

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΩΝ
ΙΩΑΝΝΗ ΚΟΝΤΙΜΠΑ
ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΜΙΧΑΛΑΚΗ**

**ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΟΥΖΑΚΗΣ**

ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΜΑΙΟΣ 2011

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΩΝ
ΙΩΑΝΝΗ ΚΟΝΤΙΜΠΑ
ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΜΙΧΑΛΑΚΗ**

**ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΟΥΖΑΚΗΣ**

ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΜΑΙΟΣ 2011

	Σελ.
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	2
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	6
1.1. Η1.1. Η έννοια του καταναλωτή γενικά	6
1.2. Η 1.2. Η έννοια του καταναλωτή σε διεθνές επίπεδο	10
1.3. Ο 1.3. Ο καταναλωτής κατά το δίκαιο της Ε.Ε.	10
1.4. Η 1.4. Η έννοια του καταναλωτή κατά το ν. 2251/1994	11
1.5. Α:1.5. Άρθρο 2: Γενικοί όροι των συναλλαγών-Καταχρηστικοί γενικοί όροι	12
1.6. Οι 1.6. Οι καταναλωτικοί ΓΟΣ	16
1.6.1. Έννοια των ΓΟΣ	17
1.6.2. Συμβατικοί όροι	19
1.6.3. Μονομερής προδιατύπωση	19
1.6.4. Προορισμός για πολλαπλή ομοιόμορφη χρήση	20
1.6.5. Συμβαλλόμενα μέρη	20
2. 2. Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος	21
2.1. Το 2.1. Το κοινοτικό δίκαιο – Η οδηγία 85/577/ΕΟΚ	22
2.1.1. Σκοπός	22
3. Συμβάσεις από απόσταση	23
4. Καταναλωτική Πώληση	24
5. Ευθύνη λόγω ελαττωματικών προϊόντων	25
5.1. Το πρόβλημα	25
5.2. Η νομική θεμελίωση της ευθύνης του παραγωγού μέχρι την ειδική νομοθετική ρύθμιση	26
6. Συγκριτική διαφήμιση και αθέμιτες εμπορικές πρακτικές	27
6.1. Κοινοτικό δίκαιο	28
6.1.1. Οδηγία 84/450/ΕΟΚ	28
6.1.2. Οδηγία 97/55/ΕΚ	28
6.1.3. Οδηγία2006/114/ΕΚ	29
7. Μέσα Ηλεκτρονικών Πληρωμών	29
8. Καταναλωτική Πίστη	30
8.1. Η Οδηγία 87/102/ΕΚ	31
8.1.1 Σκοπός	31

8.1.2. Περιεχόμενο	31
8.2. Η Οδηγία 90/88/ΕΟΚ	32
8.3. Η Οδηγία 98/7/ΕΚ	32
9. Εξ αποστάσεως εμπορία Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών	33
9.1. Η εξ αποστάσεως εμπορία Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών σύμφωνα με την ευρωπαϊκή έννομη τάξη	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	35
2.1. Η αρχή προστασίας του καταναλωτή και ο Ν. 2251/1994	35
2.2.1. Υποχρεώσεις ασφάλειας και προνοίας των συναλλασσομένων	35
2.2. Άρθρο 1	36
2.3. Έννοιες καταναλωτή-Προμηθευτή	37
2.3.1. Προσφορά των προϊόντων στην αγορά	38
2.3.2. Τελικός αποδέκτης	38
2.4. Άρθρο 10	40
2.4.1. Οι ενώσεις καταναλωτών στο ν. 1961/1991	44
2.4.2. Οι ενώσεις καταναλωτών στο ν. 2251/1994	44
2.4.2.1. Σύσταση και λειτουργία	44
2.4.2.2. Ευθύνη των ενώσεων καταναλωτών και κυρώσεις	46
2.4.3. Η συλλογική αγωγή	48
2.4.3.1. Η συλλογική αγωγή στο ν. 2251/1994	48
2.4.3.2. Νομιμοποίηση των ενώσεων καταναλωτών	49
2.4.3.3. Η συλλογική αγωγή ως μέσο προληπτικής προστασίας	50
2.4.3.4. Η συλλογική αγωγή ως μέσο κατασταλτικής προστασίας	53
2.4.4. Η συλλογική αγωγή για ηθική βλάβη	53
2.4.4.1. Η νομική φύση της χρηματικής ικανοποίησης	53
2.4.4.2. Κριτήρια υπολογισμού της χρηματικής ικανοποίησης	53
2.4.5. Προθεσμία άσκησης	56
2.4.6. Αρμοδιότητα	56
2.4.7. Νομιμοποίηση	56
2.4.7.1. Ενεργητική νομιμοποίηση	56
2.4.7.2. Παθητική νομιμοποίηση	58

2.4.8. Η απόφαση επί της συλλογικής αγωγής	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	60
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	60
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	62

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία έχει ως σκοπό να παρουσιάσει τους Γενικούς Όρους Συναλλαγών (Γ.Ο.Σ.) καθώς και το δίκαιο του καταναλωτή, όπως αυτό προστατεύεται από τις κοινοτικές νομοθετικές ρυθμίσεις και από το εθνικό δίκαιο. Μελετώντας αρχικά την έννοια του καταναλωτή αλλά και του προμηθευτή προσπαθεί να αποσαφηνίσει τους όρους αυτούς, ενώ σε δεύτερο επίπεδο εξετάζει το πως αυτοί αντιμετωπίζονται στις διάφορες συμβάσεις καθώς επίσης και το πως προσβάλλονται μέσω της διαφήμισης. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις ενώσεις των καταναλωτών και στα ένδικα μέσα που αυτοί έχουν στην διάθεσή τους προκειμένου να προστατεύσουν τα συμφέροντά τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1. Η έννοια του καταναλωτή γενικά

Ο κοινοτικός νομοθέτης ορίζει ως καταναλωτή «κάθε φυσικό πρόσωπο, το οποίο ενεργεί για σκοπούς που είναι άσχετοι με τις επαγγελματικές του δραστηριότητες»¹. Παρ' όλα αυτά πρέπει να σημειωθεί ότι η αρχή της ελάχιστης προστασίας² (κανόνας *de minimis*) διέπει το σύνολο των κοινοτικών νομοθετημάτων για την προστασία του καταναλωτή. Στη βάση αυτή ο εκάστοτε εθνικός νομοθέτης έχει το δικαίωμα να αποκλίνει από τις κοινοτικές ρυθμίσεις μόνο προς τη μία κατεύθυνση και να θέσει αυστηρότερους όρους προς όφελος του ασθενέστερου συμβαλλομένου.

Σύμφωνα με το ν. 2251/94 (άρθρο 1 παρ. 4) ως καταναλωτής ορίζεται εκτός από το φυσικό και κάθε νομικό πρόσωπο και μάλιστα ανεξάρτητα με το αν ενεργεί για σκοπούς άσχετους με την επαγγελματική του δραστηριότητα. Κριτήριο ήταν και είναι ο καταναλωτής να συνιστά τον τελικό αποδέκτη προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρονται στην αγορά και των οποίων κάνει χρήση. Η ουσιώδης διαφορά με τα όσα ορίζονται στο κοινοτικό δίκαιο εντοπίζεται στο γεγονός ότι η ελληνική ρύθμιση καλύπτει και τον έμπορο, την επιχείρηση, την εταιρεία κλπ, που αγοράζει προϊόντα, εξοπλισμό και συναφή είδη όχι με σκοπό την μεταπώληση αλλά τη χρήση τους στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας. Επίσης, καταναλωτής θεωρείται και ο εκάστοτε αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος³.

Η ευρεία αυτή έννοια έχει επικριθεί και αυτό γιατί με βάση τη γραμματική ερμηνεία του άρθρου 1, καταναλωτής είναι ακόμα και η τράπεζα που αγοράζει από κάποιο μικρό κατάστημα εξοπλισμό για την ικανοποίηση των λειτουργικών της αναγκών. Για το λόγο αυτό προτεινόταν, από τα πρώτα κιόλας έτη ισχύος του ν. 2251/94, η συσταλτική ερμηνεία του όρου με εφαρμογή της ΑΚ 281. Μάλιστα κάποιοι υποστηρίζουν ότι η έννοια του καταναλωτή πρέπει να

¹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 34

² Η αρχή αυτή συνεπάγεται συμμόρφωση με τις επιταγές της ΕΕ μόνο ως προς κάποια ελάχιστα όρια που τίθενται για την προστασία του καταναλωτή στο εκάστοτε νομοθέτημα

³ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 34-35

ερμηνεύεται σε κάθε περίπτωση στενά και πάντα σύμφωνα με τον ορισμό του κοινοτικού δικαίου, οπότε τέτοιος με κανένα τρόπο δεν μπορεί να θεωρηθεί το νομικό πρόσωπο ή ο έμπορος.

Τελευταία ωστόσο ο κοινοτικός νομοθέτης φαίνεται πως διαφοροποιεί τη στάση του ως προς την αρχή της ελάχιστης προστασίας, επιβάλλοντας στα κράτη μέλη με οδηγίες πλήρους εναρμόνισης, όπως με την οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές αλλά και την πρόσφατη οδηγία 2007/64/ΕΚ της 13.11.2007 για τις υπηρεσίες πληρωμών στην εσωτερική αγορά, την τροποποίηση των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ, 2005/60/ΕΚ και 2006/48/ΕΚ, και την κατάργηση της οδηγίας 97/5/ΕΚ, με την οποία υλοποιείται η δημιουργία ενιαίου χώρου πληρωμών σε ευρώ (SEPA), μεταξύ των άλλων ρυθμίσεων και τη στενή έννοια του καταναλωτή, από την οποία δεν μπορούν να αποκλίνουν οι εθνικοί νομοθέτες. Βασική αιτία της μεταβολής αυτής προβάλλει η ανάγκη αντιμετώπισης των σημαντικών αποκλίσεων στα δίκαια προστασίας του καταναλωτή των κρατών μελών, που είχαν προκληθεί τα προηγούμενα έτη εξαιτίας της εφαρμογής της αρχής ελάχιστης εναρμόνισης και εμπόδιζαν την ομαλή λειτουργία της κοινής αγοράς⁴. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο ο κοινοτικός νομοθέτης σκοπεύει να μετατρέψει μεγάλο μέρος κοινοτικών οδηγιών που αφορούν την προστασία του καταναλωτή σε νομοθετικά κείμενα πλήρους εναρμόνισης.

Θα περίμενε λοιπόν κανείς ο εθνικός νομοθέτης στην πρόσφατη τροποποίηση του ν. 2251/94, που είχε ως εφελτήριο την ενσωμάτωση της οδηγίας 2005/29/ΕΚ, να ανταποκριθεί στις σύγχρονες τάσεις του κοινοτικού δικαίου και να αντικαταστήσει τη μέχρι σήμερα ευρεία έννοια του καταναλωτή από μία πιο στενή. Στο νέο ν. 2251/94, όμως, η στενή έννοια του καταναλωτή συμπεριλήφθηκε μόνο όπου ήταν υποχρεωτικό με βάση την πλήρη εναρμόνιση και κυρίως στα άρθρα 9α – 9θ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Κατά τον ίδιο τρόπο η ίδια στενή έννοια εντοπίζεται και στο άρθρο 4 α για την εμπορία από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, που είχε προστεθεί πρόσφατα στο ν. 2251/94. Όσον αφορά όμως η έννοια του καταναλωτή όχι μόνο δεν περιορίστηκε σε σχέση με την ήδη ευρεία έννοια, αλλά διευρύνθηκε ακόμα περισσότερο, αφού πλέον στην έννοια αυτή συμπεριλαμβάνονται και οι ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα που συνιστούν τον τελικό

⁴ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 36

αποδέκτη προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρονται στην αγορά και των οποίων κάνουν χρήση αλλά και τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που εκτός του πλαισίου των επαγγελματικών τους δραστηριοτήτων εγγυώνται υπέρ καταναλωτή⁵.

Πρέπει να σημειωθεί, όμως, ότι αν και η στάση που τηρεί ο ελληνικός νομοθέτης κρίνεται θετική, εντούτοις δεν μπορεί να παραγνωρίσει κανείς τα προβλήματα που γεννώνται από την επιλογή αυτή. Η έννοια του καταναλωτή αποκλίνει όχι μόνο στα πλαίσια των καταναλωτικού ενδιαφέροντος κανόνων δικαίου της ελληνικής έννομης τάξης εν γένει, αλλά και εντός των ορίων του ίδιου του ν. 2251/94⁶. Το πρόβλημα καθίσταται πασιφανές όταν για το ίδιο ακριβώς θέμα και με βάση τα ίδια πραγματικά περιστατικά καλείται να κρίνει με διατάξεις που κατά τις μεν ισχύει η στενή έννοια του καταναλωτή κατά τις δε η ευρεία⁸⁷.

Η Ελλάδα βέβαια δεν παραβιάζει το κοινοτικό δίκαιο αναφορικά με την έννοια του καταναλωτή, αφού όπου ήταν υποχρεωτικό ενσωμάτωσε στα αντίστοιχα άρθρα τη στενή έννοια του καταναλωτή. Σύμφωνα δε με τον κανόνα της *de minimis* εναρμόνισης, νόμιμα ο έλληνας νομοθέτης διευρύνει τον κύκλο των προστατευόμενων προσώπων.

Το ερώτημα, όμως, που γεννιέται είναι «αν ο έμπορος που δέχεται κατ' οίκον επισκέψεις... πρέπει να θεωρηθεί καταναλωτής προστατευόμενος από την εν λόγω οδηγία»⁷. Το ΔΕΚ στην υπόθεση *Di Pinto* ξεκινώντας από τη γραμματική διατύπωση του άρθρου 2, διευκρίνισε ότι η εφαρμογή των διατάξεων της οδηγίας σε εμπόρους εξαρτάται από την υπάρχουσα συνάφεια μεταξύ σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος και επαγγελματικής δραστηριότητας του εμπόρου. Ο τελευταίος δεν μπορεί να επικαλεσθεί την εφαρμογή της, παρά μόνον αν η πράξη για την οποία δέχεται τις κατ' οίκον επισκέψεις υπερβαίνει το πλαίσιο των επαγγελματικών του δραστηριοτήτων. Επιπλέον, στην ίδια υπόθεση γίνεται αναφορά σε καταναλωτικές συναλλαγές, που αφορούν «οικογενειακές ή προσωπικές ανάγκες». Σύμφωνα λοιπόν με

⁵ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 36-37

⁶ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 36

⁷ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 313

αυτή την ερμηνεία είναι δυνατόν οι προστατευτικές διατάξεις της οδηγίας να εφαρμοσθούν σε εμπόρους, με τον όρο η σχετική πράξη να «υπερβαίνει το πλαίσιο των επαγγελματικών δραστηριοτήτων», χωρίς καμία περαιτέρω διάκριση ως προς την ποιότητα ή το είδος των πράξεων. Αυτό σημαίνει ότι ακόμη και ο επιχειρηματίας, που προβαίνει στις πρώτες διαχειριστικές πράξεις για το «στήσιμο» της επιχείρησής του, δεν μπορεί να επικαλεσθεί την παρούσα οδηγία γιατί αφενός οι πράξεις αυτές δεν ικανοποιούν οικογενειακές ή προσωπικές του ανάγκες, και αφετέρου γιατί -παρόλο που δεν αποτελούν τρέχουσες- εντάσσονται στο πλαίσιο των πράξεων με εξαιρέτο χαρακτήρα⁸.

Αλλά και στην νεότερη απόφαση *Cape and Intealservice* «προκύπτει σαφώς ότι πρόσωπο άλλο πέραν του φυσικού προσώπου, που συνάπτει σύμβαση με επαγγελματία, δεν μπορεί να θεωρηθεί ως καταναλωτής κατά την έννοια της εν λόγω διατάξεως».

Ωστόσο, παρά τη σαφή θέση, ότι ο έμπορος δεν «πρέπει να θεωρείται καταναλωτής», το ΔΕΚ υποστήριξε ότι το άρθρο 8 της οδηγίας «επιτρέπει στα κράτη να λάβουν μέτρα σε τομέα στον οποίο δεν αφορά η οδηγία, όπως είναι ο τομέας προστασίας των εμπόρων»⁹.

Τι συμβαίνει όταν ο έμπορος προβαίνει στη σύναψη σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος, ως προς τα προϊόντα που χρησιμοποιεί τόσο για προσωπικούς - οικογενειακούς, όσο και για επαγγελματικούς σκοπούς; Το ΔΕΚ στην υπόθεση *Gruber/Bay Wa* έκρινε «ότι το πρόσωπο που έχει συνάψει σύμβαση η οποία αφορά ένα αγαθό που προορίζεται εν μέρει για επαγγελματική χρήση και εν μέρει για χρήση ξένη προς την επαγγελματική δραστηριότητα του προσώπου αυτού, δεν έχει δικαίωμα να επικαλεστεί το ευεργέτημα των κανόνων διεθνούς δικαιοδοσίας που περιέχονται στα άρθρα 13 έως 15 της Συμβάσεως των Βρυξελλών (νυν Κανονισμός 44/2001), εκτός αν η επαγγελματική χρήση είναι περιθωριακή μέχρι το σημείο να έχει αμελητέο ρόλο στο όλο πλαίσιο της σχετικής οικονομικής πράξεως, ενώ εν προκειμένω δεν έχει σημασία το γεγονός ότι προέχει η εξωεπαγγελματική πτυχή»¹⁰.

⁸ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 314

⁹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 315

¹⁰ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 316

Συμπερασματικά και με βάση την ανωτέρω νομολογία του ΔΕΚ σε σχέση πάντα με την ερμηνεία της έννοιας του καταναλωτή στο πλαίσιο της οδηγίας 85/577, πρέπει να επιτωθεί ότι ο έμπορος δεν μπορεί να υπαχθεί, κατά το κοινοτικό τουλάχιστον δίκαιο, στον ορισμό του καταναλωτή και ως εκ τούτου στον προστατευτικό μανδύα των ρυθμίσεων της οδηγίας, όταν η πράξη για την οποία δέχεται την κατ' οίκον επίσκεψη σχετίζεται, έστω και κατ' ελάχιστον, με την επαγγελματική του δραστηριότητα¹¹.

1.2. Η έννοια του καταναλωτή σε διεθνές επίπεδο

Η σύμβαση της Βιέννης το 1980 στο άρθρο 2^ο αυτής ορίζει ότι καταναλωτές είναι τα πρόσωπα που έχουν σκοπό να χρησιμοποιήσουν τα προϊόντα που αγοράζουν για προσωπική τους χρήση, υπό την προϋπόθεση ότι αυτό είναι γνωστό και στον πωλητή. Ο ορισμός αυτός έρχεται σε σύγκρουση με τους ορισμούς των εθνικών δικαίων και του Ευρωπαϊκού. Ωστόσο σκοπός της διεθνούς Σύμβασης είναι κατά πρώτον να δώσει προτεραιότητα στο εθνικό δίκαιο για την προστασία του καταναλωτή και κατά δεύτερον να αποφευχθούν όσο γίνεται οι συγκρούσεις με την ίδια τη σύμβαση. Από αυτό συνεπάγεται ότι όταν ένα θέμα υπάγεται ταυτόχρονα στη δικαιοδοσία της Συμβάσεως της Βιέννης και στο εθνικό δίκαιο τότε υπερισχύει το εθνικό δίκαιο.

Η Σύμβαση της Βιέννης αποτέλεσε τη βάση πάνω στην οποία οριστικοποιήθηκε η Οδηγία 99/44 ΕΚ. Παρ' όλα αυτά ο Αστικός Κώδικας ενσωμάτωσε περισσότερα στοιχεία αυτής απ' ό,τι η προαναφερόμενη Οδηγία και τροποποίησε διατάξεις που ρυθμίζουν την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και αφορούν σε κάθε είδους πώληση. Αντίθετα η Οδηγία αποδέχτηκε μόνο τις τροποποιήσεις εκείνες που αφορούσαν την πώληση καταναλωτικών αγαθών.

1.3. Ο καταναλωτής κατά το δίκαιο της Ε.Ε.

Η Οδηγία 85/577 ΕΟΚ αποτέλεσε τη βάση της νομοθεσίας των κρατών – μελών της Ε.Ε. για την προστασία του καταναλωτή. Σύμφωνα λοιπόν με το άρθρο 2 της Οδηγίας “καταναλωτής είναι κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, κατά τις συμβάσεις που καλύπτει αυτή, (συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος), επιδιώκει σκοπούς που μπορούν να θεωρηθούν άσχετοι με την επαγγελματική

¹¹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 317

του δραστηριότητα". Ο ορισμός βέβαια αυτός είναι διαφορετικός στην νομοθεσία του εκάστου κράτους – μέλους. Αυτό συμβαίνει γιατί τα όργανα της Ένωσης προτίμησαν να εκδώσουν μία Οδηγία και έναν Κανονισμό για την προστασία των καταναλωτών, πιστεύοντας ότι το καταναλωτικό κοινό μπορεί να προστατευθεί στις συναλλαγές του αποτελεσματικότερα μόνο μέσω των εθνικών νομοθετημάτων, χωρίς, όμως, να διαστρεβλώνεται ο υγιής ανταγωνισμός στην εσωτερική αγορά της Ε.Ε.

Η Οδηγία του 1993 που εκδόθηκε για να προστατεύσει τους καταναλωτές από τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων δίνει τον ίδιο ορισμό για τον καταναλωτή με την Οδηγία 85/577. Αλλά και στην Οδηγία 97/7 για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις ο ίδιος ορισμός επαναλαμβάνεται καθώς επίσης και στις Οδηγίες 99/44 (περί παροχής εγγυήσεως στα καταναλωτικά αγαθά) και 00/31 (περί υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και το ηλεκτρονικό εμπόριο).

Ο ορισμός βέβαια αυτός του καταναλωτή είναι πιο στενός σε σχέση με αυτόν που αναφέρεται στο ν. 2251/1994. Οι οδηγίες προστατεύουν καταναλωτές που είναι φυσικά πρόσωπα και συναλλάσσονται μη επαγγελματικά. Επιπλέον αποκλείεται η προστασία μεταξύ των συναλλασσόμενων για επαγγελματικούς ή εμπορικούς λόγους. Το γεγονός όμως ότι αποκλείονται από αυτόν νομικά πρόσωπα αποτελεί μειονέκτημα στη σύγχρονη συναλλακτική πρακτική, γιατί σήμερα πλέον και τα νομικά πρόσωπα συναλλάσσονται και χρήζουν της ανάλογης προστασίας που έχουν τα φυσικά πρόσωπα, αφού δεν αποκλείεται ένα νομικό πρόσωπο να θεωρείται το αδύναμο μέρος σε συναλλαγή με φυσικό πρόσωπο.

Οστόσο κάθε φορά που προκύπτει θέμα οριοθέτησης εξαιτίας της διαφορετικότητας των ευρωπαϊκών και εθνικών ορισμών, θα εξετάζεται κατά περίπτωση η ένταξη του συγκεκριμένου προσώπου στο προστατευτικό πεδίο εφαρμογής που θέτουν οι Οδηγίες.

1.4. Η έννοια του καταναλωτή κατά το ν. 2251/1994

Το άρθρο του ν. 2251/1994, που αντικατέστησε τον ν. 1961/1991, ορίζει ως καταναλωτή "κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο για το οποίο προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά ή το οποίο κάνει χρήση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών εφόσον αποτελεί τον τελικό αποδέκτη τους. Καταναλωτής είναι και κάθε αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος".

Όπως διαπιστώνεται ο όρος "καταναλωτής" πλέον αποδίδεται όχι μόνο στα φυσικά πρόσωπα, αλλά και στα νομικά και δηλώνει καθαρά την πρόθεση του νομοθέτη να προστατεύσει όσο το δυνατό μεγαλύτερο συναλλασσόμενο κοινό.

Επιπλέον ο νόμος αναφέρει ότι οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά, πρέπει να είναι ευρέως διαδεδομένες στο καταναλωτικό κοινό. Έτσι, όμως, αποκλείεται μια ενότητα προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία απευθύνονται σε συγκεκριμένο πρόσωπο. Άρα, δεν παρέχεται προστασία στις περιπτώσεις εκείνες που έχουν ως αντικείμενο συναλλαγής προϊόντα ή υπηρεσίες κατά παραγγελία.

Επιπλέον για να οριστεί ένα πρόσωπο ως καταναλωτής πρέπει αυτός να αποτελεί τον τελικό αποδέκτη του αντικειμένου της συναλλαγής. Επίσης, στον ορισμό του καταναλωτή, γίνεται αποδέσμευση της έννοιας της ικανοποίησης μη επαγγελματικών αναγκών από την έννοια της τελικής χρήσης. Παράλληλα καταναλωτής είναι και ο αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος.

Για να προσδιοριστεί όμως ακόμα καλύτερα η έννοια του καταναλωτή πρέπει να ληφθεί υπόψη το επίπεδο γνώσεων και εμπειριών που διαθέτει. Σκοπός του ν. 2251/1994 σε συνδυασμό και με τις διατάξεις ΑΚ 281 και 288 είναι να προστατεύσουν έναν καταναλωτή, ο οποίος δεν διαθέτει την αρτιότητα και την ειδικότητα εκείνη που θα τον κάνουν τόσο ικανό στο να επιλέξει το αγαθό ή την υπηρεσία, ώστε στη συναλλαγή να είναι ισοδύναμο μέρος με τον προμηθευτή.

1.5. Άρθρο 2

Γενικοί όροι των συναλλαγών - Καταχρηστικοί γενικοί όροι

1. Όροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων (γενικοί όροι των συναλλαγών) δεν 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.
2. Οι γενικοί όροι συμβάσεων και παρεπόμενων συμφωνιών, που καταρτίζονται στην Ελλάδα, διατυπώνονται στην ελληνική γλώσσα. Εξαιρούνται οι γενικοί όροι των διεθνών συναλλαγών.
3. Έντυποι γενικοί όροι συναλλαγών εκτυπώνονται ευανάγνωστα σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σύμβασης.

4. Όροι που συμφωνήθηκαν ύστερα από διαπραγμάτευση μεταξύ των συμβαλλομένων (ειδικοί όροι) είναι επικρατέστεροι από τους αντίστοιχους γενικούς όρους.

5. Κατά την ερμηνεία των γενικών όρων συναλλαγών λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη προστασίας του καταναλωτικού κοινού). Γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτο για λογαριασμό του προμηθευτή, σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή.

Ειδικά όταν ελέγχεται το περιεχόμενο του γενικού όρου των συναλλαγών στο πλαίσιο των διαδικασιών της παρ. 9 του άρθρου 10 (συλλογική δικαστική προστασία) και της παρ. 3 του άρθρου 14 του παρόντος νόμου προτιμάται η δυσμενέστερη για τον καταναλωτή ερμηνευτική εκδοχή, εφόσον αυτή οδηγεί σε απαγόρευση διατύπωσης και χρήσης του σχετικού όρου.

6. Γενικοί όροι των συναλλαγών που έχουν ως αποτέλεσμα τη διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του καταναλωτή απαγορεύονται και είναι άκυροι. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας γενικού όρου ενσωματωμένου σε σύμβαση κρίνεται αφού ληφθούν υπόψη η φύση των αγαθών ή υπηρεσιών που αφορά η σύμβαση, το σύνολο των ειδικών συνθηκών κατά τη σύναψή της και όλες οι υπόλοιπες ρήτρες της σύμβασης ή άλλης σύμβασης από την οποία αυτή εξαρτάται.

7. Σε κάθε περίπτωση καταχρηστικοί είναι ιδίως οι όροι που:

α) παρέχουν στον προμηθευτή, χωρίς εύλογη αιτία, υπερβολικά μεγάλη προθεσμία αποδοχής της πρότασης του καταναλωτή για σύναψη σύμβασης,

β) περιορίζουν τις ανειλημμένες συμβατικές υποχρεώσεις και ευθύνες των προμηθευτών,

γ) προβλέπουν προθεσμία καταγγελίας της σύμβασης υπερβολικά σύντομη για τον καταναλωτή ή υπερβολικά μακρά για τον προμηθευτή,

δ) συνεπάγονται την παράταση ή ανανέωση της σύμβασης για χρονικό διάστημα υπερβολικά μακρό, αν ο καταναλωτής δεν την καταγγείλει σε ορισμένο χρόνο,

ε) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης ή λύσης της σύμβασης χωρίς ορισμένο ειδικό και σπουδαίο λόγο,

στ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να καταγγείλει σύμβαση αόριστης διάρκειας χωρίς εύλογη προθεσμία,

ζ) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα να κρίνει μονομερώς αν η παροχή του είναι σύμφωνη με τη σύμβαση.

η) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το απεριόριστο δικαίωμα να ορίζει μονομερώς το χρόνο εκπλήρωσης της παροχής του.

θ) ορίζουν ότι η παροχή δεν είναι υποχρεωτικό να ανταποκρίνεται στις ουσιώδεις, για τον καταναλωτή, προδιαγραφές, στο δείγμα, στις ανάγκες της ειδικής χρήσης, για την οποία την προορίζει ο καταναλωτής και την οποία αποδέχεται ο προμηθευτής ή στο συνηθισμένο προορισμό της.

ι) επιτρέπουν στον προμηθευτή να μην εκτελέσει τις υποχρεώσεις του χωρίς σπουδαίο λόγο,

ια) χωρίς σπουδαίο λόγο αφήνουν το τίμημα αόριστο και δεν επιτρέπουν τον προσδιορισμό του με κριτήρια ειδικά καθορισμένα στη σύμβαση και εύλογα για τον καταναλωτή,

ιβ) περιορίζουν την ευθύνη του προμηθευτή για κρυμμένα ελαττώματα του πράγματος,

ιγ) αποκλείουν ή περιορίζουν υπέρμετρα την ευθύνη του προμηθευτή,

ιδ) προβλέπουν τη μετακύληση της ευθύνης του πωλητή ή του εισαγωγέα αποκλειστικά στον παραγωγό του αγαθού ή σε άλλον,

ιε) περιορίζουν την υποχρέωση του προμηθευτή να τηρεί τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει οι εντολοδόχοι του ή εξαρτούν την εκπλήρωση των υποχρεώσεων του από την τήρηση ειδικής τυπικής διαδικασίας,

ιστ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να καταγγέλλει τη σύμβαση κατά την κρίση του, αν η ίδια ευχέρεια δεν αναγνωρίζεται στον καταναλωτή, ή να παρακρατεί τα ποσά που έχουν καταβληθεί για παροχές που δεν έχουν ακόμη εκτελεσθεί από αυτόν, όταν τη σύμβαση καταγγέλλει ο ίδιος,

ιζ) συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τα δικαιώματα του σε περίπτωση μη εκπλήρωσης ή πλημμελούς εκπλήρωσης της παροχής του προμηθευτή, ακόμη και αν τον προμηθευτή βαρύνει πταίσμα,

ιη) εμποδίζουν τον καταναλωτή να υπαναχωρήσει (από τη σύμβαση), όταν η αύξηση του τιμήματος σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης είναι υπερβολική για αυτόν,

ιθ) αποκλείουν ή περιορίζουν τη νόμιμη ευχέρεια του καταναλωτή να μην εκτελέσει τη σύμβαση.

κ) απαγορεύουν στον καταναλωτή να επισχέσει εν όλω ή εν μέρει την καταβολή του τιμήματος, όταν ο προμηθευτής δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις του,

κα) επιβάλουν στον καταναλωτή που πιστώθηκε με το τίμημα των αγαθών ή υπηρεσιών να εκδώσει μεταχρονολογημένη επιταγή,

κβ) συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τις ενστάσεις του κατά τρίτου που διαδέχεται τον προμηθευτή στη σχέση με τον καταναλωτή,

κγ) απαγορεύουν στον καταναλωτή να προτείνει σε συμψηφισμό προς υποχρεώσεις του από τη σύμβαση ομοειδείς απαιτήσεις του κατά του προμηθευτή,

κδ) βεβαιώνουν ότι ο καταναλωτής γνωρίζει ορισμένους όρους της σύμβασης ή την κατάσταση των προμηθευόμενων πραγμάτων ή την ποιότητα των υπηρεσιών, ενώ πραγματικά τα αγνοεί

κε) υποχρεώνουν τον καταναλωτή να προκαταβάλει υπερβολικά μεγάλο μέρος του τιμήματος πριν αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης από τον προμηθευτή, μολονότι ο προμηθευτής δεν ανέλαβε την υποχρέωση να εκτελέσει παραγγελία του καταναλωτή με βάση συγκεκριμένες προδιαγραφές ή χαρακτηριστικά ούτε η παροχή του προμηθευτή συνίσταται σε υπηρεσίες με κράτηση,

κατ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να απαιτήσει από τον καταναλωτή υπέρμετρες εγγυήσεις,

κζ) αναστρέφουν το βάρος της απόδειξης σε βάρος του καταναλωτή ή περιορίζουν υπέρμετρα τα αποδεικτικά του μέσα,

κη) περιορίζουν υπέρμετρα την προθεσμία, μέσα στην οποία ο καταναλωτής οφείλει να υποβάλει στον προμηθευτή τα παράπονα ή να εγείρει τις αξιώσεις του κατά του προμηθευτή,

κθ) αναθέτουν στον προμηθευτή χωρίς σπουδαίο λόγο την αποκλειστικότητα της συντήρησης και των επισκευών του πράγματος και της προμήθειας των ανταλλακτικών,

λ) επιβάλουν στον καταναλωτή, σε περίπτωση μη εκπλήρωσης της παροχής του, υπέρμετρη οικονομική επιβάρυνση ή

λα) αποκλείουν την υπαγωγή των διαφορών από σύμβαση στο φυσικό τους δικαστή με την πρόβλεψη αποκλειστικής αλλοδαπής δικαιοδοσίας ή διαιτησίας.

8. Ο προμηθευτής δεν μπορεί να επικαλεσθεί την ακυρότητα ολόκληρης της σύμβασης, για το λόγο ότι ένας ή περισσότεροι γενικοί όροι είναι άκυροι ως καταχρηστικοί.

9. Οι διατάξεις του άρθρου αυτού εφαρμόζονται σε κάθε περίπτωση όταν η σύμβαση μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή συνδέεται στενά με την Ελλάδα άλλη χώρα του Ε.Ο.Χ., ανεξάρτητα από τη συμβατική επιλογή δικαίου χώρας εκτός Ε.Ο.Κ.

10. Οι διατάξεις του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται και για κάθε όρο σύμβασης που δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης. Θεωρείται ότι ο όρος δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης, όταν ο καταναλωτής δεν μπόρεσε να επηρεάσει το περιεχόμενο του. Το γεγονός ότι ορισμένα στοιχεία κάποιου όρου ή για έναν μεμονωμένο όρο υπήρξε ατομική διαπραγμάτευση δεν αποκλείει την εφαρμογή του παρόντος άρθρου στο υπόλοιπο της σύμβασης, εάν από το σύνολο των περιστάσεων προκύπτει ότι πρόκειται για σύμβαση προσχώρησης. Το βάρος απόδειξης ότι υπήρξε ατομική διαπραγμάτευση φέρει ο προμηθευτής.

1.6. Οι καταναλωτικοί ΓΟΣ

Χαρακτηριστικό γνώρισμα της νέας εποχής που επικράτησε με τη παγκοσμιοποίηση ήταν η εμφάνιση και η επικράτηση μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών στο παγκόσμιο εμπόριο, οι οποίες σε συνδυασμό με τη μαζική προσφορά προϊόντων προς το καταναλωτικό κοινό ενίσχυσαν σε μεγάλο βαθμό τον απρόσωπο χαρακτήρα των συναλλαγών. Οι συμβατικές προτάσεις των επιχειρηματιών εκφράζονται πλέον έμμεσα μέσω προδικατυπωμένων όρων συναλλαγών που αφορούν πλήθος μελλοντικών συμβάσεων, καλύπτουν δε απόλυτα τα συμφέροντα τους, πολλές φορές μάλιστα με «άκομψο» τρόπο. Οι όροι αυτοί επιβάλλονται στον καταναλωτή ως αναγκαίο προαπαιτούμενο για τη σύναψη της σχετικής σύμβασης. Με αυτό τον τρόπο, οι επιχειρήσεις αποφεύγουν τις χρονοβόρες και πολυέξοδες διαπραγματεύσεις με τον εκάστοτε υποψήφιο αντισυμβαλλόμενο. Η επιβολή των λεγόμενων γενικών όρων συναλλαγών (εφεξής ΓΟΣ), βρίσκει έρεισμα στη γενική αρχή του αστικού δικαίου της ελευθερίας των συμβάσεων (ΑΚ 361), πλην όμως ο κανόνας είναι πως η ελευθερία του καταναλωτή περιορίζεται κυρίως στο να επιλέξει να μη συνάψει τη σύμβαση, αν οι όροι του ισχυρού αντισυμβαλλομένου του δεν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του¹².

¹² Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 10

Υπό αυτή την έννοια το φαινόμενο των ΓΟΣ βρήκε πρόσφορο έδαφος και στις τραπεζικές συναλλαγές. Κύρια αίτια είναι η επικράτηση του καταναλωτικού προτύπου, που ώθησε και ωθεί τους καταναλωτές στον υπερβολικό δανεισμό και συνακόλουθα η κατακόρυφη αύξηση των παρεχομένων τραπεζικών υπηρεσιών (στεγαστικά ή καταναλωτικά δάνεια, δάνεια διακοπών ή πιστωτικές κάρτες κλπ.). Σε αυτή τη μαζική προσφορά των συμβάσεων προς το κοινό η κάθε τράπεζα δεν είναι δυνατόν να διαφοροποιεί τους όρους της ανάλογα με τον πελάτη της. Ωστόσο στην καθημερινή συναλλακτική πρακτική έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο οι τράπεζες να δεσμεύουν υπέρμετρα και με όρους αμφίβολης νομιμότητας τους πελάτες τους, οι οποίοι συνήθως δεν διαβάζουν τα λεγόμενα «ψιλά γράμματα» των σχετικών συμβάσεων ή ακόμα και αν τα διαβάζουν, λόγω έλλειψης νομικών και οικονομικών γνώσεων δεν είναι σε θέση να αντιληφθούν το περιεχόμενο τους. Αρκετά συχνά, οι ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή για δανεισμό τον ωθούν να συνάψει τη σχετική σύμβαση, ακόμα κι αν γνωρίζει ότι δεσμεύει υπέρμετρα τον εαυτό του. Οι ενδοτικού δικαίου διατάξεις που εφαρμόζονται στο ιδιωτικό δίκαιο των συμβάσεων δεν είναι σε θέση να προστατεύσουν επαρκώς τα συμφέροντα του απροστάτευτου καταναλωτή απέναντι στον πανίσχυρο αντισυμβαλλόμενο του και γι' αυτό κατέστη επιτακτική η ανάγκη για νομοθετική παρέμβαση, αρχικά του κοινοτικού και μετέπειτα του εθνικού νομοθέτη για την ειδική προστασία του καταναλωτή από καταχρηστικούς ΓΟΣ¹³.

1.6.1. Έννοια των ΓΟΣ

Η διάταξη ΑΚ 361 καθιερώνει την αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων, η οποία διέπει την κατάρτιση και το περιεχόμενο αυτών. Η ελευθερία αυτή, που αποτελεί θεμελιώδη αρχή του ενοχικού δικαίου, αναλύεται σε δύο ειδικότερες ελευθερίες: την ελευθερία σύναψης και την ελευθερία διαμόρφωσης του περιεχομένου της σύμβασης. Επιπλέον η ίδια αρχή, εξαιτίας των σύγχρονων μαζικών συναλλαγών, κλονίζεται με την εμφάνιση των λεγόμενων συμβάσεων προσχωρήσεως, που δεν στηρίζονται στην ελεύθερη διαπραγμάτευση των συμβατικών ορών, αλλά στη μονομερή επιβολή των συμβατικών ρυθμίσεων ή των Γενικών Όρων Συναλλαγών (ΓΟΣ), δηλαδή όρων που έχουν διατυπωθεί εκ

¹³ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 10-11

των προτέρων για απεριόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων¹⁴. Στις περιπτώσεις των συμβάσεων αυτών το περιεχόμενό τους καθορίζεται από τον ισχυρότερο ενώ οι αντισυμβαλλόμενοι στερούνται της ελευθερίας διαμόρφωσης του περιεχομένου της σύμβασης. Μόνη δυνατότητα του αντισυμβαλλόμενου μέρους παραμένει η σύναψη ή μη της σύμβασης, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις στερείται και αυτής της ελευθερίας, κυρίως όταν πρόκειται για βασικά βιοτικά αγαθά ή υπηρεσίες ζωτικής σημασίας για το κοινωνικό σύνολο παρεχόμενες από επιχειρήσεις που κατέχουν μονοπωλιακή θέση στην αγορά¹⁵.

Γίνεται επομένως αντιληπτό ότι σε όλες αυτές τις περιπτώσεις που προαναφέρθηκαν η χρήση των ΓΟΣ οδηγεί στην ουσία σε ανατροπή της διαπραγματευτικής ελευθερίας και κατά συνέπεια της συμβατικής ισορροπίας. Προβάλλει έτσι έντονη η ανάγκη προστασίας του ασθενέστερου συμβαλλομένου από τον κίνδυνο της υπέρμετρης επιβάρυνσης της θέσης του λόγω της ύπαρξης επαχθών ΓΟΣ και η ανάγκη παρέμβασης του νομοθέτη για τη ρύθμιση θεμάτων που αναφέρονται στην ένταξη, την ερμηνεία και τον έλεγχο του περιεχομένου των ΓΟΣ. Για το λόγο αυτό εκδόθηκε η κοινοτική Οδηγία 93/13 ΕΟΚ «σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές», ενώ στην ελληνική νομοθεσία ειδική ρύθμιση για τους ΓΟΣ είχε περιληφθεί στο ν. 1961/1991, ο οποίος στη συνέχεια καταργήθηκε με το ν. 2251/1994. Ο ν. 2251/1994, αρχικά δεν είχε προσαρμοστεί πλήρως με την ως άνω οδηγία, γι' αυτό και η παρ. 24 του άρθρου 10 Ν. 2741/1999 τροποποίησε το άρθρο 2 και διευρύνθηκε η παρεχόμενη με αυτόν προστασία καθώς εφεξής θα μπορεί να ενεργοποιείται ο ν. 2251/1994 για τον έλεγχο κάθε όρου σύμβασης που δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης. Πάντως και πριν από την ψήφιση των παραπάνω νόμων ασθενέστερος αντισυμβαλλόμενος μπορούσε να προστατευθεί με επίκληση των διατάξεων της καλής πίστεως (ΑΚ 288), της καταχρήσεως δικαιώματος (ΑΚ 281) καθώς και των χρηστών ηθών (ΑΚ 178) ή ακόμη με ανάλογη εφαρμογή των κανόνων των ΑΚ 371-373¹⁶.

Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1 του ν. 2251/1994 η έννοια των ΓΟΣ ορίζεται ως εξής: «Γενικοί Όροι Συναλλαγών είναι οι όροι που έχουν διατυπωθεί

¹⁴ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 62

¹⁵ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 62

¹⁶ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 62-63

εκ των προτέρων για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων». Σύμφωνα λοιπόν με αυτό τον ορισμό τα εννοιολογικά χαρακτηριστικά των ΓΟΣ είναι τα εξής:

- α) οι ΓΟΣ είναι συμβατικοί όροι
- β) οι όροι αυτοί είναι διατυπωμένοι εκ των προτέρων
- γ) αποτελούν ομοιόμορφο περιεχόμενο για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων και
- δ) τίθενται από τον ένα συμβαλλόμενο (χρήστη) στον άλλο (πελάτη) κατά την κατάρτιση της σύμβασης

Αναλυτικότερα:

1.6.2. Συμβατικοί όροι

Ως συμβατικοί όροι, οι ΓΟΣ πρόκειται να αποτελέσουν το περιεχόμενο της σύναψης σύμβασης, ανεξάρτητα από τον τύπο ή την νομική της φύση. Αποτελούν περιεχόμενο ενοχικών, εμπράγματων ή και δικονομικών συμβάσεων καθώς επίσης και συμβάσεων του δημοσίου τομέα ή ΟΤΑ. Στις συμβάσεις δημοσίου δικαίου, όμως, είναι δυνατή μόνο αναλογική εφαρμογή των αρχών που διέπουν τους ΓΟΣ.

Αν και οι ΓΟΣ θεωρούνται ως συμβατικοί όροι είναι δυνατόν πάντως να αποτελέσουν περιεχόμενο και μονομερούς δήλωσης βούλησης, αρκεί η δήλωση βούλησης να έχει σχέση με την συμβατική σχέση, που υφίσταται, μεταξύ των ενδιαφερομένων.

Συνηθέστερα οι ΓΟΣ πρόκειται να αποτελέσουν περιεχόμενο μιας συμβατικής ρύθμισης, με σκοπό να καθορίσουν επουσιώδη συμπληρωματικά στοιχεία της σύμβασης, που άλλα καλύπτονται και από διατάξεις ενδοτικού δικαίου και άλλα όχι. Μόνο κατ' εξαίρεση οι ΓΟΣ μπορούν να ρυθμίσουν και ουσιώδη στοιχεία της σύμβασης¹⁷.

1.6.3. Μονομερής προδιατύπωση

Οι ΓΟΣ είναι όροι διατυπωμένοι εκ των προτέρων για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων. Μονομερής προδιατύπωση σημαίνει ότι η διατύπωση των ΓΟΣ γίνεται από το χρήστη ή και από μια τρίτη πλευρά κατά τρόπο οριστικό πριν συναφθεί η σύμβαση, αποκλείεται η διαπραγμάτευση

¹⁷ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 64

αυτής και δεν λαμβάνονται υπόψη ατομικά γνωρίσματα της συγκεκριμένης περίπτωσης¹⁸.

1.6.4. Προορισμός για πολλαπλή ομοιόμορφη χρήση

Οι ΓΟΣ προορίζονται να αποτελέσουν ομοιόμορφο περιεχόμενο σε «απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων». Η λέξη «μελλοντικών», η οποία δεν υπήρχε στο ν. 1961/1991 και προστέθηκε στο ν. 2251/1994 δηλώνει ότι πρέπει να υπάρχει πρόθεση να χρησιμοποιηθούν οι όροι σε απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων. Με την παρ. 10 του άρθρου 2, όπως αυτή προστέθηκε με το ν. 2741/1999, επεκτείνεται το πεδίο εφαρμογής του άρθρου αυτού και σε άλλους συμβατικούς όρους που δεν υπήρξαν αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης. Με βάση την αρχή προστασίας του καταναλωτή, είναι αναγκαία η διασταλτική ερμηνεία της σχετικής διάταξης, για να συμπεριληφθούν στο προστατευτικό πεδίο του νόμου σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 2 παρ. 1 και οι όροι εκείνοι για τους οποίους υπάρχει πρόθεση πολλαπλής χρησιμοποίησης και σε ορισμένο αριθμό συμβάσεων¹⁹. Τέλος, ως ομοιόμορφο περιεχόμενο θεωρείται εκείνο το οποίο είναι όμοιο κατά τα βασικά στοιχεία και το νόημα, όχι αναγκαστικά και κατά τη διατύπωση.

1.6.5. Συμβαλλόμενα μέρη

Κατά τη διατύπωση του άρθρου 2 του ν. 2251/1994, ως χρήστης νοείται ο προμηθευτής και ως πελάτης ο καταναλωτής. Οι έννοιες του καταναλωτή και του προμηθευτή ορίζονται στο αρθρ. 1 παρ. 4 του παραπάνω νόμου, χαρακτηριστικό του οποίου είναι η ευρύτερη διατύπωση και η συνακόλουθη διεύρυνση των υποκειμενικών ορίων των ΓΟΣ σε σχέση με την κατά πολύ στενότερη διατύπωση του προϊσχύσαντος ν. 1961/1991. Οι ΓΟΣ λοιπόν τίθενται από το ένα συμβαλλόμενο μέρος (χρήστη) στο άλλο (πελάτη) όταν καταρτίζεται η σύμβαση και αποκλείεται η ατομική διαπραγμάτευση του περιεχομένου τους. Το ότι βέβαια ο πελάτης δεν έχει τη δυνατότητα να συνεπιδράσει στη διαμόρφωση του περιεχομένου των ΓΟΣ και εμφανίζεται υποχρεωμένος να τους αποδεχθεί στο σύνολο τους, προκειμένου να μη στερηθεί βασικά βιοτικά αγαθά ή υπηρεσίες, ζωτικής σημασίας, ισοδυναμεί στην ουσία με μονομερή

¹⁸ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 65

¹⁹ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 65

επιβολή των ΓΟΣ εκ μέρους του χρήστη. Αυτό ωστόσο δεν σημαίνει ότι αναγνωρίζεται στο χρήστη των ΓΟΣ εξουσία να δεσμεύει μονομερώς τον αντισυμβαλλόμενο του. Αντίθετα, προϋποθέτει σε κάθε περίπτωση σύμβαση-συμφωνία των συμβαλλομένων για την ισχύ των ΓΟΣ, δηλαδή δήλωση του χρήστη για την ένταξη των ΓΟΣ στη σύμβαση και σύμφωνη δήλωση βούλησης του πελάτη προκειμένου οι όροι αυτοί να καταστούν περιεχόμενο της σύμβασης²⁰.

2. Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος

Η μέθοδος της πώλησης αγαθών και εμπορευμάτων εκτός εμπορικού καταστήματος δεν αποτελεί «εφεύρημα» των τελευταίων δεκαετιών. Ο πλανόδιος πωλητής των αρχών του περασμένου αιώνα άλλαξε ριζικά τη φυσιογνωμία του. Σ' αυτό συνέβαλε ο αυξανόμενος καταναλωτισμός των τελευταίων δεκαετιών, η υπερπληθώρα των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, που προβάλλονται τεχνηέντως μέσω της διαφήμισης ως αναγκαία, αλλά και η εικονική ευδαιμονία που καλλιεργείται από τις Τράπεζες με την παροχή κάθε είδους πιστώσεων. Οι εμπορικές επιχειρήσεις, που υιοθετούν το *direct selling* ως μέθοδο πώλησης δρουν για την αναζήτηση και προσέγγιση της πελατείας βάσει σύγχρονων επιστημονικών και ψυχολογικών μεθόδων, μέσω δικτύου εκπαιδευμένων πωλητών, που έχουν ως αφετηρία την προσωπική επαφή τους με τον υποψήφιο καταναλωτή, με κύριο στόχο τον επηρεασμό της αγοραστικής του απόφασης. Οι επιχειρήσεις που προωθούν προϊόντα ή υπηρεσίες με αυτό τον τρόπο σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο προσπαθούν να εκμεταλλευτούν κυρίως την έλλειψη χρόνου ή άλλους περιορισμούς, προκειμένου να «πείσουν» τον καταναλωτή με τη χρήση ενός ιδιαίτερου γλωσσικού κώδικα για την αναγκαιότητα απόκτησης των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών. Η μεθοδευμένη και αιφνίδια αυτή «εισβολή» στον προσωπικό ή εργασιακό χώρο του καταναλωτή συνήθως αφαιρεί από αυτόν τη δυνατότητα της ελεύθερης επιλογής, του περιορίζουν το χρόνο περίσκεψης, ενώ ταυτόχρονα δεν του επιτρέπουν να προβεί στη συνηθισμένη διαδικασία σύγκρισης του προϊόντος ή της υπηρεσίας, ως προς την ποιότητα και την τιμή με παρόμοιες προσφορές²¹.

²⁰ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 66

²¹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 310

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι τα κύρια χαρακτηριστικά γνωρίσματα της σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος είναι τα εξής:

1. η συναλλακτική πρωτοβουλία του εμπόρου
2. ο μεθοδευμένος τρόπος προσέγγισης
3. η επιλογή του τόπου σύναψης της σύμβασης
4. η τακτική του αιφνιδιασμού και
5. η «αδυναμία» επιλογών του καταναλωτή.

Η διαπραγματευτική αυτή ανισότητα που δημιουργείται σε βάρος του τελευταίου και τα μειονεκτήματα που ελλοχεύουν στις πωλήσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, ώθησαν ορισμένα ευρωπαϊκά κράτη στο να θεσπίσουν εδώ και αρκετές δεκαετίες προστατευτικές διατάξεις υπέρ του καταναλωτή.

2.1. Το κοινοτικό δίκαιο – Η οδηγία 85/577/ΕΟΚ

2.2.1. Σκοπός

Ο κοινοτικός νομοθέτης στο προοίμιο της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ για την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος περιγράφει τους βασικούς κινδύνους που απορρέουν για τον καταναλωτή από τις προαναφερθείσες συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος. Ως τέτοιοι αναφέρονται:

α) η πρωτοβουλία του εμπόρου και ο τρόπος προσέγγισης του καταναλωτή,

β) η αδυναμία του τελευταίου να συγκρίνει την ποιότητα και την τιμή της προσφοράς με άλλες προσφορές και

γ) το στοιχείο του αιφνιδιασμού²².

Οι συντάκτες της οδηγίας επέλεξαν να κινηθούν σε δύο βασικούς άξονες. Πρώτον, επέβαλαν στον έμπορο συγκεκριμένες προϋποθέσεις ως προς τη σύναψη της σύμβασης (χρήση εγγράφου και υποχρέωση παροχής πληροφοριών), και δεύτερον, θέσπισαν υπέρ του καταναλωτή το δικαίωμα της (ανααιτιολόγητης) υπαναχώρησης. Πρέπει να επισημανθεί ότι η *de minimis* συμμόρφωση των κρατών-μελών προς τις κατευθυντήριες ρυθμίσεις της οδηγίας με τις εθνικές πράξεις προσαρμογής, σε συνδυασμό με το άρθρο 8, το οποίο «δεν εμποδίζει τα κράτη-μέλη να θεσπίζουν ή να διατηρούν σε ισχύ

²² Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 311

ευνοϊκότερες διατάξεις για την προστασία των καταναλωτών στο επίπεδο που καλύπτει η παρούσα οδηγία», επέφερε εν μέρει μια «ανομοιογένεια» μεταξύ των νομοθετικών ρυθμίσεων στα κράτη-μέλη²³.

3. Συμβάσεις από απόσταση

Τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου νέες μορφές συμβάσεων και νέοι τρόποι κατάρτισης των «παραδοσιακών» συμβάσεων έχουν εμφανισθεί. Παραδοσιακά, κατά την κατάρτιση κάθε μορφής σύμβασης έπρεπε να παρίστανται ταυτόχρονα και αυτοπροσώπως οι συμβαλλόμενοι στον τόπο κατάρτισης της σύμβασης, προκειμένου να πιστοποιείται η δήλωση της βούλησης τους (ΑΚ192,211 επ), δηλ. η πρόταση σύναψης σύμβασης και η αποδοχή της ή να εκπροσωπούνται από νόμιμους αντιπροσώπους. Υπήρχαν βέβαια και οι συμβάσεις μεταξύ απόντων ήταν όμως η εξαίρεση. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής επέβαλε την παράκαμψη αυτού του κανόνα. Η νέα τάση, ωστόσο, διευκολύνεται και από την εμφάνιση τεχνικών μέσων επικοινωνίας, όπως κυρίως η τηλεομοιοτυπία (fax), το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), το διαδίκτυο (internet), όπου εκ των πραγμάτων είναι «φυσιολογική» η έλλειψη της φυσικής παρουσίας των συμβαλλομένων στον ίδιο χώρο κατά την κατάρτιση της σύμβασης. Προς διευκόλυνση των συναλλαγών που πραγματοποιούνται με τη χρήση των παραπάνω μέσων τεχνικής επικοινωνίας το δίκαιο προβλέπει ότι είναι νομικά δυνατή η κατάρτιση συναλλαγών χωρίς τη φυσική παρουσία των συμβαλλομένων, συγχρόνως δε με την ύπαρξη «έγγραφης» απόδειξης της κατάρτισης της σύμβασης, πράγμα το οποίο δεν υπάρχει στη μέσω τηλεφώνου σύναψη της σύμβασης.

Για να αποφευχθούν τα προβλήματα που μπορεί να εμφανισθούν σχετικά με τη δήλωση βούλησης των συμβαλλομένων υιοθετήθηκε η Οδηγία 97/7/EK του Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 20.5.1997 για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 18 της Οδηγίας 2002/65/EK «για την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των Οδηγιών 90/619/ΕΟΚ, 97/7/EK και 98/27/EK» και με το άρθρο 15 της Οδηγίας 2005/29/EK «για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την

²³ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 311-312

τροποποίηση των Οδηγιών 84/450/ΕΟΚ, 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ και του Κανονισμού 2006/2004»²⁴. Στόχος της Οδηγίας είναι η αποτροπή των κινδύνων που ελλοχεύουν κατά την κατάρτιση των συμβάσεων από απόσταση για τον καταναλωτή, λόγω ιδίως της χρησιμοποίησης τεχνικών μέσων και της έλλειψης δυνατότητας διαπραγμάτευσης που είναι εκτός της σφαίρας επιρροής του καταναλωτή. Αυτή είναι η ειδοποιός διαφορά της σύμβασης από απόσταση από τις «παραδοσιακές» συμβάσεις μεταξύ απόντων και από αυτήν προκύπτει η ανάγκη ειδικών ρυθμίσεων.

4. Καταναλωτική Πώληση

Η οδηγία 1999/44/ΕΚ της 25ης Μαρτίου 1999 σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών αποτελεί την πιο σημαντική και ουσιαστική μέχρι σήμερα επέμβαση του κοινοτικού νομοθέτη στο πεδίο του αστικού δικαίου. Η οδηγία αυτή βασίζεται στο άρθρο 153 της Συνθήκης για την Ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, που απονέμει στην Κοινότητα γενική συντρέχουσα αρμοδιότητα να συμβάλλει στη διασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών κατά τις παρ. 1 και 3 αυτού, σε συνδυασμό με το άρθρο 95 ΣυνθΕΚ²⁵.

Σκοπός του κοινοτικού νομοθέτη υπήρξε η εξασφάλιση και στους μεμονωμένους καταναλωτές των πλεονεκτημάτων της εσωτερικής αγοράς, ενός χώρου δηλαδή χωρίς εσωτερικά σύνορα, τα οποία συνήθως απολαύουν τα πρόσωπα που ενεργούν στα πλαίσια των εμπορικών τους δραστηριοτήτων. Ήθελε δηλ. να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις, με βάση τις οποίες θα έχουν τη δυνατότητα ή την ευχέρεια και οι απλοί καταναλωτές να κάνουν αγορές στο έδαφος άλλου κράτους μέλους. Με την επίτευξη του σκοπού αυτού ο κοινοτικός νομοθέτης επεδίωξε ταυτόχρονα την προώθηση και ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς, αφού δυνάμει και των νέων επικοινωνιακών τεχνολογιών αυξάνεται συνεχώς ο αριθμός των καταναλωτών, που θα προσπαθήσουν να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματα των συναλλαγών εντός αυτής. Για την πραγματοποίηση των επιδιωκόμενων αυτών στόχων, θέσπισε με την παρούσα οδηγία ένα ομοιόμορφο ελάχιστο σύνολο ρυθμίσεων που αφορούν στην

²⁴ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 363

²⁵ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 398-399

καταναλωτική πώληση, με απώτερη επιδίωξη η εναρμόνιση προς τις διατάξεις αυτές από τα κράτη μέλη να οδηγήσει αφενός μεν στην αποφυγή της στρέβλωσης του ανταγωνισμού, η οποία προκαλείται από την ύπαρξη διαφορετικών νομοθετικών ρυθμίσεων στον τομέα αυτό μεταξύ των κρατών μελών, αφετέρου δε στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις διασυνοριακές συναλλαγές. Η επιδίωξη εξάλλου της αύξησης των συναλλαγών μέσα σε κλίμα υγιούς ανταγωνισμού σαφές είναι ότι οδηγεί και στη διατήρηση της σταθερότητας των τιμών, η οποία αποτελεί και πρωταρχικό στόχο της ΟΝΕ²⁶.

5. Ευθύνη λόγω ελαττωματικών προϊόντων

5.1. Το πρόβλημα

Η τεράστια τεχνολογική πρόοδος που επήλθε μετά τη μεταβιομηχανική εποχή είχε ως κύριο αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγής και της μαζικής διάθεσης προϊόντων στην αγορά, από τη μία διευκολύνουν τη ζωή των καταναλωτών, από την άλλη, όμως, εγκυμονούν κινδύνους τόσο για την υγεία τους και τη σωματική τους ακεραιότητα, όσο και για την περιουσία τους. Η παραγωγή των προϊόντων πλέον είναι τυποποιημένη, μαζική χωρίς την επέμβαση του ανθρώπινου παράγοντα σε αρκετές περιπτώσεις, με αποτέλεσμα να καθίσταται πρακτικά αδύνατος ο έλεγχος της ασφάλειάς τους καθώς και η ανεύρεση και διόρθωση τυχόν ελαττωμάτων. Εξαπτίας της έλλειψης επαρκούς ελέγχου έχουν σημειωθεί αρκετά περιστατικά ατυχημάτων λόγω των ελαττωματικών προϊόντων στους αγοραστές αυτών αλλά και σε τρίτους. Πολλές φορές μιλάμε για πληθώρα «ανώνυμων» περιπτώσεων κατά τις οποίες τα προϊόντα που παράγονται μαζικά προκαλούν ζημία σε πλήθος «ανώνυμων» καταναλωτών.

Με βάση αυτά τα γεγονότα το σύγχρονο δίκαιο αστικής ευθύνης κλήθηκε να δώσει απάντηση στο ποιος είναι ο δέκτης των αξιώσεων αποζημίωσης για τις ζημιές που προκαλεί η χρήση ελαττωματικών προϊόντων²⁷.

Πιθανόν θα έπρεπε να ενάγεται πωλητής του ελαττωματικού προϊόντος που επιφέρει τις ζημιές. Δεν μπορεί όμως να θεμελιωθεί αδιοκπρακτική ευθύνη

²⁶ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 399

²⁷ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 503

στο πρόσωπό του, αφού ο ρόλος του στην παραγωγική διαδικασία είναι παθητικός και δεν μπορεί να γνωρίζει ή να ελέγξει την ελαττωματικότητα των προς πώληση προϊόντων του.

Αρα ο μόνος που μπορεί να φέρει την ευθύνη αποζημίωσης είναι ο παραγωγός των ελαττωματικών προϊόντων. Άλλωστε αυτό επιτάσσει και το κοινό περί δικαίου αίσθημα, αφού ο παραγωγός ελέγχει την παραγωγική διαδικασία, απολαμβάνει τα οφέλη των χρησιμοποιούμενων μεθόδων μαζικής παραγωγής, καθοδηγεί με τη διαφήμιση τον καταναλωτή να αγοράσει το προϊόν και γι' αυτό είναι ο μόνος που μπορεί να προβεί στη λήψη των κατάλληλων μέτρων, ώστε να μην παραχθούν και διατεθούν στην αγορά ελαττωματικά προϊόντα. Επιπλέον ο ίδιος μπορεί να αποφύγει αυτή την οικονομική επιβάρυνση αν προβεί σε ασφάλιση.

5.2. Η νομική θεμελίωση της ευθύνης του παραγωγού μέχρι την ειδική νομοθετική ρύθμιση

Η πρώτη προσπάθεια να θεμελιωθεί νομική ευθύνη του παραγωγού προσέκρουσε στην ανυπαρξία άμεσου συμβατικού δεσμού μέσω αυτού και του καταναλωτή και στην αδυναμία προστασίας τυχόν τρίτων που ζημιώνονται από τα προϊόντα αυτά²⁸.

Με βάση αυτά τα δεδομένα επιλέχθηκε η λύση της αδικοπρακτικής ευθύνης του παραγωγού των ζημιογόνων προϊόντων. Η διάταξη 914 ΑΚ προέβλεπε ότι «όποιος ζημιώσει άλλον παράνομα και υπαίτια, έχει υποχρέωση να τον αποζημιώσει». Άρα εφόσον ο παραγωγός παρουσίαζε παράνομη συμπεριφορά, ήταν ο κύριος υπαίτιος για την προξενούμενη ζημία αρκεί να αποδεικνυόταν η αιτιώδης συνάφεια μεταξύ του ελαττώματος του προϊόντος και της ζημίας.

Η θεμελίωση της ευθύνης του παραγωγού βασίστηκε στην παράνομη συμπεριφορά του παραγωγού και στην παράβαση εκ μέρους του της γενικής υποχρέωσης που είχε για ασφάλεια στις συναλλαγές και την έλλειψη των μέτρων που όφειλε να πάρει για να αποτρέψει τους κινδύνους, σύμφωνα με την καλή πίστη και την ισχύουσα νομοθεσία. Αμέλεια εφαρμογής του άρθρου 914 ΑΚ στοιχειοθετεί την υπαιτιότητα αυτού.

²⁸ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 505

Για να θεμελιωθεί όμως η υπαιτιότητα του παραγωγού ο καταναλωτής έπρεπε απλά να αποδείξει μόνο την αιτιώδη σχέση που υπήρχε μεταξύ της χρήσης ζημιογόνου προϊόντος και της ζημίας που προκαλεί αυτό. Από την άλλη ο παραγωγός για να απαλλαγεί από την ευθύνη του θα έπρεπε απλώς να αποδείξει ότι δεν υπήρξε πλημμελής κατασκευή ή συντήρηση του προϊόντος τουλάχιστον όσον αφορά το χώρο δραστηριότητας και αποκλειστικής εμποτείας του²⁹.

6. Συγκριτική διαφήμιση και αθέμιτες εμπορικές πρακτικές

Ένα από τα σημαντικότερα μέσα προώθησης των προϊόντων στην αγορά και γνωστοποίησης αυτών στο ευρύ καταναλωτικό κοινό αποτελεί η διαφήμιση. Οι επιχειρήσεις κάθε χρόνο δαπανούν τεράστια ποσά για να προβάλλουν τα προϊόντα τους και να μεγιστοποιήσουν με αυτό τον τρόπο τα κέρδη τους από την αύξηση των πωλήσεών τους. Μία από τις πιο αμφιλεγόμενες μορφές διαφήμισης, λόγω των ηθικών και νομικών προβλημάτων που προκαλεί, είναι η συγκριτική διαφήμιση. Βασίζεται κυρίως στην σύγκριση των προϊόντων της διαφημιζόμενης εταιρίας με τις ανταγωνίστριές της και καλεί τον καταναλωτή να επιλέξει τα καλύτερα³⁰. Για το λόγο αυτό η επιστήμη του δικαίου κλήθηκε άλλη μία φορά να κρίνει κάτω από ποιες προϋποθέσεις μπορούν να συνυπάρξουν τα συμφέροντα των καταναλωτών και των ανταγωνιστών με την συγκριτική διαφήμιση.

Επιπλέον η παγκοσμιοποίηση και το άνοιγμα της αγοράς επέβαλλε την θέσπιση κοινών νόμων για την αντιμετώπιση τυχόν παράνομων συνεπειών που μπορεί να προκύψουν από αυτή καθώς επίσης και για την αποφυγή εύνοιας ορισμένων επιχειρήσεων σε εθνικό επίπεδο.

6.1. Κοινοτικό δίκαιο

6.1.1. Οδηγία 84/450/ΕΟΚ

Η πρώτη κοινοτική Οδηγία 84/450/ΕΟΚ θεσπίστηκε στις 10/9/1984 και ρύθμιζε αρχικά θέματα της παραπλανητικής διαφήμισης. Στόχος της ήταν να εναρμονιστούν τα εθνικά δίκαια των κρατών-μελών για να υπάρξει αρμονία στη λειτουργία της κοινής αγοράς. Σύμφωνα με το άρθρο 1 αυτής προστατεύονταν

²⁹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 507

³⁰ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 613

αρχικά τα συμφέροντα των καταναλωτών και των επιχειρήσεων από την παραπλανητική διαφήμιση και από πράξεις ανταγωνισμού αλλά το ζήτημα ρύθμισης της συγκριτικής διαφήμισης αφήνονταν ανοικτό για περαιτέρω διευθέτηση στο μέλλον³¹.

6.1.2. Οδηγία 97/55/ΕΚ

Η Οδηγία 84/450/ΕΟΚ, που αφορούσε στην παραπλανητική διαφήμιση, τροποποιήθηκε στις 6/10/1997 με την Οδηγία 97/55/ΕΚ, για να συμπεριλάβει και την συγκριτική διαφήμιση. Με αυτήν ρυθμίστηκε νομοθετικά σε κοινοτικό επίπεδο η συγκριτική διαφήμιση, αλλά μόνο με θεωρητικές και νομολογιακές προσεγγίσεις. Μέχρι τότε σε άλλα κράτη της ΕΕ απαγορευόταν, ενώ σε άλλα επιτρεπόταν υπό προϋποθέσεις.

Σύμφωνα με το άρθρο 1 της Οδηγίας σε συνδυασμό και με τις αιτιολογικές σκέψεις αυτής βασικός σκοπός της είναι το δίκαιο προστασίας των καταναλωτών του κάθε κράτους – μέλους και το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού. Το άρθρο 3 αυτής ορίζει ως συγκριτική «κάθε διαφήμιση που κατονομάζει ρητά ή υπονοεί έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προφέρονται από έναν ανταγωνιστή». Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει και τα τρία είδη της συγκριτικής διαφήμισης: α) επικριτική, β) προσωπική και γ) αναφερόμενη. Όσον αφορά στην επικριτική διαφήμιση οι ρυθμίσεις της οδηγίας θέτουν θέμα ελέγχου νομιμότητας, ενώ δεν εμπίπτει άμεσα σε αυτές η προσωπική συγκριτική διαφήμιση ακόμη κι αν αναφέρει αληθή στοιχεία για τον ανταγωνιστή επειδή είναι απαγορευμένη. Η αναφερόμενη διαφήμιση όμως υπόκειται στις διατάξεις της αφού γίνεται απλή αναφορά στα προϊόντα του ανταγωνιστή και όχι άμεση σύγκριση.

Επιπλέον η οδηγία αναφέρει ρητά ότι η συγκριτική διαφήμιση αφορά αποκλειστικά τη σύγκριση ανάμεσα στον διαφημιζόμενο και σε έναν ανταγωνιστή. Οι αναφορά σε περισσότερους ανταγωνιστές προϋποθέτει τον προσδιορισμό της ταυτότητάς τους με επαρκή στοιχεία. Για να υφίσταται ωστόσο συγκριτική διαφήμιση πρέπει να ισχύουν οι εξής προϋποθέσεις σύμφωνα με το άρθρο 4 της Οδηγίας:

- Η συγκριτική διαφήμιση δεν πρέπει να είναι παραπλανητική

³¹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 614

- Πρέπει να συγκρίνονται αγαθά ή υπηρεσίες που καλύπτουν τις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους και τέλος
- Πρέπει να συγκρίνονται αντικειμενικά χαρακτηριστικά των προϊόντων, τα οποία είναι συναφή, ουσιώδη, επαληθεύσιμα και αντιπροσωπευτικά αυτών.

Ιδιαίτερη αναφορά στο άρθρο γίνεται στην τιμή των προϊόντων.

6.1.3. Οδηγία 2006/114/EK

Η Οδηγία 84/450/ΕΟΚ, που ρύθμιζε την παραπλανητική διαφήμιση τροποποιήθηκε με την οδηγία 97/55/ΕΚ για τη συγκριτική διαφήμιση και κατόπιν με την οδηγία 2005/29/ΕΚ. Ωστόσο και οι δύο αυτές οδηγίες καθώς και το άρθρο 14 της οδηγίας 2005/29/ΕΚ καταργήθηκαν με την κωδικοποιητική οδηγία 2006/114/ΕΚ της 12/12/2006 για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση, η οποία ισχύει από τις 12/12/2007.

Πιο συγκεκριμένα σε επίπεδο ΕΕ το θεσμικό πλαίσιο της διαφήμισης έχει ως εξής: Οι καταναλωτές θα προστατεύονται από την παραπλανητική και συγκριτική διαφήμιση, με την οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, η οποία έχει γενικότερο περιεχόμενο και αναφέρεται στις σχέσεις μόνο μεταξύ ανταγωνιστών και όχι στην προστασία των καταναλωτών³².

7. Μέσα Ηλεκτρονικών Πληρωμών

Απόρροια της σύγχρονης τεχνολογίας, της παγκοσμιοποίησης και της αύξησης του καταναλωτισμού των τελευταίων ετών, ήταν η ανάπτυξη νέων μορφών εμπορίου και νέων μορφών πληρωμής των συναλλαγών που ανταποκρίνονται καλύτερα στις σύγχρονες απαιτήσεις. Οι τραπεζικές υπηρεσίες στα πλαίσια της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου και της ενιαίας αγοράς εκσυγχρονίστηκαν και το παραδοσιακό χρήμα αντικαταστάθηκε από το πλαστικό. Η καθιέρωση του ευρώ ως ενιαίο νόμισμα της ένωσης επέβαλε την εξεύρεση νέων τρόπων πληρωμής που να εξυπηρετούν τις ανάγκες της ευρωπαϊκής νομισματικής ενοποίησης. Ο καταναλωτής πλέον με το πλαστικό χρήμα συναλλάσσεται με την ίδια ευκολία σε όλες τις χώρες της ζώνης του ευρώ, όπως και στη χώρα του³³.

³² Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 630-631

³³ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις

Η ευκολία αυτή όμως στις συναλλαγές δεν παύει να εγκυμονεί κινδύνους, αφού ο καταναλωτής πολλές φορές ελάχιστα γνωρίζει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που γεννά σ' αυτόν το νέο σύστημα πληρωμών. Οι τράπεζες αντιθέτως διασφαλίζοντας τα συμφέροντά τους εξυπηρετήθηκαν τα μέγιστα από τον εκσυγχρονισμό των υπηρεσιών τους, αφού αφενός μεν μείωσαν σημαντικά το κόστος λειτουργίας τους, αφετέρου δε αύξησαν κατακόρυφα την κερδοφορία τους και ώθησαν τον καταναλωτή, μέσω του πλαστικού χρήματος σε άσκοπες αγορές και καταναλωτικές σπατάλες, με αποτέλεσμα να γίνεται δέσμιος μιας νέας κατάστασης και μόνιμος οφειλέτης αυτών³⁴.

Για το λόγο αυτό τόσο ο κοινοτικός νομοθέτης όσο και οι εκάστοτε εθνικοί νομοθέτες έθεσαν τα γενικότερα πλαίσια λειτουργίας του νέου συστήματος ηλεκτρονικών πληρωμών με απώτερο σκοπό την προστασία των συμφερόντων του καταναλωτή κατά τη χρησιμοποίηση των νέων μέσων ηλεκτρονικών πληρωμών.

8. Καταναλωτική Πίστη

Η πρώτη πιστωτική κάρτα εκδόθηκε στις Η.Π.Α. στα τέλη του 17^{ου} αι. Τότε για πρώτη φορά εισήχθη στην οικονομία η έννοια της καταναλωτικής πίστης, η οποία αναπτύχθηκε μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Σ' αυτό συνέβαλαν κυρίως τρεις παράγοντες:

- A) Η απώλεια των ιδιωτικών οικονομιών,
- B) Η αυξημένη ζήτηση αγαθών και
- Γ) Η αδυναμία των αγοραστών – καταναλωτών να πληρώσουν εξ ολοκλήρου το τίμημα αγοράς του προϊόντος.

Το φαινόμενο εμφανίστηκε στην Ευρώπη μετά το τέλος της δεκαετίας του '70, για να αντικαταστήσει σταδιακά και σε ένα μεγάλο ποσοστό πλέον την πληρωμή τοις μετρητοίς, την πώληση με δόσεις ή την ιδιώτυπη μίσθωση – πώληση.

Σήμερα στη διάθεση της αγοράς υπάρχει πληθώρα χρηματοδοτικών μέσων, που παρέχουν πίστωση στους καταναλωτές. Παρ' όλα αυτά δεν ακολουθείται ο ίδιος ρυθμός πιστωτικής ανάπτυξης σε όλες τις εθνικές αγορές.

Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 681

³⁴ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 682

Το επίπεδο καταναλωτικής πίστης διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα με αποτέλεσμα ορισμένες αγορές να εμφανίζονται κορεσμένες, ενώ άλλες να διαθέτουν μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης και εξέλιξης.

Στην Ελλάδα η καταναλωτική πίστη απελευθερώθηκε μετά το 1944 όταν καθιερώθηκαν από τους τραπεζικούς οργανισμούς τα καταναλωτικά – προσωπικά δάνεια που διευκόλυναν το καταναλωτικό κοινό να αποκτήσει αγαθά καταφεύγοντας στον τραπεζικό δανεισμό.

8.1. Η Οδηγία 87/102/ΕΟΚ

8.1.1. Σκοπός

Ο κοινοτικός νομοθέτης διαβλέποντας τα πλεονεκτήματα της καταναλωτικής πίστης στο πλαίσιο της κοινής αγοράς, αλλά και θέλοντας να άρει τυχόν διαφορές που θα προέκυπταν μεταξύ των νομοθεσιών των κρατών – μελών στο πεδίο της καταναλωτικής πίστης, νομοθέτησε την οδηγία 87/102/ΕΟΚ στις 22/12/1986. με απώτερο σκοπό λοιπόν την προστασία του καταναλωτή η Οδηγία έδωσε τη δυνατότητα στο καταναλωτικό κοινό να επωφελείται από τις ευκαιρίες της κοινής αγοράς και να λαμβάνει πίστωση με χαμηλότερο κόστος και ευνοϊκότερους όρους³⁵.

8.1.2. Περιεχόμενο

Το άρθρο 1 παρ. 2γ της οδηγίας παραθέτει έναν ευρύ ορισμό της σύμβασης, στον οποίο περιλαμβάνονται όσο περισσότερες συμβάσεις γίνονται. Ωστόσο με το άρθρο 2 αυτής ο αριθμός των συμβάσεων αυτόματα περιορίζεται αφού αποκλείει από αυτές όσες είναι μικρότερες των 200 ECU ή μεγαλύτερες των 20.000 ECU. Επιπλέον το άρθρο 4 εισάγει τον έγγραφο τύπο των πιστωτικών συμβάσεων, που είναι υποχρεωτικός, καθώς και κάποιους απαραίτητους συμβατικούς όρους, που αναφέρονται κυρίως στις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα του καταναλωτή. Με αυτό τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα στον τελευταίο να προβεί σε σύγκριση των ορών της πίστωσης με άλλες πιστώσεις, που επίσης διατίθενται στην αγορά. Ειδικότερα το άρθρο 3 της Οδηγίας καθιστά πιο εύκολη τη σύγκριση αυτή αφού υποχρεωτικά επιβάλλεται στο διαφημιζόμενο προϊόν να αναφέρει το συνολικό ετήσιο πραγματικό επιτόκιο με οποιοδήποτε τρόπο.

³⁵ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 967-968

Ο ορισμός του επιτοκίου παρατίθεται στο άρθρο 1 παρ. 2 της οδηγίας. Απεικονίζει το πραγματικό συνολικό κόστος της πίστωσης έτσι ώστε ο καταναλωτής να γνωρίζει όχι μόνο τον τόκο που υπολογίζεται με βάση αυτό, αλλά γενικά και όλα τα τυχόν οφειλόμενα κονδύλια, τα οποία σε τελική ανάλυση επιβαρύνουν την πίστωσή του. Με τον τρόπο αυτό βοηθιέται στην αποφυγή χαμηλών επιτοκίων που υποκρύπτουν παγίδες. Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί ότι η Οδηγία 87/102/ΕΟΚ δεν ορίζει τις μεθόδους υπολογισμού του συνολικού ετήσιου πραγματικού επιτοκίου, αλλά με το άρθρο 5 αυτής προαναγγέλλεται μία μελλοντική ρύθμιση του ζητήματος ενώ συγχρόνως εμπεριέχει και μία ρήτρα ελάχιστης εναρμόνισης, παρέχοντας την ελευθερία στα κράτη – μέλη να θεσπίσουν αυστηρότερα μέτρα για την προστασία του καταναλωτικού κοινού.

8.2. Η Οδηγία 90/88/ΕΟΚ

Η Οδηγία 87/102/ΕΟΚ τροποποιήθηκε στις 22/2/1990 με την Οδηγία 90/88/ΕΟΚ, η οποία εισήγαγε την προαναφερόμενη μέθοδο υπολογισμού του συνολικού ετήσιου πραγματικού επιτοκίου με έναν ενιαίο μαθηματικό τύπο. Ορίστηκαν αρνητικά οι δαπάνες που δεν θα έπρεπε να ενσωματώνονται στον υπολογισμό αυτού, εξαιρέθηκε κάθε πίστωση με εξασφάλιση υποθήκης επί ακινήτου (πλην των στεγαστικών δανείων) και τέλος με το άρθρο 1 παρ. 4 προστέθηκαν και νέα στοιχεία που θα έπρεπε να περιλαμβάνονται στις νέες συμβάσεις³⁶.

8.3. Η Οδηγία 98/7/ΕΚ

Η Οδηγία 98/7/ΕΚ της 16/2/1998 αποτελεί την τελευταία τροποποίηση της 87/102/ΕΟΚ, στην οποία καθιερώνεται ο κοινός όρος ΣΕΠΠΕ («Συνολικό Ετήσιο Πραγματικό Ποσοστό Επιβάρυνσης») (άρθρο 1 περ. α'). Δίνεται έτσι η δυνατότητα στους καταναλωτές να αναγνωρίζουν αυτόν στα διάφορα κράτη – μέλη. Συνάμα ως βάση υπολογισμού ορίζεται το έτος 365 ημερών ή 366 ημερών για τα δίσεκτα έτη, ένας ίσος μήνας θεωρείται ότι έχει 30,41666 ημέρες και θέτει κανόνες στρογγυλοποίησης (άρθρο 1). Έτσι το ΣΕΠΠΕ γίνεται απόλυτα αξιόπιστο και αποτελεί ένα μέτρο σύγκρισης μεταξύ των εναλλακτικών προτάσεων πίστωσης. Με τον τρόπο αυτό αφενός προστατεύει τον

³⁶ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 970-971

καταναλωτή από την υπερχρέωση και αφετέρου ενισχύει τον ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών και των λοιπών πιστωτικών φορέων³⁷.

9. Εξ αποστάσεως εμπορία Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών

Μία από τις πιο επιτακτικές ανάγκες στα πλαίσια της ενιαίας αγοράς και της σύναψης χρηματοοικονομικών συμβάσεων εξ αποστάσεως ήταν η θέσπιση ενός νομικού πλαισίου που θα προστάτευε κυρίως τους αποδέκτες – καταναλωτές των προϊόντων και υπηρεσιών αυτών. Βασικό στόχο αποτέλεσε η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ασφάλεια στις συναλλαγές που θα πραγματοποιούσαν οι καταναλωτές, οι οποίοι θα επέλεγαν να συνάψουν συναλλαγές εξ αποστάσεως επιλέγοντας τις πιο κατάλληλες και συμφέρουσες γι' αυτόν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

Ωστόσο ένα αίσθημα ανασφάλειας κυριαρχεί στους καταναλωτές – λήπτες των υπηρεσιών αυτών, αποτελώντας δικαιολογημένα έναν αποτρεπτικό παράγοντα στο να προβούν στη σύναψη τέτοιων συμβάσεων ακόμα και με την «ασφάλεια» που εγγυάται η ανάπτυξη των σύγχρονων μέσων επικοινωνίας και του διαδικτύου. Σ' αυτό συμβάλλει σημαντικά η απόσταση που υπάρχει ανάμεσα στους καταναλωτές και στους προμηθευτές και δημιουργεί ένα θέμα διασφάλισης των δικαιωμάτων των πρώτων, καθώς επίσης και το διαφορετικό θεσμικό πλαίσιο που ισχύει σε κάθε χώρα που παρέχονται οι υπηρεσίες ή είναι εγκατεστημένοι οι προμηθευτές.

Για τους λόγους αυτούς με τα άρθρα 95 και 153 της Συνθήκης σε συνδυασμό με το γεγονός ότι στο ευρύτερο ευρωπαϊκό νομοθετικό πλαίσιο ο χώρος των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών εξ αποστάσεως εξαιρείται από το πεδίο της ρύθμισης των Οδηγιών 85/577, 97/7 και 98/27 λόγω των ιδιαιτεροτήτων τους, αλλά και του ειδικού νομικού πλαισίου που καθορίζει τη λειτουργία τους κρίθηκε απαραίτητο η δημιουργία μίας νομοθετικής ρύθμισης με βασικό σκοπό την εδραίωση της απαιτούμενης εμπιστοσύνης των καταναλωτών στην εξ αποστάσεως απόκτηση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Η εξαίρεση βέβαια αυτή από τις ρυθμίσεις των οδηγιών δικαιολογείται όχι μόνο εξαιτίας της ιδιαίτερης φύσης των προϊόντων αυτών και της ειδικής νομοθεσίας που διέπει τη λειτουργία των φορέων τους, αλλά κυρίως επειδή

³⁷ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 971-972

έπρεπε πρώτα να ολοκληρωθεί το νομοθετικό πλαίσιο που αφορούσε στην άδεια για τη σύσταση και λειτουργία τους καθώς επίσης στον έλεγχο και στην εποπτεία τους. Επιπλέον θα έπρεπε να ρυθμιστεί νομοθετικά και η συνεργασία των εποπτικών αρχών που ευθύνονται για την ομαλή λειτουργία της αγοράς χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο ο έλεγχος των προμηθευτών³⁸.

Δεν θα πρέπει να αγνοούμε, όμως, ότι συνάμα με την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών στα πλαίσια της εσωτερικής αγοράς, στόχος των νομοθετικών ρυθμίσεων ήταν και η διασφάλιση ενός υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων. Για να πραγματοποιηθεί όμως αυτό θα έπρεπε να διαμορφωθούν σε εθνικό επίπεδο ομοιόμορφοι κανόνες λειτουργίας των επιχειρήσεων που προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες.

Το κενό λοιπόν αυτό ήρθε εν μέρει να αναπληρώσει η Οδηγία 2002/65/ΕΚ, η οποία τροποποίησε τις Οδηγίες 90/619/ΕΟΚ, 97/7/ΕΚ και 98/27/ΕΚ και μεταφέρθηκε στην εθνική μας έννομη τάξη με την ΚΥΑ Ζ1-629/2005.

9.1. Η εξ αποστάσεων εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σύμφωνα με την ευρωπαϊκή έννομη τάξη

Μέσα στα πλαίσια λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς η ΣυνθΕΚ με τα άρθρα 95 παρ. 3 και 153 προστάτευσε τα δικαιώματα του καταναλωτή σε όλους τους τομείς των συναλλαγών του, εστιάζοντας κυρίως σε εκείνες, στις οποίες αυτός δεν βρισκόταν στον ίδιο τόπο με τον προμηθευτή και ως εκ τούτου δεν είχε άμεση επαφή με αυτόν και προσωπική εμπειρία σχετικά με το αγοραζόμενο προϊόν ή την υπηρεσία. Λόγω λοιπόν των ιδιαίτερων συνθηκών που προαναφέρθηκαν κατά τη σύναψη χρηματοοικονομικών συμβάσεων εξ αποστάσεως δημιουργήθηκαν ειδικοί όροι συναλλαγών, που διευκολύνουν τον καταναλωτή στην επιλογή του καταλληλότερου και οικονομικότερου προϊόντος, στην σύναψη μιας ασφαλούς συναλλαγής και στην προστασία των δικαιωμάτων του αν η έννομη σχέση μεταξύ αυτού και του προμηθευτή δεν εξελιχθεί ομαλά.

Παρά τα όσα προαναφέρθηκαν όμως οι συναλλαγές αυτού του είδους δεν είχαν την αναμενόμενη ανταπόκριση παρόλη την απλοποιημένη μορφή τους, εξαιτίας της έλλειψης προστατευτικού θεσμικού πλαισίου για τον

³⁸ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 1385-1386

καταναλωτή. Σε αυτό συνέβαλε ωστόσο και η οικονομική ισχύ των προμηθευτών των χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, η άνιση πρόσβαση των μερών στην πληροφόρηση, η τεχνική υπεροχή των προμηθευτών, η φύση των υπηρεσιών αυτών κάθε αυτών, καθώς επίσης και το γεγονός ότι η συναλλακτική αυτή σχέση βασίζεται σε συμβάσεις οι όροι των οποίων είναι πάντα προδιατυπωμένοι και δεν μπορεί ο λήπτης να εξισορροπήσει αυτούς προς την πλευρά του.

Η ειδική αυτή σχέση έχει επίσης ως κύριο χαρακτηριστικό και την πρωτοβουλία των κινήσεων. Φαινομενικά ο καταναλωτής είναι αυτός που επιλέγει, στην πραγματικότητα όμως ο προμηθευτής παίζει πάντα πρωτεύοντα ρόλο γιατί αυτός μέσω της κατάλληλης πληροφόρησης προσελκύει τον υποψήφιο λήπτη και προβάλλει μόνο τα θετικά στοιχεία της συναλλαγής με μεθόδους οι οποίες δεν παρέχουν ουσιαστική δυνατότητα ελέγχου στον ασθενέστερο αντισυμβαλλόμενο, καθώς επίσης τον οδηγεί στην εκτέλεση της συναλλαγής. Οι ΓΟΣ των συμβάσεων αυτών επιδέχονται πιο εύκολα κριτική αφού δεν μπορούν να διευκρινιστούν από το λήπτη, όπως συμβαίνει στις συμβάσεις που συνάπτονται δια της φυσικής παρουσίας του³⁹.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΝΟΜΟΣ 2251/1994 «ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ»

2.1. Η αρχή προστασίας του καταναλωτή και ο Ν. 2251/1994

Το έννομο δίκαιο προκειμένου να προστατεύσει τους συναλλασσόμενους καθιέρωσε συναλλακτικές υποχρεώσεις ασφάλειας και πρόνοιας. Για να ισχύσουν, όμως, αυτές πρέπει να υφίστανται οι εξής πραγματικές καταστάσεις:

³⁹ Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008, σελ. 1389

A) Να υπάρχει ένα συγκεκριμένο πεδίο δράσης, το οποίο μπορεί να εγκυμονεί κινδύνους για τρίτα πρόσωπα.

B) Η κυκλοφορία προϊόντων, τα οποία πιθανώς να βλάψουν τρίτους.

Γ) Η δημιουργία ή η κατοχή μιας πηγής ιδιαίτερου κινδύνου.

Δ) Η άσκηση επαγγέλματος ή λειτουργήματος ή η παροχή υπηρεσιών που υποκρύπτουν συγκεκριμένους κινδύνους για το κοινωνικό σύνολο⁴⁰.

2.1.1. Υποχρεώσεις ασφάλειας και προνοίας των συναλλασσομένων

Η γενική υπερεθνική αρχή-συναλλακτική υποχρέωση προστασίας του καταναλωτή απορρέει από τις εξής προϋποθέσεις:

A) Από την ειδική ρητή επιταγή του πρωτογενούς κοινοτικού δικαίου,

B) Από τις διατάξεις της σύμβασης των Βρυξελλών περί διεθνούς δικαιοδοσίας,

Γ) Από τη σύμβαση της Ρώμης περί εφαρμοστέου δικαίου στις συμβατικές ενοχές που αναφέρονται στην προστασία του καταναλωτή,

Δ) Από τις γενικές αρχές του κοινοτικού και εθνικού δικαίου για την προστασία του αδυνάτου μέρους στις συμβατικές σχέσεις και στη συναλλακτική ζωή γενικότερα,

Ε) Από τις ειδικότερες ρυθμίσεις του παράγωγου κοινοτικού δικαίου και του εθνικού δικαίου, που αποσκοπούν στην προάσπιση των συμφερόντων του καταναλωτή.

Το βασικό θεμέλιο, όμως, της Αρχής Προστασίας του Καταναλωτή αποτελούν η ΑΚ 57, 281 και 288, που εκφράζουν και την αρχή του κοινοτικού και εθνικού δικαίου.

Η συναλλακτική υποχρέωση προστασίας του καταναλωτή προστατεύει αφενός το πρόσωπο και κυρίως τη ζωή και τα αγαθά που την απαρτίζουν και κατοχυρώνει την προσωπικότητα αυτού και αφετέρου τα οικονομικά και περιουσιακά συμφέροντα του. Όταν βέβαια γίνεται λόγος για προστασία της προσωπικότητας τότε απλά αναφερόμαστε στην εξασφάλιση της ελευθερίας αυτοδιάθεσης, που στη συναλλακτική ζωή και ειδικότερα στο πεδίο των δικαιοπραξιών εκφράζεται με την αυτονομία της βουλήσεως⁴¹.

⁴⁰ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 45

⁴¹ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 45-46

2.2. Άρθρο 1

1. Η Πολιτεία μεριμνά για τα συμφέροντα των καταναλωτών.
2. Η Πολιτεία μεριμνά ιδίως για:
 - α) την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών,
 - β) τα οικονομικά τους συμφέροντα,
 - γ) την οργάνωση τους σε ενώσεις καταναλωτών,
 - δ) το δικαίωμα ακρόασης τους σε θέματα που τους αφορούν και
 - ε) την πληροφόρηση και επιμόρφωση τους σε καταναλωτικά θέματα.
3. Οι διατάξεις που προστατεύουν τους καταναλωτές ισχύουν τόσο στον ιδιωτικό τομέα όσο και για τις επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής του δημόσιου τομέα και των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης.
4. Κατά την έννοια αυτού του νόμου:
 - α) Καταναλωτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο για το οποίο προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά ή το οποίο κάνει χρήση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών εφόσον αποτελεί τον τελικό αποδεκτή τους. Καταναλωτής είναι και κάθε αποδεκτή του διαφημιστικού μηνύματος.
 - β) Προμηθευτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που, κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής του δραστηριότητας, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής είναι και ο διαφημιζόμενος. Προμηθευτής είναι επίσης και ο παραγωγός ως προς την ευθύνη του για ελαττωματικά προϊόντα,

2.3. Έννοιες καταναλωτή-Προμηθευτή

Το άρθρο 1 του Ν. 2251/1994, σε σχέση με τον παλαιότερο ν. 1961/1991 διεύρυνε την έννοια του καταναλωτή. Σύμφωνα με αυτό για να θεωρηθεί ένα πρόσωπο καταναλωτής και να ζητήσει την προστασία του νόμου πρέπει να πληρεί τις εξής προϋποθέσεις:

- A) τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες να προσφέρονται στην αγορά και
- B) αυτός που προμηθεύεται τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες να είναι και ο τελικός αποδέκτης⁴².

2.3.1. Προσφορά των προϊόντων στην αγορά

⁴² Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 50-51

Για να χαρακτηριστεί κάποιο πρόσωπο-αποδέκτης του προϊόντος ή της υπηρεσίας καταναλωτής είναι απαραίτητο το συγκεκριμένο προϊόν ή η συγκεκριμένη υπηρεσία να απευθύνονται στο ευρύ κοινό και να μην έχουν κατασκευαστεί με σκοπό να αποδοθούν σε συγκεκριμένο πελάτη ή σε εξατομικευμένο αποδέκτη. Η προϋπόθεση αυτή θεωρείται αναγκαία αφού στις μαζικές συναλλαγές εγκυμονεί ο κίνδυνος και σε αυτές τις περιπτώσεις είναι απαραίτητη η προστασία του καταναλωτή⁴³.

2.3.2. Τελικός αποδέκτης

Σύμφωνα πάντα με το άρθρο 1 του Ν. 2251/1994 ως καταναλωτή νοείται ο τελικός αποδέκτης του προϊόντος, υπό την προϋπόθεση ότι είναι και ο τελικός οικονομικός αποδέκτης. Η διαφορά, όμως, του νέου νόμου σε σχέση με τον παλαιότερο έγκειται στο γεγονός ότι αποδεδεσμεύεται η έννοια του καταναλωτή από το συνδυαστικό στοιχείο της ικανοποίησης μη επαγγελματικών αναγκών και συνδέεται με τον όρο της τελικής χρήσεως ή καταναλώσεως του προϊόντος ή υπηρεσίας. Ωστόσο πρέπει να ελεγχθούν δύο παράμετροι:

α) Η συμβατότητα με το κοινοτικό δίκαιο και

β) Το ενδεχόμενο καταχρηστικής άσκησης των δικαιωμάτων του καταναλωτή.

Οι κοινοτικές οδηγίες δίνουν έναν αυτόνομο ορισμό του καταναλωτή, που είναι στενότερος σε σχέση με τον προαναφερθέντα νόμο. Πιο συγκεκριμένα αυτό παρατηρείται στην Οδηγία 85/577 ΕΟΚ της 20/1/1985, που αφορά στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και η οποία ενσωματώθηκε στο εθνικό δίκαιο με τη διάταξη του άρθρου 3 του ν. 2251/1994 καθώς και στην Οδηγία 97/7ΕΚ για τις συμβάσεις από απόσταση, η οποία είναι ενσωματωμένη στο άρθρο 4 του ν. 2251/1994, όπως αυτό τροποποιήθηκε με την ΥΑ ΖΙ – 496/2000 και στην Οδηγία 99/44/ΕΚ (25/5/99) σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης καταναλωτικών αγαθών. Ο σκοπός για τον οποίο υφίσταται η διαφορά αυτή έγκειται στο γεγονός ότι η συγκεκριμένη κοινοτική Οδηγία αποσκοπεί στην προσέγγιση των νομοθεσιών με στόχο την εξασφάλιση ίσων όρων ανταγωνισμού και ομαλής λειτουργίας της ενιαίας αγοράς, παράλληλα προς την προστασία των καταναλωτών⁴⁴.

⁴³ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 51

⁴⁴ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 53

Το αν λοιπόν ένα πρόσωπο θα ενταχθεί στο προστατευτικό πεδίο του νόμου θα το κρίνουν οι περιστάσεις και τα συγκεκριμένα πραγματικά περιστατικά, τα οποία, υποδεικνύουν τη σχέση του καταναλωτή προς τα προϊόντα, την εμπειρία του ή μη, τον ορίζοντα προσδοκίας και γνώσεων και, κατά συνέπεια, τον, παράγοντα αιφνιδιασμού⁴⁵.

Έτσι στις περιπτώσεις των συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος, θα πρέπει να αναζητηθεί η συμβατότητα με τον αντίστοιχο κοινοτικό ορισμό και να ερευνηθεί στη συγκεκριμένη περίπτωση η ανάγκη προστασίας του τελικού αποδέκτη ενόψει και του σκοπού της Οδηγίας.

Όσον αφορά τη δεύτερη επιφύλαξη η επίκληση της προστασίας εκ μέρους του συγκεκριμένου δικαιούχου γίνεται καταχρηστικώς όταν δεν συντρέχουν ο σκοπός και η νομοθετική ανάγκη που επέβαλαν τη διεύρυνση της εννοίας του καταναλωτή.

Το αν εφαρμόζεται όμως ή όχι ο ορισμός του καταναλωτή καθώς και ο σκοπός που εξυπηρετούν η διάταξη που ισχύει κατά περίπτωση είναι κάτι που ελέγχεται από την ΑΚ 281. με την εφαρμογή της ΑΚ 281 μπορεί να προσαρμοστεί η έννοια του καταναλωτή στην αντίστοιχη νομοθετική ρυθμιστική ανάγκη ανάλογα με το είδος και το εύρος της προστασίας που παρέχεται. Κυρίως για τις ρυθμίσεις της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών και της ευθύνης αυτού που παρέχει υπηρεσίες, ένα από τα κριτήρια που θα πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι και ο ορίζοντας προσδοκίας του καταναλωτή όσον αφορά την ασφάλεια των προϊόντων και των υπηρεσιών, με βάση τις αντιλήψεις του μέσου συνετού εκπροσώπου του επαγγέλματος ή του κύκλου δράσης του καταναλωτή σε συσχετισμό με το αντικείμενο της συναλλαγής⁴⁶. Τα κριτήρια αυτά συμπροσδιορίζουν το σκοπό που επιδιώκουν οι ειδικές ρυθμίσεις του νόμου για την προστασία του καταναλωτή.

Επιπλέον τα κριτήρια, τα οποία θα εφαρμοσθούν μέσω της ΑΚ 281, για να αναζητηθούν τα ακριβή όρια της έννοιας του καταναλωτή μπορούν να συνεκτιμηθούν για να καθορισθεί επίσης και η έννοια του προμηθευτή πέρα από το γράμμα του νόμου, όσες φορές αυτό επιβάλλεται από τον αντίστοιχο νομοθετικό σκοπό της ρύθμισης. Αλλά και τα άρθρα 281 και 288 ΑΚ μπορούν να χρησιμεύσουν για τον εντοπισμό του καταναλωτή που χρειάζεται

⁴⁵ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 53

⁴⁶ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 55

προστασία, ο οποίος ποικίλλει από τον επιφανειακό παρατηρητή μέχρι τον έμπειρο και ενημερωμένο καταναλωτή στις κατηγορίες καταναλωτών, όπου εφαρμόζεται ο ν. 2251/1994⁴⁷.

2.4. Άρθρο 10

Ενώσεις καταναλωτών – Συλλογικά μέσα προστασίας

1. Οι ενώσεις καταναλωτών συγκροτούνται ως σωματεία και διέπονται από τις διατάξεις του άρθρου αυτού και του Αστικού Κώδικα. Οι ενώσεις καταναλωτών έχουν αποκλειστικό σκοπό την προστασία των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση καταναλωτών, ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές, τους αντιπροσωπεύουν δικαστικά και εξώδικα και ασκούν συλλογικές αγωγές κατά τις διατάξεις του νόμου.
2. Μέλη της ένωσης καταναλωτών είναι φυσικά πρόσωπα. Για να συσταθεί ένωση καταναλωτών χρειάζονται εκατό τουλάχιστον πρόσωπα. Σε δήμους ή κοινότητες με πληθυσμό μέχρι τριών χιλιάδων κατοίκων αρκούν είκοσι πρόσωπα. Κανείς δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μία ενώσεις καταναλωτών. Οι εγγραφές πέρα της πρώτης είναι άκυρες.
3. Πόροι των ενώσεων καταναλωτών είναι αποκλειστικά:
 - α) οι συνδρομές των μελών τους,
 - β) οι συνδρομές και λοιπές εισπράξεις από τη διάθεση των εντύπων που εκδίδουν οι ενώσεις,
 - γ) εισπράξεις από δημόσιες εκδηλώσεις,
 - δ) κρατική επιχορήγηση ή επιχορήγηση από τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης και
 - ε) επιχορήγηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, διεθνών οργανισμών και διεθνών ενώσεων καταναλωτών.
4. Αποκλείεται η οποιασδήποτε άλλης μορφής ιδιωτική χρηματοδότηση με πράξη εν ζωή. Απαγορεύεται στις ενώσεις καταναλωτών οποιαδήποτε διαφήμιση επιχειρήσεων.
5. Οι ενώσεις καταναλωτών αποκτούν νομική προσωπικότητα με την εγγραφή τους στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών. Εγγραφή στο βιβλίο σωματείων δεν

⁴⁷ Ιωάννης Καρακώστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 57

απαιτείται, οι διατάξεις όμως που το διέπουν εφαρμόζονται αναλόγως για το μητρώο ενώσεων καταναλωτών.

6. Σε κάθε νομαρχία τηρείται μητρώο ενώσεων καταναλωτών του νομού. Το μητρώο είναι δημόσιο βιβλίο. Καθένας μπορεί να το συμβουλευτεί και να ζητήσει αντίγραφο ή πιστοποιητικό οποιασδήποτε εγγραφής του. Στο Υπουργείο Εμπορίου τηρείται συγκεντρωτικό μητρώο για όλες τις ενώσεις καταναλωτών της χώρας. Ο αριθμός μητρώου ενώσεων καταναλωτών εγγράφεται υποχρεωτικά στα έντυπα, στη σφραγίδα και στα έγγραφα των ενώσεων καταναλωτών.
7. Κάθε ένωση καταναλωτών έχει δικαίωμα να ζητεί και να λαμβάνει πληροφορίες για θέματα που ανάγονται στα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού από τις δημόσιες υπηρεσίες, τους δημόσιους οργανισμούς, τις επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου και τις ανεξάρτητες επιτροπές που λειτουργούν στα πλαίσια της δημόσιας διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης.
8. Κάθε ένωση καταναλωτών νομιμοποιείται να ζητεί για τα δικαιώματα των μελών της ως καταναλωτών έννομη προστασία, δικαστικώς, ή διοικητικώς, οποιασδήποτε μορφής. Ιδίως νομιμοποιείται να ασκεί αγωγή, αίτηση ασφαλιστικών μέτρων, αίτηση ακύρωσης ή προσφυγή κατά διοικητικών πράξεων και παράσταση πολιτικής αγωγής. Κάθε ένωση καταναλωτών δικαιούται να παρεμβαίνει προσθέτως σε εκκρεμείς δίκες μελών της για την υποστήριξη των δικαιωμάτων τους ως καταναλωτών.
9. Ενώσεις καταναλωτών που έχουν τουλάχιστον πεντακόσια ενεργά μέλη και έχουν εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών πριν από δύο τουλάχιστον έτη μπορούν να ασκούν κάθε είδους αγωγή για την προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού (συλλογική αγωγή).

Ιδίως μπορούν να ζητήσουν:

- α) Την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί, ιδίως όταν συνίσταται στη διατύπωση καταχρηστικών γενικών όρων των συναλλαγών, σε απαγορευμένες πωλήσεις εκτός καταστήματος ή από απόσταση ή σε παραβάσεις υποχρεώσεων εξυπηρέτησης μετά την πώληση, στην παραγωγή, εισαγωγή ή διάθεση ελαττωματικών προϊόντων επικίνδυνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού, στην παροχή ελαττωματικών υπηρεσιών ή στην παραπλανητική,

αθέμιτη, συγκριτική ή άμεση διαφήμιση. Όταν η ως άνω παράνομη συμπεριφορά εκδηλώνεται μετά από σύσταση ή υπόδειξη ενώσεων των προμηθευτών ή εφόσον οι ενώσεις των προμηθευτών προβαίνουν στην ως άνω συμπεριφορά, τότε μπορεί να ζητηθεί και από αυτές η παύση της.

β) Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης. Για τον καθορισμό της χρηματικής ικανοποίησης, το δικαστήριο λαμβάνει υπόψη ιδίως την ένταση της προσβολής της έννομης τάξης που συνιστά η παράνομη συμπεριφορά, το μέγεθος της εναγόμενης επιχείρησης του προμηθευτή και ιδίως τον ετήσιο κύκλο εργασιών της, καθώς και τις ανάγκες της γενικής και της ειδικής πρόληψης.

γ) Τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων για την εξασφάλιση των απαιτήσεων τους για παράλειψη ή χρηματική ικανοποίηση μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης. Σε περίπτωση ελαττωματικών προϊόντων επικίνδυνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού, μπορεί να διαταχθεί ως ασφαλιστικό μέτρο η δέσμευση των προϊόντων.

10. Συλλογική αγωγή κατά τις διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου μπορούν να ασκήσουν από κοινού περισσότερες ενώσεις καταναλωτών ακόμη και αν καθεμιά από αυτές έχει μικρότερο αριθμό ενεργών μελών από το προβλεπόμενο κατώτατο όριο, αρκεί τα ενεργά μέλη όλων αθροιστικά των ενώσεων να υπερβαίνουν το όριο αυτό. Η συλλογική αγωγή ασκείται με απόφαση του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης καταναλωτών. Ενεργά μέλη λογίζονται όσα έχουν εκπληρώσει τις ταμειακές τους υποχρεώσεις. Ο αριθμός αποδεικνύεται με κοινή υπεύθυνη δήλωση των μελών του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης καταναλωτών. Η συλλογική αγωγή ασκείται σε αποκλειστική προθεσμία έξι μηνών από την τελευταία εκδήλωση της παράνομης συμπεριφοράς που αποτελεί τη βάση της.

11. Αποκλειστική αρμοδιότητα για την εκδίκαση συλλογικής αγωγής έχει το πολυμελές πρωτοδικείο της κατοικίας ή έδρας του εναγομένου. Όταν αντικείμενο της συλλογικής αγωγής είναι ραδιοτηλεοπτική διαφήμιση, αποκλειστικά αρμόδιο είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της έδρας του ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού σταθμού.

12. Συλλογικές αγωγές κατά τις περιπτώσεις α και β της παραγράφου 9 αυτού του άρθρου δικάζονται στη συντομότερη δυνατή δικάσιμο κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει την

- προσωρινή εκτέλεση της απόφασης. Η απόφαση παράγει τα αποτελέσματα της έναντι πάντων, και αν δεν ήταν διάδικοι.
13. Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης κατά την παράγραφο 9 αυτού του άρθρου παρέχεται μία μόνο φορά. Το επιδικαζόμενο ποσό διατίθεται για κοινωφελείς σκοπούς σχετικούς με την προστασία του καταναλωτή. Με απόφαση του Υπουργού Εμπορίου, που εκδίδεται μετά γνώμη του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών, ρυθμίζεται ο τρόπος διάθεσης των επιδικαζόμενων ποσών.
 14. Αν αίτημα χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης απορριφθεί τελεσίδικα ως προφανώς όλως αβάσιμο, ο εναγόμενος προμηθευτής μπορεί να ζητήσει με αγωγή του αποζημίωση από την ενάγουσα ένωση καταναλωτών και προσωπικά από τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, τα οποία ευθύνονται εις ολόκληρον.
 15. Τη συλλογική αγωγή της παραγράφου 9 μπορούν να ασκούν εναντίον των προμηθευτών και τα εμπορικά και βιομηχανικά, βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια. Οι διατάξεις των παραγράφων 11 έως και 14 εφαρμόζονται αναλόγως.
 16. Οι ενώσεις καταναλωτών δεν δικαιούνται αμοιβής από τα μέλη τους για ατομικά ή συλλογικά μέσα προστασίας που τους παρέχουν.
 17. Οι ενώσεις καταναλωτών ευθύνονται για την ακρίβεια των πληροφοριών που ανακοινώνουν προς ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού.
 18. Η εκ μέρους ένωσης καταναλωτών ανακοίνωση στο καταναλωτικό κοινό επανειλημμένα αναληθών πληροφοριών αποτελεί λόγο έκπτωσης του διοικητικού της συμβουλίου. Την έκπτωση ζητούν, μέσα σε προθεσμία έξι μηνών από την τελευταία ανακοίνωση αναληθούς πληροφορίας, οποιοδήποτε μέλος της ένωσης, οποιοσδήποτε βλάπτεται από την αναλήθεια και ο εισαγγελέας αυτεπαγγέλτως. Το δικαστήριο, που δικάζει κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας, αν κάνει δεκτή την αίτηση, διορίζει με την ίδια απόφαση προσωρινό διοικητικό συμβούλιο. Τα μέλη που εκπίπτουν δεν είναι επανεκλόγιμα για μια τριετία από την έκπτωση τους. Το διοικητικό συμβούλιο δεν εκπίπτει, εάν οι αναληθείς πληροφορίες ή ο τρόπος μετάδοσής τους είναι μικρής σημασίας ή αν η αναλήθεια δεν οφείλεται σε δόλο ή βαριά αμέλεια των μελών του.
 19. Το δικαστήριο μπορεί να διατάξει τη διάλυση ένωσης καταναλωτών αν αυτή άσκησε κατ' επανάληψη αγωγές χρηματικής ικανοποίησης για ηθική βλάβη

που απορρίφθηκαν τελεσιδίκως ως προφανώς όλως αβάσιμες, εφόσον οι αγωγές αυτές ασκήθηκαν με δόλο ή από βαριά αμέλεια. Στην περίπτωση αυτή, τη διάλυση ζητούν, μέσα σε αποκλειστική προθεσμία ενός έτους από την τελεσιδικία της τελευταίας απορριπτικής απόφασης, ο προμηθευτής που υπήρξε εναγόμενος σε δίκη στην οποία εκδόθηκε τέτοια απορριπτική απόφαση ή ο εισαγγελέας αυτεπαγγέλτως.

2.4.1. Οι ενώσεις καταναλωτών στο ν. 1961/1991

Οι πρώτες καταναλωτικές ενώσεις με τη μορφή σωματείων εμφανίστηκαν στην Ελλάδα στη δεκαετία του 1970. Μέχρι και το 1980 διέπονταν από τις διατάξεις του ΑΚ. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 θεσπίστηκε ειδικό νομοθετικό πλαίσιο, που διέκρινε μεταξύ συλλόγων, οι οποίοι μπορούσαν να συνιστώνται ως σωματεία σύμφωνα με τις διατάξεις του ΑΚ, και ενώσεων καταναλωτών, για τη σύσταση των οποίων απαιτούνταν η ύπαρξη 300-1000 φυσικών προσώπων ως μελών καθώς επίσης και σχετική εγκριτική απόφαση του Υπουργού Εμπορίου.

Μεταγενέστερα ο ν. 1961/1991 επέτρεψε στους συλλόγους να συνιστώνται όχι μόνο ως σωματεία αλλά και ως άτυπες ενώσεις, ενώ για τις ενώσεις καταναλωτών προέβλεψε αυστηρότερες προϋποθέσεις⁴⁸. Επιπλέον ο ίδιος νόμος εισήγαγε και το θεσμό του Μητρώου Ενώσεων Καταναλωτών που έπρεπε να τηρείται στις νομαρχίες και στο Υπουργείο Εμπορίου.

Για να αποκτήσει μία ένωση νομική προσωπικότητα έπρεπε να καταχωρηθεί στο οικείο μητρώο της απόφασης του Υπουργού Εμπορίου που διαπίστωνε τη συνδρομή των νόμιμων προϋποθέσεων για τη σύστασή της. Σκοπός των ενώσεων καταναλωτών ήταν⁴⁹:

Α) Να πληροφορούν και να συμβουλεύουν τους καταναλωτές,

Β) Να συμμετέχουν με εκπροσώπους τους υποχρεωτικά σε κάθε όργανο, συμβούλιο ή επιτροπή της δημόσιας διοίκησης, όταν επρόκειτο να ληφθεί απόφαση που αφορά τους καταναλωτές και

Γ) Να ενθαρρύνουν τις οργανώσεις των προμηθευτών στην κατάρτιση κωδίκων επαγγελματικής δεοντολογίας και σχεδίων τυποποιημένων συμβάσεων.

⁴⁸ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 314

⁴⁹ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 314

2.4.2. Οι ενώσεις καταναλωτών στο ν. 2251/1994

2.4.2.1. Σύσταση και λειτουργία

Οι ενώσεις καταναλωτών για καθαρά νομικούς λόγους λειτουργούν υπό τη μορφή σωματείων και διέπονται από τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα. Παρ' όλα αυτά ισχύουν για αυτές ορισμένες αποκλίσεις όπως ορίζονται στο άρθρο 10 παρ. 1-6. Πιο συγκεκριμένα οι αποκλίσεις αυτές αφορούν:

α) το σκοπό, που είναι η προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών (παρ. 1 εδ. 2),

β) τον αποκλεισμό των νομικών προσώπων από την ιδιότητα του μέλους ένωσης καταναλωτών (10 παρ. 2)

γ) τον ελάχιστο αριθμό μελών (10 παρ. 2). Για να συσταθεί μία ένωση καταναλωτών απαιτούνται τουλάχιστον 100 μέλη εκτός αν ο πληθυσμός του δήμου ή της κοινότητας στην οποία συστήνεται η ένωση δεν ξεπερνά τους τρεις χιλιάδες οπότε αρκούν μόνο είκοσι.

δ) Την απαρίθμηση των πόρων που εξασφαλίζουν την ουσιαστική ανεξαρτησία των ενώσεων (10 παρ. 3). Πόροι των ενώσεων καταναλωτών αποτελούν:

- οι συνδρομές των μελών τους,
- οι συνδρομές και λοιπές εισπράξεις από τη διάθεση των εντύπων που εκδίδουν οι ενώσεις,
- οι εισπράξεις από δημόσιες εκδηλώσεις και
- οι επιχορηγήσεις από το κράτος, από τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, από την Ευρωπαϊκή Ένωση και από τις διεθνείς ενώσεις καταναλωτών.

Οποιασδήποτε άλλης μορφής ιδιωτική χρηματοδότηση με πράξη εν ζωή απαγορεύεται,

ε) Την εγγραφή, αντί του βιβλίου σωματείων, σε ειδικό μητρώο ενώσεων καταναλωτών, που τηρείται σε κάθε νομαρχία και είναι δημόσιο βιβλίο (αρθρ. 10 παρ. 5-6). Για το μητρώο αυτό ισχύουν οι διατάξεις που διέπουν το βιβλίο των σωματείων. Καθένας μπορεί να το συμβουλευτεί και να ζητήσει αντίγραφο ή πιστοποιητικό οποιασδήποτε εγγραφής του. Επίσης στο Υπουργείο Εμπορίου τηρείται συγκεντρωτικό μητρώο για όλες τις ενώσεις καταναλωτών της χώρας. Να επισημανθεί ότι δεν επιτρέπεται σε ένα καταναλωτή να συμμετάσχει σε περισσότερες από μία ενώσεις καταναλωτών. Οι εγγραφές πέραν της πρώτης είναι άκυρες.

Τα καθήκοντα των ενώσεων καταναλωτών είναι πολύ σημαντικά.

- Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση τους,
- ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές,
- τους αντιπροσωπεύουν δικαστικά και εξώδικα και ασκούν συλλογικές αγωγές (10 παρ. 1).

Για να επιτύχουν τους στόχους τους έχουν δικαίωμα να ζητούν και να λαμβάνουν πληροφορίες για θέματα που ανάγονται στα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού από τις δημόσιες υπηρεσίες, τους δημόσιους οργανισμούς, τις επιχειρήσεις κοινής ωφελείας, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου και τις ανεξάρτητες επιτροπές που λειτουργούν στο πλαίσιο της δημόσιας διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης (10 παρ. 7)⁵⁰.

2.4.2.2. Ευθύνη των ενώσεων καταναλωτών και κυρώσεις

Οι ενώσεις καταναλωτών πέρα από τα δικαιώματα που αποκτούν με βάση το άρθρο 10 και τις εξουσίες που δίνουν σε αυτές οι παρ. 8-13, είναι δυνατόν να αντιμετωπίσουν κυρώσεις εις βάρος τους σε περίπτωση απόρριψης της αγωγής που εγείρουν ως αβάσιμης. Έτσι αν η αγωγή τους εναντίον κάποιου προμηθευτή με αίτημα χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης απορριφθεί «ως όλως αβάσιμη» τότε αυτομάτως ο προμηθευτής αποκτά το δικαίωμα να ζητήσει με νέα αγωγή αποζημίωση τόσο από την ενάγουσα ένωση καταναλωτών όσο και από τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, που φέρουν την ευθύνη (άρθρο 10 παρ. 14). Η αποζημίωση που απαιτείται μέσω της αγωγής μπορεί να δοθεί από την ίδια την Ένωση για λογαριασμό των μελών του συμβουλίου της.

Σχετικά με την έννοια του «προφανώς όλως αβάσιμη» αν και ο νόμος δεν διευκρινίζει πλήρως αυτή, ωστόσο σύμφωνα και με την άποψη που απορρέει από την συναλλακτική αρχή προστασίας του καταναλωτή, υποστηρίζεται ότι ο νομοθέτης αναφέρεται στην απόρριψη της σχετικής αγωγής, λόγω πασιδήλου γεγονότος χωρίς το δικαστήριο να απαιτήσει την διεξαγωγή αποδείξεων⁵¹.

⁵⁰ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 314

⁵¹ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 318

Σε περίπτωση που η ίδια ένωση έχει κατ' επανάληψη ασκήσει αγωγές με κύριο αίτημα χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, οι οποίες έχουν απορριφθεί ως όλως αβάσιμες, το δικαστήριο μπορεί επίσης να προβεί στη διάλυση της ένωσης αυτών. Τη διάλυση όμως μίας ένωσης μπορεί να ζητήσει και ο ίδιος ο εναγόμενος προμηθευτής, μέσα σε ένα χρόνο από το πέρας της δίκης, αν υπήρξε απορριπτική απόφαση ή ακόμα και ο ίδιος ο εισαγγελέας αυτεπαγγέλτως (άρθρο 10 παρ. 19). Λαμβανομένου υπόψη και του νομοθετικού περιορισμού ότι η χρηματική ικανοποίηση μπορεί να ζητηθεί μόνο μία φορά, ο νομοθέτης επιβάλλει την διάλυση της ένωσης, αν αυτή ασκήσει πολλαπλές αγωγές με δόλο ή από βαριά αμέλεια. Αλλά ακόμη και ο ίδιος ο εναγόμενος προμηθευτής μπορεί να ζητήσει με αγωγή τη διάλυση της ένωσης αν η τελευταία έχει ασκήσει εναντίον του επανειλημμένες αγωγές για χρηματική ικανοποίηση οι οποίες έχουν απορριφθεί. Το χρονικό διάστημα του ενός έτους ισχύει μόνο στην περίπτωση αιτήματος διάλυσης της ένωσης και όχι στην περίπτωση αγωγής για αποζημίωση. Αρμόδιο δικαστήριο για την εκδίκαση των αγωγών του προμηθευτή είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της περιφέρειας της έδρας της εναγόμενης ένωσης ενώ η διαδικασία που εφαρμόζεται για την εκδίκαση της αγωγής είναι αυτής της εκούσιας δικαιοδοσίας.

Σύμφωνα με την παρ. 17 του άρθρου 10 οι ενώσεις καταναλωτών είναι υπεύθυνες και για την ακρίβεια των πληροφοριών που ανακοινώνουν για να ενημερώσουν τους καταναλωτές. Αν, όμως, προβούν στην ανακοίνωση αναληθών πληροφοριών επανειλημμένως, τότε αυτό στοιχειοθετεί λόγω έκπτωσης του διοικητικού συμβουλίου. Μέσα σε διάστημα έξι μηνών από την τελευταία ανακοίνωση της αναληθούς πληροφορίας όποιο μέλος της ένωσης βλάπτεται από αυτήν ή και ο ίδιος ο εισαγγελέας αυτεπαγγέλτως μπορεί να ζητήσει την έκπτωση. Το δικαστήριο που θα κάνει δεκτή την αίτηση οφείλει να διορίσει προσωρινό διοικητικό συμβούλιο. Υπάρχει όμως περίπτωση το διοικητικό συμβούλιο να μην εκπέσει αν οι αναληθείς πληροφορίες ή ο τρόπος μετάδοσης αυτών είναι μικρής σημασίας ή δεν υποκρύπτεται δόλος ή βαριά αμέλεια των μελών του (άρθρο 10 παρ. 18).

Η παρ. 4 του άρθρου 10 απαγορεύει επίσης στις ενώσεις καταναλωτών να διαφημίζουν οποιαδήποτε επιχείρηση ή να δεχθούν ιδιωτική χρηματοδότηση με πράξη εν ζωή. Οι διατάξεις 104 και 105 του Αστικού Κώδικα προβλέπουν ότι και στις δύο προαναφερθείσες περιπτώσεις η ένωση μπορεί να διαλυθεί. Οι ίδιες διατάξεις ωστόσο προβλέπουν και τη διάλυση της ένωσης σε περίπτωση

που τα μέλη της γίνουν λιγότερα από δέκα ή αν επιδιώξει άλλο σκοπό εκτός από την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών ή αν αδρανήσει για μακρύ χρονικό διάστημα.

2.4.3. Η συλλογική αγωγή

2.4.3.1. Η συλλογική αγωγή στο ν. 2251/1994

Επειδή τα συλλογικά έννομα αγαθά των καταναλωτών, η υγεία, η ασφάλεια και τα οικονομικά τους συμφέροντα, δεν αποτελούν ιδιωτικά συμφέροντα, αλλά αναφέρονται σε όλους τους υποψήφιους καταναλωτές είναι φυσικό και η προστασία αυτών με ένδικα μέσα να επιτυγχάνεται μέσω της συλλογικής αγωγής.

Συλλογική αγωγή είναι η αγωγή που ασκούν οι οργανώσεις καταναλωτών για την προστασία συλλογικών συμφερόντων, δηλαδή συμφερόντων που δεν αφορούν ατομικά έναν καταναλωτή, αλλά ολόκληρες κατηγορίες καταναλωτών ή και όλους γενικά τους καταναλωτές⁵². Κατά την εκδίκασή της, που γίνεται στα πλαίσια της εκούσιας δικαιοδοσίας, έχει ως σκοπό να προστατεύσει δικαστικά τα γενικά συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού είτε βεβαιώνοντας δικαστικά την αντικαταναλωτική συμπεριφορά και απαγορεύοντας αυτή είτε ρυθμίζοντας την κατάσταση κατά τρόπο που να μην προσβάλλει το συμφέρον των καταναλωτών.

Ανάλογα με το αν υπερασπίζει τα δικαιώματα και τα έννομα συμφέροντα των μελών ή απλά τα γενικότερα συμφέροντα, τους θεσμούς και τις αξίες των καταναλωτών, η συλλογική αγωγή διακρίνεται σε «εγωιστική» και «αλτρουιστική». Επίσης με βάση το αν επιδιώκει τη συνολική ρύθμιση περισσότερων ατομικών αξιώσεων, που εμφανίζουν την ίδια νομική και πραγματική βάση ή αν ασκείται από συλλογικούς φορείς με σκοπό την επιδίωξη γενικότερων συμφερόντων, τα οποία εντάσσονται στους σκοπούς των ενώσεων αυτών, διακρίνεται σε ομαδική ή σωματειακή⁵³. Ο νόμος 2251/1994 καθιερώνει το σύστημα της σωματειακής αγωγής, βασισμένο στα πρότυπα της *action associatiennelle* του γαλλικού δικαίου και της *Verbandsklage* του γερμανικού.

⁵² Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 320

⁵³ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 321

Ειδικότερα στο άρθρο 10 παρ. 9 του ν. 2251/1994 στα πλαίσια του συλλογικού συμφέροντος των καταναλωτών από τη συλλογική αγωγή περιλαμβάνονται τρεις αξιώσεις⁵⁴:

- 1) η αξίωση για παράλειψη του προμηθευτή
- 2) η αξίωση για επιδίκαση χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης και
- 3) η αξίωση για λήψη ασφαλιστικών μέτρων

2.4.3.2. Νομιμοποίηση των ενώσεων καταναλωτών

Με το άρθρο 10 παρ. 8 νομιμοποιούνται οι ενώσεις καταναλωτών κατά την άσκηση ατομικών αξιώσεων των μελών τους εναντίον προμηθευτών ή παραγωγών. Στην περίπτωση αυτή η ένωση είναι μη διάδικος και δεν απαιτείται προηγούμενη έγκριση των μελών της για την έγερση αγωγής. Η ένωση μπορεί να ζητήσει έννομη προστασία ακόμα και αν τα μέλη της αδρανούν, ενώ επίσης μπορεί να χρησιμοποιήσει οποιοδήποτε μέσο προβλέπεται για δικαστική και διοικητική προστασία των καταναλωτών. Η έννομη προστασία αφορά τόσο στα δικαιώματα που θεμελιώνονται στο ν. 2251/1994 όσο και σε αυτά που πηγάζουν από τον Αστικό Κώδικα, αρκεί να πρόκειται για σχέση μεταξύ δύο προσώπων το ένα εκ των οποίων έχει την ιδιότητα του καταναλωτή και το άλλο την ιδιότητα του προμηθευτή⁵⁵. Στις περιπτώσεις αυτές η συλλογική ένδικη άσκηση ατομικών αξιώσεων διαφέρει από τη δικαστική επιδίωξη συλλογικών αξιώσεων με συλλογική αγωγή. Στη μεν πρώτη ένας συλλογικός φορέας προβάλλει δικαστικά τις αξιώσεις μεμονωμένων ατόμων, ενώ στη δεύτερη ο ίδιος φορέας ασκεί μία συλλογική αξίωση που αποβλέπει στη συλλογική προστασία αορίστου αριθμού προσώπων.

Επίσης το άρθρο 10 παρ. 8 εδ. 3 δίνει τη δυνατότητα σε κάθε ένωση καταναλωτών να ασκεί πρόσθετη παρέμβαση σε εκκρεμείς δίκες μελών της ή μελών άλλων ενώσεων καταναλωτών για την υποστήριξή τους. Το παραδεκτό της πρόσθετης παρέμβασης κρίνεται βάσει των άρθρων 80, 81 παρ. 1 και 752 παρ. 2 ΚΠολΔ.

⁵⁴ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 556-557

⁵⁵ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 323

2.4.3.3. Η συλλογική αγωγή ως μέσο προληπτικής προστασίας

Σύμφωνα με την πρώτη αξίωση οι ενώσεις καταναλωτών έχουν το δικαίωμα να ζητήσουν την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή. Ενδεικτικά στο άρθρο 10 παρ. 9 αναφέρονται οι ειδικότερες μορφές με τις οποίες μπορεί να εκδηλωθεί αυτή η συμπεριφορά εμπράκτως. Με βάση αυτό παράνομη συμπεριφορά που εκθέτει σε κίνδυνο τα συλλογικά συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού είναι κυρίως η κυκλοφορία επικίνδυνων ελαττωματικών προϊόντων, η χρήση παραπλανητικών διαφημιστικών μεθόδων ή καταχρηστικών γενικών όρων συναλλαγών.

Οι ενώσεις νομιμοποιούνται στις περιπτώσεις αυτές να ζητήσουν τη δέσμευση, την απόσυρση ή την καταστροφή ελαττωματικών προϊόντων επικίνδυνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού, καθώς και την επανόρθωση παραπλανητικής ή συγκριτικής διαφήμισης με κάθε πρόσφορο τρόπο, στον οποίο περιλαμβάνεται και η επανορθωτική διαφήμιση με έξοδα του διαφημιζόμενου⁵⁶.

Αν δε η παράνομη συμπεριφορά εκδηλώνεται από ενώσεις προμηθευτών ή από μεμονωμένο προμηθευτή με υπόδειξη όμως της ένωσης προμηθευτών τότε η παρ. 24 του άρθρου 10 δίνει τη δυνατότητα στις ενώσεις καταναλωτών να εγείρουν την αγωγή και εναντίον των ενώσεων προμηθευτών και να ζητήσουν ακόμη και την παύση των τελευταίων. Στις περιπτώσεις αυτές οι ενώσεις καταναλωτών δρουν ως μηχανισμοί επιδίωξης συλλογικής προστασίας.

Το άρθρο 10 παρ. 9α, όμως, προβλέπει την αξίωση παραλείψεως της παράνομης συμπεριφοράς. Οι ενώσεις καταναλωτών δηλαδή νομιμοποιούνται να ζητήσουν την παράλειψη της παράνομης συμπεριφοράς των προμηθευτών ή ακόμα και να ζητήσουν προληπτικά την αποτροπή απειλούμενης προσβολής. Για να συμβεί, όμως, αυτό θα πρέπει να έχει ήδη υπάρξει παράνομη προσβολή που διατάραξε τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών. Στην περίπτωση αυτή λοιπόν εγείρεται αγωγή με κύριο αίτημα την επαναφορά των πραγμάτων στην προϋπάρχουσα από την προσβολή κατάσταση.

Πιο συγκεκριμένα οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ζητήσουν:

Α) Την απαγόρευση ο προμηθευτής να διατυπώνει και να χρησιμοποιεί στις συμβάσεις με καταναλωτές καταχρηστικούς γενικούς όρους συναλλαγών. Απαραίτητη προϋπόθεση, όμως, για να είναι νόμιμη η βάση της αγωγής είναι

⁵⁶ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 328

να αναφέρεται σε αυτήν ότι ο γενικός όρος που συμπεριλαμβάνεται στην σύμβαση βλάπτει τα συμφέροντα των καταναλωτών. Τότε το δικαστήριο αναγνωρίζει την ακυρότητά τους και διατάζει τον χρήστη αυτών (προμηθευτή) να μην τους ενσωματώνει στις συμβάσεις που συνάπτει με τους καταναλωτές, ενώ αν είναι ήδη ενσωματωμένοι να τους ανακαλεί⁵⁷. Επιπλέον μπορεί να διατάξει να δημοσιευθεί η απόφαση στον τύπο εφόσον βεβαίως υποβληθεί σχετικό αίτημα από τις ενώσεις καταναλωτών.

Β) Την προληπτική δέσμευση των ανασφαλών προϊόντων ακόμα και προτού αυτά διοχετευθούν στην αγορά, καθώς και την απόσυρση από την κυκλοφορία ή ακόμη και καταστροφή των ελαττωματικών εκείνων προϊόντων που διακινούνται στην αγορά και είναι επικίνδυνα για την υγεία ή την ασφάλεια του καταναλωτικού κοινού⁵⁸. Το άρθρο 7 ορίζει τις προϋποθέσεις βάσει των οποίων τα προϊόντα κρίνονται επικίνδυνα. Επιπλέον μπορεί να ζητηθεί η παράλειψη της διακίνησης επικίνδυνων ελαττωματικών προϊόντων στο μέλλον.

Γ) Την απαγόρευση παραπλανητικής, αθέμιτης, συγκριτικής ή άμεσης διαφήμισης ακόμα και πριν προβληθεί η διαφήμιση, με κάθε πρόσφορο μέσο, για να διασφαλιστούν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών. Για να συμβεί όμως αυτό θα πρέπει η διαφήμιση να αντιβαίνει στις διατάξεις που ορίζουν το πότε και υπό ποιες προϋποθέσεις επιτρέπεται αυτή⁵⁹. Ο νόμος ορίζει ρητά ότι μεταξύ των πρόσφορων μέσων περιλαμβάνεται και η επανορθωτική διαφήμιση με έξοδα του διαφημιζόμενου. Από πρακτική πάντως άποψη η επανορθωτική διαφήμιση θα έχει άμεσα αποτελέσματα μόνο αν γίνει σε σύντομο χρονικό διάστημα και κυρίως με τα ίδια μέσα και τον ίδιο τρόπο που είχε πραγματοποιηθεί και η αρχική διαφήμιση.

Δ) Να υποχρεωθεί ο προμηθευτής να συνάπτει στο μέλλον πωλήσεις κατά τους όρους του άρθρου 3 παρ. 1, να ενημερώνει τον καταναλωτή σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 4 παρ. 2 και 10, να σέβεται την ιδιωτική του ζωή, παραλείποντας κάθε είδους αθέμιτη πρακτική πωλήσεων και, τέλος, να εξυπηρετεί τους καταναλωτές μετά την πώληση κατά τους όρους του άρθρου 5⁶⁰. Για να έχει ισχύ, όμως, η αξίωση αυτή θα πρέπει κατά το παρελθόν ο προμηθευτής που συνάπτει συμβάσεις πωλήσεως εκτός εμπορικού

⁵⁷ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 330

⁵⁸ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 558

⁵⁹ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 331

καταστήματος η από απόσταση με τους καταναλωτές να μην καταρτίζει έγγραφα σύμφωνα με τους όρους του άρθρου 3 παρ. 1, να μην ενημερώνει των καταναλωτή με σαφήνεια κατά το άρθρο 4 παρ. 2 και άρθρο 10 ή να μην δείχνει τον απαιτούμενο σεβασμό στην ιδιωτική ζωή του καταναλωτή, όπως επιβάλλεται από το άρθρο 4 παρ. 6 ή να μην προσφέρει τις υπηρεσίες του στους καταναλωτές σύμφωνα με τους όρους του άρθρου 5 παρ. 1-6.

Ε) Την παροχή καλύτερης ποιότητας υπηρεσιών από τον παρέχοντα υπηρεσίες. Στην περίπτωση αυτή η άρση της προσβολής του συλλογικού συμφέροντος θα επέλθει με θετική ενέργεια, που συνίσταται στην παροχή μη ελαττωματικών υπηρεσιών⁶¹. Ωστόσο θα πρέπει να έχει διαπιστωθεί ότι πράγματι έχουν παρασχεθεί ελαττωματικές υπηρεσίες σε απροσδιόριστο αριθμό καταναλωτών και ότι τίθεται σε κίνδυνο η υγεία, η ασφάλεια και τα οικονομικά τους συμφέροντα. Επιπλέον μπορεί να θεμελιωθεί αξίωση εναντίον αυτού που παρέχει υπηρεσίες και πριν αυτός τις παράσχει όταν πιθανολογείται ότι οι υπηρεσίες αυτές θα είναι ελαττωματικές λόγω των μεθόδων που θα χρησιμοποιήσει και των υλικών μέσων που ήδη διαθέτει.

Στ) Την παράλειψη των αγωνιστικών πρακτικών, γιατί από τον αθέμιτο ανταγωνισμό βλάπτεται το γενικότερο οικονομικό συμφέρον των καταναλωτών. Για να εγερθεί μία τέτοιου περιεχομένου αγωγή δεν είναι απαραίτητο να έχει υποστεί ζημία κάποιος καταναλωτής. Απλά είναι αρκετό να απειλείται η προσβολή των συλλογικών συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού⁶².

2.4.3.4. Η συλλογική αγωγή ως μέσο κατασταλτικής προστασίας

Εκτός όμως από την άσκηση των πιο πάνω δικαιωμάτων το άρθρο 10 παρ. 9 εδ. β προβλέπει ότι οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ζητήσουν και χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης⁶³. Το δικαστήριο εδώ λαμβάνει υπόψη ιδίως τις εξής παραμέτρους:

Α) Την ένταση της προσβολής της έννομης τάξης που επιφέρει η παράνομη συμπεριφορά

Β) Το μέγεθος της εναγόμενης επιχείρησης του προμηθευτή και ιδίως τον ετήσιο κύκλο των εργασιών της και

⁶⁰ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 330

⁶¹ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 331

⁶² Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 332

⁶³ Ηθική βλάβη είναι η βλάβη σε αγαθά που συνδέονται με το πρόσωπο του ζημιωθέντος και αποτελούν εκφάνσεις της προσωπικότητάς του.

Γ) Τις ανάγκες της γενικής και της ειδικής πρόληψης.

Η χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης παρέχεται μόνο μία φορά και το ποσό που επιδικάζεται από το δικαστήριο διατίθεται για κοινωνοφελείς σκοπούς σχετικούς με την προστασία του καταναλωτή.

Στην υπό κρίση αγωγή δεν είναι απαραίτητο να αναφέρονται ποιοι από τους καταναλωτές υπέστησαν ηθική βλάβη και αν αυτοί αποτελούν μέλη του ενάγοντος σωματείου, ποια αιτία επέφερε την ηθική βλάβη και ποιο ποσό ζητά ο καθένας από αυτούς ως χρηματική ικανοποίηση. Θεωρείται, όμως, απαραίτητο να εκτίθενται σε αυτήν το επελθόν ζημιογόνο αποτέλεσμα, τα πραγματικά περιστατικά που θεμελιώνουν την παράνομη συμπεριφορά του ζημιώσαντος και η μορφή της υπαιτιότητάς του⁶⁴.

2.4.3. Η συλλογική αγωγή για ηθική βλάβη

2.4.3.1. Η νομική φύση της χρηματικής ικανοποίησης

Ως προς τη νομική φύση της χρηματικής ικανοποίησης λόγω ηθικής βλάβης οι γνώμες διίστανται.

Μερικοί υποστηρίζουν ότι έχει αποκαταστατικό χαρακτήρα. Στόχος δηλαδή της χρηματικής ικανοποίησης είναι η επαναφορά των πραγμάτων στην προηγούμενη ηθική και κοινωνική τους ισορροπία, η οποία διαταράχθηκε από την προσβλητική ενέργεια.

Κατ' άλλους όμως – και αυτή είναι η πιο κρατούσα άποψη – η χρηματική ικανοποίηση έχει κυρωτικό χαρακτήρα δηλαδή έχει ως στόχο να προλάβει τυχόν μελλοντικές προσβολές γι' αυτό και τα επιδικαζόμενα ποσά είναι υψηλά και όχι συμβολικά⁶⁵.

2.4.3.2. Κριτήρια υπολογισμού της χρηματικής ικανοποίησης

Ι. Η ένταση της προσβολής

Το δικαστήριο κατά την αξιολόγηση της προσβολής της έννομης τάξης και της έντασης αυτής λαμβάνει υπόψη του τα εξής στοιχεία:

- το συγκεκριμένο αγαθό που προσβάλλει η εν λόγω πράξη
- τη βαρύτητα της προσβολής

⁶⁴ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 560

⁶⁵ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 561

- τη διάρκεια της προσβολής και
- την ευρύτητα του καταναλωτικού κοινού προς το οποίο απευθύνθηκε η παράνομη συμπεριφορά⁶⁶.

II. Το μέγεθος της εναγόμενης επιχείρησης

Όταν λέμε «μέγεθος της εναγόμενης επιχείρησης» εννοούμε τη θέση που κατέχει αυτή στην αγορά, το είδος της δραστηριότητας της, τον αριθμό των υπαλλήλων που απασχολεί, το ενεργητικό της κέρδος κ.λπ. Ως στοιχεία αντίστοιχα που προσδιορίζουν τον κύκλο των εργασιών μιας επιχείρησης νοούνται οι επενδύσεις της επιχείρησης τα τελευταία δύο χρόνια, το είδος και η μορφή των εξοπλισμών, η αγορά ακινήτων, μετοχών, οι δαπάνες για λειτουργικά έξοδα, η μισθοδοσία υπαλλήλων κ.λπ. Η καλή οικονομική και κοινωνική κατάσταση των μερών και κυρίως του παθόντος θα λειτουργήσει θετικά στην επαύξηση της χρηματικής ικανοποίησης⁶⁷.

III. Η ανάγκη γενικής και ειδικής πρόληψης

Η γενική και ειδική πρόληψη αποτελούν έννοιες του ποινικού δικαίου. Πιο συγκεκριμένα με την ειδική πρόληψη η ποινή εξατομικεύεται στο συγκεκριμένο δράστη και έχει ως σκοπό να αποτρέψει αυτόν από το να επαναλάβει την ίδια παράνομη συμπεριφορά στο μέλλον. Αντίθετα η γενική πρόληψη έχει ως στόχο να αποτρέψει άλλους από το να διαπράξουν την ίδια ζημιογόνα πράξη. Η χρηματική ικανοποίηση που επιβάλλεται στις περιπτώσεις που η παράνομη συμπεριφορά του εναγόμενου είναι επαναλαμβανόμενη θα πρέπει να είναι μεγαλύτερη καθώς επίσης και στις περιπτώσεις εκείνες που η ζημιογόνα συμπεριφορά έχει λάβει μεγάλη δημοσιότητα και μπορεί να οδηγήσει πιθανόν και άλλους προμηθευτές στο να την μιμηθούν⁶⁸.

IV. Οι ειδικές συνθήκες

⁶⁶ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 562

⁶⁷ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 562

⁶⁸ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 562-563

Επειδή τα πιο πάνω κριτήρια που λαμβάνονται υπόψη στον υπολογισμό της χρηματικής ικανοποίησης είναι ενδεικτικά, το δικαστήριο μπορεί να λαμβάνει υπόψη του επίσης και τις ειδικές συνθήκες που χαρακτηρίζουν τη συγκεκριμένη σύμβαση, όπως το μορφωτικό επίπεδο του καταναλωτή, τη μη ανακοίνωση στον καταναλωτή του περιεχομένου του γενικού όρου, τη στέρηση της δυνατότητας του να λάβει πραγματική γνώση τούτου, πριν καταρτισθεί η σύμβαση ή κατά το χρόνο αυτής, ώστε να μπορεί να σταθμίσει, αν ο όρος αυτός είναι προς το συμφέρον του, την αδυναμία του να κατανοήσει πλήρως το νόημα και τη σημασία του επίμαχου γενικού όρου λόγω της έλλειψης νομικών και οικονομικών γνώσεων κ.λπ.⁶⁹

V. Η αποκατάσταση - αποζημίωση

Τονίσαμε ότι η χρηματική ικανοποίηση μπορεί να έχει αποκαταστατικό χαρακτήρα. Με κριτήριο αυτόν υποστηρίζεται ότι μπορεί να υπολογιστεί το ύψος της χρηματικής ικανοποίησης για να αποκατασταθεί η ηρεμία και η ισορροπία του συνόλου των ηθικών και κοινωνικών αξιών που διαταράχθηκαν. Ωστόσο όσοι διαφωνούν με την άποψη αυτή θεωρούν ότι το άρθρο 10 παρ. 9 περ. β του ν. 2251/1994 αναφέρεται μεν στην έγερση συλλογικής αγωγής αλλά μόνον όσον αφορά την προστασία των γενικότερων συμφερόντων των καταναλωτών και όχι ως αποζημίωση αυτών.

2.4.4. Προθεσμία άσκησης

Σύμφωνα με το άρθρο 10 παρ. 10 του ν. 2251/1994 η συλλογική αγωγή πρέπει να ασκηθεί μέσα σε διάστημα έξι μηνών από τη στιγμή που εκδηλώθηκε η παράνομη συμπεριφορά για τελευταία φορά. Αν περάσει το διάστημα αυτό τότε το δικαίωμα έγερσης της αγωγής χάνεται.

Στις περιπτώσεις των καταχρηστικών γενικών όρων των συναλλαγών ως «τελευταία εκδήλωση» θεωρείται η ημέρα κατά την οποία καταρτίστηκε η σύμβαση⁷⁰.

⁶⁹ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 563

⁷⁰ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 562-564

Παρ' όλα αυτά αν η παράνομη συμπεριφορά εκδηλωθεί μετά την πάροδο των έξι μηνών τότε αυτόματα γεννιούνται και νέες αιώσεις που μπορούν να διεκδικηθούν σε νέα αποκλειστική προθεσμία.

Το ίδιο ισχύει και για την επαναλαμβανόμενη εκδήλωση συγκεκριμένης συμπεριφοράς. Κάθε νέα πράξη παράνομης συμπεριφοράς θέτει σε κίνηση νέα αποκλειστική προθεσμία.

Αν δε πρόκειται για πράξεις διαρκείας δηλαδή προκαλείται διαρκής προσβολή τότε η αποκλειστική προθεσμία λήγει μετά από τους έξι μήνες που ακολουθούν την τελευταία εκδήλωση της παράνομης συμπεριφοράς.

Η προθεσμία όμως των έξι μηνών δεν ισχύει στην περίπτωση προληπτικής άσκησης της αγωγής παράλειψης, διότι η παράνομη συμπεριφορά δεν έχει ακόμα πραγματοποιηθεί αλλά απειλείται να εκδηλωθεί για πρώτη φορά.

2.4.5. Αρμοδιότητα

Η συλλογική αγωγή εκδικάζεται στο πολυμελές πρωτοδικείο της έδρας ή της κατοικίας του εναγομένου. Αν το αντικείμενό της είναι ραδιοτηλεοπτική διαφήμιση τότε αρμόδιο είναι το πολυμελές πρωτοδικείο της έδρας του ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού σταθμού.

Σε περίπτωση, όμως, που ο εναγόμενος δεν έχει κατοικία στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό αρμόδιο για την εκδίκαση της αγωγής είναι το δικαστήριο της περιφέρειας στην οποία διαμένει κατά το άρθρο 23 παρ. 2 ΚΠολΔ.

2.4.6. Νομιμοποίηση

2.4.6.1. Ενεργητική νομιμοποίηση

Ι. Ενώσεις καταναλωτών

Το άρθρο 10 παρ. 1 ορίζει ότι οι ενώσεις καταναλωτών συγκροτούμενες ως σωματεία, μπορούν να ασκήσουν συλλογική αγωγή υπό την προϋπόθεση ότι έχουν τουλάχιστον 500 ενεργά μέλη⁷¹ και είναι εγγεγραμμένες στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών πριν από 2 έτη.

Το άρθρο 14 παρ. 7 προβλέπει ωστόσο ότι αν οι ενώσεις έχουν εγγραφεί στο μητρώο σε διάστημα δεκαοκτώ μηνών από την έναρξη ισχύος του

⁷¹ Ενεργά μέλη θεωρούνται τα μέλη που έχουν εκπληρώσει τις ταμειακές τους υποχρεώσεις (άρθρο 10 παρ. 10 εδ. Γ)

νόμου αυτού, έχουν το δικαίωμα να ασκήσουν τις συλλογικές αγωγές και πριν από την παρέλευση διετίας από την εγγραφή τους, αρκεί να έχουν τουλάχιστον 500 ενεργά μέλη⁷². Αν κάποια από τα μέλη είναι διπλοεγγραμμένα δεν μπορεί να ασκηθεί συλλογική αγωγή.

Ακόμη, όμως, και περισσότερες ενώσεις καταναλωτών με μικρότερο αριθμό ενεργών μελών από το κατώτατο όριο που προβλέπει ο νόμος μπορούν να ασκήσουν συλλογική αγωγή, αρκεί ο αριθμός όλων των μελών όλων των ενώσεων αθροιστικά να υπερβαίνει το όριο αυτό. Το άρθρο 10 στην παρ. 10 εδ. δ προβλέπει ότι ο αριθμός των ενεργών μελών αποδεικνύεται με κοινή υπεύθυνη δήλωση των μελών του διοικητικού συμβουλίου της ένωσης καταναλωτών.

Επίσης στο ίδιο άρθρο παρ. 10 εδ. β ορίζεται ότι μόνο το διοικητικό συμβούλιο της ένωσης καταναλωτών μπορεί να ασκήσει τη συλλογική αγωγή ύστερα από απόφασή του. Αν τη συλλογική αγωγή ασκούν από κοινού περισσότερες ενώσεις, απαιτούνται αποφάσεις των διοικητικών συμβουλίων τους. Δεν αρκεί η απόφαση του διοικητικού συμβουλίου της μία ένωσης⁷³.

Το δικαστήριο δε έχει το δικαίωμα κατά τα άρθρα 73 και 741 ΚΠολΔ να ελέγξει αυτεπαγγέλτως σε κάθε στάδιο της δίκης αν ισχύουν όλες οι προαναφερόμενες προϋποθέσεις που νομιμοποιούν της έγερσή της.

II. Επιμελητήρια

Συλλογική αγωγή μπορούν επίσης να ασκήσουν και ορισμένα νομικά πρόσωπα, εμπορικά, βιομηχανικά, βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια κατά των προμηθευτών και των ενώσεών τους, για να προστατεύσουν το συλλογικό συμφέρον των μελών τους.

III. Οι καταναλωτές

Οι καταναλωτές ως μέλη ή μη των ενώσεων δεν έχουν το δικαίωμα να ασκήσουν συλλογική αγωγή διότι η άσκηση αυτής δεν αφορά στην προσβολή των συμφερόντων ορισμένων μελών της ένωσης ή απλών καταναλωτών. Αντίθετα πρόκειται για συλλογικό συμφέρον, αυτοτελές και ανεξάρτητο από το

⁷² Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 324

⁷³ Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002, σελ. 325

ατομικό συμφέρον του μεμονωμένου καταναλωτή και από τα ατομικά συμφέροντα των φυσικών προσώπων που είναι μέλη της ένωσης⁷⁴.

2.4.6.2. Παθητική νομιμοποίηση

Παθητικά νομιμοποιείται ο προμηθευτής και οι ενώσεις των προμηθευτών.

I. Οι προμηθευτές

Το άρθρο 1 παρ. 4β του ν. 2251/94 ορίζει νομικά την έννοια του προμηθευτή⁷⁵. Σ' αυτόν θα μπορούσε συμπληρωματικά να προστεθεί και η διάταξη του άρθρου 14 παρ. 8 εδ. β, που ορίζει ως προμηθευτές και τους τηλεοπτικούς σταθμούς.

Αναλυτικότερα στην έννοια του προμηθευτή ανήκουν:

- οι δημόσιες επιχειρήσεις και οι οργανισμοί κοινής ωφέλειας
- οι επιχειρήσεις των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης
- οι επιχειρήσεις μαζικής μεταφοράς προσώπων και πραγμάτων
- οι ιδιωτικές επιχειρήσεις
- οι τηλεοπτικοί σταθμοί
- οι ανώνυμες εταιρίες παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών στους καταναλωτές
- ο διαφημιζόμενος
- ο προμηθευτής που δεν ασκεί υπό αυστηρή έννοια επαγγελματική δραστηριότητα, αλλά διεξάγει τις συναλλαγές για τις οποίες πρόκειται, κατά συνήθη απασχόληση, η οποία, όπως και η επαγγελματική απασχόληση, του δίνει την ευχέρεια να αποκτήσει ειδικές γνώσεις και εμπειρία και άρα διαπραγματευτική υπεροχή έναντι του καταναλωτή

II. Οι ενώσεις προμηθευτών

Επισημάνθηκε κατά το άρθρο 10 παρ. 9 περ. α εδ. τελευταίο αν η ένωση προμηθευτών συμβάλλει με σύσταση ή υπόδειξή της στην εκδήλωση

⁷⁴ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 562-566

⁷⁵ Προμηθευτής είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής του δραστηριότητας προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής είναι και ο διαφημιζόμενος. Προμηθευτής είναι επίσης και ο παραγωγός ως προς την ευθύνη του για ελαττωματικά προϊόντα

της παράνομης συμπεριφοράς ή η ίδια προβεί σε αυτή τότε μπορεί να ζητηθεί και από αυτές η παύση της.

2.4.7. Η απόφαση επί της συλλογικής αγωγής

Το άρθρο 10 παρ. 12 του ν. 2251/1994 προβλέπει ότι η έκδοση της απόφασης ύστερα από την εκδίκαση της συλλογικής αγωγής κατά τη διαδικασία της εκούσιας δικαιοδοσίας «παράγει τα αποτελέσματά της έναντι πάντων και να δεν ήταν διάδικοι»⁷⁶. Αυτό βέβαια είναι ευνοϊκό σε περίπτωση θετικού αποτελέσματος της αγωγής. Αν, όμως, η απόφαση είναι απορριπτική τότε αυτή δεν αποτελεί δεδικασμένο για καμία αγωγή που θα εγερθεί από ένωση καταναλωτών. Αυτό συμβαίνει γιατί υποστηρίζεται ότι η αγωγή μπορεί να στηρίζεται στα ίδια πραγματικά περιστατικά, στα οποία στηρίχθηκε και η ήδη εκδοθείσα απόφαση του δικαστηρίου, εναντίον του ίδιου προμηθευτή, και ναι μεν πρόκειται για το ίδιο ιστορικό, όχι όμως και για την ίδια έννομη σχέση. Το δεδικασμένο περιορίζεται μόνο στην έννομη σχέση που κρίθηκε τελεσίδικα⁷⁷.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Συμπεράσματα

Από όλα τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι σκοπός τόσο του κοινοτικού νομοθέτη όσο και του εθνικού είναι η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη προστασία των προσώπων που θεωρούνται καταναλωτές. Βέβαια όπως διαπιστώσαμε από τη μελέτη των Οδηγιών της Ε.Ε. που θεσπίστηκαν αυτό δεν είναι πάντα εφικτό στο βαθμό που θα περίμενε κανείς διότι οι κοινοτικές οδηγίες δίνουν μία περιορισμένη έννοια στον όρο καταναλωτή από τη μια, ενώ από την άλλη δινόταν η ευκαιρία στον εθνικό νομοθέτη να διευρύνει την έννοια ανάλογα με την εκάστοτε περίπτωση και να συμπεριλάβει σ' αυτήν ακόμα και νομικά πρόσωπα.

⁷⁶ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 562-568

⁷⁷ Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία-Νομολογία-Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ι. Χαμηλοθώρης, Χαρ. Κλούκινας, Θεμ. Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001, σελ. 568

Στη συνέχεια διαπιστώσαμε πόσο η διαφήμιση μπορεί να βλάψει τα συμφέροντα όχι μόνο των διαφημιζομένων αλλά και των ανταγωνιστών τους αν δεν ακολουθούνται συγκεκριμένες διαφημιστικές πρακτικές που επιτρέπουν τη συγκριτική διαφήμιση. Συγχρόνως διαπιστώσαμε ότι δεν είναι επιτρεπτή η προσωπική συγκριτική διαφήμιση ακόμα κι αν αναφέρεται σε αληθή στοιχεία.

Από την άλλη είδαμε ότι η σύγχρονη τεχνολογία δημιούργησε τις προϋποθέσεις για να δημιουργηθούν νέες μέθοδοι πληρωμής. Η λεγόμενη ηλεκτρονική πληρωμή, μέσω των πιστωτικών καρτών αντικατέστησε τις παραδοσιακές μεθόδους της πληρωμής τοις μετρητοίς. Η πιστωτική κάρτα, τα καταναλωτικά δάνεια και άλλοι πιστωτικοί τρόποι της σύγχρονης εποχής των τραπεζικών συναλλαγών ικανοποιούν πλέον τις σύγχρονες καθημερινές ανάγκες του καταναλωτικού κοινού.

Μία άλλη περίπτωση επίσης που συναντήσαμε ήταν οι συμβάσεις εξ αποστάσεως που επιτρέπουν στον σύγχρονο καταναλωτή να επιλέγει ευνοϊκότερους όρους συναλλαγών σε διαφορετικό κράτος από το δικό του και να καλύπτει με αυτό τον τρόπο καλύτερα τις ανάγκες του.

Βέβαια στην επιλογή των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρονται στο καταναλωτικό κοινό δεν μπορεί να αποδοθεί ευθύνη στον πωλητή, όπως υποστηρίζεται από μερικούς, αλλά την ευθύνη έχει κυρίως ο παραγωγός διότι αυτός είναι υπεύθυνος για τη δημιουργία τους.

Τέλος ιδιαίτερα διαπιστώσαμε ότι τα δικαιώματα των καταναλωτών μπορούν να προασπίσουν κυρίως οι καταναλωτικές ενώσεις, οι οποίες έχουν το δικαίωμα μέσω των συλλογικών αγωγών να διεκδικήσουν τα δικαιώματα των μελών τους. Είδαμε ότι οι ενώσεις αυτές νομιμοποιούνται να ζητήσουν χρηματική ικανοποίηση προκειμένου να εξυπηρετήσουν τα συμφέροντα των πελατών τους, αρκεί η χρηματική αυτή ικανοποίηση να είναι απαιτητή μόνο μια φορά και να μην είναι καταχραστική. Διότι πάνω απ' όλα ο νόμος προστατεύει όχι μόνο των καταναλωτή των προϊόντων αλλά και τον προμηθευτή ή παραγωγό αυτών και αναγνωρίζει σε αυτόν επίσης ισάξια δικαιώματα προκειμένου να προστατεύσει τα συμφέροντά του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτών, Ευρωπαϊκό Δίκαιο και Ελληνική Εναρμόνιση, Ερμηνεία – Νομολογία, Επιμέλεια Βασίλης Δούβλης – Άγγελος Μπώλος, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη 2008
2. Εκούσια Δικαιοδοσία, Θεωρία – Νομολογία, Υποδείγματα, Τόμος Πρώτος, Επιμέλεια Ιωάννης Χαμηλοθώρης, Χαρίλαος Κλούκινας, Θεμιστοκλής Κλούκινας, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2001
3. Ιωάννης Καράκωστας, Προστασία του Καταναλωτή, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλας, 2002