sup> βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 318 επ. για την περιγραφή του γερμανικού νομοθέτη που επέλεξε να εισάγει μια νέα μορφή δικαιοπρακτικού τύπου (Textform, "πληροφοριακός τύπος").

<sup>97</sup> Λ.χ. μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, προσβάσιμα αρχεία κειμένου ήχου και εικόνας στο διαδικτυακό τόπο του προμηθευτή,. Βλ. Καρακώστα, Δίκαιο & internet, 2003, σελ. 206, Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 886, σημ. 206. Δε μπορεί να συναχθεί διαφορετικό συμπέρασμα, από την αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 13. Αντίθετη άποψη βλ. σε Σιδηρόπουλο, Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 10 σημ. 20. Ορθά υποστηρίζεται ότι προκειμένου να επιτευχθεί η πληρέστερη ενημέρωση του καταναλωτή μέσω της ιστοσελίδας του προμηθευτή, θα πρέπει αφενός να ειδοποιείται ατομικά και να ενημερώνεται με τα στοιχεία που χρειάζεται για να ανακαλέσει τις πληροφορίες μέσω διαδικτύου (π.χ. e-mail με τις απαραίτητες ηλεκτρονικές διευθύνσεις του προμηθευτή) και αφετέρου, να του δίνεται η δυνατότητα αποθήκευσης σε δικό του υπόθεμα.

εύχρηστα, πιο οικονομικά και φιλικά προς το περιβάλλον. Ο νομοθέτης έχοντας ήδη στο μυαλό του την εξέλιξη της τεχνολογίας και το νέο status των συναλλαγών, δίνει εναλλακτικά τη δυνατότητα στον προμηθευτή να παράσχει τις πληροφορίες στον καταναλωτή με οποιοδήποτε άλλο σταθερό μέσο, όπως αυτό ο ίδιος το ορίζει στο ά. 4α του ίδιου νόμου.

Συγκεκριμένα, σταθερό μέσο είναι κάθε μέσο που επιτρέπει στον καταναλωτή να αποθηκεύει πληροφορίες απευθυνόμενες προσωπικά σε αυτόν, κατά τρόπο προσπελάσιμο για μελλοντική αναφορά επί χρονικό διάστημα επαρκές για τους σκοπούς που εξυπηρετούν οι πληροφορίες, και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή των αποθηκευμένων πληροφοριών<sup>98</sup>. Εν ολίγοις, οι πληροφορίες της παραγράφου 9 του ά. 4 μπορούν να δοθούν με κάθε μέσο που επιτυγχάνει το εξής αποτέλεσμα: να μπορεί ο καταναλωτής να τις αποθηκεύσει και να ανατρέχει σε αυτές όποτε το θέλει. Η ύπαρξη ιστοσελίδας στο διαδίκτυο και η αποστολή μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αποτελούν μόνιμο υπόθεμα υπό την έννοια του νόμου<sup>99 100</sup>.

B) Ακόμη, πέραν των ανωτέρω, οφείλει ο προμηθευτής να παράσχει τις πληροφορίες της παρ. 9 και στην ίδια γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε στην πρότασης σύναψης<sup>101</sup>. Η συγκεκριμένη πρόβλεψη του νομοθέτη υπηρετεί τον σκοπό της πλήρους κατανόησης εκ μέρους του καταναλωτή των

---

<sup>98</sup> Σχετικά με τις καταναλωτικές συμβάσεις που συνάπτονται στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι δυνατή η παροχή των πληροφοριών και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τα e-mails επιτρέπουν τη διαρκή πρόσβαση του καταναλωτή στις πληροφορίες της παρ. 9 αφού μπορούν να αποθηκευτούν στον υπολογιστή ή να εκτυπωθούν. Την άποψη αυτή ενισχύει και το ά. 5 παρ. 1 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ όπου ορίζεται ότι οι πληροφορίες πρέπει να δίνονται με έγγραφο ή άλλο μόνιμο υπόθεμα ευρισκόμενο στη διάθεση του καταναλωτή, στο οποίο αυτός να έχει πρόσβαση.

<sup>99</sup> Βλ. Καράκωστα, Βασικά ζητήματα προστασίας του καταναλωτή στο διαδίκτυο, ΔιΜΕΕ 2004 σελ. 470

<sup>100</sup> Σύμφωνα με κρατούσα άποψη καθιερώνεται συστατικός τύπος για την πρόταση του προμηθευτή, αλλά όχι και για την αποδοχή του καταναλωτή αφού σκοπός του νομοθέτη είναι να αποφευχθεί η μετάδοση των πληροφοριών από τον προμηθευτή με τεχνολογικά μέσα εφήμερου χαρακτήρα. βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση από απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003 σελ. 157., Ιγγλεζάκη, ΕΕμπΔ 2000, σελ. 826, Χριστοδούλου Κ., Ηλεκτρονικά έγγραφα και ηλεκτρονική δικαιοπραξία, 2004, σελ. 205.

Όμως, μιας και ο νόμος δεν απαιτεί έγγραφο, αλλά αρκείται σε σταθερό μέσο, όπως αυτό ορίζεται στο ά. 4<sup>α</sup> για το οποίο δεν απαιτείται χρήση προηγμένης ασφαλούς υπογραφής, ισοδύναμη με ιδιόγραφο που να πληροί τους όρους του ά. 3 παρ. 1 του π.δ. 150/2001, ορθότερο είναι να μην γίνεται πλέον δεκτή η άποψη περί συστατικού τύπου. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 198 και σελ. 199 υποσημείωση 70



πληροφοριών που θα λάβει από τον προμηθευτή και την αποφυγή περιπτώσεων όπου ο προμηθευτής όντας άλλης εθνικότητας από τον καταναλωτή και ενώ έχει γίνει η πρόταση σύναψης σύμβασης στη γλώσσα του καταναλωτή, του αποστέλλει στη συνέχεια τις απαιτούμενες πληροφορίες σε ένα προδιατυπωμένο έγγραφο στη γλώσσα του προμηθευτή, ή σε μια ευρέως χρησιμοποιούμενη γλώσσα, όπως π.χ. τα αγγλικά που όμως ο καταναλωτής μπορεί να μη γνωρίζει και ούτε το οφείλει άλλωστε.

Πρέπει λοιπόν, στο έντυπο παροχής των πληροφοριών, στο έντυπο της σύμβασης αλλά και στο υπόδειγμα υπαναχώρησης να χρησιμοποιείται η γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε στην πρόταση σύναψης σύμβασης. Ο λόγος της συγκεκριμένης πρόβλεψης όπως ήδη αναλύθηκε είναι προφανής: ο καταναλωτής πρέπει να μπορεί να κατανοήσει τις ουσιώδεις πληροφορίες που ο προμηθευτής οφείλει να του παράσχει αλλά και το βασικό δικαίωμα της υπαναχώρησης. Από τη στιγμή λοιπόν, που προέβη στη σύναψη της σύμβασης έχοντας διαβάσει την πρόταση σε μια συγκεκριμένη γλώσσα, σημαίνει ότι του είναι αρκετά οικεία προκειμένου να λάβει άνετα και ασφαλώς γνώση και των λοιπών στοιχείων που προβλέπει ο νομοθέτης.

Γ) Ακόμη, ο προμηθευτής οφείλει να δώσει τις προβλεπόμενες στην παρ. 9 πληροφορίες στον καταναλωτή σε εύθετο χρόνο κατά την εκτέλεση της σύμβασης και το αργότερο κατά τη στιγμή παράδοσης των αγαθών, τα οποία δεν πρόκειται να παραδοθούν σε τρίτους. Ο νομοθέτης θέτει ένα καταληκτικό χρονικό σημείο μέχρι το οποίο πρέπει ο προμηθευτής να έχει εκπληρώσει την υποχρέωση προς πληροφόρηση: το αργότερο κατά τη στιγμή παράδοσης των αγαθών, αν βέβαια δεν παραδίδονται σε τρίτους, γιατί αν τα αγαθά τα παραλάβει αντί του καταναλωτή ένας τρίτος και δοθούν σε αυτόν οι πληροφορίες, τότε δεν επιτυγχάνεται η πληροφόρηση του καταναλωτή, που είναι ο αντισυμβαλλόμενος του προμηθευτή<sup>102</sup>. Η προαναφερθείσα πρόβλεψη σχετικής ακυρότητας της σύμβασης καταδεικνύει πόσο σημαντική είναι για τον νομοθέτη η παροχή των ως άνω πληροφοριών στον καταναλωτή, ώστε να καταστεί δυνατή η προστασία που θεωρεί ότι χρήζει ο καταναλωτής σε τέτοιου είδους συμβάσεις.

---

<sup>101</sup> Αν η πρόταση σύναψης προέρχεται από τον καταναλωτή, θα φανερώσει την προτίμηση του σε αυτή τη γλώσσα, ενώ αν προέρχεται από τον προμηθευτή, η ανταπόκριση του καταναλωτή με την αποδοχή της πρότασης θα καταδεικνύει την κατανόηση, αλλά και την αποδοχή εκ μέρους του της γλώσσας αυτής.

<sup>102</sup> Κατά το σκεπτικό του νομοθέτη πάντα

Ο προμηθευτής λοιπόν σύμφωνα με τα ανωτέρω εκτεθέντα, πρέπει να παράσχει με τους όρους που προαναφέρθηκαν στον καταναλωτή τις διευρυμένες πληροφορίες της παρ. 9 του ά. 4 του ν. 2251/1994. και για να το θέσουμε ορθότερα, οφείλει να του παράσχει τις ενδεικτικά αναφερόμενες στην παρ. 9 πληροφορίες και επίσης, όποια άλλη πληροφορία κρίνεται ουσιώδης για την άσκηση των δικαιωμάτων του καταναλωτή και την προάσπιση των συμφερόντων του <sup>103</sup>. Η ενδεικτική αυτή απαρίθμηση είναι εύλογη, καθώς η εν λόγω διάταξη είναι γενική και αφορά όλες τις συμβάσεις από απόσταση. Σε περίπτωση αμφιβολίας, κρίσιμο για το αν έπρεπε να παρασχεθεί μια πληροφορία είναι εάν η παροχή αυτής θα λειτουργούσε προς όφελος του καταναλωτή <sup>104</sup>.

Σύμφωνα λοιπόν, με την παρ. 9 οι πληροφορίες αυτές είναι:

α) οι πληροφορίες που προβλέπονται στην παράγραφο 2 του ά. 4 του ν. 2251/1994 <sup>105</sup>

δηλαδή οι βασικές πληροφορίες που πρέπει να γνωρίζει ο καταναλωτής και που αφορούν το πρόσωπο του αντισυμβαλλόμενου του προμηθευτή, το αντικείμενο της υπό σύναψη σύμβασης και βασικούς όρους της σύμβασης, όπως η τιμή, ο τρόπος πληρωμής και το ουσιαστικότερο δικαίωμα του καταναλωτή, αυτό της υπαναχώρησης.

---

<sup>103</sup> Ο κοινοτικός νομοθέτης όμως, δεν αναφέρεται ενδεικτικά στις πληροφορίες του ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK

<sup>104</sup> Α. 1 παρ. 2 στοιχείο ε του ν. 2251/1994 Δούβλης Β. - Μπόλος Α., Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση -Ερμηνεία – νομολογία, 2008, σελ. 383

<sup>105</sup> Στη θεωρία έχουν διατυπωθεί επιφυλάξεις για το κατά πόσο πρέπει να επαναλάβει ο προμηθευτής τις πληροφορίες της παρ. 2. Από τη μια, προβάλλεται το επιχείρημα της αποφυγής της υπερπληροφόρησης του καταναλωτή που τελικά οδηγεί σε σύγχυση του. Βλ. σχετικά βλ. Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 886 υποσημείωση υπ' αριθ. 30 (και για την αντίθετη άποψη), Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 197 που υποστηρίζει ότι πρέπει να γίνει τελολογική συστολή της διάταξης ώστε να παρέχονται ξανά οι εν λόγω πληροφορίες μόνο αν δεν παρασχέθηκαν προσηκόντως ή αν υπάρχουν διαφοροποιήσεις.

Υποστηρίζεται ότι η γραπτή παροχή των πληροφοριών της παρ. 2 πρέπει να γίνει μόνο όταν αυτές παρασχέθηκαν κατά το προσυμβατικό στάδιο κατά τρόπο εφήμερο, χωρίς να έχουν καταγραφεί σε κάποιο μόνιμο υπόθεμα, π.χ. δόθηκαν τηλεφωνικά, ραδιοφωνικά ή τηλεοπτικά. Η άποψη αυτή λειτουργεί υπέρ της προστασίας του καταναλωτή αφενός και της αναγκαίας ταχύτητας των συναλλαγών.

Ο έλληνας νομοθέτης δεν ακολούθησε την κοινοτική πρόβλεψη της Οδηγίας 97/7/ΕΚ, όπου ορίζεται ότι ο προμηθευτής υποχρεούται να επιβεβαιώσει κατά την εκτέλεση της σύμβασης τις προσυμβατικές πληροφορίες, εκτός αν έχουν ήδη δοθεί στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της σύμβασης. Ο εθνικός νομοθέτης επέλεξε να επιβάλλει στον προμηθευτή την υποχρέωση εκ νέου παροχής των πληροφοριών της παρ. 2 χωρίς κάποια εξαίρεση<sup>106 107</sup>

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

Με τον τρόπο αυτό ενημερώνεται ο καταναλωτής πλέον, για το πόσο προσιτός γεωγραφικά είναι σε εκείνον ο προμηθευτής. Γνωρίζοντας ποιος είναι ο προμηθευτής ήδη πριν από τη σύναψη της σύμβασης, πληροφορείται τώρα, κατά την εκτέλεση της, για το που ακριβώς μπορεί να απευθυνθεί για ότι χρειάζεται. Μάλιστα, σύμφωνα με το δεύτερο εδάφιο της περίπτωσης β της παρ. 9<sup>108</sup>, η διεύθυνση του πιο προσιτού καταστήματος του προμηθευτή παρέχεται στον καταναλωτή για να έχει τη δυνατότητα να απευθυνθεί εκεί για την επισκευή του προϊόντος.

Ερμηνεύοντας διασταλτικά την εν λόγω πρόβλεψη, πρέπει να συμπεριληφθούν και καταστήματα που απλώς ανήκουν στο δίκτυο διανομής του προμηθευτή (δηλαδή και εμπορικοί αντιπρόσωποι, διανομείς και άλλα βοηθητικά πρόσωπα του προμηθευτή). Πλέον δηλαδή, ο καταναλωτής γνωρίζει άμεσα που ακριβώς θα πάει προκειμένου να λύσει οποιοδήποτε τεχνικό πρόβλημα έχει με το αντικείμενο της σύμβασης. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η πληροφορία αυτή είναι αρκετά χρήσιμη

---

<sup>106</sup> Και η επιλογή αυτή καλύπτεται από τη ρήτρα στοιχειώδους προστασίας του ά. 14 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ. Αν και υποστηρίζεται από την άλλη πλευρά ότι δεν εξηγείται αυτή η διαφοροποίηση του εθνικού νομοθέτη από τον σκοπό παροχής υψηλότερου επιπέδου προστασίας στον εγχώριο καταναλωτή. Δούβλης Β. - Μώλος Α., Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση -Ερμηνεία – νομολογία, 2008, σελ. 382. Βλ. όμως και την Πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών ά.11 παρ. 4

<sup>107</sup> Σε αντίθεση με τον κοινοτικό νομοθέτη ο οποίος στο ά. 5 παρ. 2 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ προέβλεψε ότι ο προμηθευτής δεν υποχρεούται σε γραπτή επιβεβαίωση των πληροφοριών προς τον καταναλωτή για τις υπηρεσίες που εκτελούνται με τη χρήση μέσου επικοινωνίας από απόσταση, εφόσον αυτές παρέχονται άπαξ και τιμολογούνται από τον φορέα του μέσου επικοινωνίας (με χαρακτηριστικό παράδειγμα την παροχή πληροφοριών από την εταιρεία τηλεφωνίας ή την έκδοση αποτελεσμάτων αθλητικών αγώνων), με την επιφύλαξη ότι η γεωγραφική διεύθυνση του καταστήματος του προμηθευτή, όπου θα μπορεί να απευθύνει τις καταγγελίες του, θα είναι προσιτή σε αυτόν.

<sup>108</sup> Το οποίο προστέθηκε με το ά. 4 του ν. 3587/2007

και κυρίως πρακτική για τον καταναλωτή, γιατί όταν εκείνος αντιμετωπίζει κάποιο πρόβλημα με το προϊόν που αγόρασε δεν του αρκεί να ξέρει απλά ποιος είναι ο προμηθευτής και η διεύθυνση του, που πιθανόν θα είναι τα κεντρικά γραφεία της επιχείρησής του, εκεί όπου βρίσκεται ο οικονομικός πυρήνας αυτής, όπου και δε θα τον εξυπηρετούσαν στη διόρθωση του προβλήματος, αλλά θα τον παρέπεμπαν σε κάποιο κατάσταση, γεγονός που θα οδηγούσε σε παραπάνω επιβάρυνση και ταλαιπωρία για τον καταναλωτή.

γ) Ο τρόπος καταβολής του τιμήματος, περιλαμβανομένων των όρων πίστωσης ή πληρωμής με δόσεις, καθώς και οι όροι εξασφάλισης.

Όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, κατά το προσυμβατικό στάδιο, ο προμηθευτής πρέπει να έχει ήδη ενημερώσει τον καταναλωτή για το συνολικό κόστος του αντικειμένου της σύμβασης (έχοντας δηλαδή συμπεριλάβει τις δαπάνες και τον Φ.Π.Α.) και τον τρόπο πληρωμής. Εννοείται δηλαδή ότι οι όροι αυτοί έχουν ήδη καταστεί συμβατικό περιεχόμενο<sup>109</sup>. Στο δεύτερο πλέον στάδιο οφείλει να τον πληροφορήσει, συμπληρωματικά ουσιαστικά, για το πώς θα καταβληθεί εκ μέρους του το τίμημα, καθώς και για τους όρους πίστωσης ή των δόσεων, αν έχει συμφωνηθεί κάτι τέτοιο. Σε τέτοιου είδους οικονομικές συναλλαγές, όπου το τίμημα δεν καταβάλλεται εφάπαξ, πρέπει ο καταναλωτής να έχει στη διάθεση του για να μπορεί να ανατρέξει ανά πάσα στιγμή τον αριθμό των δόσεων, τον τόκο που τυχόν έχει επιβληθεί, το πώς θα καταβάλλεται η κάθε δόση και τότε και όλα τα υπόλοιπα συναφή στοιχεία που θα του επιτρέψουν να γνωρίζει με ακρίβεια τις συνθήκες της οικονομικής του επιβάρυνσης.

δ) Οι όροι και ο τρόπος άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης και σε χωριστό έντυπο ή ηλεκτρονικό έγγραφο<sup>110</sup>, υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης<sup>111</sup>.

---

<sup>109</sup> Αν πρόκειται για ατομικούς όρους πρέπει να έχουν συμφωνηθεί μεταξύ των μερών και αν πρόκειται για ΓΟΣ πρέπει να έχουν ακολουθηθεί οι όροι του ά. 2 του ν. 2251/1994 και να έχουν ενταχθεί στη σύμβαση.

<sup>110</sup> Ο νομοθέτης χρησιμοποίησε τον όρο ηλεκτρονικό έγγραφο, αλλά προφανώς εννοεί το σταθερό μέσο του ά. 4<sup>ο</sup> του ν. 2251/1994

<sup>111</sup> Η Οδηγία 97/7/ΕΚ δεν επιβάλλει παρόμοια υποχρέωση στον προμηθευτή.

Ο καταναλωτής δικαιούται κατά το χρόνο ισχύος της σύμβασης, κατόπιν αιτήματός του, να λαμβάνει εγγράφως τις πληροφορίες αυτές. Αν ο καταναλωτής δε λάβει το χωριστό αυτό έντυπο – υπόδειγμα της δήλωσης υπαναχώρησης, τότε η σύμβαση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή<sup>112</sup>, όπως θα αναλυθεί και κατωτέρω.

Ο καταναλωτής έχει ήδη ενημερωθεί από το προσυμβατικό στάδιο ότι έχει δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση. Τώρα πλέον, αφού τα μέρη έχουν περάσει στο επόμενο στάδιο ολοκλήρωσης της σύμβασης, πρέπει να πληροφορηθεί ο καταναλωτής για το πως ακριβώς θα ασκήσει το δικαίωμα του αυτό, με ποιο τρόπο, εντός ποιας προθεσμίας, υπό ποιόν τύπο και για ποιους λόγους. Ουσιαστικά πρόκειται για μια ανάλυση του δικαιώματος του καταναλωτή εκ μέρους του προμηθευτή. Μάλιστα, μπορεί να λάβει τις σχετικές με το δικαίωμα του πληροφορίες<sup>113</sup> εγγράφως, όσο ισχύει η σύμβαση, αρκεί να το ζητήσει από τον προμηθευτή<sup>114</sup>.

ε) Οι πληροφορίες οι σχετικές με την εξυπηρέτηση μετά την πώληση και τις υφιστάμενες εμπορικές εγγυήσεις, συμπεριλαμβανομένων των στοιχείων ταυτότητας ενδεχομένως τρίτου υπόχρεου<sup>115</sup>

Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν στοιχεία για το τεχνικό τμήμα της εταιρείας και την τεχνική εξυπηρέτηση, αν παρέχεται τέτοια, για το που υπάρχει κατάστημα με ανταλλακτικά, αν υπάρχει κάποιο τηλέφωνο παραπόνων, καθώς και τους όρους εγγύησης που συνοδεύουν μια καταναλωτική πώληση.

στ) Οι όροι καταγγελίας της σύμβασης, όταν πρόκειται για σύμβαση αόριστου χρόνου ή διάρκειας μεγαλύτερης του ενός έτους.

---

<sup>112</sup> Βλ. ΠΠρΑθ 3717/96 Τράπεζα Νομικών Πληροφοριών Δ.Σ.Α., ΔΕΕ 1997 σελ. 82

<sup>113</sup> Ζήτημα τίθεται για τον αν ο νομοθέτης αναφέρεται μόνο στις πληροφορίες της περ. δ ή στο σύνολο των πληροφοριών της παρ. 9. Ορθότερη είναι η δεύτερη ερμηνεία.

<sup>114</sup> Προφανώς η δυνατότητα αυτή αφορά τις περιπτώσεις που του παρασχέθηκαν οι πληροφορίες όχι εγγράφως, αλλά με άλλο σταθερό μέσο.

<sup>115</sup> Καράκωστας Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 167

Αν έχει συμφωνηθεί από τα μέρη η σύναψη σύμβασης αορίστου χρόνου ή διάρκειας μεγαλύτερης του ενός έτους, τότε ο προμηθευτής πρέπει να ενημερώσει τον καταναλωτή για τους όρους υπό τους οποίους μπορεί να καταγγείλει τη σύμβαση, όταν και αν θελήσει να αποδεσμευτεί από αυτής. Συνεπώς, πρέπει να πληροφορηθεί για τον αν πρέπει να τηρήσει κάποια προθεσμία, αν πρέπει να ακολουθήσει κάποιον τύπο στη δήλωση καταγγελίας, αν πρέπει να επικαλεστεί κάποιο λόγο που να βαρύνει τον προμηθευτή και αν θα υπάρχουν επιπτώσεις για εκείνον και ποιες θα είναι αυτές, αν δεν συμμορφωθεί με τους όρους αυτούς.

### Γ) ΕΝΝΟΜΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΠΑΡΑΒΙΑΣΗΣ ΤΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

1) Σε περίπτωση παραβίασης εκ μέρους του προμηθευτή της υποχρέωσης πληροφόρησης του καταναλωτή σύμφωνα με τις παρ. 2 και 9 του ά. 4 του ν.2251/1994, ο νομοθέτης επιβάλλει την ποινή της ακυρότητας της σύμβασης υπέρ όμως του καταναλωτή<sup>116</sup>. Η συνέπεια αυτή επέρχεται σε περίπτωση παντελούς έλλειψης ενημέρωσης, αλλά και αν υπάρξει εσφαλμένη ή πλημμελής ενημέρωση<sup>117</sup>.

Συγκεκριμένα, η σύμβαση υποφέρει από σχετική ακυρότητα υπέρ του καταναλωτή αν καταρχήν δεν του δόθηκαν από τον προμηθευτή κατά το προσυμβατικό στάδιο οι πληροφορίες της παρ. 2 του ά. 4 του ν. 2251/1994 με τις προϋποθέσεις που εκεί προβλέπονται. Αν δηλαδή ο καταναλωτής δεν ενημερώθηκε πριν από την σύναψη της σύμβασης και με τα μέσα της έως τότε χρησιμοποιούμενης τεχνικής επικοινωνίας, κατά τρόπο ευκρινή, σαφή και κατανοητό, τουλάχιστον για τα στοιχεία επικοινωνίας του προμηθευτή, τα ουσιώδη χαρακτηριστικά του αντικειμένου της σύμβασης, την τιμή, ποσότητα, τις δαπάνες μεταφοράς και τον Φ.Π.Α., τον τρόπο πληρωμής, παράδοσης κι εκτέλεσης, τη διάρκεια ισχύος της τιμής ή της προσφοράς, το δικαίωμα υπαναχώρησης, την ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης σε περίπτωση διαρκούς σύμβασης.

---

<sup>116</sup> Να σημειωθεί ότι ο κοινοτικός νομοθέτης δεν πρόβλεψε τέτοια συνέπεια.

<sup>117</sup> Πάντα υπό τον έλεγχο της καταχρηστικής επίκλησης επουσιωδών παραλείψεων ως λόγων ακυρότητας της σύμβασης.

Η ίδια ποινή απειλείται και για την περίπτωση παραβίασης των όρων της παρ. 9 του ά. 4 του ν. 2251/1994 που αφορά την πληροφόρηση κατά την εκτέλεση της σύμβασης<sup>118</sup>,<sup>119</sup>,<sup>120</sup>. Αν λοιπόν, ο προμηθευτής δεν παράσχει τις πληροφορίες εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο, όπως αυτό περιγράφεται στον νόμο, αν δεν χρησιμοποιείται η ίδια γλώσσα με αυτή της πρότασης προς κατάρτισης σύμβασης, αν δεν παρασχέθηκαν το αργότερο κατά την εκτέλεση της σύμβασης ή έστω με την παράδοση των αγαθών (αλλά όχι σε τρίτους) οι πληροφορίες ή αν ο καταναλωτής δε λάβει κάποια από τις ανωτέρω πληροφορίες ή οποιαδήποτε άλλο στοιχείο είναι απαραίτητο για την ακώλυτη άσκηση των δικαιωμάτων του, τότε η σύμβαση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή. Όπως ήδη αναφέρθηκε η σύμβαση απειλείται με ποινή ακυρότητας και στην περίπτωση που ο καταναλωτής δε λάβει το υπόδειγμα της δήλωσης υπαναχώρησης το οποίο υποχρεούται να στείλει ο προμηθευτής σύμφωνα με την περίπτωση δ της παρ. 9 του ά. 4 και το οποίο πρέπει να είναι χωριστό έντυπο από τις λοιπές πληροφορίες των παρ. 2 και 9. Από την άλλη όμως, δεν απαιτείται προκειμένου να είναι έγκυρη η σύμβαση η χρήση και εκ μέρους του καταναλωτή έγγραφου τύπου για την αποδοχή της πρότασης κατάρτισης της σύμβασης.

2) Μια άλλη συνέπεια πλην της ακυρότητας της σύμβασης για την περίπτωση μη παροχής των πληροφοριών της παρ. 9 εκ μέρους του προμηθευτή είναι η επιμήκυνση του διαστήματος υπαναχώρησης από δεκατέσσερις ημέρες σε τρεις μήνες, όπως θα αναλυθεί παρακάτω. Ο νομοθέτης τιμωρεί με τον τρόπο αυτό τον αμελή προμηθευτή επιμηκύνοντας το διάστημα εντός του οποίου μπορεί ο καταναλωτής να υπαναχωρήσει.

---

<sup>118</sup> Βλ. και Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 886, και την παραπομπή του στη γερμανική θεωρία στην υποσημείωση υπ' αριθ. 35, με την αναφορά ότι στο γερμανικό δίκαιο η μη παροχή των πληροφοριών δεν έχει επίδραση στην εγκυρότητα της σύμβασης.

<sup>119</sup> Στην περίπτωση αυτή θα πρόκειται για επιγενόμενη ακυρότητα. Βλ. για τη διάκριση μεταξύ αρχικής και επιγενόμενης ακυρότητας σε Γεωργιάδη Απ., Γενικές Αρχές, 2002, σελ. 493

<sup>120</sup> Άξιο αναφοράς είναι το ζήτημα του αν επισύρει ακυρότητα η περίπτωση της μη παροχής εγγράφως στον καταναλωτή των πληροφοριών της παρ. 9 που έχουν ήδη παρασχεθεί με άλλο σταθερό μέσο, όταν εκείνος το ζητήσει σύμφωνα με εδ. β της περ. δ της παρ. 9. Καταρχήν, η ανάγκη προστασίας του καταναλωτή μας οδηγεί προς την συνέπεια της ακυρότητας, εκτιμώντας όμως πάντα τη συμπεριφορά του εν λόγω καταναλωτή. Βλ. περισσότερα, σε Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 199

3) Η παράλειψη ενημέρωσης ή η εσφαλμένη ή πλημμελής ενημέρωση κατά το προσυμβατικό στάδιο μπορεί αν θεμελιώσει ευθύνη του προμηθευτή από τις διαπραγματεύσεις σύμφωνα με τα ά. 197, 198 ΑΚ και έπειτα οι πλημμέλειες ενημέρωσης του επόμενου σταδίου, της εκτέλεσης της σύμβαση μπορούν να θεωρηθούν ως παραβάσεις νόμιμης υποχρέωσης προς παρεπόμενη παροχή, που θεμελιώνουν είτε αξίωση εκπλήρωσης, είτε αποζημίωσης για πλημμελή εκπλήρωση. Φυσικά, αν ο καταναλωτής ασκήσει αυτές τις αξιώσεις του παραιτείται σιωπηρά από το δικαίωμα επίκλησης της σχετικής ακυρότητας κατά το ά. 4 του ν. 2251/1994 <sup>121</sup>.

#### Δ) ΒΑΡΟΣ ΑΠΟΔΕΙΞΗΣ

Η παρ. 12 του ά. 4 του ν. 2251/1994 προβλέπει ποιος φέρει το βάρος απόδειξης για την τήρηση των προβλέψεων των παραγράφων του ά.4.

Καταρχήν, το βάρος απόδειξης ότι έλαβε χώρα η συναλλαγή <sup>122</sup> και το βάρος της παραλαβής του προϊόντος το φέρει ο προμηθευτής, ενώ του ότι η εν λόγω σύμβαση υπάγεται στις ρυθμίσεις του ά. 4 το φέρει ο ενάγων καταναλωτής, απόδειξη που στην πράξη προκύπτει από ικανές ενδείξεις <sup>123</sup>.

---

<sup>121</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 200

<sup>122</sup> Βλ σχετικά ΑΠ 589/2001

<sup>123</sup> Βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 156. Ειδικά όμως για την απόδειξη ύπαρξης οργανωμένου συστήματος προμήθειας από τον προμηθευτή, μπορεί να ανακύψουν δυσχέρειες. Για αυτό και ο νομοθέτης προέβλεψε στην παρ. 14 του ά.4 του ν. 2251/1994 υποχρέωση εγγραφής των προμηθευτών που προτίθενται να συνάψουν συμβάσεις από απόσταση σε ειδικό Μητρώο που τηρείται στο Υπουργείο Ανάπτυξης. Με την εγγραφή λοιπόν σε αυτό τεκμαίρεται ότι ο προμηθευτής διατηρεί οργανωμένο σύστημα προμήθειας αγαθών ή υπηρεσιών από απόσταση. Ακόμη κι αν το τεκμήριο δε γίνεται δεκτό, μπορεί να υποστηριχτεί από τον καταναλωτή ότι η εγγραφή στο Μητρώο ή η συμπεριφορά του προμηθευτή που δημιουργεί την εύλογη πεποίθηση ότι διατηρεί επιχείρηση εμπορίας αγαθών από απόσταση, δημιουργεί φαινόμενο δικαίου και η δικαιολογημένη εμπιστοσύνη του καταναλωτή καταλογίζεται στον προμηθευτή που δημιούργησε το φαινόμενο. Βλ. σχετικά και την απόφαση του ΣτΕ 2150/2002 σύμφωνα με την οποία «αφού η σύναψη συμβάσεων εξ αποστάσεως απαγορεύεται στις μη εγγεγραμμένες στο ανωτέρω ειδικό μητρώο επιχειρήσεις, η άρνηση εγγραφής των στο εν λόγω μητρώο συνεπάγεται τη νομική αδυναμία των ενδιαφερομένων να επιδίδονται σε εμπορία μέσω πωλήσεων εξ αποστάσεως. Δεδομένου, όμως, ότι ο νομοθέτης ανέχεται τη συνέχιση της δραστηριότητας επιχειρήσεως που παραβιάζει τις διατάξεις του ν. 2251/94 όσο δεν έχει εξαντληθεί η προβλεπόμενη από το άρθρο 14 § 3 του νόμου αυτού κλίμακα προστίμων, η παράβαση διατάξεων του εν λόγω νόμου δεν είναι δυνατόν, να θεωρηθεί σοβαρός λόγος



Επίσης, όπως είναι φυσικό, το βάρος απόδειξης ότι έλαβε χώρα η προηγούμενη ενημέρωση του καταναλωτή, η γραπτή επιβεβαίωση ή η επιβεβαίωση με σταθερά μέσα, η τήρηση των προθεσμιών καθώς και η συγκατάθεση του καταναλωτή το φέρει ο προμηθευτής. Λογική και συνεπής η επιλογή αυτή του νομοθέτη που καλεί τον ίδιο τον προμηθευτή να αποδείξει ότι ανταπεξήλθε στις υποχρεώσεις του προς τον "αδύναμο και ασθενέστερο" καταναλωτή. Άλλωστε, ο προμηθευτής μπορεί να αποδείξει ένα γεγονός που έλαβε χώρα, δηλαδή ότι παρασχέθηκαν οι απαιτούμενες πληροφορίες και ότι ο καταναλωτής συγκατάθεσε, ενώ από την άλλη, μια αντίθετη πρόβλεψη υποχρέωσης του καταναλωτή να αποδείξει ότι δεν έλαβε τις πληροφορίες, να αποδείξει δηλαδή κάτι που δεν έγινε σαν φυσικό γεγονός, είναι πρακτικά πολύ πιο δύσκολη. Τέλος, το βάρος απόδειξης ότι άσκησε το δικαίωμα της υπαναχώρησης το φέρει ο καταναλωτής.

Εν συνεχεία, προβλέπεται στην παρ. 12 του ά. 4 του ν. 2251/1994 ότι είναι άκυρες ρήτρες σύμφωνα με τις οποίες ο καταναλωτής παραιτείται από την άσκηση των δικαιωμάτων που ορίζονται στο ά. 4 ή ο προμηθευτής απαλλάσσεται των ευθυνών του κατά το άρθρο αυτό. Ο νομοθέτης λοιπόν, προκρίνει ως ιδιαίτερα σημαντικές τις προστατευτικές διατάξεις του καταναλωτή σχετικά με την παροχή πληροφοριών των παρ. 2 και 9 του ά. 4, το δικαίωμα υπαναχώρησης, ώστε οποιαδήποτε ρήτρα που θέτει ο προμηθευτής που τον απαλλάσσει από τις υποχρεώσεις του που θεσπίζονται στο ά. 4 ή που οδηγούν τον καταναλωτή σε παραίτηση από τα δικαιώματά του είναι άκυρες.

## **5. ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ**<sup>124</sup>

Το δικαίωμα του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από την συναφθείσα σύμβαση από απόσταση και μάλιστα, ανατιολογήτως, είναι το βασικό μέσο προστασίας του και είναι ιδιαίτερα δραστικό και αποτελεσματικό<sup>125</sup>. Δίνει την δυνατότητα στον καταναλωτή να επανεξετάσει την απόφασή του για τη σύναψη της σύμβασης έχοντας λάβει γνώση του αντικειμένου της παροχής και των επαγόμενων υποχρεώσεων του, ενδεχομένως και μετά από δοκιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας και δε

---

δικαιολογών την άρνηση εγγραφής επιχειρήσεως στο ανωτέρω ειδικό μητρώο, αν δεν έχει προηγηθεί η επιβολή προστίμων για παραβάσεις του ως άνω νόμου».Ελλ Δνη 2003 σελ. 1101 και στην τράπεζα νομικών πληροφοριών ΔΣΑ

<sup>124</sup> Droit de retractation, right to withdraw

<sup>125</sup> Όπως πετυχημένα χαρακτηρίζεται από τον. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 157, αποτελεί τον σκληρό πυρήνα της προστασίας του καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση.

συνίσταται μόνο στην χορήγηση προθεσμίας διάσκεψης προκειμένου να λάβει χώρα ήρεμη και ψύχραιμη αποτίμηση και να αντισταθμιστεί ο κίνδυνος απερίσκεπτων παραγγελιών <sup>126</sup>. Μπορεί εκ πρώτης όψεως να φαίνεται ιδιαίτερα επαχθές για τον προμηθευτή, καθώς δε χρειάζεται καν να υπάρχει κάποιος νόμιμος λόγος, κάποιο ελάττωμα στην εκπλήρωση της σύμβαση εκ μέρους του, όμως εμπίπτει στο γενικότερο πλαίσιο προστασίας του καταναλωτή ως ασθενέστερου μέρους σε τέτοιου είδους συμβάσεις <sup>127</sup>. Το μειονέκτημα λοιπόν, της σύναψης συμβάσεων από απόσταση που είναι η έλλειψη οπτικής επαφής και αντίληψης των χαρακτηριστικών του αγαθού ή της υπηρεσίας πριν την κατάρτιση της σύμβασης αντισταθμίζεται για τον καταναλωτή με την παροχή ενός δικαιώματος ανατροπής της συναφθείσης σύμβασης εκ μέρους του εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος.

Η παραίτηση του καταναλωτή από το δικαίωμα του να υπαναχωρήσει από μια σύμβαση από απόσταση είναι άκυρη <sup>128</sup>. Ακόμη, βάσει της ίδιας λογικής που επιτάσσει την ιδιαίτερη προστασία του καταναλωτή με την παροχή ενός ανατρεπτικού της σύμβασης δικαιώματος, προκύπτει ότι ακυρότητα επισείει και η δυσχέραση άσκησης εκ μέρους του προμηθευτή του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή. Τέτοια περίπτωση είναι η σύντμηση της προθεσμίας υπαναχώρησης ή υπαγωγή του σε ιδιαίτερες διατυπώσεις χρονοβόρες ή υπέρμετρα τυπικές ή ακόμη και η πρόβλεψη αποκλεισμού του δικαιώματος υπαναχώρησης υπό ορισμένες συνθήκες.

Εν συνεχεία, αναλύοντας το δικαίωμα αυτό, θα αναφερθούμε σε κάποια βασικά χαρακτηριστικά του όπως αυτά ρυθμίζονται από τον νομοθέτη στην παρ. 10 του ά. 4 του ν. 2251/1994.

### 1) Τρόπος άσκησης του δικαιώματος

---

<sup>126</sup> βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 158.

<sup>127</sup> Παρατηρείται ότι το δικαίωμα υπαναχώρησης έχει επίπτωση στον ανταγωνισμό, καθώς ο καταναλωτής διευκολύνεται να αποδεσμευτεί από μια παραγγελία που έκανε και μπορεί μετά να προσφύγει αν το επιθυμεί στην αγορά άλλου ανταγωνιστικού προϊόντος ή υπηρεσίας. Βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 157.

<sup>128</sup> Η διάταξη του ά.4 παρ. 12 ν. 2251/1994 είναι αναγκαστικού δικαίου. Βλ και βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 158 υποσημείωση υπ' αριθ. 54 για τη διατύπωση αντίθετης άποψης σχετικά με την απαγόρευση παραίτησης από το δικαίωμα υπαναχώρησης.

Ο καταναλωτής μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα του προς υπαναχώρηση με μονομερή <sup>129</sup> απευθυντά <sup>130</sup> δήλωση βούλησης. Ο νόμος προβλέπει ότι ο καταναλωτής όταν ασκήσει το δικαίωμα του πρέπει να το κοινοποιήσει στον προμηθευτή εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο. Υποστηρίζεται <sup>131</sup> και ορθά κατά τη γνώμη μου, ότι δεν επιβάλλεται συστατικός τύπος από τον νομοθέτη, αλλά αποδεικτικός. Προβαίνοντας σε μια γραμματική ερμηνεία του τελευταίου εδαφίου της παρ. 10 του ά. 4 του ν. 2251/1994, παρατηρούμε ότι ο νομοθέτης αναφέρει «...εάν ο καταναλωτής ασκήσει... κοινοποιεί το γεγονός αυτό εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο...». Αν ο νομοθέτης ήθελε να επιβάλλει την τήρηση συστατικού τύπου στον καταναλωτή θα το έλεγε ρητά με τη χρήση κάποιας έκφρασης όπως: “ο καταναλωτής ασκεί το δικαίωμα του εγγράφως”.

Όσον αφορά το σταθερό μέσο εννοείται κάθε μέσο που πληροί τους όρους του ά. 4α του ν. 2251/1994. Συνεπώς σε συμβάσεις που καταρτίζονται μέσω διαδικτύου ο καταναλωτής μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης και μέσω μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου <sup>132</sup>.

Όπως επίσης, ορθά υποστηρίζεται, ο καταναλωτής δε χρειάζεται να χρησιμοποιήσει συστημένη επιστολή για να ασκήσει το δικαίωμα του και αν το κάνει, θα έχει καθαρά αποδεικτικό χαρακτήρα

---

<sup>129</sup> Η μονομερής λύση της σύμβασης με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης καταρχήν έρχεται σε αντίθεση με την αρχή του ενοχικού δικαίου *pacta sunt servanta*, γίνεται όμως ανεκτή αφού εξυπηρετεί την κοινωνικά επιβαλλόμενη προστασία του καταναλωτή ως του πιο αδύναμου αντισυμβαλλόμενου. Βλ. Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 887

<sup>130</sup> Πρέπει δηλαδή να περιέλθει στη σφαίρα επιρροής του προμηθευτή για να για να αποκτήσει νομική ισχύ και να είναι εμπρόθεσμη. Όμως επειδή με την παραδοχή αυτή μεταβιβάζουμε στον καταναλωτή τον κίνδυνο καθυστερημένης διαβίβασης ή απώλειας του εγγράφου, είναι ορθότερο να θεωρήσουμε ότι όσον αφορά την κρίση για το εμπρόθεσμο της άσκησης της υπαναχώρησης θα λαμβάνεται υπόψη ο χρόνος που ο καταναλωτής προβαίνει στη δήλωση αυτή και όχι το πότε θα περιέλθει στον προμηθευτή.

<sup>131</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 206 υποσημείωση 102 και παραπομπή σε βιβλιογραφία. Ιγγλεζάκης Ι., Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Internet., ΕΕμπΔ 2000, σελ. 827

<sup>132</sup> βλ. Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 887 και Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 206, σύμφωνα με την οποία ο διακομιστής του προμηθευτή είναι σταθερό μέσο ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να υπαναχωρήσει δηλώνοντας το στην ιστοσελίδα του προμηθευτή, όπως είναι και ο διακομιστής ηλεκτρονικής αλληλογραφίας του.

<sup>133</sup>. Αρκεί η εξωτερίκευση της βούλησης να έχει λάβει χώρα εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας. Σε αντίθετη περίπτωση, η προθεσμία θα περιοριζόταν χρονικά σε βάρος του καταναλωτή και θα καθίστατο δυσκολότερη και ανασφαλής η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης <sup>134</sup>.

Εξαιρετικά σημαντικό στοιχείο του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή είναι ότι δεν χρειάζεται να προβάλλει κάποιον λόγο για να υπαναχωρήσει. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στον νόμο, μπορεί να υπαναχωρήσει «**αναιτιολογήτως**», χωρίς δηλαδή να πρέπει να υπάρχει πλημμελής εκπλήρωση της σύμβασης εκ μέρους του προμηθευτή, κάποιο πραγματικό ελάττωμα στο αντικείμενο της σύμβασης ή έλλειψη συμφωνημένων ιδιοτήτων και φυσικά, χωρίς να υποχρεούται σε επιχειρηματολογία και να επωμίζεται το βάρος απόδειξης των λόγων της επιλογής του να υπαναχωρήσει. Μπορεί σε πρώτη ανάγνωση να ξενίζει η επιλογή της υπαναχώρησης χωρίς κάποια αιτία, δικαιολογείται όμως και ουσιαστικά υπαγορεύεται από το γενικότερο πνεύμα που διέπει τις ρυθμίσεις στις συμβάσεις εξ αποστάσεως. Ο σκοπός του νομοθέτη είναι να προστατεύσει τον καταναλωτή, τον οποίον και θεωρεί αδύναμο και τρωτό μέρος, αφού αιφνιδιάζεται και δεσμεύεται με τους όρους μιας σύμβασης που πιθανόν να μην ήθελε, να μην είχε ανάγκη ή να τον βαρύνει εν τέλει υπέρμετρα, απλά και μόνο επειδή “παρασύρθηκε” από την πρόταση του προμηθευτή μέσω ενός εντύπου, του τηλεφώνου, ή της τηλεόρασης και συμφώνησε να αγοράσει ένα προϊόν ή να του παρασχεθεί μια υπηρεσία για τα οποία δεν είχε πλήρη εικόνα και δεν είχε μελετήσει αρκούντως.

## 2) Προθεσμία άσκησης

Ο καταναλωτής δικαιούται να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης εντός δεκατεσσάρων ημερολογιακών ημερών <sup>135</sup>, <sup>136</sup>, <sup>137</sup>, αν δε συμφωνήθηκε μεγαλύτερη προθεσμία. Δίνεται δηλαδή η

---

<sup>133</sup> Βλ. Καράκωστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 168 και την παραπομπή σε Σταθόπουλο Μ.

<sup>134</sup> βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 158.

<sup>135</sup> Η πρόβλεψη της Οδηγίας 97/7/ΕΚ αφορά προθεσμία τουλάχιστον επτά ημερών (ά. 6 παρ. 1). Ο εθνικός νομοθέτης για άλλη μια φορά παρέχει πληρέστερη προστασία στον καταναλωτή βασιζόμενος στη ρήτρα του ά. 14 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ.

<sup>136</sup> Cooling-off period

δυνατότητα ευμενέστερης για τον καταναλωτή συμφωνίας μεταξύ των δύο μερών με την επιμήκυνση του χρονικού διαστήματος εντός του οποίου μπορεί ο καταναλωτής να υπαναχωρήσει. Λογικό είναι ότι τη συγκεκριμένη επιλογή θα την κάνει ο ίδιος ο προμηθευτής, επιλογή που αφενός λειτουργεί σε βάρος του καθώς παραμένει μη οριστικοποιημένη η σύμβαση για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, αφετέρου όμως, μπορεί να λειτουργήσει ως κίνητρο για τον καταναλωτή στο να προβεί τελικά στη σύναψη της σύμβασης από απόσταση, γνωρίζοντας ότι έχει πολύ χρόνο στη διάθεση του να υπαναχωρήσει .

Η δεκατετραήμερη προθεσμία υπαναχώρησης αρχίζει α) για τα αγαθά από την παραλαβή<sup>138</sup> τους, εφόσον ο προμηθευτής τήρησε τις υποχρεώσεις της παραγράφου 9 για την παροχή πληροφοριών κατά την εκτέλεση της σύμβασης και β) για τις υπηρεσίες, από τη λήψη των πληροφοριών, είτε με έγγραφο είτε με σταθερά μέσα, που ενημερώνουν τον καταναλωτή ότι έχει συναφθεί η σύμβαση σύμφωνα με την παράγραφο 9<sup>139</sup> <sup>140</sup>. Ειδικά για τα αγαθά παρατηρούμε ότι χρειάζεται να

---

<sup>137</sup> Υποστηρίζεται από Παπαιωάννου Γ, σε Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 158, ότι η εν λόγω προθεσμία διέπεται από τις σχετικές διατάξεις του ΑΚ, μεταξύ αυτών και τα ά. 241 και 242 ΑΚ που ρυθμίζουν την έναρξη και τη λήξη των προθεσμιών.

<sup>138</sup> Η έννοια της παραλαβής των αγαθών ερμηνεύεται διαφορετικά στα διάφορα κράτη μέλη, κυρίως για το πότε συντελείται η παραλαβή αυτών σε περίπτωση απουσίας του παραλήπτη καταναλωτή, (όταν ο ταχυδρόμος αφήνει το σημείωμα ότι έγινε προσπάθεια παράδοσης ή όταν ο καταναλωτής παραλαμβάνει το αγαθό από το ταχυδρομείο), ή σε περίπτωση τμηματικής αποστολής των αγαθών ( όταν ολοκληρώνεται η αποστολή όλων των παραγγελθέντων ή μπορεί να γίνει δεκτή και η τμηματική παραλαβή, εάν πρόκειται π.χ. για παραγγελία πολλών βιβλίων, τα οποία αποστέλλονται τμηματικά). Η Επιτροπή όπως αναφέρεται σε Δούβλης Β. - Μπόλος Α., Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση -Ερμηνεία – νομολογία, 2008, σελ. 385, επιφυλάσσεται να επανεξετάσει το θέμα ώστε να ύπαρξη ενιαία ρύθμιση σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Στην παραπάνω πρώτη περίπτωση ορθότερο είναι να γίνει δεκτό ότι η παραλαβή γίνεται με την παραλαβή των αγαθών από το ταχυδρομείο από τον καταναλωτή αρκεί βέβαια, να μην υπάρχει εκ μέρους του υπαίτια καθυστέρηση. Σχετικά με τη δεύτερη περίπτωση, γίνεται δεκτό ότι όταν η τμηματική αποστολή αφορά προϊόντα που δεν αποτελούν ένα ενιαίο έργο, αρκεί και η τμηματική παραλαβή.

<sup>139</sup> Υποστηρίζεται ότι με την επιλογή ως σημείου έναρξης της προθεσμίας υπαναχώρησης την παραλαβή των εγγράφων, δε διασφαλίζεται η προηγούμενη δοκιμή και εξέταση του αντικειμένου της παροχής και συνεπώς, η εκπλήρωση του σκοπού της συγκεκριμένης ρύθμισης. Βλ. σχετικά βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 158

<sup>140</sup> Αν ο προμηθευτής δεν εκπληρώσει την υποχρέωση ενημέρωσης του ά.4 η σύμβαση είναι σχετικά άκυρη υπέρ του καταναλωτή. Παρατηρούμε όμως, ότι ο νομοθέτης συνέδεσε με την ανωτέρω παραβίαση το δικαίωμα υπαναχώρησης και μάλιστα, υπό ευνοϊκότερους όρους. Ο λόγος αυτής της διπλής "ποινής" εκ μέρους του εθνικού μας νομοθέτη είναι ότι καταρχήν είχε συνδέσει την ως άνω παραβίαση με την ακυρότητα και εν συνεχεία, μεταφέροντας τις προβλέψεις της

συντελεστούν δύο γεγονότα, η παράδοση τους και η λήψη των πληροφοριών της παρ. 9, οπότε λογικό είναι αφετηρία της προθεσμίας άσκησης υπαναχώρησης να είναι το γεγονός που θα λάβει χώρα δεύτερο. Να σημειωθεί ότι όπως όλες οι προθεσμίες έτσι και αυτή της υπαναχώρησης αρχίζει την επόμενη μέρα από τη μέρα που θα λάβει χώρα το εναρκτήριο της προθεσμίας γεγονός (ΑΚ 241).

Αν ο προμηθευτής όμως, δεν έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις που αναφέρονται στην παράγραφο 9, αν δηλαδή δεν έχει δώσει εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο τις πληροφορίες της παρ. 9, τότε η προθεσμία υπαναχώρησης είναι τρίμηνη<sup>141</sup> και προφανώς στην περίπτωση σύμβασης προμήθειας αγαθών, ξεκινάει από την παράδοση των αγαθών. Αν στη συνέχεια, λάβει ο καταναλωτής με τον προσήκοντα τρόπο τις πληροφορίες αυτές, τότε άρχεται η δεκατετραήμερη προθεσμία υπαναχώρησης από εκείνο το σημείο.

Τι γίνεται όμως στην περίπτωση των συμβάσεων παροχής υπηρεσιών; Μήπως επειδή εναρκτήριο σημείο της αποσβεστικής δεκατετραήμερης προθεσμίας είναι η παροχή των πληροφοριών της παρ. 9, αν αυτές δεν δοθούν, τότε δεν ξεκινάει καν η προθεσμία αυτή; Μια τέτοια διαφοροποίηση από τις συμβάσεις που αφορούν αγαθά θα ήταν ιδιαίτερα επαχθής για τον προμηθευτή και δεν βρίσκει και επαρκές έρεισμα. Έχει υποστηριχθεί ότι στις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών η τρίμηνη προθεσμία

---

Οδηγίας 97/7/EK, προέβλεπε και την παράταση της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Όπως υποστηρίζεται (Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 204), είναι δυνατή η συνύπαρξη δύο αυτοτελών λόγων ανατροπής μιας σύμβασης στο αστικό δίκαιο. Αν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης θεωρείται ότι παραιτείται σιωπηρά από το δικαίωμα επίκλησης σχετικής ακυρότητας. Μάλιστα, είναι πιο ευνοϊκή η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης για τον καταναλωτή, αφού προβλέπονται συνέπειες στο ά.4 του ν. 2251/1994, οι οποίες δεν επέρχονται αν προβληθεί ακυρότητα της σύμβασης και ακολουθηθεί η επιστροφή των παροχών κατά των ά 904 επ. ΑΚ.

<sup>141</sup>Βλ. Καράκωστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 168, υποσημείωση υπ' αριθ. 18: Το ΔΕΚ έκρινε ότι εθνική διάταξη που θέτει χρονικό όριο ενός χρόνου για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σε σύμβαση συναφθείσα εκτός εμπορικού καταστήματος, εν προκειμένω σύμβαση στεγαστικού δανείου, είναι αντίθετη με την Οδηγία 85/577/ΕΟΚ, δεδομένου καθιστά αδύνατη την άσκηση του δικαιώματος στην περίπτωση που η υποχρέωση γνωστοποίησης του, την οποία φέρει ο προμηθευτής, δεν εκπληρωθεί εντός του χρονικού αυτού διαστήματος : ΔΕΚ -Υποθ. C-481/99, αποφ. 13.12.2001 Heininger, Συλλογή 2001, I 9945.

άρχεται από την επομένη της σύναψης της σύμβασης <sup>142</sup>. Υπάρχει όμως εδώ ο κίνδυνος, ο καταναλωτής να μην έχει καν αντιληφθεί ότι συνήψε σύμβαση παροχής υπηρεσιών και να παρέλθει άπρακτη η προθεσμία των τριών μηνών. Ορθότερο θα ήταν να ορίσουμε ότι στην περίπτωση συμβάσεων παροχής υπηρεσιών, η οποία συνίσταται στην επιμέλεια αλλότριων υποθέσεων και προϋποθέτει προηγούμενο αίτημα ή σύμπραξη του καταναλωτή, η τρίμηνη προθεσμία να ξεκινάει από την υποβολή του αιτήματος ή της σύμπραξης <sup>143</sup>. Επίσης, υποστηρίζεται ότι η προθεσμία ξεκινάει από την ημέρα παραλαβής από τον αποδέκτη των υπηρεσιών του e-mail από τον φορέα στο οποίο θα τον ενημερώνει ότι αρχίζει η παροχή της υπηρεσίας <sup>144</sup>.

Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το στοιχείο ότι ο καταναλωτής μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα του για υπαναχώρηση ακόμη και πριν την έναρξη της προθεσμίας υπαναχώρησης <sup>145</sup>.

Καθόσον τρέχει η προθεσμία υπαναχώρησης ο καταναλωτής έχει υποχρέωση φύλαξης του προϊόντος που συνίσταται στη λήψη κάθε μέτρου που είναι αναγκαίο για να διατηρηθεί το προϊόν ακέραιο, καθώς οφείλει να επιστρέψει το αγαθό στην αρχική του κατάσταση <sup>146</sup>. Αν όμως το αντικείμενο καταστραφεί και οφείλεται σε δόλο ή σε αμέλεια του καταναλωτή, τότε αυτός δε θα δικαιούται να ασκήσει το δικαίωμα του για υπαναχώρηση, αφού δεν εκπληρώνει την παρεπόμενη υποχρέωση φύλαξης του αγαθού, ενώ τον κίνδυνο της τυχαίας καταστροφής του αντικειμένου κατά το διάστημα αυτό τον φέρει ο προμηθευτής <sup>147</sup>.

---

<sup>142</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 204 υποσημείωση 89 για παραπομπή σε σχετική βιβλιογραφία.

<sup>143</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 204

<sup>144</sup> Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 376

<sup>145</sup> Γεγονός που δεν έρχεται σε αντίθεση με τον νόμο καθώς ενδέχεται να απαλλάξει τον προμηθευτή από τα έξοδα αποστολής.

<sup>146</sup> Η πρόβλεψη αυτή δεν υπήρχε στην Οδηγία 97/7/ΕΚ. Δημιούργησε συζητήσεις στην ελληνική θεωρία, καθώς φαίνεται ότι οι καταναλωτές μπορούν αν υπαναχωρήσουν μόνο όταν πρόκειται για συμβάσεις αγαθών ή όταν το διατηρούν στην αρχική τους κατάσταση. Για περαιτέρω σχόλια βλ. Δούβλης Β. - Μπώλος Α., Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση -Ερμηνεία – νομολογία, 2008, σελ. 387

<sup>147</sup> Βλ. Καράκωστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 169

Όταν παρέλθει η προβλεπόμενη στον νόμο δεκατετραήμερη προθεσμία για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης εκ μέρους του καταναλωτή, τότε αυτό αποσβέννεται <sup>148</sup>. Το ίδιο συμβαίνει και αν περάσει άπρακτη η προθεσμία των τριών μηνών, στην περίπτωση δηλαδή που δεν έχουν παρασχεθεί στον καταναλωτή οι πληροφορίες της παρ. 9 του ά. 4. Εν προκειμένω όμως υπάρχει μια ειδοποιός διάφορα: μετά την πάροδο του τριμήνου ο καταναλωτής εξακολουθεί να έχει τη δυνατότητα ακύρωσης της σύμβασης επί τη βάση της παρ. 9 του ά. 4, λόγω της παραβίασης εκ μέρους του προμηθευτή της υποχρέωσης προς πληροφόρηση. Φυσικά, η επίκληση της ακυρότητας εκ μέρους του καταναλωτή στην περίπτωση αυτή, θα υπόκειται σε έλεγχο περί καταχρηστικότητας κατά το ά. 281 ΑΚ.

Σε κάθε περίπτωση, μετά την απόσβεση του δικαιώματος υπαναχώρησης, ο καταναλωτής δε στερείται της έννομης προστασίας που του παρέχει το εθνικό δίκαιο με άλλες διατάξεις, απλά δε μπορεί να προσφύγει πλέον σ' αυτό το ιδιαίτερο δικαίωμα που του παρέχει ο νομοθέτης αντιμετωπίζοντας τον ευνοϊκά και προστατευτικά.

### 3) Συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης <sup>149</sup>

Με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης η σύμβαση λύεται <sup>150</sup>. Το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι διαπλαστικό, δηλαδή με την άσκηση του από τον καταναλωτή διαμορφώνεται μεταξύ των δύο

---

<sup>148</sup> Η απόσβεση του δικαιώματος της παρ. 10 του ά.4 του ν.2251/1994 δεν επηρεάζει την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης με βάση το κοινό αστικό δίκαιο σύμφωνα με τα ά. 382, 383, 386 ΑΚ είτε και σύμφωνα με τα ά. 389 επ. ΑΚ αν βέβαια, είχε προβλεφθεί δικαίωμα συμβατικής υπαναχώρησης

<sup>149</sup> Καρακώστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 169

<sup>150</sup> Να σημειωθεί ότι ο κοινοτικός νομοθέτης στο ά.6 παρ. 3 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ πρόβλεψε ότι εκτός αντιθέτου συμφωνίας των συμβαλλομένων, ο καταναλωτής δεν μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης για τις συμβάσεις:- παροχής υπηρεσιών, η εκτέλεση των οποίων άρχισε κατόπιν συμφωνίας του καταναλωτή πριν από τη λήξη της προθεσμίας υπαναχώρησης, προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς, τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο προμηθευτής, προμήθειας αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων, ή τα οποία, εκ της φύσεώς τους, δεν είναι δυνατόν να επιστραφούν ή μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα, προμήθειας οπτικοακουστικών εγγραφών, δίσκων και λογισμικού, που έχουν αποσφραγισθεί από τον καταναλωτή, προμήθειας εφημερίδων και παντός τύπου περιοδικών, παροχής υπηρεσιών στοιχημάτων και λαχείων.



συμβαλλομένων μερών μια νέα νομική κατάσταση που έχει ως αποτέλεσμα την απόσβεση των αμοιβαίων και ανεκπλήρωτων ακόμη υποχρεώσεων προς παροχή και τη γέννηση αμοιβαίων αξιώσεων για επιστροφή των παροχών που έχουν ήδη εκπληρωθεί <sup>151</sup> <sup>152</sup>. Ενεργεί δηλαδή η υπαναχώρηση ενοχικά και γεννά μόνο υποχρέωση απόδοσης κατά τις διατάξεις για τον αδικαιολόγητο πλουτισμό (ά. 904 επ. ΑΚ <sup>153</sup>). Όπως γίνεται δεκτό από την κρατούσα άποψη, δεν ανατρέπεται αναδρομικά η σύμβαση αλλά γεννάται μια σχέση εκκαθάρισης μεταξύ των δύο μερών με κύριο στόχο την αποκατάσταση της πριν από την εκπλήρωση –αν έχει γίνει– κατάστασης (status quo ante). Οι σχετικές διατάξεις του ΑΚ εφαρμόζονται στο μέτρο που δεν αντίκεινται στην οικονομία και στο γράμμα του ν. 2251/1994 <sup>154</sup>, καθώς και στο γράμμα και στο σκοπό της Οδηγίας 97/7/ΕΚ.

Μάλιστα, όπως αναφέρεται στο τελευταίο εδάφιο της παρ. 10, ο καταναλωτής οφείλει αν ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης του να κοινοποιήσει το γεγονός αυτό εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο το οποίο τίθεται στη διάθεση του προμηθευτή και στο οποίο έχει αυτός πρόσβαση <sup>155</sup>. Με την πρόβλεψη αυτή διαπιστώνεται και μια προστατευτική τάση του νομοθέτη προς τον προμηθευτή αυτή τη φορά, καθότι με την υπαναχώρηση του καταναλωτή ανατρέπεται όλη η σύμβαση, οπότε ο νομοθέτης θέλει να εξασφαλίσει την γνώση του προμηθευτή.

Με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης ο καταναλωτής έχει πλέον την υποχρέωση να αποδώσει το αγαθό που ήταν το αντικείμενο της <sup>156</sup> σύμβασης στην αρχική του κατάσταση <sup>157</sup> και ο

---

<sup>151</sup> Κατά το ά. 389 παρ. 2 ΑΚ.

<sup>152</sup> Η ελληνική επιστήμη αναγνωρίζει την υπαναχώρηση του ά.4 ως μορφή νόμιμης υπαναχώρησης. Έχουν όμως διατυπωθεί διάφορες απόψεις κατά καιρούς για τη νομική φύση του δικαιώματος. Βλ. σχετικά Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 205 και τις υποσημειώσεις 94 έως 99

<sup>153</sup> Για αιτία που δεν επακολούθησε κατά το ά. 904 εδ. Β περ. 2<sup>η</sup> και 3<sup>η</sup> ΑΚ

<sup>154</sup> Συγκεκριμένα, το ά. 387 παρ. 2 ΑΚ που αφορά δικαίωμα του δανειστή που υπαναχωρεί από τη σύμβαση να ζητήσει εύλογη αποζημίωση αν ο οφειλέτης βρίσκεται σε υπαίτια αδυναμία παροχής ή υπερημερία, δε μπορεί να εφαρμοστεί στις συμβάσεις από απόσταση.

<sup>155</sup> Το εδάφιο αυτό προστέθηκε στην παρ. 10 με την ΥΑ Ζ1-629/2005

<sup>156</sup> Εννοείται ότι η επιστροφή του αντικείμενου δεν είναι όρος του ενεργού της δήλωσης υπαναχώρησης

<sup>157</sup> Χωρίς αυτό να σημαίνει ότι απαγορεύεται η δοκιμαστική χρήση από τον καταναλωτή. Φυσικά, είναι καταχρηστικός όρος που προβλέπει ότι αποκλείεται η υπαναχώρηση αν έχει αποσφραγιστεί η συσκευασία του προϊόντος. Για

προμηθευτής να του επιστρέψει το τίμημα που ο καταναλωτής κατέβαλλε ως αντάλλαγμα για αυτό. Ειδικά για τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, των οποίων έχει ήδη γίνει εκτέλεση από τον προμηθευτή<sup>158</sup>, τίθεται το ζήτημα του τι ακριβώς θα κληθεί να επιστρέψει στον προμηθευτή ο καταναλωτής σε περίπτωση που αποφασίσει να υπαναχωρήσει. Προφανώς, η αυτούσια απόδοση της υπηρεσίας δεν είναι ούτε πρακτικά δυνατή στις περισσότερες περιπτώσεις, ούτε όμως είναι οικονομικά δυνατή η απόδοση ενός ψηφιακού προϊόντος, αφού μόλις αυτό περιέλθει στον καταναλωτή μπορεί να αντιγραφεί από εκείνον και να γίνει απεριόριστη χρήση του χωρίς να το γνωρίζει ο προμηθευτής. Ακόμη, δεν είναι επιθυμητή η λύση της μη εκτέλεσης μέχρι να παρέλθει η προθεσμία υπαναχώρησης γιατί αντιτίθεται στην ταχύτητα των συναλλαγών. Πιο θεμιτή φαίνεται να είναι η λύση που δίνεται και στις αντίστοιχες συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος: ο καταναλωτής υποχρεούται στην χρηματική αποκατάσταση της αντικειμενικής αξίας της υπηρεσίας κατά το χρόνο της παροχής<sup>159</sup>. Ως αντικειμενική αξία θεωρείται η αγοραία αμοιβή της υπηρεσίας. Κατά το ποσό αυτό κατέστη ο καταναλωτής πλουσιότερος και αυτό οφείλει πλέον στον προμηθευτή αν δεν του έχει ήδη καταβάλει το τίμημα. Αν έχει ήδη εξοφλήσει τον προμηθευτή, θα μπορεί να αναζητήσει την τυχόν διαφορά που υπάρχει μεταξύ της αγοραίας αξίας και του τιμήματος που κατέβαλε. Από την άλλη, υποστηρίζεται ότι επειδή συνήθως η διαφορά των δύο ποσών θα είναι μικρή έως αμελητέα και επίσης, θα είναι πρακτικά δύσκολη η εκκαθάριση της ανατραπέιας σύμβαση με τον αντικειμενικό προσδιορισμό της αγοραίας αξίας, προτείνεται ο αποκλεισμός της υπαναχώρησης του καταναλωτή βασιζόμενοι στις αρχές της καλής πίστης και των χρηστών ηθών. Υπέρ της άποψης αυτής συνηγορεί και η πρόβλεψη του κοινοτικού νομοθέτη για μη χορήγηση υπαναχώρησης στις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών που εκτελέστηκαν κατόπιν συμφωνίας του καταναλωτή πριν αρχίσει η προθεσμία υπαναχώρησης<sup>160</sup>, οι λόγοι πρόβλεψης εξαίρεσης κάποιων συμβάσεων από την εφαρμογή του ά. 4 που εντοπίζονται στη φύση του αντικειμένου της σύμβασης,

---

παραπάνω σχόλια για τα όρια της δοκιμής του αντικειμένου από τον καταναλωτή βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 348-349

<sup>158</sup> Και ειδικά όταν πρόκειται για συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου και οι οποίες εκπληρώνονται και άμεσα σε απευθείας σύνδεση π.χ. παραχώρηση δικαιώματος χρήσης μιας βάσης δεδομένων ή για περιπτώσεις συμβάσεων που αφορούν την παραχώρηση δικαιώματος χρήσης προγράμματος λογισμικού που αντιγράφεται τηλεπικοινωνιακά στον υπολογιστή του καταναλωτή (downloading).

<sup>159</sup> βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 353 επ.

<sup>160</sup> Α. 6 παρ. 3 Οδηγίας 97/7/ΕΚ

αλλά και οι επιλογές νομοθετών άλλων κρατών μελών που εξαίρεσαν τις εν λόγω συμβάσεις <sup>161</sup>. Συνεπώς, η κρατούσα άποψη συνηγορεί υπέρ του αποκλεισμού του δικαιώματος υπαναχώρησης σε περιπτώσεις συμβάσεων παροχής υπηρεσιών που εκτελούνται σε απευθείας σύνδεση αφού αρχίσει η εκπλήρωση της παροχής εκ μέρους του προμηθευτή, με την προϋπόθεση ότι η εκπλήρωση γίνεται με τη σύμφωνη γνώμη του καταναλωτή.

Όσον αφορά τον προμηθευτή, ορίζεται στο ά. 4 παρ. 10 ότι έχει υποχρέωση αν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα του προς υπαναχώρηση, να επιστρέψει στον καταναλωτή ότι εκείνος είχε καταβάλλει ως αντάλλαγμα και μάλιστα, εντός προθεσμίας τριάντα ημερών. Κατά κανόνα, θα πρόκειται για χρηματικό ποσό, το οποίο και θα πρέπει να αποδώσει ο προμηθευτής. Αν πάλι, ο καταναλωτής είχε μεταβιβάσει στον προμηθευτή κάποιο κινητό πράγμα ως αντάλλαγμα, τότε ο προμηθευτής υποχρεούται να του το αναμεταβιβάσει.

Ο νομοθέτης αναφέρεται στην επιστροφή των καταβληθέντων από τον καταναλωτή ποσών, δηλαδή του τιμήματος, των εξόδων αποστολής και συσκευασίας που ο καταναλωτής κατέβαλε. Παρατηρείται στην πράξη η τάση των προμηθευτών να μην επιστρέφουν το συνολικό ποσό των καταβληθέντων από τον καταναλωτή και η παρακράτηση μέρους αυτών. Όμως αυτή η επιβάρυνση του καταναλωτή δε δικαιολογείται από πουθενά. Άλλωστε, ορίζεται σαφώς στην παρ. 10 ότι ο καταναλωτής βαρύνεται μόνο με τα έξοδα επιστροφής <sup>162 163</sup>.

Επίσης, σύμφωνα με τη νομολογία του ΔΕΚ <sup>164</sup>, ο προμηθευτής δεν έχει τη δυνατότητα να ζητήσει αποζημίωση για τη χρήση αγαθού ή τη δοκιμή του που αποκτήθηκε με εξ αποστάσεως σύμβαση σε περίπτωση εμπρόθεσμης υπαναχώρησης του καταναλωτή <sup>165</sup>. Η μόνη ενδεχόμενη επιβάρυνση του

---

<sup>161</sup> βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 355 επ.

<sup>162</sup> βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 345 -346

<sup>163</sup> Υπόθεση C-511/08, Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH κατά Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV σύμφωνα με την οποία εθνική ρύθμιση που παρέχει στον προμηθευτή, εξ αποστάσεως συμβάσεως, τη δυνατότητα να επιβαρύνει τον καταναλωτή με τα έξοδα αποστολής των εμπορευμάτων σε περίπτωση που αυτός ασκήσει το δικαίωμα του υπαναχώρησης αντίκειται στο ά. 6 παρ. 1 της Οδηγίας 97/7/EK.

<sup>164</sup> Υπόθεση C-489/07, Pia Messner κατά Firma Stefan Krüger,

<sup>165</sup> Βέβαια, δεν αποκλείεται, κατ' αρχήν, νομοθετική ρύθμιση κράτους μέλους που επιβάλλει στον καταναλωτή την υποχρέωση καταβολής ανάλογης αποζημίωσης σε περίπτωση που ο τελευταίος θα χρησιμοποιήσει το αγαθό, που απέκτησε με εξ αποστάσεως σύμβαση, κατά τρόπο μη συνάδοντα προς τις αρχές του αστικού δικαίου, όπως αυτές της καλής πίστεως ή του αδικαιολόγητου πλουτισμού.

καταναλωτή, λόγω ασκήσεως του δικαιώματος υπαναχώρησης, είναι το άμεσο κόστος της επιστροφής των αγαθών <sup>166</sup>.

Μετά την πάροδο των τριάντα ημερών ο καταναλωτής μπορεί να ζητήσει τόκους υπερημερίας από τον προμηθευτή, χωρίς καν να τον οχλήσει. Μολονότι ο νόμος δεν προβλέπει ανάλογη προθεσμία για τον καταναλωτή, είναι λογικό να απαιτείται από τον καταναλωτή να επιστρέψει το αγαθό στον προμηθευτή εντός ευλόγου χρονικού διαστήματος από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, ώστε να μη θεωρηθεί ότι ασκεί το δικαίωμα του καταχρηστικά. Διαφορετικά, μπορεί ο προμηθευτής να αρνηθεί την παραλαβή του αντικειμένου και να παρακρατήσει το τίμημα.

Όπως προβλέπει η παρ. 11 του ά. 4 του ν. 2251/1994, αν έχει δοθεί πίστωση για ολόκληρο ή για μέρος του τιμήματος από τον προμηθευτή <sup>167</sup> ή από τρίτον (βάσει συμφωνίας μεταξύ του προμηθευτή και του τρίτου <sup>168</sup>), τότε ο καταναλωτής μπορεί ασκώντας το δικαίωμα υπαναχώρησης από την σύμβαση να καταγγείλει και τη σύμβαση πίστωσης κατά τις διατάξεις του ΑΚ χωρίς να υποχρεούται σε καταβολή αποζημίωσης <sup>169 170 171</sup>.

Αξίζει να αναφερθούμε στο εξής θέμα που προκύπτει από τη χρήση της λέξης καταγγελία εκ μέρους του νομοθέτη: η καταγγελία μιας διαρκούς σύμβασης, όπως είναι αυτή της πίστωσης συνεπάγεται τη λύση της σύμβασης για το μέλλον (ex nunc), χωρίς να θίγεται αυτή για το διάστημα μέχρι την καταγγελία. Συνεπώς, οι παροχές που έχουν ήδη αποδοθεί δεν μπορούν να αναζητηθούν, πέραν της υποχρέωσης απόδοσης του δανείου κατά το ά. 807 ΑΚ. Ο καταναλωτής λοιπόν, που έχει ήδη

---

<sup>166</sup> Από τη δέκατη τέταρτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 97/7 προκύπτει ότι αυτή η απαγόρευση επιβολής στον καταναλωτή εξόδων άλλων εκτός από το άμεσο κόστος της επιστροφής των αγαθών αποσκοπεί στο να διασφαλίσει ότι το δικαίωμα υπαναχώρησης που εγγυάται αυτή η οδηγία «δεν είναι απλώς τυπικό». Άλλως, ο καταναλωτής θα αποθαρρυνόταν από την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος, εάν αυτή συνδεόταν με αρνητικές συνέπειες.

<sup>167</sup> Υποστηρίζεται ότι αν η πίστωση έχει δοθεί από τον προμηθευτή, τότε η υπαναχώρηση θα επιφέρει τα αποτελέσματα της και στην παρεπόμενη σύμβαση πίστωσης, οπότε η ρύθμιση της παρ. 11 έχει καθαρά διευκρινιστικό χαρακτήρα. βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ.358

<sup>168</sup> Πρόκειται για δάνεια τριμερούς σχέσης

<sup>169</sup> Συνιστά εκδήλωση κάμψης της αρχής σχετικότητας των ενοχών.

<sup>170</sup> Η παραπομπή στον ΑΚ υποδηλώνει ότι η καταγγελία δε θα είναι απρόθεσμη, αλλά υπόκειται στην προθεσμία που ορίζει ο νόμος.

<sup>171</sup> Βλ. Δούβλης Β. - Μπάλος Α., Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση - Ερμηνεία – νομολογία, 2008, σελ. 389, όπου διατυπώνονται αντιρρήσεις για τη ρύθμιση αυτή του εθνικού νομοθέτη

καταβάλλει μια τοκοχρεωλυτική δόση, δε θα μπορεί να αναζητήσει το ποσό των δεδουλευμένων τόκων. Αν σκεφτεί κανείς ότι ο καταναλωτής μπορεί να υπαναχωρήσει και τρεις μήνες μετά την κατάρτιση της σύμβασης, τότε φαντάζεται τα ποσά των τόκων που θα έχει ήδη καταβάλλει. Για να απαντήσουμε στο ερώτημα για το αν αυτή η ρύθμιση λειτουργεί υπέρ του καταναλωτή και στο κατά πόσο είναι δίκαιη για τα μέρη θα αναλογιστούμε το εξής: δεν πρέπει να λησμονούμε ότι ο πιστωτικός φορέας είναι τρίτο πρόσωπο σε σχέση με τα συμβαλλόμενα μέρη, οπότε δε θα ήταν δίκαιο να φέρει αυτός το βάρος υπαναχώρησης του καταναλωτή και να επωμιστεί το κόστος για όσες μέρες διαρκέσει η δοκιμή και η διάσκεψη του καταναλωτή.

Όσον αφορά τις δαπάνες, ο καταναλωτής βαρύνεται μόνο με το κόστος επιστροφής του αγαθού στην αρχική του κατάσταση και με καμία άλλη περαιτέρω δαπάνη που μπορεί να έχει ανακύψει, όπως π.χ. έξοδα τράπεζας, διοικητικά έξοδα, ποινική ρήτρα, αποζημίωση χρήσης έξοδα συντήρησης, επανασκευασίας ή άλλη αποζημίωση οποιουδήποτε είδους (ά. 4 παρ. 10 εδ. α' ν. 2251/1994).

Ο προμηθευτής στην περίπτωση παροχής υπηρεσιών μπορεί να αναζητήσει την αγοραία αξία αυτών εφόσον έχουν ήδη παρασχεθεί βάσει των διατάξεων του ΑΚ για τον αδικαιολόγητο πλουτισμό (ά. 904 επ.)

## **6. ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ**

Είναι σκόπιμο για την πληρότητα της αναφοράς στις συμβάσεις από απόσταση να αναφερθούμε συνοπτικά σε κάποια θέματα εκτέλεσης της σύμβασης.

Α) Ο νομοθέτης θέτει στην παρ. 8 του ά. 4 του ν. 2251/1994 προθεσμία τριάντα ημερών στον προμηθευτή για να εκπληρώσει την παροχή της σύμβασης, η οποία άρχεται από τη διαβίβαση σε αυτόν της παραγγελίας του καταναλωτή<sup>172</sup>. Μετά την παρέλευση αυτής, ο καταναλωτής δικαιούται να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Θεμελιώνεται λοιπόν, άλλη μια βάση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης εκ μέρους του καταναλωτή και διαφαίνεται ότι σκοπός του νομοθέτη με τη θέσπιση αυτής της προθεσμίας είναι να μη παραμένει ο καταναλωτής επ' αόριστον δεσμευμένος από μια

---

<sup>172</sup> Ο νομοθέτης προβλέπει τη δυνατότητα των μερών να συμφωνήσουν διαφορετικά, συνεπώς να επιμηκύνουν ή να συντομεύσουν την προθεσμία. Σε κάθε περίπτωση όμως, θα υπόκειται σε έλεγχο καταχρηστικότητας βάσει του ά.2 του ν. 2251/1994. Βλ. σχετικά Παπαιωάννου, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003,σελ. 160

σύμβαση όπου ο προμηθευτής κωλυσιεργεί ή αμελεί να την εκτελέσει <sup>173</sup>. Με την πάροδο της προθεσμίας, ο καταναλωτής δεν χρειάζεται καν να οχλήσει τον προμηθευτή, ο οποίος και καθίσταται υπερήμερος. Ο καταναλωτής μπορεί έπειτα να υπαναχωρήσει και να αρνηθεί να παραλάβει το προϊόν ή να του παρασχεθεί η υπηρεσία, αφού δε δεσμεύεται πλέον από την αποδοχή της πρότασης του προμηθευτή<sup>174</sup>.

Η παραλαβή μέρους της παροχής έχει τις συνέπειες της μη εκτέλεσης όσον αφορά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, ενώ σε κάθε άλλη περίπτωση μη δέουσας εκτέλεσης, εφαρμόζονται οι διατάξεις του αστικού δικαίου <sup>175</sup>.

Β) Στην παρ. 5 του ά. 4 του ν. 2251/1994, προβλέπεται ότι αν ο προμηθευτής αδυνατεί να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες που παρήγγειλε ο καταναλωτής, μπορεί να του προμηθεύσει ισοδύναμο και ισότιμο αγαθό ή να του παράσχει ισοδύναμη υπηρεσία ίδιας ποιότητας και ίσης τιμής, αφού γνωστοποιήσει στον καταναλωτή εγγράφως ότι μπορεί να επιστρέψει το προϊόν ή να αρνηθεί την παροχή υπηρεσίας υποκατάστασης, εάν αυτά δεν ανταποκρίνονται στους όρους της συμφωνίας. Ακολουθώντας τις αρχές της καλής πίστης γίνεται δεκτό ότι ο καταναλωτής θα πρέπει εντός ευλόγου χρονικού διαστήματος ( το οποίο θα είναι ανάλογο με την προθεσμία που έχει ταχθεί προκειμένου να υπαναχωρήσει από την αρχική σύμβαση), να αρνηθεί την υπηρεσία ή να επιστρέψει το αγαθό <sup>176</sup>. Αν τελικά ο καταναλωτής επιστρέψει το αγαθό δε βαρύνεται με τα έξοδα επιστροφής.

Να σημειωθεί ότι σε περίπτωση ανυπαίτιας αδυναμίας παροχής, συμπεριλαμβανομένης της τυχαίας καταστροφής του αντικειμένου κατά τη μεταφορά, εφαρμόζεται ο κανόνας της κοινής απαλλαγής <sup>177</sup>.

---

<sup>173</sup> Όπως υποστηρίζεται πρόκειται για μια διαφορετική υπαναχώρηση από αυτή της παρ.10 και για μια πρόσθετη περίπτωση πέραν των περιπτώσεων των ά. 385 και 401 ΑΚ. Για παραπάνω βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), 2008, σελ. 208

<sup>174</sup> Καρακώστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 170

<sup>175</sup> βλ. Παπαιωάννου Γ, Η σύμβαση απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, σελ. 158

<sup>176</sup> Καρακώστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 170

<sup>177</sup> Συνηθίζεται στις συμβάσεις από απόσταση, ο μεταφορέας να είναι της επιλογής του προμηθευτή και να διατηρεί το προϊόν στη σφαίρα επιρροής του.

Γ) Τέλος, όσον αφορά την καταβολή του τιμήματος εκ μέρους του καταναλωτή, προβλέπεται στην παρ. 7 του ά. 4 του ν. 2251/1994 ότι απαγορεύεται η είσπραξη όλου ή μέρους του τιμήματος, ακόμα και με τη μορφή αρραβώνα, εγγύησης, έκδοσης ή αποδοχής αξιόγραφων<sup>178</sup> ή άλλη μορφή, πριν από την παράδοση του προϊόντος ή την παροχή της υπηρεσίας<sup>179</sup>, εν ολίγοις, απαγορεύεται η προεκπλήρωση της παροχής του καταναλωτή. Προκύπτει έτσι ότι η αξίωση του προμηθευτή για καταβολή του τιμήματος γεννάται από την παράδοση του αντικειμένου της σύμβασης στον καταναλωτή. Τα συμβαλλόμενα μέρη λοιπόν υποχρεούνται σε ταυτόχρονη εκπλήρωση των παροχών τους. Προφανώς, η σκέψη του εθνικού νομοθέτη ήταν να προστατεύσει τον καταναλωτή από την αθέτηση των συμβατικών υποχρεώσεων εκ μέρους του προμηθευτή<sup>180</sup>.

Όπως ορθά υποστηρίζεται<sup>181</sup>, η είσπραξη μπορεί να γίνει και κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης, αφού όπως προκύπτει από το γράμμα του νόμου, η προθεσμία υπαναχώρησης αρχίζει από την παράδοση του αντικειμένου της σύμβασης<sup>182</sup>, οπότε καθίσταται και απαιτητή η αξίωση του προμηθευτή για είσπραξη του τιμήματος.

## **7. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**

Ο νομοθέτης προστατεύει τον καταναλωτή από αθέμιτες πρακτικές επιθετικών πωλήσεων επιβάλλοντας αυστηρές απαγορευτικές διατάξεις αναγκαστικού χαρακτήρα. Στην παρ. 4 του ά. 4

---

<sup>178</sup> Δόση αντί ή χάριν καταβολής του τιμήματος

<sup>179</sup> Όπως επισημαίνεται (βλ. Μακρή Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/ΕΚ και 2000/31/ΕΚ στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 888) η συγκεκριμένη ρύθμιση είναι μια καινοτομία του ελληνικού δικαίου, η οποία δε συναντάται σχεδόν σε κανένα άλλο εθνικό δίκαιο, ούτε σε κοινοτικές Οδηγίες. Εξακολουθεί να αποτελεί αντικείμενο συζήτησης το κατά πόσο μπορεί να εφαρμοστεί η πρόβλεψη αυτή σε συμβάσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, όπου είναι ευρύτατα διαδεδομένη η πρακτική της προπληρωμής των παραγγελθέντων προϊόντων. Στο ίδιο βλ. και υποσημείωση υπ' αριθ. 49 για έρευνα διεξαχθείσα το 2000 σε ηλεκτρονική καταστήματα, από την οποία προέκυψε ότι το 10% των προϊόντων που παραγγέλθηκαν δεν έφτασαν ποτέ στον καταναλωτή, παρότι πληρώθηκαν. Βλ. σχετικά και Ιγγλεζάκη Ι., Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Internet, ΕΕμπΔ 2000, σελ. 820 επ.

<sup>180</sup> Για περισσότερα σχόλια και κρίσεις επί αυτής της ρύθμισης, βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 367 επ.

<sup>181</sup> Καράκωστα Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη 2008, σελ. 171

<sup>182</sup> Εφόσον βέβαια, αν πρόκειται για αγαθό και όχι για υπηρεσία, έχουν παρασχεθεί οι πληροφορίες της παρ. 9 του ά.4 του ν. 2251/1994

του ν. 2251/1994 ορίζει ότι απαγορεύεται να αποστέλλονται ή να παρέχονται στον καταναλωτή αγαθά ή υπηρεσίες χωρίς να τα έχει ο ίδιος παραγγείλει, εφόσον καλείται να τα αποκτήσει έναντι πληρωμής ή να τα επιστρέψει, έστω κι αν δεν υποχρεούται να καταβάλει τις δαπάνες αποστολής<sup>183</sup>. Αν του αποσταλούν αγαθά ή του παρασχεθούν υπηρεσίες σύμφωνα με τα ανωτέρω, ο καταναλωτής δικαιούται να τα διαθέσει κατά την κρίση του χωρίς να οφείλει οποιοδήποτε τίμημα και απαλλάσσεται από την υποχρέωση επιστροφής ή φύλαξης αυτών<sup>184</sup>. Ακόμη, προβλέπεται ότι η μη απάντηση του καταναλωτή σε περίπτωση αποστολής αγαθών ή υπηρεσιών που δεν παραγγέλθηκαν σε καμία περίπτωση δε συνιστά σιωπηρή αποδοχή ή συναίνεση εκ μέρους του. Να σημειωθεί ότι η απαγόρευση δεν αφορά την αποστολή διαφημιστικών δώρων ή δειγμάτων.

Όπως προκύπτει από την ως άνω ρύθμιση, ο νομοθέτης θέλησε να προστατεύσει τον καταναλωτή από την επίμονη και πιεστική συμπεριφορά του προμηθευτή, ο οποίος μετέρχεται όλων των μέσων προκειμένου να υφαρπάξει τη δικαιοπρακτική βούληση του καταναλωτή, καταλήγοντας ακόμη και στο να του επιβάλλει υποχρεώσεις και δεσμεύσεις τις οποίες ο καταναλωτής δεν ανέλαβε, προσπαθώντας να του δημιουργήσει την εντύπωση ότι δεσμεύεται από τις ενέργειες του προμηθευτή<sup>185</sup>.

Αν ο προμηθευτής παραβεί αυτή του την υποχρέωση μπορεί να υποχρεωθεί σε αποζημίωση και χρηματική αποκατάσταση ηθικής βλάβης σε πλαίσιο ατομικής ή συλλογικής αγωγής.

## **8. Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

### **Α) Γενικά για την Πρόταση Οδηγίας**

Τον Οκτώβριο του 2008 εκδόθηκε μια Πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών<sup>186</sup>, στην οποία και επανεξετάζονται τέσσερις Οδηγίες για την προστασία του καταναλωτή<sup>187</sup>. Μια εξ

---

<sup>183</sup> Inertia selling

<sup>184</sup> Πρόκειται για έναν πρωτότυπο τρόπο κτήσης κυριότητας

<sup>185</sup> Καράκωστας Γ., Προστασία του καταναλωτή ν. 2251/1994, 1997, σελ. 94

<sup>186</sup> Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για τα δικαιώματα των καταναλωτών της 8.10.2008, COM (2008) 614 τελικό

<sup>187</sup> 85/577/ΕΟΚ για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, 93/13/ΕΟΚ για τις καταχρηστικές ρήτρες των καταναλωτικών συμβάσεων, 97/7/ΕΚ για τις συμβάσεις από απόσταση, 99/44/ΕΚ για τις καταναλωτικές πωλήσεις. Βλ. αιτιολογική σκέψη Πρότασης υπ' αριθ.1 και Παπαρσενίου Π., Η νέα πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, ΕφΑΔ 2010, σελ. 142 για το Πράσινο Βιβλίο, πρόδρομο της εν λόγω Πρότασης Οδηγίας και τη σελ. 4 της αιτιολογικής έκθεσης της Πρότασης Οδηγίας.



αυτών είναι και η Οδηγία 97/7/ΕΚ για τις συμβάσεις εξ αποστάσεως, η οποία αποτέλεσε και τη βάση για τη ρύθμιση του θέματος από τον Έλληνα νομοθέτη στο ά. 4 του ν. 2251/1994.

Όπως αναφέρεται στην αιτιολογική έκθεση της Πρότασης, πρωταρχικός σκοπός της επανεξέτασης κάποιων οδηγιών για την προστασία του καταναλωτή είναι να επιτευχθεί η πραγματική εσωτερική αγορά μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών, επιτυγχάνοντας τη σωστή ισορροπία μεταξύ ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, εξασφαλίζοντας παράλληλα την αρχή της επικουρικότητας.

Ο λόγος θέσπισης της Πρότασης είναι ότι το δίκαιο του καταναλωτή, όπως αυτό έχει θεσπιστεί στα διάφορα κράτη μέλη βάσει των σχετικών Οδηγιών είναι κατακερματισμένο, κυρίως λόγω της ρήτηρας της ελάχιστης εναρμόνισης που περιείχαν οι Οδηγίες για τον καταναλωτή. Με τη ρήτρα αυτή, επιτρεπόταν στα κράτη μέλη να υιοθετήσουν αυστηρότερες διατάξεις στο εθνικό τους δίκαιο για να αυξήσουν την προστασία του καταναλωτή. Το αποτέλεσμα όμως σύμφωνα με τους συντάκτες της Πρότασης είναι να επιβάλλονται μεγάλες δαπάνες συμμόρφωσης στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με διασυνοριακές συναλλαγές, οι οποίες λόγω της ανασφάλειας που τους δημιουργείται απέχουν από τέτοιου είδους συναλλαγές με αποτέλεσμα να μη λειτουργεί σωστά και αποδοτικά η εσωτερική αγορά αλλά και να ενισχύεται η έλλειψη εμπιστοσύνης των καταναλωτών σε αυτήν λόγω της ανισότητας του επιπέδου προστασίας των καταναλωτών (υπ' αριθ. 7 αιτιολογική σκέψη Πρότασης)<sup>188</sup>.

Για τους παραπάνω λόγους, προτείνεται με την παρούσα Πρόταση η υιοθέτηση μιας οριζόντιας Οδηγίας πλήρους εναρμόνισης, όπου τα κράτη μέλη δε θα μπορούν να εισάγουν ή να διατηρούν

---

<sup>188</sup> Το τελευταίο αυτό επιχείρημα φαίνεται εκ πρώτης όψεως αντιφατικό, καθώς ακριβώς λόγω της μέχρι τώρα δυνατότητας της ελάχιστης εναρμόνισης επιτυγχάνοταν υψηλότερο επίπεδο προστασίας των καταναλωτών με την υιοθέτηση προστατευτικότερων διατάξεων από διάφορα κράτη μέλη από αυτές της εκάστοτε Οδηγίας. Πως λοιπόν, το γεγονός αυτό ενίσχυε την ανασφάλεια των καταναλωτών και πως τώρα με μια Οδηγία πλήρους εναρμόνισης, η οποία θα λαμβάνει υπόψη ιδιαίτερα και την ανάπτυξη της αγοράς και τα συμφέροντα των επιχειρήσεων θα ενισχυθεί η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην εσωτερική αγορά;

Σχετικά με το πρώτο επιχείρημα, υποστηρίζεται ότι το κόστος συμμόρφωσης αποτελεί μόνο ένα μικρό εμπόδιο στην ανάπτυξη των διασυνοριακών συναλλαγών. Άλλοι παράγοντες, όπως είναι τα γλωσσικά εμπόδια και η έλλειψη εμπιστοσύνης σε άγνωστες αγορές φαίνεται ότι συντελούν περισσότερο στην απροθυμία των επιχειρήσεων να ανοιχτούν σε νέες αγορές. Περισσότερα βλ. σε Παπαρσενίου π., Η νέα πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, ΕφΑΔ 2010, σελ. 144

διατάξεις που θα αποκλίνουν από αυτές της Οδηγίας<sup>189</sup>. Με τον τρόπο αυτό οι καταναλωτές, αλλά και οι επιχειρήσεις θα βασίζονται σε ένα ενιαίο ρυθμιστικό πλαίσιο κοινών εννοιών και συμβατικών όρων, με αποτέλεσμα να ολοκληρωθεί η εσωτερική αγορά στον τομέα των καταναλωτικών διασυνοριακών συμβάσεων. Σε αυτήν την Οδηγία θα συγχωνευθούν οι ανωτέρω τέσσερις Οδηγίες για τον καταναλωτή σε μια πράξη που θα ρυθμίζει τις κοινές πτυχές κατά συστηματικό τρόπο, απλουστεύοντας και επικαιροποιώντας τους υφιστάμενους κανόνες, αίροντας τις ασυνέπειες και καλύπτοντας τα κενά.

Σχετικά με τον ως άνω τρόπο νομοθέτησης της Πρότασης, διατυπώνονται πολλές επιφυλάξεις, κυρίως λόγω του ότι ήδη έχουν δημιουργηθεί στα διάφορα εθνικά δίκαια των κρατών μελών ολοκληρωμένα συστήματα προστασίας του καταναλωτή που πλην της αυξημένης προστασίας που του προσφέρουν, βρίσκονται σε συνοχή με το υπόλοιπο εθνικό δίκαιο και επιτυγχάνουν τη ρυθμιστική πληρότητα των ζητημάτων. Αν λοιπόν, οι ρυθμίσεις αυτές αντικατασταθούν από μια Οδηγία πλήρους εναρμόνισης, θα πρέπει και αυτή να χαρακτηρίζεται από ρυθμιστική πληρότητα ώστε να μη δημιουργηθούν κενά δικαίου, αλλά ούτε και αντιφάσεις με τις λοιπές διατάξεις του κάθε εθνικού δικαίου.

Για τους παραπάνω λόγους, έχει προταθεί η υιοθέτηση μιας **στοχοθετημένης πλήρους εναρμόνισης, δηλαδή μιας εναρμόνισης που θα είναι πλήρης σε τομείς όπου παρατηρούνται έντονες στρεβλώσεις του ανταγωνισμού και όπου οι κοινοτικές ρυθμίσεις θα είναι ικανές να προσφέρουν ρυθμιστική πληρότητα**<sup>190</sup>. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας περίπτωσης είναι **οι ρυθμίσεις που αφορούν ειδικές υποχρεώσεις πληροφόρησης ή το δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και στις συμβάσεις από απόσταση**. Επειδή ακριβώς οι ρυθμίσεις αυτές είναι κοινοτικής έμπνευσης και δεν επηρεάζουν τις βασικές πτυχές του δικαίου των συμβάσεων των εθνικών δικαίων, είναι δυνατή η θέσπιση μιας Οδηγίας πλήρους εναρμόνισης που θα ρυθμίζει τις υποχρεώσεις ενημέρωσης των καταναλωτών στις περιπτώσεις συμβάσεων από απόσταση και εκτός εμπορικού καταστήματος και η οποία θα χαρακτηρίζεται από πληρότητα και αυτοτέλεια των ρυθμίσεων της. Άλλωστε, όπως και στην ίδια την Πρόταση

---

<sup>189</sup> Αιτιολογική σκέψη Πρότασης υπ' αριθ. 8. Βλ και Χριστοδούλου Κ., Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. ΕφΑΔ 2010, σελ. 10 επ για την αντίθεση της πλήρους εναρμόνισης στο πρωτογενές κοινοτικό δίκαιο και τις δυνατότητες του εθνικού νομοθέτη να βελτιώσει τη θέση του καταναλωτή, υπό το πρίσμα της Πρότασης.

<sup>190</sup> Παπαρσενίου π., Η νέα πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, ΕφΑΔ 2010, σελ. 145 και σχετικές παραπομπές σε βιβλιογραφία.

αναφέρεται <sup>191</sup>, ο τομέας που εναρμονίζεται με την Πρόταση αφορά κανόνες σχετικά με την ενημέρωση που πρέπει να παρέχεται πριν από τη σύναψη και κατά τη διάρκεια εκτέλεσης της, σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις και συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος. Καταδεικνύεται λοιπόν, για άλλη μία φορά και από την Πρόταση Οδηγίας η σημασία της υποχρέωσης πληροφόρησης προς τον καταναλωτή.

Επίσης, ορθώς γεννώνται ερωτήματα σχετικά με την τύχη της ευρείας έννοιας του καταναλωτή που υιοθέτησε ο έλληνας νομοθέτης στον ν. 2251/1994. Παραβιάζει η εθνική αυτή ρύθμιση την επιταγή προς πλήρη εναρμόνιση ή αποτελεί εθνική ρύθμιση έξω από τον εναρμονιζόμενο τομέα που δεν ενδιαφέρει το κοινοτικό δίκαιο; Σύμφωνα με την αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 9 της Πρότασης, ο τομέας που εναρμονίζεται με την παρούσα Οδηγία πρέπει να καλύπτει ορισμένες πτυχές των συμβάσεων μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών. Όμως ποιος είναι αυτός ο τομέας? Πρέπει να εναρμονιστούν μόνο οι έννομες συνέπειες ή και το πραγματικό των διατάξεων της Οδηγίας; <sup>192</sup>

## B) Τροποποιήσεις των ρυθμίσεων για τις συμβάσεις εξ αποστάσεως

### 1) Βασικές έννοιες

Υιοθετείται ένας νέος ορισμός από το ά. 2 περίπτωση 6 με σκοπό να βελτιωθεί η ασφάλεια δικαίου <sup>193</sup> και να προστατευθούν οι έμποροι από τον αθέμιτο ανταγωνισμό <sup>194</sup>. Έτσι, σύμβαση εξ αποστάσεως είναι κάθε σύμβαση πώλησης ή παροχής υπηρεσιών για τη σύναψη της οποίας ο έμπορος προβαίνει σε αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας από απόσταση. Μέσο επικοινωνίας από απόσταση είναι κάθε μέσο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί χωρίς την αυτοπρόσωπη και ταυτόχρονη παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή για τη σύναψη σύμβασης μεταξύ τους (π.χ. ταχυδρομείο, διαδίκτυο, τηλέφωνο ή φαξ). Παρατηρούμε ότι πλέον είναι σαφές ότι συμπεριλαμβάνονται στην έννοια των συμβάσεων από απόσταση όχι μόνο αυτές που καταρτίζονται με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας αλλά και οι ηλεκτρονικές συμβάσεις. Επίσης, τονίζεται <sup>195</sup> ότι αν μια συναλλαγή έγινε αντικείμενο άμεσης διαπραγμάτευσης μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή εκτός εμπορικού καταστήματος, τότε εάν χρησιμοποιήθηκαν μέσα

<sup>191</sup> Βλ. αιτιολογική σκέψη Πρότασης υπ' αριθ. 9

<sup>192</sup> Χριστοδούλου Κ., Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. ΕφΑΔ 2010, σελ. 11

<sup>193</sup> Βλ. αιτιολογική σκέψη Πρότασης υπ' αριθ.12

<sup>194</sup> Φαίνεται κάπως παράταιρο να τίθεται στο σκοπό ρυθμίσεων για την προστασία του καταναλωτή προστασία των "αντιπάλων" του, των προμηθευτών!

<sup>195</sup> Βλ. αιτιολογική σκέψη Πρότασης υπ' αριθ.13

επικοινωνίας από απόσταση για να συναφθεί η σύμβαση θεωρείται ότι αποτελεί σύμβαση από απόσταση. Με αυτήν την νομοθετική πρόβλεψη λύνεται και η διχογνωμία για το αν απαιτείται να έχουν λάβει χώρα από απόσταση και οι διαπραγματεύσεις προκειμένου να υπαχθεί μια σύμβαση στις ρυθμίσεις των συμβάσεων από απόσταση ή αν αρκεί απλά η πρόταση και η αποδοχή να έχουν γίνει χωρίς την ταυτόχρονη παρουσία των μερών στον ίδιο χώρο <sup>196</sup>.

Στον νέο ορισμό δε γίνεται πλέον λόγος για την ανάγκη ύπαρξης οργανωμένου συστήματος πώλησης του προμηθευτή. Η πρόβλεψη αυτή είχε προκαλέσει πολλά ερμηνευτικά προβλήματα και δεν συνδεόταν και με την ratio της ρύθμισης των εξ αποστάσεως συμβάσεων. Τονίζεται <sup>197</sup> ότι οι ιδιαίτερες συνθήκες υπό τις οποίες έγινε μια προσφορά ή μια διαπραγμάτευση δεν πρέπει να αφορούν τον ορισμό. Το αν ο έμπορος είναι περιστασιακός πωλητής ή διαθέτει οργανωμένο σύστημα δεν πρέπει να στερεί την προστασία από τον καταναλωτή. Αυτό που ενδιαφέρει είναι ότι ο καταναλωτής συμφωνεί να συνάψει μια σύμβαση με κάποιον που δε γνωρίζει και για ένα αντικείμενο με το οποίο δεν έχει έρθει σε επαφή ώστε να σχηματίζει ίδια άποψη.

Στην Πρόταση Οδηγίας αντικαταστάθηκε ο μέχρι τώρα χρησιμοποιούμενος όρος "προμηθευτής" (κατά τον ν. 2251/1994) και "φορέας παροχής υπηρεσιών" (κατά το π.δ. 131/2003) από τον όρο "έμπορος", στην έννοια του οποίου υπάγεται κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο ενεργεί για σκοπούς που σχετίζονται με τις εμπορικές, επιχειρηματικές, βιοτεχνικές δραστηριότητες του ή το επάγγελμα του, και κάθε πρόσωπο το οποίο ενεργεί εξ ονόματος ή για λογαριασμό του εμπόρου. Η καινοτομία της πρόβλεψης συνίσταται στο ότι στην έννοια του εμπόρου περιλαμβάνεται πλέον και κάθε πρόσωπο που ενεργεί για λογαριασμό του εμπόρου, πρόβλεψη που μέχρι τώρα δεν υπήρχε στις καταναλωτικές Οδηγίες και που συνεπάγεται σαφώς τη διεύρυνση του πεδίου προστασίας του καταναλωτή.

## 2) Υποχρεώσεις ενημέρωσης και δικαίωμα υπαναχώρησης

Στην Πρόταση Οδηγίας αφιερώνονται δύο κεφάλαια στη σημαντικότερη αυτή υποχρέωση του εμπόρου. Το κεφάλαιο II περιλαμβάνει τρία άρθρα που αφορούν τις πληροφορίες που πρέπει να δοθούν στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη μιας σύμβασης πώλησης ή παροχής υπηρεσιών. Στη συνέχεια, στο κεφάλαιο III προβλέπονται κάποιες ειδικότερες ρυθμίσεις ενημέρωσης στις

---

<sup>196</sup> Βλ. σχετικά ανωτέρω υπό Α-2-1

<sup>197</sup> Βλ. αιτιολογική σκέψη Πρότασης υπ' αριθ.13

συμβάσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος, καθώς και το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή.

Μειονεκτήματα της ως άνω ρύθμισης είναι καταρχήν ο περιοριστικός χαρακτήρας του καταλόγου των πληροφοριών που πρέπει να δοθούν από τον έμπορο. Όπως ορθά παρατηρείται <sup>198</sup>, το γεγονός αυτό αποτελεί οπισθοχώρηση όσον αφορά την προστασία του καταναλωτή σε σχέση με τις ρυθμίσεις του εθνικού μας δικαίου όπου προβλέπεται ενδεικτική απαρίθμηση των πληροφοριών (ά. 4 παρ. 2 και 9 του ν. 2251/1994)<sup>199</sup> μετά την αξιοποίηση της ρήτρας στοιχειώδους προστασίας του ά. 14 της Οδηγίας 97/7/EK

Επίσης, υποχρεωτικά πλέον ρυθμίζεται το ζήτημα της διπλής νομοθετικής πρόβλεψης περί υποχρέωσης παροχής των ίδιων πληροφοριών πριν αλλά και κατά την εκτέλεση της σύμβασης από απόσταση. Σύμφωνα με την παρ. 9 του ά.4 του ν.2251/1994 ο προμηθευτής υποχρεούται να ξαναδώσει στον καταναλωτή τις πληροφορίες που του είχε παράσχει πριν τη σύναψη της σύμβασης, δηλαδή της παρ. 2. Όπως έχουμε ήδη αναλύσει ανωτέρω, ο εθνικός νομοθέτης δεν επανέλαβε τη ρύθμιση της Οδηγίας 97/7/EK μερί μη υποχρέωσης επιβεβαίωσης των γενικών πληροφοριών αν αυτές έχουν παρασχεθεί εγγράφως ή με άλλο μόνιμο υπόθεμα (σταθερό μέσο κατά τον έλληνα νομοθέτη). Με την εν λόγω Οδηγία όμως, πλέον αρκεί η παροχή των πληροφοριών *uno actu*.

Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει το ά. 11 παρ. 3 και η αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 21, σύμφωνα με τα οποία οι απαιτήσεις ενημέρωσης πρέπει να αναπροσαρμόζονται ανάλογα με τους τεχνικούς περιορισμούς του μέσου που χρησιμοποιείται, π.χ. ο περιορισμένος αριθμός χαρακτήρων της οθόνης ενός κινητού ή η ολιγόλεπτη διάρκεια των διαφημιστικών μηνυμάτων. Σε αυτές τις περιπτώσεις, πρέπει ο έμπορος να παρέχει ένα ελάχιστο σύνολο πληροφοριών και για τα υπόλοιπα, να παραπέμπει τον καταναλωτή σε κάποια πηγή ενημέρωσης (π.χ. με την παροχή ενός δωρεάν τηλεφωνικού αριθμού, ενός συνδέσμου σε κάποια ιστοσελίδα). Συγκεκριμένα, ο έμπορος πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή τουλάχιστον τις πληροφορίες υπό α και γ, όπως θα αναφερθούν κατωτέρω

### 3) Πληροφορίες που πρέπει να παρασχεθούν σύμφωνα με την Πρόταση Οδηγίας

---

<sup>198</sup> Χριστοδούλου Κ., Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. ΕφΑΔ 2010, σελ. 12

<sup>199</sup> Βέβαια, όπως έχουμε προαναφέρει τα αντίστοιχα άρθρα της Οδηγίας 97/7/EK δεν προέβλεπαν ενδεικτική απαρίθμηση των πληροφοριών

Οι περιοριστικά αναφερόμενες κάτωθι πληροφορίες πρέπει να παρασχεθούν στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη σύμβασης πώλησης ή παροχής υπηρεσιών εξ αποστάσεως: οι πληροφορίες του ά. 5 που αφορούν όλες τις συμβάσεις πώλησης ή παροχής υπηρεσιών και οι οποίες αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της σύμβασης, οι πληροφορίες του ά. 7 που αφορούν ειδικά τους μεσάζοντες και οι ειδικές πληροφορίες του ά. 9 που αφορούν από κοινού τις συμβάσεις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος. Συνολικά λοιπόν, ο έμπορος πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή τις εξής πληροφορίες :

α) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, στο βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και το προϊόν.<sup>200</sup>

Η συγκεκριμένη αποτελεί βασική πληροφορία που πρέπει να γνωρίζει ο καταναλωτής αφού όπως έχουμε πει, ο βασικός λόγος προστασίας του στις εξ αποστάσεως συμβάσεις είναι η έλλειψη ίδιας αντίληψης για το αντικείμενο της σύμβασης. Εδώ βέβαια, ο νομοθέτης υποχρεώνει τον έμπορο να παρέχει αυτήν την πληροφορία σε όλες τις συμβάσεις και όχι μόνο στις εξ αποστάσεως, γεγονός που δείχνει τη σημαντικότητα του εν λόγω στοιχείου, του να ξέρει δηλαδή ο καταναλωτής τι ακριβώς είναι αυτό που αγοράζει, αλλά η κύρια χρησιμότητα της εν λόγω πληροφορίας αναδεικνύεται κυρίως στις συμβάσεις εξ αποστάσεως.

β) τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του (εμπόρου), όπως η εμπορική επωνυμία του, και όπου ενδείκνυται, τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπόρου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί<sup>201</sup>. Επίσης, τη γεωγραφική διεύθυνση της εμπορικής έδρας του (εμπόρου), όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τυχόν παράπονα του, αν αυτή είναι διαφορετική από την προαναφερθείσα γεωγραφική του διεύθυνση. Σε περίπτωση πλειστηριασμού, ενδέχεται τα ως άνω στοιχεία να αντικατασταθούν από τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εκπλειστηριαστή.

Στη συγκεκριμένη πληροφορία βλέπουμε την προσπάθεια του νομοθέτη να καταστεί δυνατό για τον καταναλωτή να εντοπίσει τον έμπορο γεωγραφικά αλλά και να του απευθυνθεί για τα παράπονα του. Βλέπουμε μια διαφορά με τη ρύθμιση της παρ. 9 του ά. 4 του ν. 2251/1994, καθώς δεν υπάρχει η αναφορά του πιο προσιτού καταστήματος του εμπόρου, όπου ο καταναλωτής θα απευθυνθεί για

<sup>200</sup> Πρβλ. ά. 4 παρ 2 περ β ν. 2251/1994

<sup>201</sup> Πρβλ. ά. 4 παρ 2 περ α ν. 2251/1994

την επισκευή του προϊόντος, αλλά νομίζω ότι η αναφορά των παραπόνων του καταναλωτή στη σχετική διεύθυνση αυτού, περικλείει και τη δυνατότητα του να απευθυνθεί στη συγκεκριμένη διεύθυνση ζητώντας την επισκευή του προϊόντος, οπότε μια περαιτέρω εξειδίκευση θα ήταν περιττή.

γ) την τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ή αν, λόγω της φύσεως του προϊόντος, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, τον τρόπο με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή και, όπου ενδείκνυται, όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις;<sup>202</sup>

Με τη συγκεκριμένη πληροφορία νομίζω δίνεται στον καταναλωτή επιτυχώς μια ολοκληρωμένη εικόνα του ποσού που θα κληθεί να καταβάλλει ως αντίτιμο για το αντικείμενο της υπό σύναψη σύμβασης, στο οποίο και πρέπει να εμπεριέχονται όλοι οι φόροι που μπορεί να επιβληθούν (π.χ. Φ.Π.Α.) καθώς και οι όποιες επιπλέον δαπάνες προβλέπονται και κυρίως αφορούν την αποστολή του προϊόντος. Μάλιστα, όπως προβλέπεται στο ά. 6 παρ. 1 της Πρότασης Οδηγίας, αν ο έμπορος δε συμμορφωθεί με την υποχρέωση ενημέρωσης για τις πρόσθετες επιβαρύνσεις, τότε ο καταναλωτής δεν υποχρεούται να τις πληρώσει. Το παρόν κρίνεται ως εξαιρετικό μέτρο καταναγκασμού του εμπόρου να παρέχει δίχως άλλο τη συγκεκριμένη πληροφορία στον καταναλωτή.

δ) τις ρυθμίσεις για την πληρωμή, την παράδοση και τις επιδόσεις σε όλες τις περιπτώσεις (σε αντίθεση με την πρόβλεψη του ά.5 που αφορά τα παραπάνω και την αντιμετώπιση παραπόνων, μόνο όμως στις περιπτώσεις που αποκλίνουν από τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας)<sup>203</sup>. Ο νομοθέτης με την ευρεία αυτή διατύπωση περικλείει κάθε πληροφορία που αφορά τον τρόπο εξόφλησης εκ μέρους του καταναλωτή καθώς και κάθε άλλο στοιχείο που σχετίζεται με την παράδοση του προϊόντος, ήτοι με την εκτέλεση της σύμβασης.

ε) την ύπαρξη δικαιώματος υπαναχώρησης, όπου ενδείκνυται και τους όρους και τις διαδικασίες για την άσκηση αυτού σύμφωνα με το Παράρτημα I<sup>204</sup>

<sup>202</sup> Πρβλ. ά. 4 παρ 2 περ γ ν. 2251/1994

<sup>203</sup> Πρβλ. ά. 4 παρ 2 περ δ ν. 2251/1994

Πρόκειται, όπως έχουμε πει για τη μνεία του βασικού όπλου του καταναλωτή στις εξ αποστάσεως συμβάσεις που είναι αναγκαία και άκρως χρήσιμη. Εδώ όμως, δε γίνεται αναφορά σε παροχή χωριστού εντύπου –υποδείγματος δήλωσης υπαναχώρησης, όπως ισχύει μέχρι τώρα βάσει του ν. 2251/1994.

Στο Παράρτημα Ι αναφέρονται οι πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται με το έντυπο υπαναχώρησης και οι οποίες είναι: 1) το όνομα, η γεωγραφική διεύθυνση και η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του εμπόρου στον οποίο πρέπει να σταλεί το έντυπο υπαναχώρησης, 2) μια δήλωση ότι ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση και ότι το δικαίωμα αυτό μπορεί να ασκηθεί με την αποστολή του εντύπου σε σταθερό υπόθεμα στον έμπορο μέσα σε δεκατέσσερις μέρες για τις συμβάσεις πώλησης αγαθών από την κατοχή των αγαθών από τον καταναλωτή ή τρίτο μέρος, πλην του μεταφορέα και για τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών από τη σύναψη της σύμβασης όταν ο καταναλωτής δεν έχει δώσει τη ρητή συγκατάθεση του για να αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης πριν από τις δεκατέσσερις αυτές μέρες και αν την έχει δώσει, από όταν αρχίζει η εκτέλεση της σύμβασης, 3) μια δήλωση ενημέρωσης για τις προθεσμίες και τους όρους επιστροφής των προϊόντων και των χρημάτων στις συμβάσεις πώλησης και 4) μια δήλωση ότι ο καταναλωτής μπορεί να χρησιμοποιήσει το έντυπο υπαναχώρησης και 5) μια δήλωση ότι προκειμένου για συμβάσεις που συνάπτονται στο διαδίκτυο ο καταναλωτής μπορεί να συμπληρώσει και να υποβάλει ηλεκτρονικά το έντυπο υπαναχώρησης και ότι θα λάβει από τον έμπορο επιβεβαίωση παραλαβής της υπαναχώρησης αμελλητί.

στ) την ύπαρξη και τους όρους εξυπηρέτησης μετά την πώληση και εμπορικών εγγυήσεων, όπου ενδείκνυται.<sup>205</sup>

Η έκφραση “όπου ενδείκνυται” αφορά προφανώς τις περιπτώσεις όπου, λόγω της φύσης του αντικειμένου της σύμβασης, κυρίως όταν πρόκειται για παροχή κάποιας υπηρεσίας που εκτελείται αυτόματα, δεν είναι δυνατή η παροχή τεχνικής εξυπηρέτησης

ζ) τη διάρκεια της σύμβασης, όπου ενδείκνυται, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης.<sup>206</sup>

---

<sup>204</sup> Πρβλ. ά. 4 παρ 2 περ στ και παρ. 9 περ. δ ν. 2251/1994

<sup>205</sup> Πρβλ. ά. 4 παρ 9 περ ε ν. 2251/1994

<sup>206</sup> Πρβλ. ά. 4 παρ.2 περ. η και παρ. 9 περ στ ν. 2251/1994



Εδώ πρόκειται για την αναφορά της διάρκειας της υπό σύναψη σύμβασης, και όχι για την ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης όπως αναφέρεται στον ν. 2251/1994, η οποία όμως αναφέρεται αμέσως παρακάτω

η) την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης, όπου ενδείκνυται·

Στην πρόβλεψη αυτή περιλαμβάνονται όλες οι υποχρεώσεις που μπορεί να αφορούν τον καταναλωτή, συνεπώς και αυτή της διάρκειας της σύμβασης. Με τον τρόπο αυτό προνοεί ο νομοθέτης ώστε να λάβει ο καταναλωτής μια πληροφορία που να εμπεριέχει συνολικά το ελάχιστο χρονικό διάστημα για το οποίο ο καταναλωτής θα φέρει τα "βάρη" της εν λόγω σύμβασης.

θ) την ύπαρξη και τους όρους καταθέσεων ή άλλων χρηματοοικονομικών εγγυήσεων που πρέπει να καταβληθούν ή να παρασχεθούν από τον καταναλωτή κατόπιν αιτήματος του εμπόρου.

ι) την ύπαρξη κωδίκων δεοντολογίας και τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να αποκτηθούν, όπου ενδείκνυται

Η πληροφορία αυτή δεν προβλέπεται από τον ν. 2251/1994 και δείχνει την τάση του κοινοτικού νομοθέτη προς την υιοθέτηση και την παραδοχή των κωδίκων δεοντολογίας.

κ) τη δυνατότητα να προσφύγει σε φιλική διευθέτηση της διαφοράς, όπου ενδείκνυται

Ούτε αυτή πληροφορία προβλέπεται από το ά. 4 του ν. 2251/1994. Ο νομοθέτης δίνοντας μέσω του εμπόρου αυτήν την πληροφορία στον καταναλωτή, θέλει να βοηθήσει στην ανάπτυξη και διάδοση των διαδικασιών φιλικής διευθέτησης των διαφορών, ώστε να επιτευχθεί εν καιρώ, ο περιορισμός της ευκολίας με την οποία οι πολίτες της Ευρώπης προσφεύγουν στα δικαστήρια για ζητήματα τα οποία θα μπορούσαν πιθανόν αν λύσουν εξωδικαστικά, γρηγορότερα και σαφώς, πιο οικονομικά.

λ) ότι η σύμβαση θα συναφθεί με έμπορο και συνεπώς, ότι ο καταναλωτής θα επωφεληθεί από την προστασία που παρέχεται από την παρούσα Οδηγία.<sup>207</sup>

---

<sup>207</sup> Βλ όμως και το ά.7 της Πρότασης Οδηγίας όπου προβλέπεται η υποχρέωση του μεσάζοντος να ενημερώσει τον καταναλωτή για το ότι ενεργεί εξ ονόματος ή για λογαριασμό άλλου καταναλωτή και ότι η εν λόγω σύμβαση είναι σύμβαση μεταξύ δύο καταναλωτών, οπότε και δεν εφαρμόζεται η παρούσα Οδηγία. Αν όμως, δεν το κάνει, θεωρείται

Με την καινοφανή αυτή ρύθμιση υποχρεώνεται ο έμπορος να ενημερώσει τον καταναλωτή για το νομικό πλαίσιο που τον προστατεύει. Τις περισσότερες φορές, οι καταναλωτές δε γνωρίζουν καν τα δικαιώματά τους. Εν προκειμένω, όμως, θα τους δίνεται το στοιχείο, το έναυσμα θα λέγαμε, για να ερευνήσουν τι ακριβώς προβλέπει αυτή η Οδηγία στην οποία υπάγεται η σύμβαση που συνάπτουν και εν τέλει, πως προστατεύονται οι ίδιοι από αυτήν.

Με μια πρώτη ανάγνωση των ανωτέρω πληροφοριών παρατηρούμε ότι είναι λεπτομερέστερες από αυτές της παρ. 2 του ά. 4 του ν. 2251/1994 και δίνουν αρχικά την εντύπωση μιας προσπάθειας πληρέστερης ενημέρωσης του καταναλωτή, συνεπώς και υψηλότερης προστασίας του. Ταυτόχρονα, όμως δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η παράθεση των ανωτέρω πληροφοριών είναι περιοριστική, με αποτέλεσμα, οποιαδήποτε πληροφορία δεν υπάγεται εννοιολογικά στις παραπάνω περιπτώσεις, να μην εμπίπτει στην υποχρέωση ενημέρωσης του εμπόρου, ακόμη κι αν τελικά είναι σημαντική για τον καταναλωτή και την προστασία του.

Τις ως άνω πληροφορίες (πλην των τριών τελευταίων υπό ι, κ, λ, το κομμάτι των όρων και διαδικασιών του δικαιώματος υπαναχώρησης και την τυχόν διαφορετική γεωγραφική διεύθυνση "παραπόρων") υποχρεούται ο έμπορος να τις διαθέσει στον καταναλωτή σε απλή και κατανοητή γλώσσα, κατά τρόπο που να είναι ευανάγνωστες, και με τρόπο κατάλληλο για το μέσο της επικοινωνίας εξ αποστάσεως που χρησιμοποιείται. Τίθενται λοιπόν, οι όροι – τρόποι παροχής των πληροφοριών αυτών προκειμένου να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα, που δεν είναι άλλο από τη γνώση των πληροφοριών σαφώς και πλήρως από τον καταναλωτή.

#### 4) Έννομες συνέπειες της παραβίασης της υποχρέωσης ενημέρωσης

Προβλέπεται από το ά. 6 παρ. 2 ότι οι συνέπειες της παράβασης του ά. 5, καθορίζονται σύμφωνα με το εφαρμοστέο εθνικό δίκαιο και ότι τα κράτη μέλη προβλέπουν στην εθνική τους νομοθεσία αποτελεσματικά μέσα έννομης προστασίας του καταναλωτή.

Πως όμως συντείνει η εν λόγω ρύθμιση στην ασφάλεια δικαίου, όταν μπορεί το κάθε κράτος μέλος να προβεί στη θέσπιση διαφορετικών κυρώσεων; Λειτουργεί άραγε υπέρ της αρμονίας και ανάπτυξης της εσωτερικής αγοράς η δυνατότητα π.χ. της Ελλάδας να προβλέπει τη σχετική

---

ότι έχει συνάψει τη σύμβαση για λογαριασμό του. Βλ. σχετικά και την υπ' αριθ. 20 αιτιολογική σκέψη της Πρότασης Οδηγίας.

ακυρότητα της σύμβασης ως κύρωση για την μη εκπλήρωση εκ μέρους του εμπόρου της υποχρέωσης του προς πληροφόρηση, ενώ σε άλλα κράτη να προβλέπεται κάποια λιγότερο επαχθής και μη καταλυτική της σύμβασης κύρωσης συνέπεια; Θα βοηθηθεί με τον τρόπο αυτό η ανάπτυξη των διασυνοριακών συναλλαγών από μέρους των επιχειρήσεων προς κράτη που προβλέπουν αυστηρότερες ποινές για την παραβίαση της υποχρέωσης ενημέρωσης. Και τέλος, τι είδους πλήρης εναρμόνιση είναι αυτή που αφήνει στα κράτη μέλη το περιθώριο να επιλέξουν οι νομοθέτες τους τις συνέπειες παράβασης της ως άνω υποχρέωσης;

Προφανώς, πρόκειται για μια προσπάθεια από μέρους του κοινοτικού νομοθέτη να υπάρξει συστηματική ενότητα των εθνικών δικαίων όσον αφορά το χώρο των έννομων συνεπειών από την παραβίαση δευτερογενών υποχρεώσεων, όπως αυτή της πληροφόρησης. Ήδη, όμως, αποτελεί η ευελιξία αυτή ένα ατόπημα σε σχέση με τον στόχο της πλήρους δικαιοκίνης εναρμόνισης στο χώρο των καταναλωτικών συμβάσεων.

#### 5) Υποχρέωση παροχής πληροφοριών μετά τη σύναψη της σύμβασης

Ο νομοθέτης με τα ά 11 της Πρότασης Οδηγίας προβλέπει ρυθμίσεις που αφορούν τον τύπο των πληροφοριών που πρέπει να δοθούν σε περιπτώσεις σύναψης εξ αποστάσεως συμβάσεων, μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη τους και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των προϊόντων ή όταν έχει αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας. Το χρονικό αυτό πλαίσιο δε διαφέρει από τη ρύθμιση του ά 4 παρ. 9 του ν. 2251/1994 και μάλιστα, εμφανίζεται βελτιωμένο ως προς τη διατύπωση, αφού αναφέρει και ξεχωριστά την περίπτωση των συμβάσεων παροχής υπηρεσιών, όπου πρέπει οι πληροφορίες να δοθούν όταν έχει αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας, αίροντας το κενό που υπάρχει σήμερα στο γράμμα του νόμου για τις περιπτώσεις αυτές.

Οι πληροφορίες λοιπόν που αναφέραμε ανωτέρω υπό 3, πρέπει να δοθούν στο σύνολο τους στον καταναλωτή σε σταθερό εναπόθεμα. Ως τέτοιο ορίζεται στο ά. 2 αριθ. 10 κάθε μέσο που επιτρέπει στον καταναλωτή ή στον έμπορο την αποθήκευση πληροφοριών που απευθύνονται προσωπικά σε αυτόν, κατά τρόπο προσπελάσιμο για μελλοντική αναδρομή σε επαρκές για τους σκοπούς που εξυπηρετούν οι πληροφορίες χρονικό διάστημα και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή των αποθηκευμένων πληροφοριών. Επίσης, στην υπ' αριθ. 16 αιτιολογική σκέψη της Πρότασης προβλέπεται ότι στην έννοια του σταθερού εναποθέματος περιλαμβάνονται ιδίως έγγραφα σε χαρτί, κλειδιά USB, CD-ROM, DVD, κάρτες μνήμης, ο σκληρός δίσκος του υπολογιστή στον οποίο αποθηκεύεται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή ένα αρχείο pdf. Εν ολίγοις, αυτό το σταθερό

εναπόθεμα έχει ως χαρακτηριστικό το ότι η ενσωμάτωση του εμπειροχόμενου διανοήματος είναι τόσο σταθερή, ώστε δε μπορεί πλέον να ανακληθεί από τον εκδότη<sup>208</sup>. Ο όρος αυτός δεν φαίνεται ξένος προς το ισχύον ά.4 του ν. 2251/1994, όπου γίνεται αναφορά στο σταθερό υπόθεμα του ά. 4<sup>α</sup> του ίδιου νόμου και που είναι εννοιολογικά ταυτόσημο με το σταθερό εναπόθεμα της παρούσας Πρότασης.

Σύμφωνα με τα ανωτέρω, φαίνεται να καθορίζεται στην Πρόταση ένας τύπος σίγουρα όχι συστατικός της σύμβασης, αλλά μάλλον πληροφοριακός, αφού κατ' ουσία θεσπίζεται μια ενοχική υποχρέωση του εμπόρου προς πληροφόρηση<sup>209</sup>. Βέβαια, και η ισχύουσα ρύθμιση του ν. 2251/1994 οδηγεί στην ίδια θεώρηση, οπότε δεν υπάρχει κάποια ιδιαίτερη καινοτομία της Πρότασης στο συγκεκριμένο ζήτημα<sup>210</sup>.

Όπως αναφέραμε και παραπάνω, αν οι εν λόγω πληροφορίες δόθηκαν στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της σύμβασης σε σταθερό υπόθεμα, τότε ο έμπορος δεν υποχρεούται σε εκ νέου παροχή αυτών. Επίσης, ρητά προβλέπεται στην Πρόταση (ά. 11 παρ. 5) ότι τα κράτη μέλη δεν επιβάλλουν καμία άλλη επιπλέον τυπική απαίτηση. Συνεπώς, στην Πρόταση Οδηγίας προβλέπεται με σαφήνεια ότι η εθνική μας ρύθμιση του ά. 4 του ν. 2251/1994 περιέχει πρόσθετες απαιτήσεις τυπικές και υπερβολικές, στις οποίες αντιτίθεται ο κοινοτικός νομοθέτης. Τέλος, αξίζει να παρατηρήσουμε ότι πλέον δεν προβλέπεται η παροχή διαφορετικών πληροφοριών στα δύο χρονικά στάδια, πριν και κατά την εκτέλεση της σύμβασης, όπως γίνεται δηλαδή με τις διατάξεις των παρ. 2 και 9 του ά. 4 του ν. 2251/1994, αλλά απλώς οι πληροφορίες που πρέπει έτσι κι αλλιώς να δοθούν κατά το προσυμβατικό στάδιο, πρέπει στο στάδιο εκτέλεσης της σύμβασης να επιβεβαιωθεί ότι παρασχέθηκαν σε σταθερό εναπόθεμα στον καταναλωτή.

#### 6) Το δικαίωμα υπαναχώρησης

Στα ά. 11- 20 της Πρότασης ρυθμίζονται αναλυτικά οι όροι άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.

---

<sup>208</sup> Χριστοδούλου Κ., Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. ΕφΑΔ 2010, σελ. 13 και για την ανάγκη ή μη ιδιόχειρης υπογραφής

<sup>209</sup> Χριστοδούλου Κ., Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. ΕφΑΔ 2010, σελ. 14 και την ανάλυση για τον αποδεικτικό χαρακτήρα .

<sup>210</sup> Βλ. και Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβαση μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 318

Καταρχήν, η υπαναχώρηση παραμένει αναιτιολόγητη και η προθεσμία εξακολουθεί να είναι δεκατετραήμερη και αρχίζει για τις συμβάσεις πώλησης εμπορευμάτων από την ημέρα που ο καταναλωτής ή ο τρίτος που ο καταναλωτής υποδεικνύει (πλην του μεταφορέα) αποκτά την κατοχή καθενός από τα προϊόντα που παραγγέλθηκαν και για τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών από την ημέρα σύναψης της σύμβασης. Με βάση αυτή την πρόβλεψη αποσυνδέεται η έναρξη της προθεσμίας υπαναχώρησης από την παροχή των πληροφοριών, όπως προβλέπεται από το ά. 4 του ν. 2251/1994 και επίσης, καθορίζεται σαφώς, το εναρκτήριο σημείο για τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, για τις οποίες επικρατεί ασάφεια και διχογνωμία στην ελληνική θεωρία, όπως ήδη εκτέθηκε ανωτέρω.

Η ως άνω δεκατετραήμερη προθεσμία επιμηκύνεται σε τρίμηνη, αν ο έμπορος δεν εκπληρώσει την υποχρέωση προς ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με αυτό του το δικαίωμα και τους όρους άσκησης του και φυσικά με την παροχή σταθερού εναποθέματος.

Κατά τα λοιπά, προβλέπονται ρυθμίσεις που αφορούν τις υποχρεώσεις που απορρέουν από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.

### Γ) Τελική αποτίμηση

Εν κατακλείδι, διαπιστώνουμε από τις ρυθμίσεις της Πρότασης Οδηγίας ότι ο κοινοτικός νομοθέτης επιμένει να υιοθετεί ρυθμίσεις που είναι παρόμοιες με αυτές των τώρα ισχυουσών Οδηγιών που πρόκειται να αντικατασταθούν και οι οποίες όμως σε πολλά σημεία αντιτίθενται με τις επιλογές του εθνικού μας νομοθέτη.

Ειδικά στο θέμα που αποτελεί αντικείμενο ανάλυσης της παρούσας εργασίας, την υποχρέωση πληροφόρησης του προμηθευτή, παρατηρούμε ότι στην Πρόταση Οδηγίας δε γίνεται διάκριση μεταξύ πληροφοριών που παρέχονται πριν τη σύναψη και άλλων, επιπλέον που παρέχονται μετά τη σύναψη της σύμβασης, αλλά προβλέπεται ένα και μόνο σύνολο πληροφοριών που πρέπει ο έμπορος να παρέχει στον καταναλωτή. Υποχρεούται καταρχήν, να το κάνει πριν τη σύναψη της σύμβασης και αν μάλιστα, τις παράσχει σε κάποιο σταθερό εναπόθεμα όπως αυτό ορίζεται, τότε έχει εκπληρώσει την υποχρέωση του και δε θα κληθεί να το επαναλάβει κατά την εκτέλεση της σύμβασης. Αν όμως δεν πληρούται αυτός ο όρος τότε, υποχρεούται σε επιβεβαίωση των ως άνω πληροφοριών με την παροχή τους σε σταθερό εναπόθεμα, μετά τη σύναψη της σύμβασης και μέχρι την παράδοση των προϊόντων ή αφότου έχει αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης παροχής Υπηρεσιών.

Ακόμη, ο κοινοτικός νομοθέτης δε συνδέει καμία έννομη συνέπεια με την παραβίαση εκ μέρους του εμπόρου της υποχρέωσης του προς ενημέρωση του καταναλωτή (πλην της επιμήκυνσης της προθεσμίας υπαναχώρησης αν ο καταναλωτής δεν πληροφορήθηκε σχετικά με αυτό του το δικαίωμα), πρακτική που έτσι κι αλλιώς ακολουθούσε μέχρι τώρα. Αφήνει όμως ένα ανοιχτό παράθυρο στους εθνικούς νομοθέτες να προβλέψουν αποτελεσματικά μέτρα έννομης προστασίας στο πλαίσιο του δικαίου των συμβάσεων σε περίπτωση παράβασης της υποχρέωσης πληροφόρησης που αφορά το στάδιο πριν τη σύναψη της σύμβασης. Και εδώ τίθεται το ζήτημα του μέτρου και του χαρακτήρα των συνεπειών που θα προβλέψουν οι εθνικοί νομοθέτες, ιδίως εν όψει και του σκοπού θέσπισης της παρούσα Πρότασης Οδηγίας που δεν είναι άλλος από την εναρμόνιση των δικαιών των κρατών μελών στον τομέα των καταναλωτικών συμβάσεων.

Αν εν τέλει υιοθετηθούν οι ρυθμίσεις της παρούσας Πρότασης, τότε όσον αφορά το ελληνικό δίκαιο, θα θιγεί το επίπεδο προστασίας του καταναλωτή, αφού οι ισχύουσες προβλέψεις που δημιουργήθηκαν υπό την αιγίδα του χαρακτήρα ελάχιστης εναρμόνισης των Οδηγιών για τον καταναλωτή θα πρέπει να αντικατασταθούν. Το εθνικό κεκτημένο των καταναλωτών θα θιγεί και θα τεθεί το θέμα της νομιμοποίησης της Οδηγίας αυτής από τη σκοπιά του πρωτογενούς κοινοτικού δίκαιο (ΣυνΘΕΚ 169 τέως 153) <sup>211</sup> με ότι αυτό συνεπάγεται για την περαιτέρω εφαρμογή και μεταφορά της εν λόγω Οδηγίας στο δίκαιο μας.

Άλλωστε, όπως ορθά παρατηρείται <sup>212</sup> η άποψη της Επιτροπής ότι η επέκταση των Οδηγιών πλήρους εναρμόνισης αποτελεί το πλέον πρόσφορο μέσο για την επίτευξη της δικαιοκίνης ενοποίησης, παραβλέπει το ότι γνήσια πλήρης εναρμόνιση δεν μπορεί να επιτευχθεί χωρίς εξονυχιστική ρυθμιστική πληρότητα. Πλήρης εναρμόνιση του πραγματικού των κανόνων δικαίου χωρίς καθορισμό των έννομων συνεπειών και το αντίστροφο, αντιφάσκει με την επιταγή της πλήρους εναρμόνισης.

## **9. ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ**

### **Α) ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ**

Στην νομολογία των ελληνικών Δικαστηρίων δυστυχώς δε βρίσκουμε πλειάδα αποφάσεων που να αφορούν την υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή. Το γεγονός αυτό δε μειώνει σε καμία περίπτωση την αξία και τη σημασία αυτής της νομοθετημένης ενημέρωσης του καταναλωτή, απλώς

<sup>211</sup> Χριστοδούλου Κ., Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. ΕφΑΔ 2010, σελ. 11

<sup>212</sup> Παπαρσενίου π., Η νέα πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, ΕφΑΔ 2010, σελ. 154

για κάποιους λόγους δεν έφτασε στις δικαστικές αίθουσες ως αντικείμενο διαμάχης. Πιθανός λόγος να είναι ότι σε περιπτώσεις που δεν παρασχέθηκαν οι απαραίτητες πληροφορίες, ο καταναλωτής να επικαλέστηκε τη σχετική ακυρότητα υπέρ του, ή απλά να υπαναχώρησε και ο προμηθευτής να αποδέχτηκε αυτές τις νόμιμες ενέργειες του, χωρίς περαιτέρω διαφωνίες. Η ακόμη χειρότερα, θεωρώ ότι οι καταναλωτές δεν είναι καν ενημερωμένοι για τα δικαιώματά τους και για τις υποχρεώσεις του προμηθευτή, οπότε όταν εκείνος δεν ανταποκριθεί στην μείζονος σημασίας υποχρέωση ενημέρωσης, ο καταναλωτής, απλά αγνοεί αυτή την παραβίαση.

1) Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών 3717/1996 (ΔΕΕ 1997, σελ. 82 επ.)

Η απόφαση αυτή ασχολείται με μια χαρακτηριστική περίπτωση παραβίασης από τον προμηθευτή της υποχρέωσης του προς ενημέρωση του καταναλωτή σε μια σύμβαση από απόσταση.

Συγκεκριμένα, «.....η εναγομένη εταιρία προκειμένου να προωθήσει τα προϊόντα της δελεάζει το καταναλωτικό κοινό σε υπερβολικό βαθμό με την παραπλανητική παρουσίαση της βεβαιωμένης απόκτησης κάποιου δώρου, το οποίο είναι δυσανάλογα μεγάλο σε αξία σε σχέση με οποιαδήποτε από τα προϊόντα της, η αγορά των οποίων καλυπτόμενη κάτω από τη δωρεάν δοκιμή με πληρωμή όμως επί αντικαταβολή τίθεται ως απαραίτητη προϋπόθεση για την παραλαβή του ήδη σίγουρα κερδισμένου από τον καταναλωτή δώρου, το οποίο τις περισσότερες φορές είναι τελικώς ευτελούς ποιότητας και αξίας. Παραλείπει δε σκοπίμως η εναγομένη εταιρία να γνωστοποιήσει ταυτόχρονα στον καταναλωτή και σύμφωνα με τις επιταγές του νόμου που ρυθμίζει τις συμβάσεις από απόσταση, την ακριβή ταυτότητά της και τα πλήρη στοιχεία της, τους πλήρεις όρους παροχής των προϊόντων της (π.χ. όροι πληρωμής ή πίστωσης, παράδοσης, ανταλλαγής, επιστροφής, επισκευής, συντήρησης, εγγύησης κ.λπ.), τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτών (π.χ. προδιαγραφές, προέλευση, αναμενόμενα από τη χρήση αποτελέσματα). Επίσης ο διαφημιστικός κατάλογος των προϊόντων της εναγομένης εταιρίας δεν αναφέρει εάν οι τιμές περιλαμβάνουν ΦΠΑ ή όχι και δεν περιλαμβάνει χωριστό έντυπο υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης του καταναλωτή από τη σύμβαση. Τέλος η εναγομένη εταιρία δεν πληροφορεί τους καταναλωτές για την επωνυμία και τη διεύθυνση του πιο προσιτού για τον καταναλωτή καταστήματος αυτής ως προμηθευτού.....»

Η εν λόγω απόφαση ασχολείται με την τακτική της ενάγουσας εταιρείας να διοργανώνει διαφημιστικούς διαγωνισμούς κατά τρόπο όμως που συνιστά αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση.

Πλην αυτού όμως, παρατηρούμε ότι η εταιρεία παραβιάζει την υποχρέωση πληροφόρησης του καταναλωτή, όπως αυτή θεσπιζόταν στο ά. 4 του ν. 2251/94, καθώς δεν παρέχει στον καταναλωτή ούτε τις απαραίτητες πληροφορίες που προβλέπονται στην παρ. 2 του ν. 2251/1994 πριν από τη σύναψη της σύμβασης, γραπτά (σύμφωνα με την τότε προβλεπόμενη νομοθετική ρύθμιση), αλλά ούτε τον ενημερώνει για το δικαίωμα του προς υπαναχώρηση. Είναι λοιπόν σαφές, ότι οποιαδήποτε σύμβαση συναπτόταν υπό αυτούς τους όρους θα ήταν άκυρη υπέρ του καταναλωτή.

## 2) Αποφάσεις που θίγουν θέματα των συμβάσεων από απόσταση που αναφέρθηκαν στην παρούσα ανάπτυξη

- Παραβίαση του ά. 4 παρ. 4 του ν. 2251/1994

### Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών 3356/1997 (NoB 1998, σελ. 844 επ.)

Η εναγόμενη εταιρεία δραστηριοποιούνταν στο χώρο των πωλήσεων εξ αποστάσεως διαθέτοντας στους καταναλωτές δίσκους μουσικής, compact disc, βιβλία, ταξίδια αναψυχής κλπ., και διαφήμιζε τα προϊόντα της κυρίως μέσω των εντύπων περιοδικών και εφημερίδων αλλά και με απευθείας επιστολές, οι οποίες αποστέλλονται ταχυδρομικώς προς τους καταναλωτές. Στην προκειμένη περίπτωση, η εναγομένη απέστειλε επιστολές προς τους ήδη πελάτες της τέσσερα τεύχη ενός περιοδικού της χρεώνοντας την πιστωτική τους κάρτα. Σε περίπτωση που ο καταναλωτής δεν επιθυμούσε να λάβει το περιοδικό αυτό θα έπρεπε να ειδοποιήσει την εναγομένη αποστέλλοντας είτε ένα συνημμένο στην επιστολή απαντητικό κουπόνι είτε και τηλεφωνώντας στην πρώτη εναγομένη, εντός ορισμένης προθεσμίας, για να εκφράσει την άρνησή του στη συνδρομή του περιοδικού, ειδάλλως στην αντίθετη περίπτωση που ο καταναλωτής δεν θ' απαντούσε εντός της προθεσμίας, η εναγομένη θεωρούσε, ότι οι καταναλωτές - πελάτες της συναινούν στη συνδρομή αυτή.

Οι παραπάνω ενέργειες της πρώτης εναγομένης όμως έρχονται σε αντίθεση με τη διάταξη του άρθρου 4 §4 τελευταίο εδάφιο του ν. 2251/94, κατά την οποία η παράλειψη απάντησης δεν ισοδυναμεί σε καμία περίπτωση με συναίνεση από πλευράς του καταναλωτή. Συνεπώς, η πρώτη εναγομένη με το να θεωρήσει, ότι η μη απάντηση στην προσφορά της ισοδυναμεί με συναίνεση των πελατών της - καταναλωτών στη συνδρομή του περιοδικού της, παραβίασε την προαναφερθείσα διάταξη και επομένως ευθύνεται κατά τις διατάξεις του ν. 2251/94.

- Εγγραφή του προμηθευτή στο Μητρώο του ά. 14



ΣτΕ 461/2007 ΕΕμπΔ 2008, σελ. 46 (Για την επιβολή της κυρώσεως της προσωρινής ή οριστικής διαγραφής από το μητρώο προμηθευτών, που συνάπτουν συμβάσεις από απόσταση, δεν προβλέπεται προηγούμενη γνωμοδότηση συλλογικού οργάνου. Δεν αντίκειται στο άρθρο 5 του Συντάγματος, η προβλεπόμενη στο Ν. 2251/1994 κύρωση της οριστικής και προσωρινής διαγραφής από το μητρώο παρόχων αγαθών και υπηρεσιών επιχειρήσεως, εν όψει του σκοπού δημοσίου δικαίου - προστασία καταναλωτών - στον οποίο αποβλέπουν)

ΣτΕ 462/2007 ΕΕμπΔ 2008, σελ. 46 (- Άρνηση εγγραφής προμηθευτή στο Μητρώο προμηθευτών που συνάπτουν συμβάσεις από απόσταση -. Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να αρνηθεί την εγγραφή προμηθευτή στο μητρώο π, αν συντρέχει σπουδαίος λόγος αφορών την προστασία καταναλωτών. Τέτοιος λόγος συντρέχει, στην περίπτωση που ζητεί την εγγραφή στο προαναφερθέν μητρώο φυσικό νομικό πρόσωπο, το οποίο ήδη έχει διαγραφεί από αυτό για παράβαση διατάξεων της νομοθεσίας που αφορά την προστασία των καταναλωτών ή νομικό πρόσωπο, του οποίου διαχειριστές ή εταίροι είναι φυσικά πρόσωπα, τα οποία είτε τα ίδια διεγράφησαν από το μητρώο, είτε μετείχαν σε άλλο νομικό πρόσωπο, το οποίο διεγράφη από το μητρώο για παράβαση των διατάξεων της ανωτέρω νομοθεσίας. Η ρύθμιση αυτή δεν αντίκειται στα αρ. 2 και 25 του Συντάγματος ή στο αρ. 1 του Πρώτου Πρόσθετου Πρωτοκόλλου της ΕΣΔΑ.)

ΣτΕ 2150/2002 ΕλλΔνη 2003, σελ. 1101 (όσο δεν έχει εξαντληθεί η προβλεπόμενη από το άρθρο 14 § 3 του νόμου 2251/1994 κλίμακα προστίμων, η παράβαση διατάξεων του εν λόγω νόμου δεν είναι δυνατόν, να θεωρηθεί σοβαρός λόγος που δικαιολογεί την άρνηση εγγραφής επιχειρήσεως στο ειδικό μητρώο, αν δεν έχει προηγηθεί η επιβολή προστίμων για παραβάσεις του ως άνω νόμου.

## B) ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ Δ.Ε.Κ.

Το Δικαστήριο Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων είναι αλήθεια ότι δεν ασχολήθηκε εκτενώς με υποθέσεις που να αφορούν τις συμβάσεις από απόσταση και την εφαρμογή και την ερμηνεία της Οδηγίας 97/7ΕΚ ή τη μετουσίωση της στα διάφορα κράτη μέλη<sup>213</sup>. Ιδιαίτερα το θέμα της υποχρέωσης πληροφόρησης του καταναλωτή δε φαίνεται να έχει αποτελέσει αντικείμενο εξέτασης του ΔΕΚ.

---

<sup>213</sup> C-414/01, Συλλ Νομ 2002 σελίδα I-1112, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων προσφεύγουσα κατά του Βασιλείου της Ισπανίας, όπου και διαπιστώθηκε ότι το Βασίλειο της Ισπανίας, μη θεσπίζοντας τις αναγκαίες νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις προκειμένου να συμμορφωθεί προς την οδηγία 97/7, παρέβη τις υποχρεώσεις που υπέχει από το άρθρο 15, παράγραφος 1, της εν λόγω οδηγίας

1) Υπόθεση C-511/08 : επιβάρυνση καταναλωτή με τα έξοδα αποστολής εμπορευμάτων σε περίπτωση υπαναχώρησης

(Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH κατά Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV, *Επίσημη Εφημερίδα αριθ. C 148 της 05/06/2010 σ. 0006 – 0007*)

Σύμφωνα με το διατακτικό της απόφασης, το άρθρο 6, παράγραφος 1, πρώτο εδάφιο, δεύτερη περίοδος, και παράγραφος 2, της οδηγίας 97/7/EK, έχει την έννοια ότι αντίκειται σε εθνική ρύθμιση που παρέχει στον προμηθευτή, εξ αποστάσεως συμβάσεως, τη δυνατότητα να επιβαρύνει τον καταναλωτή με τα έξοδα αποστολής των εμπορευμάτων σε περίπτωση που αυτός ασκήσει το δικαίωμά του υπαναχωρήσεως.

2) Υπόθεση C-336/03 : οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μισθώσεως αυτοκινήτων αποτελούν συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μεταφοράς

(easyCar (UK) Ltd κατά Office of Fair Trading)

Το άρθρο 3, παράγραφος 2, της οδηγίας 97/7/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 1997, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, έχει την έννοια ότι η έκφραση «συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μεταφοράς» περιλαμβάνει τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μισθώσεως αυτοκινήτων.

3) Υπόθεση C-489/07: αποκλείεται η αξίωση αποζημίωσης του προμηθευτή κατά του καταναλωτή που υπαναχώρησε επειδή χρησιμοποίησε ή δοκίμασε το αγαθό

(Pia Messner κατά Firma Stefan Krüger)

Οι διατάξεις του άρθρου 6, παράγραφοι 1, δεύτερη περίοδος, και 2, της οδηγίας 97/7, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, πρέπει να ερμηνευθούν υπό την έννοια ότι αποκλείουν εθνική κανονιστική ρύθμιση προβλέπουσα γενικώς τη δυνατότητα του πωλητή να αξιώσει από τον καταναλωτή αποζημίωση για τη χρήση ενός αποκτηθέντος με εξ αποστάσεως σύμβαση αγαθού, στην περίπτωση που αυτός άσκησε εμπρόθεσμα το δικαίωμα υπαναχωρήσεως. Πράγματι, αν ο καταναλωτής είχε την υποχρέωση καταβολής κατ' αποκοπή αποζημιώσεως εκ μόνου του γεγονότος ότι διέθετε τη δυνατότητα χρήσεως του αγαθού που

απέκτησε με εξ αποστάσεως σύμβαση, για το διάστημα που αυτό βρισκόταν στην κατοχή του, δε θα μπορούσε να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχωρήσεως παρά μόνον έναντι καταβολής της εν λόγω αποζημιώσεως. Μία τέτοια συνέπεια θα ερχόταν σε ευθεία αντίθεση με το γράμμα και τον σκοπό του άρθρου 6, παράγραφοι 1, δεύτερη περίοδος, και 2, της οδηγίας 97/7 και θα στερούσε μεταξύ άλλων από τον καταναλωτή τη δυνατότητα να κάνει ελεύθερη χρήση και χωρίς καμία πίεση της προθεσμίας εξετάσεως που του παρέχει η οδηγία αυτή. Ομοίως, η χρησιμότητα και η αποτελεσματικότητα του δικαιώματος υπαναχωρήσεως θα περιορίζονταν αν ο καταναλωτής είχε την υποχρέωση να καταβάλει αποζημίωση απλώς και μόνον εκ του γεγονότος ότι εξέτασε και δοκίμασε το αγαθό. Δεδομένου ότι το δικαίωμα υπαναχωρήσεως αποσκοπεί ακριβώς στην παροχή αυτής της δυνατότητας στον καταναλωτή, το γεγονός ότι κάνει χρήση αυτής δεν πρέπει να έχει ως αποτέλεσμα την εξάρτηση της εκ μέρους του καταναλωτή ασκήσεως αυτού του δικαιώματος από την καταβολή αποζημιώσεως.

Εντούτοις, οι ίδιες διατάξεις δεν αποκλείουν την επιβολή υποχρέωσης καταβολής αποζημιώσεως εκ μέρους του καταναλωτή για τη χρήση αυτού του αγαθού, στην υποθετική περίπτωση που ο τελευταίος χρησιμοποιήσει το εν λόγω αγαθό κατά τρόπο μη συνάδοντα προς τις αρχές του αστικού δικαίου, όπως αυτές της καλής πίστεως ή του αδικαιολόγητου πλουτισμού, υπό την προϋπόθεση ότι δεν θίγεται ο σκοπός της εν λόγω οδηγίας και, ιδίως, η χρησιμότητα και η αποτελεσματικότητα του δικαιώματος υπαναχωρήσεως, στοιχείο που εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο να εκτιμήσει.

## **10. ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 97/7/ΕΚ ΣΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΡΑΤΗ ΜΕΛΗ** <sup>214</sup>

### **A) ΓΕΝΙΚΑ**

Η Οδηγία 97/7/ΕΚ μεταφέρθηκε όπως επιβαλλόταν, στα διάφορα κράτη μέλη, αλλά όπως είναι φυσικό, υπάρχουν αρκετές διαφοροποιήσεις στις διάφορες νομοθετικές ρυθμίσεις, που εντοπίζονται κυρίως στη λανθασμένη μεταφορά – μετάφραση κάποιων όρων της Οδηγίας και στην υιοθέτηση πιο αυστηρών ρυθμίσεων για την ενδυνάμωση της προστασίας του καταναλωτή. Κάνοντας μερικές γενικές παρατηρήσεις εντοπίζουμε τα εξής:

Μερικά κράτη μέλη **διεύρυναν την εφαρμογή των ρυθμίσεων** των εθνικών τους έννομων τάξεων στις συμβάσεις από απόσταση, για παράδειγμα με τη διεύρυνση της έννοιας του καταναλωτή, της

έννοιας των συμβάσεων εξ αποστάσεως και με τη μη μεταφορά των εξαιρούμενων από την Οδηγία συμβάσεων που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της.

Τα κράτη μέλη εκμεταλλεύτηκαν τις επιλογές που τους προσφέρει η Οδηγία 97/7/EK. Τέτοιο παράδειγμα είναι η ρύθμιση του ά. 7 για τη δυνατότητα του προμηθευτή να προμηθεύσει στον καταναλωτή αγαθό ή υπηρεσίες ισοδύναμης ποιότητας ή τιμής, την οποία και υιοθέτησαν σχεδόν τα μισά κράτη μέλη. Το ίδιο και την πρόβλεψη του ά.11 για το βάρος απόδειξης του προμηθευτή σχετικά με την προηγούμενη ενημέρωση, τη γραπτή επιβεβαίωση ή την τήρηση των προθεσμιών και τη συγκατάθεση του καταναλωτή. Η ρύθμιση του ά. 11 για την προσφυγή σε αυτόνομους οργανισμούς για την επίλυση διαφορών προέβλεψαν μόνο έξι κράτη μέλη και τέλος, την παρ του ά. 14 για την απαγόρευση, για λόγους γενικού συμφέροντος, της εμπορίας στο έδαφος του κράτους μέλους, μέσω συμβάσεων εξ αποστάσεως, ορισμένων αγαθών ή υπηρεσιών, ιδίως φαρμάκων, τηρουμένης δεόντως της συνθήκης, υιοθέτησαν μόνο δύο κράτη μέλη.

Πολλά κράτη μέλη έκαναν χρήση της **ρήτρας ελάχιστης εναρμόνισης** με εφαρμογή στις εξής χαρακτηριστικές περιπτώσεις: Προέβλεψαν επιπλέον γενικές-προσυμβατικές πληροφορίες από αυτές του ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK (π.χ. τηλεφωνικό αριθμό και διεύθυνση του προμηθευτή, την μη ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχώρησης), επιπλέον ειδικές πληροφορίες που πρέπει να παρασχεθούν και δοθεί και γι' αυτές επιβεβαίωση σε εύθετο χρόνο πριν από τη σύναψη της σύμβασης, θέσπιση προγενέστερου καταληκτικού χρονικού σημείου για την επιβεβαίωση αυτών των πληροφοριών, επιμήκυνση της προθεσμίας υπαναχώρησης.

Στην Οδηγία 97/7/EK παρατηρούνται σε πολλά σημεία **ασάφειες** ή και αμφισημίες κάποιων όρων που εν τέλει προκαλούν σύγχυση και διαφορετικές ερμηνείες από τα διάφορα κράτη μέλη. Για παράδειγμα, δεν είναι σαφές αν στην έννοια του καταναλωτή εμπίπτουν οι δραστηριότητες μεικτού χαρακτήρα, αν στην έννοια του προμηθευτή εμπίπτουν και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, αν οι πλειστηριασμοί που γίνονται στο γνωστό site E-bay εμπίπτουν στην έννοια των πλειστηριασμών του ά.3, ποια είναι η ακριβής έννοια του ορισμού "σε εύθετο χρόνο", δεν είναι σαφές αν στην τρίμηνη επιμηκυμένη προθεσμία εμπεριέχονται οι επτά ημέρες της υπαναχώρησης ή αν προστίθενται επιπλέον. Οι προαναφερθείσες νομικές δυσχέρειες και οι διαφορές στις προθεσμίες

---

<sup>214</sup> Η ανάπτυξη του παρόντος κεφαλαίου αποτελεί μεταφορά του αντίστοιχου κεφαλαίου του Hans Schulte-Nölke, Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers, σε EC Consumer Law Compendium, The Consumer Acquis and its transposition in the member States, 2008, σελ. 307 επ

υπαναχώρησης μεταξύ των κρατών μελών είναι σίγουρο ότι αποτελούν εμπόδια στην ανάπτυξη του εμπορίου.

Επίσης, παρατηρείται ότι υπάρχουν κάποια κενά στην Οδηγία 97/7/EK, αλλά ευτυχώς είναι μεμονωμένα, λ.χ. δεν υπάρχει ρητή αναφορά του αν εφαρμόζεται η Οδηγία 97/7/EK σε μορφές ψηφιακού περιεχομένου όπως είναι το λογισμικό υπολογιστών, μουσική ή παιχνίδια που παρέχονται από το διαδίκτυο.

## B) ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΟΔΗΓΙΑ 97/7/EK

Μπορούμε να κατηγοριοποιήσουμε τις ρυθμίσεις των κρατών μελών στο πεδίο των συμβάσεων από απόσταση ως είχαν πριν τη μεταφορά της Οδηγίας 97/7/EK σε τρεις ομάδες.

Πρώτη ομάδα αποτελούν οι χώρες που είχαν ήδη ρυθμίσει το θέμα των συμβάσεων από απόσταση κατά τρόπο που προσομοιάζε στο πνεύμα των διατάξεων της Οδηγίας. Αυτά τα κράτη πέραν της Ελλάδας ήταν το Βέλγιο, η Δανία, η Πορτογαλία, η Γαλλία και η Ισπανία.

Δεύτερη ομάδα αποτελούν οι χώρες που δεν περιείχαν ρυθμίσεις για το θέμα αυτό, παρά μόνο κάποιες αποσπασματικές διατάξεις και ήταν η Φινλανδία, η Ιρλανδία, η Ολλανδία, η Σουηδία, και το Ηνωμένο Βασίλειο. Μολαταύτα, οι καταναλωτές προστατεύονταν από κώδικες συμπεριφοράς και κανόνες αυτορρύθμισης.

Στην τρίτη ομάδα κατατάσσονται οι χώρες οι οποίες δεν διέθεταν καθόλου ρυθμίσεις που να προσομοιάζουν με αυτές της Οδηγίας 97/7/EK και ήταν οι Αυστρία, η Γερμανία, η Κύπρος, η Τσεχία, η Εσθονία, η Ουγγαρία, η Λιθουανία, η Μάλτα, η Σλοβακία, η Σλοβενία και η Πολωνία.

## Γ) ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

### 1) Γενικά

Σύμφωνα με την Οδηγία 97/7/EK «καταναλωτής» είναι κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις που καλύπτονται από την παρούσα οδηγία, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στα πλαίσια της επαγγελματικής δραστηριότητας.

Ας εξετάσουμε πως όρισαν τα κράτη μέλη την έννοια του καταναλωτή.

Κάποια από τα κράτη μέλη (Αυστρία, Βέλγιο, Τσεχία, Εσθονία, Φινλανδία, Γερμανία, Ιταλία, Λετονία, Λιθουανία, Μάλτα, Ολλανδία, Πολωνία, Σλοβενία, Σλοβακία και φυσικά η Ελλάδα) υιοθέτησαν έναν γενικό ορισμό του καταναλωτή, που μπορεί να εφαρμοστεί σε πολλές καταναλωτικές συμβάσεις.

Η Δανία, η Πορτογαλία, η Σλοβακία και η Σουηδία έχουν υιοθετήσει τον ίδιο ορισμό καταναλωτή και στις συμβάσεις από απόσταση και στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος.

Άλλα κράτη μέλη, όπως η Κύπρος, η Ιρλανδία, το Λουξεμβούργο και το Ηνωμένο Βασίλειο μετέφεραν την Οδηγία 97/7 στο εσωτερικό τους δίκαιο με τη θέσπιση ενός ξεχωριστού νομοθετήματος στο οποίο και συμπεριέλαβαν έναν ξεχωριστό ορισμό.

Στη Γαλλία, η έννοια του καταναλωτή προσδιορίστηκε από τη νομολογία των Δικαστηρίων, καθώς ο σχετικός νόμος δεν περιείχε κάποιο συγκεκριμένο και σαφή ορισμό. Στην Ουγγαρία, στο νόμο που μετέφερε την Οδηγία 97/7 στο εσωτερικό δίκαιο, δεν προβλέφθηκε καν ορισμός του καταναλωτή.

## 2) Περιεχόμενο των διάφορων ορισμών

Κατά βάση τα κράτη μέλη μετέφεραν τον ορισμό της Οδηγία 97/7 για τον καταναλωτή ως είχε στα εσωτερικά τους δίκαια, αλλά επειδή δεν μεταφέρθηκε και αυτολεξεί, ανέκυψαν κάποιες εννοιολογικές διαφοροποιήσεις ή σσονος όμως σημασίας.

Πολλά κράτη (Κύπρος, Γερμανία, Εσθονία, Ολλανδία, Φινλανδία, Ιταλία, Ιρλανδία, Λετονία, Λιθουανία, Μάλτα, Λουξεμβούργο, Πορτογαλία, Σλοβενία, Σλοβακία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο) ακολούθησαν την κοινοτική πρόβλεψη και δεν συμπεριέλαβαν τα **νομικά πρόσωπα** στην έννοια του καταναλωτή. Σε άλλα κράτη μέλη όμως, (Τσεχία, Δανία, Γαλλία, Ουγγαρία, Ιρλανδία, Πολωνία, Ισπανία) προβλέφθηκε ότι τα νομικά πρόσωπα που δρουν σαν ιδιώτες αποτελούν καταναλωτές.

Η Οδηγία δεν ξεκαθαρίζει αν στην έννοια του καταναλωτή συμπεριλαμβάνονται όσοι δρουν για **μεικτό σκοπό**, επαγγελματικό και προσωπικό, π.χ. η αγορά ενός αυτοκινήτου που θα χρησιμοποιεί κάποιος και στη δουλειά του, αλλά και ως το προσωπικό του μεταφορικό μέσο.

Επί του ζητήματος αυτού προσπάθησαν κάποια κράτη μέλη να προσδιορίσουν πότε ένα πρόσωπο που συνάπτει μια σύμβαση από απόσταση που αφορά μεικτό σκοπό, αποτελεί καταναλωτή. Η Δανία, η Σουηδία και η Φινλανδία ότι σε τέτοιες περιπτώσεις υπερισχύει ο δεσπόζων στη συγκεκριμένη περίπτωση σκοπός. Στη Γερμανία, τα Δικαστήρια επικεντρώνονται επίσης στο να καθορίσουν ποιος σκοπός δράσης από τους δύο κυριαρχεί. Στην Ιταλία, πάλι, ενώ έχει υιοθετηθεί ορισμός του καταναλωτή παρόμοιος με αυτόν της Οδηγίας, έγινε δεκτό ότι ένας έμπορος καπνού που νοίκιασε ένα αυτοκίνητο για προσωπική αλλά και επαγγελματική του χρήση ήταν

καταναλωτής, ενώ στην εν λόγω περίπτωση δεν ήταν σαφές αν η προσωπική χρήση ήταν ο κυρίαρχος σκοπός της σύναψης της σύμβασης.

Στην Αυστρία και το Βέλγιο απαιτείται ο καταναλωτής να αποκτήσει ή να χρησιμοποιήσει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες της σύμβασης για σκοπό εκτός της επαγγελματικής του δραστηριότητας<sup>215</sup>. Συνεπώς ένα πρόσωπο αποτελεί καταναλωτή, μόνο αν δρα για καθαρά προσωπικούς σκοπούς.

Κάποια κράτη διεύρυναν την έννοια του καταναλωτή κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να περιλαμβάνει **και συγκεκριμένους επαγγελματίες**. Στη Γαλλία σύμφωνα με τη νομολογία, ο καταναλωτής είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο που συνάπτει συμβάσεις που δε σχετίζονται άμεσα με το επάγγελμα του. Στην Πολωνία καταναλωτής θεωρείται και το πρόσωπο που συνάπτει μια σύμβαση που συνδέεται έμμεσα με το επάγγελμα του. Ο λετονικός νόμος προβλέπει ότι καταναλωτής είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εκφράζει την επιθυμία να συνάψει, συνάπτει ή μπορεί να συνάψει μια σύμβαση απόκτησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών για σκοπό που δε συνδέεται άμεσα με την επαγγελματική του δραστηριότητα.

Η Μάλτα προέβλεψε τον πιο λεπτομερή ορισμό του καταναλωτή: α) κάθε άτομο που στις συναλλαγές δρα για σκοπούς που δε σχετίζονται με την εμπορία, την επιχείρηση, την τέχνη ή το επάγγελμα του, β) κάθε άλλο άτομο που δεν είναι ο άμεσος αγοραστής ή κληρονόμος και ανεξάρτητα από το αν είναι συγκάτοικος ή όχι του καταναλωτή, αφού έχει ρητά εξουσιοδοτηθεί ή του έχει επιτραπεί από τον καταναλωτή, μπορεί να έχει καταναλώσει, χρησιμοποιήσει ή ωφεληθεί από αγαθά ή υπηρεσίες που έχουν παρασχεθεί στον καταναλωτή από μια πράξη εμπορίας κατά τη διάρκεια μιας διαδικασίας εμπορίας, επιχείρησης, τέχνης ή επαγγέλματος, συμπεριλαμβανομένων αγαθών ή υπηρεσιών που παρέχονται σαν τμήμα δώρου και παρόμοιων ή ανάλογων κινήτρων και γ) οποιαδήποτε άλλη ομάδα ή κατηγορία προσώπων φυσικών ή νομικών, που ορίζονται σαν καταναλωτές για όλους ή για κάποιους από τους σκοπούς του καταναλωτικού νόμου, από τον αρμόδιο Υπουργό αφού συμβουλευτεί το καταναλωτικό συμβούλιο. Από την γ' περίπτωση προκύπτει και η ένταξη των επαγγελματιών στην έννοια του καταναλωτή.

---

<sup>215</sup> Βλ. και την απόφαση του ΔΕΚ υποθ. C-464/2001 Συλλ. Νομ 2005, σελ. I 00439, Johann Gruber v. Bay Was AG. Στην οποία ένας Αυστριακός αγρότης αγόρασε από γερμανική επιχείρηση κεραμίδια για να καλύψει τη στέγη της οικίας του που χρησιμοποιούσε ως κατοικία κατά το 60% και κατά το υπόλοιπο για αγροτική εκμετάλλευση. Το Αυστριακό Δικαστήριο θεώρησε ότι εφόσον προέχον στοιχείο είναι η ιδιωτική χρήση, τότε ο αγρότης είναι καταναλωτής. Το ΔΕΚ όμως είχε αντίθετη άποψη και θεώρησε ότι εφόσον ο σκοπός είναι μεικτός, τότε δεν πρόκειται για καταναλωτή. Βλ. για περισσότερα και Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικόλογου, ΝοΒ 2007, σελ. 1409 επ.

Ο ισπανικός νόμος δε χρησιμοποιεί τους όρους της Οδηγίας, αλλά τον όρο "αγοραστής". Βέβαια, σε κάποια άρθρα αναφέρεται και η λέξη καταναλωτής. Στην έννοια του αγοραστή εμπίπτουν και τα νομικά πρόσωπα και επικεντρώνεται στην ιδέα του τελικού αποδέκτη. Έτσι το πεδίο εφαρμογής του ισπανικού νόμου είναι κατά πολύ ευρύτερο αυτού της Οδηγίας, δεν εφαρμόζεται όμως στην περίπτωση που ένας αγοραστής αποκτά κάτι για να το μεταπωλήσει. Επί του ζητήματος αυτού και του κατά πόσο συμβαδίζει η πρόβλεψη αυτή της Ισπανίας με τη ρύθμιση της Οδηγίας, γίνονται πολλές συζητήσεις στη θεωρία.

Στη Γερμανία στον ορισμό του καταναλωτή διευκρινίζεται ότι αποτελεί καταναλωτή ο υπάλληλος που συνάπτει μια σύμβαση για λόγους που σχετίζονται με τη δουλειά του (π.χ. αγορά στολής εργασίας).

Τέλος, ας παρατηρήσουμε και κάποιες λεκτικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των χρησιμοποιούμενων για των καταναλωτή ορισμών από τα διάφορα κράτη μέλη. Καταρχήν, όπως είπαμε πολλές χώρες υιοθέτησαν έναν ορισμό παραπλήσιο με αυτόν της Οδηγίας. Για παράδειγμα, η Κύπρος, η Πορτογαλία, το Λουξεμβούργο και η Εσθονία αναφέρονται σε σκοπούς που δε σχετίζονται με την επιχείρηση ή τις επαγγελματικές δραστηριότητες. Η Ολλανδία αναφέρεται σε ένα φυσικό πρόσωπο που δρα για σκοπούς εκτός της τέχνης, επιχείρησης ή του επαγγέλματος του. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, καταναλωτής είναι κάθε φυσικό πρόσωπο που δρα για σκοπούς εκτός της επιχείρησης του. Παρόμοιο ορισμό δίνει η Τσεχία, για την οποία καταναλωτής είναι κάθε πρόσωπο που όταν συνάπτει και εκτελεί μια σύμβαση δεν δρα ως έμπορος ή επιχειρηματίας. Ο ορισμός της Σλοβενίας προβλέπει ότι καταναλωτής είναι κάθε φυσικό πρόσωπο που αποκτά ή χρησιμοποιεί αγαθά ή υπηρεσίες για σκοπούς που είναι εκτός της επαγγελματικής ή κερδοσκοπικής δραστηριότητας του. Στη Λιθουανία καταναλωτής είναι ένα φυσικό πρόσωπο που εκφράζει την πρόθεση να αγοράσει, αγοράζει και χρησιμοποιεί αγαθά ή υπηρεσίες για σκοπό που βρίσκεται εκτός της εμπορίας ή του επαγγέλματος τους για να καλύψει προσωπικές ή οικιακές ανάγκες. Ο αυστριακός νόμος προσεγγίζει την έννοια του καταναλωτή ως εξής: καταναλωτής είναι κάποιος δεν είναι έμπορος. Έμπορος είναι αυτός για τον οποίον η συναλλαγή αφορά την επιχείρηση ή την εταιρεία του.

Όλες οι ανωτέρω προβλέψεις μπορεί καταρχήν να διαφέρουν λεκτικά, αλλά εν τέλει μεταφέρουν ορθώς το περιεχόμενο της αντίστοιχης κοινοτικής πρόβλεψης ή τουλάχιστον μπορούν να ερμηνευτούν σύμφωνα με αυτό.

#### Δ) ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ



Σύμφωνα με την Οδηγία 97/7/EK «προμηθευτής» είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις που καλύπτονται από την παρούσα οδηγία, ενεργεί στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας. Ο ορισμός αυτός μπορεί να διαφέρει ελαφρώς λεκτικά από τους αντίστοιχους ορισμούς άλλων καταναλωτικών Οδηγιών, αλλά κατ' ουσία είναι ίδιος και ερμηνεύεται με τον ίδιο τρόπο.

Δεν πρέπει να λησμονούμε το ότι σκοπός της Οδηγίας 97/7/EK είναι να καλύψει τις σχέσεις B2C, αλλά όχι και τις C2C. Για τον λόγο αυτό, θα θεωρήσουμε ότι ο τυχόν διαφορετικός ορισμός του προμηθευτή από ένα κράτος μέλος πρέπει να μην παραμερίζει τον σκοπό της Οδηγίας και σε κάθε περίπτωση να μην εξαιρεί από την εφαρμογή του, πρόσωπα που θα αποτελούσαν προμηθευτές σύμφωνα με τους ορισμούς της Οδηγίας.

Το ευτύχημα είναι ότι τα περισσότερα κράτη μέλη υιοθέτησαν ορισμούς που δεν διαφέρουν κατά πολύ μεταξύ τους. Μερικά κράτη (Δανία, Ιρλανδία, Ιταλία, Ολλανδία, Πορτογαλία) μετέφεραν τον ακριβή ορισμό της Οδηγίας στις έννομες τάξεις τους. Ωστόσο, δεν μετέφεραν όλα τα κράτη μέλη ρητά τον ορισμό της Οδηγίας. Στην Τσεχία ο γενικός ορισμός για τον προμηθευτή εφαρμόζεται και στις συμβάσεις εξ αποστάσεως. Στην Εσθονία, την Φινλανδία, την Μάλτα, την Πολωνία, και τη Σουηδία χρησιμοποιείται ο όρος "έμπορος", στην Ιταλία και το Λουξεμβούργο ο "επαγγελματίας" και στην Σλοβενία και τη Γερμανία ο όρος "επιχείρηση".

Πολλά κράτη προσπάθησαν να καθορίσουν **λεπτομέρειες** για την έννοια του προμηθευτή ή να δώσουν **παραδείγματα**. Η Λετονία και η Λιθουανία αναφέρουν τον "πωλητή αγαθών" και τον "πάροχο υπηρεσιών". Το Βέλγιο χρησιμοποιεί τον όρο "πωλητής" εστιάζοντας περισσότερο στην δραστηριότητα της πώλησης αγαθών και παροχής υπηρεσιών, παρά στις συμβάσεις από απόσταση και επίσης, έχει ρητά εντάξει στην έννοια του προμηθευτή τους τεχνίτες και τους εμπόρους. Η Εσθονία και η Φινλανδία αναφέρονται, εκτός από την πώληση στην προώθηση και την προσφορά των αγαθών και των υπηρεσιών. Στην Κύπρο αναφέρεται ότι ο προμηθευτής δρα "ατομικά ή μέσω του αντιπροσώπου του". Η Μάλτα αναφέρεται σε εταιρείες και εταιρικά μέρη και σε εμπορικές συνεργασίες. Η Μάλτα, η Φινλανδία και η Αυστρία συμπεριλαμβάνουν και τα δημόσια νομικά πρόσωπα.

Μερικά κράτη προσπάθησαν να διευκρινίσουν αν αποτελεί προμηθευτή κάποιος που δεν έχει κερδοσκοπικούς σκοπούς. Τα γερμανικά δικαστήρια ερμηνεύουν την έννοια του προμηθευτή κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να συμπεριλαμβάνεται και κάποιος που δεν έχει σκοπό να αποκομίσει κέρδος,

αλλά που γενικά και σταθερά δρα σαν επιχειρηματίας. Από την άλλη, η Φινλανδία και η Σλοβενία απαιτούν την επιδίωξη κέρδους ή άλλου οικονομικού οφέλους.

Τέλος, σε δύο μόνο κράτη μέλη δεν προβλέπεται καθόλου ορισμός του προμηθευτή. Στην Ισπανία αναφέρεται ο όρος "λιανικός πωλητής" και κάποιες φορές χαρακτηρίζεται ο προμηθευτής σαν "επιχείρηση εξ αποστάσεως πωλήσεων" και άλλες γίνεται αναφορά στον "πωλητή". Στην Γαλλία, από την άλλη, δεν υπάρχει μεν ορισμός του προμηθευτή, αλλά προτείνεται από τα δικαστήρια και τη θεωρία ένα αρκετά ευρύ πεδίο εφαρμογής.

## E) ENNOIA ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ

### 1) Ορισμός των συμβάσεων από απόσταση

Στο ά. 2 της Οδηγίας 97/7/EK δίνεται ο ορισμός των συμβάσεων από απόσταση. Τον ορισμό αυτόν μετέφεραν σχεδόν αυτολεξεί οι εξής χώρες: Αυστρία, Βέλγιο, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Μάλτα, Πορτογαλία, Σλοβενία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Η Φινλανδία, η Ολλανδία και η Σουηδία χρησιμοποίησαν κάπως διαφορετικούς όρους που φαίνεται να έχουν το ίδιο όμως νόημα με αυτών της Οδηγίας. Η Εσθονία και η Λετονία πρόσθεσαν την πρόβλεψη ότι πρέπει ο προμηθευτής να έχει υποβάλλει προσφορά ή πρόταση στον καταναλωτή. Η Τσεχία, η Δανία, η Εσθονία, η Πολωνία και η Ισπανία προέβλεψαν ακόμη, ότι δεν πρόκειται για σύμβαση από απόσταση όταν ο προμηθευτής και ο καταναλωτής βρίσκονται και οι δύο στο ίδιο μέρος κατά τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης.

Κάποια κράτη μέλη δεν προέβλεψαν καθόλου τον περιορισμό της ύπαρξης οργανωμένου συστήματος πώλησης αγαθών και παροχής υπηρεσιών εξ αποστάσεως. Συγκεκριμένα, πρόκειται για την Τσεχία, την Ουγγαρία, τη Λετονία, τη Λιθουανία και τη Σλοβακία, με συνέπεια να έχουν επεκτείνει οι χώρες αυτές την εφαρμογή των διατάξεων για τις από απόσταση συμβάσεις σε περιπτώσεις που χρησιμοποιείται μέσο επικοινωνίας από απόσταση από τον προμηθευτή μεμονωμένα.

### 2) Ορισμός των μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως

Τα περισσότερα κράτη μέλη όρισαν το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως όπως ακριβώς και ο κοινοτικός νομοθέτης. Αυτά τα κράτη είναι η Αυστρία, η Κύπρος, το Βέλγιο, η Δανία, η Τσεχία, η Εσθονία, η Φινλανδία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, το Λουξεμβούργο, η Λιθουανία, η Μάλτα, η Πορτογαλία, η Ολλανδία, η Σλοβενία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Η Πολωνία και η Σλοβακία ενσωμάτωσαν τον ορισμό του μέσου εξ αποστάσεως; Στον ορισμό των συμβάσεων εξ αποστάσεως. Η Ισπανία και η Σουηδία δεν προβλέπουν κάποιον ορισμό για το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως. Η Λετονία, επίσης δεν περιέχει κάποιον ορισμό, αλλά παραθέτει παραδείγματα τέτοιων μέσων.

Το ά. 2 της Οδηγίας 97/7/EK παραπέμπει στο Παράρτημα I για κάποια παραδείγματα μέσων επικοινωνίας από απόσταση. Κάποια κράτη (Βέλγιο, Δανία, Λουξεμβούργο, Γαλλία, Ολλανδία, Πορτογαλία και η Ισπανία) δεν έκαναν καμία αναφορά στα παραδείγματα αυτά. Η Ιταλία στην αρχή τα είχε παραθέσει στον σχετικό της νόμο, αλλά μετά από τροποποίηση του καταργήθηκαν. Από την άλλη, η Κύπρος, η Τσεχία, η Ιρλανδία, η Ουγγαρία, η Μάλτα, η Σλοβενία, η Λιθουανία και το Ηνωμένο Βασίλειο έχουν παραθέσει στη νομοθεσία τους τα παραδείγματα που αναφέρει η Οδηγία. Άλλα κράτη πάλι, χρησιμοποίησαν την παράθεση παραδειγμάτων, αλλά είτε πρόσθεσα είτε απέκλεισαν κάποια από αυτά της Οδηγίας. Για παράδειγμα, η Τσεχία εξαιρεί την αλληλογραφία, η Εσθονία, η Φινλανδία και η Σλοβακία χρησιμοποιούν απλά τον όρο τηλέφωνο χωρίς αναφορές στο αν υπάρχει ή όχι ανθρώπινη παρέμβαση. Η Γερμανία, χρησιμοποίησε λίγα παραδείγματα, τα πιο ουσιώδη και τα ένταξε στον ορισμό του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως. Η Πολωνία, η Λιθουανία και η Σλοβακία παράθεσαν επιπλέον παραδείγματα μέσων από απόσταση από τις κοινοτικές προβλέψεις.

### 3) Ορισμός του φορέα του μέσου επικοινωνίας

Σύμφωνα με το ά. 2 παρ. 5 της Οδηγίας 97/7/EK «φορέας μέσου επικοινωνίας» είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου, του οποίου η επαγγελματική δραστηριότητα συνίσταται στη διάθεση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως στους προμηθευτές.

Επειδή ο όρος αυτός φαίνεται να μη χρειάζεται ιδιαίτερες επεξηγήσεις ως προς το νόημα του κι επειδή χρησιμοποιείται μόνο δύο φορές από την Οδηγία, τα περισσότερα κράτη μέλη δεν τον μετέφεραν καν στα εθνικά τους δίκαια. Αυτά είναι η Αυστρία, η Τσεχία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ουγγαρία, η Λετονία, η Σλοβενία, η Σλοβακία και η Σουηδία.

Από την άλλη, το Βέλγιο, η Κύπρος, η Ιταλία, το Λουξεμβούργο και η Πορτογαλία μετέφεραν στις έννομες τάξεις τους αυτολεξεί τον κοινοτικό ορισμό. Άλλες χώρες (Ολλανδία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιρλανδία, Λιθουανία) μετέφεραν τον ορισμό του φορέα αλλά με κάποιες μικρές διαφοροποιήσεις.

## ΣΤ) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Όλα τα κράτη μέλη μετέφεραν τις πληροφορίες που αναφέρονται στο ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK χρησιμοποιώντας ως βάση τη λίστα των πληροφοριών που παρέθεσε ο κοινοτικός νομοθέτης.

### 1) ΠΡΟΣΥΜΒΑΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

#### α) Ο όρος "in good time"

Μια πρώτη αστοχία εντοπίζεται στη μεταφορά του χρόνου παροχής αυτών των γενικών – προσυμβατικών πληροφοριών του. Ο όρος "in good time" prior to the conclusion of the distance contract της Οδηγίας (που στην εθνική έννομη τάξη μας μεταφέρθηκε απλά ως «πριν από τη σύναψη της σύμβασης») μεταφέρθηκε σε πολλά κράτη μέλη με φρασεολογία που ήταν μάλλον ανακριβής π.χ. Κύπρος : «εγκαίρως», Εσθονία : «εντός εύλογου χρονικού διαστήματος πριν τη σύναψη της σύμβασης», Λιθουανία: «πριν τη σύναψη της σύμβασης», Πολωνία : «το αργότερο, κατά το χρόνο υποβολής της πρότασης κατάρτισης της σύμβασης», Σλοβακία : «πριν να συναφθεί η σύμβαση», Σλοβενία : «εντός εύλογου χρονικού διαστήματος που εξαρτάται από το μέσο επικοινωνίας που χρησιμοποιείται, αλλά πριν να δεσμευτεί ο καταναλωτής από τη σύμβαση ή την προσφορά», η Λετονία δεν κάνει καμία αναφορά στο χρόνο παροχής των πληροφοριών και το Βέλγιο υιοθετεί ρύθμιση πιο αυστηρή από αυτή της Οδηγίας, απαιτώντας να παρασχεθούν οι πληροφορίες κατά τον χρόνο της προσφοράς, που ερμηνεύεται ευρέως και συμπεριλαμβάνει και διαφημίσεις του προμηθευτή.

Επειδή όμως οι εθνικές ρυθμίσεις των κρατών μελών πρέπει να ερμηνεύονται με βάση την Οδηγία, θα πρέπει τα αρμόδια Δικαστήρια να μην οδηγούνται σε αντιφατικές προς το κοινοτικό δίκαιο ερμηνείες βασιζόμενα σε αυτές τις εσφαλμένες φρασεολογίες.

Βέβαια, θα ήταν σκόπιμο σε περίπτωση τροποποίησης της Οδηγίας 97/7/EK, να διευκρινιστεί τι ακριβώς εννοείται με την έκφραση 'in good time', με τη χρήση μιας πιο κατατοπιστικής και συγκεκριμενοποιημένης έκφρασης, όπως για παράδειγμα αυτή της Οδηγίας 2002/65/EK «σε εύθετο χρόνο και προτού δεσμευτεί ο καταναλωτής από κάποια εξ αποστάσεως σύμβαση ή προσφορά»<sup>216</sup> ή της λέξης «εύλογο» αντί του όρου «εύθετο». Το ζητούμενο εν τέλει, είναι να κρίνουν τα Δικαστήρια αν το χρονικό σημείο στο οποίο δόθηκαν οι πληροφορίες ήταν αρκετό ώστε να έχει ο

---

<sup>216</sup> In good time before the consumer is bound by any distance contract or offer

καταναλωτής τη δυνατότητα να αναλογιστεί το περιεχόμενο των πληροφοριών που του παρείχε ο προμηθευτής και κατόπιν να συνάψει τη σύμβαση.

β) Πρόβλεψη περισσότερων γενικών πληροφοριών από αυτές του ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK

Πολλά κράτη μέλη συμπεριέλαβαν στη λίστα των προσυμβατικά παρεχόμενων πληροφοριών επιπλέον πληροφορίες που δεν αναφέρονταν στο ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK, οι περισσότερες εκ των οποίων σχετίζονται με την ταυτότητα του προμηθευτή.

Η Αυστρία, η Κύπρος, η Τσεχία, η Δανία, η Φινλανδία, η Γαλλία, η Γερμανία, το, η Μάλτα, η Πολωνία, η Σλοβενία, η Σλοβενία, η Πολωνία, η Ισπανία, η Σουηδία, αλλά και η Ελλάδα πρόβλεψαν ότι πρέπει στις γενικές πληροφορίες που δίνονται προσυμβατικά από τον προμηθευτή να περιλαμβάνεται και η **διεύθυνση** του, ενώ το ά. 4 της Οδηγίας 97/7/EK προβλέπει την παροχή και της διεύθυνσης μόνο στην περίπτωση συμβάσεων που προβλέπουν προκαταβολική πληρωμή.

Η Γαλλία, η Ουγγαρία και το Λουξεμβούργο απαιτούν επίσης την παροχή του τηλεφώνου του προμηθευτή. Σύμφωνα με τη ρύθμιση της Σλοβακίας ο προμηθευτής πρέπει, αν είναι φυσικό πρόσωπο να παρέχει την άδεια άσκησης εμπορίας και αν είναι νομικό πρόσωπο, την εμπορική επωνυμία και τη διεύθυνση της έδρας του.

Βέβαια, πρέπει να παρατηρηθεί ότι αυτές οι επιπλέον πληροφορίες που πολλές φορές απαιτούνται μπορεί απλά να αποτελούν γενικεύσεις άλλων, πιο εξειδικευμένων υποχρεώσεων πληροφόρησης, όπως π.χ. του ά. 3 της Οδηγίας 2002/65/EK για την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Στο ά. 3 παρ. 1 υπό 1 της Οδηγίας 2002/65/EK απαιτείται ρητά η παροχή της γεωγραφικής διεύθυνσης στην οποία είναι εγκατεστημένος ο προμηθευτής, και αν υπάρχει, το εμπορικό μητρώο στο οποίο είναι εγγεγραμμένος και ο αριθμός καταχώρησης του. Παρόμοιες πληροφορίες προβλέπονται από το ά. 5 της Οδηγίας 2000/31/EK για το ηλεκτρονικό εμπόριο, όπου μεταξύ άλλων πληροφοριών απαιτείται η γνωστοποίηση της γεωγραφικής διεύθυνσης, της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και του εμπορικού μητρώου και του αριθμού καταχώρησης αν υπάρχουν.

Άλλες επιπλέον πληροφορίες που προβλέπονται από κάποια κράτη μέλη αφορούν το **δικαίωμα υπαναχώρησης**. Στο Βέλγιο, την Φινλανδία, τη Γερμανία, την Ιταλία, τη Σλοβενία και την Ισπανία ο καταναλωτής πρέπει να πληροφορηθεί την μη παροχή δικαιώματος υπαναχώρησης. Έμπνευση για αυτήν την πρόβλεψη μπορεί να αποτέλεσε το ά. 3 παρ. 1 υπό 3<sup>α</sup> της Οδηγίας 2002/65/EK στο οποίο προβλέπεται η υποχρέωση πληροφόρησης για την ύπαρξη ή μη του δικαιώματος της

υπαναχώρησης. Στο Βέλγιο και το Λουξεμβούργο, ο προμηθευτής πρέπει να πληροφορήσει πριν από τη σύναψη της σύμβασης τον καταναλωτή για το αν σκοπεύει να τον χρεώσει με τα έξοδα επιστροφής των αγαθών σε περίπτωση υπαναχώρησης. Στην Ιταλία, απαιτείται να εμπεριέχεται στις γενικές πληροφορίες, όχι μόνο η πληροφορία της ύπαρξης του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλά και οι όροι και οι διαδικασίες άσκησης του. Στη Σλοβενία, απαιτείται η περιγραφή του δικαιώματος υπαναχώρησης. Στην Εσθονία, πρέπει σε περίπτωση που το αγαθό ή η υπηρεσία αποκτώνται με πίστωση, να εμπεριέχεται στις γενικές πληροφορίες που δίνονται από τον προμηθευτή η πληροφόρηση για το δικαίωμα του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση πίστωσης σύμφωνα με τις προβλέψεις τον σχετικό Εσθονικό νόμο.

Άλλες πληροφορίες που κάποια κράτη περιλαμβάνουν στις νομοθεσίες τους είναι π.χ. η υποχρέωση του προμηθευτή να πληροφορήσει τον καταναλωτή πριν τη σύναψη της σύμβασης για τον τόπο και τη διαδικασία υποβολής παραπόνων που προβλέπει η πολωνική νομοθεσία ή η πρόβλεψη της Εσθονίας για την πληροφόρηση σχετικά με το πότε γίνεται ενεργή η σύμβαση.

Μερικά κράτη συμπεριέλαβαν στις προσυμβατικές πληροφορίες των συμβάσεων από απόσταση και κάποιες πληροφορίες που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η Λετονία προβλέπει ότι στην περίπτωση που ο καταναλωτής χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για τη σύναψη της σύμβασης, αυτό συνεπάγεται κάποιες επιπλέον ειδικές υποχρεώσεις πληροφόρησης για τον προμηθευτή: οφείλει να παράσχει πληροφορίες για τα τεχνικά στάδια που οδηγούν στη σύναψη της σύμβασης, όρους αρχειοθέτησης των συμβατικών εγγράφων και τους όρους υπό τους οποίους διατίθενται αυτά στον καταναλωτή, τα τεχνικά μέσα καθορισμού και διόρθωσης των λαθών πριν την ανάθεση της παραγγελίας και τις γλώσσες στις οποίες μπορεί να συναφθεί η σύμβαση. Επίσης, στη Σλοβενία ο προμηθευτής πρέπει να ενημερώσει τον καταναλωτή για τα τεχνικά στάδια κατάρτισης της σύμβασης, αν η συναφθείσα σύμβαση θα διατηρηθεί στα αρχεία του προμηθευτή και πώς μπορεί να έχει σε αυτά πρόσβαση ο καταναλωτής, τα τεχνικά μέσα αναγνώρισης και διόρθωσης λαθών πριν την ανάθεση της παραγγελίας και τις γλώσσες σύναψης της σύμβασης. Αυτές οι πληροφορίες όμως, αποτελούν μερική μεταφορά του ά. 10 της Οδηγίας 2000/31/EK και όχι ενίσχυση της Οδηγίας 97/7/EK.

## 2) Η ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΤΟΥ Α. 5 ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 97/7/EK

Οι περισσότερες χώρες (Αυστρία, Βέλγιο, Κύπρος, Φινλανδία, Γαλλία, Ουγγαρία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λετονία, Λουξεμβούργο, Μάλτα, Ολλανδία, Πορτογαλία, Σουηδία, και Ηνωμένο Βασίλειο)

ακολούθησαν τις επιταγές της Οδηγίας στο θέμα της γραπτής επιβεβαίωσης των πληροφοριών όπως προβλέπεται από το ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK.

Η Εσθονία, Γερμανία, Ελλάδα, Πολωνία, Σλοβακία και η Σλοβενία όμως, προχώρησαν στη διεύρυνση αυτής της υποχρέωσης επιβεβαίωσης των πληροφοριών μέχρι το σημείο να επιβάλλουν την υποχρέωση επιβεβαίωσης όλων των προσυμβατικών πληροφοριών, ενώ το ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK προβλέπει την υποχρέωση αυτή μόνο για κάποιες πληροφορίες. Ειδικά στην Ελλάδα, η γραπτή επιβεβαίωση ειδικά κατά την εκτέλεση της σύμβασης είναι υποχρεωτική, ακόμη κι αν οι πληροφορίες είχαν ήδη δοθεί στον καταναλωτή στο προσυμβατικό στάδιο. Από την άλλη, στην Τσεχία, τη Λιθουανία και την Ισπανία δεν προβλέπεται καμία γενική υποχρέωση επιβεβαίωσης των πληροφοριών κατά το ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK.

#### α) Τυπικές προϋποθέσεις

Το ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK ορίζει ότι ο καταναλωτής πρέπει να λάβει επιβεβαίωση με έγγραφο ή άλλο μόνιμο υπόθεμα ευρισκόμενο στη διάθεσή του και στο οποίο έχει πρόσβαση κάποιων εκ των πληροφοριών που αναφέρονται στο άρθρο 4 της Οδηγίας 97/7/EK.

Την πρόβλεψη αυτή μετέφεραν αυτούσια η Αυστρία, το Βέλγιο, η Κύπρος, η Εσθονία, η Γαλλία, η Ιρλανδία, το Λουξεμβούργο, η Πορτογαλία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Πολλά κράτη μέλη εισήγαγαν κάποιες διαφοροποιήσεις σχετικά με τον όρο "μόνιμο υπόθεμα, διαθέσιμο και προσβάσιμο". Αυτές όμως οι διαφορές, αποτελούν περισσότερο λεκτικές παρεκκλίσεις, παρά ουσιαστικές. Για παράδειγμα, η Δανία προβλέπει: σε ευανάγνωστη μορφή, σε έγγραφο ή σε άλλο μόνιμο μέσο διαθέσιμο και προσβάσιμο στον καταναλωτή, η Φινλανδία : εγγράφως ή ηλεκτρονικά ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να αναπαράγει αμετάβλητες τις πληροφορίες, η Γερμανία: πληροφοριακός τύπος, η Ουγγαρία: γραπτές πληροφορίες ή άλλα έγγραφα που επιβεβαιώνουν τις προφορικές πληροφορίες, η Μάλτα: ενυπόστατο μέσο, η Σλοβενία: μέσο κατάλληλο για μόνιμη αποθήκευση δεδομένων, η Σουηδία: σε έγγραφο ή άλλο αναγνώσιμο μόνιμο τύπο προσβάσιμο στον καταναλωτή, η Λετονία: γραπτή επιβεβαίωση ή επιβεβαίωση που μπορεί να διατηρηθεί σε άλλη οπτική ή ακουστική μορφή και είναι προσβάσιμο στον καταναλωτή. Ο λετονικός νόμος μάλιστα παραθέτει και λίστα αυτών των οπτικών 'ή ακουστικών μορφών π.χ. ηχητικό μήνυμα, κείμενο ήχου, εικονοτηλέφωνο κ.α.

Κάποια κράτη μέλη έχουν αυξήσει την προστασία του καταναλωτή με το να μη μεταφέρουν τον όρο "άλλο σταθερό μέσο διαθέσιμο και προσβάσιμο στον καταναλωτή". Υποχρεώνουν τον

προμηθευτή να παρέχει σε κάθε περίπτωση επιβεβαίωση των πληροφοριών σε γραπτή μορφή. Τέτοια κράτη μέλη είναι η Τσεχία, η Λιθουανία η Πολωνία και η Σλοβακία. Η Ολλανδία έχουν κάνει μερικώς την ίδια επιλογή, με την πρόβλεψη ότι η επιβεβαίωση κάποιων ουσιωδών πληροφοριών πρέπει να δοθεί εγγράφως (π.χ. τα κύρια χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας, η ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχώρησης). Μόνο οι πληροφορίες που αφορούν άλλα θέματα (π.χ. ταυτότητα προμηθευτή, τιμή, έξοδα αποστολής και διακανονισμοί πληρωμής, παράδοσης και εκτέλεσης) μπορούν να παρασχεθούν εναλλακτικά με άλλο σταθερό υπόθεμα. Στην Ιταλία ο προμηθευτής μπορεί να χρησιμοποιήσει άλλο σταθερό υπόθεμα μόνο αν ο καταναλωτής το επιθυμεί. Στην Ισπανία, ο προμηθευτής μπορεί να χρησιμοποιήσει άλλο σταθερό υπόθεμα εκτός αν ο καταναλωτής το απορρίψει ρητά.

### β) Χρόνος της επιβεβαίωσης

Το ά. 5 παρ. 1 της Οδηγίας 97/7/EK προβλέπει «.....σε εύθετο χρόνο, κατά την εκτέλεση της συμβάσεως, και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης όσον αφορά τα αγαθά τα οποία δεν πρόκειται να παραδοθούν σε τρίτους.....».

Κάποια κράτη μέλη (Αυστρία, Ιρλανδία, Λουξεμβούργο, Μάλτα, Ολλανδία, Πορτογαλία, Ηνωμένο Βασίλειο και φυσικά η Ελλάδα) μετέφεραν τη συγκεκριμένη πρόβλεψη σχεδόν αυτούσια στα εθνικά τους δίκαια.

Αλλά κράτη μέλη άλλαξαν τον όρο "σε εύθετο χρόνο". Στη Γερμανία, τη Φινλανδία και τη Σουηδία ο προμηθευτής πρέπει να παρέχει τις πληροφορίες αμέσως ή όσο το δυνατό συντομότερο και το αργότερο κατά το χρόνο εκτέλεσης ή παράδοσης. Η Σλοβενία αναφέρεται σε "εύλογο χρονικό διάστημα".

Αλλά κράτη μέλη πάλι παρέλειψαν εντελώς να αναφερθούν σε μια έκφραση σαν την "σε εύθετο χρόνο". Για παράδειγμα, η Τσεχία αναφέρει "μετά τη σύναψη της σύμβασης, αλλά όχι αργότερα από την έναρξη της εκτέλεσης", η Εσθονία "το αργότερο, κατά την εκτέλεση", η Ιταλία πριν ή κατά την είσοδο σε μια σύμβαση", η Λιθουανία πριν την εκτέλεση της σύμβασης", η Ισπανία κατά το χρόνο εκτέλεσης της σύμβασης". Επίσης, η Πολωνία και η Σλοβακία καθορίζουν τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών και της παροχής των υπηρεσιών ως την τελευταία ημέρα, όπου πρέπει να παρασχεθούν η πληροφορίες.

Επειδή η Οδηγία 97/7/EK καθορίζει τη τελευταία χρονική στιγμή παροχής της επιβεβαίωσης των πληροφοριών μόνο όσον αφορά τα αγαθά και όχι για τις υπηρεσίες, πολλά κράτη μέλη θεώρησαν



ότι πρέπει να ορίσουν ένα ανάλογο χρονικό σημείο και για τις υπηρεσίες. Για παράδειγμα, η Γερμανία "το αργότερο κατά ολοκλήρωση εκτέλεσης της σύμβασης", η Λετονία "όχι αργότερα από τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή της παροχής των υπηρεσιών", η Σλοβενία "όχι αργότερα από τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή την έναρξη παροχής των υπηρεσιών". Το Βέλγιο ένα μάλλον περίτεχνο σύνολο κανόνων. Σχετικά με τα αγαθά, ακολουθεί τις ρυθμίσεις της Οδηγίας 97/7/EK. Για τις υπηρεσίες όμως, προβλέπεται στον βελγικό νόμο ότι η επιβεβαίωση πρέπει να δοθεί το αργότερο πριν την εκτέλεση, αλλά αν η εκτέλεση έχει ήδη ξεκινήσει με την συναίνεση του καταναλωτή, πριν από το πέρας της περιόδου υπαναχώρησης, τότε ο προμηθευτής μπορεί να επιβεβαιώσει τις πληροφορίες και κατά την διάρκεια της εκτέλεσης της σύμβασης. Όσον αφορά όμως τα ελεύθερα επαγγέλματα, ο βελγικός νόμος προβλέπει έναν διαφορετικό κανόνα που ομοιάζει με την πρόβλεψη της Οδηγίας.

Η Δανία, από την άλλη, προβλέπει ένα χρονικό σημείο προγενέστερο αυτού της Οδηγίας, "όταν η σύμβαση έχει συναφθεί". Η Ουγγαρία παρότι έχει το ίδιο εναρκτήριο σημείο "σε εύθετο χρόνο πριν την υπογραφή της σύμβασης", επιτρέπει και την επιβεβαίωση "το αργότερο κατά το χρόνο σύναψης της σύμβασης".

Κάποια κράτη μέλη (Βέλγιο, Τσεχία, Εσθονία, Γαλλία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ιταλία, Λετονία, Πολωνία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία) έχουν παραλείψει εντελώς την αναφορά των αγαθών που παραδίδονται σε τρίτους.

Οι παραπάνω διαφοροποιήσεις σχετικά με το χρονικό σημείο επιβεβαίωσης των πληροφοριών μπορεί να δυσκολέψουν τους προμηθευτές που επιδίδονται σε διασυνοριακές συναλλαγές. Σε κάθε περίπτωση όμως, πρέπει οι προμηθευτές να είναι σε θέση να ξεπερνούν αυτές τις δυσκολίες και να παρέχουν τις πληροφορίες όσο το δυνατόν συντομότερα.

#### γ) Πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται σε κάθε περίπτωση σύμφωνα με την παρ. 1 εδ. β' του ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK

Σε κάθε περίπτωση πρέπει να παρέχονται: 1) γραπτή ενημέρωση σχετικά με τους όρους και τον τρόπο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, κατά την έννοια του άρθρου 6, συμπεριλαμβανομένων των περιπτώσεων που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 3 πρώτη περίπτωση, 2) η γεωγραφική διεύθυνση του καταστήματος του προμηθευτή όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τις καταγγελίες του, 3) πληροφορίες σχετικές με την εξυπηρέτηση μετά την

πώληση και τις υφιστάμενες εμπορικές εγγυήσεις, 4) τους όρους καταγγελίας της συμβάσεως, όταν πρόκειται για σύμβαση αορίστου χρόνου ή διάρκειας μεγαλύτερης του ενός έτους.

Τα περισσότερα κράτη μέλη μετέφεραν κατά ορθό τρόπο την εν λόγω υποχρέωση παροχής ειδικών πληροφοριών. Αυτά ήταν η Αυστρία, το Βέλγιο, η Κύπρος, η Τσεχία, η Δανία, η Εσθονία, η Φινλανδία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ουγγαρία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, η Λετονία, η Λιθουανία, το Λουξεμβούργο, η Ολλανδία, η Πορτογαλία, η Σλοβακία, η Σλοβενία, η Ισπανία, η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και φυσικά η Ελλάδα. Επιπλέον σύμφωνα με τις ρυθμίσεις του Βελγίου, της Κύπρου και της Ισπανίας, ο προμηθευτής πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή ένα πρότυπο έντυπο της δήλωσης υπαναχώρησης. Στη Φινλανδία υπάρχει η πρόβλεψη ότι στην πληροφόρηση για το δικαίωμα υπαναχώρησης πρέπει να περιέχεται το γεγονός ότι ο καταναλωτής δε μπορεί να υπαναχωρήσει στην περίπτωση που έχει αρχίσει η παροχή της υπηρεσίας με την συναίνεση του καταναλωτή.

Η Πολωνία δεν περιλαμβάνει στη νομοθεσία της την υποχρέωση προς πληροφόρηση για τις υπηρεσίες μετά την πώληση και τις εγγυήσεις.

Πολλά άλλα κράτη μέλη πρόβλεψαν την παροχή επιπλέον πληροφοριών από αυτές που προβλέπονται στο ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK.

δ) Εξαίρεση από την υποχρέωση του ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK για τις υπηρεσίες που εκτελούνται με χρήση μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως

Στην παρ. 2 του ά. 5 της Οδηγίας 97/7/EK προβλέπεται εξαίρεση από την παρ. 1, σύμφωνα με την οποία (εξαίρεση), ο προμηθευτής δεν έχει υποχρέωση πληροφόρησης για τις υπηρεσίες που εκτελούνται με χρήση μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως, εφόσον οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται άπαξ και τιμολογούνται από τον φορέα του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως. Εντούτοις, ο καταναλωτής πρέπει οπωσδήποτε να μπορεί να πληροφορείται τη γεωγραφική διεύθυνση του καταστήματος του προμηθευτή, όπου μπορεί να απευθύνει τις καταγγελίες του.

Αυτήν την εξαίρεση υιοθέτησε πλειονότητα των κρατών μελών: η Αυστρία, το Βέλγιο, η Κύπρος, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ουγγαρία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, η Λετονία, το Λουξεμβούργο, η Μάλτα, η Ολλανδία, η Πολωνία, η Πορτογαλία, η Σλοβακία, η Σλοβενία, η Ισπανία, η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, παρότι δεν χρησιμοποίησαν όλα τον όρο "τον φορέα του μέσου επικοινωνίας".

Στη Δανία η ως άνω εξαίρεση προβλέπεται μόνο για υπηρεσίες με ανώτατη τιμή 75 δανικές κορώνες (περίπου 10 ευρώ). Άλλα κράτη πάλι, δε χρησιμοποιούν την έκφραση "φορέας του μέσου

επικοινωνίας εξ αποστάσεως”, αλλά κάποια παραπλήσια, όπως π.χ. η Εσθονία αναφέρεται στον “πάροχο της τηλεπικοινωνίας” και η Φινλανδία σε “επιχείρηση της οποίας χρησιμοποιούνται οι υπηρεσίες επικοινωνίας εξ αποστάσεως”. Και πάλι, αυτές είναι μόνο λεκτικές διαφοροποιήσεις και δεν επηρεάζεται η ουσία της ρύθμισης.

Η Τσεχία, η Λιθουανία και φυσικά η Ελλάδα δεν έχουν μεταφέρει αυτήν την εξαίρεση στις έννομες τάξεις τους.

### 3) ΠΑΡΑΒΙΑΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Οι περισσότερες προβλέψεις της οδηγίας σχετικά με τις κυρώσεις για την περίπτωση παραβίασης από τον προμηθευτή της υποχρέωσης πληροφόρησης είναι γενικές και επιτρέπουν στα κράτη μέλη να ρυθμίσουν το ζήτημα. Για παράδειγμα, το ά. 11 παρ. 1 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ υποχρεώνει τα κράτη μέλη να εξασφαλίζουν την ύπαρξη κατάλληλων και αποτελεσματικών μέσων για την τήρηση των διατάξεων της παρούσας οδηγίας προς το συμφέρον των καταναλωτών. Η παρ. 4 επίσης προβλέπει ότι τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν ότι ο εκούσιος έλεγχος της τήρησης των διατάξεων της παρούσας οδηγίας, που ανατίθεται σε αυτόνομους οργανισμούς, και η προσφυγή σε τέτοιους οργανισμούς για την επίλυση διαφορών προστίθενται στα μέσα που τα κράτη μέλη οφείλουν να προβλέψουν για να εξασφαλίσουν την τήρηση των διατάξεων της παρούσας οδηγίας.

Μόνο στο ά. 6 παρ. 1 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ προβλέπεται συγκεκριμένος κανόνας που αφορά την μη εκπλήρωση των υποχρεώσεων πληροφόρησης του προμηθευτή και αφορά την επιμήκυνση της περιόδου υπαναχώρησης στην περίπτωση που οι ειδικές πληροφορίες του ά. 5 της Οδηγίας δεν παρασχέθηκαν ή παρασχέθηκαν αργά. Στο άρθρο όμως αυτό είναι ασαφές το αν σε περίπτωση μη εκπλήρωσης της υποχρέωσης του ά. 5 το συνολικό διάστημα υπαναχώρησης είναι τρεις μήνες ή αν είναι τρεις μήνες συν επτά εργάσιμες μέρες. Η περίοδος αυτή αρχίζει για την περίπτωση σύμβασης που αφορά αγαθά από τη μέρα της παραλαβής του από τον καταναλωτή και για τις υπηρεσίες, από τη μέρα σύναψης της σύμβασης. Να παρατηρήσουμε ότι αυτή η πρόβλεψη της οδηγίας αφορά μόνο τις ειδικές πληροφορίες του ά. 5. Συνεπώς, η μη παροχή των γενικών πληροφοριών του ά. 4 της Οδηγίας 97/7/ΕΚ δεν οδηγεί στην επιμήκυνση της προθεσμίας υπαναχώρησης.

Η ασάφεια των διατάξεων της Οδηγίας 97/7/ΕΚ οδήγησε τα κράτη μέλη στη θέσπιση διαφόρων ειδών έννομων αποτελεσμάτων για την περίπτωση της μη εκπλήρωσης της υποχρέωσης πληροφόρησης του προμηθευτή, όπως είναι η δυνατότητα λήψης ασφαλιστικών μέτρων, η αξίωση των ανταγωνιστών για αποζημίωση, πρόστιμα ποινικού και διοικητικού δικαίου, διάφορες

συνέπειες που προβλέπονται από το αστικό δίκαιο και φυσικά και η επιμήκυνση του χρόνου υπαναχώρησης.

Αυτή η ποικιλία συνεπειών δυσκολεύει τους προμηθευτές να υπολογίσουν τις συνέπειες της μη εκπλήρωσης της υποχρέωσης τους προς πληροφόρηση, αλλά δε μπορεί αυτή η ασάφεια να αποτελεί εμπόδιο για την ανάπτυξη του εμπορίου.

#### α) Επιμήκυνση της προθεσμίας υπαναχώρησης σύμφωνα με το ά. 6 της Οδηγίας 97/7/EK

Στο ά. 5 παρ. 1 της Οδηγίας 97/7/EK προβλέπεται ότι αν ο προμηθευτής δεν έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του άρθρου 5, η προθεσμία υπαναχώρησης είναι τρίμηνη. Η προθεσμία αυτή τρέχει για τα αγαθά, από την ημέρα παραλαβής τους από τον καταναλωτή και για τις υπηρεσίες, από την ημερομηνία σύναψης της σύμβασης. Επίσης, εάν δοθούν οι αναφερόμενες στο άρθρο 5 πληροφορίες, εντός αυτής της τρίμηνης προθεσμίας, αρχίζει από τη στιγμή αυτή η αναφερόμενη στο πρώτο εδάφιο προθεσμία των επτά εργασίμων ημερών.

Μερικά κράτη μέλη έχουν διαφοροποιήσει τη διάρκεια αυτή της επιμηκυμένης προθεσμίας υπαναχώρησης. Για παράδειγμα, η Λετονία και η Ιταλία προέβλεψαν περίοδο ενενήντα ημερολογιακών ημερών αντί για τρεις μήνες.

Άλλα κράτη μέλη πρόβλεψαν μια ακόμη πιο επιμηκυμένη προθεσμία Έτσι, η Γερμανία επέκτεινε την προθεσμία αυτή σε έξι μήνες. Παρ' όλ' αυτά, ο καταναλωτής σε περίπτωση που δεν του δοθεί η πληροφορία για το δικαίωμα υπαναχώρησης δικαιούται για πάντα να έχει τη δυνατότητα υπαναχώρησης. Αν πάλι οι πληροφορίες δοθούν αργότερα, τότε ο καταναλωτής έχει δυνατότητα να υπαναχωρήσει για έναν μήνα.

Η Φινλανδία, αντί να επιμηκύνει την προθεσμία υπαναχώρησης, όρισε ότι αν δεν έχει δοθεί καμία επιβεβαίωση, τότε η σύμβαση δεν είναι δεσμευτική για τον καταναλωτή. Αν ο καταναλωτής θέλει να επικαλεστεί αυτή τη μη δεσμευτικότητα, τότε πρέπει μέσα σε ένα έτος από τη σύναψη της σύμβασης να πληροφορήσει σχετικά τον προμηθευτή. Αν ο προμηθευτής του παρέχει την επιβεβαίωση των πληροφοριών πριν ο καταναλωτής επικαλεστεί τη μη δεσμευτικότητα της σύμβασης, τότε αρχίζει να τρέχει κανονικά η δεκατετραήμερη προθεσμία υπαναχώρησης. Αν πάλι, δοθεί η επιβεβαίωση αλλά δεν πληροί όλες τις νόμιμες προϋποθέσεις, τότε η προθεσμία υπαναχώρησης είναι τρεις μήνες. Αν μέσα σε αυτό το διάστημα διορθωθούν οι ατέλειες τότε άρχεται η δεκατετραήμερη προθεσμία υπαναχώρησης.

Στη Σουηδία προβλέπεται στην περίπτωση παραβίασης του ά. 5 παρ. 2, προθεσμία υπαναχώρησης ενός έτους. Αν η παραβίαση αφορά άλλες πληροφορίες, η προθεσμία υπαναχώρησης επιμηκύνεται μόνο σε τρεις μήνες.

Κάποια κράτη μέλη διαφοροποιήθηκαν ελαφρώς ως προς την έναρξη του τρίμηνου διαστήματος, Η Λιθουανία για παράδειγμα, προβλέπει έναρξη από τη μέρα σύναψης της σύμβασης και για τα αγαθά, ενώ η Κύπρος και το Ηνωμένο Βασίλειο, από την επόμενη της μέρας σύναψης της σύμβασης. Η Ολλανδία φαίνεται να μην έχει προβλέψει κάποιον κανόνα για την έναρξη της επιμηκυμένης προθεσμίας υπαναχώρησης.

#### β) Ασφαλιστικά μέτρα

Επί τη βάση της Οδηγίας 98/27 μπορεί να εξαναγκαστεί ο προμηθευτής σε εκπλήρωση της υποχρέωσης πληροφόρησης με τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων.

#### γ) Αξίωση των ανταγωνιστών για αποζημίωση

Σε κάποια κράτη μέλη (Αυστρία, Βέλγιο, Γερμανία, Ουγγαρία) μπορούν οι ανταγωνιστές του προμηθευτή να αξιώσουν αποζημίωση από εκείνον λόγω της παραβίασης της υποχρέωσης πληροφόρησης που του δίνει αθέμιτο πλεονέκτημα εις βάρος εκείνων που ήταν νομότυποι.

#### δ) Πρόστιμα από διοικητικές ή ποινικές διατάξεις

Τα περισσότερα κράτη μέλη (η Δανία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ουγγαρία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, η Λετονία, η Μάλτα, η Πορτογαλία, η Σλοβακία, η Σλοβενία, η Σουηδία, και η Ελλάδα) πρόβλεψαν διοικητικές κυρώσεις. Οι προμηθευτές που δεν εκπληρώνουν την υποχρέωση πληροφόρησης ενέχονται για πταίσμα και μπορεί να τους επιβληθεί πρόστιμο.

#### ε) Άλλες συνέπειες ιδιωτικού δικαίου

Καταρχήν, είναι δύσκολο να εκτιμηθεί σε ποιο βαθμό τα κράτη μέλη προβλέπουν συνέπειες παραβίασης των υποχρεώσεων πληροφόρησης στις γενικές διατάξεις του ιδιωτικού δικαίου. Για παράδειγμα, στην Ιρλανδία μια σύμβαση δεν είναι εκτελεστή έναντι του καταναλωτή, αν ο προμηθευτής δεν έχει παράσχει τις σχετικές πληροφορίες. Το ίδιο προβλέπεται και από τις ανάλογες διατάξεις της Μάλτας και της Κύπρου. Στο βελγικό δίκαιο, η παράλειψη αναφοράς του δικαιώματος υπαναχώρησης στο έγγραφο, οδηγεί στην παράδοση του αγαθού χωρίς την προηγούμενη

παραγγελία του από τον καταναλωτή, ο οποίος και δεν υποχρεούται ούτε να το πληρώσει, ούτε να το στείλει πίσω στον προμηθευτή. Επίσης, προβλέπεται ότι ο καταναλωτής έχει δικαίωμα υπαναχώρησης, αν δεν του παρασχέθηκε από τον προμηθευτή η πληροφορία της μη ύπαρξης δικαιώματος υπαναχώρησης.

Εκτός από περιπτώσεις όπου υπάρχει μια ρητή αναφορά στο γενικό δίκαιο των κρατών μελών όπως στα παραπάνω αναφερόμενα, τα υπόλοιπα κράτη κατά πάσα πιθανότητα θα εφαρμόζουν τους γενικούς κανόνες για τις προσυμβατικές υποχρεώσεις, την αθέτηση της σύμβασης, την αδικοπραξία, που οδηγούν σε δικαίωμα ακύρωσης της σύμβασης ή σε αξίωση προς αποζημίωση. Σε κάθε περίπτωση δεν πρέπει να λησμονείται το ότι η υποχρέωση πληροφόρησης μπορεί εύκολα να συνδυαστεί με τα ένδικα βοηθήματα των γενικών διατάξεων του ιδιωτικού δικαίου των εθνικών έννομων τάξεων των κρατών μελών.

## **B. ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΝΑΠΤΟΝΤΑΙ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

### **1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

Η πιο σύγχρονη μορφή συμβάσεων από απόσταση είναι οι συμβάσεις που καταρτίζονται μέσω διαδικτύου. Αυτές αποτελούν επίτευγμα της καλπάζουσας εξέλιξης της ηλεκτρονικής τεχνολογίας και της απελευθέρωσης των τηλεπικοινωνιών και προσδιορίζονται από τον γενικότερο όρο ηλεκτρονικό εμπόριο <sup>217</sup>.

Για το ηλεκτρονικό εμπόριο έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί <sup>218</sup>. Επισημαίνεται ότι πρέπει να αντιλαμβανόμαστε τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο με την ευρύτερη δυνατή έννοια προκειμένου να καλύψει τη συνολική παρουσία εμπορικών οργανισμών στο διαδίκτυο και τις κάθε είδους συναλλαγές αυτών με τους χρήστες του διαδικτύου <sup>219</sup>. Το σύνολο των δραστηριοτήτων που έχουν σχέση με το διαδίκτυο εντάσσονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Για την ακρίβεια, οποιαδήποτε δραστηριότητα λαμβάνει χώρα με ηλεκτρονικά μέσα και από απόσταση, θα περικλείεται στην έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως π.χ. το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Συνεπώς, αντιλαμβανόμαστε ότι ο όρος "ηλεκτρονικό εμπόριο" είναι δυναμικός, συνεχώς εξελισσόμενος και διαμορφώνει την σύγχρονη οικονομία <sup>220</sup>.

---

<sup>217</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή, ελληνικό και κοινοτικό κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/1994, όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/2007, 2008, σελ.229

<sup>218</sup> Βλ. σχετικά Σαμαρά Χ., Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούςζόρους συναλλαγών, ΔΕΕ 2003, σελ. 1041

<sup>219</sup> Πώληση προϊόντων που παραδίδονται με το ταχυδρομείο, αλλά και που ολοκληρώνονται διαδικτυακά(λ.χ. με download ), παροχή υπηρεσιών (λ.χ. συνδρομητικές υπηρεσίες σε εφημερίδες, η παροχή λογαριασμών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ) κ.α. Βλ. Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 355 επ.

<sup>220</sup> Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 355 επ.

Τα νομικά προβλήματα που ανακύπτουν από τις ιδιαιτερότητες του διαδικτύου και των νέων τεχνολογικών μέσων πρέπει να αντιμετωπιστούν από τον νομοθέτη, ο οποίος προβαίνει στις αναγκαίες ρυθμίσεις, αλλά φαίνεται καμιά φορά να δυσκολεύεται στην παρακολούθηση της αλματώδους εξέλιξης της τεχνολογίας <sup>221</sup>. Βέβαια, να σημειώσουμε ότι οι όποιες δυσκολίες ανακύπτουν αφορούν αφενός από την ηλεκτρονική μέθοδο δήλωσης βούλησης των μερών και τα τεχνικά ζητήματα που αυτή θέτει και αφετέρου, από τον διεθνή χαρακτήρα των καταναλωτικών συναλλαγών <sup>222</sup>. Κατά τα άλλα, οι συμβάσεις που καταρτίζονται μέσω διαδικτύου αποτελούν κλασικές συμβάσεις από απόσταση. Η προστασία του καταναλωτή στο διαδίκτυο είναι όμως εξαιρετικά σημαντική και απαραίτητη για την εδραίωση της εμπιστοσύνης στις συναλλαγές μέσω του internet και την περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς και χρήζει ειδικότερων ρυθμίσεων από αυτών των κλασικών συμβάσεων από απόσταση.

## **2. ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ**

Το θέμα των συμβάσεων που συνάπτονται μέσω διαδικτύου ρυθμίστηκε ειδικότερα από την Οδηγία 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8/6/2000 «για ορισμένες πτυχές των υπηρεσιών τη κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά» με στόχο να θεσπίσει ένα συνεκτικό κανονιστικό πλαίσιο που θα διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές στο πλαίσιο της ΕΕ <sup>223 224</sup>.

---

<sup>221</sup> Γραμματικάκη Αλεξίου Α., Internet και ιδιωτικό διεθνές δίκαιο, συμβατικές και αδικοπρακτικές ενοχές στον κυβερνοχώρο, Αρμενόπουλος 1998, σελ. 409. Βλ. και Ιγγλεζάκη Ι., Τα νομικά ζητήματα της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (EDI). Η σύμβαση EDI, ΕΕμπΔ 1997, σελ.238 επ. για τη σύμβαση EDI, που αποτέλεσε τον πρόδρομο κατά κάποιο τρόπο των διαδικτυακών συναλλαγών, Κορνηλάκη Π., Διαδίκτυο και αστικό δίκαιο, Αρμενόπουλος 2007, σελ. 998, Μαρίνος Α., Το Internet και οι συνέπειες του κυρίως στο χώρο του Δικαίου, ΕλλΔνη 1998, σελ. 1 επ. Επίσης βλ. Σαμαρά Χ., Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούς όρους συναλλαγών, ΔΕΕ 2003, σελ. 1041, όπου τονίζεται ότι η άσκηση του ηλεκτρονικού εμπορίου εμπλέκεται με όλους τους κλάδους δικαίου, δημόσιο, ιδιωτικό και ποινικό. Φιλιπποπούλου Ε., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ΔΕΕ 2000, σελ. 1086 επ.

<sup>222</sup> Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 359

<sup>223</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 32 επ., Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 12 επ. και ειδικότερα τη σελ. 18 όπου γίνεται αναφορά για την αρχή του κοινοτικού κεκτημένου του καταναλωτή.

<sup>224</sup> Η Οδηγία 2000/31/EK ψηφίστηκε στις 4.5.2000 από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και τέθηκε σε ισχύ τον Ιούλιο του 2000 με τη δημοσίευση της στην Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Είχε προηγηθεί μια πρόταση Οδηγίας τον



Το 2003 εκδόθηκε σύμφωνα με τη νομοθετική εξουσιοδότηση του ν. 1338/1983 το π.δ. 131/2003 με τίτλο «Προσαρμογή στην οδηγία 2000/31 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με ορισμένες πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά.», το οποίο αποτελεί μετουσίωση στο ελληνικό δίκαιο της Οδηγίας 2000/31/EK για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Με τις διατάξεις του θεσπίζεται για πρώτη φορά ένα ολοκληρωμένο νομικό πλαίσιο για την παροχή υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας.

Στα περισσότερα σημεία του το π.δ. περιέχει διατάξεις αντίστοιχες αυτών της Οδηγίας 2000/31/EK και με μια πρώτη αντιπαραβολή των δύο νομοθετημάτων καθίσταται φανερό ότι ο Έλληνας νομοθέτης ακολούθησε σχεδόν κατά γράμμα τις επιλογές του κοινοτικού. Τόσο η Οδηγία όσο και το προεδρικό διάταγμα αντιμετωπίζουν τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας με πνεύμα που ανταποκρίνεται στον ευρωπαϊκό νομικό πολιτισμό και προσπαθούν να ακολουθούν κατά περίπτωση τη μέση λύση, συνεκτιμώντας την διεθνή εμπειρία και πρακτική επί του θέματος<sup>225</sup>.

Όπως σωστά έχει επισημανθεί<sup>226</sup>, ενώ οι διατάξεις της Οδηγίας 2000/31/EK έχουν πολύπλευρες επιπτώσεις στο ελληνικό δίκαιο, ο Έλληνας νομοθέτης δεν κατέβαλε προσπάθεια συστηματικής ένταξης τους στην εσωτερική έννομη τάξη. Σε αντίθεση με τις επιλογές των εθνικών νομοθετών άλλων κρατών μελών (π.χ. του γερμανού νομοθέτη) που επέλεξαν να ενσωματώσουν κάποιες διατάξεις της Οδηγίας στον αντίστοιχο Αστικό Κώδικα και τον Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας, ο Έλληνας νομοθέτης μετέφερε όλες τις ρυθμίσεις της Οδηγίας σε ένα ξεχωριστό νομοθέτημα, το π.δ. 131/2003, προκρίνοντας προφανώς ως σημαντικότερη την αυτοτέλεια του εν λόγω νομοθετήματος. Ως πλεονέκτημα της επιλογής αυτής μπορεί να αναφερθεί ότι η συγκέντρωση των ρυθμίσεων σε ένα νομοθέτημα συντελεί στην ασφάλεια δικαίου, καθώς καθίσταται ευχερές με τον τρόπο αυτό για τον εφαρμοστή όσο και για τους κοινωνούς του δικαίου να ανατρέξουν στο νομοθέτημα αυτό. Από την άλλη όμως, με τον τρόπο αυτό διασπάται ο ενιαίος χαρακτήρας άλλων νομοθετημάτων (του Α.Κ.,

---

Δεκέμβριο του 1998 (COM 1998 586 τελικό, ΕΕΚ C 30/40 της 5.2.1999) σχετικά με ορισμένες πτυχές του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά, η οποία τροποποιήθηκε τον Αύγουστο του 1999 (COM 1999 427 τελικό).

<sup>225</sup> Βλ. σχετικά Πανάγος Θ., Το νομοθετικό πλαίσιο για τις συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, ΝοΒ 2004, σελ. 539

<sup>226</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 49

του Κ.Πολ.Δ, του ν. 2251/1994) και οι ρυθμίσεις του π.δ.131/2003 είναι αποσπασματικές<sup>227</sup>. Τέλος, να σημειώσουμε ότι το π.δ. 131/2003 αποτελεί ειδικότερο νομοθετικό πλαίσιο σε σχέση με το ά. 4 του ν. 2251/1994, όσον αφορά τις συμβάσεις που συνάπτονται στο διαδίκτυο. Όταν λοιπόν, ένα θέμα ρυθμίζεται από το π.δ. διαφορετικά απ' ότι στον ν. 2251/1994, υπερισχύει αυτή η ρύθμιση ενώ κατά τα λοιπά εφαρμόζεται το ά. 4 του ν. 2251/1994.

Επίσης, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι κατά τη μελέτη του π.δ. 131/2003 υποχρεούμαστε να προβαίνουμε σε σύμφωνη με την Οδηγία ερμηνεία των ρυθμίσεων του (richtlinienkonforme Auslegung), όπως προκύπτει από την παγία νομολογία του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, ώστε οι διατάξεις της εθνικής μας νομοθεσίας να βρίσκονται σε συμφωνία με το γράμμα και το πνεύμα της Οδηγίας, σε συμμόρφωση της οποίας θεσπίστηκαν<sup>228 229</sup>.

### **3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ**

Στο π.δ. 131/2003 ο εθνικός νομοθέτης χρησιμοποιεί κάποιες έννοιες πρωτόγνωρες για την εθνική έννομη τάξη, δίνοντας γι' αυτές τους κατάλληλους ορισμούς, το περιεχόμενο των οποίων είναι ίδιο με αυτό της Οδηγίας 2000/31/EK, ικανοποιώντας με τον τρόπο αυτό μια ζωτική προβληματική στη θεωρία και πρακτική της Κοινωνίας της Πληροφορίας, που ονομάζεται «κοινή ορολογία»<sup>230</sup>. Θα αναφερθούμε συνοπτικά στις έννοιες αυτές, ώστε οι αναλύσεις που θα ακολουθήσουν στη συνέχεια να είναι κατανοητές.

#### **A) Υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας**

---

<sup>227</sup> Βλ. Μ. Σταθόπουλο, Εισαγωγή σε : Σταθόπουλο/ Χιωτέλλη/ Αυγουστιανάκη, Κοινοτικό Αστικό δίκαιο I, 1995, σελ. 20, ο οποίος επισημαίνει ότι κακή συνήθεια του Έλληνα νομοθέτη είναι η έκδοση, μετά την πρώτη πράξη προσαρμογής, διαδοχικά και δεύτερης ή τρίτης ή ακόμη και τέταρτης πράξης προσαρμογής για την ίδια Οδηγία.

<sup>228</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 42 και σχετική βιβλιογραφία για το θέμα αυτό

<sup>229</sup> Βλ. για τις αρχές που θεσπίζονται με το π.δ. 131/2003 και τη διάκριση τους σε γενικές, ειδικές και συγγενείς σε Πανάγο Θ., Το νομοθετικό πλαίσιο για τις συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, ΝοΒ 2004, σελ. 541

<sup>230</sup> Βλ. Πανάγος Θ., Το νομοθετικό πλαίσιο για τις συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, ΝοΒ 2004, σελ. 540

Οι υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας αποτελούν το αντικείμενο ρύθμισης του π.δ. 131/2003. Σύμφωνα με το ά. 1 στοιχείο α' «Υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας» είναι κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται έναντι αμοιβής, με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής ενός αποδέκτη υπηρεσιών <sup>231</sup>.

Όταν λοιπόν, αναφερόμαστε σε υπηρεσίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας εννοούμε υπηρεσίες που παρέχονται από απόσταση, δηλαδή χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία των δύο μερών στον ίδιο τόπο, με ηλεκτρονικά μέσα <sup>232</sup>, κατόπιν ατομικού αιτήματος, κατόπιν δηλαδή παραγγελίας <sup>233</sup>, σε απευθείας σύνδεση <sup>234</sup>, έναντι αμοιβής <sup>235</sup> και αποτελεί εμπορική δραστηριότητα <sup>236</sup>.

---

<sup>231</sup> «.....κατά την έννοια της παραγράφου 2 του άρθρου 2 του Π.Δ. 39/2001 (Α' 28) «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...». Η παραπομπή στο π.δ. 39/2001 και στην αντίστοιχη Οδηγία έγινε καταρχήν από τον κοινοτικό νομοθέτη ο οποίος θέλησε με τον τρόπο αυτό να πετύχει την ενιαία χρήση ορολογίας στην κοινοτική έννομη τάξη.

<sup>232</sup> Βλ. Σαμαρά Χ., Η Οδηγία της Ε.Κ. σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο στην εσωτερική αγορά, ΔΕΕ 2000, σελ. 1201 είναι υπηρεσίες που επιτρέπουν την πραγματοποίηση συναλλαγών on line, όπως η διαλογική τηλεαγορά, τα ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα και άλλες δραστηριότητες, όπως οι ηλεκτρονικές εφημερίδες οι εγκυκλοπαίδειες on line, οι υπηρεσίες πρόσβασης στο world wide web, τα φόρουμ συζητήσεων, οι υπηρεσίες μικρών αγγελιών, οι υπηρεσίες αναζήτησης απασχόλησης, οι υπηρεσίες πώλησης ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, π.χ. αυτοκινήτων, τουριστικών υπηρεσιών κ.λ.π., οι μηχανές αναζήτησης κ.λ. Δεν εμπίπτουν στην έννοια των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, υπηρεσίες που παρέχονται από μηχανήματα που λειτουργούν αυτόματα και οι υπηρεσίες αυτόματων τηλεφωνητών, υπηρεσίες στις οποίες χρησιμοποιείται το φαξ ή το telex. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 22 επ.

<sup>233</sup> Εξαιρούνται συνεπώς από την εφαρμογή του π.δ. 131/2003, οι υπηρεσίες ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών μεταδόσεων. Επίσης, το π.δ. 131/2003 δεν εφαρμόζεται σε υπηρεσίες που παρέχονται μέσω τηλεφώνου, telex, fax βλ. αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 17 της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ.

<sup>234</sup> Π.χ. πώληση εμπορευμάτων, παροχή υπηρεσιών ψυχαγωγικού χαρακτήρα. Ο όρος αυτός προκύπτει από το προοίμιο της Οδηγίας υπ' αριθ. 17. Αποκλείονται με τον τρόπο αυτό από το πεδίο εφαρμογής του π.δ. 131/2003 οι δραστηριότητες που παρέχονται off line όπως π.χ. η κατά παραδοσιακό τρόπο παράδοση προϊόντων μέσω του ταχυδρομείου βλ. και κριτική αυτής της πρόβλεψης σε Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, σελ. 219

<sup>235</sup> που για τον λόγο αυτό προσδιορίζεται προφανώς από τα συναλλακτικά ήθη. Είναι όμως, δυνατόν να παρέχεται μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας χωρίς αμοιβή, όπως π.χ. η παροχή πληροφορίας. Βλ. σχετικά σε Πανάγο Θ., Το νομοθετικό πλαίσιο για τις συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, ΝοΒ 2004, σελ. 541

## Β) Φορέας παροχής υπηρεσιών».

Σύμφωνα με το ά. 1 του π.δ. 131/2003 «Φορέας παροχής υπηρεσιών» είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας. «Εγκατεστημένος φορέας παροχής υπηρεσιών» είναι ο φορέας ο οποίος ασκεί ουσιαστικώς μια οικονομική δραστηριότητα μέσω μιας μόνιμης εγκατάστασης για αόριστη χρονική διάρκεια. Η απλή παρουσία και η χρήση των τεχνικών μέσων και των τεχνολογιών που απαιτούνται για την παροχή της υπηρεσίας δεν συνιστούν εγκατάσταση του φορέα. Σύμφωνα με την αρχή του κράτους προέλευσης του ά. 2 παρ. 1 του π.δ. 131/2003, προκειμένου να εφαρμοστεί το π.δ. 131/2003 πρέπει ο φορέας παροχής των υπηρεσιών να είναι εγκατεστημένος στην Ελλάδα<sup>237</sup>.

Από τον συνδυασμό των ανωτέρω ορισμών και του ορισμού των υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας προκύπτει ότι ο φορέας ασκεί οικονομική και μάλιστα κερδοσκοπική δραστηριότητα αφού η υπηρεσία του παρέχεται έναντι άμεσης ή έμμεσης αμοιβής<sup>238</sup>.

## Γ) Αποδέκτης των υπηρεσιών

---

<sup>236</sup> Βλ. και την αιτιολογική σκέψη της Οδηγίας 2000/31/EK υπ' αριθ. 18 σύμφωνα με την οποία οι υπηρεσίες της Κ.τ.Π. πρέπει να παρέχονται έναντι άμεσης ή έμμεσης αμοιβής (όταν παρέχονται δηλαδή δωρεάν, αλλά συνδυάζεται με διαφήμιση). Οι μη ασκούντες εμπορική δραστηριότητα όπως π.χ. δημόσια εκπαιδευτικά ιδρύματα ή ερευνητικά κέντρα δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του π.δ. 131/2003.

Βλ. και Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 50 επ. για τις υπηρεσίες που εξαιρούνται από την έννοια των υπηρεσιών της Κ.τ.Π.

<sup>237</sup> Α.1 π.δ. 131/2003 ο τόπος εγκατάστασης εταιρείας που παρέχει υπηρεσίες μέσω μιας ιστοσελίδας δεν είναι ο τόπος που βρίσκεται ο τεχνολογικός εξοπλισμός, αλλά όπου ασκείται η οικονομική δραστηριότητα. Για περισσότερα σχετικά με την αρχή της χώρας προέλευσης βλ. Αποστολόπουλο Χ, Η ερμηνεία της αρχής της χώρας προέλευσης στην Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο ως κανόνας σύγκρουσης του ιδιωτικού διεθνούς δικαίου; ΔΕΕ 2004, σελ. 266 επ, Γκοτσοπούλου Ν., Ηλεκτρονικό εμπόριο και δικαιοχρηση, ΔΕΕ 2002, σελ. 250 επ.

<sup>238</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 25

Βλ. και το ά. 20 του π.δ. 131/2003 για τους τομείς που εξαιρούνται από το πεδίο του π.δ. 131/2003: ο φορολογικός τομέας, τα ζητήματα προσωπικών δεδομένων, ζητήματα που ρυθμίζονται από τη νομοθεσία περί καρτέλ, οι δραστηριότητες των συμβολαιογράφων και όσων εκπροσωπούν πολίτες ενώπιον των δικαστηρίων, η συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια,

«Αποδέκτης της υπηρεσίας» σύμφωνα με το ά. 1 του π.δ. 131/2003 είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο χρησιμοποιεί, επαγγελματικώς ή άλλως, μια υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως για να αναζητήσει πληροφορίες ή για να προσφέρει πρόσβαση σε αυτές<sup>239</sup>. Ο αποδέκτης λοιπόν κατ' ουσία είναι ο χρήστης της υπηρεσίας και πολλές φορές στην παρούσα θα αναφερόμαστε σε αυτόν με τον όρο χρήστης, ή χρήστης του διαδικτύου.

Η έννοια του αποδέκτη περιλαμβάνει λοιπόν, τόσο τους ιδιώτες που πλοηγούνται στο διαδίκτυο, όσο και τις επιχειρήσεις, αρά περιλαμβάνει και τις συναλλαγές B2B (business to business). Ομοιάζει λοιπόν με τον καταναλωτή του ν. 2251/1994 ως προς την ευρύτητα του ορισμού του.

#### Δ) Ο καταναλωτής του π.δ. 131/2003

Στο π.δ. 131/2003 ως «καταναλωτής» ορίζεται κάθε φυσικό πρόσωπο που επιδιώκει στόχους μη εντασσόμενους στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας. Ο καταναλωτής λοιπόν του π.δ. 131/2003 διαφέρει εμφανώς από αυτόν του ν. 2251/1994.

Ο νομοθέτης στην περίπτωση του π.δ. 131/2003 επέλεξε να υιοθετήσει τη στενή έννοια του καταναλωτή που παραδοσιακά χρησιμοποιεί ο κοινοτικός νομοθέτης σε όλες τις Οδηγίες, σε αντίθεση με την ευρεία έννοια του ν. 2251/1994 στην οποία αφενός περιλαμβάνονται και τα νομικά πρόσωπα και αφετέρου, δεν τίθεται ο περιορισμός της δράσης εκτός των επαγγελματικών δραστηριοτήτων. Αυτή η διαφορά μεταξύ των ορισμών του καταναλωτή οδηγεί στη συρρίκνωση της προστασίας του και κυρίως, δημιουργεί ασάφεια για το εύρος του προστατευτικού πεδίου του καταναλωτή, ανασφάλεια δικαίου και τέλος, δεν τιμά την έννομη τάξη μας η ύπαρξη τόσο αντιφατικών προβλέψεων που οδηγούν τον εφαρμοστή του δικαίου σε αδιέξοδο.

Αυτή η απολυτότητα των δύο εκ διαμέτρου αντίθετων συλλήψεων της έννοιας του καταναλωτή οδηγεί στην άποψη να διαμορφώνεται η έννοια του καταναλωτή ανάλογα με το είδος της παρεχόμενης προστασίας το οποίο καθορίζεται από τη φύση της συναλλαγής<sup>240</sup>.

<sup>239</sup> Βλ και την υπ' αριθ. 20 αιτιολογική σκέψη της Οδηγίας 2000/31/EK. Στην παρούσα ανάλυση πολλές φορές αντί του όρου αποδέκτης των υπηρεσιών, θ χρησιμοποιείται ο όρος χρήστης του διαδικτύου προκειμένου να αποφευχθούν κάποιες εννοιολογικές παρεξηγήσεις.

<sup>240</sup> Βλ. Τζίβα Ε., Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούς όρους συναλλαγών, ΔΕΕ 2003, σελ. 1045, Η άποψη αυτή υποστηρίζεται και από την υπ' αριθ. 65 αιτιολογική σκέψη της Οδηγίας

E) Η νομική φύση της ιστοσελίδας: πρόταση προς κατάρτιση σύμβασης ή πρόσκληση προς υποβολή πρότασης;

Σε μια σύμβαση που καταρτίζεται μέσω διαδικτύου δεν είναι σαφές ποιο από τα δύο μέρη προβαίνει στην πρόταση προς κατάρτιση της σύμβασης και ποιο την αποδέχεται. Η ασάφεια αυτή προκύπτει από τη διαφορετική θεώρηση της προσφοράς προϊόντων και υπηρεσιών μέσω μιας ιστοσελίδας στο διαδίκτυο. Αποτελεί πρόταση του φορέα προς αόριστο αριθμό προσώπων για την σύναψη σύμβασης ή είναι απλώς μια πρόσκληση του προς τους χρήστες του διαδικτύου προς υποβολή πρότασης για την κατάρτιση μιας σύμβασης;

Καταρχήν, σε κάθε περίπτωση κατά την οποία ο φορέας θέτει στην ιστοσελίδα του ρητά κάποια επιφύλαξη από την οποία προκύπτει ότι δεν επιθυμεί να δεσμευτεί σε εκείνο το χρονικό σημείο, θα πρόκειται για πρόσκληση του προς τους χρήστες για υποβολή από μέρους τους μιας πρότασης<sup>241</sup>.

Στις λοιπές περιπτώσεις, προτείνεται ο παραλληλισμός της παρουσίας στην ιστοσελίδα με την έκθεση εμπορευμάτων σε μια βιτρίνα καταστήματος ή ακόμη και με την έκδοση ενός τιμοκαταλόγου<sup>242</sup>. Προκύπτει με τον τρόπο αυτό βάσει της αντικειμενικής ερμηνείας της βούλησης του φορέα, ότι η προσφορά του αποτελεί πρόσκληση, διότι ελλείπει η βούληση δέσμευσης του μιας και δεν γνωρίζει στο χρονικό σημείο της παραγγελίας αν διαθέτει το εμπόρευμα που απαιτείται για να ικανοποιήσει την παραγγελία και επίσης, μπορεί να θέλει να ελέγξει και την φερεγγυότητα του χρήστη του διαδικτύου. Η εν λόγω άποψη είναι η κρατούσα στη θεωρία<sup>243</sup> και νομίζω και ορθότερη, οπότε βάσει αυτής της παραδοχής θα γίνονται οι αναλύσεις στην παρούσα της ηλεκτρονικά καταρτιζόμενης σύμβασης.

Κατ' εξαίρεση, όταν διαγιγνώσκεται βούληση δικαιοπρακτικής δέσμευσης στον φορέα, θα θεωρείται η προσφορά των υπηρεσιών του σε ιστοσελίδα ως πρόταση, γεγονός που κατά κανόνα θα

---

2000/31/EK, όπου τονίζεται η σημασία της προστασίας του καταναλωτή στο πλαίσιο της Κ.τ.Π. και συνδέεται έτσι η καταναλωτική ιδιότητα με την ιδιαίτερη φύση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

<sup>241</sup> Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 235, όταν π.χ. προβλέπει ότι πρώτα θα ελέγξει τα αποθέματα του και μετά θα απαντήσει στην παραγγελία του αποδέκτη.

<sup>242</sup> Οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου υποστηρίζεται ότι αποτελούν εξελεγμένες μορφές πωλήσεων μέσω καταλόγων. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 238

<sup>243</sup> Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 235 επ., Ιγγλεζάκης Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 153, Παπακωνσταντίνου Ε, Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 368. Αντίθετος ο Καράκωστας Ι., Δίκαιο & Internet, 2003, σελ. 182 επ.

συμβαίνει σε συμβάσεις που εκτελούνται σε απευθείας σύνδεση (π.χ. είσοδος σε βάση δεδομένων ή "κατέβασμα" αρχείων) ή σε πλήρως αυτοματοποιημένες συναλλαγές, όπου ο χρήστης πληκτρολογεί τα στοιχεία της κάρτας του και η σύμβαση εκτελείται αμέσως.

#### **4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ ΓΙΑ ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ**

Όπως σε κάθε σύμβαση από απόσταση, έτσι και στις συμβάσεις μέσω διαδικτύου ο χρήστης έχει την εύλογη απαίτηση να γνωρίζει ποιος είναι ο αντισυμβαλλόμενος του. Βέβαια, στις εν λόγω περιπτώσεις υπάρχει μια ακόμη μεγαλύτερη ανασφάλεια, καθώς τα στοιχεία του προμηθευτή δεν προκύπτουν καν μέσα από έναν κατάλογο ή μια διαφήμιση, όπως συμβαίνει στις κλασικές μορφές συμβάσεων από απόσταση.

Ο νομοθέτης αξιολογεί την υποχρέωση επαρκούς ενημέρωσης του χρήστη του διαδικτύου ως πολύ σημαντική και για τον λόγο αυτό θεσπίζει την υποχρέωση πληροφόρησης του αποδέκτη των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας από τον φορέα στα ά. 4, 5 και 9 του π.δ. 131/2003. Πρόκειται για ενημέρωση σε τρεις διαφορετικές περιπτώσεις: άμεση ενημέρωση με κάποιες γενικής φύσεως πληροφορίες, παροχή ειδικών πληροφοριών που αφορούν τη διαδικασία κατάρτισης της σύμβασης και τέλος, πληροφόρηση κατά τις εμπορικές επικοινωνίες, που αφορά τις πρακτικές προώθησης πωλήσεων.

#### **Α) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (ά. 4 π.δ. 131/2003<sup>244</sup>)**

Στο ά. 4 του π.δ. 131/2003 θεσπίζεται η υποχρέωση του φορέα παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας να παρέχει κάποιες γενικής φύσεως πληροφορίες που βασικά, αφορούν την ταυτότητα του, με σκοπό να είναι δυνατό σε κάθε χρήστη του διαδικτύου που επισκέπτεται την ιστοσελίδα του φορέα, αλλά και στις αρμόδιες αρχές, να έχουν πρόσβαση στα στοιχεία αυτά.

##### 1)Εύκολη, άμεση και συνεχής πρόσβαση

Πριν προχωρήσουμε στην αναφορά και ανάλυση των επιμέρους πληροφοριών που πρέπει να παρασχεθούν από τον φορέα, πρέπει να σχολιάσουμε και τους όρους τους οποίους προβλέπει ο νομοθέτης για την έγκυρη αυτή παροχή. Στο πρώτο εδάφιο της παρ. 1 του ά. 4, ορίζεται λοιπόν, πως

---

<sup>244</sup> Μεταφορά του ά. 5 της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ.

πρέπει η πρόσβαση στις πληροφορίες που προσφέρει ο φορέας στους αποδέκτες του και στις αρμόδιες αρχές να είναι εύκολη, άμεση και συνεχής.

Καταρχήν, όσον αφορά την **ευκολία** της πρόσβασης, νοείται προφανώς ότι από τεχνική άποψη πρέπει να είναι ευχερές για όποιον πλοηγείται στην ιστοσελίδα του φορέα να αποκτήσει πρόσβαση στις πληροφορίες. Επειδή οι πληροφορίες αυτές αφορούν στο κοινωνικό σύνολο και επειδή οι φορείς μπορούν μέσω των παρεχόμενων υπηρεσιών να το επηρεάζουν ευρύτατα, πρέπει όλες οι πληροφορίες σχετικά με τη δραστηριότητα να μπορούν εύκολα να ανευρεθούν<sup>245</sup>.

Στην αιτιολογική έκθεση της πρότασης Οδηγίας του 1999 αναφερόταν ότι αρκεί στην ιστοσελίδα του φορέα παροχής υπηρεσιών να υπάρχει ένας σύνδεσμος, το λεγόμενο link, που να παραπέμπει στις πληροφορίες. Όμως στην Οδηγία 2000/31/EK δεν έγινε εν τέλει καμία μνεία για το θέμα του συνδέσμου. Υποστηρίζεται ότι η ύπαρξη συνδέσμου θα έπρεπε να θεωρείται αρκετή, κυρίως λόγω της εξοικείωσης των χρηστών του διαδικτύου με τη σχετική τεχνολογία<sup>246</sup>. Μπορούμε λοιπόν, να θεωρήσουμε ότι πληρούται μεν η υποχρέωση πληροφόρησης του ά. 4 του π.δ. 131/2003 εκ μέρους του φορέα παροχής υπηρεσιών με τη χρησιμοποίηση ενός συνδέσμου, αρκεί να είναι εμφανής και οι πληροφορίες να είναι εύκολα προσβάσιμες. Λόγου χάρη, να βρίσκεται σε τέτοιο σημείο στην ιστοσελίδα, ώστε ο χρήστης ενόσω πλοηγείται εξετάζοντας τα στοιχεία της υπηρεσίας του φορέα, να συναντάει τον σύνδεσμο (ό οποίος θα ήταν καλύτερο να χαρακτηρίζεται από ένα έντονο χρώμα ή μεγαλύτερη γραμματοσειρά ή ακόμη και να αναβοσβήνει «τραβώντας το μάτι» του χρήστη) και να έχει την ευκαιρία να λάβει τις πληροφορίες με ένα και μόνο κλικ<sup>247</sup>.

Επίσης, οι πληροφορίες του ά. 4 πρέπει να παρέχονται σε μόνιμη βάση, να βρίσκονται δηλαδή αναρτημένες με τον προσήκοντα τρόπο **συνεχώς**, χωρίς διακοπή.

---

<sup>245</sup> Βλ. σχετικά Σινανιωτή – Μαρούδα Α., Φαρσαρώτας Ι., Ηλεκτρονική τραπεζική, 2005, σελ.82

<sup>246</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι, Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ 90

<sup>247</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι, ό.π., σελ. 90 υποσημείωση 79, όπου αναφέρεται ότι κρίθηκε ότι ένας σύνδεσμος δεν είναι ευκρινής, ο οποίος είχε τον τίτλο «Επικοινωνία» (Kontakt), βρισκόταν στο βασικό μενού επιλογών του διαδικτυακού τόπου, και παρέπεμπε σε μια ιστοσελίδα όπου ο χρήστης μπορεί να απευθύνει ερωτήσεις στον κάτοχο της ιστοσελίδας, συμπληρώνοντας μια φόρμα και όπου τα στοιχεία της εταιρείας βρίσκονταν στο δεξιό άκρο της ιστοσελίδας. Επίσης βλ. OLG Karlsruhe, CR 2002, 682 επ και OLG München, CR 2002, 445 επ. όπου και κρίθηκε μη επαρκής η παροχή των κατά το νόμο ενδείξεων για φάρμακα, καθ' όσον οι αποδέκτες της διαφήμισης έπρεπε να εκτελέσουν πολλά βήματα για να αποκτήσουν πρόσβαση στις υποχρεωτικά παρεχόμενες πληροφορίες.



Τέλος, η **αμεσότητα** της πρόσβασης επιτυγχάνεται με το να είναι δυνατή αυτή για όλους ανεξαιρέτως. Συνεπώς, όταν απαιτείται η καταβολή αμοιβής ή κάποια διαδικασία login στην ιστοσελίδα ή όταν οι πληροφορίες προσφέρονται σε συγκεκριμένο μόνο πελάτη, τότε δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις του νόμου και ο φορέας παραβαίνει την θεσπισθείσα από το ά. 4 π.δ. 131/2003 υποχρέωση του.

Συνήθως, οι πληροφορίες του ά. 4 ανευρίσκονται σε μια ιστοσελίδα στο τμήμα που τιτλοφορείται "Επικοινωνήστε μαζί μας" (Contact us) ή "Η εταιρεία", "Ποιοι είμαστε" (The company – About us), συνήθως στην αρχή ή στο τέλος της αρχικής σελίδας του φορέα (homepage), όπου με ένα κλικ, παραπέμπεται ο χρήστης σε μια άλλη σελίδα που περιλαμβάνει αυτά τα βασικά στοιχεία ταυτότητας του φορέα των υπηρεσιών <sup>248</sup>.

Η πρόβλεψη αυτή του νομοθέτη είναι αντίστοιχη αυτής των συμβάσεων από απόσταση, σύμφωνα με την οποία πρέπει οι πληροφορίες της παρ. 2 του ά.4 του ν.2251/1994 να δοθούν κατά τρόπο ευκρινή, σαφή και κατανοητό, τηρουμένων των αρχών της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές και των διατάξεων που διέπουν το κύρος των δικαιπραξιών.

## 2) Η παραπομπή του ά. 4 π.δ. 131/2003 στον ν. 2251/1994

Η διάταξη του ά. 4 του π.δ. 131/2003 ξεκινά με παραπομπή στον ν. 2251/1994 για την προστασία του καταναλωτή <sup>249</sup>. Συγκεκριμένα, η παραπομπή αφορά το ά. 4 παρ. 2 και 9 του ως άνω νόμου, στο οποίο και αναφέρονται οι συγκεκριμένες πληροφορίες που πρέπει να παρέχει ο προμηθευτής στον καταναλωτή στις συμβάσεις από απόσταση στο προσυμβατικό στάδιο <sup>250</sup>. Καθίσταται λοιπόν σαφές ότι η διάταξη του ά. 4 του π.δ. 131/2003 λειτουργεί συμπληρωματικά σε σχέση με την προστασία που παρέχεται στους καταναλωτές κατά τη σύναψη συμβάσεων από απόσταση <sup>251</sup>. Στην περίπτωση λοιπόν, που ένας αποδέκτης αποτελεί καταναλωτή με την έννοια του ν. 2251/1994 πρέπει να του

---

<sup>248</sup> Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 364

<sup>249</sup> «Ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει εκτός από τα στοιχεία που προβλέπονται στις παραγράφους 2 και 9 του άρθρου 4 του Ν. 2251/1994 (Α' 191) να προσφέρει στους αποδέκτες του και στις αρμόδιες αρχές εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση στις ακόλουθες τουλάχιστον πληροφορίες:.....»

<sup>250</sup> Βλ. ανωτέρω υπό Α3

<sup>251</sup> Αιτιολογική σκέψη Οδηγίας 97/7/ΕΚ υπ' αριθ. 11.

παρασχεθούν και οι πληροφορίες του ά. 4 του ν. 2251/1994 και αυτές του ά. 4 π.δ. 131/2003. Τι γίνεται όμως αν ένας αποδέκτης δεν αποτελεί και καταναλωτή κατά το ν. 2251/1994 και τότε συμβαίνει αυτό;

### 3) Οι γενικές πληροφορίες του ά. 4 π.δ. 131/2003

Στο ά. 4 ο νομοθέτης αναφέρει ποιες είναι αυτές οι γενικής φύσεως πληροφορίες που πρέπει ο φορέας να παρέχει στην ιστοσελίδα του. Να σημειωθεί ότι και εδώ ο εθνικός νομοθέτης, όπως και ο κοινοτικός, προβαίνει σε μια ενδεικτική παράθεση κάποιων πληροφοριών<sup>252</sup> που θεωρεί βασικά, ότι αποκαλύπτουν την ταυτότητα του. Ευνόητο είναι ότι αν υπάρχει κάποια άλλη πληροφορία που πρέπει να παρασχεθεί προκειμένου να πληρωθεί ο σκοπός θέσπισης του ά. 4, τότε ο φορέας υποχρεούται να προσφέρει και αυτήν προκειμένου να θεωρηθεί εν τέλει ότι εκπλήρωσε την υποχρέωση του κατά το ά. 4 π.δ. 131/2003. Πρέπει να παρατηρήσουμε επίσης, ότι οι πληροφορίες του ά. 4 του π.δ. 131/2003 δεν συνδέονται με την κατάρτιση κάποιας σύμβασης όπως οι πληροφορίες του ά.4 του ν. 2251/1994, αλλά πρέπει ο φορέας να τις θέτει στη διάθεση των επισκεπτών της ιστοσελίδας του, ακόμη και αν δεν είναι δυνατή η σύναψη συμβάσεων μέσω της ιστοσελίδας, η οποία είναι μόνο μια παθητική ιστοσελίδα διαφημιστικού περιεχομένου<sup>253</sup>.

Σύμφωνα με το ά.4 του π.δ. 131/2003 ο φορέας παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας οφείλει να ενημερώσει σχετικά με:

#### (α) την επωνυμία του

Ο λόγος για τον οποίον ο νομοθέτης επιζητά την παροχή της συγκεκριμένης πληροφορίας είναι προφανώς το ότι συνήθως, στις ιστοσελίδες δεν αναφέρεται κάπου εμφανώς, ούτε προκύπτει άμεσα ποιος είναι ο "κάτοχος" της σελίδας, οπότε και δημιουργείται μια ασάφεια και αβεβαιότητα σχετικά με το πρόσωπο του φορέα. Αν όμως, ο φορέας εκπληρώσει την υποχρέωση του αυτή και αναφέρει

---

<sup>252</sup> ά. 4 παρ. 1 «.....πρόσβαση στις ακόλουθες τουλάχιστον πληροφορίες.....»

<sup>253</sup> Μακρής Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/ΕΚ και 2000/31/ΕΚ στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ. 890

την επωνυμία του, είναι σαν να συστήνεται με τον τρόπο αυτό στον χρήστη κερδίζοντας εν μέρει την εμπιστοσύνη του.

(β) γεωγραφική διεύθυνση στην οποία ο φορέας είναι εγκατεστημένος.

Όπως έχουμε ήδη πει, με το στοιχείο αυτό εντοπίζει χωρικά ο χρήστης του διαδικτύου τον φορέα και τον παρουσιάζει πιο προσιτό και αληθινό, λύνοντας ταυτόχρονα τα προβλήματα που συνδέονται με την ανεύρεση του τόπου εγκατάστασης των «εικονικών» επιχειρήσεων<sup>254</sup>. Να σημειωθεί ότι σε καμία περίπτωση δεν αρκεί η αναφορά του φορέα σε κάποια ταχυδρομική θυρίδα, διότι δε μπορεί να θεωρηθεί ως διεύθυνση εγκατάστασης του.

(γ) στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με το φορέα παροχής της υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης.

Ο φορέας πρέπει να δώσει στον αποδέκτη κάθε στοιχείο ικανό να τον οδηγήσει σε επικοινωνία μαζί του. Τέτοια στοιχεία είναι προφανώς η διεύθυνση της κεντρικής ιστοσελίδας του (URL), η διεύθυνση του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου, αλλά πιθανόν και κάποιο τηλέφωνο ή φαξ επικοινωνίας<sup>255</sup>.

(δ) εφόσον ο φορέας είναι εγγεγραμμένος σε εμπορικό μητρώο, ή παρόμοιο δημόσιο μητρώο, το οικείο μητρώο και τον αριθμό εγγραφής του σε αυτό, ή ισοδύναμο τρόπο αναγνώρισης στο μητρώο αυτό.

Στην περίπτωση αυτή εμπίπτουν και οι επαγγελματικοί σύλλογοι και το επιμελητήριο στο οποίο ανήκει ένας φορέας. Τα στοιχεία αυτά θεωρώ ότι είναι ιδιαίτερα σημαντικά για την εμπιστοσύνη του χρήστη στον φορέα, καθώς του δίνεται η δυνατότητα είτε να ελέγξει αν επιθυμεί την εγκυρότητα των στοιχείων του, είτε έστω να καθησυχαστεί ότι ο οιονεί αντισυμβαλλόμενος του, δεν

---

<sup>254</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 50, Ιγγλεζάκης Ι., Δίκαιο της πληροφορικής, 2008, σελ. 156

<sup>255</sup> Βλ. όμως παρακάτω υπό Β 8 τη σχετική νομολογία του ΔΕΚ

είναι κάποιος "απατεώνας" που δρα αυτόνομα, αλλά υπακούει στους κανόνες ενός επαγγελματικού συλλόγου και επίσης, τα στοιχεία του έχουν ελεγχθεί ως αληθή προκειμένου να καταχωριστεί στο οικείο μητρώο.

(ε) εφόσον η δραστηριότητα υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης, τα στοιχεία της σχετικής εποπτικής αρχής.

Αυτή είναι άλλη μια πληροφορία που ενισχύει την εμπιστοσύνη του χρήστη του διαδικτύου στο πρόσωπο του φορέα, οποίος έχει ελεγχθεί για τη δραστηριότητα του κι έχει τα εχέγγυα νόμιμης επαγγελματικής δράσης.

(στ) όσον αφορά τα νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα<sup>256</sup>, i) την επαγγελματική ένωση ή παρόμοιο όργανο στο οποίο είναι εγγεγραμμένος ο φορέας παροχής υπηρεσιών, ii) τον επαγγελματικό τίτλο και το κράτος μέλος που τον έχει χορηγήσει, iii) μνεία των επαγγελματικών κανόνων που ισχύουν στο κράτος μέλος εγκατάστασης, καθώς και του τρόπου πρόσβασης σ' αυτούς.

---

<sup>256</sup> Σύμφωνα με το ά. 1 στοιχείο ζ του π.δ. 131/2003 «Νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα» είναι κάθε επάγγελμα κατά την έννοια είτε του άρθρου 2 παράγραφος 3 του Π.Δ. 165/2000 (Α' 149) ως έχει τροποποιηθεί και ισχύει «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» ή του άρθρου 2 παράγραφος 5 του Π.Δ. 231/1998 (Α' 178) ως έχει τροποποιηθεί και ισχύει "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 των Ευρωπαϊκών κοινοτήτων». Συνεπώς, βάσει των ανωτέρω νομοθετικά κατοχυρωμένα επαγγέλματα είναι όλα τα επαγγέλματα που μπορούν να ασκηθούν μόνο μετά από απονομή διπλώματος από εκπαιδευτικό ίδρυμα τριτοβάθμιας ή επαγγελματικής εκπαίδευσης κράτους μέλους. Κατ' ουσία πρόκειται για επαγγέλματα που συνίστανται στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, π.χ. δικηγόροι, φοροτεχνικοί, συμβολαιογράφοι εφόσον δεν ασκούν δημόσια εξουσία, για επαγγέλματα που συνδέονται με την υγεία, π.χ. γιατροί, οδοντίατροι, κτηνίατροι, φαρμακοποιοί, φυσικοθεραπευτές, για επαγγέλματα που συνδέονται με τις πολυτεχνικές σχολές, π.χ. αρχιτέκτονες, μηχανολόγοι, τοπογράφοι. Βλ. σχετικά Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 52

Λόγω της σημαντικότητας των ανωτέρω επαγγεμάτων και κυρίως, της φύσης του αντικειμένου τους, ο νομοθέτης υποχρεώνει αυτούς τους επαγγελματίες να δώσουν πληροφορίες από τις οποίες αρύονται το κύρος τους. Η αναφορά του επαγγελματικού συλλόγου στον οποίο είναι κάποιος εγγεγραμμένος (π.χ. δικηγόρος μέλος του Δ.Σ.Α.), του τίτλου του επαγγέλματος τους (π.χ. γιατρός ενδοκρινολόγος ) και της χώρας από όπου τον έλαβαν και τέλος η αναφορά και η παραπομπή, ενδεχομένως με την παροχή ενός συνδέσμου προς κάποια ιστοσελίδα, στην οποία είναι ενδεχομένως αναρτημένοι αυτοί οι επαγγελματικοί κανόνες, δημιουργούν την αίσθηση στον χρήστη και επισκέπτη της ιστοσελίδας του επαγγελματία, ότι ο συγκεκριμένος δρα νόμιμα, με την έγκριση ενός κράτους και υπό την εποπτεία ενός επαγγελματικού συλλόγου και είναι καταρχήν τυπικά αξιόπιστος και φερέγγυος.

(ζ) εφόσον η δραστηριότητα που ασκεί ο φορέας υπόκειται σε ΦΠΑ, τον αριθμό αναγνώρισης που προβλέπεται από το κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας κύκλου εργασιών σύμφωνα με το άρθρο 36 του Ν. 2859/ 2000 (Α' 248) «κύρωση του κώδικα φόρου προστιθέμενης αξίας»<sup>257</sup>.

Επί της συγκεκριμένης πρόβλεψης ασκείται κριτική από τη θεωρία επί του ότι δεν πρέπει να είναι απαραίτητη η αναφορά του αριθμού φορολογικού μητρώου του φορέα, άσχετα από το ότι αποβαίνει εν τέλει χρήσιμη για την αναγνώριση της ταυτότητας του<sup>258</sup>.

(η) όταν οι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας αναφέρονται σε τιμές, αυτές πρέπει να αναγράφονται σαφώς και επακριβώς και, ειδικότερα να διευκρινίζεται αν περιλαμβάνουν φόρο και έξοδα αποστολής.

Η πληροφορία αυτή έχει ως στόχο να ενημερωθεί έγκυρα και έγκαιρα ο χρήστης του διαδικτύου για την πραγματική συνολική αξία της προσφερόμενης υπηρεσίας, που φυσικά αποτελεί ουσιώδη όρο της συναλλαγής, από τον φορέα υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας, ώστε να μπορεί ο

---

<sup>257</sup> Αυτό ορίζεται κατά προσαρμογή προς το ά. 22 παρ. 1 της Οδηγίας 77/388/ΕΟΚ περί φόρου κύκλου εργασιών – κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας: ομοιόμορφη φορολογική βάση, όπως τροποποιήθηκε από την Οδηγία 1999/85/ΕΚ.

παράγοντας αυτός να αποτελέσει ορθό και αποδοτικό κριτήριο στην απόφαση του για το αν θα συνάψει τελικά κάποια σύμβαση με τον συγκεκριμένο φορέα.

Μάλιστα, όπως ορθά επισημαίνεται συνδυάζοντας την εν λόγω διάταξη με τις αντίστοιχες προβλέψεις του ά. 4 παρ. 2 ν. 2251/1994 σχετικά με την εκ των προτέρων πληροφόρηση του καταναλωτή για την τιμή, την ποσότητα και τις δαπάνες μεταφοράς, καθώς και το φόρο προστιθέμενης αξίας, εφόσον δεν περιλαμβάνεται στην τιμή, καθώς και το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας από απόσταση, όταν υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων, συνάγεται ότι η πρακτική του power shopping, όπου η τιμή ενός προϊόντος μειώνεται όσο αυξάνει ο αριθμός των αγοραστών, είναι παράνομη, διότι σ' αυτές τις περιπτώσεις η τιμή δεν καθορίζεται σαφώς<sup>259</sup>.

#### 4) Αποδέκτης του ά. 4 του π.δ. 131/2003

Αποδέκτης του ά. 4 του π.δ. 131/2003 δεν είναι μόνο ο καταναλωτής του π.δ. 131/2003, αλλά ο αποδέκτης των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ο οποίος όπως αναφέραμε είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο και μπορεί να είναι επαγγελματίας, έμπορος ή και καταναλωτής.

Οι πληροφορίες λοιπόν του ά. 4 π.δ. 131/2003, αφορούν κάθε παροχή υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ανεξάρτητα από το αν συντρέχει ή ιδιότητα του «καταναλωτή» ή του «προμηθευτή» με την έννοια του ν. 2251/1994. Συνεπώς, ο φορέας έχει την υποχρέωση του ά. 4 π.δ. 131/2003 ακόμη κι αν πρόκειται για συναλλαγές μεταξύ εμπόρων ή ιδιωτών<sup>260</sup>. Αν βέβαια, πρόκειται για συναλλαγή μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή του ν. 2251/1994, τότε ισχύουν και οι αυξημένες υποχρεώσεις ενημέρωσης του ά. 4 του νόμου αυτού.

---

<sup>258</sup> Βλ. σχετικά Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003,σελ. 92 και υποσημείωση 82 με σχετική παραπομπή

<sup>259</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003,σελ. 92, ο οποίος επισημαίνει ακόμη ότι αυτή η πρακτική παραβιάζει και το ά.3 της Υ.Α. Ζ1-404/14.6.2001 σύμφωνα με την οποία τα προϊόντα πρέπει να αναγράφουν τιμή πώλησης και τιμή ανά μονάδα μέτρησης και τη ρήτρα του ά. 3 του ν. 146/1914, καθώς συνιστά αθέμιτη προσέλκυση πελατείας.

<sup>260</sup> Βλ. Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβαση μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 229. Βέβαια, νομίζω ότι η εννοιολογική διαφορά του καταναλωτή του ν. 2251/1994 και του αποδέκτη των υπηρεσιών του π.δ. 131/2003 είναι ασαφής και σε κάθε περίπτωση μικρή.

##### 5) Έννομη συνέπεια της παραβίασης του ά. 4 του π.δ. 131/2003.

Στο π.δ. 131/2003 δεν προβλέπεται κάποια έννομη συνέπεια για την περίπτωση παραβίασης της υποχρέωσης του ά. 4. Δημιουργείται λοιπόν, ένα κενό δικαίου, το οποίο προτείνεται <sup>261</sup> να καλυφθεί με την αναλογική εφαρμογή της ρύθμισης των παρ. 2 και 9 του ά. 4 του ν. 2251/1994 και να επέρχεται ως συνέπεια η σχετική ακυρότητα της σύμβασης υπέρ του αποδέκτη της υπηρεσίας.

Επί της συγκεκριμένης άποψης, μπορούν να προβληθούν επιχειρήματα και υπέρ, αλλά και κατά αυτής. Η σημασία των πληροφοριών αυτών αλλά και ο λόγος θέσπισης της εν λόγω υποχρέωσης συνηγορούν υπέρ της αναλογικής εφαρμογής του ά.4 του ν. 2251/1994 και σε αυτό συντείνει και η παραπομπή του νομοθέτη στις πληροφορίες αυτές. Από την άλλη όμως, μπορεί να υποστηριχθεί ότι όπου ο εθνικός νομοθέτης θέλησε να συνδέσει την παραβίαση μιας τέτοιου είδους υποχρέωσης με την ακυρότητα της συναφθείσα σύμβασης, το έκανε ρητά <sup>262</sup>, σε αντίθεση με τη σιωπή του στο ά.4 π.δ. 131/2003. Ακόμη, μπορεί να υποστηριχθεί ότι οι πληροφορίες του ά. 4 π.δ. 131/2003 απευθύνονται σε αποδέκτες υπηρεσιών και όχι μόνο σε καταναλωτές, όπως αυτές του ά. 4 του ν. 2251/1994, ώστε οι αποδέκτες να χρήζουν περαιτέρω προστασίας. Όμως, από την άλλη, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ο καταναλωτής του ν. 2251/1994 νοείται με ευρεία έννοια και πλησιάζει εννοιολογικά περισσότερο στον αποδέκτη του π.δ. 131/2003, παρά στον καταναλωτή του π.δ. 131/2003. Με βάση τα ανωτέρω καθίσταται εξαιρετικά δύσκολο να ταχθούμε υπέρ της μίας ή της άλλης άποψης. Έχοντας ως γνώμονα εν τέλει, τον σκοπό θέσπισης της υποχρέωσης πληροφοριών και την ανάγκη προστασίας του καταναλωτή, μπορούμε να υποστηρίξουμε με σιγουριά την επέλευση της έννομης συνέπειας της σχετικής ακυρότητας όταν ο αποδέκτης είναι και καταναλωτής του ν. 2251/1994. Αν όμως, αποτελεί μόνο αποδέκτη των υπηρεσιών της Κοινωνίας της

---

<sup>261</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003,σελ. 93, Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 374, ο οποίος όμως τονίζει ότι χρειάζεται προσοχή στην αναλογική εφαρμογή, επειδή η υποχρέωση πληροφόρησης του π.δ. 131/2003 είναι ευρύτερη από αυτήν του ά. 4 του ν. 2251/1994, οπότε δε μπορεί να ζητηθεί ακύρωση για όλα τα στοιχεία του ά.4 του π.δ. 131/2003, π.χ. για τη μη αναφορά του αριθμού εμπορικού μητρώου.

<sup>262</sup> Άλλωστε, και η επιλογή της έννομης συνέπειας της σχετικής ακυρότητας στο ά. 4 του ν. 2251/1994 δεν υπαγορεύθηκε από τον κοινοτικό νομοθέτη, αλλά ήταν μια καθαρά εθνική επιλογή.

Πληροφορίας, χωρίς να μπορεί να θεωρηθεί και τελικός αποδέκτης αγαθών ή υπηρεσιών <sup>263</sup>, τότε είναι σκόπιμο να μην έχει το όπλο της σχετικής ακυρότητας υπέρ του.

Ακόμη, αξίζει να αναφέρουμε την άποψη που θεωρεί ότι η παράβαση της διάταξης του ά. 4 π.δ. 131/2003 συνιστά παράβαση ηθικά φορτισμένου κανόνα δικαίου και έτσι, συνιστά αθέμιτη συμπεριφορά σύμφωνα με το ά. 1 του ν. 146/1914. Από την άλλη, υποστηρίζεται ότι ο εν λόγω κανόνας είναι ηθικά ουδέτερος και προκειμένου να μιλήσουμε για αθέμιτη συμπεριφορά, πρέπει να συντρέχουν και άλλες αναγκαίες προϋποθέσεις. Η ενδιάμεση άποψη που θα μπορούσε να θεωρηθεί ορθότερη, είναι ότι προκειμένου να στοιχειοθετηθεί παράβαση του ά. 1 του ν. 146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού, θα πρέπει η παράβαση του ά. 4 π.δ. 131/2003 να συνεπάγεται την απόκτηση αδικαιολόγητου ανταγωνιστικού προβαδίσματος έναντι των ανταγωνιστών <sup>264</sup>.

Επίσης, να σημειώσουμε ότι επειδή η διάταξη του ά. 4 π.δ. 131/2003 αποβλέπει στο ευρύτερο συμφέρον των καταναλωτών, σε περίπτωση παραβίασης του από τον φορέα, θα επέλθουν στο πρόσωπο του οι κυρώσεις του ν. 2251/1994 και του ν. 146/1914, δηλαδή θα εδραιώνεται αξίωση για άρση και παράλειψη της προσβολής στο μέλλον και αξίωση προς αποζημίωση, καθώς και προσωρινή προστασία με τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων (ά. 1 και 20 ν. 146/1914 και ά. 10 ν. 2251/1994) <sup>265</sup>.

## **B) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (α. 9 π.δ. 131/2003)**

Στο ά. 9 π.δ. 131/2003 θεσπίζεται άλλη μια υποχρέωση πληροφόρησης του αποδέκτη των υπηρεσιών με κάποια ειδικά στοιχεία που αφορούν την πορεία που θα ακολουθηθεί (βάσει του προγραμματισμού και της διαμόρφωσης των ιστοσελίδων του φορέα) για τη σύναψη της σύμβασης μέσω του διαδικτύου <sup>266</sup>. Ο λόγος θέσπισης αυτής της υποχρέωσης από τον νομοθέτη είναι ότι πολλές φορές στις διαδικτυακές συναλλαγές δεν είναι εμφανή, ή ορθότερα, δεν είναι διακριτά τα διάφορα στάδια της διαδικασίας κατάρτισης μιας σύμβασης με αποτέλεσμα να κυριαρχεί ασάφεια και αδιαφάνεια στην ηλεκτρονική συναλλαγή για τον αποδέκτη των υπηρεσιών <sup>267</sup>. Με την παροχή

<sup>263</sup> Αν δύναται να υπάρξει τέτοια περίπτωση

<sup>264</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003,σελ. 93 επ και τις παραπομπές σου σε ξενόγλωσση βιβλιογραφία.

<sup>265</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003,σελ. 94

<sup>266</sup> Αποτελεί μεταφορά του ά. 10 της Οδηγίας 2000/31/EK

<sup>267</sup> Βλ όμως και Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003,σελ. 148, υποσημείωση 59 με παραπομπή σε Waldenberger που υποστηρίζει την αντίθετη άποψη.



των κατωτέρω αναφερόμενων πληροφοριών ο νομοθέτης προστατεύει τον αποδέκτη των υπηρεσιών, ιδιαίτερα όταν αυτό είναι καταναλωτής.

### 1) Δεσμευτικότητα της υποχρέωσης

Σύμφωνα με το ά. 9 παρ. 1 π.δ. 131/2003, η υποχρέωση παροχής ειδικών πληροφοριών είναι αναγκαστικού δικαίου μόνο όταν ο αποδέκτης των υπηρεσιών είναι καταναλωτής, κατά την έννοια του π.δ. 131/2003, (όταν υπάρχει δηλαδή σχέση B2C-business to consumer), ενώ στην περίπτωση σύμβασης μεταξύ δύο επαγγελματιών (σχέση B2B- business to business) μπορεί να συμφωνηθεί διαφορετικά από τα μέρη. Η ρύθμιση αυτή έρχεται σε αντίθεση με την αντίστοιχη πρόβλεψη του ά. 4 του π.δ. 131/2003 για την υποχρέωση του φορέα παροχής υπηρεσιών παροχής γενικών πληροφοριών, στην οποία και δε γίνεται διάκριση μεταξύ του αν ο αποδέκτης των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας είναι καταναλωτής ή επαγγελματίας, αλλά σε κάθε περίπτωση οι προβλεπόμενες στο ά.4 πληροφορίες πρέπει να δίνονται στον αποδέκτη - χρήστη του διαδικτύου.

Είναι λοιπόν φανερό από την συγκεκριμένη επιλογή του νομοθέτη (κοινοτικού και εθνικού), ότι οι γενικές πληροφορίες του ά. 4 του π.δ. 131/2003 και του αντίστοιχου ά. 5 της Οδηγίας 2000/31 προκρίνονται ως ουσιώδεις για τη έγκυρη σύναψη μιας σύμβασης ηλεκτρονικά καταρτιζόμενης και η προστασία του αποδέκτη των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας είναι άμεσα συνδεδεμένη με την λήψη των ως άνω πληροφοριών. Όσον αφορά όμως τις πληροφορίες του ά. 9 π.δ.131/2003, ο κοινοτικός νομοθέτης επιλέγει φανερά να προστατεύσει μόνο τον καταναλωτή με την υποχρεωτική παροχή αυτών εκ μέρους του φορέα παροχής των υπηρεσιών. Σκοπός της ρύθμισης αυτής είναι η προστασία των καταναλωτών και η δυνατότητα αποφυγής γενικότερων σφαλμάτων κατά τη σύναψη μιας ηλεκτρονικής σύμβασης, όπως επίσης και η αποφυγή ενδεχόμενης εξαπάτησης τους<sup>268</sup>.

Όταν λοιπόν, ο αποδέκτης έχει και την ιδιότητα του καταναλωτή του ν. 2251/1994, τότε το ά. 9 του π.δ. 131/2003 συμπληρώνει τις ρυθμίσεις του ά. 4 ν. 2251/1994 και σε καμία περίπτωση δεν τις αντικαθιστά, οπότε και σε αυτήν την περίπτωση, πρέπει να παρασχεθούν και οι πληροφορίες του ά. 4 του ν. 2251/1994 ( των παρ. 2 και 9, συμπεριλαμβανομένης της υποχρέωσης επιβεβαίωσης της παρ. 9 σε γραπτό ή άλλο μόνιμο υπόθεμα), όπως αυτές αναλύθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο.

---

<sup>268</sup> Βλ. σχετικά Σινανιωτή – Μαρούδα Α., Φαρσαρώτας Ι., Ηλεκτρονική τραπεζική, 2005, σελ. 89

Να τονίσουμε για άλλη μια φορά ότι καταναλωτής σύμφωνα με το π.δ. 131/2003 δε, είναι γενικά ο τελικός αποδέκτης ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας, αλλά μόνο το φυσικό πρόσωπο που επιδιώκει στόχους μη εντασσόμενους στο πλαίσιο της εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας.

## 2) Παροχή κατά τρόπο σαφή, κατανοητό και αδιαφιλονίκητο

Ο εθνικός νομοθέτης προβλέπει ότι η παροχή των πληροφοριών πρέπει να γίνει κατά τέτοιο τρόπο, ώστε ο αποδέκτης να κατανοήσει τις πληροφορίες που θα του δώσει ο φορέας σαφώς και χωρίς καμία αμφιβολία. Οι πληροφορίες που πρέπει να δοθούν σύμφωνα με το ά. 9 επειδή αφορούν τα τεχνικά στάδια κατάρτισης της σύμβασης και έχουν ως στόχο να απλοποιήσουν τη διαδικασία αυτή στο μυαλό του αποδέκτη, πρέπει να είναι διατυπωμένες κατά τρόπο απλό και κατανοητό, χωρίς τεχνικούς όρους άγνωστους στον μέσο καταναλωτή, ώστε να του δίνουν τη δυνατότητα σε κάθε του ηλεκτρονικό βήμα να γνωρίζει ποια είναι η έννομη συνέπεια αυτού. Ακόμη, οι πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι πλήρεις και να καλύπτουν όλα τα αναγκαία δεδομένα που πρέπει να γνωρίζει ένας αποδέκτης που πλοηγείται στην ιστοσελίδα του φορέα κατά τρόπο που να μην επιδέχεται αμφιβολίας η ερμηνεία τους.

Επίσης, πρέπει να τηρούνται οι αρχές της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές, οι αρχές της ΑΚ 197 και οι αρχές που διέπουν την προστασία εκείνων που δεν είναι ικανοί για προς δικαιοπραξία σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, π.χ. ανήλικοι. Η πρόβλεψη αυτή δεν υπάρχει ρητά στο π.δ. 131/2003, ούτε στην Οδηγία 2000/31/EK. Συνάγεται όμως από τη σχετική πρόβλεψη του ά. 4 παρ. 2 της Οδηγίας 97/7/EK (και της συναφούς παρ. 2 του ά. 4 του ν. 2251/1994), όπου προβλέπεται ρητά ότι πρέπει να παρέχονται στον αποδέκτη και οι πληροφορίες που επιβάλλονται από άλλες ρυθμίσεις του κοινοτικού δικαίου και εννοείται κυρίως η Οδηγία 97/7/EK<sup>269</sup>.

---

<sup>269</sup> ά. 9 π.δ. 131/2003: «εκτός από άλλες απαιτήσεις πληροφοριών προβλεπόμενες από τις κείμενες διατάξεις...» Η αντίστοιχη πρόβλεψη της Οδηγίας 2000/31/EK όμως, αναφέρεται σε πληροφορίες που προβλέπονται από το κοινοτικό δίκαιο. Ορθότερο λοιπόν, θα ήταν να θεωρήσουμε ότι παρότι το εθνικό μας δίκαιο αναφέρεται μόνο σε διατάξεις του ίδιου του π.δ., η παραπομπή αυτή θα πρέπει να μας οδηγεί και στις πληροφορίες του ά. 4 του ν. 2251/1994 κατά διασταλτική και τελολογική ερμηνεία της διάταξης του ά. 9 του π.δ. 131/2003

### 3) Παροχή πριν από την ανάθεση της παραγγελίας

Οι πληροφορίες του ά. 9 του π.δ. 131/2003 πρέπει να παρέχονται από τον φορέα παροχής υπηρεσιών πριν από την ανάθεση της παραγγελίας εκ μέρους του αποδέκτη της υπηρεσίας. Η ρύθμιση αυτή είναι αναγκαστικού δικαίου όταν ο αποδέκτης των υπηρεσιών είναι καταναλωτής, ενώ όταν τα δύο συμβαλλόμενα μέρη είναι επαγγελματίες, η ρύθμιση είναι ενδοτικού δικαίου.

Η ανωτέρω πρόβλεψη είναι νομίζω ευνόητη, καθώς δε θα είχε νόημα να παρασχεθούν οι πληροφορίες που αφορούν την κατάρτιση της σύμβασης με σκοπό να ξεδιαλύνουν τη διαδικασία σύναψης της στα μάτια του αποδέκτη, μετά την κατάρτιση της σύμβασης!<sup>270</sup>

### 4) Οι ειδικές πληροφορίες του ά. 9 π.δ. 131/2003

Ο νομοθέτης παραθέτει τις πληροφορίες που αφορούν τη διαδικασία σύναψης μιας ηλεκτρονικής σύμβασης και πάλι ενδεικτικά, χρησιμοποιώντας για άλλη μια φορά τη λέξη κλειδί «...τις εξής **τουλάχιστον** πληροφορίες...» παραθέτοντας ένα ελάχιστο σύνολο πληροφοριών που πρέπει να λάβει ο αποδέκτης (σίγουρα πάντως, ο καταναλωτής –αποδέκτης).

Οι πληροφορίες του ά. 9 είναι οι εξής:

#### (α) τα διάφορα τεχνικά στάδια έως τη σύναψη της σύμβασης.

Ο χρήστης του διαδικτύου πρέπει να γνωρίζει το πότε ακριβώς συνάπτεται η σύμβαση μεταξύ αυτού και του φορέα και επίσης, ποια είναι η νομική ενέργεια κάθε κίνησης του κατά τη διάρκεια της πλοήγησης. Για παράδειγμα, αν θεωρήσουμε κατά τα ανωτέρω, ότι η προσφορά προϊόντων σε μια ιστοσελίδα αποτελεί κατά την κρατούσα άποψη πρόσκληση του φορέα προς υποβολή πρότασης,

---

<sup>270</sup> Βλ. όμως και Σομπόλου, Νομικό πλαίσιο για ζητήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Συνέχεια: Ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω κινητής τηλεφωνίας (m-commerce), ΕπισκΕΔ 2002, σελ. 894 για τα προβλήματα που δημιουργούνται σχετικά με την εκ των προτέρων πληροφόρηση σε συμβάσεις που καταρτίζονται μέσω των κινητών τηλεφώνων. Και επίσης, Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, σελ. 55 για τον χαρακτηρισμό της υποχρέωσης του ά. 9 ως νεωτερισμό, Καράκωστας, Δίκαιο και Ιντερνέτ, 2009, σελ. 191 επ.

τότε η επιλογή ενός εικονιδίου με το όνομα παραγγελία ή το κλικάρισμα με το ποντίκι του υπολογιστή στο «ΟΚ» στην ιστοσελίδα του φορέα, αποτελεί πρόταση του αποδέκτη των υπηρεσιών; Ή μήπως απαιτείται να σταλεί μια συμπληρωμένη φόρμα παραγγελίας σε απευθείας σύνδεση ή μέσω μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου; Στη συνέχεια, η επιβεβαίωση της παραγγελίας από τον φορέα θα αποσταλεί με e-mail ή με κάποιον διαφορετικό τρόπο;

Επίσης, πρέπει να καταστεί σαφές στον αποδέκτη ότι η χρησιμοποίηση της προσφερόμενης υπηρεσίας για αναζήτηση πληροφοριών ή προϊόντων δε συνδέεται με την έναρξη κατάρτισης σύμβασης<sup>271</sup>

(β) εάν ο φορέας παροχής υπηρεσιών θα αρχειοθετήσει ή όχι τη σύμβαση μετά τη σύναψη της καθώς και εάν προβλέπεται δυνατότητα πρόσβασης σε αυτήν.

Η πρόβλεψη αυτή έγινε για λόγους προστασίας των προσωπικών δεδομένων του αποδέκτη των υπηρεσιών, ο οποίος φυσικά και δικαιούται να γνωρίζει αν τα στοιχεία που θα κοινοποιήσει στον φορέα και αφορούν τη συγκεκριμένη σύμβαση, πρόκειται να τα χρησιμοποιήσει (ο φορέας) σε μεταγενέστερο χρόνο και εν πάση περιπτώσει αν τα δεδομένα αυτά θα παραμείνουν στα αρχεία του φορέα και τι θα απογίνουν μετά τη σύναψη της σύμβασης. Ο φορέας πρέπει να πληροφορήσει τον αποδέκτη αν θα διαγράψει το περιεχόμενο της σύμβασης και να τον διαβεβαιώσει ότι αν το κάνει, δε θα έχει πλέον πρόσβαση στο περιεχόμενο της<sup>272</sup>.

(γ) τα τεχνικά μέσα που θα επιτρέπουν τον εντοπισμό και τη διόρθωση σφαλμάτων ηλεκτρονικού χειρισμού πριν από την ανάθεση της παραγγελίας.

Ο αποδέκτης της υπηρεσίας πρέπει να έχει γνώση των τεχνικών δυνατοτήτων που του παρέχει η ιστοσελίδα του φορέα προκειμένου να διορθώσει την τυχόν εσφαλμένη δήλωση βούλησης του λόγω κάποιου λανθασμένου ηλεκτρονικού χειρισμού του. Ο φορέας λοιπόν, πρέπει να του παρουσιάσει τα μέσα αυτά, δηλαδή το ποια είναι και πως χρησιμοποιούνται. Υποστηρίζεται ότι η πληροφόρηση

---

<sup>271</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 55

<sup>272</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 55

δεν πρέπει να αναφέρεται σε αυτονόητες λεπτομέρειες με αποτέλεσμα να αποσπάται ο αποδέκτης από τα ουσιώδη ζητήματα λόγω του όγκου των πληροφοριών.

(δ) οι γλώσσες στις οποίες μπορεί να συναφθεί η σύμβαση.

Ο αποδέκτης δικαιούται να γνωρίζει σε ποιες γλώσσες υπάρχει η δυνατότητα να συναφθεί η σύμβαση, αν φυσικά είναι πάνω από μια. Από την πρόβλεψη αυτή του νομοθέτη, δε συνάγεται υποχρέωση του φορέα προς χρησιμοποίηση συγκεκριμένης γλώσσας, ανάλογα με την εθνικότητα του ή τη μητρική γλώσσα του αποδέκτη των υπηρεσιών.

Αφού λοιπόν, ο αποδέκτης ενημερωθεί με τις δυνατότητες που υπάρχουν μπορεί να επιλέξει τη γλώσσα που του είναι περισσότερο κατανοητή και οικεία, ώστε να εξαλειφθεί ή έστω να μειωθεί στο ελάχιστο η πιθανότητα να παρανοήσει τους όρους της σύμβασης. Επίσης, στην περίπτωση που δεν προσφέρεται δυνατότητα επιλογής γλώσσας σύναψης, νομίζω ότι είναι θεμιτό να θεωρήσουμε ότι ο χρήστης που πλοηγείται σε μια ιστοσελίδα που προσφέρεται σε μια συγκεκριμένη γλώσσα που δεν είναι η μητρική του ή έστω, δεν την γνωρίζει άπταιστα, αν αργότερα επικαλεστεί το στοιχείο αυτό προκειμένου να αποδείξει την μη κατανόηση κάποιου όρου, θα πρέπει να εξεταστεί μήπως η ενέργεια του αυτή είναι καταχρηστική και αντίκειται στα συναλλακτικά ήθη. Στην πράξη βέβαια, οι περισσότερες ιστοσελίδες προσφέρονται σε περισσότερες από μια γλώσσες, οπότε αυξάνονται οι επιλογές του χρήστη του διαδικτύου.

(ε) οι σχετικοί κώδικες δεοντολογίας στους οποίους υπόκειται, καθώς και τα στοιχεία που επιτρέπουν την πρόσβαση στους εν λόγω κώδικες με ηλεκτρονικά μέσα.

Η πληροφορία αυτή θα παρασχεθεί αν φυσικά ο φορέας υπόκειται σε κάποιο σχετικό κώδικα. Η πληροφορία αυτή αφορά κυρίως περιπτώσεις, όπου ο φορέας αποφασίζει να υπαχθεί εκούσια σε έναν κώδικα καλής συμπεριφοράς προκειμένου να τονώσει την εμπιστοσύνη των αποδεκτών στο πρόσωπο του και στα προϊόντα του <sup>273</sup>.

---

<sup>273</sup> Π.χ. κώδικες καλής συμπεριφοράς για τη διαφήμιση στο διαδίκτυο, οι κανόνες διαφήμισης του Διεθνούς Εμπορικού Επιμελητηρίου. Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 57

Σε καμία περίπτωση, πάντως δεν προκύπτει από την εν λόγω ρύθμιση ότι ο νομοθέτης ήθελε να επιβάλει την υπαγωγή των φορέων σε κώδικες δεοντολογίας και να επιβάλει κυρώσεις από την παράβαση τους.

Να σημειωθεί τέλος ότι δεν περιλαμβάνονται στην παρούσα πρόβλεψη οι κώδικες επαγγελματικής δεοντολογίας, στους οποίους υπόκειται υποχρεωτικά εκ του νόμου ένας επαγγελματίας<sup>274</sup>.

#### 5) Η εξαίρεση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από την εφαρμογή του ά. 9

Στο ά. 9 παρ. 3 του π.δ. 131/2003 προβλέπεται ότι η υποχρέωση του φορέα παροχής υπηρεσιών για πληροφόρηση σύμφωνα με το ά. 9 παρ. 1 δεν υφίσταται όταν πρόκειται για συμβάσεις που συνάπτονται αποκλειστικά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων ισοδύναμων μέσων επικοινωνίας. Τέτοια μέσα επικοινωνίας είναι τα λεγόμενα chat rooms, δηλαδή οι ιστοχώροι ή άλλως διάλογοι συνομιλιών και οι ομάδες συζητήσεων, τα λεγόμενα newsgroups<sup>275</sup>.

Βέβαια, όπως ορθά επισημαίνεται<sup>276</sup>, για να πληρούνται οι προϋποθέσεις της εξαίρεσης της παρ. 3 του ά. 9 του π.δ. 131/2003 πρέπει η σύμβαση να συνάπτεται αποκλειστικά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και όχι μετά από επίσκεψη του αποδέκτη της υπηρεσίας στην ιστοσελίδα του φορέα. Εν ολίγοις, πρέπει ο φορέας να έχει προσεγγίσει τον αποδέκτη της υπηρεσίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και ο αποδέκτης να προέβη στην παραγγελία χρησιμοποιώντας επίσης το ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο.

Αλλωστε, όπως αναφέρεται και στην υπ' αριθ. 39 αιτιολογική σκέψη της Οδηγίας 2000/31/EK, η προαναφερθείσα εξαίρεση δε θα πρέπει να συνεπάγεται την παράκαμψη των σχετικών διατάξεων εκ μέρους των παρεχόντων υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας.

---

<sup>274</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 57

<sup>275</sup> Οι ομάδες συζητήσεων αποτελούνται από άτομα με κοινά ενδιαφέροντα τα οποία επικοινωνούν μεταξύ τους σχετικά με τα θέματα που τους απασχολούν. Παραλλαγή αυτών είναι τα chat rooms που έχουν ως χαρακτηριστικό, ότι όταν συνομιλεί κάποιος χρήστης το κείμενο του εμφανίζεται αμέσως στην οθόνη του συνομιλητή του ή όσων βρίσκονται συνδεδεμένοι στον ιστοχώρο εκείνη τη στιγμή. Για περισσότερα βλ. Καράκωστα Ι., Δίκαιο & Internet, 2003, σελ. 13

<sup>276</sup> Βλ. σχετικά Ιγγλεζάκη Ι., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 150

Ο λόγος της συγκεκριμένης επιλογής του κοινοτικού νομοθέτη δεν προκύπτει άμεσα ούτε από την αιτιολογική έκθεση της Οδηγίας, ούτε συνάδει με το γενικότερο προστατευτικό προς τον καταναλωτή κλίμα που διατρέχει όλη την Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Μάλιστα, θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς ότι έρχεται σε αντίθεση με την ρύθμιση αναγκαστικού δικαίου περί υποχρέωσης του φορέα παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας παροχής πληροφοριών προς τον αντισυμβαλλόμενο του που ενεργεί με την ιδιότητα του καταναλωτή<sup>277</sup>.

Ένας πιθανός λόγος για τη συγκεκριμένη νομοθετική επιλογή, θα μπορούσε να είναι το ότι κατά τη σύναψη μιας σύμβασης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου το "ηλεκτρονικό περιβάλλον" είναι πιο οικείο και γνώσιμο για τον καταναλωτή, σε αντίθεση με τη σύναψη μιας σύμβασης μετά από περιήγηση π.χ. σε μια ιστοσελίδα. Γνωρίζει ο χρήστης για παράδειγμα ότι όταν πατήσει την επιλογή «αποστολή» στο ηλεκτρονικό περιβάλλον του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το μήνυμα που έχει συντάξει θα σταλεί στον παραλήπτη που ο ίδιος έχει επιλέξει, συνεπώς γνωρίζει τότε εξωτερικεύεται η δήλωση βούλησης του. Η επιλογή λοιπόν, αυτή του κοινοτικού νομοθέτη υπαγορεύεται καταρχήν από μια απλή σκέψη: όταν κάποιος αποδέκτης χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο για την κατάρτιση μιας σύμβασης δεν είναι αναγκαία η ενημέρωση του εκ μέρους του φορέα παροχής υπηρεσιών για τα τεχνικά μέσα και τα στάδια της σύμβασης γιατί του είναι ήδη γνωστά.

#### 6). Δυνατότητα αποθήκευσης και αναπαραγωγής των Γ.Ο.Σ.<sup>278</sup>

Σύμφωνα με το ά.9 παρ. 2 του π.δ. 131/2003 και το αντίστοιχο ά. 10 παρ. 3 της Οδηγίας 2000/31/EK, πρέπει οι ατομικοί όροι της σύμβασης και οι Γ.Ο.Σ. να διατίθενται στον αποδέκτη, να εμφανίζονται δηλαδή στην οθόνη του, κατά τρόπο που να επιτρέπει την αποθήκευση και την αναπαραγωγή τους. Ατομικοί όροι της σύμβασης θα υφίστανται σε περιπτώσεις σύναψης σύμβασης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων ισοδύναμων μέσων επικοινωνίας<sup>279</sup>, ενώ ο κανόνας στις

<sup>277</sup> Βλ. σχετικά Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, σελ. 58.

<sup>278</sup> Βλ παρακάτω υπό ... για την εφαρμογή του ά. 2 του ν. 2251/1994 στους Γ.Ο.Σ των συμβάσεων που καταρτίζονται μέσω του διαδικτύου.

<sup>279</sup> Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 372 . Άλλωστε, η παρ. 2 του ά. 9 π.δ. 131/2003 εφαρμόζεται σε τέτοιου είδους συμβάσεις σε αντίθεση με την παρ. 1.

συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου είναι ότι σε αυτές βρίσκονται προδιατυπωμένοι Γ.Ο.Σ. από τον φορέα.

Ο ως άνω κανόνας ουσιαστικού δικαίου επιβάλλει να διατίθενται οι όροι προς αποθήκευση, να μπορεί δηλαδή ο αποδέκτης των υπηρεσιών να του «κατεβάσει» (download) από την ιστοσελίδα του φορέα παροχής των υπηρεσιών και να τους αποθηκεύσει εάν το επιθυμεί στον υπολογιστή του. Προς τον σκοπό αυτό οι όροι πρέπει να διατίθενται είτε στη φόρμα παραγγελίας, είτε να βρίσκονται πριν το εικονίδιο παραγγελίας, ώστε να είναι εμφανής η ύπαρξη τους, ενώ δεν αρκεί να διατίθενται από το κυρίως μενού στην αρχική σελίδα <sup>280</sup>. Δεν αρκεί δηλαδή να υπάρχει η παραπομπή στους Γ.Ο.Σ. στην παρουσίαση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του φορέα παροχής των υπηρεσιών, αλλά πρέπει να περιλαμβάνεται στην ίδια την παραγγελία. Ο λόγος είναι προφανής: όταν ο αποδέκτης είναι στο στάδιο της παραγγελίας, πρέπει να του δίνεται η δυνατότητα πραγματικής γνώσης των Γ.Ο.Σ.. Άλλωστε, όπως το ά. 2 παρ. 1 του ν. 2251/1994 προβλέπει, οι Γ.Ο.Σ. δε δεσμεύουν τον καταναλωτή, αν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε ανυπαίτως και ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξη τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους. Επίσης, είναι ευνόητο ότι πρέπει να είναι δυνατή η αναπαραγωγή των Γ.Ο.Σ. με την βοήθεια του κατάλληλου λογισμικού.

Βάσει της ανωτέρω ρύθμισης συνάγεται ότι πρέπει ο καταναλωτής πριν φτάσει στο εικονίδιο αποστολής της παραγγελίας του, να μπορεί ενόσω βρίσκεται στη σελίδα της παραγγελίας να διαβάσει το κείμενο των Γ.Ο.Σ. και έπειτα να εκφράσει τη δήλωση βούλησης του. Η ως άνω προϋπόθεση πληρούται και όταν υπάρχει σύνδεσμος (link) στη σελίδα της παραγγελίας που να παραπέμπει στο κείμενο των Γ.Ο.Σ.. Στην περίπτωση αυτή με τη χρήση του συνδέσμου, μπορεί ο καταναλωτής να έχει πρόσβαση στο κείμενο των Γ.Ο.Σ. να τους διαβάσει σε απευθείας σύνδεση (on line), να τους αποθηκεύσει εάν θέλει ή ακόμη και να εκτυπώσει το κείμενο τους.

Διατυπώνεται όμως και άποψη <sup>281</sup>, ότι επειδή πλέον είναι δυνατή η αποθήκευση και η ακριβής αναπαραγωγή των ιστοσελίδων (save webpage), ο φορέας θα έχει εκπληρώσει την υποχρέωση του αν στον διαδικτυακό του τόπο, οι Γ.Ο.Σ. εμπεριέχονται σε χωριστή ιστοσελίδα.

---

<sup>280</sup> Βλ. σχετικά Ιγγλεζάκης Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 151 και Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 277 για τη δυνατότητα εκτύπωσης

<sup>281</sup> Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 372



Αν ο φορέας παραβιάσει την υποχρέωση του, θα εφαρμοστούν αναλογικά οι διατάξεις για την προστασία του καταναλωτή του ά. 2 παρ. 1 του ν. 2251/1994, σύμφωνα με την οποία οι Γ.Ο.Σ. δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, εάν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε ανυπαιτίως, όπως, ιδίως, όταν ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξή τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους. Σε κάθε λοιπόν, περίπτωση που κρίνεται ότι ο φορέας δεν υπέδειξε τους όρους αυτούς ή δεν τους κατέστησε εύκολα προσβάσιμους, δε θα δεσμεύουν τον καταναλωτή

#### 7) Έννομες συνέπειες παραβίασης του ά. 9 π.δ. 131/2003

Στο ά. 9 π.δ. 131/2003 και πάλι δεν προβλέπεται κάποια έννομη συνέπεια για την περίπτωση παραβίασης της σχετικής υποχρέωσης.

Υποστηρίζεται ότι σε περίπτωση παράβασης της υποχρέωσης του ά. 9 του π.δ. 131/2003, δεν μπορεί να εφαρμοστεί αναλογικά η πρόβλεψη του ά. 4 του ν. 2251/1994 περί σχετικής ακυρότητας, διότι τούτο δεν προκύπτει από τον σκοπό θέσπισης του ά. 9<sup>282</sup>. Όπως είπαμε, ο λόγος πρόβλεψης αυτών των πληροφοριών είναι να ξεδιαλύνουν στο μυαλό του αποδέκτη των υπηρεσιών τα τεχνικά βήματα που ακολουθούνται στην ιστοσελίδα του φορέα προκειμένου να συναφθεί μια σύμβαση, προκειμένου να αποφευχθούν λάθη λόγω ηλεκτρονικού χειρισμού. Διαφέρει λοιπόν, από τον λόγο θέσπισης των παρ. 2 και 9 ν. 2251/1994 των και του ά. 4 π.δ. 131/2003 που είναι η γνώση του καταναλωτή αποδέκτη κάποιων βασικών στοιχείων που αφορούν την ταυτότητα του προμηθευτή φορέα και του αντικειμένου της σύμβασης, λόγω της ιδιαιτερότητας της σύναψης της σύμβασης από απόσταση, χωρίς τη δυνατότητα φυσικής επαφής με το προϊόν και το αντισυμβαλλόμενο μέρος.

---

<sup>282</sup> Βλ. και Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 375, που υποστηρίζει την επέλευση της σχετικής ακυρότητας της σύμβασης σε περιπτώσεις παράβασης του ά. 9 του π.δ. 131/2003 όταν ο αποδέκτης των υπηρεσιών είναι καταναλωτής.

Αν ο φορέας παραβιάσει την υποχρέωση του ά. 9 θα ευθύνεται κατά τις γενικές διατάξεις καταρχήν και συγκεκριμένα βάσει του ά. 198 ΑΚ κατά την ευθύνη από τις διαπραγματεύσεις και θα υποχρεούται σε αποκατάσταση του αρνητικού διαφέροντος<sup>283</sup>.

Ακόμη, η παραβίαση αυτής της υποχρέωσης μπορεί να έχει συνέπειες και στη διαμόρφωση των σχέσεων των μερών στην περίπτωση που ο χρήστης ζητήσει να ακυρωθεί η συναφθείσα δικαιοπραξία λόγω εσφαλμένου χειρισμού<sup>284</sup>. Θα εφαρμοστούν αναλογικά τα ά. 140 επ του ΑΚ, αλλά ο φορέας όμως σε αυτήν την περίπτωση, δε θα δικαιούται να αξιώσει αποζημίωση από τον αποδέκτη για τη ζημιά που θα υποστεί από την ακύρωση της σύμβασης κατά το ά. 145 ΑΚ, είτε βάσει της παρ. 2 του ά. 145 ΑΚ, είτε βάσει των ΑΚ 281 και 288 για την αντίθετη στην καλή πίστη συμπεριφορά του φορέα που αθέτησε την υποχρέωση του ά. 10.

Ακόμη η παράβαση του ά. 9 από τον φορέα αποτελεί παράβαση παρεπόμενης υποχρέωσης και θα μπορούσε σε περίπτωση που έγινε υπαίτια να προκαλέσει υποχρέωση του προς αποκατάσταση της προκληθείσης στον αποδέκτη ζημίας<sup>285</sup>.

Επίσης, υποστηρίζεται ότι με αυτήν την παραβίαση της υποχρέωσης πληροφόρηση του ά. 9, παραβαίνει ο φορέας τη ρήτρα του ά. 1 του ν. 146/1914<sup>286</sup>, διότι αποκτά αδικαιολόγητο οικονομικό προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών του και μπορεί να θεμελιωθεί αξίωση για την άρση της προσβολής και την παράλειψη της στο μέλλον και αξίωση προς αποζημίωση κατά τις διατάξεις του δικαίου του αθέμιτου ανταγωνισμού και του ν. 2251/1994.

### **Γ) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΘΕΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ (ά. 10 π.δ. 131/2003)**

---

<sup>283</sup> ΑΚ 198: «Όποιος κατά τις διαπραγματεύσεις για τη σύναψη σύμβασης προξενήσει υπαίτια στον άλλο ζημιά είναι υποχρεωμένος να την ανορθώσει και αν ακόμη η σύμβαση δεν καταρτίστηκε.

Για την παραγραφή της αξίωσης αυτής εφαρμόζεται αναλόγως η διάταξη για την παραγραφή των απαιτήσεων από αδικοπραξία.»

<sup>284</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2004, σελ. 230 βλ. και παρακάτω σχετικά με τις συνέπειες παράβασης των υποχρεώσεων του ά. 5 π.δ. 131/2003

<sup>285</sup> Ιγγλεζάκης Ι., Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003, σελ. 155

<sup>286</sup> Βλ. σχετικά και ανωτέρω για τις έννομες συνέπειες παραβίασης της υποχρέωσης του ά. 4 π.δ. 131/2003

Στο ά. 10 π.δ. 131/2003 θεσπίζεται μια ιδιότυπη υποχρέωση του φορέα όταν ένας αποδέκτης υπηρεσίας προβαίνει σε παραγγελία με τεχνολογικά μέσα:

α) ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να αποστείλει αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας του αποδέκτη χωρίς περιττή καθυστέρηση και με ηλεκτρονικά μέσα,

β) ο φορέας παροχής οφείλει να θέτει στη διάθεση του αποδέκτη της υπηρεσίας κατάλληλα, αποτελεσματικά και προσιτά μέσα που θα επιτρέψουν να επισημάνει και να διορθώσει τα λάθη του κατά τον ηλεκτρονικό χειρισμό πριν από την ανάθεση της παραγγελίας.

Με τον όρο παραγγελία να επισημάνουμε ότι βάσει της άποψης που δεχτήκαμε ανωτέρω σχετικά με τη νομική φύση της ιστοσελίδας, νοείται η εξωτερίκευση της δήλωσης βούλησης του αποδέκτη των υπηρεσιών προς σύναψη σύμβασης προμήθειας αγαθών ή παροχής υπηρεσιών με τον φορέα, εν ολίγοις, η πρόταση του προς κατάρτιση σύμβασης<sup>287</sup>.

Μάλιστα, επειδή, λόγω της φύσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι δύσκολος ο προσδιορισμός της χρονικής στιγμής κατάρτισης μιας σύμβασης, ο νομοθέτης θέσπισε στο ά. 10 την αρχή ότι η παραγγελία και το αποδεικτικό παραλαβής θεωρείται ότι έχουν παραληφθεί όταν τα μέρη στα οποία απευθύνονται έχουν πρόσβαση σ' αυτά<sup>288</sup>, εισάγοντας την γνωστή στο δίκαιο μας θεωρία της περιέλευσης ή λήψης του ΑΚ 167, σύμφωνα με το οποίο αρκεί ο προς ον η δήλωση να μπορεί να λάβει γνώση αυτής χωρίς να απαιτείται και να έχει πράγματι λάβει γνώση. Ειδικά όμως όσον αφορά το διαδίκτυο υπάρχει δυνατότητα διαρκούς και μόνιμης πρόσβασης, οπότε και στις περισσότερες περιπτώσεις θεωρείται ότι ο φορέας παραλαμβάνει αμέσως την παραγγελία.

### 1) Δεσμευτικότητα των υποχρεώσεων

---

<sup>287</sup> Για την ηλεκτρονική δήλωση βλ. αναλυτικά σε Χριστοδούλου Κ., Ηλεκτρονικά έγγραφα και ηλεκτρονική δικαιοπραξία, 2004, σελ. 240 επ. Για την έννοια της παραγγελίας βλ. Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 248 επ. όπου επισημαίνεται ότι ο εθνικός νομοθέτης με τη χρήση ενός ουδέτερου όρου σαν την "παραγγελία" απέφυγε να λάβει θέση στο ζήτημα της νομικής αντιμετώπισης της ιστοσελίδας, όπως το αναλύσαμε ανωτέρω υπό Β 3 Ε, Παπαθωμά – Μπέτγκε Α., Ηλεκτρονικό εμπόριο: νομικά ζητήματα κατά τη σύναψη εμπορικών συμβάσεων στο Internet, ΔΕΕ 1999, σελ. 1237

<sup>288</sup> Χριστοδούλου Κ., Ηλεκτρονικά έγγραφα και ηλεκτρονική δικαιοπραξία, 2004, σελ. 260 επ.

Οι υποχρεώσεις αυτές ισχύουν (το ίδιο ισχύει και για την ανωτέρω θεσπισθείσα αρχή) εφόσον τα συμβαλλόμενα μέρη που δεν είναι καταναλωτές δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά. Συναντάμε και πάλι μια ρύθμιση, όπου η υποχρέωση είναι ενδοτικού δικαίου αν τα συμβαλλόμενα μέρη ενεργούν στο πλαίσιο της επαγγελματικής τους δραστηριότητας, ενώ αν ένα από τα δύο μέρη είναι καταναλωτής (κατά την στενή έννοια του π.δ. 131/2003) η ρύθμιση είναι αναγκαστικού δικαίου και συνεπώς, ο φορέας οφείλει να τηρήσει τις υποχρεώσεις που απορρέουν γι' αυτόν από το ά. 10<sup>289</sup>.

Αναλύοντας λοιπόν, κατωτέρω τις εν λόγω υποχρεώσεις δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι σε κάθε περίπτωση όπου ο αποδέκτης δεν είναι καταναλωτής, υπάρχει η δυνατότητα των μερών να συμφωνήσουν διαφορετικά από τα προβλεπόμενα στον νόμο.

## 2) Η υποχρέωση παροχής δυνατότητας διόρθωσης λαθών

Λόγω του αυξημένου κινδύνου που υπάρχει στις ηλεκτρονικές συναλλαγές να παρεισφρήσει κάποιο λάθος ηλεκτρονικού χειρισμού που θα επηρεάσει την εγκυρότητα της δήλωσης βούλησης του αποδέκτη των υπηρεσιών (και συγκεκριμένα θα προκαλέσει πλάνη στη δήλωση), προέβλεψε ο νομοθέτης την υποχρέωση του φορέα να θέσει στη διάθεση του αποδέκτη τα μέσα που χρειάζεται, προκειμένου να επισημάνει και διορθώσει τα τυχόν λάθη του, πριν στείλει την παραγγελία του. Με τον τρόπο αυτό μπορούν να διορθωθούν τα λάθη κατά την πληκτρολόγηση, κατά την αποστολή κάποιων δεδομένων ή το κατά λάθος πάτημα του κουμπιού της αποστολής των παραγγελίας, προκειμένου ο αποδέκτης και δη ο καταναλωτής αποδέκτης, να προστατεύεται αρκούντως κατά την παραμονή του στο ηλεκτρονικό περιβάλλον<sup>290</sup>. Η εν λόγω υποχρέωση του φορέα δεν αποκλίνει από την αρχή της ευθύνης για ίδιες πράξεις, αφού ο δηλών αποδέκτης παραμένει υπεύθυνος για το περιεχόμενο της δήλωσης του.

---

<sup>289</sup> Χριστοδούλου Κ., Ηλεκτρονικά έγγραφα και ηλεκτρονική δικαιοπραξία, 2004, σελ. 258 επ. και Σιδηρόπουλο, Το δίκαιο του Διαδικτύου, 2008, σελ. 80 επ.

<sup>290</sup> Όταν λοιπόν, ο αποδέκτης αποστέλλει κατά λάθος μια παραγγελία ή μια δήλωση που δεν αντιστοιχεί στην αληθινή βούληση του, τότε πρέπει να μπορεί εκείνος να τη διορθώσει μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα. Υποστηρίζεται ότι είναι σκόπιμο να αποστέλλεται στον αποδέκτη διαβεβαίωση ότι το αίτημα του για διόρθωση του λάθους έγινε δεκτό. Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 59 βλ. και Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 109 επ. για την ελαττωματική δήλωση βούλησης.

Να επισημάνουμε επίσης, ότι τα τεχνικά μέσα διόρθωσης των όποιων λαθών πρέπει να παρέχονται πριν την ανάθεση της παραγγελίας. Η Οδηγία 2000/31/EK και το π.δ. 131/2003 δεν αναφέρονται σε μέσα διόρθωσης που παρέχονται μετά την ανάθεση της παραγγελίας, οπότε σε τέτοιες περιπτώσεις θα εφαρμόζονται οι διατάξεις του ΑΚ περί πλάνης (αν εφαρμοστέο δίκαιο είναι το ελληνικό).

Ουσιαστικά και αυτή η υποχρέωση εμπεριέχει υποχρέωση του φορέα προς πληροφόρηση του αποδέκτη για τη δυνατότητα που του παρέχει (ο φορέας) προς διόρθωση των σφαλμάτων ηλεκτρονικού χειρισμού. Είναι ευνόητο, ότι δεν αρκεί ο φορέας απλά να παρέχει αυτή τη δυνατότητα, αλλά πρέπει και να ενημερώνει τον αποδέκτη σχετικά με την ύπαρξή της.

Στην πράξη, ο φορέας θα προβλέπει στο λογισμικό του εξυπηρετητή του ένα επιπλέον προπαρασκευαστικό στάδιο, στο οποίο θα παρέχει στον αποδέκτη μια ανακεφαλαίωση της παραγγελίας ως εκείνο το στάδιο και επιπλέον τη δυνατότητα να τη διορθώσει ή και να την ακυρώσει <sup>291</sup>. Είτε λοιπόν θα μπορεί ο αποδέκτης να διορθώσει την παραγγελία του σε κάθε στάδιο μέχρι και την τελική υποβολή της, είτε θα του εμφανίζονται πολλαπλές οθόνες επιβεβαίωσης κατά την εξέλιξη της διαδικασίας παραγγελίας τις οποίες θα πρέπει να συμπληρώνει καταφατικά προκειμένου να προχωρήσει παρακάτω στη διαδικασία.

Η συγκεκριμένη υποχρέωση του φορέα και τα όρια της πρέπει να τίθενται με μέτρο την αναλογικότητα. Από τη μία πρέπει μεν να παρέχεται η δυνατότητα διόρθωσης του λάθους του αποδέκτη σε κάθε περίπτωση και χωρίς χρονική καθυστέρηση, αλλά από την άλλη δεν του δικαιολογείται να έχει υπερβολικές αξιώσεις από τον φορέα, όπως λ.χ. είναι θεμιτό να του ζητήσει (ο αποδέκτης) να απεικονίσει ξανά τα στοιχεία της παραγγελίας του για να ελέγξει, αλλά όχι να εμφανίσει εκ νέου όλο τον κατάλογο των προϊόντων προκειμένου να διαπιστώσει αν παρήγγειλε το προϊόν που είχε σκοπό να παραγγείλει, γιατί κάτι τέτοιο θα αποτελούσε υπέρμετρη επιβάρυνση του <sup>292</sup>.

### 3) Η αποστολή αποδεικτικού παραλαβής της παραγγελίας

<sup>291</sup> Πρόκειται για το λεγόμενο καλάθι αγορών, ευρέως διαδεδομένο πλέον στις διάφορες ιστοσελίδες.

<sup>292</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 59

Μετά την αποστολή της παραγγελίας του αποδέκτη προς τον φορέα, ο δεύτερος οφείλει να αποστείλει στον πρώτο χωρίς χρονική καθυστέρηση <sup>293</sup> και με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων αποδεικτικό ότι έλαβε την παραγγελία του. Το αποδεικτικό αυτό μπορεί να έχει διάφορες μορφές ανάλογα με τις περιστάσεις της συγκεκριμένης συναλλαγής. Αν βέβαια, η σύμβαση εκπληρώνεται εκτός σύνδεσης (off line), η επιβεβαίωση μπορεί να γίνει είτε με την άμεση εμφάνιση σχετικού μηνύματος στην οθόνη του μετά την αποστολή της παραγγελίας του, είτε με αποστολή μηνύματος ηλεκτρονικής αλληλογραφίας αργότερα. Αν πάλι πρόκειται για σύμβαση που εκπληρώνεται on line, τότε μπορεί να ισχύουν όσα μόλις αναφέρθηκαν αλλά είναι επίσης, δυνατό να δοθεί η επιβεβαίωση με την παροχή της υπηρεσίας που αποτελεί το αντικείμενο της παραγγελίας <sup>294</sup>. Αυτή η παροχή της υπηρεσίας συνιστά ταυτόχρονα και αποδοχή της πρότασης.

Οι φορείς συνήθως χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για να αποστείλουν τα αποδεικτικά, οπότε αν ο χρήστης του διαδικτύου δεν έχει ήδη στείλει την παραγγελία του με e-mail, του ζητείται μια διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου <sup>295</sup>.

Αν δεν αποσταλεί το αποδεικτικό, υποστηρίζεται ότι σύμβαση θα θεωρηθεί ως μη συναφθείσα <sup>296</sup>. Όμως νομίζω ότι ορθότερη είναι η άποψη που αποδεσμεύει το αποδεικτικό από την έννοια του όρου του ενεργού της σύμβασης. Πρόκειται για τη θέσπιση μιας παρεπόμενης αυτοτελούς υποχρέωσης του φορέα και όχι για προσπάθεια τροποποίησης των διατάξεων του ΑΚ περί σύναψης συμβάσεων (ΑΚ 185 επ.), σύμφωνα με τις οποίες αρκεί η περιέλευση της αποδοχής στον προτείνοντα. Άλλωστε, δεν προκύπτει ούτε από το γράμμα του νόμου, ούτε από τον σκοπό του νομοθέτη η διάθεση να συσχετιστεί η παράλειψη αποστολής αποδεικτικού με την ακυρότητα της σύμβασης, η

---

<sup>293</sup> Βλ. Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 252 για το χρονικό αυτό διάστημα ως συμπίπτον με αυτή της προθεσμίας αποδοχής του ά. 189 ΑΚ.

<sup>294</sup> Βλ. και αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 34 της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ «το αποδεικτικό μπορεί να συνίσταται στην παροχή σε απευθείας σύνδεση μιας αμειβόμενης υπηρεσίας».

<sup>295</sup> Βλ και Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 48 όπου υποστηρίζει ότι σε περίπτωση που ο αποδέκτης δεν έχει δική του διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δημιουργούνται ζητήματα, καθώς υπάρχει κενό νόμου που μπορεί να οδηγήσει στην αδυναμία του να συνάπτει συμβάσεις μέσω διαδικτύου. Την άποψη αυτή, βρίσκω υπερβολική, καθώς τα e-mails χρησιμοποιούνται μεν ευρέως για τη σύναψη συμβάσεων, αλλά δίνονται και άλλες επιλογές, όπως π.χ. η σύναψη σε απευθείας σύνδεση.

<sup>296</sup> Ιγγλεζάκης Ι., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 153

οποία θα αποτελούσε δυσανάλογη κύρωση προς τον επιδιωκόμενο στόχο<sup>297</sup>. Αφού λοιπόν, η αποστολή του αποδεικτικού είναι μια εκ του νόμου αυτόνομη αξίωση του αποδέκτη των υπηρεσιών προς πληροφόρηση, η παράλειψη της δε συνεπάγεται ακυρότητα της σύμβασης.

Αν όμως το αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας του αποδέκτη αποσταλεί από τον φορέα και περιέλθει στη σφαίρα επιρροής του αποδέκτη, τότε θεωρείται από μόνο τούτο ότι συνάφθηκε η σύμβαση; Υποστηρίζονται δύο απόψεις επί του θέματος. Καταρχήν, και οι δύο βασίζονται στο ότι θεωρείται η προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών στην ιστοσελίδα του φορέα ως πρόσκληση προς υποβολή πρότασης και η παραγγελία του αποδέκτη ως πρόταση προς σύναψη σύμβασης με τον φορέα<sup>298 299</sup>. Στη συνέχεια απομένει να εξετάσουμε αν το αποδεικτικό παραλαβής της παραγγελίας αποτελεί και αποδοχή από τον φορέα της πρότασης του αποδέκτη ή αν είναι απλά επιβεβαιωτικό της λήψης της πρότασης και αναμένεται περαιτέρω η αποδοχή της<sup>300</sup>.

Από τη μία υποστηρίζεται ότι η σύμβαση καταρτίζεται με την περιέλευση στη σφαίρα εξουσίας του αποδέκτη του αποδεικτικού, το οποίο και λειτουργεί σαν αποδοχή της πρότασης<sup>301</sup>. Από την άλλη, υποστηρίζεται ότι δεν αρκεί η αποστολή του αποδεικτικού για την κατάρτιση της σύμβασης, διότι ο φορέας προβαίνει στη συνέχεια σε έλεγχο των διαθέσιμων προϊόντων που έχει, αφότου δηλαδή έχει επιβεβαιώσει τον αποδέκτη ότι έλαβε την παραγγελία του, οπότε και μπορεί να ανακαλύψει

---

<sup>297</sup> Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 255

<sup>298</sup> Παπαντώνη Μ., Νομικοί προβληματισμοί σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο, ΕΕμπΔ 2001, σελ. 396 όπου διατυπώνει αντίθετες σκέψεις.

<sup>299</sup> Εάν όμως θεωρηθεί η ιστοσελίδα ως πρόταση και η παραγγελία ως αποδοχή, τότε η σύμβαση συνήφθη από τότε που έλαβε ο φορέας την παραγγελία.

<sup>300</sup> Πιτσιρίκος Ι., Σύγχρονα μέσα επικοινωνίας για την κατάρτιση τυπικών δικαιοπραξιών ως ζήτημα της σχέσεως έγγραφου τύπου και δικαιοπραξίας, 2002, σελ. 592 επ. για την ανταλλαγή των επιβεβαιωτικών επιστολών

<sup>301</sup> Βλ. και Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 49 και Ιγγλεζάκη Ι., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 152, Ιγγλεζάκη Ι., Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Internet, ΕΕμπΔ 2000, σελ. 836 και κυρίως Αλεξανδρίδου Ε., Η πρόταση Οδηγίας της ΕΕ για το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία του καταναλωτή, ΔΕΕ 2000, σελ. 116 επ. για την παραπομπή στην ρύθμιση της Πρότασης Οδηγίας του 1999 για το ηλεκτρονικό εμπόριο και την προτεινόμενη τότε σχετική ρύθμιση.

μετέπειτα ότι δεν μπορεί να ανταποκριθεί στην παραγγελία<sup>302</sup>. Σε μια τέτοια περίπτωση όμως, θα έπρεπε ο αποδέκτης να είναι ενημερωμένος για τη διαδικασία αυτή που ακολουθείται και να γνωρίζει εκ των προτέρων ότι η σύμβαση θα καταρτιστεί σε μεταγενέστερο χρονικό σημείο από τότε που θα παραλάβει το αποδεικτικό της παραγγελίας του. Εν ολίγοις, κατά τη μάλλον ορθότερη άποψη, η αποστολή του αποδεικτικού είναι μια απλή ex lege υποχρέωση συναλλακτικής πίστης του φορέα, η παράβαση της οποίας συνεπάγεται ευθύνη (ενδοσυμβατική ή προσυμβατική)<sup>303</sup>

#### 4) Η εξαίρεση των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

Ο νομοθέτης στην παρ. 2 του ά. 10 του π.δ. 131/2003 εξαιρεί από τις υποχρεώσεις της παρ. 1 τις συμβάσεις που συνάπτονται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων ισοδύναμων μέσων επικοινωνίας<sup>304</sup>. Η εξαίρεση αυτή ως προς την διόρθωση λαθών δικαιολογείται από την κατά τεκμήριο μεγαλύτερη εξοικείωση των χρηστών του διαδικτύου με το χειρισμό αυτού του λογισμικού. Επίσης, σε σχέση με το αποδεικτικό, υποστηρίζεται ότι λόγω του έντονου ατομικού χαρακτήρα αυτής της επικοινωνίας η αποστολή του εν λόγω αποδεικτικού περιττεύει.

#### 5) Έννομες συνέπειες από την παράβαση των υποχρεώσεων του ά. 10 π.δ. 131/2003

Το ά. 10 π.δ. 131/2003 δεν προβλέπει κάποια έννομη συνέπεια για την περίπτωση παραβίασης από τον φορέα της υποχρέωσης του. Και πάλι όμως, για τους λόγους που εκτέθηκαν ανωτέρω δε μπορεί να εφαρμοστεί αναλογικά η συνέπεια της σχετικής ακυρότητας, διότι δεν προκύπτει από την τελολογική ερμηνεία της διάταξης του ά. 10 που είναι η προστασία του αποδέκτη και η ασφάλεια δικαίου.

Ο φορέας θα ευθύνεται κατά τις γενικές διατάξεις, όπως αναλύσαμε και ανωτέρω για την παραβίαση της υποχρέωσης του ά. 9 π.δ. 131/2003, δηλαδή βάσει της ΑΚ 198 για την ευθύνη από

---

<sup>302</sup> Ιγγλεζιάκης Ιωάννης Δ., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 154, Μακρής Σ., Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, σελ.892

<sup>303</sup> Χριστοδούλου Κ., Ηλεκτρονικά έγγραφα και ηλεκτρονική δικαιοπραξία, 2004, σελ. 270 επ.

<sup>304</sup> Βλ. σχετικά και ανωτέρω υπό Β Β 5



τις διαπραγματεύσεις, σε περίπτωση που δε συνάφθηκε τελικά η σύμβαση και την υποχρέωση αποκατάστασης του αρνητικού διαφέροντος. Επίσης, είναι πιθανόν, αν υπάρχει διάσταση μεταξύ βούλησης και δήλωσης του αποδέκτη να εφαρμοστούν τα ά. 140 επ ΑΚ. και να ακυρωθεί η συναφθείσα σύμβαση λόγω πλάνης του αποδέκτη. Ο φορέας όμως σε αυτήν την περίπτωση, δε θα δικαιούται να αξιώσει αποζημίωση από τον πλανηθέντα αποδέκτη για τη ζημιά που ενδεχομένως θα υποστεί από την ακύρωση της σύμβασης (το αρνητικό διαφέρον) κατά το ά. 145 ΑΚ, είτε βάσει της παρ. 2 του ά. 145 ΑΚ, είτε βάσει των ΑΚ 281 και 288 για την αντίθετη στην καλή πίστη συμπεριφορά του φορέα που αθέτησε την υποχρέωση του ά. 10<sup>305</sup>.

Ο χρήστης μπορεί να αξιώσει αυτοτελώς την εκπλήρωση της υποχρέωσης προς αποστολή αποδεικτικού από τον φορέα, προκειμένου να αρθεί η αβεβαιότητα σχετικά με το αν έλαβε εκείνος τη παραγγελία ή όχι. Μεγαλύτερη σημασία έχουν όμως, οι δευτερογενείς υποχρεώσεις του φορέα λόγω της ανώμαλης εξέλιξης της ενοχής<sup>306</sup>. Ο αποδέκτης μπορεί να ζητήσει την καταβολή αποζημίωσης για τη ζημιά που υπέστη λόγω της παράλειψης του φορέα, με βάση τις διατάξεις για την υπερημερία ή τη μη εκπλήρωση (ΑΚ 343 παρ. 1 και 341, 330 ΑΚ και 335 επ.)

## **Δ) ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΤΑ ΤΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ (ά. 5, 6 Π.Δ. 131/2003)**

Στα ά. 5 και 6 του π.δ. 131/2003 θεσπίζεται άλλη μια υποχρέωση πληροφόρησης του φορέα των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας προς τους αποδέκτες αυτών και είναι η πληροφόρηση κατά της εμπορικές επικοινωνίες (commercial communications), αφορά δηλαδή τις μεθόδους προώθησης των πωλήσεων των διάφορων επιχειρήσεων και επιτηδευματιών. Ο σκοπός της εν λόγω πληροφόρησης είναι να αντιλαμβάνονται οι χρήστες του διαδικτύου και αποδέκτες των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ότι πρόκειται για διαφημιστική προσπάθεια.

### 1) Έννοια εμπορικών επικοινωνιών

---

<sup>305</sup> Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 232 και 256 και βλ και υποσημείωση 40 με παραπομπή στην αντίστοιχη γερμανική νομοθεσία και Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 155

<sup>306</sup> Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 255

Στο ά. 1 περ. στ του π.δ. 131/2003 δίνεται ο ορισμός για τι ακριβώς εννοείται με τον όρο «εμπορικές επικοινωνίες»: είναι όλες οι μορφές επικοινωνίας που αποσκοπούν να προωθήσουν, άμεσα ή έμμεσα, αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού ή ενός προσώπου που ασκεί εμπορική, βιομηχανική ή βιοτεχνική δραστηριότητα ή νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα<sup>307</sup>.

Δεν συνιστούν καθ' αυτό εμπορική επικοινωνία σύμφωνα με το ά. 1: α) τα στοιχεία που επιτρέπουν την άμεση πρόσβαση στη δραστηριότητα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου, ιδίως το όνομα του τομέα (domain name) ή η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail address)<sup>308</sup>, β) οι επικοινωνίες που αφορούν αγαθά, υπηρεσίες ή την εικόνα της εν λόγω επιχείρησης, του οργανισμού ή του προσώπου οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τρόπο ανεξάρτητο από τη θέληση τους, ιδίως χωρίς οικονομικό αντάλλαγμα (από τρίτους δηλαδή).

Με τον ορισμό αυτό προσπάθησε ο νομοθέτης (ο κοινοτικός και έπειτα ο εθνικός) να συμπεριλάβει κάθε μορφής προσπάθεια που συνδέεται με την προώθηση μιας οικονομικής δραστηριότητας. Οι εμπορικές επικοινωνίες αποτελούν σαφώς υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας<sup>309</sup>.

## 2) Διαφήμιση στο διαδίκτυο

Το διαδίκτυο αποτέλεσε από την αρχή της εμφάνισης του πόλο έλξης για τους διαφημιστές, λόγω των πλεονεκτημάτων που τους παρείχε: άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με τους χρήστες του διαδικτύου, χαμηλό κόστος επικοινωνίας, ακρίβεια στη στόχευση του εμπορικού κοινού,

---

<sup>307</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ.103 επ. και Σιναιώτη Μαρούδη Α., Το «Πράσινο Βιβλίο: Κοινοτικές σκέψεις και στόχοι για τις εμπορικές επικοινωνίες και ιδιαίτερα τη διαφήμιση, ΕΕμπΔ 1999, σελ. 233 επ.,. Η εμπορική επικοινωνία στα πλαίσια των υπηρεσιών του ηλεκτρονικού εμπορίου παρουσίαζε διαφοροποιήσεις στα κράτη μέλη, γεγονός που δημιουργούσε αβεβαιότητα. Το 1996 η Επιτροπή εξέδωσε το πράσινο βιβλίο «οι εμπορικές επικοινωνίες στην εσωτερική αγορά» το οποίο αναφερόταν στα διάφορα είδη εμπορικές επικοινωνίας (διαφήμιση, sponsoring) σε ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές και στις νέες υπηρεσίες. Με βάση αυτή την πρωτοβουλία αυτή της Επιτροπής δόθηκε ο ορισμός των εμπορικών επικοινωνιών στο ά. 2 της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ. Βλ. Σαμαρά Χ., Η Οδηγία της Ε.Κ. σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο στην εσωτερική αγορά, ΔΕΕ 2000, σελ. 1201

<sup>308</sup> Σύνδεσμοι (links) που παραπέμπουν σε ιστοσελίδα ή σε e-mail ενός φορέα και καθιστούν δυνατή την αυτόματη πρόσβαση των χρηστών του διαδικτύου σε αυτές δεν αποτελούν εμπορική επικοινωνία. Ιγγλεζάκης Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 105

<sup>309</sup> Βλ. αιτιολογική σκέψη της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ υπ' αριθ. 18

δυνατότητα πειραματισμών και μέτρηση της απήχηση των διαφημιστικών μηνυμάτων<sup>310</sup>. Επίσης, δεν πρέπει να παραγνωρίζουμε τη σημασία των εμπορικών επικοινωνιών για το διαδίκτυο που συνίσταται κυρίως στο ότι αποτελούν βασική πηγή χρηματοδότησης πολλών διαδικτυακών τόπων που προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες στους χρήστες<sup>311</sup>.

Η διαδικτυακή διαφήμιση περιλαμβάνει πολλές μορφές διαφήμισης και επικοινωνίας καθώς και την απευθείας προώθηση πωλήσεων μέσω ατομικής επικοινωνίας. Εν προκειμένω, η διαφήμιση συνιστά έννοια γένους και περιλαμβάνει κάθε σύγχρονη μορφή διαφήμισης και προώθησης πωλήσεων<sup>312</sup>. Για τον λόγο αυτό επιλέχθηκε από τον νομοθέτη ο ευρύτερος όρος εμπορικές επικοινωνίες.

### 3) Ελληνικό δίκαιο διαφήμισης

Το ελληνικό δίκαιο της διαφήμισης αποτελείται από δύο βασικά νομοθετήματα: τον ν. 146/1914 και τον ν. 2251/1994 και βρίσκει πλήρη εφαρμογή στη διαδικτυακή διαφήμιση, όσον αφορά τους φορείς παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας που έχουν εγκατάσταση στην Ελλάδα σύμφωνα με το ά. 2 παρ 1 του π.δ. 131/2003 που καθιερώνει την αρχή της χώρας προέλευσης<sup>313</sup>. Το π.δ. 131/2003 θέτει κάποιες εξειδικευμένες ρυθμίσεις σε ζητήματα που δεν λύνονται από το δίκαιο της διαφήμισης και σε καμία περίπτωση δεν προσφέρει ολοκληρωμένη ρύθμιση της διαφήμισης. Δε θα προβούμε σε περαιτέρω αναλύσεις του ελληνικού δικαίου διαφήμισης στην παρούσα, παρά μόνο

---

<sup>310</sup> Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 95 και παραπομπή σε Μικρουλέα Α., Δίκαιο της διαφήμισης και Internet, ΔΕΕ 2001, σελ. 1091 επ. και αιτιολογικές σκέψεις υπ' αριθ. 29, 30, 31 της Οδηγίας 2000/31/EK

<sup>311</sup> Π.χ. facebook, yahoo, google κτλ Βλ. Για παραπάνω Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 95 επ. Καρακώστας Ι., Δίκαιο & Internet, 2003, σελ. 232 επ.

<sup>312</sup> Οι κυριότερες μορφές διαφημιστικής προβολής στο διαδίκτυο είναι : α) η δημιουργία μιας ιστοσελίδας, β) η χρήση των πλαισίων banner που είναι εικόνες γραφικών που εμφανίζονται σε κάποιο σημείο της ιστοσελίδας και αν κάνει ο χρήστης κλικ πάνω τους μεταφέρεται μέσω συνδέσμου στην ιστοσελίδα του διαφημιζόμενου., γ) τα αναδυόμενα παράθυρα (pop up και pop under advertising) τα οποία ανοίγουν αυτόματα με την είσοδο σε μια ιστοσελίδα με τη μορφή μικρού παράθυρου και δ) η μη αιτηθείσα εμπορική αλληλογραφία (spam) το οποία θα αναλύσουμε κατωτέρω. Για περισσότερα βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ.96 επ.

<sup>313</sup> Ιγγλεζάκης Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 98 επ. ο οποίος αναφέρει επίσης, ότι για την εύρεση του εφαρμοστέου δικαίου στο spam εφαρμόζονται οι διατάξεις του ιδιωτικού διεθνούς δικαίου

θα αναλύσουμε τις διατάξεις του π.δ. 131/2003 που σχετίζονται με τις εμπορικές επικοινωνίες, με θεματικό κέντρο πάντα την υποχρέωση πληροφόρησης του φορέα παροχής των υπηρεσιών<sup>314</sup>.

#### 4) Πληροφορίες σχετικά με τις εμπορικές επικοινωνίες (ά. 5 π.δ. 131/2003)

Στο ά. 5 του π.δ. 131/2003 επιβάλλεται η υποχρέωση στους φορείς που διαφημίζονται να παρέχουν κάποιες πληροφορίες στους αποδέκτες, οι οποίες συνιστούν ταυτόχρονα και όρους νομιμότητας των εμπορικών επικοινωνιών.

Οι εμπορικές επικοινωνίες που συνιστούν υπηρεσία της κοινωνίας της πληροφορίας ή αποτελούν μέρος της, οφείλουν να πληρούν τους ακόλουθους όρους :

##### α) η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμη.

Πρέπει δηλαδή να καθίσταται σαφές στον αποδέκτη ότι πρόκειται για διαφήμιση. Με τον τρόπο αυτό θα αποφευχθούν οι περιπτώσεις συγκαλυμμένων διαφημίσεων στο πλαίσιο των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας. Η εν λόγω διάταξη αποτελεί εξειδίκευση της αρχής του διαχωρισμού των διαφημίσεων από το πληροφοριακό τμήμα της ενημέρωσης<sup>315</sup>.

##### β) το φυσικό ή νομικό πρόσωπο για λογαριασμό του οποίου γίνεται η εμπορική επικοινωνία πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμο

Αυτό επιτυγχάνεται όταν π.χ. τίθεται το όνομα του εντολέα στο διαφημιστικό banner ή με παραπομπή στην ιστοσελίδα που θα προσφέρει πληροφορίες για την ταυτότητα του διαφημιζόμενου. Επίσης, όταν μια ιστοσελίδα αποτελεί αντικείμενο χορηγίας πρέπει κι αυτό το γεγονός να γνωστοποιείται στον αποδέκτη, εφόσον βέβαια η χορηγία γίνεται για διαφημιστικούς

---

<sup>314</sup> Βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 98 επ. και τις παραπομπές του σε ελληνική και ξένη βιβλιογραφία. Βλ. και Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 109

<sup>315</sup> Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 106

σκοπούς<sup>316</sup>. Η εν λόγω πρόβλεψη έχει ως σκοπό να εξασφαλίσει τη διαφάνεια που είναι αναγκαία στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

γ) οι προσφορές<sup>317</sup> πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμες

Τέτοιες προσφορές είναι οι εκπτώσεις, τα πριμ και τα διαφημιστικά δώρα. Στο μέτρο λοιπόν που αυτά επιτρέπονται<sup>318</sup>, μπορούν να λαμβάνουν χώρα αρκεί να είναι σαφώς αναγνωρίσιμα στον αποδέκτη. Επίσης, πρέπει να μπορεί εύκολα ο αποδέκτης να αποκτή πρόσβαση στους όρους που διέπουν τις προσφορές αυτές και μάλιστα, οι όροι αυτοί πρέπει να παρουσιάζονται με σαφήνεια και ακρίβεια.

δ) οι διαφημιστικοί διαγωνισμοί και τα διαφημιστικά παιχνίδια πρέπει να είναι σαφώς αναγνωρίσιμα

Και σε αυτήν την περίπτωση ισχύουν όσα αναφέρθηκαν ανωτέρω για τις προσφορές. Καταρχήν λοιπόν, οι διαγωνισμοί και τα παιχνίδια μπορούν να πραγματοποιούνται στο μέτρο που επιτρέπονται<sup>319</sup>. Ακόμη, πρέπει και οι όροι συμμετοχής σε αυτά να είναι προσιτοί, η πρόσβαση σε αυτούς να γίνεται χωρίς δυσκολία και να παρουσιάζονται με πληρότητα και ακρίβεια.

Με τις δύο ανωτέρω υπό γ και δ προβλέψεις, αποσκοπεί ο νομοθέτης στο να μη χρησιμοποιείται το διαδίκτυο ως μέσο καταστρατήγησης των κανόνων για τον αθέμιτο ανταγωνισμό και την προστασία του καταναλωτή. Οι φορείς λοιπόν, που παρέχουν υπηρεσίες πρέπει να καθιστούν αναγνωρίσιμες τις προσφορές και τους διαγωνισμούς που οργανώνουν και να πληροφορούν επαρκώς το διαδικτυακό κοινό σε σχέση με αυτά.

---

<sup>316</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 110

<sup>317</sup> Οι προσφορές και οι διαφημιστικοί διαγωνισμοί αποτελούν τη λεγόμενη έργω διαφήμιση, σε αντίθεση με άλλα είδη διαφήμισης που αποτελούν την εποπτική διαφήμιση.

<sup>318</sup> Για το πότε συμβαίνει αυτό, βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 111 επ., Ιγγλεζάκης Ι., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 107 επ

<sup>319</sup> Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 113 επ., Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ., Νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ.108 επ

Να σημειωθεί ότι από την εφαρμογή του ά. 5 π.δ. 131/2003 εξαιρούνται οι περιπτώσεις συμμετοχής σε τυχερά παιχνίδια, όπου ο παίκτης στοιχηματίζει χρηματική αξία, συμπεριλαμβανομένων των λαχείων και των στοιχημάτων, σύμφωνα με το ά. 20 του π.δ. 131/2003.

#### 5) Μη αιτηθείσα εμπορική επικοινωνία (spamming) ά. 6 π.δ. 131/2003

Στο ά. 6 του π.δ. 131/2003 γίνεται λόγος για το μείζον ζήτημα της μη αιτηθείσας εμπορικής αλληλογραφίας, για τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δηλαδή που αποστέλλονται μαζικά σε αμέτρητους παραλήπτες και περιέχουν διαφημιστικές ανακοινώσεις προς τους αποδέκτες, το λεγόμενο spamming<sup>320</sup>. Τα μειονεκτήματα και τα προβλήματα αυτής της μεθόδου είναι πολλά, αλλά η εξέταση τους δε μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο της παρούσας<sup>321</sup>. Θα αναφερθούμε εν τάχει στην υποχρέωση του φορέα, όπως την ορίζει το ά. 6, να είναι η εμπορική επικοινωνία αυτού του είδους σαφώς αναγνωρίσιμη από τον αποδέκτη.

Προβλέπεται λοιπόν, στο ά. 6 ότι η εμπορική επικοινωνία με κάποιον παραλήπτη, που δεν την έχει ζητήσει, αν γίνεται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κι εφόσον δεν απαγορεύεται<sup>322</sup>, πρέπει να

---

<sup>320</sup> Junk mail, unsolicited bulk e-mail. Ο όρος spam αποτελεί αρκτικόλεξο των λέξεων “spiced pork and meat” και προέρχεται από ένα σκετς των Monty Pythons, στο οποίο στους πελάτες ενός εστιατορίου σερβιρόταν μόνο spam, ανεξάρτητα από το τι είχαν παραγγείλει.

<sup>321</sup> Ιγγλεζάκης Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 110 επ, Παπακωνσταντίνου Ε., Νομικά θέματα πληροφορικής, 2006, σελ. 447 επ, Κόμνιος, Η ανεπιθύμητη εμπορική ηλεκτρονική αλληλογραφία, ΕπισκΕμπ 2002, σελ. 1006 επ.

<sup>322</sup> Το π.δ. 131/2003 σε καμία περίπτωση δεν προβαίνει στη ρύθμιση του θέματος του spam. Συμπληρώνει τις υπάρχουσες διατάξεις του ελληνικού δικαίου. Βλ και την αιτιολογική σκέψη υπ’ αριθ. 30 της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ. Για την προϋπόθεση του ά. 6 και γενικότερα για το επιτρεπτό του spam από το ελληνικό δίκαιο, βλ. Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 223 επ. Συνοπτικά, να αναφέρουμε ότι στην εθνική έννομη τάξη, βάσει του ά. 6 του ν. 2251/1994, το ά. 11 του ν. 3471/2006 και τον ν. 2472/1997, ισχύει το σύστημα opt in, δηλαδή το spam καταρχήν απαγορεύεται, εκτός αν ο χρήστης του διαδικτύου, έχει δηλώσει ρητά ότι δέχεται την αποστολή τέτοιων μηνυμάτων στο e-mail του. Βλ. και την πρόβλεψη της παρ. 2 του ά.6 π.δ. 131/2003 για την τήρηση μητρώων αποχής στα οποία μπορούν να εγγράφονται τα φυσικά πρόσωπα που δεν επιθυμούν να λαμβάνουν τέτοιου είδους διαφημίσεις. Αυτά τα μητρώα πρέπει να τα συμβουλευούνται οι φορείς παροχής υπηρεσιών που αναλαμβάνουν δραστηριότητες μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών. Βλ. Σαμαρά Χ., Η Οδηγία της Ε.Κ. σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο στην εσωτερική αγορά, ΔΕΕ 2000, σελ. 1203, Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 115 επ., όμως τα μητρώα αυτά έχουν νόημα σε χώρες που ισχύει το σύστημα opt out και όχι το opt in της Ελλάδας. Σε καμία πάντως περίπτωση, το ά. 6 του π.δ. 131/2003 δεν έχει σκοπό τροποποίησης των μέχρι τώρα ισχυόντων στο χώρο της

αναγνωρίζεται σαφώς κι επακριβώς ευθύς ως περιέλθει σε αυτόν. Πρέπει να αναφέρεται το θέμα του μηνύματος και τα στοιχεία του αποστολέα, ώστε να είναι αναγνωρίσιμη η ιδιότητα του αποστολέα <sup>323</sup>. Η πρόθεση του νομοθέτη με τη θέσπιση της συγκεκριμένης υποχρέωσης είναι να διαφωτίζεται ο αποδέκτης για το είδος της επικοινωνίας αυτής και να την ξεχωρίζει από τα λοιπά μηνύματα της αλληλογραφίας του. Πρέπει δηλαδή ο παραλήπτης να μπορεί να αναγνωρίσει τα μηνύματα ως διαφήμιση από το πρώτο πλάνο και να μη χρειαστεί καν να τα ανοίξει. Ακόμη, δηλαδή κι αν ο αποδέκτης έχει ζητήσει την αποστολή τέτοιων μηνυμάτων, θα πρέπει και πάλι ο διαφημιστικός χαρακτήρας αυτών να είναι εμφανής.

#### 6) Έννομες συνέπειες από την παραβίαση του ά. 5 π.δ. 131/2003

Στο ά 5 π.δ. 131/2003 δεν προβλέπεται κάποια κύρωση για την περίπτωση παράβασης των ρυθμίσεων του από τον διαφημιζόμενο φορέα παροχής υπηρεσιών.

Εφαρμόζεται όμως σε αυτήν την περίπτωση η διάταξη του ά. 19 π.δ. 131/2003 σχετικά με τις κυρώσεις λόγω παράβασης γενικά των ρυθμίσεων του π.δ. 131/2003. Οι παραβάτες θα τιμωρηθούν με τις κυρώσεις του ά. 14 του ν. 2251/1994, στην οποία προβλέπεται η επιβολή προστίμου και σε περίπτωση υποτροπής, το πρόστιμο διπλασιάζεται και τέλος για περιπτώσεις επανειλημμένης υποτροπής είναι δυνατή η επιβολή διακοπής της λειτουργίας της επιχείρησης για κάποιο χρονικό διάστημα. Ακόμη, θα μπορούσαν να εφαρμοστούν οι κυρώσεις του Αγορανομικού Κώδικα, όπως αυτός ισχύει. Επίσης, το ά. 14 του ν. 3471/2006 <sup>324</sup> καθιερώνει ευθύνη προς αποκατάσταση περιουσιακής και μη ζημίας. Τέλος, ανάλογη εφαρμογή μπορεί να έχουν όσα αναλύσαμε ανωτέρω <sup>325</sup> για τη θεώρηση της παράβασης της εν λόγω διάταξης ως παράβασης κανόνα ηθικά φορτισμένου που επισύρει την εφαρμογή του ά. 1 του ν. 146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

---

διαφήμισης, αλλά η συγκεκριμένη πρόβλεψη ήταν απλώς μια αστοχία του εθνικού νομοθέτη, ο οποίος μετέφερε την αυτούσια την αντίστοιχη διάταξη της οδηγίας 2000/31/EK, χωρίς να αναλογιστεί την αντίθεση της με τα ισχύοντα στην εθνική έννομη τάξη.

<sup>323</sup> Για τη διασφάλιση της απαραίτητης διαφάνειας θα πρέπει να αναφέρεται η ηλεκτρονική διεύθυνση του αποστολέα βλ. Ιγγλεζάκη Ι., Το νομικό πλαίσιο ηλεκτρονικού εμπορίου, 2003 σελ. 114

<sup>324</sup> Αποτελεί μεταφορά της Οδηγίας 2002/58/EK για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

<sup>325</sup> Βλ. υπό Β 4 Α 5

## **5. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ Α.2 ΤΟΥ Ν. 2251/1994 ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΟΥΣ Γ.Ο.Σ.**

Οι συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου είναι είτε συμβάσεις προσχώρησης σε προσυντεταγμένα ηλεκτρονικά έγγραφα, είτε συμβάσεις με προδιατυπωμένους Γ.Ο.Σ.<sup>326</sup>, γεγονός που δηλώνει την ανισορροπία ισχύος μεταξύ των δύο μερών<sup>327</sup>. Οι Γ.Ο.Σ. είναι όροι μιας σύμβασης που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων από τον έναν συμβαλλόμενο και προορίζονται να αποτελέσουν τυπικό και ομοιόμορφο περιεχόμενο απροσδιόριστου αριθμού μελλοντικών συμβάσεων.

Στις περιπτώσεις λοιπόν ένταξης των Γ.Ο.Σ σε μια ηλεκτρονικά καταρτιζόμενη σύμβαση, εφαρμόζεται το ά. 2 του ν. 2251/1994. Ο χρήστης του διαδικτύου κινείται στην ηλεκτρονική αγορά του διαδικτύου στην οποία προσφέρονται αγαθά και υπηρεσίες. Όταν αποτελεί τον τελικό αποδέκτη αυτών, προστατεύεται ως καταναλωτής βάσει του ν. 2251/1994.

Προκειμένου οι Γ.Ο.Σ. να είναι δεσμευτικοί πρέπει ο φορέας να τους υποδείξει στον αποδέκτη και να εξασφαλίζει τη δυνατότητα πραγματικής γνώσης αυτών. Αυτή η υποχρέωση του φορέα κατά βάση αποτελεί άλλη μια υποχρέωση πληροφόρησης του αποδέκτη των υπηρεσιών του. Επιγραμματικά θα αναφερθούμε στον τρόπο με τον οποίο μπορεί να εκπληρωθεί από τον φορέα η υποχρέωση του ά. 2 του ν. 2251/1994, χωρίς όμως ιδιαίτερες αναλύσεις των κανόνων που διέπουν τους Γ.Ο.Σ οι οποίοι και αποτελούν ένα πολύ μεγάλο κεφάλαιο στο δίκαιο προστασίας του καταναλωτή.

Η υπόδειξη των Γ.Ο.Σ από τον φορέα πρέπει να είναι ρητή, πρέπει να δηλαδή να επιστήσει την προσοχή του αποδέκτη στην ύπαρξη των όρων και κατά συνέπεια στο περιεχόμενό τους. Θα πρέπει να εμφανίζονται οι Γ.Ο.Σ. σε εμφανές – κεντρικό σημείο της ιστοσελίδας του ή του μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Πρέπει να τονίσουμε βέβαια, ότι πρέπει οι Γ.Ο.Σ προκειμένου να βρίσκονται σε άμεση συνάρτηση με την κατάρτιση της σύμβασης, να αναφέρονται και στη σελίδα ή στο μήνυμα όπου υπάρχει το έντυπο της παραγγελίας προς συμπλήρωση, ενώ δεν αρκεί να αναφέρονται στην κεντρική ιστοσελίδα του φορέα ή στο κεντρικό μενού πλοήγησης (navigation bar). Αρκεί προς τον σκοπό αυτό και η χρήση κάποιου συνδέσμου που παραπέμπει τον χρήστη στο κείμενο των Γ.Ο.Σ. Αυτό δηλαδή που ενδιαφέρει τον νομοθέτη είναι να υποδεικνύονται οι Γ.Ο.Σ

---

<sup>326</sup> Τζίβα Ε., Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούς όρους συναλλαγών, ΔΕΕ 2003, σελ. 1047 επ. για το περιεχόμενο των Γ.Ο.Σ. στις ηλεκτρονικά καταρτιζόμενες συμβάσεις.

<sup>327</sup> Καρακώστας Ι., Δίκαιο & Internet, 2003, σελ. 222



κατά τρόπο, ώστε να είναι άμεσα συναρτημένοι με την παραγγελία<sup>328</sup>. Επίσης, αρκεί κατά τα γενικώς ισχύοντα, να γίνεται παραπομπή στο σύνολο των Γ.Ο.Σ, χωρίς να απαιτείται αναφορά στο περιεχόμενο της κάθε κατ' ιδίαν ρήτρας<sup>329</sup>

Ακόμη, πρέπει οι Γ.Ο.Σ να είναι ευανάγνωστοι, σαφείς και απλά διατυπωμένοι, ώστε να γίνονται κατανοητοί. Όσον αφορά τη γλώσσα διατύπωσης τους, προκειμένου για φορείς παροχής υπηρεσιών που έχουν την επαγγελματική εγκατάστασή τους στην Ελλάδα και απευθύνονται σε έλληνες χρήστες, οι Γ.Ο.Σ. θα πρέπει να είναι διατυπωμένοι στα ελληνικά, με εξαίρεση τους όρους των διεθνών συναλλαγών, όσων δηλαδή εμπεριέχουν στοιχεία αλλοδαπότητας<sup>330</sup>. Τέλος, είναι ευνόητο ότι η υπόδειξη των Γ.Ο.Σ πρέπει να γίνεται πάντα πριν από την υποβολή της παραγγελίας εκ μέρους του χρήστη του διαδικτύου.

Τέλος, η ερμηνεία των Γ.Ο.Σ γίνεται βάσει των ά. 173 και 200 ΑΚ και των ειδικών ερμηνευτικών κανόνων του ά. 2 παρ. 4 και 5 του ν. 2251/1994.

## **6. Η ΣΥΜΒΑΣΗ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΩΣ ΣΥΜΒΑΣΗ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ**

Οι συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου αποτελεί όπως έχουμε ήδη αναφέρει μια από τις συνηθέστερες συμβάσεις που συνάπτονται από απόσταση.

### 1) Εφαρμογή του ά. 4 ν. 2251/1994 στις συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου

---

<sup>328</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 62 και Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2004, σελ. 266 όπου τονίζεται ότι αν ο αποδέκτης των υπηρεσιών κάνει την παραγγελία του με τη χρήση απλού μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, στο οποίο δε γίνεται αναφορά στους Γ.Ο.Σ., τότε ο η αποδοχή εκ μέρους του προμηθευτή με επίκληση των Γ.Ο.Σ. θα αποτελεί αποποίηση συνοδευόμενη με νέα πρόταση κατά την ΑΚ 191 εδ β', την οποία και θα πρέπει να αποδεχτεί ο καταναλωτής. Το ότι ο φορέας είχε υποδείξει τους Γ.Ο.Σ. στην ιστοσελίδα του, δεν αρκεί για να ενσωματωθούν στη σύμβαση, διότι κατά την άποψη που δεχτήκαμε ανωτέρω, η προβολή των προϊόντων και των υπηρεσιών σε μια ιστοσελίδα, αποτελεί πρόσκληση προς υποβολή πρότασης προς κατάρτιση σύμβασης.

<sup>329</sup> Γεωργιάδης Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2004, σελ. 266

<sup>330</sup> Σινανιωτή – Μαρούδα Α., Φαρσαρώτας Ι., Ηλεκτρονική τραπεζική, 2005, σελ. 125. Στις περιπτώσεις αυτές η γλώσσα των Γ.Ο.Σ. θα κριθεί ad hoc με βάση τη γλώσσα των διαπραγματεύσεων και της κύριας σύμβασης. Βλ. και Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2004, σελ. 273 επ.

Η σύμβαση που συνάπτεται μέσω του internet είναι σύμβαση από απόσταση, καθώς πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις της έννοιας των συμβάσεων από απόσταση κατά το ά. 4 παρ. 1 του ν. 2251/1994<sup>331</sup>.

Οι ρυθμίσεις του π.δ. 131/2003 συμπληρώνουν αυτές του ά. 4 του ν. 2251/1994, οι οποίες και καταρχήν εφαρμόζονται και στις ηλεκτρονικά καταρτιζόμενες συμβάσεις, όταν ο αποδέκτης των υπηρεσιών εμπίπτει στην έννοια του καταναλωτή του ά.4 του ν. 2251/1994. Το γεγονός αυτό προκύπτει από το εδάφιο γ' της παρ. 12 του ά. 4 του ν. 2251/1994, όπου προβλέπεται ότι οι διατάξεις του ά. 4 ισχύουν με την επιφύλαξη ειδικότερων κοινοτικών διατάξεων ή εναρμονισμένων προς αυτές εθνικών διατάξεων που διέπουν ορισμένους τύπους συμβάσεων από απόσταση ή ορισμένες πλευρές αυτών. Σε κάθε περίπτωση που έχει θεσπιστεί μια ειδικότερη διάταξη για ένα θέμα, αυτή θα υπερισχύει της ανάλογης πρόβλεψης του ν. 2251/1994.

## 2) Ανάλογη εφαρμογή του δικαιώματος υπαναχώρησης

Όταν λοιπόν, εφαρμόζεται σε μια σύμβαση που καταρτίζεται μέσω διαδικτύου το ά. 4 του ν. 2251/1994 σύμφωνα με τα ανωτέρω εκτεθέντα, τότε δίνεται στον αποδέκτη των υπηρεσιών – καταναλωτή το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση, όπως αυτό ρυθμίζεται από την παρ. 10 του ά. 4<sup>332</sup>. Το ότι ο νομοθέτης δεν αναφέρεται ρητά στο δικαίωμα αυτό στο π.δ. 131/2003, δε σημαίνει ότι αποκλείει την εφαρμογή του, αλλά απλώς ότι στο π.δ. 131/2003 ρυθμίζονται οι συναλλακτικές σχέσεις κάθε αποδέκτη υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και όχι μόνο του καταναλωτή<sup>333</sup>.

Επί του θέματος αυτού, υποστηρίζεται ότι η εφαρμογή του δικαιώματος υπαναχώρησης στις συμβάσεις του διαδικτύου λειτουργεί σε βάρος της ταχύτητας των συναλλαγών που χαρακτηρίζει το

---

<sup>331</sup> Βλ. σχετικά ανωτέρω υπό Α 2 1. Όπως σωστά τονίζεται, η ύπαρξη και των δύο συμβαλλομένων μερών στον Κυβερνοχώρο δεν αρκεί για τον αποκλεισμό της εφαρμογής του ά. 4 του ν. 2251/1994 στις συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου, καθώς δε μπορεί να θεωρηθεί ότι παρευρίσκονται στον ίδιο "χώρο". Βλ. Γεωργιάδη Γ., Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, 2003, σελ. 291 και την υποσημείωση 12 με παραπομπή στη βιβλιογραφία Σιδηρόπουλος Γ., Το δίκαιο του Διαδικτύου, 2008, σελ. 7, Ιγγλεζάκης Ι., Εισαγωγή στο δίκαιο της πληροφορικής, 2006, σελ. 150 επ., Ιγγλεζάκη Ι., Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Internet, ΕΕμπΔ 2000, σελ. 823 επ.

<sup>332</sup> Για το δικαίωμα υπαναχώρησης βλ. ανωτέρω υπό Α 4

<sup>333</sup> Βλ. σχετικά Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 62 επ.

διαδίκτυο. Όμως, εν προκειμένω, η προστασία του καταναλωτή λόγω της αβεβαιότητας που εκείνος έχει σχετικά με το αντικείμενο της σύμβασης και το πρόσωπο του αντισυμβαλλόμενου του, προκρίνεται ως πιο σημαντική και ως εκ τούτου θεωρείται ο καταναλωτής άξιος προστασίας και στο διαδίκτυο. Άλλωστε, οι ίδιοι λόγοι που επέβαλαν την πρόβλεψη της δυνατότητας υπαναχώρησης υφίστανται και στον χώρο του διαδικτύου και μάλιστα, λόγω της ταχύτητας των ηλεκτρονικών συναλλαγών και των συνθηκών "εικονικής" πραγματικότητας που χαρακτηρίζουν το διαδίκτυο, θα λέγαμε πως το δικαίωμα υπαναχώρησης στο διαδίκτυο αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία.

### 3) Τα μέσα προστασίας κατά τις διατάξεις για τη σύμβαση από απόσταση

Ζήτημα τίθεται σχετικά με το επιτρεπτό ή μη της ανάλογης εφαρμογής της επιβολής της κύρωσης της σχετικής ακυρότητας σε μια σύμβαση μέσω διαδικτύου, στην περίπτωση που ο φορέας παροχής των υπηρεσιών δεν εκπληρώσει τις υποχρεώσεις πληροφόρησης που του επιβάλλει ο νομοθέτης του π.δ. 131/2003, καθώς το π.δ. 131/2003, όπως ήδη αναφέραμε δεν προβλέπει κάποια κύρωση για τον φορέα για τη μη εκπλήρωση της υποχρέωσης του ά. 4 και του ά. 9. Όπως αναλύσαμε ανωτέρω, υποστηρίζεται η αναλογική εφαρμογή της κύρωσης της σχετικής ακυρότητας μόνο στην περίπτωση της μη παροχής των γενικών πληροφοριών του ά. 4 π.δ. 131/2003 και όχι στην περίπτωση παραβίασης του ά. 9 π.δ. 131/2003.

Σε κάθε περίπτωση βέβαια που ο αποδέκτης των υπηρεσιών αποτελεί και καταναλωτή σύμφωνα με το ά. 1 του ν. 2251/1994, τότε θα υφίστανται οι υποχρεώσεις του φορέα προς πληροφόρηση σύμφωνα με τις παρ. 2 και 9 του ά.4 του ν. 2251/1994 και σε περίπτωση παραβίασης αυτών, θα επέρχεται ως συνέπεια η σχετικής ακυρότητα της σύμβασης υπέρ του καταναλωτή.

## **7. Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

Σχετικά με την Πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα του καταναλωτή, όπως αυτή αναλύθηκε ανωτέρω, ας επισημάνουμε ότι οι διατάξεις της Οδηγίας 2000/31/EK και κατ' επέκταση του π.δ. 131/2003 δεν επηρεάζονται από τις νέες ρυθμίσεις. Μάλιστα, όπως αναφέρεται στην υπ' αριθ. 25 αιτιολογική σκέψη αυτής, οι διατάξεις για τις συμβάσεις από απόσταση εφαρμόζονται με την επιφύλαξη των διατάξεων για τη σύναψη ηλεκτρονικών συμβάσεων και την αποστολή ηλεκτρονικών παραγγελιών.

Ακόμη, στο ά. 3 παρ. 4 της Πρότασης προβλέπεται ότι τα ά. αυτής που αφορούν την πληροφόρηση του καταναλωτή (5,7,9,11) δε θίγουν τις διατάξεις για τις απαιτήσεις ενημέρωσης στον χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Συνεπώς, τα ά. 4, 5 και 10 του π.δ. 131/2003 θα παραμείνουν σε ισχύ και θα εφαρμόζονται παράλληλα με τις νέες ρυθμίσεις για την πληροφόρηση του καταναλωτή, όπως αυτές τελικά θα προβλεφθούν. Τέλος, στο ά. 14 παρ. 2 της Πρότασης προβλέπεται άλλος ένας τρόπος δήλωσης της υπαναχώρησης στις συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου με την ηλεκτρονική υποβολή του εντύπου υπαναχώρησης.

## **8. ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ**

Το ΔΕΚ έχει εκδώσει μια εξαιρετικά σημαντική απόφαση που σχετίζεται με το αντικείμενο της παρούσας εργασίας.

### **Υπόθεση C-298/07, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV κατά deutsche internet versicherung AG**

Σύμφωνα με την απόφαση αυτή λοιπόν, κρίθηκε ότι το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της οδηγίας 2000/31, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά, πρέπει να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να προσφέρει στους αποδέκτες της υπηρεσίας, πριν καν συνάψει σύμβαση με αυτούς, εκτός από τη διεύθυνσή του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλες πληροφορίες που παρέχουν τη δυνατότητα ταχείας επαφής καθώς και άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας. Οι πληροφορίες αυτές δεν χρειάζεται να περιλαμβάνουν υποχρεωτικά αριθμό τηλεφώνου. Μπορούν να συνίστανται σε ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής, δια του οποίου οι αποδέκτες της υπηρεσίας μπορούν να απευθύνονται μέσω διαδικτύου στον φορέα παροχής υπηρεσιών και στο οποίο ο φορέας αυτός απαντά με ηλεκτρονικό μήνυμα, εκτός των περιπτώσεων κατά τις οποίες ο αποδέκτης της υπηρεσίας, αδυνατώντας, μετά την ηλεκτρονικού τύπου επαφή με τον φορέα παροχής υπηρεσιών, να συνδεθεί με το ηλεκτρονικό δίκτυο, ζητεί από τον φορέα αυτόν να του παράσχει πρόσβαση σε άλλο τρόπο μη ηλεκτρονικής επικοινωνίας.

Στη συγκεκριμένη υπόθεση εμπλεκόμενα μέρη ήταν μια είναι εταιρία ασφάλισης οχημάτων που πρόσφερε τις υπηρεσίες της αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. Στην ιστοσελίδα της, η εταιρία αυτή ανέφερε την ταχυδρομική και την ηλεκτρονική της διεύθυνση, όχι όμως και τον αριθμό τηλεφώνου της. Ο αριθμός αυτός ανακοινωνόταν μόνο μετά τη σύναψη σύμβασης ασφάλισης. Αντιθέτως, οι

ενδιαφερόμενοι για τις υπηρεσίες της εταιρείας είχαν τη δυνατότητα να της απευθύνουν ερωτήσεις συμπληρώνοντας ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής, οι απαντήσεις στο οποίο αποστέλλονταν με ηλεκτρονικό μήνυμα. Μια γερμανική ομοσπονδία ενώσεων καταναλωτών, θεωρούσε όμως ότι η εταιρεία όφειλε να αναγράφει τον αριθμό τηλεφώνου της στην ιστοσελίδα της. Συγκεκριμένα, προέβαλε το επιχείρημα ότι αυτό αποτελούσε το μοναδικό μέσο που εξασφαλίζει άμεση επικοινωνία μεταξύ ενός δυνητικού πελάτη και της ασφαλιστικής αυτής εταιρείας. Το Δ.Ε.Κ. όμως έκρινε ότι δυνάμει του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της οδηγίας, ο φορέας παροχής υπηρεσιών πρέπει να προσφέρει στους αποδέκτες της υπηρεσίας του πρόσβαση σε ορισμένες ελάχιστες πληροφορίες μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται τα στοιχεία του, συμπεριλαμβανομένης της διεύθυνσής του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι οποίες παρέχουν στους αποδέκτες αυτούς τη δυνατότητα ταχείας επαφής και άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας μαζί του. Επομένως, από το γράμμα του εν λόγω άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ', και, ιδιαίτερα, από τη μετοχή «συμπεριλαμβανομένης», προκύπτει ότι η βούληση του κοινοτικού νομοθέτη ήταν να υποχρεωθεί ο φορέας παροχής υπηρεσιών να θέτει στη διάθεση των αποδεκτών της υπηρεσίας, εκτός από τη διεύθυνσή του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, πρόσθετες πληροφορίες που παρέχουν τη δυνατότητα επίτευξης του σκοπού της διάταξης αυτής.

Η μνεία της «διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου», που γίνεται στο άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της οδηγίας, απηχεί τη θέληση του κοινοτικού νομοθέτη να εξασφαλίσει ότι η πληροφορία αυτή, που παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικής επικοινωνίας, θα διατίθεται υποχρεωτικά από τον φορέα παροχής υπηρεσιών στους αποδέκτες της υπηρεσίας του, χωρίς ωστόσο τούτο να σημαίνει ότι ο νομοθέτης θέλησε να απορρίψει άλλα είδη επικοινωνίας, μη ηλεκτρονικά, τα οποία μπορεί να χρησιμοποιούνται επικουρικά. Συγκεκριμένα, οι αποδέκτες της υπηρεσίας, ελλείψει δυνατότητας να χρησιμοποιήσουν, ενδεχομένως, άλλα είδη επικοινωνίας, στην περίπτωση που, μετά από μια αρχική επαφή ηλεκτρονικής μορφής με τον φορέα παροχής των υπηρεσιών, δεν είναι σε θέση προσωρινά να συνδεθούν με το ηλεκτρονικό δίκτυο, μπορεί να περιέλθουν σε αδυναμία σύναψης συμβάσεως και, έτσι, να αποκλεισθούν από την αγορά. Ο αποκλεισμός αυτός είναι ικανός να αποδυναμώσει και να αποσυνδέσει τον οικείο τομέα από την υπόλοιπη αγορά και, ως εκ τούτου, να αποτελέσει εμπόδιο στη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, στερώντας την οδηγία από μέρος της πρακτικής της αποτελεσματικότητας. Άλλωστε, η παροχή ενός πρόσθετου τρόπου επικοινωνίας, ενδεχομένως, μη ηλεκτρονικής μορφής, στους αποδέκτες της

υπηρεσίας δεν μπορεί, επιπλέον, να θεωρηθεί ως σημαντική οικονομική επιβάρυνση για ένα φορέα παροχής υπηρεσιών που προσφέρει τις υπηρεσίες του στο διαδίκτυο.

Ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να προσφέρει στους αποδέκτες της υπηρεσίας έναν πρόσθετο τρόπο επικοινωνίας ταχύ, άμεσο και ουσιαστικό, εκτός της διεύθυνσής του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τίθεται το ζήτημα αν οι πληροφορίες που παρέχουν πρόσβαση, για τους αποδέκτες των υπηρεσιών, στον πρόσθετο αυτό τρόπο επικοινωνίας πρέπει αναγκαστικά να περιλαμβάνουν αριθμό τηλεφώνου.

Υποστηρίχθηκε ότι ο φορέας παροχής των υπηρεσιών οφείλει να παρέχει στους αποδέκτες της υπηρεσίας τον αριθμό τηλεφώνου του, διότι μόνον το τηλέφωνο μπορεί να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις μιας άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας υπό την έννοια της οδηγίας. Συγκεκριμένα, μια άμεση επικοινωνία συνεπάγεται υποχρεωτικά διαπροσωπική επαφή και μια ουσιαστική επικοινωνία συνεπάγεται τη σχεδόν ακαριαία και όχι ετεροχρονισμένη επεξεργασία των μεταδιδόμενων πληροφοριών. Συναφώς, επιβάλλεται εκ προοιμίου η επισήμανση ότι το επίθετο «άμεση», υπό την έννοια του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της οδηγίας, συνεπάγεται όχι αναγκαστικά μια επικοινωνία υπό τη μορφή συνομιλίας, δηλαδή ενός πραγματικού διαλόγου, αλλά μόνον την απουσία παρένθετου προσώπου. Εξάλλου, μια ουσιαστική επικοινωνία δεν μπορεί να σημαίνει ότι πρέπει να δίδεται πάραυτα η απάντηση σε υποβληθείσα ερώτηση. Αντιθέτως, πρέπει να θεωρείται ότι μια επικοινωνία είναι ουσιαστική αν παρέχει τη δυνατότητα λήψης κατάλληλων πληροφοριών εντός προθεσμίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες ή τις νόμιμες προσδοκίες του αποδέκτη της υπηρεσίας. Είναι προφανές ότι, εκτός από το τηλέφωνο, υπάρχουν και άλλοι τρόποι επικοινωνίας δυνάμενοι να ανταποκριθούν στα κριτήρια της άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ', της οδηγίας, δηλαδή της επικοινωνίας που πραγματοποιείται χωρίς παρένθετο πρόσωπο και που παρουσιάζει σε επαρκή βαθμό αμεσότητα ανταπόκρισης, όπως όταν υπάρχει προσωπική επαφή με κάποιο αρμόδιο άτομο στα γραφεία του φορέα παροχής υπηρεσιών ή μέσω τηλεομοιοτυπίας.

Κατόπιν των ανωτέρω σκέψεων κατέληξε το Δ.Ε.Κ. στο ότι ο αριθμός τηλεφώνου δεν μπορεί να περιλαμβάνεται αναγκαστικά στις πληροφορίες που παρέχουν πρόσβαση στον άλλο αυτό τρόπο επικοινωνίας που ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να προσφέρει στους αποδέκτες της υπηρεσίας, πριν καν συνάψει σύμβαση με αυτούς.

## **9. ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΚΑΙΟΔΟΣΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟ ΔΙΚΑΙΟ**

Είναι ευνόητο ότι οι το διαδίκτυο ευνοεί την ανάπτυξη των διασυνοριακών συναλλαγών. Στις περιπτώσεις όμως αυτές ανακύπτει και πάλι το ερώτημα του ποιο είναι το εφαρμοστέο δίκαιο σε κάθε περίπτωση και ποιού κράτος το Δικαστήριο είναι αρμόδιο να επιλύσει τις όποιες διαφορές ανακύψουν από μια τέτοια συναλλαγή<sup>334</sup>. Το π.δ. 131/2003 δεν περιέχει κάποια ρύθμιση για το θέμα αυτό, οπότε και θα εφαρμοστούν ο Κανονισμός 44/2001 που αντικατέστησε τη Σύμβαση των Βρυξελλών και η Σύμβαση της Ρώμης

---

<sup>334</sup> Όσον αφορά τη διεθνή δικαιοδοσία σε ενοχές από καταναλωτικές συμβάσεις, ορίζεται από το ά. 16 του Κανονισμού ΕΚ/44/2001 (που αντικατέστησε το αντίστοιχο ά. 14 της Σύμβασης των Βρυξελλών) ότι η αγωγή του καταναλωτή κατά του αντισυμβαλλόμενου του θα ασκηθεί είτε στο Δικαστήριο του κράτους μέλους όπου έχει την κατοικία του ο αντισυμβαλλόμενος του, είτε στο Δικαστήριο του τόπου κατοικίας του καταναλωτή. Αν πάλι, ο καταναλωτής είναι εναγόμενος, αρμόδιο είναι το Δικαστήριο του κράτους μέλους του τόπου κατοικίας του. Για περισσότερα βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 120 επ., Αλεξανδρίδου Ε., Διεθνής δικαιοδοσία σε συμβάσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, Αρμενόπουλος 2001, σελ. 1721, Άνθιμος Α., Η πρόταση κανονισμού για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις, Δίκη 2000, σελ. 567 επ., Άνθιμος Α., Καθορισμός της διεθνούς δικαιοδοσίας στις καταναλωτικές συμβάσεις που συνάπτονται μέσω internet, Αρμενόπουλος 2001, σελ. 1723 επ., Βασιλακάκη Ε., Τροποποιήσεις της σύμβασης των Βρυξελλών που αφορούν στη διεθνή δικαιοδοσία, Αρμενόπουλος 2001, σελ. 1673 επ., Γραμματικάκη Αλεξίου Α., Ηλεκτρονικό εμπόριο, Ιδιωτικό διεθνές δίκαιο, διεθνές ομοιόμορφο δίκαιο και κοινοτικές ρυθμιστικές προσπάθειες, ΕΕΕυρΔ 2001 ειδικό τεύχος, σελ. 135 επ., Γραμματικάκη Αλεξίου, Internet και ιδιωτικό διεθνές δίκαιο, συμβατικές και αδικοπρακτικές ενοχές στον κυβερνοχώρο, Αρμενόπουλος 1998, σελ. 409 και Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορολόγου, ΝοΒ 2007, σελ. 1495 επ., Τζίβα Ε., Η εξωδικαστηριακή επίλυση των καταναλωτικών διαφορών ιδίως στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ΕΕμπΔ 2003, σελ. 734 επ.

Σχετικά, με το εφαρμοστέο δίκαιο ρυθμίζει σχετικά η Σύμβαση της Ρώμης. Τα μέρη μπορούν να επιλέξουν το δίκαιο της χώρας στο οποίο θα υπάγονται, χωρίς όμως να έχει η επιλογή αυτή σαν αποτέλεσμα να στερήσει από τον καταναλωτή την προστασία που του προσφέρουν οι αναγκαστικού δικαίου διατάξεις της χώρας της συνήθους διαμονής του. Αν δεν επιλέξουν εφαρμοστέο δίκαιο τα μέρη, η σύμβαση τους θα διέπεται από το δίκαιο της χώρας της συνήθους διαμονής του καταναλωτή. Για περισσότερα βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, 2004, σελ. 128 επ., Ιγγλεζάκη Ι., Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Internet, ΕΕμπΔ 2000, σελ. 838 επ., Λιάσκος Ε., Πυργάκης Δ., Η συμβολή των κανόνων του Ιδιωτικού Διεθνούς Δικαίου στην επίτευξη ασφάλειας δικαίου στο Internet, ΧρΙΔ 2002, σελ. 486 επ.

## **Γ. ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

### **ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

#### **1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Το σκεπτικό που οδήγησε τον κοινοτικό νομοθέτη στην ειδική ρύθμιση των συμβάσεων εμπορίας χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση <sup>335</sup> ήταν ότι οι καταναλωτές πρέπει να έχουν πρόσβαση αδιακρίτως στο ευρύτερο δυνατό φάσμα χρηματοοικονομικών υπηρεσιών που διατίθενται στην Κοινότητα, ώστε να μπορούν να επιλέγουν τις πλέον κατάλληλες για τις ανάγκες τους. Προκειμένου να εξασφαλίζεται αυτή η ελευθερία επιλογής των καταναλωτών, η οποία αποτελεί ουσιώδες δικαίωμά τους, είναι απαραίτητο να υπάρχει ένα υψηλό επίπεδο προστασίας αυτών, ώστε να βελτιώνεται η εμπιστοσύνη στην εξ αποστάσεως πώληση <sup>336</sup>. Συνεπώς, η θέσπιση

---

<sup>335</sup> Internet finance ή e- finance

<sup>336</sup> Βλ. αιτιολογική σκέψη της Οδηγίας 2002/65/ΕΚ υπ' αριθ. 3.

Στην αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 11 αναφέρεται ότι η Επιτροπή, στο πλαίσιο της ανάλυσης στην οποία προέβη, προκειμένου να προσδιορίσει την ανάγκη λήψης ειδικών μέτρων στο τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, κάλεσε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη να της διαβιβάσουν τις παρατηρήσεις τους, με την ευκαιρία ιδίως της εκπόνησης της Πράσινης Βίβλου της με τίτλο: "Χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες: οι προσδοκίες των καταναλωτών". Από τις διαβουλεύσεις που διεξήχθησαν στο πλαίσιο αυτό προέκυψε ότι είναι ανάγκη να ενισχυθεί η προστασία του



νομικού πλαισίου για την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών θα πρέπει να αυξάνει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στη χρησιμοποίηση των νέων τεχνικών εξ αποστάσεως εμπορίας χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο<sup>337</sup>. Ακόμη, δεν πρέπει να παραγνωρίζουμε το ότι η επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας του καταναλωτή στον χρηματοοικονομικό τομέα αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα λόγω της πολυπλοκότητας των χρηματοοικονομικών συμφωνιών και των σημαντικών περιουσιακών επιπτώσεων τους<sup>338</sup>.

Οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες συνήθως παρέχονται συμπληρωματική προς αντίστοιχες υπηρεσίες, οι οποίες διατίθενται μέσω των εμπορικών καταστημάτων των προμηθευτών. Πλέον όμως, έχει αναπτυχθεί και η επιχειρηματική στρατηγική αποκλειστικής παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση και ιδιαίτερα μέσω διαδικτύου<sup>339</sup>. Οι προμηθευτές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου και οι αποδέκτες των υπηρεσιών αυτών ανταλλάσσουν πληροφορίες σε ηλεκτρονική μορφή και καταρτίζουν χρηματοοικονομικές συμφωνίες<sup>340</sup>.

## **2. ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ**

Στο ν.2251/1994 υπάρχει ειδική ρύθμιση στο ά. 4α για τις συμβάσεις που συνάπτονται από απόσταση και έχουν ως αντικείμενο χρηματοοικονομικές υπηρεσίες<sup>341</sup>.

Το ά. 4α εισήχθη στο ν.2251/1994 προκειμένου να μεταφερθούν στο εθνικό δίκαιο οι ρυθμίσεις της Οδηγίας 2002/65/ΕΚ<sup>342</sup> σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των οδηγιών 90/619/ΕΟΚ του Συμβουλίου, 97/7/ΕΚ και 98/27/ΕΚ. Σε σύνδεση και με όσα έχουμε αναπτύξει ανωτέρω, η συγκεκριμένη Οδηγία είναι πλήρους εναρμόνισης και οι διατάξεις της έχουν αναγκαστικό χαρακτήρα.

---

καταναλωτή στο συγκεκριμένο τομέα. Η Επιτροπή, κατά συνέπεια, αποφάσισε να υποβάλει ειδική πρόταση για την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

<sup>337</sup> Αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 5

<sup>338</sup> Βλ. σχετικά σε Λιναρίτη Ι., Η πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, 2005, σελ. 35

<sup>339</sup> Βλ. σχετικά σε Λιναρίτη Ι., Η πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, 2005, σελ. 20

<sup>340</sup> Βλ. σχετικά σε Λιναρίτη Ι., Η πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, 2005, σελ. 21

<sup>341</sup> Προστέθηκε με το άρθρο 3 της Υ.Α. Ζ1-629/2005, (ΦΕΚ Β' 720/2005) και τροποποιήθηκε από τον ν. 3587/2007 ΦΕΚ Α 152/10.7.2007, τον 3758/2009 (Α' 68/5.5.2009) και τον ν. 3862/2010 ΦΕΚ Α 113/13.7.2010.

<sup>342</sup> Της 23/09/2002

Με τη θέσπιση του ά. 4α ολοκληρώθηκε η δημιουργία του πλαισίου προστασίας του καταναλωτή στις συμβάσεις εξ αποστάσεως και πλέον το internet banking και η αγορά τίτλων μέσω του διαδικτύου βασίζονται σε καθεστώς εμπιστοσύνης στο ηλεκτρονικό εμπόριο και ασφάλειας δικαίου

343

### **3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ**

Ως σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση νοείται κάθε σύμβαση που αφορά χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, η οποία συνάπτεται μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή, χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία τους, στο πλαίσιο συστήματος εξ αποστάσεως πώλησης ή παροχής υπηρεσιών που οργανώνεται από τον προμηθευτή, ο οποίος χρησιμοποιεί αποκλειστικά, για τη σύμβαση αυτή, ένα ή περισσότερα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης

Τα περισσότερα από τα παραπάνω στοιχεία του ορισμού μας είναι γνωστά και τα έχουμε ήδη αναπτύξει.

Η νεοεισαχθείσα έννοια στο παρόν άρθρο είναι η “χρηματοοικονομική υπηρεσία”. Σύμφωνα με τον ορισμό του νόμου τέτοια είναι κάθε υπηρεσία τραπεζικής, πιστωτικής, ασφαλιστικής ή επενδυτικής φύσεως, ή σχετική με ατομικές συντάξεις ή με πληρωμές. Η συγκεκριμένη πρόβλεψη προκρίνεται ως εξαιρετικά σημαντική λόγω του ευρέος πεδίου συμβάσεων που περικλείει, οι οποίες είναι ιδιαίτερης οικονομικής αξίας για τον καταναλωτή, ο οποίος έχει “έναν λόγο παραπάνω” να αξιώνει μια σημαντική και αναλυτική πληροφόρηση. Χρηματοοικονομικές συναλλαγές που μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω του διαδικτύου είναι αυτές που δεν προϋποθέτουν παράδοση αυτούσιου χρήματος και διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες : σε συναλλαγές που κατατείνουν σε διεκπεραίωση εργασιών και σε συναλλαγές παροχής πληροφοριών προς την πελατεία <sup>344</sup>.

Μια άλλη έννοια στην οποία θα αναφερθούμε εν συντομία, είναι ο προμηθευτής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου. Τα είδη των προμηθευτών θα μπορούσαν να χωριστούν στα εξής: α) τα πιστωτικά ιδρύματα, δηλαδή οι τράπεζες, β) τα χρηματοδοτικά ιδρύματα, δηλαδή τα ιδρύματα που δεν αποτελούν πιστωτικά ιδρύματα και των οποίων η δραστηριότητα συνίσταται σε τοποθετήσεις σε τίτλους ή στην άσκηση κάποιας δραστηριότητας από τις

<sup>343</sup> Καρακώστας Ι., Βασικά ζητήματα προστασίας του καταναλωτή στο διαδίκτυο, ΔιΜΕΕ 2004, σελ. 471 επ.

<sup>344</sup> Βλ. σχετικά σε Λιναρίτη Ι., Η πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, 2005, σελ. 22

αναφερόμενες στον ά. 24 του ν. 2076/1992, γ) τα ιδρύματα ηλεκτρονικού χρήματος, επιχειρήσεις δηλαδή που εκδίδουν ηλεκτρονικό χρήμα, χωρίς να αποδέχονται καταθέσεις από το κοινό και να χορηγούν πιστώσεις, δ) οι επιχειρήσεις παροχής επενδυτικών υπηρεσιών και ε) οι ασφαλιστικές εταιρείες<sup>345</sup>.

Όμως, ποιοι θεωρούνται καταναλωτές εν προκειμένω;

#### Ειδικότερα η έννοια του καταναλωτή στο ά. 4<sup>α</sup> του ν. 2251/1994

Όπως αναλύθηκε και ανωτέρω, η εθνική έννοια του καταναλωτή του ν. 2251/1994 είναι διευρυμένη σε σχέση με την στενή έννοια που υιοθέτησε ο κοινοτικός νομοθέτης, τελεί όμως υπό την επιφύλαξη ειδικών διατάξεων του ν. 2251/1994. Σε τέτοιες ειδικές διατάξεις προβλέπεται η προστασία ως καταναλωτή μόνο του προσώπου που ενεργεί για σκοπούς εκτός της επαγγελματικής του δραστηριότητας. Στις περιπτώσεις αυτές, θεώρησε ο εθνικός νομοθέτης ότι λόγω της φύσης των συγκεκριμένων συναλλαγών ή πρακτικών πρέπει να προστατευτούν μόνο τα πρόσωπα που εμπίπτουν στη στενή έννοια του καταναλωτή<sup>346</sup>. Μια τέτοια περίπτωση είναι και αυτή του ά. 4α του ν. 2251/1994.

Στην παρ.1 περ. δ ορίζεται ότι «Καταναλωτής είναι κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, στο πλαίσιο συμβάσεων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, ενεργεί για σκοπούς εκτός του πεδίου της εμπορικής ή επαγγελματικής δραστηριότητάς του.» Ο εθνικός νομοθέτης επέλεξε λοιπόν για τις περιπτώσεις εμπορίας από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών να υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής του 4α του ν. 2251/1994 μόνο όσα πρόσωπα ενεργούν εκτός των επαγγελματικών τους δραστηριοτήτων.

---

<sup>345</sup> Βλ. σχετικά σε Λιναρίτη Ι., Η πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, 2005, σελ. 49 επ.

<sup>346</sup> Αν και μάλλον, δεν πρέπει να μιλάμε ακριβώς για επιλογή του έλληνα νομοθέτη αφού λόγω του ότι η Οδηγία 2002/65/EK ήταν πλήρως εναρμόνισης, ο εθνικός νομοθέτης ήταν αναγκασμένος να υιοθετήσει επιτέλους αυτόν τον στενό ορισμό για τον καταναλωτή, ερχόμενος όμως σε αντίφαση με τον ίδιο του τον εαυτό στον ίδιο ακριβώς νόμο και φυσικά, προκαλώντας έτσι πολλές επικρίσεις από την νομική θεωρία. Βλ. και Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικού, ΝοΒ 2007, σελ. 1495 επ. όπου αναφέρεται στη διαφορετική μεταχείριση του ίδιου προσώπου από τα διάφορα άρθρα του ν. 2251/1994 με τη χρήση επιτυχών παραδειγμάτων.

Όμως τελικά, μήπως η ευρεία διατύπωση του ά. 1 του ν. 2251/1994 καταλήγει να μη βρίσκει έδαφος εφαρμογής στην πράξη λόγω των πολλών και σημαντικών εξαιρέσεων<sup>347</sup>; Δεν είναι άδικο να προστατεύεται λ.χ. ως καταναλωτής κάποιος δικηγόρος που αγοράζει από το τηλεμαρκετινγκ ένα μίξερ αξίας 45 ευρώ, ενώ όταν ο ίδιος συνάπτει μια σύμβαση ασφάλισης του γραφείου του ή μια σύμβαση δανείου μεγάλης αξίας προκειμένου να εξοπλίσει το νέο του γραφείο με έπιπλα και ηλεκτρονικές συσκευές να τίθεται εκτός πεδίου εφαρμογής του ν.2251/1994; Μήπως εν τέλει θα έπρεπε ο εθνικός νομοθέτης να εισάγει για το σύνολο του προστατευτικού καταναλωτικού δικαίου τη στενή έννοια του καταναλωτή, ώστε να αρθούν οι νομικές αντιθέσεις και η ανασφάλεια δικαίου που υπάρχει και τα δύο μέρη μιας καταναλωτικής σύμβασης με μια ευρεία τροποποίηση του ν. 2251/1994;<sup>348</sup>

#### **4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

Στο ά. 4α έχει θεσπιστεί άλλη μια υποχρέωση πληροφόρησης του καταναλωτή εκ μέρους του φορέα.

Όπως αναφέρεται στο Προοίμιο της Οδηγίας 2002/65/EK<sup>349</sup>, η χρησιμοποίηση μέσω επικοινωνίας εξ αποστάσεως δεν θα πρέπει να οδηγεί σε απαράδεκτο περιορισμό των πληροφοριών που παρέχονται στον πελάτη. Προκειμένου να διασφαλίζεται η διαφάνεια, η πρέπει να καθοριστούν απαιτήσεις οι οποίες αποβλέπουν στην επαρκή ενημέρωση του καταναλωτή, τόσο πριν από όσο και μετά τη σύναψη της σύμβασης. Θα πρέπει να παρέχονται στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της σύμβασης, οι απαραίτητες πληροφορίες, ώστε να είναι σε θέση να εκτιμήσει ορθά τη χρηματοοικονομική υπηρεσία που του προτείνεται και να προβαίνει συνεπώς στην επιλογή του, έχοντας πλήρη επίγνωση.

Οι πληροφορίες που προβλέπει ο νομοθέτης πρέπει να δοθούν με τα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως κατά τρόπο σαφή και κατανοητό, τηρουμένων των αρχών της καλής πίστης κατά τις εμπορικές συναλλαγές και των διατάξεων που διέπουν το κύρος των δικαιπραξιών. Οι προβλέψεις

---

<sup>347</sup> Εκτός του ά. 4α του ν. 2251/1994, η στενή έννοια του καταναλωτή υιοθετείται και στο π.δ. 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο και στο ά.9α του ν. 2251/1994 για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικού, ΝοΒ 2007, σελ. 1495 επ

<sup>348</sup> Βλ. Αλεξανδρίδου Ε., Ο τροποποιημένος νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικού, ΝοΒ 2007, σελ. 1497, για την κριτική που ασκείται σε αυτήν την διαφορετική υιοθέτηση ορισμών.

<sup>349</sup> Αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 21

αυτές του νόμου μας είναι γνώριμες από το ά. 4 και φυσικά, σκοπός τους είναι η σωστή, πλήρης, έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση του καταναλωτή για κάποια στοιχεία που αφορούν την υπό σύναψη σύμβαση και είναι κρίσιμα και απαραίτητα για την προάσπιση των δικαιωμάτων του.

Ο νομοθέτης παραθέτει τις πληροφορίες που πρέπει να παρασχεθούν στον καταναλωτή<sup>350</sup> και οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με το περιεχόμενο τους στις κάτωθι τέσσερις κατηγορίες. Μάλιστα, τονίζει ότι ο εμπορικός σκοπός των πληροφοριών αυτών πρέπει να καθίσταται σαφής .

### 1) Πληροφορίες που αφορούν τον προμηθευτή

α) η ταυτότητα και η κύρια δραστηριότητα του προμηθευτή, η διεύθυνση στην οποία είναι εγκατεστημένος ο προμηθευτής, καθώς και κάθε άλλη διεύθυνση που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τις σχέσεις του καταναλωτή με τον προμηθευτή,

β) η ταυτότητα του αντιπροσώπου του προμηθευτή που είναι εγκατεστημένος στην Ελλάδα και η διεύθυνση που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τις σχέσεις του καταναλωτή με τον αντιπρόσωπο, όταν υπάρχει αντιπρόσωπος,

γ) εάν οι επαγγελματικές επαφές του καταναλωτή έγιναν με άλλον επαγγελματία πλην του προμηθευτή, η ταυτότητα του εν λόγω επαγγελματία, η ιδιότητα με την οποία ενεργεί έναντι του καταναλωτή, και η διεύθυνση που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τις σχέσεις μεταξύ του καταναλωτή και του επαγγελματία,

δ) το εμπορικό μητρώο στο οποίο είναι εγγεγραμμένος ο προμηθευτής και τον αριθμό καταχώρησής του ή ισοδύναμο μέσο αναγνώρισης στο εν λόγω μητρώο, όταν ο προμηθευτής είναι καταχωρημένος σε εμπορικό ή αντίστοιχο δημόσιο μητρώο,

ε) τα στοιχεία της αρμόδιας εποπτεύουσας αρχής, όταν η δραστηριότητα του προμηθευτή υπόκειται σε καθεστώς έγκρισης.

### 2) Πληροφορίες που αφορούν την χρηματοοικονομική υπηρεσία

---

<sup>350</sup> Αυτή τη φορά όμως η απαρίθμηση δεν είναι ενδεικτική όπως μας έχει συνηθίσει ο νομοθέτης

- α) περιγραφή των κυριότερων χαρακτηριστικών στοιχείων της χρηματοοικονομικής υπηρεσίας,
- β) το συνολικό τίμημα που πρέπει να πληρώσει ο καταναλωτής στον προμηθευτή για τη χρηματοοικονομική υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένων όλων των συναφών τελών, επιβαρύνσεων και δαπανών και όλων των φόρων που εισπράττονται μέσω του προμηθευτή, ή, εάν δεν μπορεί να προσδιοριστεί το ακριβές τίμημα, τη βάση υπολογισμού του, κατά τρόπον ώστε να μπορεί να το ελέγξει ο καταναλωτής,
- γ) προειδοποίηση η οποία αναφέρει ότι η χρηματοοικονομική υπηρεσία συνδέεται με τίτλους που συνεπάγονται ειδικούς κινδύνους συνδεδόμενους με τα ειδικά χαρακτηριστικά ή τις πράξεις που πρέπει να εκτελεστούν ή των οποίων η τιμή εξαρτάται από τις διακυμάνσεις στις κεφαλαιαγορές επί των οποίων ο προμηθευτής δεν έχει καμία επίδραση, καθώς και ότι οι αποδόσεις του παρελθόντος δεν αποτελούν δείκτη για τις μελλοντικές αποδόσεις, εφόσον συντρέχει περίπτωση
- δ) μνεία της ενδεχόμενης ύπαρξης άλλων φόρων ή και δαπανών που δεν εισπράττονται μέσω του προμηθευτή ούτε χρεώνονται από αυτόν,
- ε) οι τυχόν χρονικοί περιορισμοί της ισχύος των παρεχόμενων πληροφοριών,
- στ) οι ρυθμίσεις σχετικά με την πληρωμή και την εκτέλεση,
- ζ) το τυχόν ειδικό επιπλέον κόστος που συνεπάγεται για τον καταναλωτή η χρήση των μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως, εάν αυτό το επιπλέον κόστος χρεώνεται.

Ο προμηθευτής θα πρέπει να υποδεικνύει ρητώς επί πόσο χρόνο ισχύει αμετάβλητη η ενδεχόμενη προσφορά του. Τα πληροφοριακά στοιχεία που απαριθμούνται στην παρούσα οδηγία παραπέμπουν στις γενικής φύσεως πληροφορίες που αφορούν όλα τα είδη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Οι λοιποί όροι πληροφόρησης σχετικά με δεδομένη χρηματοοικονομική υπηρεσία, όπως η κάλυψη από ασφαλιστήριο συμβόλαιο, δεν προσδιορίζονται στην παρούσα ρύθμιση και μόνο. Αυτού του είδους οι πληροφορίες θα πρέπει να παρέχονται, ανάλογα με την περίπτωση, σύμφωνα με την κοινοτική νομοθεσία ή τη σχετική εθνική νομοθεσία, η οποία θεσπίζεται σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο <sup>351</sup>.

### 3) Πληροφορίες που αφορούν τη σύμβαση εξ αποστάσεως

---

<sup>351</sup> Αιτιολογική σκέψη υπ' αριθ. 22

α) η ύπαρξη ή μη δικαιώματος υπαναχώρησης, και, εάν υφίσταται το δικαίωμα αυτό, τη διάρκεια και τις προϋποθέσεις άσκησης του, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών για το ποσό που ενδέχεται να υποχρεωθεί να πληρώσει ο καταναλωτής, καθώς επίσης και τις συνέπειες της μη άσκησης αυτού του δικαιώματος,

β) η ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση, εάν πρόκειται για σύμβαση παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε μόνιμη ή περιοδική βάση,

γ) πληροφορίες σχετικά με τα δικαιώματα που μπορεί να έχουν τα μέρη να προκαλέσουν την πρόωρη ή μονομερή λύση της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης αυτής, συμπεριλαμβανομένων των σχετικών κυρώσεων που προβλέπονται στις περιπτώσεις αυτές από τη σύμβαση,

δ) πρακτικές οδηγίες για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης, όπου να αναγράφεται, μεταξύ άλλων, η διεύθυνση στην οποία πρέπει να απευθύνεται η δήλωση υπαναχώρησης,

ε) το κράτος μέλος ή τα κράτη μέλη, στη νομοθεσία των οποίων βασίζεται ο προμηθευτής για τη δημιουργία σχέσεων με τον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της σύμβασης χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση,

στ) οποιαδήποτε συμβατική ρήτρα σχετικά με το δίκαιο που εφαρμόζεται στη σύμβαση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από απόσταση ή και το αρμόδιο δικαστήριο,

ζ) η γλώσσα ή οι γλώσσες στις οποίες διατυπώνονται οι όροι της σύμβασης και η αναφερόμενη στην παρούσα παράγραφο εκ των προτέρων πληροφόρηση, καθώς και η γλώσσα ή οι γλώσσες στις οποίες ο προμηθευτής, σε συμφωνία με τον καταναλωτή, αναλαμβάνει την υποχρέωση να επικοινωνεί κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης

#### 4) Πληροφορίες που αφορούν την προσφυγή

α) η ύπαρξη μηχανισμών εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών, όπως ο Συνήγορος του Καταναλωτή, στους οποίους έχει πρόσβαση ο καταναλωτής που είναι συμβαλλόμενος στην εξ αποστάσεως σύμβαση και ο τρόπος με τον οποίο έχει πρόσβαση ο καταναλωτής,

β) η ύπαρξη κεφαλαίων εγγύησης ή άλλων ρυθμίσεων για την παροχή αποζημιώσεων, που δεν καλύπτονται από συστήματα εγγύησης καταθέσεων<sup>352</sup> και αποζημίωσης των επενδυτών<sup>353</sup>.

#### 5) Παροχή περιορισμένων πληροφοριών

Στο ά. 4α παρ. 3 β' προβλέπεται κάτι πρωτόγνωρο για τα δεδομένα πληροφόρησης του καταναλωτή. Στην περίπτωση τηλεφωνικών επικοινωνιών, οι οποίες ηχογραφούνται υποχρεωτικά<sup>354</sup>, πρέπει να δηλώνεται σαφώς, στην αρχή οποιασδήποτε συνομιλίας με τον καταναλωτή, ότι αυτή μαγνητοφωνείται, η ταυτότητα του προμηθευτή και ο εμπορικός σκοπός του τηλεφωνήματός του. Ο καταναλωτής γνωρίζοντας αυτά τα στοιχεία μπορεί στη συνέχεια να συναινέσει ρητά στον περιορισμό της υποχρέωσης του φορέα προς πληροφόρηση. Πρέπει όμως να του παρασχεθούν υποχρεωτικά εξαρχής οι εξής πληροφορίες:

α) η ταυτότητα του προσώπου που έρχεται σε επαφή με τον καταναλωτή και η σχέση του με τον προμηθευτή,

β) περιγραφή των κυριότερων στοιχείων της χρηματοοικονομικής υπηρεσίας,

γ) το συνολικό τίμημα που πρέπει να πληρώσει ο καταναλωτής στον προμηθευτή για τη χρηματοοικονομική υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένων όλων των φόρων που εισπράττονται μέσω του προμηθευτή ή, εάν δεν μπορεί να προσδιοριστεί το ακριβές τίμημα, στη βάση υπολογισμού του, κατά τρόπον που επιτρέπει στον καταναλωτή να το ελέγξει,

δ) μνεία της ενδεχόμενης ύπαρξης άλλων φόρων ή και δαπανών που δεν εισπράττονται μέσω του προμηθευτή ούτε χρεώνονται από αυτόν,

ε) η ύπαρξη ή μη δικαιώματος υπαναχώρησης, και η διάρκεια και οι προϋποθέσεις άσκησής του, συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών για το ποσό που ενδέχεται να υποχρεωθεί να πληρώσει ο καταναλωτής.

---

<sup>352</sup> σύμφωνα με το ν. 2832/2000 (ΦΕΚ 141/Α/13.6.2000)

<sup>353</sup> σύμφωνα με το ν. 2533/1997 (ΦΕΚ 228/Α/11.11.1997)

<sup>354</sup> τηρουμένων των διατάξεων του ν. 3340/2005 (ΦΕΚ 112 Α') και του ν. 3471/ 2006, όπως εκάστοτε ισχύουν



Ο προμηθευτής οφείλει να πληροφορεί τον καταναλωτή ότι, κατόπιν αιτήματός του, μπορεί να λάβει και άλλες πληροφορίες, καθώς και να ενημερωθεί για τη φύση των πληροφοριών αυτών.

#### 6) Δικαίωμα υπαναχώρησης

Στην παρ. 6 του ά.4α προβλέπονται οι όροι άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Σύμφωνα με αυτήν, ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να υπαναχωρήσει μέσα σε δεκατέσσερις (14) ημερολογιακές ημέρες, χωρίς καμία ποινή και χωρίς να αναφέρει αιτιολογία. Η προθεσμία αυτή παρατείνεται σε τριάντα (30) ημερολογιακές ημέρες προκειμένου περί συμβάσεων εξ αποστάσεως με αντικείμενο ασφαλίσεις ζωής<sup>355</sup>, καθώς και στις συνταξιοδοτικές ασφαλίσεις. Η προθεσμία αρχίζει:

α) είτε από την ημέρα σύναψης της σύμβασης εξ αποστάσεως, εκτός εάν πρόκειται για ασφαλίσεις ζωής, για τις οποίες η προθεσμία αρχίζει να μετρά από την ημέρα που ο καταναλωτής πληροφορήθηκε τη σύναψη της σύμβασης εξ αποστάσεως,

β) είτε από την ημέρα που ο καταναλωτής παρέλαβε τους συμβατικούς όρους και τις πληροφορίες, εφόσον αυτή η τελευταία ημερομηνία είναι μεταγενέστερη από την αναφερόμενη στην πρώτη περίπτωση<sup>356</sup>.

Ο καταναλωτής πρέπει να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης με σχετική δήλωσή του, σύμφωνα με τις πρακτικές οδηγίες που του έχουν δοθεί από τον προμηθευτή, πριν από την εκπνοή της ανωτέρω προθεσμίας, εγγράφως ή με άλλο σταθερό μέσο το οποίο τίθεται στη διάθεση του αποδέκτη και στο οποίο αυτός έχει πρόσβαση<sup>357</sup>

---

<sup>355</sup> όπως αυτές προβλέπονται από το άρθρο 13 περ. 2 του ν.δ. 400/1970 (ΦΕΚ 10/Α/1970) όπως ισχύει

<sup>356</sup> "Η προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από συμβάσεις του προηγούμενου εδαφίου αναστέλλεται για όσο χρόνο ο λήπτης της ασφάλισης έχει δικαίωμα εναντίωσης σύμφωνα με την παράγραφο 6 του άρθρου 2 του ν. 2496/1997 (ΦΕΚ 87 Α').»

<sup>357</sup> Το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν ασκείται: **ι.** σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της κεφαλαιαγοράς επί των οποίων ο προμηθευτής δεν έχει καμία επίδραση και μπορεί να επέλθουν κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης, όπως υπηρεσίες που αφορούν: πράξεις συναλλάγματος, τίτλους της χρηματαγοράς, διαπραγματεύσιμους τίτλους, μερίδια οργανισμών συλλογικών επενδύσεων, προθεσμιακές

## 7) Έννομη συνέπεια παραβίασης της υποχρέωσης πληροφόρησης

Σε περίπτωση που ο προμηθευτής δεν ενημερώσει τον καταναλωτή για τα στοιχεία που αναφέρθηκαν ανωτέρω υπό 4) και 5), πριν από τη σύναψη της σύμβασης και με τους όρους που θέτει ο νομοθέτης, γραπτώς ή με άλλο σταθερό μέσο στο οποίο έχει αυτός πρόσβαση, τότε σύμφωνα με την παρ. 3 περ. δ και παρ. 5 περ. α, η σύμβαση είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή. Προβλέπεται δηλαδή και πάλι η έννομη συνέπεια της ακυρότητας της σύμβασης την οποία μπορεί να προβάλλει μόνο ο καταναλωτής<sup>358</sup>.

## **5. Η ΝΕΑ ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

Η Πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών προβλέπει στην αιτιολογική σκέψη 11, ότι οι υφιστάμενες ρυθμίσεις για τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες προς τους καταναλωτές

---

χρηματοοικονομικές συμβάσεις (futures), συμπεριλαμβανομένων των ισοδυνάμων τίτλων που παρέχουν δικαίωμα εκκαθάρισης τοις μετρητοίς, - προθεσμιακά συμβόλαια επιτοκίου (FRA), συμβάσεις ανταλλαγής (swaps) με αντικείμενο επιτόκιο ή συνάλλαγμα ή συνδεόμενες με μετοχές ή με δείκτη μετοχών (equity swaps), προαιρέσεις (options) αγοράς ή πώλησης οιαδήποτε τίτλου από τους αναφερόμενους στην παρούσα περίπτωση, συμπεριλαμβανομένων των ισοδυνάμων τίτλων που παρέχουν δικαίωμα εκκαθάρισεως τοις μετρητοίς. Συμπεριλαμβάνονται, ιδίως, στην κατηγορία αυτή οι προαιρέσεις συναλλάγματος και επιτοκίων, **ii.** σε ασφαλιστήρια συμβόλαια ταξιδιών και αποσκευών ή παρόμοια βραχυπρόθεσμα ασφαλιστήρια συμβόλαια με διάρκεια μικρότερη του ενός μηνός, **iii.** στις συμβάσεις των οποίων η εκτέλεση έχει ολοκληρωθεί πλήρως και από τα δύο μέρη με ρητή αίτηση του καταναλωτή προτού ασκήσει ο καταναλωτής το δικαίωμα υπαναχώρησης.

<sup>358</sup> Σύμφωνα με το την παρ. 5, προμηθευτής εκπληρώνει την υποχρέωσή του αμέσως μετά τη σύναψη της σύμβασης εξ αποστάσεως, εάν αυτή έχει συναφθεί κατόπιν αιτήματος του καταναλωτή με τη χρησιμοποίηση μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως, το οποίο δεν επιτρέπει να ανακοινωθούν οι συμβατικοί όροι και οι πληροφορίες σύμφωνα με τα παραπάνω. Επίσης, ορίζεται ότι συμβατικοί όροι που δεν γνωστοποιήθηκαν κατά τα οριζόμενα ανωτέρω στον καταναλωτή δεν δεσμεύουν αυτόν, έστω και εάν δεν αποτελούν κρίσιμους παράγοντες στη διαμόρφωση της δικαιοπρακτικής βούλησής του. Όσο διαρκεί η συμβατική σχέση, ο καταναλωτής δικαιούται, κατόπιν αιτήματός του, να λαμβάνει τους συμβατικούς όρους γραπτά. Επιπλέον, ο καταναλωτής δικαιούται να αλλάζει το χρησιμοποιούμενο μέσο εξ αποστάσεως επικοινωνίας, εκτός εάν αυτό είναι ασυμβίβαστο με τη συναφθείσα σύμβαση εξ αποστάσεως ή με τη φύση της παρεχόμενης χρηματοοικονομικής υπηρεσίας.

περιέχουν αρκετούς κανόνες προστασίας και οι διατάξεις της παρούσας θα εφαρμόζονται σε τέτοιου είδους συμβάσεις μόνο εφόσον είναι αναγκαίο για να πληρωθούν τα κανονιστικά κενά.

Σύμφωνα και με το ά. 3 παρ. 2 της Πρότασης Οδηγίας, ορίζεται ότι η Οδηγία εφαρμόζεται σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες σχετικά με συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, καταχρηστικές ρήτρες και γενικές διατάξεις. Εξ αντιδιαστολής προκύπτει ότι δεν εφαρμόζεται στις σχετικές συμβάσεις από απόσταση.

## **6. ΣΥΝΟΨΙΖΟΝΤΑΣ**

Από την προεκτεθείσα συνοπτική αναφορά των χαρακτηριστικών της ρύθμισης των συμβάσεων εξ αποστάσεως με αντικείμενο χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, προέκυψε η θέληση του νομοθέτη να μην απέχει πάρα πολύ από τις γενικές ρυθμίσεις των συμβάσεων από απόσταση. Έχοντας πάντα ως γνώμονα την όσο δυνατόν πληρέστερη προστασία του καταναλωτή πρόβλεψε την υποχρέωση του προμηθευτή προς παροχή πολλών και αναλυτικών λεπτομερειών σε εκείνον, η σημασία της οποίας τονίζεται και στο Προοίμιο της Οδηγίας 2002/65/EK.

Το ζήτημα όμως, που δημιουργεί ερμηνευτικά προβλήματα είναι για άλλη μία φορά, η οριοθέτηση της έννοιας του καταναλωτή. Στο ά. 4α του ν. 2251/1994 προστατεύονται μόνο τα φυσικά πρόσωπα που δε συνάπτουν τη σύμβαση των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ως επαγγελματίες. Όμως με τον τρόπο αυτό, η αντίφαση και η "αδικία" που δημιουργείται λόγω της ευρύτερης προστασίας ενός επαγγελματία σε απλές συμβάσεις εξ αποστάσεως από ότι σε μία σύμβαση έντονου οικονομικού περιεχομένου και συνήθως σημαντική αξίας, όπως είναι αυτές των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, φέρνει στο προσκήνιο για άλλη μια φορά τις αντιφατικές επιλογές του έλληνα νομοθέτη που οδηγεί εν τέλει, σε ανασφάλεια δικαίου στην έννομη τάξη.

Επίσης, η ρύθμιση του δικαιώματος υπαναχώρησης συνδέεται και πάλι με την έγκυρη και έγκαιρη παροχή των πληροφοριών από τον προμηθευτή, ενώ για άλλη μια φορά προβλέπεται από τον εθνικό νομοθέτη η έννομη συνέπεια της σχετικής ακυρότητας υπέρ του καταναλωτή, για την περίπτωση παραβίασης πληροφόρησης του προμηθευτή.

Από όλα τα ανωτέρω προκύπτει σαφώς η ανάγκη και η σημασία πλήρους, έγκαιρης και αποτελεσματικής ενημέρωσης του καταναλωτή.

### ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Από όσα εκθέσαμε ανωτέρω, προέκυψε η σημασία που δίνει ο νομοθέτης στη σωστή πληροφόρηση του καταναλωτή. Μπορεί η υποχρέωση πληροφόρησης του προμηθευτή να μην αποτελεί συχνά το αντικείμενο δικαστικών διαμαχών και να μην προκαλεί τόση συζήτηση στη νομική κοινότητα, αλλά αποτελεί χωρίς αντίρρηση, ένα ουσιώδες δικαίωμα του καταναλωτή που έχει και εξαιρετική πρακτική χρησιμότητα. Ακόμη, ο προμηθευτής που εκπληρώνει τη συγκεκριμένη υποχρέωση του συντείνει στην προστασία του αντισυμβαλλόμενου και με τον τρόπο αυτό ενισχύεται η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην πρακτική των αγορών από απόσταση, αμβλύνεται το αίσθημα ανασφάλειας και συνεπώς, αναπτύσσονται οι συναλλαγές και εν τέλει, ωφελείται και ο ίδιος.

Παρατηρήσαμε όμως, ότι ειδικά στην ελληνική έννομη τάξη αντιμετωπίζουμε κάποια νομικά προβλήματα που οφείλονται κυρίως σε νομοθετικά ατοπήματα. Οι πολλαπλές νομοθετικές ρυθμίσεις ζητημάτων που εφάπτονται και συχνά επικαλύπτονται (όπως είναι η ρύθμιση του ά. 4 του ν. 2251/1994 για τις καταναλωτικές συμβάσεις από απόσταση και του π.δ. 131/2003 που αφορά τις συμβάσεις που συνάπτονται μέσω διαδικτύου), προκαλούν πολλές φορές ένα αίσθημα αβεβαιότητας και στα μέρη που συμβάλλονται αλλά και στον ίδιο τον εφαρμοστή του δικαίου. Το βασικότερο μάλιστα, ζήτημα που διχάζει τη θεωρία και του οποίου η επίλυση επιβάλλεται να είναι άμεση είναι η διαφορετική εννοιολογική οριοθέτηση του καταναλωτή στα διάφορα νομοθετήματα, καθώς αποτελεί τη βάση για όλο το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή και φυσικά και το εδώ

εξεταζόμενο ζήτημα της υποχρέωσης πληροφόρησης. Έχει νόημα να αναλύουμε τα μέτρα προστασίας αν δεν ξέρουμε τελικά ποιος υπάγεται στο πεδίο εφαρμογής τους; Όταν τα υποκειμενικά όρια εφαρμογής μιας διάταξης είναι ασαφή, τότε είναι πολύ πιθανόν να μη γίνει δεκτή η εφαρμογή της σε πλείστες περιπτώσεις και τελικά , να μην επιτευχθεί η προστασία του "ασθενούς" καταναλωτή. Φαίνεται σχεδόν βέβαιο ότι η ανάγκη τροποποίησης των ισχυουσών διατάξεων θα καταστεί επιτακτική στο εγγύς μέλλον. Ειδικά αν η Πρόταση Οδηγίας του 2008 για τα δικαιώματα των καταναλωτών αποτελέσει τελικά μια νέα Οδηγία, θα είναι μια καλή ευκαιρία για τον εθνικό νομοθέτη να άρει τις παρούσες ασυνέπειες, να διορθώσει τις όποιες ρυθμιστικές ατέλειες και να ρυθμίσει το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι ενιαίο, να διέπεται από το ίδιο πνεύμα και να αποτελεί το μοχλό προστασίας των καταναλωτών, όπως κι αν αυτοί εν τέλει θα ορίζονται, στην αγορά από απόσταση, συμβατική, ηλεκτρονική ή όπως αλλιώς κι αν εμφανιστεί στο μέλλον.

### **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- *Αλεξανδρίδου Ελίζα*, Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ελληνικό και κοινοτικό, Εκδόσεις Π. Ν. Σάκκουλα, 2004
- *Αλεξανδρίδου Ελίζα*, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή - ελληνικό και κοινοτικό (κατ' άρθρο ερμηνεία του ν. 2251/94 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07), Νομική Βιβλιοθήκη, 2008
- *Βάρκα - Αδάμη Αλεξάνδρα*, Εισαγωγή στο δίκαιο προστασίας καταναλωτή, Νομική Βιβλιοθήκη, 2010
- *Γεωργιάδης Απόστολος*, Γενικές αρχές αστικού δικαίου, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2002
- *Γεωργιάδης Γεώργιος*, Η σύναψη σύμβασης μέσω διαδικτύου, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη, 2003
- *Δούβλης Βασίλειος, Μπόλος Άγγελος*, Δίκαιο προστασίας καταναλωτών - Ευρωπαϊκό δίκαιο και ελληνική εναρμόνιση -Ερμηνεία – νομολογία, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα- Θεσσαλονίκη, 2008
- *Εταιρεία Νομικών Βορείου Ελλάδος*, Ψηφιακή Τεχνολογία και Δίκαιο, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2005

- *Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ.*, Δίκαιο της πληροφορικής, β' έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2008
- *Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ.*, Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2003
- *Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ.*, Εισαγωγή στο δίκαιο της πληροφορικής, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2006
- *Καράκωστας Γιάννης Κ.*, Προστασία του καταναλωτή ν. 2251/1994, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1997
- *Καλαμπούκα – Γιαννοπούλου Πόπη*, Δίκαιο Συναλλαγών & προστασία καταναλωτών - προσωπικών δεδομένων, Ius, 2007
- *Καράκωστας Ιωάννης Κ.*, Δίκαιο και Internet, 3<sup>η</sup> έκδοση, Εκδόσεις Π. Ν. Σάκκουλα, 2009
- *Καράκωστας Ιωάννης Κ.*, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή ν. 2251/1994 όπως ισχύει μετά τον ν. 3587/07, Νομική Βιβλιοθήκη, 2008
- *Καράκωστας Ιωάννης*, Δίκαιο και Internet, β' έκδοση, Εκδόσεις Π. Ν. Σάκκουλα, 2003
- *Λιναρίτης Ιωάννης*, Η πρόσβαση στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2005
- *Μήτρου Λίλιαν*, Το δίκαιο στην κοινωνία της πληροφορίας, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη 2002
- *Παπακωνσταντίνου Ευάγγελος*, Νομικά Θέματα Πληροφορικής, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2006
- *Παπαρσενίου Παρασκευή*, Κοινοτικές οδηγίες και δίκαιο ιδιωτών, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2002
- *Πιτσιρίκος Ιωάννης*, Σύγχρονα μέσα επικοινωνίας για την κατάρτιση τυπικών δικαιοπραξιών ως ζήτημα της σχέσεως έγγραφου τύπου και δικαιοπραξίας, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2002

- *Πρακτικά 7ου Πανελληνίου Συνέδριου Ελλήνων Εμπορικολόγων*, 1997, Η εφαρμογή της σύγχρονης τεχνολογίας στο εμπορικό δίκαιο, Αθήνα, 1998
- *Σιδηρόπουλος Γεώργιος*, Το δίκαιο του Διαδικτύου, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2003
- *Σιδηρόπουλος Γεώργιος*, Το δίκαιο του Διαδικτύου, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα Θεσσαλονίκη, 2008
- *Σινανιώτη – Μαρούδη Αριστέα και Φαρσαρώτας Ι. Δ.*, Ηλεκτρονική τραπεζική, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2005
- *Σκανδάμης Νίκος* (επιμέλεια), Ευρωπαϊκό δίκαιο – κείμενα, Ι. Ιδρυτικές συνθήκες ενοποιημένες, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2003
- *Σκανδάμης Νίκος*, Ευρωπαϊκό δίκαιο, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1997
- *Χριστοδούλου Κωνσταντίνος Ν.*, Ηλεκτρονικά έγγραφα και ηλεκτρονική δικαιοπραξία Εκδ. Β', Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, 2004

#### **ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Hans Schulte-Nölke, Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers, EC Consumer Law Compendium, The Consumer Acquis and its transposition in the member States, Sellier, European law publishers, 2008

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- *Αλεξανδρίδου Ελίζα*, Η πρόταση Οδηγίας της ΕΕ για το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία του καταναλωτή, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 2000, σελ. 113 επ.
- *Αλεξανδρίδου Ελίζα*, Ο τροποποιητικός νόμος για την προστασία του καταναλωτή από τη σκοπιά ενός εμπορικόλογου, Νομικό Βήμα 2007, σελ. 98 επ.
- *Αλεξανδρίδου Ελίζα*, Διεθνής δικαιοδοσία σε συμβάσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, Αρμενόπουλος 2001, σελ. 1721 επ.
- *Άνθιμος Απόστολος*, Η πρόταση κανονισμού για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις, Δίκη 2000, σελ. 567 επ.
- *Άνθιμος Απόστολος*, Καθορισμός της διεθνούς δικαιοδοσίας στις καταναλωτικές διαφορές που συνάπτονται μέσω Internet, Αρμενόπουλος 2001, σελ. 1723 επ.
- *Αποστολόπουλος Χάρης*, Η ερμηνεία της αρχής της χώρας προέλευσης στην Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο ως κανόνας σύγκρουσης του Ιδιωτικού Διεθνούς Δικαίου, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2004, σελ. 266 επ.



- *Αργυρός Γεώργιος*, Η ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής αγοράς και η προστασία του καταναλωτή στη νομολογία του Δ.Ε.Κ., Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών. 2001, σελ. 1181 επ.
- *Βαλτούδη Α.*, Ζητήματα από τις υποχρεώσεις πληροφόρησης και τη σύναψη της σύμβασης στο ευρωπαϊκό δίκαιο των συμβάσεων, Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου 2004, σελ. 204
- *Βασιλακάκης Ευάγγελος*, Τροποποιήσεις της Σύμβασης των Βρυξελλών που αφορούν τη διεθνή δικαιοδοσία, Αρμενόπουλος 2001, σελ. 1671 επ.
- *Γκοτσοπούλου Νίκη*, Ηλεκτρονικό εμπόριο και δικαιόχρηση (franchising), Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών. 2002, σελ. 250 επ.
- *Γραμματικάκη – Αλεξίου Αναστασία*, Ηλεκτρονικό εμπόριο, Ιδιωτικό διεθνές δίκαιο, Διεθνές ομοίμορφο δίκαιο και Κοινοτικές ρυθμιστικές προσπάθειες, Μία συγκριτική επισκόπηση, Επιθεώρηση Ευρωπαϊκού Δικαίου 2001, σελ. 135 επ.
- *Γραμματικάκη – Αλεξίου Αναστασία*, Internet και ιδιωτικό διεθνές δίκαιο. Συμβατικές και αδικοπρακτικές ενοχές στον κυβερνοχώρο, Αρμενόπουλος 1998, σελ. 409 επ.
- *Δελλής Γεώργιος*, Οι διατάξεις της Σύμβασης των Βρυξελλών για την προστασία του καταναλωτή και η περίπτωση των επενδύσεων σε παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών, 2002 σελ. 1082 επ.
- *Ιγγλεζάκης Ιωάννης*, Τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet: περιγραφή και νομικοί προβληματισμοί, Συνήγορος 2001, σελ. 205
- *Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ.*, Προστασία του καταναλωτή στις τηλεαγορές μέσω Internet, Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου 2000, σελ. 820 επ.
- *Ιγγλεζάκης Ιωάννης Δ.*, Τα νομικά ζητήματα της EDI, Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου 1997, σελ. 238 επ.
- *Καράκωστας Ιωάννης*, Βασικά ζητήματα προστασίας του καταναλωτή στο διαδίκτυο, Δίκαιο Μέσων Ενημέρωσης και Επικοινωνίας 2004, σελ. 468 επ.

- *Καράκωστας Ιωάννης*, Βασικά ζητήματα προστασίας του καταναλωτή στο διαδίκτυο, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2004, σελ. 499 επ.
- *Κόμνιος*, Η ανεπιθύμητη εμπορική ηλεκτρονική αλληλογραφία, Επισκόπηση Εμπορικού Δικαίου 2002, σελ. 1006 επ.
- *Κορνηλάκης Πάνος*, Διαδίκτυο και αστικό δίκαιο, Αρμενόπουλος 2007 σελ. 993 επ.
- *Λιάσκος Ευάγγελος, Πυργάκης Δημήτριος*, Η συμβολή των κανόνων του Ιδιωτικού Διεθνούς Δικαίου στην επίτευξη ασφάλειας δικαίου στο Internet, Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου 2002, σελ. 486 επ.
- *Μακρής Σπυρίδων*, Η προστασία του καταναλωτή στα πλαίσια του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/ΕΚ και 2000/31/ΕΚ στο ελληνικό δίκαιο, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2004, σελ. 882 επ.
- *Μαρίνος Αναστάσιος*, Το Internet και οι συνέπειες του κυρίως στο χώρο του Δικαίου, Ελληνική Δικαιοσύνη 1998, σελ. 1 επ
- *Μικρουλέα Αλεξάνδρα*, Δίκαιο της διαφήμισης και Internet, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2001, σελ. 1091 επ
- *Μούζουλας Σπήλιος*, Συναλλαγές δια μέσου του Internet, Ελληνική Δικαιοσύνη 1998, σελ. 15 επ
- *Μούζουλας Σπήλιος*, Η ακύρωση της ηλεκτρονικής δήλωσης βούλησης ένεκα πλάνης κατά την εφαρμογή του συστήματος τηλεαγοράς, Ελληνική Δικαιοσύνη 1996, σελ. 288 επ.
- *Πανάγος Θεόδωρος*, Το νομοθετικό πλαίσιο για τις συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου, Νομικό Βήμα 2004, σελ. 539
- *Παπαθωμά – Μπέτγκε Αναστασία*, Ηλεκτρονικό εμπόριο: νομικά ζητήματα κατά τη σύναψη εμπορικών συμβάσεων στο Internet, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 12/1999, σελ. 1237
- *Παπαιωάννου Γεώργιος*, Η σύμβαση από απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2003, σελ. 153 επ

- *Παπαντώνη Μαρία*, Νομικοί προβληματισμοί σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο, Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου 2001, σελ. 388 επ.
- *Παπαρσενίου Παρασκευή*, Η νέα πρόταση οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. Κριτική επισκόπηση των μεταρρυθμίσεων στο δίκαιο των καταναλωτικών πωλήσεων, Εφαρμογές Αστικού Δικαίου 2010, σελ. 142 επ
- *Σαμαρά Χρυσάνθη*, Η Οδηγία της Ε.Κ. σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο στην εσωτερική αγορά, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2000, σελ. 1200 επ.
- *Σόμπολος*, Νομικό πλαίσιο για ζητήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Συνέχεια: Ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω κινητής τηλεφωνίας (m-commerce), Επισκόπηση Εμπορικού Δικαίου 2002, σελ. 894
- *Σπυρόπουλος Σ.*, Διάκριση και ευθύνη παρόχων υπηρεσιών στο Διαδίκτυο, Δίκαιο Μέσων Ενημέρωσης και Επικοινωνίας 2005 σελ 373 επ.
- *Στυλιανίδου Μαρία.*, Ηλεκτρονικό εμπόριο και κοινοτικές ρυθμίσεις για την προστασία του καταναλωτή, Φορολογική Επιθεώρηση 2002, σελ 370 επ
- *Τζίβα Έφη*, Η εξωδικαστηριακή επίλυση των καταναλωτικών διαφορών ιδίως στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου 2003, σελ. 729 επ.
- *Τζίβα Έφη*, Το ηλεκτρονικό εμπόριο και η προστασία των καταναλωτών απέναντι σε γενικούς όρους συναλλαγών, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2003, σελ. 1039 επ.
- *Τρουλινού Ε.*, Το π.δ. 150/01. Μια χαμένη ευκαιρία για ρύθμιση των ηλεκτρονικών υπογραφών από τον έλληνα νομοθέτη, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 2004, σελ. 1234 επ.
- *Φιλιπποπούλου Έλλη*, Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών 11/2000, σελ. 1086 επ.
- *Χριστοδούλου Κωνσταντίνος Ν.*, Η πρόταση οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, Εφαρμογές Αστικού Δικαίου 2010, σελ. 9 επ

- *Χριστοδούλου Κωνσταντίνος Ν.*, Αστική ευθύνη του παρόχου δικτύου ως μεσάζοντος στην παροχή υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας, Δίκαιο Μέσων Ενημέρωσης Επικοινωνίας 2004 σελ. 350 επ.
- *Χριστοδούλου Κωνσταντίνος Ν.*, Ουσιαστικού και δικονομικού δικαίου ιδιαιτερότητες του καθεστώτος των ηλεκτρονικών δικτύων, Δίκη 2004, σελ. 35 επ.

#### Συντομογραφίες περιοδικών

Αρμενόπουλος : Αρμ

Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιρειών: Δ.Ε.Ε.

Δίκαιο Μέσων Ενημέρωσης και Επικοινωνίας : ΔΙ.Μ.Ε.Ε.

Ελληνική Δικαιοσύνη : ΕλλΔνη

Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου : ΕΕμπΔ

Επιθεώρηση Ευρωπαϊκού Δικαίου : ΕΕυρΔ

Επισκόπηση Εμπορικού Δικαίου : ΕπισκΕΔ

Εφαρμογές Αστικού Δικαίου : ΕφΑΔ

Νομικό Βήμα : ΝοΒ

Φορολογική Επιθεώρηση : ΦορΕπιθ

Χρονικά Ιδιωτικού Δικαίου : ΧρΙΔ

## ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ

- Α.Π. 296/2001,

Δ.Ε.Ε 2001, σελ. 1112 επ. με σημείωση Δεληκωστόπουλου

- Α.Π. 589/2001

Δ.Ε.Ε 2001 σελ. 1117 επ. με σημείωση Σκουλαρίκη

- ΣτΕ 461/2007

Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου 2008, σελ. 46

- ΣτΕ 462/2007

Επιθεώρηση Εμπορικού Δικαίου 2008, σελ. 46

- Σ.τ.Ε. 2150/2002 Τμήμα Δ΄

Νομικό Βήμα 2003 σελ. 1745 επ.

- Εφετείο Αθηνών 2319/1999

ΔΕΕ 1999, σελ. 1175

- Εφετείο Αθηνών 3285/98

Ελληνική Δικαιοσύνη σελ. 1337

- Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών 3717/1996

ΔΕΕ 1997, σελ. 82 επ.

- Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών 1114/1996

Δ.Ε.Ε. 1996 σελ.519 επ.

- Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών 3356/1997

Νομικό Βήμα 1998, σελ. 844 επ

### **NOMOLOGIA Δ.Ε.Κ.**

- C-511/08, Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH v. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV, βάση δεδομένων νομολογίας ΔΕΚ στο [www.europa.eu](http://www.europa.eu)
- C-489/07, Pia Messner v. Firma Stefan Krüger, βάση δεδομένων νομολογίας ΔΕΚ στο [www.europa.eu](http://www.europa.eu)
- Υπόθεση C-298/07, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV v. deutsche internet versicherung AG, βάση δεδομένων νομολογίας ΔΕΚ στο [www.europa.eu](http://www.europa.eu)
- C-464/2001, Johann Gruber v. Bay Was AG, ΣυλλΝομ 2005, σελ. I 00439
- C-336/03, EasyCar (UK) Ltd v. Office of Fair Trading, ΣυλλΝομ 2005 I 1947
- C-481/99, Georg Heininger et Helga Heininger v. Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG, ΣυλλΝομ 2001, I 9945.
- C-303/97 Verbraucherschutzverein e V v. Sektkellerei G.C. Kessler GmbH und Co, Συλλ Νομ 1999 σελ. I-00513

- C-210/96 Gut Springenheide GmbH και Rudolf Tusky κατά Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt, Συλλ Νομ1998 σελ. I-04657
- C-45/96, Bayerische Hypotheken und Wechselbank κατά Dietzinger, Συλλ Νομολ 1998, σελ. 1199 επ
- C-470/93 Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Koln V v. Mars GmbH, Συλλ Νομ 1995, σελ. I-01923
- C-315/92 Verband Sozialer Wettbewerb e V v. Clinique Laboratories SNC, Συλλ Νομ 1994, σελ. I-00317
- C- 373/90 Procureur de la Republique v. X, Συλλ Νομ 1992
- C- 238/89, Pall Corp, Συλλ Νομ 1990