



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

---

**«ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ  
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΚΑΙ  
ΕΥΡΩΠΑΙΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»**

---

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

---

Εισηγητής: 1) Παρθένα Ηλιάδου (Α.Μ. 1024)  
2) Θεοδώρα Χατζηγιάννη (Α.Μ. 1191)

Επιβλέπων: Γεώργιος Μαστοράκης (Επίκουρος Καθηγητής)

©  
2014



**TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE**

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS**

**DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING**

---

**“LEGISLATIVE PROVISIONS FOR THE  
PROTECTION OF GREEK AND EUROPEAN  
CONSUMER”**

---

**DIPLOMA THESIS**

---

Student : 1) Parthena Iliadou (Reg. No. 1024)  
2) Theodora Hatzigianni (Reg. No. 1191)

Supervisor : George Mastorakis (Assistant Professor)

©  
2014

**Υπεύθυνη Δήλωση** : Βεβαιώνουμε ότι είμαστε συγγραφείς αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχουμε αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες κάναμε χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνουμε ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμάς προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας αποτελεί η συνοπτική και περιεκτική παρουσίαση των νομοθετικών ρυθμίσεων που υφίστανται για την προστασία του καταναλωτή. Εξετάζονται με άξονες τις δύο διακρίσεις οι οποίες είναι δυνατές ως προς αυτές:

- ρυθμίσεις γενικού και ειδικού περιεχομένου
- ρυθμίσεις εθνικής νομοθεσίας και ρυθμίσεις του δικαίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αποδεικνύεται ότι η εθνική νομοθεσία αποτελεί στην πραγματικότητα μεταφορά του δικαίου της ΕΕ, έχοντας ενσωματώσει κυρίως τις γενικότερου περιεχομένου διατάξεις του.

Όπως καταδεικνύεται, το πεδίο που καλύπτεται από τις ρυθμίσεις είναι ιδιαίτερα ευρύ, καλύπτοντας το σύνολο σχεδόν των συναλλαγών ενός καταναλωτή. Τόσο οι εθνικές όσο και οι ενωσιακές ρυθμίσεις καλύπτουν εξίσου τον Έλληνα καταναλωτή, όντας εξίσου δεσμευτικές. Η ίδια προστασία επιφυλάσσεται για όλους τους καταναλωτές της ΕΕ, εφόσον όλες οι ρυθμίσεις περιέχονται στο ενωσιακό δίκαιο.

Καταδεικνύεται, τέλος, και η αξία σεβασμού του δικαίου αυτού από τις επιχειρήσεις, καθώς τις απαλλάσσει από διαμάχες με τους πελάτες τους και τους εξασφαλίζει καλύτερη φήμη.

### Λέξεις κλειδιά

αθέμιτες εμπορικές πρακτικές	εμπορικές πρακτικές	οργανωμένα ταξίδια
ασφάλεια προϊόντων	ένωση καταναλωτών	παραγωγός
ασφάλεια τροφίμων	επιθετικές εμπορικές πρακτικές	προμηθευτής
γενικοί όροι συναλλαγών (ΓΟΣ)	ευθύνη παραγωγού	σήμανση προϊόντων
διαφήμιση	ευθύνη παρέχοντος υπηρεσίες	συμβάσεις από απόσταση
δίκαιο προστασίας του καταναλωτή	καταναλωτής	συμβάσεις εκτός καταστήματος
εγγυήσεις	καταχρηστικοί όροι συναλλαγών	Συνήγορος του Καταναλωτή
ελαττώματα προϊόντων	μεταφορές	φιλικός διακανονισμός

## ABSTRACT

The purpose of the present thesis is to illustrate briefly and concisely the existing consumer protection legislation. This legislation is considered based on the possible distinctions regarding it:

- general and specific legislation
- national legislation and European Union legislation

It is proved that the national legislation constitutes in fact transposition of the relevant EU legislation, having incorporated mostly the general legislation.

As it is demonstrated, the regulatory field of the consumer protection legislation is rather wide, covering almost all the transactions of a consumer. Greek consumer is covered by both the national and the EU legislation, which are equally legally binding. At least the same level of protection is ensured for all the consumers in the EU, as the whole consumer protection legislation is part of the EU legislation.

Finally, it is demonstrated that it is worth for the corporations to comply with this legislation, as in this way it is ensured that they are not subject to litigation by their customers and they gain a good reputation.

### Key words

advertisement	defects of products	producer
aggressive commercial practices	distance contracts	producer's liability
amicable settlement	food safety	product labelling
commercial practises	general contract terms	product safety
consumer	guarantees	supplier
consumer association	liability of service providers	transportation
Consumer's Ombudsman	off-premises contracts	unfair commercial practises
consumer protection law	package travel	unfair contract terms

## Πίνακας Περιεχομένων

<b>I. ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ</b> .....	v
<b>II. ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	1
1) <u>Ιστορική Εξέλιξη</u>	
i. Η έννοια του καταναλωτή .....	2
ii. Η ανάγκη προστασίας του καταναλωτή .....	3
2) <u>Η νομοθετική εξέλιξη</u>	
i. Η προστασία του καταναλωτή ως αντικείμενο ειδικού κλάδου του δικαίου .....	3
ii. Το κοινοτικό / ενωσιακό δίκαιο .....	4
iii. Το εθνικό δίκαιο .....	7
<b>III. ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ</b> .....	9
1) <u>Ουσιαστικό δίκαιο (ο νόμος 2251/1994)</u> .....	9
i. Οι έννοιες του καταναλωτή και του προμηθευτή .....	9
ii. Γενικοί Όροι Συναλλαγών .....	11
iii. Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος .....	17
iv. Συμβάσεις από απόσταση .....	20
v. Εγγυήσεις – εξυπηρέτηση μετά την πώληση .....	23
vi. Ευθύνη παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα .....	25
vii. Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών .....	27
viii. Ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες .....	29
ix. Διαφήμιση .....	31
2) <u>Οι διαδικασίες για την προστασία του καταναλωτή</u> .....	38
i. Το ά. 10 του ν. 2251/1994 – Ενώσεις καταναλωτών .....	38
ii. Εξωδικαστική επίλυση διαφορών – Φιλικός διακανονισμός .....	40
iii. Οι κυρώσεις .....	43

<b>IV. ΕΙΔΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ</b> .....	44
1) <u>Τα τρόφιμα και οι ζωοτροφές</u> .....	45
2) <u>Η ασφάλεια των προϊόντων</u> .....	47
i. Γενικές διατάξεις .....	47
ii. Ειδικές διατάξεις .....	49
3) <u>Η επισήμανση των προϊόντων</u> .....	51
i. Η σήμανση συμμόρφωσης «CE» .....	51
ii. Τα τρόφιμα και τα δοχεία για τρόφιμα .....	54
iii. Τα μη επισιτιστικά προϊόντα .....	59
4) <u>Μεταφορές</u> .....	68
i. Οργανωμένα ταξίδια .....	68
ii. Αεροπορικές μεταφορές .....	69
iii. Θαλάσσιες μεταφορές .....	71
iv. Λεωφορεία και πούλμαν .....	73
<b>V. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b> .....	75
<b>VI. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	80
1) Ξενόγλωσση .....	80
2) Ελληνική .....	80

## Συντομογραφίες

βλ.: βλέπε

ΓΟΣ : Γενικοί Όροι Συναλλαγών

Γ.Τ.Ο: Γενετικά Τροποποιημένοι Οργανισμοί

ΔΕΕ: Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΔΕΚ: Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωσης

ΕΚ: Ευρωπαϊκές Κοινότητες

ΕΟΚ: Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα

επ.: επόμενες (-α)

Ε.Φ.Ε.Τ: Εθνικός Φορέας Ελέγχου Τροφίμων

Ν.: Νόμος

Π.Δ: Προεδρικό Διάταγμα

Συνθ.ΕΚ: Συνθήκη Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

ΣυνθΕΟΚ: Συνθήκη Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας

ΣυνθΔΕΕ: Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΥΑ: Υπουργική Απόφαση

CE: Conformité Européenne

EFSA: European Food Safety Authority

RAPEX: Rapid Exchange of Information System

RASFF: Rapid Alert System for Food and Feed



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η μελέτη του δικαίου του καταναλωτή και των δικαιωμάτων που αυτό θεσπίζει υπέρ αυτού, συνιστά μία αρκετά πολύπλοκη διαδικασία, λόγω του καθαρά τεχνικού – νομικού περιεχομένου των περισσότερων διατάξεων που το απαρτίζουν, όσο και του πλήθους των νομοθετημάτων στα οποία βρίσκονται αυτές οι διατάξεις.

Σκοπός της παρούσας δεν είναι η νομική ανάλυση του συνόλου των ζητημάτων που αφορούν το δίκαιο αυτό. Πρόκειται εξάλλου για ιδιαίτερα απαιτητικό έργο, τόσο σε εμβάθυνση, όσο και σε έκταση, γι' αυτό εξάλλου και έχει αποτελέσει αντικείμενο πολύτομων μελετών εξειδικευμένων νομικών, ιδίως καθηγητών.

Σκοπός, αντιθέτως, της παρούσας είναι να πετύχει μία όσο το δυνατόν πληρέστερη παρουσίαση του συνόλου των δικαιωμάτων και νομικών ρυθμίσεων που αφορούν τον καταναλωτή. Η παρουσίαση αυτή γίνεται με τρόπο όσο γίνεται πιο απλό και εύληπτο για οποιονδήποτε αναγνώστη, αποφεύγοντας κατά το δυνατόν γλώσσα που είναι κατανοητή κυρίως από νομικούς.

Εξάλλου, όπως θα καταδειχθεί κατωτέρω, αποδέκτες του δικαίου αυτού είναι κατεξοχήν μη νομικοί. Κι αν οι επιχειρήσεις και οι έμποροι (αποδέκτες κυρίως υποχρεώσεων που πηγάζουν από το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή) είναι πιο εύκολο να προσφεύγουν στην υποστήριξη νομικών, τούτο δεν είναι πάντα εύκολο για τους καταναλωτές. Συνεπώς, είναι ανάγκη κρίσιμης σημασίας, τόσο τα στελέχη των επιχειρήσεων, όσο και οι καταναλωτές να έχουν, μία έστω γενική γνώση των ζητημάτων του δικαίου προστασίας καταναλωτή, ανάγκη που προσπαθεί να καλύψει η παρούσα.

Για το σκοπό αυτό, είναι απαραίτητο να προηγηθεί μία παρουσίαση της ιστορικής εξέλιξης του θέματος, εκκινώντας από την ίδια την έννοια του καταναλωτή και την ανάγκη προστασίας του. Ακολούθως, παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο αναπτύχθηκε ο κλάδος αυτός του δικαίου που αφορά την προστασία του καταναλωτή με κύρια πηγή έμπνευσης για την ελληνική νομοθεσία, την νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ακολούθως, παρουσιάζεται συνοπτικά το δίκαιο του καταναλωτή σε δύο επιμέρους μέρη: πρώτα παρουσιάζονται οι ρυθμίσεις γενικού χαρακτήρα, που καλύπτουν συνολικά τους καταναλωτές (κυρίως με βάση την ελληνική νομοθεσία) και ακολούθως παρουσιάζονται οι ρυθμίσεις που αφορούν ειδικές κατηγορίες καταναλωτών (κυρίως με βάση τη νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης).

Στο τέλος της παρούσας, παρουσιάζονται ορισμένα συμπεράσματα που συνάγονται από την παρούσα. Τα συμπεράσματα αυτά έχουν συναχθεί όχι τόσο από την οπτική γωνία του καταναλωτή, αλλά από την οπτική γωνία μίας επιχείρησης παραγωγής / πώλησης προϊόντων ή υπηρεσιών και αφορά ιδίως τα ζητήματα που αφορούν ένα στέλεχος του τομέα επικοινωνίας / διαφήμισης μίας τέτοιας επιχείρησης (π.χ. θέματα διαφήμισης, καλή φήμη επιχείρησης κτλ.).

## 1) Ιστορική Εξέλιξη

### *i) Η έννοια του καταναλωτή<sup>1</sup>*

Στην αρχή, η έννοια του καταναλωτή ως υποκείμενο ειδικής νομικής προστασίας συνδέθηκε με τον οικονομικά ασθενέστερο. Τα ταξικά αυτά χαρακτηριστικά της έννοιας αποτέλεσαν κυρίως την αντίληψη όσων διεκδικούσαν τη θέσπιση ειδικών διατάξεων προστασίας του καταναλωτή.

Η προσέγγιση, όμως, των νομοθετών ήταν ελαφρώς διαφορετική και πλέον επικράτησε μια ουδέτερη και «αταξική» έννοια καταναλωτή προσδιορισμένη από την αντίληψη ότι καταναλωτές είμαστε όλοι μας<sup>2</sup>.

Έτσι, καταναλωτής είναι οποιοσδήποτε αγοράζει αγαθά ή υπηρεσίες για την κάλυψη προσωπικών του αναγκών ή για μη επαγγελματικούς σκοπούς. Ο ευρύτερος αυτός εννοιολογικός προσδιορισμός είναι πιο συμβατός με το σύστημα της οικονομίας της αγοράς.

Επίσης, πέραν του γενικού αυτού προσδιορισμού της έννοιας του καταναλωτή, δεν αποκλείονται κατηγοριοποιήσεις καταναλωτών σε αντίστοιχη, κατά τις ανάγκες τους, ειδικότερη νομική προστασία. Αυτό ισχύει για τους ανηλίκους ή άλλες κατηγορίες που μπορούν να θεωρηθούν ευάλωτοι καταναλωτές και άλλες ειδικότερες κατηγορίες, με γνώμονα το προϊόν ή την υπηρεσία που καταναλώνεται (π.χ. ειδική κατηγορία καταναλωτών τείνουν να θεωρούνται οι επενδυτές ή οι τουρίστες – περί των τελευταίων βλ. αναλυτικά κατωτέρω).

---

<sup>1</sup> Η έννοια του καταναλωτή προσεγγίζεται εδώ πιο γενικά, με στόχο απλώς να έχει γνώση ο αναγνώστης τι ορίζεται ως καταναλωτής κατά την ανάγνωση των επόμενων τμημάτων της παρούσας. Στο πρώτο κεφάλαιο του κυρίως μέρους της παρούσας, η έννοια προσεγγίζεται αναλυτικότερα, με βάση τους ορισμούς του νομοθετικού πλαισίου.

<sup>2</sup> Η πεποίθηση αυτή είναι η απολύτως κρατούσα στη νομική επιστήμη. Ενδεικτικά βλ. Σταθόπουλο (1998).

## *ii) Η ανάγκη προστασίας του καταναλωτή*

Η συζήτηση για την προστασία του καταναλωτή ανάγεται στις αρχές της δεκαετίας του '60. Προβλήθηκε ως κοινωνική διεκδίκηση από τις αντίστοιχες οργανώσεις των καταναλωτών, ένα περιφερειακό κοινωνικό κίνημα όπως και τα αντίστοιχα της εποχής για ειρήνη, προστασία του περιβάλλοντος κ.α. Δεν είναι τυχαίο ότι αυτή η κοινωνική αντίδραση εκδηλώθηκε αρχικά στις ΗΠΑ με αντίστοιχη μάλιστα θεωρητική κάλυψη που ως ένα βαθμό, διαμόρφωσε και το σχετικό αίτημα στην κοινή γνώμη<sup>3</sup>.

Σε πρώτη ανάγνωση φαίνεται η διεκδίκηση να μην είναι και τόσο απαραίτητη, καθώς, ο καταναλωτής ως αντισυμβαλλόμενος έχει, θεωρητικά, κυρίαρχη θέση στην αγορά. Αυτό όμως ισχύει μόνον όταν η αγορά και ο ανταγωνισμός λειτουργούν εύρυθμα. Στην πραγματικότητα ο καταναλωτής βρίσκεται σε μειονεκτική θέση γεγονός που οφείλεται στη σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα, κυρίως στη δομή και τη λειτουργία της αγοράς. Ύπαρξη μονοπωλιακών επιχειρήσεων, στρέβλωση γενικότερα των όρων του ανταγωνισμού, παντελής έλλειψη διαφάνειας των συνθηκών που επικρατούν στην αγορά, σε συνδυασμό με εκμετάλλευση της αλματώδους εξέλιξης της τεχνολογίας, θα μπορούσαν να αναφερθούν ως παραδείγματα.

Είναι επομένως προφανές, ότι οι κίνδυνοι στους οποίους είναι εκτεθειμένος ο ίδιος ο καταναλωτής, η ασφάλεια του και τα οικονομικά του συμφέροντα, η εξάρτηση του από τα αγαθά και υπηρεσίες, που συχνά παρέχονται μονοπωλιακά και η αδυναμία του να αμυνθεί αποτελεσματικά ως άτομο τον φέρνουν σε μειονεκτική θέση, γι' αυτό ακριβώς προβάλλει επιτακτική η ανάγκη προστασίας του από το δίκαιο με ρητές διατάξεις.

## 2) Η νομοθετική Εξέλιξη

### *i) Η προστασία του καταναλωτή ως αντικείμενο ειδικού κλάδου του δικαίου*

Προ της θεσπίσεως των πρώτων ειδικών νομοθετημάτων για την προστασία του καταναλωτή, αυτός δεν ήταν νομικώς πλήρως απροστάτευτος. Οι γενικές νομοθετικές ρυθμίσεις του δικαίου των συμβάσεων (όπως περιλαμβάνεται στον

---

<sup>3</sup> Για περισσότερες λεπτομέρειες, βλ. Kozinets και Handelman (2004).

Αστικό Κώδικα ή σε ειδικά νομοθετήματα), του δικαίου προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού, του δικαίου απαγόρευσης του αθέμιτου ανταγωνισμού κ.ά., όπως και οι γενικές νομοθετικές ρήτρες (αρχή της καλής πίστης, αρχή των συναλλακτικών ηθών κτλ.), αποτελούσαν διατάξεις που δέσμευαν τους πάντες, άρα και τους καταναλωτές και τους αντισυμβαλλομένους τους.

Ωστόσο η κατά γράμμα εφαρμογή τους οδηγούσε σε συχνά άδικα για τον καταναλωτή αποτελέσματα (καθώς οι διατάξεις του δικαίου των συμβάσεων αφορούν κατά βάση συμβαλλομένους ίδιας ισχύος), ενώ χάριν προστασίας του καταναλωτή, τα δικαστήρια κατέφευγαν συχνά σε ακροβατισμούς προκειμένου να ερμηνεύσουν τις διατάξεις αυτές κατά τρόπο δίκαιο για τον καταναλωτή<sup>4</sup>. Επιπροσθέτως, η συνεχής εξέλιξη της τεχνολογίας και των μορφών των συναλλαγών (π.χ. ηλεκτρονικό εμπόριο), καθιστούσαν το «παραδοσιακό» δίκαιο ακόμη περισσότερο ανεπαρκές.

Συμπερασματικά, τα κενά αυτά μόνο με ειδικές νομοθετικές διατάξεις μπορούσαν να καλυφθούν.

## *ii) Το κοινοτικό / ενωσιακό δίκαιο<sup>5</sup>*

Στην Ελλάδα, όπως και άλλοι σχετικά νέοι ειδικοί κλάδοι δικαίου (π.χ. δίκαιο προστασίας περιβάλλοντος), ειδικό νομοθετικό προστασίας του καταναλωτή θεσπίστηκε προς εκπλήρωση υποχρεώσεων της Ελλάδας ως μέλους της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας («Ε.Ο.Κ.», στη συνέχεια Ευρωπαϊκής Κοινότητας και σήμερα Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>6</sup>).

Σκοπός των συντακτών της Συνθήκης περί ιδρύσεως της Ε.Ο.Κ. («ΣυνθΕΟΚ») υπήρξε η καθιέρωση μιας κοινής αγοράς («ενιαίας εσωτερικής αγοράς») χωρίς εθνικά σύνορα, όπου το εμπόριο θα μπορούσε να ασκείται χωρίς εμπόδια διασυνοριακής φύσης (π.χ. τέλη, δασμοί, ποσοτώσεις κτλ.) και με ενιαίο επίπεδο όρων ανταγωνισμού. Προϋπόθεση για την υλοποίηση της κοινής αυτής

<sup>4</sup> Σε μεγάλο βαθμό, οι μετέπειτα θεσπισθείσες ειδικές διατάξεις, είτε εθνικές, είτε ενωσιακές, ενσωμάτωσαν τις κρίσεις αυτές των δικαστηρίων, εθνικών και ενωσιακών αντίστοιχα.

<sup>5</sup> Βλ. και τις εισαγωγικές παρατηρήσεις της Αλεξανδρίδου (2008, σελ. 4 επ.)

<sup>6</sup> Με τη Συνθήκη του Μάαστριχτ, η ΕΟΚ μετεξελίχθηκε σε Ευρωπαϊκή Κοινότητα, ενώ ιδρύθηκε και η Ευρωπαϊκή Ένωση. Μεταξύ άλλων, τα ζητήματα που άπτονται του δικαίου προστασίας του καταναλωτή, άνηκαν στην αρμοδιότητα της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

Με τη θέση σε ισχύ της Συνθήκης της Λισαβόνας την 1.12.2009, η Ευρωπαϊκή Κοινότητα απορροφήθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Το δίκαιο που θεσπιζόταν από την ΕΟΚ (ή ακολούθως την Ευρωπαϊκή Κοινότητα) είχε επικρατήσει να αποκαλείται «κοινοτικό». Αντιθέτως, το δίκαιο που θεσπίζεται από την ΕΕ, έχει επικρατήσει να αποκαλείται «ενωσιακό». Το τελευταίο, έχει απορροφήσει συνεπώς και το κοινοτικό.

Στην παρούσα, χρησιμοποιούνται και οι δύο όροι, κοινοτικό δίκαιο και ενωσιακό δίκαιο, με προσπάθεια να επιλέγεται ο ορθότερος, ανάλογα με την ημ/νία θέσπισης εκάστου νομοθετήματος.

αγοράς αποτελούσε η εξασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, των υπηρεσιών, των προσώπων και των κεφαλαίων, γι' αυτό και οι ελευθερίες αυτές υιοθετήθηκαν εξ αρχής στο κείμενο της Συνθήκης και αποτέλεσαν τη ραχοκοκαλιά της. Όσο και αν έκτοτε έχουν διευρυνθεί οι σκοποί της, η Κοινότητα, η οποία έχει πλέον μετονομαστεί σε Ευρωπαϊκή Ένωση, εξακολουθεί να έχει ως κύριους στόχους της την υλοποίηση της ενιαίας εσωτερικής αγοράς και την προστασία του ανταγωνισμού, είτε αυτό διατυπώνεται ρητώς, είτε αποτελεί το πρίσμα υπό το οποίο επιδιώκονται σιωπηρώς άλλοι στόχοι της.

Έστω και με αρχικό γνώμονα την πραγμάτωση του στόχου αυτού<sup>7</sup>, σταδιακά, ένας ακόμη κλάδος δικαίου δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της Κοινότητας, ο κλάδος που ρυθμίζει τη νομική θέση του καταναλωτή και επιδιώκει την προστασία της υγείας, της ασφάλειας και των οικονομικών του συμφερόντων. Η καθιέρωση ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών άρχισε να αποτελεί γενική αρχή του κοινοτικού δικαίου και σύντομα αποτέλεσε ρητή διάταξη του πρωτογενούς κοινοτικού δικαίου (δηλ. των Συνθηκών).

Οι σχετικές προσπάθειες ανάγονται στο 1975, όταν το Συμβούλιο των Υπουργών, με νομική βάση το άρθρο 2 ΣυνθΕΟΚ, που όριζε ότι η Κοινότητα έχει ως αποστολή, μεταξύ άλλων, να προάγει την αρμονική ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων στο σύνολο της Κοινότητας, συνέταξε το Πρώτο Πρόγραμμα της Κοινότητας «για μια πολιτική για την προστασία και την πληροφόρηση των καταναλωτών». Με το Πρόγραμμα εκείνο καθιερώθηκαν τα βασικά δικαιώματα των καταναλωτών.

Με την Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη του 1986, που τροποποίησε τη ΣυνθΕΟΚ, προβλέφθηκε η εγκαθίδρυση μιας ενιαίας εσωτερικής αγοράς από την 1.1.1993, μιας αγοράς δηλ. χωρίς εθνικά σύνορα, όπου θα μπορούσαν να κινούνται ελεύθερα προϊόντα, υπηρεσίες, πρόσωπα και κεφάλαια (βλ. Άρθρο 8Α). Για την επίτευξη του στόχου αυτού προβλέφθηκε ότι τα κράτη- μέλη έπρεπε να εναρμονίσουν τις εθνικές τους νομοθεσίες σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές των οδηγιών<sup>8</sup>, που θα εξέδιδε το Συμβούλιο της Κοινότητας.

---

<sup>7</sup> Προκειμένου, δηλαδή, να είναι ενιαίες σε όλη την Ευρωπαϊκή Κοινότητα / Ένωση οι υποχρεώσεις που απέρρεαν για τις επιχειρήσεις από γενικές ή ειδικές διατάξεις προστασίας του καταναλωτή που υπήρχαν σε επιμέρους κράτη – μέλη. Εξάλλου, η εθνική νομοθεσία για τους καταναλωτές δεν μπορούσε από μόνη της να επιλύσει τα προβλήματα που προέκυπταν κατά τη λειτουργία των διασυνοριακών συναλλαγών αλλά και των συναλλαγών μεταξύ των κρατών μελών.

<sup>8</sup> Οι Οδηγίες αποτελούν βασικό είδος νομοθετήματος της Ε.Ε. Πλην συγκεκριμένων περιπτώσεων, στις οποίες τα δικαιώματα που προβλέπουν έχουν άμεση εφαρμογή για κάθε πολίτη κράτους – μέλους της

Το 1993, με την τροποποίηση της Συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας στο Μάαστριχτ («ΣυνθΕΚ»), προστέθηκαν σε αυτήν νέες ρυθμίσεις. Για πρώτη φορά εισάγεται στο κείμενο της Συνθήκης η πολιτική προστασίας του καταναλωτή, ως νέα αυτοτελής πολιτική της Κοινότητας, μαζί με μια σειρά υποχρεώσεων για την υλοποίησή της.

Στο άρθρο 153 παρ. 3 ΣυνθΕΚ ορίστηκε ότι η Κοινότητα συμβάλλει στην επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών, α) με μέτρα, που θεσπίζει στα πλαίσια της υλοποίησης της εσωτερικής αγοράς κατ' εφαρμογή του άρθρου 95 (πρώην 100Α ) και β) με μέτρα, που ενισχύουν, συμπληρώνουν και παρακολουθούν την πολιτική των κρατών μελών για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών.

Στη ΣυνθΕΚ, επίσης, εισήχθη η αρχή της ελάχιστης προστασίας, ορίστηκε δηλαδή ρητά ότι τα μέτρα που θεσπίζονται από το Συμβούλιο δεν εμποδίζουν τα κράτη μέλη να διατηρούν ή να εισάγουν στην εθνική τους νομοθεσία αυστηρότερες διατάξεις υπέρ της προστασίας των καταναλωτών, εφόσον οι διατάξεις αυτές συμβιβάζονται με τη ΣυνθΕΚ<sup>9</sup>.

Για τη διαμόρφωση και τις εξελίξεις του κοινοτικού δικαίου της προστασίας του καταναλωτή σε σημαντικό βαθμό συμβάλλει και το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων («ΔΕΚ»)<sup>10</sup>. Το ΔΕΚ συνετέλεσε με τη νομολογία του, μεταξύ άλλων, στη διαμόρφωση της έννοιας του προσώπου που πρέπει να προστατεύεται από το δίκαιο ως καταναλωτής, στον προσδιορισμό του προσώπου, που πρέπει να εκλαμβάνεται ως πρότυπο για να κριθεί αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, δηλ. του προσώπου του μέσου καταναλωτή, επίσης αποφάνθηκε επανειλημμένα όσον αφορά στο ζήτημα της συμβατότητας των εθνικών ρυθμίσεων των κατ' ιδίαν κρατών

---

Ε.Ε., προκειμένου να εφαρμοστούν, απαιτείται να ενσωματωθούν στα κράτη – μέλη με εθνικούς νόμους.

Αντιθέτως, οι Κανονισμοί, αποτελούν είδος νομοθετήματος της Ε.Ε. με άμεση ισχύ ως προς κάθε πολίτη κράτους – μέλους, χωρίς να απαιτείται να μεσολαβήσει εθνικός νόμος.

Ως προς το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, προσφορότερο (όχι όμως αποκλειστικό) είδος ήταν οι Οδηγίες. Στο σημείο αυτό δεν παρατίθενται αναλυτικά, καθώς οι αρχικά θεσπισθείσες (που σε αυτό το σημείο θα έπρεπε να αναφερθούν) έχουν ως επί το πλείστον αντικατασταθεί από νεότερες, οι οποίες εκτίθενται αναλυτικά σε επόμενο κεφάλαιο της παρούσας.

Το κείμενο των κοινοτικών / ενωσιακών νομοθετημάτων δεν παρατίθεται στην παρούσα, καθώς είναι ελεύθερα προσβάσιμο διαδικτυακά, στην οικεία ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (<http://eur-lex.europa.eu/homepage.html>)

<sup>9</sup> Υφίστανται ωστόσο και Οδηγίες πλήρους εναρμόνισης, προς τις οποίες τα κράτη μέλη οφείλουν να προσαρμόσουν πλήρως τη νομοθεσία τους, χωρίς να έχουν τη δυνατότητα όχι μόνον να θεσπίσουν, αλλά ούτε καν να διατηρήσουν το ισχύον, ενδεχομένως ευνοϊκότερο για τους καταναλωτές, νομοθετικό καθεστώς.

<sup>10</sup> Βλ. επίσης Αλεξανδρίδου (2008, σελ. 11 επ.)

μελών, που αφορούν ζητήματα προστασίας του καταναλωτή, με τις εκάστοτε κοινοτικές Οδηγίες και γενικότερα με το κοινοτικό δίκαιο.

Εξάλλου, πάγια αρχή του κοινοτικού / ενωσιακού δικαίου αποτελεί η αρχή της ομοιόμορφης ερμηνείας των Οδηγιών. Δηλαδή, εκτός από την υποχρέωση των κρατών μελών να προσαρμόσουν τα εθνικά τους δίκαια προς τις σχετικές κοινοτικές / ενωσιακές Οδηγίες, προβλέπεται και η υποχρέωση του εθνικού δικαστή να ερμηνεύει τις ρυθμίσεις, που αποτελούν το αποτέλεσμα εναρμόνισης προς κοινοτικές / ενωσιακές Οδηγίες, σύμφωνα με το σκοπό και το πνεύμα των αντίστοιχων οδηγιών.

Η στόχευση του ενωσιακού / κοινοτικού δικαίου προστασίας του καταναλωτή αποτυπώνεται σε μεγάλο βαθμό συγκεντρωτικά σε σχετικά πρόσφατη ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής<sup>11</sup>, σύμφωνα με την οποία η στρατηγική της ΕΕ για την πολιτική των καταναλωτών στοχεύει στην ενίσχυση του λιανικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά, ώστε να μπορούν οι καταναλωτές να προβαίνουν ελεύθερα σε αγορές στην Ευρωπαϊκή Ένωση με το ίδιο επίπεδο προστασίας, επωφελούμενοι από καλύτερες τιμές και καλύτερη ποιότητα των προϊόντων. Η εν λόγω πολιτική, που εντάσσει τη διάσταση της προστασίας του καταναλωτή στην ανάπτυξη όλων των πολιτικών που συνδέονται με την ενιαία αγορά, εστιάζεται σε πέντε τομείς:

- i) καλύτερη παρακολούθηση των καταναλωτικών αγορών και των εθνικών πολιτικών για τους καταναλωτές
- ii) καλύτερη ρύθμιση της προστασίας των καταναλωτών
- iii) ενίσχυση της ασφάλειας των προϊόντων στην αγορά, με εργαλεία παρακολούθησης
- iv) ενσωμάτωση των συμφερόντων των καταναλωτών στο πλαίσιο άλλων κοινοτικών πολιτικών
- v) καλύτερα ενημερωμένοι και εκπαιδευμένοι καταναλωτές, π.χ. με την ενίσχυση του ρόλου των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτών.

### *iii) Το εθνικό δίκαιο*

Η πρώτη συστηματική προσπάθεια μεταφοράς του κοινοτικού δικαίου για την προστασία του καταναλωτή στη χώρα μας έγινε το 1991 με την ψήφιση του νόμου πλαισίου 1961/1991. Ο νόμος εκείνος αντικαταστάθηκε το 1994 από τον νόμο πλαισίου 2251/1994. Ο δεύτερος νόμος είχε κατά βάση το ίδιο περιεχόμενο με τον

---

<sup>11</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής, της 26ης Μαρτίου 2007 στο Συμβούλιο, [COM(2007) τελικό].

πρώτο, με ορισμένες προσθήκες και βελτιώσεις. Έκτοτε ο Ν.2251/1994 τροποποιήθηκε αρκετές φορές, ενώ σχετικά πρόσφατα, τον Ιούνιο του 2007, υπέστη ριζική τροποποίηση από τον Ν. 3587/2007<sup>12</sup>.

Μέσω του Ν.2251/1994 εναρμονίστηκε η ελληνική νομοθεσία προς τις Οδηγίες για τους καταχρηστικούς όρους σε συμβάσεις με καταναλωτές (άρθρο 2), για τις πωλήσεις εκτός του καταστήματος (άρθρο 3), για τις πωλήσεις από απόσταση (άρθρο 4), για τις πωλήσεις από απόσταση χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών (άρθρο 4α), για την πώληση καταναλωτικών προϊόντων και τις εγγυήσεις που συνδέονται με αυτά (άρθρο 5), για την ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων (άρθρο 6), για την ασφάλεια των προϊόντων (άρθρο 7), για τη συγκριτική διαφήμιση και για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (άρθρα 9 και 9α ως 9θ). Η ρύθμιση του άρθρου 8 του Ν.2251 για την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες βασίστηκε σε πρόταση Οδηγίας του 1990, της οποίας η σύνταξη τελικά εγκαταλείφθηκε.

Στη βασική ελληνική νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή περιλαμβάνονταν ως πρόσφατα και το Προεδρικό Διάταγμα («ΠΔ») 301/2002 για τις αγωγές παράλειψης στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών<sup>13</sup>, που αποτελεί μεταφορά της Οδηγίας για τις αγωγές παράλειψης. Ακόμη, περιλαμβάνεται η Υπουργική Απόφαση («ΥΑ») υπ' αριθ. Φ1-983/1991 για την καταναλωτική πίστη, το ΠΔ 339/1996 για τα οργανωμένα ταξίδια, το ΠΔ 182/1999 για τη χρονομεριστική μίσθωση, το ΠΔ 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο και άλλα κείμενα που αποτελούν μεταφορά των ομώνυμων κοινοτικών οδηγιών.

Είναι προφανές ότι η ελληνική νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή οφείλει την ύπαρξή της στην υποχρέωση της χώρας μας να προσαρμόζει το εθνικό δίκαιο προς τις αντίστοιχες κοινοτικές / ενωσιακές Οδηγίες γι' αυτό και αποτελεί σχεδόν στο σύνολό της κοινοτικό / ενωσιακό δίκαιο.

---

<sup>12</sup> Ο νόμος, όπως σήμερα ισχύει (μετά τις τροποποιήσεις που επήλθαν τόσο με τον Ν. 3587/2007, όσο και με άλλες νομοθετικές πράξεις), δεν είναι διαθέσιμος σε κωδικοποιημένο – ενοποιημένο κείμενο, παρά μόνο στη βιβλιογραφία ή σε ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων προσβάσιμες μόνο σε συνδρομητές (Τράπεζα Νομικών Πληροφοριών Δικηγορικού Συλλόγου Αθηνών «ΙΣΟΚΡΑΤΗΣ», Τράπεζα Νομικών Πληροφοριών «ΝΟΜΟΣ» κ.ά.). Στη βάση αυτού γίνεται και η παρουσίαση του πρώτου μέρους της παρούσας κατωτέρω, ως προς το γενικό πλαίσιο προστασίας του καταναλωτή.

<sup>13</sup> Το προεδρικό διάταγμα αυτό καταργήθηκε δυνάμει του άρθρου 5 της υπουργικής απόφασης Ζ1-111/2012, καθώς με το άρθρο 2 της ίδιας υπουργικής απόφασης ενσωματώθηκαν σε διατάξεις του βασικού νόμου (2251/1994) οι νέες ρυθμίσεις που περιλαμβάνονται στη νεότερη – και σήμερα ισχύουσα – οδηγία για το ίδιο θέμα (2009/22/ΕΚ).



## ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Στο δίκαιο, γενικώς αποδεκτή είναι η διάκριση ανάμεσα σε ουσιαστικό δίκαιο και δικονομικό δίκαιο. Το ουσιαστικό δίκαιο είναι αυτό που καθορίζει δικαιώματα και υποχρεώσεις. Το δικονομικό δίκαιο αντίστοιχα είναι αυτό που καθορίζει τους τρόπους και τις διαδικασίες (δικαστικές ή μη) με τις οποίες μπορεί να διεκδικηθεί η εφαρμογή των ρυθμίσεων του ουσιαστικού δικαίου. Η διάκριση αυτή ακολουθείται και στην παρούσα.

### 1) Ουσιαστικό δίκαιο (ο νόμος 2251/1994)<sup>14</sup>

#### *ι) Οι έννοιες του καταναλωτή και του προμηθευτή*

Αποδέκτης των δικαιωμάτων που προβλέπονται από το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, όπως λογικώς προκύπτει, είναι ο καταναλωτής. Αντιθέτως, για τον αποδέκτη των υποχρεώσεων που θεσπίζονται από το δίκαιο αυτό, χρησιμοποιείται η έννοια του προμηθευτή.

Στο άρθρο 1, παρ. 4 του ν. 2251/1994, όπως σήμερα ισχύει, ορίζεται:

*«α) Καταναλωτής, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα για τα οποία προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά και τα οποία κάνουν χρήση των προϊόντων ή των υπηρεσιών αυτών, εφόσον αποτελούν τον τελικό αποδέκτη τους. Καταναλωτής είναι και: αα) κάθε αποδέκτης διαφημιστικού μηνύματος, ββ) κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εγγυάται υπέρ καταναλωτή, εφόσον δεν ενεργεί στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του.*

*β) Προμηθευτής, κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο, κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής νοείται και ο διαφημιζόμενος.»*

Ο ορισμοί αυτοί των εννοιών του καταναλωτή και του προμηθευτή είναι οι γενικοί, οι οποίοι ισχύουν με την επιφύλαξη ειδικότερων, διαφορετικών ορισμών τους, είτε σε επιμέρους διατάξεις του ίδιου νόμου, είτε σε διατάξεις άλλων, ειδικότερων νόμων.

---

<sup>14</sup> Σε κάθε υποκεφάλαιο του παρόντος μέρους λαμβάνονται πληροφορίες από το αντίστοιχο κεφάλαιο των κατ' άρθρο ερμηνειών του ν. 2251/1994 από τους Αλεξανδρίδου (2008), Καράκωστα (2008, 2012), Βάρκα-Αδάμη (2010), Γεωργιακάκη-Σπυριδάκη (2010). Ειδικότερες βιβλιογραφικές παραπομπές γίνονται μόνο σε ειδικές αναφορές της παρούσας.

Από τους ορισμούς αυτούς προκύπτουν πέντε βασικά στοιχεία.

*Πρώτον*, τόσο καταναλωτής, όσο και προμηθευτής, μπορεί να είναι τόσο φυσικό πρόσωπο, όσο και νομικό πρόσωπο, είτε δηλαδή ένας μόνος άνθρωπος, είτε μία ένωση προσώπων ή περιουσίας (σωματείο, εταιρεία, ίδρυμα κτλ.).

*Δεύτερον*, το δίκαιο προστασίας καταναλωτή, αφορά τόσο προϊόντα (υλικά δηλαδή αγαθά), όσο και υπηρεσίες.

*Τρίτον*, προκειμένου να χωρεί εφαρμογή του δικαίου προστασίας του καταναλωτή, πρέπει τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες να παρέχονται στην αγορά, να μην έχουν δηλαδή εξειδικευμένο αποδέκτη, όπως συμβαίνει π.χ. όταν κατασκευάζονται μετά από ατομική παραγγελία.

*Τέταρτον*, με βάση το ισχύον ελληνικό δίκαιο (και σε αντίθεση με το προϊσχύσαν ελληνικό δίκαιο, ήτοι τον ν. 1969/1991, ή τις ενωσιακές Οδηγίες), δεν απαιτείται το πρόσωπο αυτό να είναι αποδέκτης αγαθών ή υπηρεσιών εκτός επαγγελματικής του δραστηριότητας, αλλά αρκεί να είναι ο τελικός αποδέκτης των προϊόντων / υπηρεσιών. Κατά το στοιχείο αυτό, δηλαδή, ο ορισμός είναι ευρύτερος αυτού που προβλέπεται στο ενωσιακό δίκαιο, με αποτέλεσμα περισσότερα πρόσωπα να προστατεύονται από το δίκαιο του καταναλωτή. Για παράδειγμα, με βάση τον ορισμό αυτό, προστατεύεται και ο οδοντίατρος που αγοράζει τον εξοπλισμό του οδοντιατρείου του, παρά το γεγονός ότι τον χρησιμοποιεί για να παράσχει υπηρεσίες στο κοινό, απλώς και μόνο γιατί είναι ο τελικός αποδέκτης (χρήστης) του εξοπλισμού αυτού<sup>15</sup>.

*Πέμπτον*, στην έννοια του καταναλωτή εμπίπτουν ρητώς και οι αποδέκτες διαφημιστικών μηνυμάτων (και αντίστοιχα στην έννοια του προμηθευτή οι διαφημιζόμενοι) και οι εγγυητές υπέρ καταναλωτών. Οι τελευταίοι, όμως, σε αντίθεση με ό,τι ισχύει γενικώς ως προς την έννοια του καταναλωτή, δεν πρέπει να εγγυώνται στο πλαίσιο της επαγγελματικής τους δραστηριότητας. Εμπίπτουν δηλαδή στην έννοια αυτή οι γονείς εικοσάχρονου / εικοσάχρονης που εγγυώνται υπέρ αυτού όταν μισθώνει ένα αυτοκίνητο ή όταν λαμβάνει ένα τραπεζικό δάνειο, δεν εμπίπτουν όμως στην έννοια αυτή οι τράπεζες που εκδίδουν εγγυητικές επιστολές υπέρ επιχειρήσεων, καθώς εγγυώνται υπέρ επιχειρήσεων (και όχι καταναλωτών) και το πράττουν στο πλαίσιο επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.

---

<sup>15</sup> Παράδειγμα από Ι. Καράκωστα (2004, σελ. 71)

ii) Οι Γενικοί Όροι Συναλλαγών<sup>16</sup>

Στην πράξη είναι πολύ συχνό το φαινόμενο των συμβάσεων προσχώρησης. Πρόκειται για συμβάσεις των οποίων οι όροι είναι προτυπωμένοι και οι οποίοι δεν τίθενται σε διαπραγμάτευση από τον προμηθευτή στον καταναλωτή, αλλά μόνη επιλογή του καταναλωτή είναι είτε να τους δεχθεί στο σύνολό τους, είτε να μην τους δεχθεί και κατά συνέπεια να μην συμβληθεί και άρα να μην αποκτήσει το επιθυμητό προϊόν ή υπηρεσία. Οι όροι αυτοί καλούνται «Γενικοί Όροι Συναλλαγών» («ΓΟΣ»).

Προκειμένου, πιο συγκεκριμένα, να μπορεί να γίνει λόγος για ΓΟΣ, σύμφωνα με το άρθρο 2, παρ. 1 του ν. 2251/1994, πρέπει να πληρούται ο ακόλουθος ορισμός: «[ό]ροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για μελλοντικές συμβάσεις». Με άλλα λόγια, πρέπει να υφίστανται όλα τα κατωτέρω χαρακτηριστικά:

- α) πρέπει να είναι όροι συμβατικοί. Δηλαδή, δεν πρέπει να πρόκειται για επανάληψη ρυθμίσεων που προβλέπονται από νόμο ή κανονιστική πράξη της Διοίκησης, καθώς η προέλευση αυτών των όρων δεν είναι η βούληση του προμηθευτή, αλλά οι εκ του νόμου υποχρεώσεις τόσο του προμηθευτή όσο και του καταναλωτή.
- β) πρέπει να έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων και να αποκλείεται οποιαδήποτε ατομική διαπραγμάτευση. Ωστόσο, δεν αποκλείεται σε μία σύμβαση να υπήρξε διαπραγμάτευση για μερικούς μόνο όρους (οι οποίοι δεν συνιστούν ΓΟΣ), αλλά όχι για τους υπόλοιπους (οι οποίοι αποτελούν ΓΟΣ, πληρουμένων και των υπολοίπων προϋποθέσεων).
- γ) πρέπει να προορίζονται για πολλαπλή μελλοντική χρήση. Πρέπει δηλαδή να πρόκειται για όρους που δεν συντάχθηκαν από προμηθευτή με βάση το πρόσωπο συγκεκριμένου καταναλωτή, αλλά να πρόκειται για όρους που θέλησε να διέπουν τις συμβάσεις με όσους καταναλωτές και αν τις κατάρτιζε στο μέλλον. Υπό αυτή την έννοια είναι αδιάφορο αν έχει καταρτιστεί μία μόνο σύμβαση.

Όπως, συνεπώς, ευλόγως προκύπτει, οι ΓΟΣ στερούν σε μεγάλο βαθμό την ελευθερία του καταναλωτή, με αποτέλεσμα να αποδυναμώνουν τη θέση του. Ωστόσο, η ύπαρξή τους είναι απαραίτητη, γιατί διευκολύνει σημαντικό αριθμό συναλλαγών, οι οποίες θα καθίσταντο πολύπλοκες σε περίπτωση που κάθε φορά έπρεπε να καταρτιστούν για πρώτη φορά οι όροι.

---

<sup>16</sup> Για περισσότερες πληροφορίες βλ. Δέλλιο (2013).

Ωστόσο, προκειμένου να υπάρχει εξισορρόπηση των θέσεων προμηθευτή και καταναλωτή, προβλέπονται από το νόμο σημαντικές ρυθμίσεις σε σχέση με τους ΓΟΣ, οι οποίες μπορούν να διακριθούν σε τρεις επιμέρους κατηγορίες: στις ρυθμίσεις που αφορούν τις προϋποθέσεις έγκυρης ένταξης των ΓΟΣ σε μία σύμβαση, τις ρυθμίσεις που αφορούν τον τρόπο ερμηνείας των ΓΟΣ και τις ρυθμίσεις που αφορούν την εγκυρότητα του περιεχομένου των ΓΟΣ. Οι κανόνες αυτοί βρίσκουν χρήση, ιδίως όταν ένα θέμα έρχεται ενώπιον της κρίσης δικαστηρίου<sup>17</sup> και η ακυρότητά τους ενεργεί μόνο υπέρ του καταναλωτή, χωρίς να πλήττεται το κύρος του συνόλου της σύμβασης.

*Πρώτον*, όσον αφορά τις προϋποθέσεις έγκυρης ένταξης των ΓΟΣ σε μία σύμβαση, προβλέπονται οι ακόλουθες από τον νόμο (άρθρο 2, παρ. 2):

- α) πρέπει να διατυπώνονται γραπτώς στην ελληνική γλώσσα, κατά τρόπο σαφή, συγκεκριμένο και εύληπτο, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να αντιληφθεί πλήρως το νόημά τους και
- β) πρέπει να εκτυπώνονται με ευανάγνωστους χαρακτήρες σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σύμβασης.

Κατά συνέπεια, πρέπει να εξασφαλίζεται ότι οι ΓΟΣ έχουν τεθεί σε γνώση του καταναλωτή, αλλά και ότι είναι κατά τέτοιο τρόπο διατυπωμένοι ώστε να εξασφαλίζεται ότι ο καταναλωτής πράγματι αντιλαμβάνεται το περιεχόμενό τους. Σε περίπτωση που οι ΓΟΣ δεν πληρούν τις προϋποθέσεις αυτές, τότε, ακόμη και εάν έχει συγκατατεθεί ο καταναλωτής, δεν θεωρούνται εγκύρως ενσωματωθέντες στη σύμβαση και κατά συνέπεια δεν γεννούν υποχρεώσεις σε βάρος του καταναλωτή.

*Δεύτερον*, όσον αφορά την ερμηνεία των ΓΟΣ, από τον νόμο, θεσπίζονται ειδικοί, υπέρ του καταναλωτή, ερμηνευτικοί κανόνες:

- α) *«Όροι που συμφωνήθηκαν μετά από ατομική διαπραγμάτευση μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών (ειδικοί όροι) υπερισχύουν των αντίστοιχων γενικών όρων.»* (άρθρο 2, παρ. 3)
- β) *«Κατά την ερμηνεία των γενικών όρων συναλλαγών λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών.»* (άρθρο 2, παρ. 4, εδάφιο α')

---

<sup>17</sup> Συχνά, μάλιστα, σε περιπτώσεις ειδικά συμβάσεων που αφορούν το σύνολο της κοινωνίας (π.χ. τραπεζικές συμβάσεις), σε περίπτωση που ΓΟΣ κριθούν αμετάκλητα από δικαστήρια άκυροι (ιδίως οι κριθέντες καταχρηστικοί), εκδίδονται υπουργικές αποφάσεις που ρητώς απαγορεύουν την ενσωμάτωσή τους στις συμβάσεις αυτές. Χαρακτηριστικές είναι εξ αυτών οι υπ' αριθμούς Ζ1-798/2008, Ζ1-21/2011 και Ζ1-74/2011. Αντίστοιχο ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι αποφάσεις των δικαστηρίων ως προς καταχρηστικούς ΓΟΣ σε ασφαλιστικές συμβάσεις και συμβάσεις τηλεπικοινωνιών (βλ. ιστοσελίδες Συνηγόρου του Καταναλωτή, Γενικής Γραμματείας Προστασίας Καταναλωτή και ενώσεων καταναλωτών).

γ) «Γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτον για λογαριασμό του, σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή.» (άρθρο 2, παρ. 4, εδάφιο β')

Σε κάθε περίπτωση, ισχύουν και οι γενικές αρχές του δικαίου:

α) Κατά την ερμηνεία όρου, αναζητείται η αληθινή βούληση χωρίς προσήλωση στις λέξεις (άρθρο 173 του Αστικού Κώδικα)

β) Οι συμβάσεις ερμηνεύονται όπως απαιτεί η καλή πίστη και τα συναλλακτικά ήθη (άρθρο 200 του Αστικού Κώδικα)

γ) Σε περίπτωση πολλών πιθανών ερμηνειών, επιλέγεται η περισσότερο σύμφωνη με τον νόμο, το Σύνταγμα ή το ενωσιακό δίκαιο (γενική αρχή δικαίου)

*Τρίτον, όσον αφορά το περιεχόμενο των ΓΟΣ, από το νόμο θεωρείται ότι δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή οι ΓΟΣ που είναι καταχρηστικοί. Ο ορισμός που τίθεται από τον νόμο έχει ξεκάθαρα προσανατολισμό υπέρ του καταναλωτή: «Γενικοί όροι συναλλαγών που έχουν ως αποτέλεσμα τη σημαντική διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του καταναλωτή απαγορεύονται και είναι άκυροι. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας γενικού όρου ενσωματωμένου σε σύμβαση κρίνεται αφού ληφθούν υπόψη η φύση των αγαθών ή υπηρεσιών που αφορά η σύμβαση, ο σκοπός της, το σύνολο των ειδικών συνθηκών κατά τη σύναψή της και όλες οι υπόλοιπες ρήτρες της σύμβασης ή άλλης σύμβασης από την οποία αυτή εξαρτάται.» (άρθρο 2, παρ. 6).*

Πέραν όμως του γενικού ορισμού των ΓΟΣ που είναι καταχρηστικοί, στο νόμο παρατίθεται και ένας εκτενής κατάλογος όρων που θεωρούνται καταχρηστικοί. Ο κατάλογος αυτός είναι ενδεικτικός και πέραν των όρων που περιλαμβάνονται σε αυτοί, καταχρηστικοί είναι και άλλοι ΓΟΣ, οι οποίοι εμπίπτουν στον ανωτέρω γενικό ορισμό. Οι ΓΟΣ που είναι καταχρηστικοί επειδή εμπίπτουν στον ενδεικτικό κατάλογο αυτό είναι 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, ο οποίος να αναφέρεται στη σύμβαση.*
- στ) *επιτρέπουν στον προμηθευτή να καταγγείλει σύμβαση αόριστης διάρκειας χωρίς εύλογη προθεσμία,*
- ζ) *επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα να κρίνει μονομερώς αν η παροχή του είναι σύμφωνη με τη σύμβαση,*
- η) *επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το απεριόριστο δικαίωμα να ορίζει μονομερώς το χρόνο εκπλήρωσης της παροχής του,*
- θ) *ορίζουν ότι η παροχή δεν είναι υποχρεωτικό να ανταποκρίνεται στις ουσιώδεις για τον καταναλωτή προδιαγραφές, στο δείγμα, στις ανάγκες της ειδικής χρήσης, για την οποία την προορίζει ο καταναλωτής και την οποία αποδέχεται ο προμηθευτής ή στο συνηθισμένο προορισμό της,*
- ι) *επιτρέπουν στον προμηθευτή να μην εκτελέσει τις υποχρεώσεις του χωρίς σπουδαίο λόγο,*
- ια) *χωρίς σπουδαίο λόγο αφήνουν το τίμημα αόριστο και δεν επιτρέπουν τον προσδιορισμό του με κριτήρια ειδικά καθορισμένα στη σύμβαση και εύλογα για τον καταναλωτή,*
- ιβ) *περιορίζουν την ευθύνη του προμηθευτή για κρυμμένα ελαττώματα του πράγματος,*
- ιγ) *αποκλείουν ή περιορίζουν υπέρμετρα την ευθύνη του προμηθευτή,*
- ιδ) *προβλέπουν τη μετακύληση της ευθύνης του πωλητή, ή του εισαγωγέα αποκλειστικά στον παραγωγό του αγαθού ή σε άλλον,*
- ιε) *περιορίζουν την υποχρέωση του προμηθευτή να τηρεί τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει οι εντολοδόχοι του ή εξαρτούν την εκπλήρωση των υποχρεώσεών 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 δικαιώματά τους σε περίπτωση μη εκπλήρωσης ή πλημμελούς εκπλήρωσης της παροχής του προμηθευτή, ακόμη και αν τον προμηθευτή βαρύνει πταίσιμα,
- ιη) εμποδίζουν τον καταναλωτή να υπαναχωρήσει (από τη σύμβαση), όταν η αύξηση του τιμήματος σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης είναι υπερβολική γι' 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) επιβάλλουν στον καταναλωτή που πιστώθηκε με το τίμημα των αγαθών ή υπηρεσιών να εκδώσει μεταχρονολογημένη επιταγή,
- κβ) συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τις ενστάσεις του κατά τρίτου που διαδέχεται τον προμηθευτή στη σχέση με τον καταναλωτή,
- κγ) απαγορεύουν στον καταναλωτή να προτείνει σε συμψηφισμό προς υποχρεώσεις του από τη σύμβαση ομοειδείς απαιτήσεις του κατά του προμηθευτή,
- κδ) βεβαιώνουν ότι ο καταναλωτής γνωρίζει ορισμένους όρους της σύμβασης ή την κατάσταση των προμηθευομένων 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 συνιστάται σε υπηρεσίες με κράτηση,
- κστ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να απαιτήσει από τον καταναλωτή υπέρμετρες εγγυήσεις,
- κζ) αναστρέφουν το βάρος της απόδειξης σε βάρος του καταναλωτή ή περιορίζουν υπέρμετρα τα αποδεικτικά του μέσα,
- κη) περιορίζουν υπέρμετρα την προθεσμία, μέσα στην οποία ο καταναλωτής οφείλει να υποβάλει στον προμηθευτή τα παράπονα ή να εγείρει τις αξιώσεις του κατά του προμηθευτή,

- κθ) αναθέτουν στον προμηθευτή χωρίς σπουδαίο λόγο την αποκλειστικότητα της συντήρησης και των επισκευών του πράγματος και της προμήθειας των ανταλλακτικών,
- λ) επιβάλλουν στον καταναλωτή, σε περίπτωση μη εκπλήρωσης της παροχής του, υπέρμετρη οικονομική επιβάρυνση, ή
- λα) αποκλείουν την υπαγωγή των διαφορών από σύμβαση στο φυσικό τους δικαστή με την πρόβλεψη αποκλειστικής αλλοδαπής δικαιοδοσίας ή διαιτησίας.
- λβ) προβλέπουν την καταβολή αποζημίωσης στον προμηθευτή, χωρίς αυτός να υποχρεούται να επικαλεστεί και να αποδείξει τη ζημία που υπέστη.»



*iii) Οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος*

Ειδική κατηγορία συναλλαγών, η οποία παρουσιάζει ορισμένες ιδιομορφίες και για το λόγο αυτό υπάρχει ανάγκη ειδικής διάταξης για την προστασία του καταναλωτή, είναι οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος. Πρόκειται για συναλλαγές που πραγματοποιούνται εκτός της εγκατάστασης του προμηθευτή και με πρωτοβουλία αυτού, είτε σε δημόσιο χώρο, είτε στο πλαίσιο κάποιας εκδήλωσης, είτε στον επαγγελματικό ή ιδιωτικό χώρο του καταναλωτή, αιφνιδιάζοντάς τον κατά κάποιον τρόπο.

Στο ελληνικό δίκαιο, η προστασία του καταναλωτή στις συμβάσεις αυτές εξασφαλίζεται από το άρθρο 3 του ν. 2251/1994<sup>18</sup>. Μάλιστα, με βάση τις ρυθμίσεις της διάταξης αυτής, ο καταναλωτής δεν προστατεύεται μόνο στις κατεξοχήν συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος (αυτές δηλαδή που συνάπτονται με πρωτοβουλία του προμηθευτή), αλλά ακόμη και στις συμβάσεις που συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος, μετά από πρόσκληση όμως του καταναλωτή, υπό την προϋπόθεση όμως ότι αφορούν προϊόντα / υπηρεσίες άλλα από αυτά που είχε υπόψη του ο καταναλωτής κατά την πρόσκληση.

Από τις ρυθμίσεις αυτές εξαιρούνται μόνο οι ακόλουθες κατηγορίες συναλλαγών<sup>19</sup>:

- α) Οι πωλήσεις μικροπωλητών χωρίς μόνιμη εγκατάσταση.
- β) Οι συμβάσεις για την κατασκευή, πώληση ή μίσθωση ακινήτων και στις συμβάσεις που αφορούν άλλα δικαιώματα σχετικά με ακίνητα. Εν τούτοις οι συμβάσεις προμήθειας αγαθών για την ενσωμάτωσή τους σε ακίνητα ή οι συμβάσεις για την επισκευή ακινήτων εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των διατάξεων αυτού του άρθρου.
- γ) Οι συμβάσεις για την προμήθεια τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών, που προορίζονται για την τρέχουσα οικιακή κατανάλωση και τα οποία παραδίδουν κατ' οίκον διανομείς σε τακτά ή συχνά διαστήματα.
- δ) Οι συμβάσεις για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών, εφόσον πληρούνται οι ακόλουθοι όροι:

---

<sup>18</sup> Με τη θέσπιση του άρθρου αυτού ενσωματώθηκε η Οδηγία 85/577/ΕΟΚ, η οποία σήμερα έχει αντικατασταθεί από την Οδηγία 2011/83/ΕΕ. Οι ρυθμίσεις της τελευταίας αυτής Οδηγίας, που αφορούν σχεδόν το σύνολο των ζητημάτων που ρυθμίζονται από το ν. 2251/1994, είναι ήδη δεσμευτικές για τα κράτη – μέλη, ενώ τα αντλούμενα από αυτήν δικαιώματα των καταναλωτών είναι σε ισχύ εδώ και μικρό χρονικό διάστημα, από την 13/6/2014 και ύστερα.

<sup>19</sup> Στην αρχική μορφή του νόμου εξαιρούνταν επίσης και οι συμβάσεις που αφορούν ασφάλειες και κινητές αξίες (π.χ. μετοχές και ομόλογα), εξαιρέσεις που όμως καταργήθηκαν με τον ν. 3587/2007.

- ι) η σύμβαση συνάπτεται βάσει καταλόγου του προμηθευτή, τον οποίο ο καταναλωτής είχε την ευκαιρία να συμβουλευθεί χωρίς να είναι παρών ο αντιπρόσωπος του προμηθευτή,
- ιι) προβλέπεται η εξακολούθηση της επαφής ανάμεσα στον αντιπρόσωπο του προμηθευτή και στον καταναλωτή όσον αφορά τη συγκεκριμένη ή άλλη μεταγενέστερη συναλλαγή, και
- ιιι) τόσο ο κατάλογος όσο και σύμβαση πληροφορούν τον καταναλωτή ότι έχει δικαίωμα να επιστρέψει τα αγαθά στον προμηθευτή μέσα σε χρονικό διάστημα όχι μικρότερο των δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών από την παραλαβή τους ή να λύσει τη σύμβαση μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα, χωρίς να αναλαμβάνει οποιαδήποτε άλλη υποχρέωση, εκτός από μια εύλογη φροντίδα για τα αγαθά αυτά.

Στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος επιβάλλονται από το νόμο ειδικές προϋποθέσεις – ρυθμίσεις προκειμένου να είναι έγκυρες, με σκοπό την αυξημένη προστασία του καταναλωτή. Αυτές είναι:

- Ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση εντός (14) ημερολογιακών ημερών με μονομερή δήλωσή του, χωρίς να απαιτείται καμία αιτιολόγηση και χωρίς καμία επιβάρυνσή του
- Το τίμημα καταβάλλεται από τον καταναλωτή μετά το πέρας της άνω προθεσμίας των (14) ημερών
- Ο καταναλωτής δεν έχει υποχρέωση φύλαξης του προϊόντος (εκτός και αν ο ίδιος είχε ζητήσει την αποστολή του)
- Η σύμβαση πρέπει να καταρτίζεται υποχρεωτικά εγγράφως και να αναφέρεται σε αυτήν τουλάχιστον το ακόλουθο περιεχόμενο:
  - α) το όνομα ή η επωνυμία και η πλήρης διεύθυνση του προμηθευτή και αυτού που συμβάλλεται στο όνομα και για λογαριασμό του προμηθευτή. Η μνεία αριθμού ταχυδρομικής θυρίδας δεν αρκεί,
  - β) η χρονολογία και η πλήρης διεύθυνση του τόπου κατάρτισης της σύμβασης,
  - γ) η περιγραφή της φύσης και των χαρακτηριστικών των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών,
  - δ) οι όροι εκτέλεσης της σύμβασης και ιδίως ο τόπος και ο χρόνος παράδοσης των εμπορευμάτων ή παροχής των υπηρεσιών,

- ε) η συνολική επιβάρυνση του καταναλωτή και οι όροι πληρωμής και ιδίως, σε περίπτωση πίστωσης του τιμήματος ή πληρωμής με δόσεις, το πραγματικό επιτόκιο και το επιτρεπόμενο ανώτατο όριο επιτοκίου και
- στ) το δικαίωμα υπαναχώρησης και, σε χωριστό έντυπο, υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης του καταναλωτή από τη σύμβαση.

*iv) Οι συμβάσεις από απόσταση*

Οι συμβάσεις από απόσταση φαίνεται καταρχήν να ομοιάζουν ως έννοια με τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, έχουν όμως δύο σημαντικά διαφορετικά χαρακτηριστικά: πρώτον, δεν συνυπάρχουν ως φυσικές παρουσίες στον ίδιο χώρο ο προμηθευτής και ο καταναλωτής κατά την κατάρτιση της σύμβασης και δεύτερον, η σύμβαση καταρτίζεται με τη μεσολάβηση ηλεκτρονικών μέσων (τηλέφωνο, τηλεόραση, ραδιόφωνο κτλ.).

Οι συμβάσεις αυτές, ως προς την προστασία του καταναλωτή, ρυθμίζονται από τις διατάξεις του άρθρου 4 του ν. 2251/1994. Οι διατάξεις όμως αυτές δεν εφαρμόζονται:

- α) στους αυτόματους διανομείς,
- β) στους εμπορικούς χώρους αυτόματης πώλησης,
- γ) στις συμβάσεις που συνάπτονται με τους φορείς των τηλεπικοινωνιών δια της χρήσης των δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων.
- δ) στις συμβάσεις προμήθειας τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών που προορίζονται για την τρέχουσα οικιακή κατανάλωση και τα οποία παραδίδουν, κατ' οίκον ή στον τόπο διαμονής ή εργασίας του καταναλωτή, διανομείς σε τακτά ή συχνά διαστήματα.
- ε) στις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών με αντικείμενο μεταφορές, κατάλυμα, σίτιση και ψυχαγωγία, στην περίπτωση που ο προμηθευτής αναλαμβάνει την υποχρέωση να παρέχει τις υπηρεσίες αυτές σε συγκεκριμένη ημερομηνία ή συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Οι ειδικές προϋποθέσεις – ρυθμίσεις προκειμένου να είναι έγκυρες οι συμβάσεις από απόσταση είναι:

- Να τίθενται σε γνώση του καταναλωτή πριν την κατάρτιση της σύμβασης οι ακόλουθες πληροφορίες:
  - α) ταυτότητα και διεύθυνση του προμηθευτή,
  - β) ουσιώδη χαρακτηριστικά του αγαθού ή της υπηρεσίας,
  - γ) τιμή, ποσότητα και δαπάνες μεταφοράς, καθώς και φόρος προστιθέμενης αξίας, εφόσον δεν περιλαμβάνεται στην τιμή,
  - δ) τρόπος πληρωμής, παράδοσης και εκτέλεσης,
  - ε) διάρκεια ισχύος της προσφοράς ή της τιμής,
  - στ) δικαίωμα υπαναχώρησης,

- ζ) κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας από απόσταση, όταν υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων,
- η) ελάχιστη διάρκεια ισχύος της σύμβασης στην περίπτωση συμβάσεων για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών που επιτελείται διαρκώς ή περιοδικώς. Στην περίπτωση τηλεφωνικών επικοινωνιών, η ταυτότητα του προμηθευτή και ο εμπορικός σκοπός της κλήσης πρέπει να διευκρινίζονται σαφώς στην αρχή οποιασδήποτε συζήτησης με τον καταναλωτή.
- Ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται με τις δαπάνες της επικοινωνίας από απόσταση για τη διαβίβαση της αποδοχής ή για την εκτέλεση της υπηρεσίας, εκτός αν αυτό αναφέρεται σαφώς στην πρόταση για σύναψη σύμβασης.
  - Σε περίπτωση που αποστέλλονται αγαθά ή παρέχονται υπηρεσίες χωρίς να τα έχει παραγγείλει ο καταναλωτής, ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να διαθέτει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες κατά την κρίση του, χωρίς να οφείλει οποιοδήποτε τίμημα, απαλλασσόμενος και από την υποχρέωση φύλαξης ή και επιστροφής των αγαθών.
  - Η χρησιμοποίηση των τεχνικών επικοινωνίας πρέπει να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να μην προσβάλλεται η ιδιωτική ζωή του καταναλωτή.
  - Απαγορεύεται η είσπραξη όλου ή μέρους του τιμήματος, ακόμη και με μορφή αρραβώνα, εγγύησης, έκδοσης ή αποδοχής αξιογράφων ή άλλη μορφή, πριν από την παράδοση του προϊόντος ή την παροχή της υπηρεσίας.
  - Απαγορεύεται η είσπραξη όλου ή μέρους του τιμήματος, ακόμη και με μορφή αρραβώνα, εγγύησης, έκδοσης ή αποδοχής αξιογράφων ή άλλη μορφή, πριν από την παράδοση του προϊόντος ή την παροχή της υπηρεσίας.
  - Ο καταναλωτής πρέπει να λάβει, σε εύθετο χρόνο, κατά την εκτέλεση της σύμβασης και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών εγγράφως και στη γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε στην πρόταση σύναψης σύμβασης, τις ακόλουθες τουλάχιστον πληροφορίες:
    - α) τις πληροφορίες που προβλέπονται στην παράγραφο 2 του άρθρου αυτού,
    - β) την επωνυμία και τη διεύθυνση του πιο προσιτού για τον καταναλωτή καταστήματος του προμηθευτή, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνεται για την επισκευή του προϊόντος.
- γ) τον τρόπο καταβολής του τιμήματος, περιλαμβανομένων των όρων πίστωσης ή πληρωμής με δόσεις, καθώς και τους όρους εξασφάλισης,

- δ) τους όρους και τον τρόπο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με την παράγραφο 10 και, σε χωριστό έντυπο ή ηλεκτρονικό έγγραφο, υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης. Ο καταναλωτής δικαιούται κατά το χρόνο ισχύος της σύμβασης, κατόπιν αιτήματός του, να λαμβάνει εγγράφως τις πληροφορίες αυτές.
- ε) πληροφορίες σχετικές με την εξυπηρέτηση μετά την πώληση και τις υφιστάμενες εμπορικές εγγυήσεις και
- στ) τους όρους καταγγελίας της σύμβασης, όταν πρόκειται για σύμβαση αόριστου χρόνου ή διάρκειας μεγαλύτερης του ενός έτους.
- Ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση εντός (14) ημερολογιακών ημερών με μονομερή δήλωσή του, χωρίς να απαιτείται καμία αιτιολόγηση και χωρίς καμία επιβάρυνσή του, πέραν των εξόδων επιστροφής
- Ειδικές διατάξεις προβλέπονται για συγκεκριμένες κατηγορίες συμβάσεων από απόσταση, ήτοι για τις συμβάσεις εξ αποστάσεως εμπορίας χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και για τις συμβάσεις του λεγόμενου ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ως προς την πρώτη εξ αυτών των κατηγοριών, λόγω του έντονα τεχνικού χαρακτήρα των ρυθμίσεών της, γίνεται απλώς παραπομπή στις διατάξεις του άρθρου 4Α του ν. 2251/1994<sup>20</sup>.

Ως προς το ηλεκτρονικό εμπόριο, το εμπόριο δηλαδή που πραγματοποιείται ηλεκτρονικά μέχρι του διαδικτύου, οι ειδικές διατάξεις προστασίας του καταναλωτή δεν έχουν περιληφθεί στον ν. 2251/1994, αλλά σε ξεχωριστό νομοθέτημα, το Προεδρικό Διάταγμα (ΠΔ) 131/2003<sup>21</sup>, σε μεταφορά των ρυθμίσεων της Οδηγίας 2000/31/ΕΚ. Οι ρυθμίσεις των διατάξεων αυτών είναι σε μεγάλο βαθμό ανάλογες με αυτές των υπολοίπων συμβάσεων εξ αποστάσεως, ενώ ειδικότερες ρυθμίσεις υπάρχουν μόνο ως προς επιμέρους τεχνικά ζητήματα<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> Το άρθρο αυτό εισήχθη στο ν. 2251/1994 με το άρθρο 3 της Υ.Α. Ζ1-629/2005, ενσωματώνοντας τις ρυθμίσεις της Οδηγίας 2002/65/ΕΚ.

<sup>21</sup> Το πλήρες κείμενο του είναι ελεύθερα προσβάσιμο στην ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου <http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/search-laws>

<sup>22</sup> Για συνοπτική παρουσίαση των τεχνικών ρυθμίσεων των δύο ειδικότερων αυτών κατηγοριών συμβάσεων εξ αποστάσεως βλ. ενδεικτικά σε Αλεξανδρίδου (2008, σελ. 249 επ. και 229 επ. αντίστοιχα) και Καράκωστα (2008, σελ. 173 επ. και 177 επ. αντίστοιχα). Για το ηλεκτρονικό εμπόριο βλ. επίσης Αλεξανδρίδου – Γιοβανόπουλο (2010) και Ιγγλεζάκη (2009) και ειδικά ως προς το ηλεκτρονικό εμπόριο φαρμάκων βλ. Τζίβα (2007)..

ν) *Εγγυήσεις – εξυπηρέτηση μετά την πώληση*

Ειδικές διατάξεις ρυθμίζουν τις υποχρεώσεις του προμηθευτή κατά την πώληση καταναλωτικών αγαθών ως προς την πληροφόρηση του καταναλωτή, τις παρεχόμενες εγγυήσεις και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση (άρθρο 5 του ν. 2251/1994).

Ως προς την πληροφόρηση, πρόκειται για την υποχρέωση του προμηθευτή να παρέχει στον καταναλωτή στην ελληνική γλώσσα ή με σύμβολα διεθνώς καθιερωμένα, οδηγίες για την ασφαλή χρήση, διατήρηση, συντήρηση και πλήρη αξιοποίηση του προϊόντος και ενημέρωση για τους κινδύνους κατά τη χρήση του. Ο προμηθευτής, κατά την πώληση, οφείλει επίσης να ενημερώνει τον καταναλωτή για την πιθανή διάρκεια ζωής του προϊόντος.

Ως προς τις παρεχόμενες εγγυήσεις, πρέπει να γίνεται διάκριση μεταξύ τριών διαφορετικών κατηγοριών εγγυήσεων:

- Η νόμιμη / αστική εγγύηση προβλέπεται από διατάξεις του Αστικού Κώδικα (άρθρα 556 και 559)<sup>23</sup> και αφορά την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα του πωλούμενου αγαθού που υπήρχαν κατά την πώληση. Η εγγύηση αυτή έχει διάρκεια 2 έτη και ισχύει ανεξαρτήτως ειδικών περιστάσεων ή συμφωνιών. Δυνατή είναι μόνο ευρύτερη προστασία και όχι στενότερη προστασία του καταναλωτή.
- Η εμπορική εγγύηση παρέχεται εφόσον το επιλέγει ο πωλητής. Εφόσον όμως παρέχεται, πρέπει αυτό να γίνεται εγγράφως, ενώ το περιεχόμενό της (διάρκεια, όροι κτλ.) πρέπει να είναι εύλογο με βάση τις συναλλακτικές συνήθειες και με βάση όσα ισχύουν για τους ΓΟΣ. Ειδικώς ως προς διαρκή καταναλωτικά αγαθά, η παροχή γραπτής (εμπορικής) εγγύησης είναι υποχρεωτική (παρ. 4 του άρθρου 5 του ν. 2251/1994)
- Η πρόσθετη εγγύηση, αποτελεί σχετικά νέο φαινόμενο. Αφορά εγγύηση με επιπλέον καλύψεις ή/και διάρκεια που παρέχεται, ιδίως από επιχειρήσεις ηλεκτρονικών προϊόντων και η οποία παρέχεται με επιπλέον χρέωση του καταναλωτή. Πρόσφατα κρίθηκε<sup>24</sup> ότι κατά την διαφήμιση και πώληση τέτοιων πακέτων εγγύησης, δεν θα πρέπει να παραπλανάται ο καταναλωτής

<sup>23</sup> Όπου έχουν ενσωματωθεί οι σχετικές διατάξεις της Οδηγίας 1999/44/EK

<sup>24</sup> Απόφαση του 2012 της Ιταλικής Επιτροπής Ανταγωνισμού περί επιβολής προστίμου 900.000,00€ στην Apple (είδηση από την ιστοσελίδα <http://www.bbc.com/news/technology-18688998>)

με την απόκρυψη από αυτόν του περιεχομένου της νόμιμης και της εμπορικής εγγύησης που ούτως ή άλλως δικαιούται.

Τέλος, από την παρ. 7 του άρθρου 5 του ν. 2251/1994 προβλέπεται ως προς την εξυπηρέτηση μετά την πώληση ότι ο προμηθευτής καινούργιων διαρκών καταναλωτικών αγαθών οφείλει να εξασφαλίζει στους καταναλωτές τη συνεχή παροχή τεχνικών υπηρεσιών για τη συντήρηση και επισκευή τους για χρονικό διάστημα ίσο με την πιθανή διάρκεια της ζωής τους. Δεν είναι δυνατόν δηλαδή να αποσύρει από την αγορά τα ανταλλακτικά, τα αναλώσιμα κτλ. κατά τη διάρκεια της πιθανής διάρκειας ζωής του προϊόντος.



vi) Η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα

Στο άρθρο 6 του ν. 2251/1994, προβλέπονται ειδικές ρυθμίσεις για την ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα. Φυσικά, ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα προβλεπόταν και προ της εισαγωγής της ειδικής αυτής διάταξης. Οι ρυθμίσεις όμως της διάταξης αυτής είναι πολύ πιο ευνοϊκές για τον καταναλωτή για τους ακόλουθους λόγους:

*Πρώτον*, ως προς αυτήν την διάταξη, παραγωγός θεωρείται:

- ο κατασκευαστής τελικού προϊόντος, πρώτης ύλης ή συστατικού,
- κάθε πρόσωπο που εμφανίζεται ως παραγωγός του προϊόντος επιθέτοντας σε αυτό την επωνυμία, το σήμα ή άλλο διακριτικό του γνώρισμα (π.χ. εταιρεία σούπερ μάρκετ σε προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας»),
- όποιος εισάγει ένα προϊόν για πώληση, χρηματοδοτική ή απλή μίσθωση ή άλλης μορφής διανομή και
- όταν η ταυτότητα του παραγωγού είναι άγνωστη, κάθε προμηθευτής του προϊόντος, εκτός αν μέσα σε εύλογο χρόνο ενημερώσει τον καταναλωτή για την ταυτότητα του παραγωγού ή εκείνου που του προμήθευσε το προϊόν.

Κατά συνέπεια, κατά την έννοια της διάταξης αυτής, πολλά πρόσωπα αποτελούν παραγωγό, υπέχοντα ευθύνη έναντι του καταναλωτή, με αποτέλεσμα να υπάρχει σε κάθε περίπτωση ένα τουλάχιστον πρόσωπο εναντίον του οποίου ο καταναλωτής μπορεί να στραφεί. Μάλιστα, σύμφωνα με την παράγραφο 10 του άρθρου αυτού, όλα αυτά τα πρόσωπα ευθύνονται εις ολόκληρον και ο καταναλωτής μπορεί να στραφεί κατά όλων ή και κατά μόνο αυτού που θα επιλέξει<sup>25</sup>.

*Δεύτερον*, ευρεία είναι κατά την έννοια της διάταξης αυτής και η έννοια του ελαττώματος. «*Ελαττωματικό είναι το προϊόν το οποίο δεν παρέχει την προβλεπόμενη απόδοση σύμφωνα με τις προδιαγραφές του ή και την ευλόγως αναμενόμενη ασφάλεια εν όψει όλων των ειδικών συνθηκών και, ιδίως, της εξωτερικής εμφάνισής του, της αναμενόμενης χρησιμοποίησής του και του χρόνου κατά τον οποίο τέθηκε σε κυκλοφορία.*» (παρ. 5 του άρθρου).

*Τρίτον*, εναπόκειται στον προμηθευτή να αποδείξει ότι το ελάττωμα δεν υπήρχε όταν έθεσε το προϊόν σε κυκλοφορία, ενώ με τις γενικές διατάξεις του

---

<sup>25</sup> Ωστόσο, το πρόσωπο που θα καταβάλει την αποζημίωση, έχει δικαίωμα να στραφεί «αναγωγικά» κατά των υπολοίπων προσώπων για το μέρος της ευθύνης που τους αναλογεί.

δικαίου, ο ζημιωθείς πρέπει να αποδεικνύει ότι το ελάττωμα που προκάλεσε τη ζημία οφείλεται στον παραγωγό του ελαττωματικού προϊόντος<sup>26</sup>.

Πάντως, προσοχή θα πρέπει να επιδεικνύεται ως προς τις εξαιρέσεις από την εφαρμογή των ευνοϊκών για τον καταναλωτή αυτών διατάξεων. Δεν έχουν τις υποχρεώσεις των διατάξεων αυτών ως παραγωγοί οι παρέχοντες υπηρεσίες, καθώς και όσοι πωλούν ακίνητα.

---

<sup>26</sup> Οι περιπτώσεις απαλλαγής του παραγωγού από την ευθύνη του προβλέπονται στην παρ. 8 του άρθρου. Σε όλες όμως τις περιπτώσεις, θα πρέπει η περίπτωση απαλλαγής να αποδειχθεί από αυτόν.

vii) *Υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών*

Ως προς την υποχρέωση του προμηθευτή να διαθέτει προϊόντα ασφαλή, άξια προσοχής στις ειδικές διατάξεις του νόμου 2251/1994 (άρθρα 7 και 7Α) είναι τα ακόλουθα σημεία:

*Πρώτον*, ασφαλές θεωρείται το προϊόν το οποίο, υπό συνήθεις ή ευλόγως προβλέψιμες συνθήκες χρήσης, συμπεριλαμβανομένης της διάρκειάς της και της θέσης αυτού σε λειτουργία, της εγκατάστασής του και των αναγκών συντήρησής του, ή δεν παρουσιάζει κανένα κίνδυνο ή παρουσιάζει κινδύνους ήσσονος σημασίας, που είναι συνυφασμένοι με τη χρήση του προϊόντος και οι οποίοι θεωρούνται αποδεκτοί στο πλαίσιο ενός υψηλού βαθμού προστασίας της υγείας και της ασφάλειας των προσώπων, λαμβανομένων υπόψιν, ιδίως, των ακόλουθων στοιχείων:

- α) των χαρακτηριστικών του προϊόντος και ιδίως της σύνθεσης, της συσκευασίας, των οδηγιών συναρμολόγησης, της εγκατάστασης και της συντήρησής του.
- β) των επιπτώσεων που έχει το προϊόν σε άλλα προϊόντα, εφόσον, ευλόγως, μπορεί να προβλεφθεί ότι το προϊόν αυτό θα χρησιμοποιηθεί μαζί με άλλα προϊόντα.
- γ) της παρουσίας του προϊόντος, της επισήμανσής του, των προειδοποιήσεων κινδύνου και των οδηγιών χρήσης και διάθεσής του, καθώς και κάθε άλλης οδηγίας ή πληροφορίας σχετικής με το προϊόν.
- δ) των κατηγοριών καταναλωτών που εκτίθενται σε κίνδυνο λόγω της χρησιμοποίησης του προϊόντος, ιδίως των ανηλίκων και των ηλικιωμένων.

*Δεύτερον*, με βάση την παράγραφο 5 του άρθρου 7, συνάγεται τεκμήριο συμμόρφωσης του παραγωγού με τις υποχρεώσεις του, εφόσον το προϊόν κατασκευάζεται σύμφωνα με τους κανόνες και τα πρότυπα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του εθνικού δικαίου που αφορούν την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών (π.χ. πρότυπα του ΕΛΟΤ).

*Τρίτον*, προβλέπονται συγκεκριμένες υποχρεώσεις των παραγωγών:

- α) να παρέχουν στον καταναλωτή τις κατάλληλες πληροφορίες στην ελληνική γλώσσα με τις οποίες μπορεί να αξιολογήσει τους εγγενείς κινδύνους που παρουσιάζει το προϊόν κατά τη διάρκεια της συνήθους ή ευλόγως προβλέψιμης χρήσης του και

β) να λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που προμηθεύουν, με σκοπό να ενημερώνονται οι καταναλωτές για τους κινδύνους που ενδεχομένως παρουσιάζουν τα προϊόντα τους (στα μέτρα αυτά περιλαμβάνεται η ανάκληση των προϊόντων, εφόσον αυτό κριθεί αναγκαίο, είτε από τον παραγωγό, είτε από τις αρμόδιες Αρχές).

*Τέταρτον*, προβλέπεται δυνατότητα επιβολής περιορισμών ή ειδικών ρυθμίσεων<sup>27</sup> ως προς την κυκλοφορία προϊόντων που ενέχουν κινδύνους για την ψυχική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων (άρθρο 7Α). Τέτοια προϊόντα θεωρούνται ενδεικτικά από το νόμο τα προϊόντα τα οποία:

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

---

<sup>27</sup> π.χ. υποχρεωτική κατηγοριοποίηση ανάλογα με την καταλληλότητα ανά ηλικιακή ομάδα

viii) Ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες

Όπως προαναφέρθηκε, στη διάταξη του άρθρου 6 του ν. 2251/1994 για την ευθύνη παραγωγού δεν εμπίπτουν όσοι παρέχουν υπηρεσίες. Για την ευθύνη αυτών, υπάρχει ειδική διάταξη στον ν. 2251/1994 και είναι αυτή του άρθρου 8.

Γενικώς, με βάση τα γενικώς ισχύοντα στο δίκαιο (π.χ. με βάση τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα), προκειμένου να στοιχειοθετηθεί η ευθύνη ενός προσώπου πρέπει να αποδεικνύονται τέσσερα στοιχεία: α) ότι έπραξε κάτι παράνομο, β) ότι το έπραξε υπαίτια, γ) ότι υφίσταται ζημία κάποιου και δ) ότι υπάρχει αιτιώδης σύνδεσμος μεταξύ της υπαίτιας και παράνομης συμπεριφοράς του ενός προσώπου και της ζημίας του άλλου προσώπου.

Η απόδειξη όλων των στοιχείων αυτών προκειμένου ένας καταναλωτής να επιδιώξει να αποζημιωθεί από κάποιον παρέχοντα υπηρεσίες, είναι συνήθως ιδιαίτερα δυσχερής. Η ευνοϊκή ρύθμιση για τον καταναλωτή που εισάγει η διάταξη αυτή του νόμου αφορά το ζήτημα ακριβώς αυτό.

Συγκεκριμένα, ο καταναλωτής, σε περίπτωση που επιδιώκει αποζημίωση από παρέχοντα υπηρεσίες, αρκεί να αποδείξει τα εξής στοιχεία: α) ότι υπέστη ζημία και β) ότι η ζημία προκλήθηκε αιτιωδώς από ενέργεια του παρέχοντος υπηρεσίες. Η απόδειξη ότι δεν συντρέχουν και τα υπόλοιπα δύο στοιχεία, ότι δηλαδή η πράξη του παρέχοντος είναι α) υπαίτια και β) παράνομη, πρέπει να γίνει από τον παρέχοντα υπηρεσίες.

Κατά συνέπεια, ελαφρύνεται το «αποδεικτικό βάρος» του ζημιωθέντος καταναλωτή κατά το ότι δεν υπεισέρχεται σε θέματα που δυσχερώς θα μπορούσε να αποδείξει, λόγω έλλειψης ειδικών γνώσεων, καθώς το κατά πόσον μία πράξη του παρέχοντος υπηρεσίες είναι υπαίτια και παράνομη έχει συνήθως να κάνει με το κατά πόσον τήρησε τους ειδικούς κανόνες που διέπουν τη δραστηριότητά του.

Μάλιστα, ακόμη και ως προς την απόδειξη της έλλειψης του στοιχείου της υπαιτιότητας και του παρανόμου ενέργειας ή παράλειψης του παρέχοντος υπηρεσίες, σημασία με βάση τη διάταξη αυτή δεν έχει το τι μπορεί αυτός να είχε στο μυαλό του ως σύννομο, αλλά όπως ρητώς ορίζεται (παρ. 4 του άρθρου): *«Για την έλλειψη υπαιτιότητας λαμβάνονται υπόψη η ενλόγως προσδοκώμενη ασφάλεια και το σύνολο των ειδικών συνθηκών και ιδίως:*

- a) η φύση και το αντικείμενο της υπηρεσίας, ιδίως σε σχέση με το βαθμό επικινδυνότητάς της,

- β) η παρουσίαση και ο τρόπος παροχής της,
- γ) ο χρόνος παροχής της,
- δ) η αξία της παρεχόμενης υπηρεσίας,
- ε) η ελευθερία δράσης που καταλείπεται στον ζημιωθέντα στο πλαίσιο της υπηρεσίας,
- στ) αν ο ζημιωθείς ανήκει σε κατηγορία μειονεκτούντων ή ευπρόσβλητων προσώπων και
- ζ) αν η παρεχόμενη υπηρεσία αποτελεί εθελοντική προσφορά του παρέχοντος αυτήν.»

Πρέπει να σημειωθεί ότι στις ρυθμίσεις των διατάξεων του άρθρου αυτού εμπίπτει το σύνολο των υπηρεσιών, με εξαίρεση μόνο τις υπηρεσίες που έχουν άμεσο και αποκλειστικό αντικείμενο την κατασκευή προϊόντων (σε αυτές εφαρμόζονται οι διατάξεις για την ευθύνη παραγωγού του άρθρου 6) ή τη μεταβίβαση εμπραγμάτων δικαιωμάτων ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

Τέλος, σε καμία περίπτωση οι διατάξεις του άρθρου αυτού δεν αποκλείουν την παράλληλη εφαρμογή ειδικότερων διατάξεων για συγκεκριμένες κατηγορίες υπηρεσιών, όπως π.χ.:

- α) χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες (υφίστανται και ειδικότερες διατάξεις στο τραπεζικό δίκαιο)
- β) επενδυτικές υπηρεσίες (υφίστανται και ειδικότερες διατάξεις, τόσο στο εθνικό, όσο και στο ενωσιακό δίκαιο – βλ. και κατωτέρω σε ειδικό κεφάλαιο της παρούσας)
- γ) νομικές υπηρεσίες (υπάρχει ειδική διάταξη στον Εισαγωγικό Νόμο του Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας, η οποία ως προς κάποιες ρυθμίσεις είναι λιγότερο ευνοϊκή για τον καταναλωτή από τον ν. 2251/1994 – σύμφωνα με τη νομική θεωρία<sup>28</sup>, θα έπρεπε να εφαρμόζονται και οι διατάξεις του άρθρου 8 του ν. 2251/1994, ωστόσο η άποψη αυτή δεν έχει γίνει δεκτή από τα δικαστήρια)
- δ) ιατρικές υπηρεσίες (πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και οι διατάξεις του Κώδικα άσκησης ιατρικού επαγγέλματος)
- ε) τουριστικές υπηρεσίες (υπάρχουν και ειδικότερες διατάξεις, τόσο στο εθνικό, όσο και στο ενωσιακό δίκαιο – βλ. και κατωτέρω σε ειδικό κεφάλαιο της παρούσας).

<sup>28</sup> Βλ. π.χ. Καράκωστα (2004, σελ. 306 επ.)

### *ix) Διαφήμιση*

Όπως προαναφέρθηκε, από το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή προστατεύεται και ο αποδέκτης διαφημιστικού μηνύματος, καθώς υπάγεται στην έννοια του καταναλωτή. Οι διατάξεις του ν. 2251/1994 για τη διαφήμιση έχουν υποστεί ριζική αναδιάρθρωση τα τελευταία χρόνια, ιδίως δια του ν. 3587/2007. Στη θέση εντός άρθρου (άρθρο 9), υπάρχει πλέον ένα ολόκληρο κεφάλαιο διατάξεων, αποτελούμενο από δέκα άρθρα (άρθρο 9 και άρθρα 9Α έως 9Θ) και με πολύ ευρύτερο περιεχόμενο. Στο κεφάλαιο των διατάξεων περί διαφήμισης του ν. 2251/1994, πέραν ζητημάτων που άπτονται αποκλειστικά α) της διαφήμισης, περιλαμβανομένης και της συγκριτικής διαφήμισης, εξετάζονται και τα ζητήματα β) των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών (ήτοι των παραπλανητικών πράξεων και παραλείψεων, των παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών και των επιθετικών εμπορικών πρακτικών)<sup>29</sup>.

#### α) Διαφήμιση

Ο νομοθέτης ορίζει τη διαφήμιση – μια έννοια που προέρχεται από την οικονομική επιστήμη – ως «κάθε ανακοίνωση που γίνεται με κάθε μέσο στο πλαίσιο εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με σκοπό την προώθηση αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων». Για την ανωτέρω οριοθέτηση της νομικής έννοιας της διαφήμισης ο νομοθέτης έλαβε υπόψη του το ότι αποτελεί «το πιο αποτελεσματικό εργαλείο του Μάρκετινγκ, δηλ. το πιο αποτελεσματικό μέσο διαμόρφωσης της αγοραστικής βούλησης των καταναλωτών» (Βάρκα - Αδάμη 2010, σελ. 183).

Η διαφήμιση, στο βαθμό που παρέχει αληθείς πληροφορίες, αποτελεί κάτι που όχι μόνο είναι θεμιτό, αλλά και αναγκαίο για τη λειτουργία της οικονομίας και της κοινωνίας. Στη σύγχρονη όμως καταναλωτική κοινωνία, όπου οι προμηθευτές χρησιμοποιούν εξαιρετικά εξελιγμένες υλικοτεχνικές μεθόδους για την προβολή των προϊόντων ή υπηρεσιών τους και που χρησιμοποιούνται τα πορίσματα ακόμη και επιστημών όπως η ψυχολογία και η ανθρωπολογία, η διαφήμιση παύει να έχει το χαρακτήρα της πληροφορίας. Αντίθετα αποτελεί «ένα γοητευτικό και σαγηνευτικό μήνυμα που κατευθύνει την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών,

---

<sup>29</sup> Για μία σύντομα επισκόπηση, βλ. επίσης Δελούκα-Ιγγλέση (2010).

παραμερίζοντας, πολλές φορές, την ελεύθερη βούλησή τους» (Βάρκα - Αδάμη 2010, σελ. 184).

Βεβαίως το δικαίωμα κάθε διαφημιζομένου να προωθεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχει στο καταναλωτικό κοινό αποτελεί έκφραση συνταγματικά κατοχυρωμένων δικαιωμάτων του, όπως της ελευθερίας της έκφρασης και της επιχειρηματικής ελευθερίας. Ωστόσο, όπως και σε κάθε δικαίωμα, το όριο της ενάσκησης αυτών των δικαιωμάτων είναι το όριο της μη καταχρηστικής άσκησης τους. Το όριο αυτό επιβάλλει τη θέσπιση περιορισμών στην ελευθερία της διαφήμισης, που δικαιολογούνται τόσο από την ανάγκη προστασίας των συνταγματικά κατοχυρωμένων δικαιωμάτων των καταναλωτών (άρθρα 9 παρ.1,2 παρ.1,5 παρ.1 Συντ.), όσο και από λόγους δημόσιου συμφέροντος, όπως π.χ. προστασία της δημόσιας υγείας, της παιδικής ηλικίας<sup>30</sup> κ.λπ.

Ειδική περίπτωση διαφήμισης συνιστά η **συγκριτική διαφήμιση**, δηλαδή «[...] κάθε διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα ή έμμεσα ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή ή τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αυτός προσφέρει [...]».

Σύμφωνα με τα ελληνικά δικαστήρια, η συγκριτική διαφήμιση θεωρήθηκε αρχικά ως κατά κανόνα αθέμιτη και απαγορευμένη, ενώ επιτρεπόταν μόνο κατ' εξαίρεση και υπό προϋποθέσεις. Αυτές οι προϋποθέσεις του επιτρεπτού της συγκριτικής διαφήμισης ήταν η απόλυτη ακρίβεια των πληροφοριών που περιλάμβανε και η ανυπαρξία υπερβολών στη διατύπωσή τους.

Σύμφωνα, ωστόσο, με τα δικαστήρια της Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>31</sup>, η συγκριτική διαφήμιση αποτελεί θεμιτή μορφή διαφήμισης: στοχεύει στην ανάδειξη των πλεονεκτημάτων των προβαλλόμενων αγαθών ή υπηρεσιών σε σχέση με τα αντίστοιχα που προσφέρονται από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, επισημαίνοντας τις διαφορές μεταξύ τους μέσω της περιγραφής των κύριων χαρακτηριστικών τους.

Όπως γίνεται αντιληπτό στη νομική θεωρία (Βάρκα - Αδάμη 2010, σελ. 185), τα πλεονεκτήματα της συγκριτικής διαφήμισης είναι μεταξύ άλλων τα εξής:

- Αποτελεί μια μορφή προβολής προϊόντων ή υπηρεσιών με ανάδειξη των θετικών τους σημείων σε σχέση με άλλα αντίστοιχα.
- Εξυπηρετεί το δικαίωμα του καταναλωτή για πληροφόρηση αναφορικά με τις ιδιότητες των αγαθών και υπηρεσιών που πρόκειται να προμηθευτεί,

<sup>30</sup> Ειδικά για τα ζητήματα που ανακύπτουν ως προς τα παιδιά σε σχέση με τη διαφήμιση, βλ. Ζέη (2008).

<sup>31</sup> Βλ. ενδεικτικά απόφαση της 25.10.2001 του ΔΕΚ στην υπόθεση C-112/99, Toshiba, σκ.36.



καθώς αυτός, πριν αποφασίσει, μπορεί να αντιπαραβάλει το αντικείμενο της διαφήμισης με άλλα ανταγωνιστικά αυτού.

- Συνιστά μία έκφανση θεμιτής ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, η οποία μπορεί να συμβάλει στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά, στη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών, στη μείωση των τιμών και στην ενίσχυση της διαφάνειας.

Έτσι, με ρητή πλέον ρύθμιση του άρθρου 9 παρ. 2, του Ν 2251/1994, όπως τροποποιήθηκε, η συγκριτική διαφήμιση αποτελεί θεμιτή και μη απαγορευμένη μορφή, αρκεί να πληρούνται οι εξής προϋποθέσεις:

- Η συγκριτική διαφήμιση θα πρέπει να μην είναι παραπλανητική. Η προβολή, συνεπώς, των πλεονεκτημάτων των προϊόντων ή υπηρεσιών του διαφημιζόμενου σε σύγκριση με τα μειονεκτήματα των ανταγωνιστών του επιτρέπεται, αρκεί να τηρεί τις αρχές της αλήθειας και της αντικειμενικότητας.
- Στην περίπτωση συγκριτικής διαφήμισης που αναφέρεται σε ειδική προσφορά προβλέπονται ειδικές υποχρεώσεις του διαφημιζόμενου προκειμένου να μην θεωρηθεί ότι παραπλανάται ο καταναλωτής. Θα πρέπει λοιπόν να επισημαίνεται με σαφήνεια ότι η προσφορά λήγει σε συγκεκριμένη ημερομηνία ή ενδεχομένως ότι αυτή εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα των διαφημιζόμενων.
- Η συγκριτική διαφήμιση θα πρέπει να αφορά ομοειδή ή λειτουργικώς εναλλάξιμα προϊόντα ή υπηρεσίες.
- Η σύγκριση στην οποία προβαίνει η συγκριτική διαφήμιση θα πρέπει να γίνεται με αντικειμενικό τρόπο και να αφορά ένα ή περισσότερα ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα και αντιπροσωπευτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων ή υπηρεσιών.
- Η συγκριτική διαφήμιση δεν θα πρέπει να συνεπάγεται τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των ανταγωνιστικών προϊόντων ή υπηρεσιών, ούτε να γίνεται με ιδιαίτερα επιθετικό ή απαξιωτικό τρόπο. Επίσης, είναι απαγορευμένη η συγκριτική διαφήμιση που περιλαμβάνει αναφορές στις προσωπικές ιδιότητες ενός ανταγωνιστή (θρησκευτικές ή πολιτικές πεποιθήσεις, φύλο, επαγγελματικές ικανότητες), καθώς αποτελεί προσβολή της συνταγματικά προστατευόμενης αξιοπρέπειας του ατόμου.

- Ο προβαίνων σε συγκριτική διαφήμιση δεν θα πρέπει να αποκομίζει αθέμιτο όφελος από τη φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή διακριτικού τίτλου ανταγωνίστριας εταιρίας (π.χ. συγκριτική διαφήμιση ενός παντελώς άγνωστου αναψυκτικού με την coca-cola).
- Η συγκριτική διαφήμιση δεν πρέπει να προκαλεί σύγχυση στις σχέσεις μεταξύ προμηθευτών, του διαφημιζόμενου και του ανταγωνιστή του ή του σήματος, της επωνυμίας ή διακριτικού γνωρίσματος προϊόντων ή υπηρεσιών που παρέχει ο διαφημιζόμενος και ο ανταγωνιστής του.
- Οι συγκριτικές διαφημίσεις αποτελεσμάτων, δοκιμών και μελετών τρίτων (π.χ. συγκριτικές δοκιμές αυτοκινήτων από ειδικά περιοδικά αυτοκινήτου) επιτρέπονται, εφόσον πληρούται η βασική προϋπόθεση της λήψης της έγγραφης συναίνεσης του υπεύθυνου για τη δοκιμή προσώπου. Παράλληλα ο διαφημιζόμενος υπέχει αυτοτελή ευθύνη για την ακρίβεια των αποτελεσμάτων των συγκριτικών δοκιμών.

Άλλη ειδική περίπτωση διαφήμισης συνιστά η **άμεση διαφήμιση**, δηλαδή εκείνη όπου το διαφημιστικό μήνυμα μεταδίδεται απευθείας στον καταναλωτή δια τηλεπικοινωνιακών ή ηλεκτρονικών μέσων. Η διαφήμιση αυτή είναι επιτρεπτή μόνο υπό την προϋπόθεση ότι ο συνδρομητής - αποδέκτης έχει συγκατατεθεί εκ των προτέρων ρητώς, τηρουμένων και των όρων και προϋποθέσεων που θέτει η νομοθεσία περί προσωπικών δεδομένων, όπως προκύπτει με ρητή παραπομπή της οικείας διάταξης του ν. 2251/1994 (άρθρο 9, παρ. 5).

Τέλος, ειδικές ρυθμίσεις υφίστανται ως προς την **τηλεοπτική διαφήμιση**, περιλαμβάνουσας και της **συγκαλυμμένης διαφήμισης** (π.χ. τοποθέτηση προϊόντος – product placement) που καταλαμβάνουν την συχνότητα με την οποία προβάλλονται, τη διάρκειά τους, τα σημεία των εκπομπών στα οποία μπορούν να προβάλλονται. Ειδική μνεία πάντως αξίζει στην αναφορά του ν. 2251/1994 (άρθρο 9, παρ. 6) στις τηλεοπτικές διαφημίσεις παιχνιδιών, οι οποίες απαγορεύεται να προβάλλονται μεταξύ 7.00 και 22.00 κάθε ημέρας.

## β) Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές

Ως εμπορική πρακτική ορίζεται από το νόμο «[...] κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή, που συνδέεται άμεσα με την

*προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές [...]*» (άρθρο 9Α, στοιχ. δ). Από τον ανωτέρω ορισμό είναι σαφές ότι σε πρακτικές που δεν έχουν εμπορικό χαρακτήρα αλλά αναφέρονται σε άλλους τομείς π.χ. πολιτικούς, οικολογικούς, θρησκευτικούς κ.λπ. δεν εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις του ν. 2251/1994.

Ο νόμος, στο άρθρο 9Γ, περιέχει μία γενική ρήτρα απαγόρευσης κάθε εμπορικής πρακτικής που είναι αθέμιτη. Για να χαρακτηριστεί αθέμιτη μία εμπορική πρακτική πρέπει να συντρέχουν οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

- α) να είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις της καλής επαγγελματικής συμπεριφοράς του εμπόρου (επαγγελματική ευσυνειδησία). Ο έμπορος θα πρέπει να μην επιδεικνύει απέναντι στους καταναλωτές τη συμπεριφορά που αναμένει κανείς δικαιολογημένα ότι θα επεδείκνυε ο έμπορος που δραστηριοποιείται στον ίδιο τομέα, αλλά σύμφωνα με τις επιταγές της καλής πίστης και τις συναλλακτικές συνήθειες.
- β) να συνεπάγεται την ουσιώδη στρέβλωση (ή το ενδεχόμενο ουσιώδους στρέβλωσης) της οικονομικής συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή. Η επιρροή που ασκείται στην οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή πρέπει να είναι ουσιώδης.

Σημείο αναφοράς για την ύπαρξη αθέμιτης εμπορικής πρακτικής είναι ο μέσος καταναλωτής στον οποίο απευθύνεται (ή, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε μια ομάδα καταναλωτών, το μέσο μέλος της).

Πέραν όμως της γενικής αυτής ρήτρας, στον νόμο αναλύονται περαιτέρω συγκεκριμένες κατηγορίες αθέμιτων πρακτικών, ήτοι:

- των παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών, είτε πράξεων είτε παραλείψεων (άρθρα 9Δ, 9Ε και 9ΣΤ),
- των επιθετικών εμπορικών πρακτικών (άρθρα 9Ζ και 9Η).

Σε περίπτωση που μία εμπορική πρακτική μπορεί να θεωρηθεί παραπλανητική ή επιθετική, τότε αυτομάτως θεωρείται και αθέμιτη, χωρίς να είναι απαραίτητο να εξετασθούν οι προαναφερθείσες προϋποθέσεις που προκύπτουν από τη γενική ρήτρα.

Για **παραπλανητική εμπορική πρακτική**, όπως ρητά ορίζεται στο νόμο, μπορεί να γίνει λόγος και σε περίπτωση θετικής πράξης και σε περίπτωση παράλειψης. Η ύπαρξη ή μη τυχόν παραπλάνησης κρίνεται σύμφωνα με τον τρόπο που η ανακοίνωση γίνεται αντιληπτή από τον αποδέκτη της, καθώς και από τον επηρεασμό του από αυτή. Εκείνο που, κατά πρώτον ελέγχεται, είναι ο κύκλος των

καταναλωτών προς τους οποίους απευθύνεται η εμπορική πρακτική<sup>32</sup>. Αφού επιβεβαιωθεί ότι η εξαπάτηση του καταναλωτή αφορά σε ένα από τα άνω αναφερόμενα στοιχεία, θα πρέπει να εξεταστεί περαιτέρω η συνδρομή μίας δεύτερης προϋπόθεσης: η παραπλανητική εμπορική πρακτική πρέπει να αποτέλεσε ή να ενδέχεται να αποτελέσει την αιτία λήψης απόφασης από τον μέσο καταναλωτή για συναλλαγή, να αφορά δηλαδή κρίσιμα για την τελική απόφαση του καταναλωτή γεγονότα.

Ειδικώς, σε περίπτωση που μία εμπορική πρακτική συνίσταται σε παράλειψη παροχής πληροφοριών, για να θεωρηθεί ως παραπλανητική θα πρέπει:

- α) Η παράλειψη να αφορά στην παροχή πληροφοριών που έπρεπε να έχουν παρασχεθεί, να υπάρχει δηλαδή υποχρέωση πληροφόρησης εκ μέρους του προμηθευτή.
- β) Οι πληροφορίες που δεν παρασχέθηκαν να είναι ουσιώδεις και απαραίτητες για τη λήψη τεκμηριωμένης οικονομικής απόφασης από τον μέσο καταναλωτή.
- γ) Η παράλειψη παροχής πληροφοριών να αποτέλεσε ή να ενδέχεται να αποτελέσει την αιτία λήψης οικονομικής απόφασης από τον μέσο καταναλωτή, απόφαση την οποία διαφορετικά δεν θα λάμβανε.

Τεκμήριο παραπλάνησης υπάρχει σε περίπτωση που ο επιτηδευματίας αποκρύπτει από τον καταναλωτή ουσιώδεις πληροφορίες, ή του παρέχει ασαφείς, ακατάληπτες ή διφορούμενες πληροφορίες, οι οποίες είναι ουσιώδεις ή αποκρύπτει ότι έχει σκοπό εμπορικό, εφόσον αυτός δεν είναι φανερός.

Πέραν όμως του ορισμού των παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών, στο άρθρο 9ΣΤ παρατίθενται τριάντα μία περιπτώσεις παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών. Ο κατάλογος αυτός είναι ενδεικτικός. Κατά συνέπεια, μία εμπορική πρακτική που περιλαμβάνεται στον κατάλογο αυτό, θεωρείται αυτομάτως παραπλανητική και άρα αθέμιτη, χωρίς να απαιτείται εξέταση περαιτέρω προϋποθέσεων. Σε περίπτωση, όμως, που δεν περιλαμβάνεται στον κατάλογο αυτό, δεν συνεπάγεται αυτομάτως ότι δεν πρόκειται για παραπλανητική εμπορική πρακτική, αλλά θα πρέπει να γίνει εξέταση με βάση τις προαναφερθείσες προϋποθέσεις.

Για **επιθετική εμπορική πρακτική** μπορεί να γίνει λόγος σε περιπτώσεις όπου οι έμποροι χρησιμοποιούν για την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών τους

---

<sup>32</sup> Γενικώς ως προς τον καταναλωτή που ενδιαφέρει ως προς τις παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές και ιδίως την παραπλανητική διαφήμιση, βλ. Κοκκίνη (2002).

κάποια από τις ρητώς προβλεπόμενες στο νόμο μεθόδους, ήτοι την παρενόχληση, τον καταναγκασμό, τη χρήση σωματικής βίας ή την καταχρηστική εκμετάλλευση της επιρροής τους ή/και τη συμβολή, μέσω της πρόκλησης φόβου ή ιδιαίτερης ανησυχίας στους καταναλωτές, στη δημιουργία των συνθηκών για την εκμετάλλευση επιρροής.

Η παραπάνω χρησιμοποίηση των μεθόδων επιθετικής εμπορικής πρακτικής, για να είναι αθέμιτη, θα πρέπει, υπό τις συγκεκριμένες συνθήκες, να θέτει ή να ενδέχεται να θέσει σημαντικά εμπόδια στην ελευθερία επιλογής του μέσου καταναλωτή, με συνέπεια να οδηγούν ή να ενδέχεται να οδηγήσουν τον καταναλωτή στη λήψη οικονομικής απόφασης, την οποία σε διαφορετική περίπτωση δεν θα λάμβανε.

Κατ' ανάλογο τρόπο με τον κατάλογο του άρθρου 9ΣΤ για τις παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές, στο άρθρο 9Η παρατίθεται ενδεικτικός και πάλι κατάλογος επιθετικών εμπορικών πρακτικών.

## 2) Οι διαδικασίες για την προστασία του καταναλωτή

### *ι) Το άρθρο 10 του ν. 2251/1994 – Ενώσεις καταναλωτών*

Οι διατάξεις του άρθρου 10 του ν. 2251/1994 αφορούν τη δικαστική προστασία του καταναλωτή δια των ενώσεων καταναλωτών. Σύμφωνα με την παράγραφο 1 του άρθρου, «[...] [ο]ι ενώσεις καταναλωτών έχουν αποκλειστικό σκοπό την προστασία των δικαιωμάτων και των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση αυτών, ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές, τους αντιπροσωπεύουν δικαστικά και εξώδικα και ασκούν συλλογικές αγωγές κατά τις διατάξεις του παρόντος [άρθρου] [...]».

Όπως ρητά ορίζεται, οι ενώσεις καταναλωτών έχουν υποχρεωτικά τη νομική μορφή του σωματείου, ενώ σύμφωνα με την παράγραφο 2 του άρθρου, «[...] [γ]ια τη σύσταση ένωσης καταναλωτών πρώτου βαθμού απαιτούνται εκατό (100) τουλάχιστον ιδρυτικά μέλη. Σε δήμους με πληθυσμό μέχρι πέντε χιλιάδων (5.000) κατοίκων αρκούν πενήντα (50) ιδρυτικά μέλη. Οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να ιδρύουν γραφεία και σε περιοχές εκτός της έδρας τους. Κάθε φυσικό πρόσωπο δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μία ενώσεις καταναλωτών πρώτου βαθμού. Για τη σύσταση ένωσης καταναλωτών δεύτερου βαθμού απαιτείται συμμετοχή πέντε τουλάχιστον ενώσεων καταναλωτών πρώτου βαθμού. Κάθε ένωση καταναλωτών πρώτου βαθμού δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μία ενώσεις καταναλωτών δεύτερου βαθμού. [...]».

Απαραίτητη προϋπόθεση προκειμένου μία ένωση καταναλωτών να αποκτήσει νομική προσωπικότητα και άρα ύπαρξη είναι να εγγραφεί στο σχετικό Μητρώο που τηρείται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης<sup>33</sup>.

Οι επόμενες διατάξεις του άρθρου αφορούν θέματα καθαρά οργανωτικά των ενώσεων καταναλωτών. Ιδιαίτερη αξία όμως έχουν οι διατάξεις που αφορούν τις δυνατότητες που έχουν οι ενώσεις καταναλωτών ως προς τη δικαστική εκπροσώπηση των μελών τους<sup>34</sup>. «Κάθε ένωση καταναλωτών νομιμοποιείται να ζητεί ενώπιον δικαστηρίων και διοικητικών αρχών κάθε μορφής έννομη προστασία για τα δικαιώματα

<sup>33</sup> Το Μητρώο Ενώσεων Καταναλωτών, περιλαμβάνον τα στοιχεία επικοινωνίας τους και τις ιστοσελίδες του αναρτάται στην ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή (<http://www.efpolis.gr/el/library2.html?func=fileinfo&id=185>).

<sup>34</sup> Για μία συνοπτική νομική ανάλυση των οργανωτικών ζητημάτων των Ενώσεων Καταναλωτών και των συλλογικών αγωγών κτλ., βλ. Καράκωστα (2008, σελ. 394 επ.)

των μελών της, ως καταναλωτών. Ιδίως νομιμοποιείται να ασκεί αγωγή, αίτηση ασφαλιστικών μέτρων, αίτηση ακύρωσης ή προσφυγή κατά διοικητικών πράξεων και να παρίσταται ως πολιτικώς ενάγουσα. Κάθε ένωση καταναλωτών δικαιούται να παρεμβαίνει προσθέτως σε εκκρεμείς δίκες μελών της για την υποστήριξη των δικαιωμάτων τους ως καταναλωτών.» (παράγραφος 15)

Ιδίως όμως, «[έ]νωση καταναλωτών που έχει τουλάχιστον πεντακόσια (500) ενεργά μέλη και έχει εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών πριν από ένα τουλάχιστον έτος, μπορεί να ασκεί, κάθε είδους αγωγή για την προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού (συλλογική αγωγή). [...]» (παράγραφος 16). Δια αυτής μπορεί να ζητήσει (σύμφωνα με τα οριζόμενα στις παραγράφους 16-24):

- α) Την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς του προμηθευτή, ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί.
- β) Χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης.
- γ) Τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων εξασφάλισης των απαιτήσεων του καταναλωτικού κοινού για την παράλειψη της παράνομης συμπεριφοράς ή τη χρηματική ικανοποίηση μέχρι την έκδοση εκτελεστής απόφασης.

## *ii) Εξωδικαστική επίλυση διαφορών – Φιλικός διακανονισμός*

Πέραν της δικαστικής προστασίας του καταναλωτή, το πνεύμα του νόμου, αλλά και η ομαλή λειτουργία της κοινωνίας και της αγοράς επιτάσσει την κατά το δυνατόν ταχύτερη και αποτελεσματικότερη εξωδικαστική – φιλική επίλυση των διαφορών και η μέσω αυτής προστασία του καταναλωτή.

Σε πρώτο επίπεδο, καλό θα ήταν φυσικά τα αιτήματα των καταναλωτών να επιλύονται από την ίδια την επιχείρηση. Παρόλα αυτά, αν δεν μείνουν ικανοποιημένοι από τις προβλεπόμενες εσωτερικές διαδικασίες της επιχείρησης, ή την ποιότητα της εξυπηρέτησης, τότε υπάρχουν και άλλοι, εναλλακτικοί τρόποι επίλυσης καταναλωτικών διαφορών.

Ο ν. 2251/1994 έχει ειδικές διατάξεις στο άρθρο 11 για έναν φιλόδοξο θεσμό, ο οποίος όμως στην πράξη δεν έχει αποκτήσει την ανάλογη σημασία. Πρόκειται για τις Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού, οι οποίες συστήνονται στις έδρες των Δήμων (παλαιότερα των Νομαρχιών), είναι τριμελείς και αποτελούνται από: α) έναν δικηγόρο, β) έναν εκπρόσωπο του τοπικού εμπορικού και βιομηχανικού επιμελητηρίου και γ) έναν εκπρόσωπο των τοπικών ενώσεων καταναλωτών.

Οι επιτροπές αυτές κρίνουν κατά το ισχύον δίκαιο και συμπληρωματικά λαμβάνονται υπόψη τα συναλλακτικά ήθη. Τα πορίσματά τους δεν υπόκεινται σε προσβολή, αναθεώρηση ή ανάκληση, δεν είναι εκτελεστά, δεν παράγουν δεδικασμένο και δεν αναστέλλουν ούτε επηρεάζουν την πορεία οποιασδήποτε άλλης διαδικασίας, μπορούν όμως να λαμβάνονται υπόψη από τα δικαστήρια για τη συναγωγή δικαστικών τεκμηρίων.

Υπάρχουν όμως και άλλοι θεσμοί με ανάλογες αρμοδιότητες, οι οποίοι στην πράξη είναι αυτοί που φροντίζουν για την εξωδικαστική εφαρμογή του δικαίου προστασίας του καταναλωτή:

- α) **Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή.** Υπάγεται στο Υπουργείο Ανάπτυξης και είναι αρμόδια για τον έλεγχο της εφαρμογής της νομοθεσίας που αφορά την προστασία του καταναλωτή και την επιβολή των προβλεπόμενων από το νόμο κυρώσεων. Μέσα από την ιστοσελίδα της (<http://www.efpolis.gr>) παρέχει χρήσιμη ενημέρωση στον καταναλωτή για μεγάλο εύρος θεμάτων. Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα 24ωρης υποβολής καταγγελιών στην ιστοσελίδα [www.1520.gov.gr](http://www.1520.gov.gr), με εύχρηστη



περιήγηση και πρόσβαση από έξυπνα κινητά τηλέφωνα μέσω mobile browser.

- β) **Ο Σύνηγορος του Καταναλωτή.** Αποτελεί Ανεξάρτητη Αρχή, με στόχο την εξωδικαστική και φιλική διευθέτηση διαφορών μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών. Στην ιστοσελίδα του ([www.synigoroskatanaloti.gr](http://www.synigoroskatanaloti.gr)) παρέχεται χρήσιμο ενημερωτικό υλικό για τον καταναλωτή, ενώ παρέχονται αναλυτικές οδηγίες για την υποβολή σε αυτόν καταγγελίας. Χρήσιμο περιεχόμενο της ιστοσελίδας του αποτελούν οι Ετήσιες Εκθέσεις του, καθώς και η παράθεση βασικών αποφάσεων των Δικαστηρίων και βασικών διαμεσολαβήσεων του. Η λειτουργία και οι αρμοδιότητές του διέπονται από τον ν. 3297/2004.
- γ) **Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή.** Εξυπηρετεί την ανάγκη της εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών που προκύπτουν σε διασυνοριακές συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών που βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (η ιστοσελίδα του είναι: [www.synigoroskatanaloti.gr](http://www.synigoroskatanaloti.gr))
- δ) **Ο Μεσολαβητής Τραπεζικών- Επενδυτικών Υπηρεσιών.** Ασχολείται με τις διαφορές καταναλωτών που προκύπτουν κατά τις συναλλαγές με τράπεζες σε εθνικό επίπεδο. ([www.hobis.gr](http://www.hobis.gr))
- ε) **Το Δίκτυο FIN-NET.** Διαχειρίζεται τις διαφορές με διασυνοριακό χαρακτήρα στον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. ([www.hobis.gr](http://www.hobis.gr))
- στ) **Ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Φ.Ε.Τ.).** Διενεργεί ελέγχους για τη διασφάλιση της υγιεινής των τροφίμων και την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών, επιβάλλοντας διοικητικές κυρώσεις σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων της νομοθεσίας. ([www.efet.gr](http://www.efet.gr))
- ζ) **Ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων (Ε.Ο.Φ.).** Έχει ως αποστολή την προστασία της δημόσιας υγείας σε σχέση ιδίως με την κυκλοφορία φαρμακευτικών προϊόντων, φαρμακούχων ζωοτροφών και προσθετικών ζωοτροφών, τροφίμων ειδικής διατροφής, συμπληρωμάτων διατροφής και καλλυντικών. ([www.eof.gr](http://www.eof.gr))
- η) **Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (Ε.Ε.Τ.Τ.).** Εποπτεύει: (α) την αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών, στην οποία δραστηριοποιούνται οι εταιρείες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, και (β)

την ταχυδρομική αγορά, στην οποία δραστηριοποιούνται οι εταιρείες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και υπηρεσιών ταχυμεταφοράς. ([www.eett.gr](http://www.eett.gr))

- θ) **Η Τράπεζα της Ελλάδος**. Εποπτεύει τη λειτουργία των πιστωτικών και χρηματοδοτικών ιδρυμάτων. Δέχεται καταγγελίες για πιστωτικά ιδρύματα και ασφαλιστικές επιχειρήσεις. ([www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr))

### *iii) Οι κυρώσεις*

Φυσικά, τεράστια σημασία, πέραν όλων των άλλων, έχουν οι επαπειλούμενες για τους προμηθευτές κυρώσεις σε περίπτωση παραβίασης του δικαίου προστασίας του καταναλωτή. Αυτές θα πρέπει να τις διακρίνουμε σε:

- α) Ποινικές κυρώσεις. Επιβάλλονται από τα ποινικά δικαστήρια σε περίπτωση που η παραβίαση του δικαίου προστασίας του καταναλωτή συνιστά και ποινικό αδίκημα<sup>35</sup>.
- β) Καταβολή αποζημιώσεων. Επιδικάζονται από τα πολιτικά δικαστήρια, είτε με βάση γενικές διατάξεις, είτε με βάση τις ειδικές διατάξεις του δικαίου προστασίας του καταναλωτή. Απαιτείται ο ζημιωθής καταναλωτής να προσφύγει στα δικαστήρια για να επιτύχει την καταβολή αποζημίωσης.
- γ) Επιβολή κυρώσεων από εποπτικές αρχές. Επιβάλλονται από την αρμόδια κατά τομέα αρχή, με βάση την ειδική νομοθεσία που διέπει την εποπτεύουσα αρχή και την οικεία αγορά.
- δ) Επιβολή κυρώσεων από τον Υπουργό Ανάπτυξης. Επιβάλλονται μετά από έρευνα της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή (είτε μετά από καταγγελία είτε αυτεπάγγελτη). Οι κυρώσεις αυτές προβλέπονται από το άρθρο 13Α του ν. 2251/1994 και κυμαίνονται από απλές συστάσεις έως και σημαντικά πρόστιμα (μέχρι 50.000€).

---

<sup>35</sup> Βλ. σχετικώς ενδεικτικά Παπαγεωργίου (2010).

## ΕΙΔΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ<sup>36</sup>

Όπως έχει αναφερθεί σε πολλά σημεία της παρούσας:

- Αφενός πέραν του γενικού νομοθετικού πλαισίου προστασίας του καταναλωτή, όπως αυτό εκφράζεται στην Ελλάδα με τον ν. 2251/1994, υπάρχουν και πολλές επιμέρους ειδικές διατάξεις με (αποκλειστικό ή μεταξύ άλλων) αντικείμενο την προστασία του καταναλωτή.
- Αφετέρου, το σύνολο σχεδόν του νομοθετικού πλαισίου της Ελλάδας για την προστασία του καταναλωτή αποτελεί ενωσιακό δίκαιο, είτε απευθείας ισχύον στην Ελλάδα (όπως ιδίως οι Κανονισμοί), είτε μετά από ενσωμάτωσή του με εθνικό νόμο / υπουργική απόφαση / προεδρικό διάταγμα.

Εξαντλητική παρουσίαση του συνόλου των ειδικών διατάξεων αυτών που σκοπούν στην προστασία του καταναλωτή, είναι πρακτικώς αδύνατη, λόγω του τεράστιου όγκου που καταλαμβάνουν.

Στην παρούσα έχει επιλεγεί να παρουσιαστούν συνοπτικά κατωτέρω συγκεκριμένες ειδικές διατάξεις με βάση τα ακόλουθα δύο κριτήρια:

- α) Παρουσίαση απευθείας του ενωσιακού νομοθετικού πλαισίου<sup>37</sup>. Ακόμη και στις περιπτώσεις που έχει υπάρξει εθνικό νομοθέτημα εναρμόνισης, αυτό δεν έχει κατά κανόνα επιπλέον ρυθμιστικές διατάξεις. Επιπλέον, με αυτόν τον τρόπο εξοικειώνεται ο αναγνώστης με το ενωσιακό δίκαιο που στην κοινωνία τείνει να υποτιμάται, καθώς μεγάλο μέρος της δεν γνωρίζει ότι αποτελεί ισχύον δίκαιο της χώρας μας και μάλιστα μεγαλύτερης τυπικής ισχύος σε σχέση με τους εθνικούς νόμους.
- β) Παρουσίαση θεματικών με ευρεία εφαρμογή στην οικονομική και κοινωνική ζωή της χώρας. Σκοπείται η συνοπτική παρουσίαση σημαντικών θεσμών και ρυθμίσεων, που συχνά αγνοούν οι επιχειρήσεις και πολύ περισσότερο οι καταναλωτές.

<sup>36</sup> Οι πληροφορίες έχουν σε μεγάλο βαθμό αντληθεί από τις σχετικές ιστοσελίδες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ενωσιακών οργανισμών, ιδίως από τον ιστότοπο [www.europa.eu](http://www.europa.eu)

<sup>37</sup> Κλασικό εγχειρίδιο για το ενωσιακό δίκαιο προστασίας του καταναλωτή αυτό του Weatherill (1997). Βλ. επίσης και Devenney και Kenny (2012).

## 1) Τα τρόφιμα και οι ζωοτροφές

Ένας από τους βασικότερους τομείς που αφορούν την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών, με ανάλογη ευθύνη των παραγωγών (βλ. και ανωτέρω για τα άρθρα 6 και 7 του ν. 2251/1994), είναι αυτός των τροφίμων που προορίζονται είτε για κατανάλωση από τους ανθρώπους, είτε από τα ζώα.

Σχετικά με το συγκεκριμένο θέμα, πληθώρα εθνικών και ενωσιακών νομοθετημάτων έχει θεσπιστεί. Ο κορμός όμως αποτελείται από τον Κανονισμό (ΕΚ) 178/2002, όπως αυτός ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί<sup>38</sup>.

Με βάση τον Κανονισμό (άρθρο 14, παρ. 3, 4), προκειμένου να καθοριστεί εάν ένα τρόφιμο είναι μη ασφαλές, λαμβάνονται υπόψη τα εξής:

- *«οι κανονικές συνθήκες χρήσης του τροφίμου από τους καταναλωτές σε όλα τα στάδια της παραγωγής, μεταποίησης και διανομής του»*
- *«οι πληροφορίες που παρέχονται στον καταναλωτή [...]»*
- *«όχι μόνον οι πιθανές άμεσες ή/και βραχυπρόθεσμες ή/και μακροπρόθεσμες συνέπειες του τροφίμου αυτού στην υγεία του ατόμου που το καταναλώνει, αλλά επίσης στις επερχόμενες γενεές»*
- *«οι πιθανές σωρευτικές τοξικές επιπτώσεις»*
- *«οι ιδιαίτερες ευαισθησίες όσον αφορά την υγεία συγκεκριμένης κατηγορίας καταναλωτών, όταν το τρόφιμο προορίζεται για την εν λόγω κατηγορία καταναλωτών».*

Κρισιμότερη όμως είναι η συνέπεια που προβλέπεται από τον Κανονισμό εφόσον αποδοθεί ο χαρακτηρισμός του μη ασφαλούς σε τρόφιμο ή ζωοτροφή. Όταν ένα μη ασφαλές τρόφιμο αποτελεί μέρος στοίβας, παρτίδας ή αποστελλόμενου φορτίου τροφίμων, θεωρείται ότι όλα τα τρόφιμα στην εν λόγω παρτίδα είναι μη ασφαλή. Ομοίως, ζωοτροφές οι οποίες θεωρήθηκαν μη ασφαλείς δεν διατίθενται στην αγορά ούτε χορηγούνται ως τροφή σε οποιοδήποτε ζώο που χρησιμοποιείται για την παραγωγή τροφίμων.

Με τον ίδιο Κανονισμό συστάθηκε και η **Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (EFSA)**, ανεξάρτητη ενωσιακή Αρχή, με δική της νομική υπόσταση, που χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. «Αποστολή της EFSA

---

<sup>38</sup> Το κείμενο του Κανονισμού με ενσωματωμένες τις τροποποιήσεις του είναι διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02002R0178-20090807>

είναι η παροχή επιστημονικών συμβουλών και τεχνικής υποστήριξης σε όλους τους τομείς που έχουν αντίκτυπο στην ασφάλεια των τροφίμων»<sup>39</sup>. Στην EFSA μπορούν να συμμετέχουν τα κράτη μέλη της ΕΕ καθώς και οι χώρες που εφαρμόζουν την κοινοτική νομοθεσία σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων. Η EFSA έχει επίσης τα ακόλουθα καθήκοντα:

- συντονίζει την αξιολόγηση των κινδύνων και εντοπίζει τους αναδυόμενους κινδύνους,
- παρέχει επιστημονικές και τεχνικές συμβουλές στην Επιτροπή, μεταξύ άλλων στο πλαίσιο των διαδικασιών διαχείρισης των κρίσεων,
- συλλέγει και δημοσιεύει τα επιστημονικά και τεχνικά δεδομένα στον τομέα της ασφάλειας των τροφίμων,
- δημιουργεί σύστημα δικτύων ευρωπαϊκών οργανισμών που δρουν στον τομέα της ασφάλειας των τροφίμων.

Αν και υπάρχει από το 1979, με νομική βάση τον ίδιο Κανονισμό λειτουργεί σήμερα και το **Σύστημα Έγκαιρης Προειδοποίησης για Τρόφιμα και Ζωοτροφές (RASFF)**. Πρόκειται για ένα σύστημα για την ταχεία ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των κρατών μελών και το συντονισμό των ενεργειών απόκρισης σε απειλές κατά της ασφάλειας των τροφίμων, το οποίο έχει καταστεί απαραίτητο εργαλείο προστασίας και καθησύχασης των Ευρωπαίων καταναλωτών. Μέλη του RASFF είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τα 28 κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και επιπλέον η Ελβετία, η Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και η Νορβηγία, κράτη που εφαρμόζουν την ίδια με την ΕΕ νομοθεσία στον τομέα των τροφίμων.

Αρμόδια αρχή στην Ελλάδα για τον έλεγχο των τροφίμων είναι ο Ε.Φ.Ε.Τ., ενώ για τον έλεγχο των ζωοτροφών αρμόδιο είναι το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης.

Στην ιστοσελίδα του Ε.Φ.Ε.Τ. (βλ. και ανωτέρω, [www.efet.gr](http://www.efet.gr)) υπάρχει εκτενής πληροφόρηση τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές στον τομέα των τροφίμων, ενώ παρέχει και πλήρη κατάλογο της νομοθεσίας που διέπει τον τομέα, τόσο εθνικής ([http://portal.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/legislations/national\\_legislations](http://portal.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/legislations/national_legislations)), όσο και ενωσιακής ([http://portal.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/legislations/sociable\\_legislations](http://portal.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/legislations/sociable_legislations)).

---

<sup>39</sup> Έτσι στην ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/consumer\\_safety/f80501\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/f80501_el.htm)).

## 2) Η ασφάλεια των προϊόντων

### *ι) Γενικές Διατάξεις*

Το γενικό νομοθετικό κείμενο της Ευρωπαϊκής Ένωσης που διέπει την ασφάλεια των προϊόντων είναι η Οδηγία 2001/95/EK<sup>40</sup>. Οι διατάξεις που περιλαμβάνει, έχουν σε μεγάλο βαθμό ενσωματωθεί στο άρθρο 7 του ν. 2251/1994 και συνεπώς εκτίθενται στο σχετικό κεφάλαιο της παρούσας.

Άξιο αναφοράς είναι, όμως, να αναφερθεί ότι δυνάμει της Οδηγίας αυτής, θεσπίστηκε το 2004 το αντίστοιχο του RASFF σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης, το οποίο καλύπτει το σύνολο των προϊόντων, με εξαίρεση τα τρόφιμα, τα φάρμακα και τις ιατρικές συσκευές. Το σύστημα αυτό είναι το **RAPEX** και οι διαδικασίες λειτουργίας του περιλαμβάνονται στο Παράρτημα II της Οδηγίας.

Σε περίπτωση χρήσης του συστήματος RAPEX, τα κράτη μέλη πρέπει να κοινοποιούν στην Επιτροπή τις ακόλουθες ελάχιστες πληροφορίες<sup>41</sup>:

- πληροφορίες που επιτρέπουν να εντοπιστεί το προϊόν
- την περιγραφή του κινδύνου που παρουσιάζει το προϊόν καθώς και κάθε έγγραφο που επιτρέπει την αξιολόγησή του
- τα μέτρα που έχουν ήδη ληφθεί
- πληροφορίες για τη διανομή του προϊόντος και τις χώρες προορισμού.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο η Επιτροπή εφαρμόζει μέτρα άμεσης εφαρμογής, εάν γνωρίζει ότι ένα προϊόν εγκυμονεί σοβαρό κίνδυνο. Στα μέτρα αυτά περιλαμβάνεται και η λήψη αποφάσεων σε συνεννόηση με τα κράτη – μέλη. Οι αποφάσεις αυτές μπορούν να έχουν ετήσια διάρκεια, η οποία μπορεί να ανανεώνεται. Ως προς το περιεχόμενό τους, μπορούν κυρίως:

- να επιβάλλουν ειδικές απαιτήσεις ασφαλείας
- να απαγορεύσουν τη χρήση ορισμένων ουσιών
- να υποχρεώσουν τους κατασκευαστές να αναγράφουν προειδοποιήσεις επάνω στα προϊόντα τους.

---

<sup>40</sup> Το κείμενο της με ενσωματωμένες τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02001L0095-20100101>

<sup>41</sup> Οι πληροφορίες αυτές αποτυπώνονται σε πλείονα άρθρα της Οδηγίας. Η ακόλουθη συγκεντρωτική τους απεικόνιση αναρτάται στην ιστοσελίδα της Επιτροπής ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/consumer\\_safety/121253\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_safety/121253_el.htm)).

Στο έργο της αυτό η Επιτροπή επικουρείται και από επιμέρους κανονιστικές και συμβουλευτικές επιτροπές, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων που καθορίζονται για καθεμία εξ αυτών.

Ειδικότερο ζήτημα που αφορά γενικά την ασφάλεια των προϊόντων είναι η επισήμανσή τους. Λόγω της σημασίας του ζητήματος, αυτό παρουσιάζεται σε ξεχωριστό κεφάλαιο κατωτέρω.



## ii) Ειδικές Διατάξεις

Μεγαλύτερη ίσως σημασία, ιδίως ενόψει του ότι συχνά δεν υφίστανται ανάλογες εθνικές νομοθετικές διατάξεις, έχουν οι ειδικές διατάξεις του ενωσιακού δικαίου που αφορούν την ασφάλεια των προϊόντων. Ενδεικτικά αναφέρονται κατωτέρω κάποιες από αυτές<sup>42</sup>, χωρίς ωστόσο να γίνεται και εξέταση των επιμέρους λεπτομερειών, που συχνά έχουν έντονα τεχνικό χαρακτήρα:

- α) Οδηγία 2009/48/EK: αφορά την εξασφάλιση υψηλού επιπέδου ασφαλείας για τα **παιχνίδια** που διατίθενται στην ευρωπαϊκή αγορά.
- β) Οδηγία 2006/42/EK: αφορά τον καθορισμό των ουσιωδών απαιτήσεων για την υγεία και την ασφάλεια αναφορικά με το σχεδιασμό και την κατασκευή προκειμένου να βελτιωθεί η ασφάλεια των μηχανών που κυκλοφορούν στην ευρωπαϊκή αγορά. Εφαρμόζεται στις **μηχανές** που περιβάλλουν τα ακόλουθα προϊόντα:
  - εναλλάξιμος εξοπλισμός
  - δομικά στοιχεία ασφαλείας
  - ανυψωτικά εξαρτήματα
  - αλυσίδες, καλώδια και μάντες
  - κινητές διατάξεις μηχανικής μετάδοσης.

Ειδικώς όμως ως προς του **ανελκυστήρες** (ασανσέρ), θεσπίστηκε πρόσφατα (σε αντικατάσταση παλαιότερης) η Οδηγία 2014/33/EE.

- γ) Οδηγίες για **προϊόντα ιατρικού ενδιαφέροντος**:
  - Οδηγία 93/42/ΕΟΚ για τα ιατροτεχνολογικά προϊόντα
  - Οδηγία 90/385/ΕΟΚ για τα ενεργά εμφυτεύσιμα ιατρικά βοηθήματα
  - Οδηγία 98/79/ΕΚ για τα ιατροτεχνολογικά βοηθήματα που χρησιμοποιούνται στη διάγνωση in vitro
- δ) Οδηγία 89/686/ΕΟΚ για τα **μέσα ατομικής προστασίας**. Εξαιρούνται όμως από το πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας τα ακόλουθα μέσα προστασίας:
  - που έχουν μελετηθεί και κατασκευασθεί ειδικά για τις ένοπλες δυνάμεις ή τις δυνάμεις που είναι αρμόδιες για την τήρηση της τάξης (κράνη, ασπίδες, κ.λπ.)

---

<sup>42</sup> Το κείμενό τους είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην σχετική ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης: <http://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=el>

- για την αυτοάμυνα σε περίπτωση επίθεσης (συσκευές εκνεφώσεων, ατομικά αποτρεπτικά όπλα, κ.λπ.)
  - κατά των καιρικών συνθηκών (καλύμματα κεφαλής, εποχιακά ενδύματα, υποδήματα και μπότες, ομπρέλες, κ.λπ.)
  - κατά της υγρασίας, νερού (γάντια πιάτων κ.λπ.)
  - κατά της θερμότητας (γάντια κ.λπ.)
  - που προορίζονται για την προστασία ή τη διάσωση ατόμων που επιβαίνουν σε πλοία ή αεροσκάφη και τα οποία δεν φέρονται συνεχώς από τα εν λόγω άτομα.
- ε) Οδηγία 92/42/ΕΟΚ για τους **λέβητες ζεστού νερού** (boilers) που τροφοδοτούνται με υγρά ή αέρια καύσιμα
- στ) Οδηγία 2009/142/ΕΚ για τις συσκευές των οποίων το καύσιμο είναι το αέριο («**συσκευές αερίου**»)
- ζ) Οδηγία 1999/5/ΕΚ για το **ραδιοεξοπλισμό** και τον **τηλεπικοινωνιακό τερματικό εξοπλισμό** και την αμοιβαία αναγνώριση της πιστότητας των εξοπλισμών αυτών (τηλεφωνικές συσκευές, μόντεμ, πομποί και δέκτες ραδιοφώνου ή τηλεόρασης, αναμεταδότες, ασύρματες συσκευές κτλ.)
- η) Οδηγία 2013/53/ΕΕ για τα σκάφη αναψυχής και τα ατομικά σκάφη

### 3) Η επισήμανση των προϊόντων

Όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενο κεφάλαιο της παρούσας, κρίσιμο προκειμένου να κριθεί ένα προϊόν ως ασφαλές είναι η συμμόρφωσή του με τη νομοθεσία και τα πρότυπα της ενωσιακής και εθνικής νομοθεσίας. Ακόμη και στην περίπτωση συμμόρφωσης, όμως, απαραίτητο είναι αυτό να το γνωρίζει ο καταναλωτής, προκειμένου να αποκλείσει από τις επιλογές του τα μη συμμορφωθέντα προϊόντα. Για το λόγο αυτό, ευχερέστερη λύση είναι η επισήμανση των προϊόντων.

#### *ι) Η σήμανση συμμόρφωσης «CE»*

Η σήμανση συμμόρφωσης «CE» είναι ίσως η πιο οικεία στους καταναλωτές επισήμανση προϊόντων, αν και σε μεγάλο βαθμό αγνοούν τον λόγο ύπαρξής της και το περιεχόμενό της.

Το επισήμανση προϊόντος με την ένδειξη «CE» σημαίνει ότι το προϊόν αυτό, είτε έχει κατασκευαστεί στην Ευρώπη είτε εκτός αυτής, πληροί τις απαιτήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προς την ασφάλεια, την υγεία και την προστασία του περιβάλλοντος. Αν και το σήμα «CE» υπάρχει εδώ και περισσότερα από 15 χρόνια, το ευρύ κοινό δεν γνωρίζει ακόμη τη σημασία του. Πολλοί μάλιστα νομίζουν πως δείχνει ότι ένα προϊόν έχει κατασκευαστεί στην Ευρώπη.

Το πραγματικό περιεχόμενο συνίσταται στο ότι με την τοποθέτηση του σήματος «CE» πάνω σ' ένα προϊόν, ο κατασκευαστής αναλαμβάνει πλήρως την ευθύνη της συμμόρφωσης του προϊόντος με την ευρωπαϊκή νομοθεσία.

Η τοποθέτηση του σήματος «CE» είναι υποχρεωτική στα κράτη – μέλη της ΕΕ, αλλά και στην Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία και δεν αφορά το σύνολο των προϊόντων, αλλά συγκεκριμένες κατηγορίες αυτών, που καταλαμβάνουν πάνω από το 30% των βιομηχανικών προϊόντων (μεταξύ άλλων υπολογιστές, παιχνίδια, ηλεκτρικές και ιατρικές συσκευές). Τα προϊόντα αυτά μπορούν να πωληθούν στην αγορά της ΕΕ μόνον αν φέρουν το σήμα «CE».

Οι κανόνες χρήσης του σήματος αυτού περιλαμβάνονται στην Απόφαση 768/2008/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για το κοινό

πλαίσιο εμπορίας των προϊόντων<sup>43</sup>. Το κοινό πλαίσιο για την εμπορία των προϊόντων περιλαμβάνει επιπλέον:

- κοινούς ορισμούς των εννοιών
- κοινές διαδικασίες για την αξιολόγηση της συμμόρφωσης των προϊόντων
- υποχρεώσεις για τους οικονομικούς παράγοντες (κατασκευαστές, εισαγωγείς, διανομείς κλπ)
- κριτήρια βάσει των οποίων δηλώνονται στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή οι αρμόδιοι για κάθε κράτος – μέλος οργανισμοί αξιολόγησης της συμμόρφωσης
- διαδικασίες διασφάλισης.

Συγκεκριμένα, για τις κατηγορίες προϊόντων για τις οποίες ισχύουν τα περί σήμανσης με το σήμα «CE», υφίστανται και ειδικές διατάξεις (βλ. στο αμέσως προηγούμενο κεφάλαιο της παρούσας). Πρόκειται συγκεκριμένα για τις ακόλουθες κατηγορίες προϊόντων:

- α) Τα ενεργά εμφυτεύσιμα ιατρικά βοηθήματα
- β) Οι συσκευές των οποίων το καύσιμο είναι το αέριο («συσκευές αερίου»)
- γ) Οι εγκαταστάσεις με συρματόσχοινα για τη μεταφορά προσώπων
- δ) Τα δομικά προϊόντα
- ε) Τα σχετιζόμενα με την ενέργεια προϊόντα (ο οικολογικός σχεδιασμός τους)
- στ) Ηλεκτρομαγνητική συμβατότητα
- ζ) Οι συσκευές και τα συστήματα προστασίας που προορίζονται για χρήση σε εκρήξιμες ατμόσφαιρες
- η) Τα εκρηκτικά για μη στρατιωτική χρήση
- θ) Οι λέβητες ζεστού νερού (boilers) που τροφοδοτούνται με υγρά ή αέρια καύσιμα
- ι) Τα ιατροτεχνολογικά βοηθήματα που χρησιμοποιούνται στη διάγνωση in vitro
  - ια) Οι ανελκυστήρες
  - ιβ) Οι συσκευές χαμηλής τάσης
  - ιγ) Οι μηχανές
  - ιδ) Οι συσκευές μέτρησης
  - ιε) Τα ιατροτεχνολογικά προϊόντα

---

<sup>43</sup> Το κείμενο της Απόφασης είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32008D0768>

- ιστ) Εξοπλισμός χρησιμοποιούμενος σε εξωτερικούς χώρους και παράγει θόρυβο
- ιζ) Τα όργανα ζύγισης μη αυτόματης λειτουργίας
- ιη) Τα μέσα ατομικής προστασίας (υπό εξαιρέσεις / βλ. ανωτέρω)
- ιθ) Εξοπλισμοί υπό πίεση
- κ) Είδη πυροτεχνίας
- κα) Ο ραδιοεξοπλισμός και τηλεπικοινωνιακός τερματικός εξοπλισμός
- κβ) Τα σκάφη αναψυχής και τα ατομικά σκάφη
- κγ) Επικίνδυνες ουσίες σε είδη ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού
- κδ) Τα παιχνίδια και
- κε) Τα απλά δοχεία πίεσης

*ii) Η σήμανση τροφίμων (και δοχείων τροφίμων)*

Δυνάμει του Κανονισμού (ΕΕ) 1169/2011 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου<sup>44</sup> συγχωνεύθηκαν οι οδηγίες 2000/13/ΕΚ σχετικά με την επισήμανση των τροφίμων και 90/496/ΕΟΚ σχετικά με τους κανόνες επισήμανσης όσον αφορά τις τροφικές ιδιότητες με σκοπό να βελτιωθούν τα επίπεδα πληροφόρησης και προστασίας των καταναλωτών της Ένωσης. Οι διατάξεις του θα εφαρμόζονται από την 13.12.2014.

Ο Κανονισμός αυτός εφαρμόζεται στους υπευθύνους επιχειρήσεων τροφίμων σε όλα τα στάδια της τροφικής αλυσίδας και αφορά όλα τα τρόφιμα που προορίζονται για τον τελικό καταναλωτή. Στα τρόφιμα αυτά θεωρείται ότι περιλαμβάνονται και όσα πωλούνται από και σε «μονάδες ομαδικής εστίασης».

Σύμφωνα με τον Κανονισμό<sup>45</sup>, «η διαφήμιση και η παρουσίαση των τροφίμων είναι τέτοια ώστε να μην παραπλανά τον καταναλωτή όσον αφορά τα χαρακτηριστικά, τις ιδιότητες ή τα αποτελέσματα του τροφίμου και να μην αποδίδουν σε τρόφιμο τις ιδιότητες πρόληψης, αγωγής ή θεραπείας οιασδήποτε ανθρώπινης ασθένειας (εκτός των φυσικών μεταλλικών νερών και των τροφίμων ειδικής διατροφής για τα οποία προβλέπονται ειδικές διατάξεις)».

Οι πληροφορίες για τα τρόφιμα πρέπει να είναι ακριβείς, σαφείς και κατανοητές για τον καταναλωτή. Όταν τα **τρόφιμα** είναι **προσσκευασμένα**, η υποχρέωση αναγραφής ορισμένων πληροφοριών βαρύνει τον παραγωγό τους, καθώς οι πληροφορίες αυτές πρέπει να αναγράφονται απευθείας στην προσσκευασία ή σε ετικέτα συνδεδεμένη σ' αυτήν. Όταν τα **τρόφιμα** είναι **μη προσσκευασμένα**, η υποχρέωση παροχής ορισμένων πληροφοριών βαρύνει την επιχείρηση που τα διαθέτει στον καταναλωτή, καθώς ο κατά νόμο υπεύθυνος υποχρεούται να μεριμνά για την κτήση των πληροφοριών αυτών από τους παραγωγούς και περαιτέρω να τις επισημαίνει στους καταναλωτές.

Οι ενδείξεις των τροφίμων διακρίνονται σε υποχρεωτικές και προαιρετικές. Οι υποχρεωτικές ενδείξεις αφορούν<sup>46</sup>:

- α) την ονομασία*
- β) τον κατάλογο των συστατικών*

<sup>44</sup> Το κείμενο του Κανονισμού είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A32011R1169>

<sup>45</sup> Όπως παρατίθεται στην ιστοσελίδα της ΕΕ ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/co0019\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/co0019_el.htm)).

<sup>46</sup> Άρθρο 9, παρ. 1 του Κανονισμού.

- γ) τις ουσίες που προκαλούν αλλεργίες ή δυσανεξίες (αραχίδες, γάλα, σινάπι, ψάρι, δημητριακά που περιέχουν γλουτένη, κ.λπ.)
- δ) την ποσότητα ορισμένων συστατικών ή κατηγοριών συστατικών
- ε) την καθαρή ποσότητα του τροφίμου
- στ) την ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας και την τελική ημερομηνία ανάλωσης
- ζ) τυχόν ιδιαίτερες συνθήκες αποθήκευσης και/ή συνθήκες χρήσης
- η) το όνομα ή την εμπορική επωνυμία και την διεύθυνση του υπευθύνου επιχείρησης τροφίμων ή του εισαγωγέα
- θ) τη χώρα καταγωγής ή τον τόπο προέλευσης για ορισμένα είδη κρέατος, το γάλα, ή όταν η μη αναγραφή τους ενδέχεται να παραπλανήσει τον καταναλωτή
- ι) οδηγίες χρήσης, εφόσον η παράλειψή τους θα δυσχέραινε τη σωστή χρήση του τροφίμου
- ια) για τα ποτά με περιεκτικότητα σε αιθυλική αλκοόλη μεγαλύτερη από 1,2 % κατ' όγκον, η αναγραφή του αποκτηθέντος κατ' όγκον αλκοολικού τίτλου
- ιβ) διατροφική δήλωση.

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις που αφορούν την ονομασία, την καθαρή ποσότητα και τον κατ' όγκον αλκοολικό τίτλο εμφανίζονται στο ίδιο οπτικό πεδίο (άρθρο 13, παρ. 5 του Κανονισμού). Γενικώς, οι υποχρεωτικές ενδείξεις πρέπει να εμφανίζονται σε γλώσσα που είναι εύκολα κατανοητή από τον καταναλωτή και, στην ανάγκη, σε περισσότερες γλώσσες.

Οι πληροφορίες που παρέχονται σε προαιρετική βάση δεν πρέπει να γίνεται εις βάρος του χώρου που διατίθεται για τις υποχρεωτικές πληροφορίες και πρέπει να τηρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις (άρθρο 36, παρ. 2 του Κανονισμού):

- α) δεν παραπλανούν τον καταναλωτή
- β) είναι σαφείς και δεν προκαλούν σύγχυση
- γ) βασίζονται, κατά περίπτωση, σε σχετικά επιστημονικά δεδομένα.

Περαιτέρω, πέραν των γενικών αυτών διατάξεων περί σήμανσης των τροφίμων, υπάρχει και σειρά ειδικών νομοθετημάτων που αφορούν επιμέρους κατηγορίες τους. Ενδεικτικά αναφέρονται (υπάρχουν πολύ περισσότερα από τα αναφερόμενα):

- α) Η Οδηγία 89/108/ΕΟΚ για τα **προϊόντα βαθείας κατάψυξης**<sup>47</sup>.
- β) Ο Κανονισμός (ΕΚ) 834/2007 για τα **βιολογικά προϊόντα**<sup>48</sup> (καλύπτει τα γεωργικά προϊόντα (περιλαμβανομένων των προϊόντων υδατοκαλλιέργειας) που δεν έχουν μεταποιηθεί ή έχουν μεταποιηθεί και προορίζονται για διατροφή του ανθρώπου, τις ζωοτροφές, το φυτικό υλικό αναπαραγωγής και τους σπόρους προς σπορά που χρησιμοποιούνται για την καλλιέργεια και τις ζύμες για τη διατροφή του ανθρώπου ή για ζωοτροφές)
- γ) Οι Κανονισμοί (ΕΚ) 1829/2003 και 1830/2003 για τους **γενετικώς τροποποιημένους οργανισμούς**<sup>49</sup> (εφαρμόζεται σε τρία είδη προϊόντων: γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς που προορίζονται για ανθρώπινη και ζωική διατροφή, τρόφιμα και ζωοτροφές που περιέχουν ΓΤΟ και τρόφιμα και ζωοτροφές που παράγονται από συστατικά παραγόμενα από ΓΤΟ ή περιέχουν τέτοια συστατικά - τα τρόφιμα που περιέχουν ΓΤΟ, εφόσον επιτρέπεται η κυκλοφορία τους, πρέπει να επισημαίνονται ως τέτοια)
- δ) Η Οδηγία 2002/46/ΕΚ για τα **συμπληρώματα διατροφής**<sup>50</sup>. Στην επισήμανσή τους πρέπει να περιέχουν:
- το όνομα των κατηγοριών θρεπτικών συστατικών ή ουσιών που χαρακτηρίζουν το προϊόν ή ένδειξη σχετική με τη φύση των εν λόγω θρεπτικών συστατικών ή ουσιών
  - τη συνιστώμενη για ημερήσια κατανάλωση δόση του προϊόντος και μια προειδοποίηση σχετικά με τους κινδύνους για την υγεία σε περίπτωση υπέρβασης της δόσης αυτής
  - μια δήλωση στην οποία να αναφέρεται ότι το συμπλήρωμα δεν υποκαθιστά μια ισορροπημένη διατροφή

---

<sup>47</sup> Το κείμενο της Οδηγίας, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:01989L0108-20130701>

<sup>48</sup> Το κείμενο του Κανονισμού, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02007R0834-20130701>

<sup>49</sup> Το κείμενο των Κανονισμών, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02003R1829-20080410> και <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02003R1830-20081211>

<sup>50</sup> Το κείμενο της Οδηγίας, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02002L0046-20140228>



- την αναφορά «το παρόν προϊόν δεν είναι φάρμακο», όταν η παρουσίαση του προϊόντος μοιάζει με αυτήν ενός φαρμάκου
- δήλωση σύμφωνα με την οποία τα προϊόντα πρέπει να φυλάσσονται μακριά από τα μικρά παιδιά.

Εξάλλου, η επισήμανσή τους δεν πρέπει να περιλαμβάνει αναφορές που αποδίδουν στο προϊόν ιδιότητες πρόληψης, αγωγής ή θεραπείας ανθρώπινης νόσου και αναφορές που να βεβαιώνουν ή να υπονοούν ότι μια ισορροπημένη και ποικίλη διαίτα δεν αποτελεί επαρκή πηγή κατάλληλων ποσοτήτων θρεπτικών συστατικών γενικώς.

ε) Η Οδηγία 2009/39/EK για τα **τρόφιμα που προορίζονται για ειδική διατροφή**<sup>51</sup> (δηλαδή για διατροφή των ατόμων που πάσχουν από διαταραχές του πεπτικού συστήματος ή του μεταβολισμού, των ατόμων που βρίσκονται σε ειδική κατάσταση της φυσιολογίας τους και των υγιών βρεφών ή μικρών παιδιών). Υπάρχουν και ειδικότερες διατάξεις για συγκεκριμένες υποκατηγορίες των τροφίμων που προορίζονται για ειδική διατροφή:

- τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας
- οι τροφές με βάση τα δημητριακά και οι παιδικές τροφές για βρέφη και μικρά παιδιά
- τα τρόφιμα για απώλεια βάρους
- τα διαιτητικά τρόφιμα ειδικών ιατρικών χρήσεων
- τα τρόφιμα για τα άτομα που παρουσιάζουν δυσανεξία στη γλουτένη.

στ) Ο Κανονισμός (ΕΚ) 110/2008 για τα **αλκοολούχα ποτά**

Πέραν όμως της σήμανσης των τροφίμων αυτών καθαυτών, υπάρχει και πλούσια ενωσιακή νομοθεσία που διέπει τη σήμανση που είναι απαραίτητο να έχουν τα δοχεία και εν γένει οι **συσκευασίες τροφίμων**. Σχετικώς, ο γενικού περιεχομένου Κανονισμός (ΕΚ) 1935/2004<sup>52</sup>, ο οποίος αφορά όλα τα υλικά που προορίζονται να έρθουν σε επαφή με τα τρόφιμα [όλα τα είδη συσκευασίας, φιάλες (από πλαστικό και γυαλί), σερβίτσια, ηλεκτρικές μικροσυσκευές (για παράδειγμα μηχανές του καφέ),

<sup>51</sup> Το κείμενο της Οδηγίας είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX:32009L0039>), θα αντικατασταθεί όμως από τον ήδη ψηφισθέντα Κανονισμό (ΕΕ) 609/2013 (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32013R0609>).

<sup>52</sup> Το κείμενο του Κανονισμού, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02004R1935-20090807>

καθώς και κόλλες και εκτυπωτικά μελάνια για τις ετικέτες] ορίζει μεταξύ άλλων ότι κάθε «κενή» συσκευασία, την οποία θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει ο καταναλωτής για τρόφιμα, πρέπει να συνοδεύεται από τη φράση «κατάλληλη για να έρθει σε επαφή με τρόφιμα» ή ένα σύμβολο (ποτήρι και πιρούνι) σε περίπτωση που δεν είναι εμφανές ότι η συσκευασία προορίζεται να έρθει σε επαφή με τρόφιμα.

Όπως συμβαίνει και με τα τρόφιμα αυτά καθαυτά, και για τις συσκευασίες τροφίμων υπάρχουν και ειδικότερα ενωσιακά νομοθετικά κείμενα που διέπουν επιμέρους κατηγορίες συσκευασιών τροφίμων. Ενδεικτικά:

- α) Ο Κανονισμός (ΕΕ) 10/2011 για τα πλαστικά υλικά και αντικείμενα που προορίζονται να έρθουν σε επαφή με τρόφιμα<sup>53</sup>
- β) Ο Κανονισμός (ΕΚ) 282/2008 για τα αντίστοιχα αντικείμενα και υλικά από ανακυκλωμένο πλαστικό<sup>54</sup>
- γ) Η Οδηγία 84/500/ΕΟΚ τα κεραμικά αντικείμενα που προορίζονται να έλθουν σε επαφή με τα τρόφιμα<sup>55</sup>
- δ) Η Οδηγία 2007/42/ΕΚ για τα υλικά και τα αντικείμενα από μεμβράνη αναγεννημένης κυτταρίνης (σελοφάν) που προορίζονται να έλθουν σε επαφή με τα τρόφιμα<sup>56</sup>.

---

<sup>53</sup> Το κείμενο του Κανονισμού , όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02011R0010-20140324>

<sup>54</sup> Το κείμενο του Κανονισμού , όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX:32008R0282>

<sup>55</sup> Το κείμενο της Οδηγίας, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1402761640853&uri=CELEX:31984L0500>

<sup>56</sup> Το κείμενο της Οδηγίας, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A32007L0042>

### *iii) Η σήμανση των μη επισιτιστικών προϊόντων*

Σε αντίθεση με τα τρόφιμα, ως προς τα οποία υπάρχουν γενικές και ειδικότερες υποχρεώσεις σήμανσης, ως προς τα υπόλοιπα προϊόντα, τα οποία δεν αποτελούν τρόφιμα (ή συσκευασίες τροφίμων), δηλαδή ως προς τα «μη επισιτιστικά προϊόντα», δεν υπάρχει κάποια γενική υποχρέωση σήμανσης, πέραν των γενικών διατάξεων που υφίστανται με βάση τις υποχρεώσεις παραγωγού για την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών (βλ. σχετικά στο οικείο κεφάλαιο του πρώτου μέρους της παρούσας). Υπάρχει ωστόσο πρόβλεψη για υποχρεωτική ή κατά περίπτωση προαιρετική σήμανση σε συγκεκριμένες κατηγορίες μη επισιτιστικών προϊόντων, εκ των οποίων αναφέρονται κατωτέρω οι χαρακτηριστικότερες, οι οποίες αφορούν 4 επιμέρους κατηγορίες:

- α) τον οικολογικό προσανατολισμό και την ενεργειακή απόδοση των προϊόντων
- β) τα προϊόντα κλωστοϋφαντουργίας (περιλαμβανομένων των υποδημάτων)
- γ) καλλυντικά και απορρυπαντικά
- δ) χημικές και λοιπές επικίνδυνες ουσίες.

#### α) Οικολογικός προσανατολισμός και ενεργειακή απόδοση προϊόντων

Η πιο ευρέως γνωστή σήμανση είναι αυτή που αφορά την **κατανάλωση ενέργειας από προϊόντα**. Μέχρι πρότεινος ισχύουσα ήταν η Οδηγία 92/75/ΕΟΚ για την επισήμανση της κατανάλωσης ενέργειας από τα προϊόντα, η οποία ίσχυε μόνο για τις οικιακές συσκευές. Με σκοπό την επέκταση του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας αυτής σε όλα τα συνδεδεμένα με την ενέργεια προϊόντα και σε όσα έχουν σημαντικό άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στην παραγωγή ενέργειας, θεσπίστηκε η Οδηγία 2010/30/ΕΕ<sup>57</sup> με έναρξη εφαρμογής την 20.7.2011. Πρόκειται για την γνωστή ταξινόμηση του προϊόντος στις κατηγορίες με τα στοιχεία Α έως G. Η αποδοτικότερη κατηγορία ενδείκνυται ως A+++ . Χρησιμοποιείται επίσης μία κλίμακα επτά χρωμάτων, όπου ο κωδικός χρώματος της υψηλότερης κατηγορίας είναι πάντοτε βαθυπράσινος.

---

<sup>57</sup> Το κείμενο της Οδηγίας , όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX:32010L0030>

Η ταξινόμηση πλέον αυτή είναι υποχρεωτική για όλα τα προϊόντα που καταναλώνουν ηλεκτρική ή άλλη μορφή ενέργειας, με τις ακόλουθες εξαιρέσεις:

- α) μεταχειρισμένα προϊόντα
- β) μέσα μεταφοράς προσώπων ή εμπορευμάτων
- γ) ενδεικτική πινακίδα που τίθεται στα προϊόντα.

Βάσει της Οδηγίας, οι προμηθευτές υποχρεούνται πέραν της ταξινόμησης αυτής, να διαθέτουν τεχνικό φάκελο που να περιλαμβάνει<sup>58</sup>:

- α) γενική περιγραφή του προϊόντος
- β) αποτελέσματα των εκτελεσθέντων υπολογισμών σχεδιασμού
- γ) εκθέσεις για τις δοκιμές
- δ) παραπομπές που επιτρέπουν τον προσδιορισμό παρόμοιων μοντέλων.

Ο εν λόγω τεχνικός φάκελος πρέπει να είναι διαθέσιμος για περίοδο πέντε ετών. Οι προμηθευτές υποχρεωτικά διαθέτουν δωρεάν στους εμπόρους τις ετικέτες και τις πληροφορίες για τα προϊόντα, ενώ οι έμποροι οφείλουν να παρουσιάζουν τις ετικέτες κατά τρόπο ορατό και ευανάγνωστο.

Κι αν η προαναφερθείσα σήμανση έχει περιεχόμενο και οικονομικό και οικολογικό, υπάρχει και μία ακόμη σήμανση με καθαρά οικολογικό περιεχόμενο. Πρόκειται για το **ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα**, το οποίο δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να αναγνωρίσουν τα προϊόντα υψηλής ποιότητας που είναι περισσότερο φιλικά προς το περιβάλλον. Το σύστημα αυτό θεσπίστηκε από τον Κανονισμό (ΕΟΚ) 880/92 και τροποποιήθηκε με τον Κανονισμό (ΕΚ) 1980/2000, ενώ σήμερα διέπεται από τον Κανονισμό (ΕΚ) 66/2010<sup>59</sup>.

Το οικολογικό σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης απονέμεται στα προϊόντα και υπηρεσίες *«με τον μικρότερο περιβαλλοντικό αντίκτυπο σε σχέση με τα προϊόντα της ίδιας ομάδας»*<sup>60</sup>. Τα κριτήρια που έχουν θεσπιστεί για την απονομή του οικολογικού σήματος της ΕΕ έχουν ως βάση επιστημονικά κριτήρια που αφορούν το σύνολο της ζωής του προϊόντος. Το σήμα απονέμεται αδιακρίτως σε επί πληρωμή και δωρεάν διατιθέμενα προϊόντα και υπηρεσίες. Δεν καλύπτει όμως τα προϊόντα που εμπίπτουν στο φαρμακευτικό και ιατροτεχνολογικό τομέα, είτε πρόκειται για προϊόντα για ανθρώπινη χρήση, είτε για κτηνιατρική.

<sup>58</sup> Άρθρο 5, εδάφιο β του Κανονισμού.

<sup>59</sup> Το κείμενο του Κανονισμού, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02010R0066-20130904>

<sup>60</sup> Η φρασεολογία από την ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/co0012\\_el.htm#Keyterms](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/co0012_el.htm#Keyterms)).

Τα κατά τα άνω κριτήρια που λαμβάνονται υπόψη για την απονομή του σήματος είναι, σύμφωνα με όσα η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση διακηρύττει<sup>61</sup>, κυρίως οι ευρωπαϊκοί στόχοι για το περιβάλλον και τη δεοντολογία, και πιο συγκεκριμένα κυρίως τα ακόλουθα:

- α) οι επιπτώσεις των προϊόντων και των υπηρεσιών στην κλιματική αλλαγή, τη φύση και τη βιοποικιλότητα, την κατανάλωση ενέργειας και πόρων, τη δημιουργία αποβλήτων, τη ρύπανση, τις εκπομπές και την ελευθέρωση επικίνδυνων ουσιών στο περιβάλλον*
- β) η υποκατάσταση επιβλαβών ουσιών από λιγότερο επιβλαβείς*
- γ) ο βιώσιμος χαρακτήρας και η δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης των προϊόντων*
- δ) ο τελικός αντίκτυπος στο περιβάλλον, την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών*
- ε) ο σεβασμός κοινωνικών και ηθικών προτύπων, όπως τα διεθνή πρότυπα εργασίας*
- στ) η συνεκτίμηση των κριτηρίων που έχουν καθοριστεί από άλλα σήματα εθνικού ή περιφερειακού επιπέδου*
- ζ) η μείωση πειραμάτων στα ζώα.»*

Το σήμα δεν απονέμεται σε προϊόντα που περιέχουν ουσίες που έχουν καταχωρισθεί από τον Κανονισμό (ΕΚ) 1272/2008 ως τοξικές, επικίνδυνες για το περιβάλλον, καρκινογόνες, μεταλλαξιογόνες ή ουσίες που εμπίπτουν στο κανονιστικό πλαίσιο για τη διαχείριση των χημικών προϊόντων (βλ. σχετικά σε επόμενο κεφάλαιο).

Η απονομή του οικολογικού σήματος δεν γίνεται απευθείας από την Επιτροπή ή άλλη ενωσιακή αρχή, αλλά τα κράτη μέλη καθορίζουν τους αρμόδιους για την επικράτειά τους το καθένα. Οι φορείς αυτοί είναι κυρίως υπεύθυνοι για τον τακτικό έλεγχο της συμμόρφωσης του προϊόντος με τα κριτήρια του σήματος. Επίσης, δέχονται καταγγελίες, ενημερώνουν το κοινό, παρακολουθούν τις αναληθείς διαφημίσεις ή απαγορεύουν προϊόντα.

Όσον αφορά τον οικολογικό προσανατολισμό και την ενεργειακή απόδοση των προϊόντων, υφίσταται μία ακόμη σήμανση, με στοιχεία και από τις δύο προηγούμενες, η οποία αφορά τον επαγγελματικό εξοπλισμό. Πρόκειται για το σύστημα προαιρετικής σήμανσης «Energy Star», το οποίο έχει υιοθετηθεί από κοινού από την ΕΕ και τις ΗΠΑ. Ως προς τον προαιρετικό του χαρακτήρα, το

---

<sup>61</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/co0012\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/co0012_el.htm)

σύστημα αυτό εμφανίζει έντονες ομοιότητες με το ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα, ενώ ως προς τη λειτουργία του συστήματος αυτού, εμφανίζονται έντονες ομοιότητες με το σύστημα σήμανσης της κατανάλωσης ενέργειας από προϊόντα. Το σύστημα προαιρετικής σήμανσης «Energy Star» διέπεται από τις διατάξεις της Οδηγίας 2006/1005/ΕΚ<sup>62</sup>.

Η τελευταία αξιωματική σήμανση προϊόντων, σχετιζόμενη με τον οικολογικό προσανατολισμό των προϊόντων και την ενεργειακή τους απόδοση, είναι αυτή που αφορά τις πληροφορίες που πρέπει να τίθενται στη διάθεση των καταναλωτών σχετικά με την οικονομία καυσίμου και τις **εκπομπές CO2 επιβατηγών αυτοκινήτων**. Όπως ορίζεται από την διέπουσα τη συγκεκριμένη, υποχρεωτική σήμανση των επιβατηγών αυτοκινήτων Οδηγία 1999/94/ΕΚ<sup>63</sup>, αυτές οι πληροφορίες πρέπει να περιλαμβάνονται τόσο στην ετικέτα των προς πώληση αυτοκινήτων, όσο και στις αφίσες και το λοιπό προωθητικό – διαφημιστικό υλικό, καθώς και σε ειδικούς οδηγούς χρήσης και λειτουργίας.

#### β) Κλωστοϋφαντουργία (και υποδήματα)

Με βάση τον Κανονισμό (ΕΕ) 1007/2011<sup>64</sup>, θέτονται διατάξεις για την επισήμανση και τη **σήμανση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων** με στόχο την εξάλειψη των εμποδίων της εσωτερικής αγοράς στον κλωστοϋφαντουργικό τομέα και την εξασφάλιση της κατάλληλης πληροφόρησης των καταναλωτών. Σύμφωνα με αυτές<sup>65</sup>:

- καθορίζονται διατάξεις σχετικά με:
  - α) την ονομασία των υφανσίμων ινών σε συνάρτηση με τον ορισμό και τη χρήση τους, παρέχοντας ενδείξεις σχετικά με τη σύνθεση των ινών των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων

<sup>62</sup> Το κείμενο της Οδηγίας είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32006D1005>

<sup>63</sup> Το κείμενο της Οδηγίας, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:01999L0094-20081211>

<sup>64</sup> Το κείμενο του Κανονισμού, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1402832436845&uri=CELEX:02011R1007-20130701>

<sup>65</sup> Οι αναφορές έχουν αντληθεί σχεδόν αυτολεξεί από την σχετική ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ([http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/mi0088\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/mi0088_el.htm)) προκειμένου να παραμείνουν απολύτως ακριβείς, κάτι που θα ήταν δύσκολο σε άλλη περίπτωση σε περίπτωση προσπάθειας επεξεργασίας τους, λόγω του έντονα τεχνικού χαρακτήρα των σχετικών ρυθμίσεων.

- β) την επισήμανση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων που περιέχουν μη κλωστοϋφαντουργικά συστατικά ζωικής προέλευσης
  - γ) τις μεθόδους ανάλυσης για την επαλήθευση των πληροφοριών που αναγράφονται στις επισημάνσεις ή τις σημάσεις.
- επιβάλλεται υποχρέωση παροχής πληροφοριών από τους παραγωγούς για:
    - α) την ονομασία, τον ορισμό και την ταυτοποίηση που προτείνονται για τη νέα υφάνσιμη ίνα
    - β) τις επαρκώς ανεπτυγμένες μεθόδους ταυτοποίησης και ποσοτικοποίησης
    - γ) συμπληρωματικά στοιχεία που αφορούν πιθανές αλλεργικές αντιδράσεις ή τη διαδικασία παραγωγής ή στοιχεία που ενδιαφέρουν τον καταναλωτή.
  - Μόνο τα προϊόντα που αποτελούνται αποκλειστικά από έναν τύπο ίνας μπορούν να φέρουν την ένδειξη «100 %», «καθαρό» ή «όλο», ενώ ο όρος «παρθένο μαλλί», καθώς και αντίστοιχοι όροι, μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην επισήμανση με την προϋπόθεση ότι το προϊόν αποτελείται αποκλειστικά από ίνα μαλλιού η οποία δεν έχει ποτέ ενσωματωθεί σε τελικό προϊόν και δεν έχει υποστεί διεργασίες κλώσεως.
  - Όποτε διατίθενται στην αγορά, τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα φέρουν επισήμανση και σήμανση η οποία είναι ανθεκτική, ευανάγνωστη, ορατή και προσιτή και στην οποία αναγράφεται η σύνθεση των ινών τους. Οι επισημάνσεις και οι σημάσεις των προϊόντων που δεν προορίζονται για τον τελικό καταναλωτή μπορούν να αντικαθίστανται από συνοδευτικά εμπορικά έγγραφα, τα οποία παρέχονται από τον κατασκευαστή του προϊόντος. Για κάθε κλωστοϋφαντουργικό προϊόν περιέχον δύο ή περισσότερα υφάνσιμα μέρη με διαφορετική περιεκτικότητα σε υφάνσιμες ίνες, πρέπει να αναγράφεται η σύνθεση των ινών για καθένα από αυτά τα μέρη. Η επισήμανση δεν πρέπει να περιλαμβάνει συντομογραφίες. Επιπλέον, πρέπει να παρέχεται σε μία ή περισσότερες επίσημες γλώσσες του κράτους μέλους στην αγορά του οποίου θα διατεθεί το προϊόν.

Ανάλογες διατάξεις, προβλέπονται και από την Οδηγία 94/11/EK<sup>66</sup> για την επισήμανση των υλικών που χρησιμοποιούνται στα κύρια μέρη των **υποδημάτων** που προορίζονται να πωληθούν στον καταναλωτή.

---

<sup>66</sup> Το κείμενο της Οδηγίας, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1402832209802&uri=CELEX:01994L0011-20130701>



### γ) Καλλυντικά και απορρυπαντικά

Τα θέματα σήμανσης των **καλλυντικών** διέπει σήμερα ο Κανονισμός (ΕΚ) 1223/2009<sup>67</sup>. Στόχος των διατάξεων του Κανονισμού είναι η διασφάλιση της προστασίας της υγείας και η ενημέρωση των καταναλωτών, μεριμνώντας για τη σύνθεση και την επισήμανση των προϊόντων. Ο Κανονισμός προβλέπει, επίσης, την αξιολόγηση της ασφάλειας των προϊόντων και την απαγόρευση των δοκιμών σε ζώα.

Ειδικώς ως προς την επισήμανση των καλλυντικών, από τον Κανονισμό προβλέπεται ότι οι περιέκτες ή οι συσκευασίες πρέπει να φέρουν με ανεξίτηλους, ευανάγνωστους και ευδιάκριτους χαρακτήρες τις εξής πληροφορίες (άρθρο 19 του Κανονισμού)<sup>68</sup>:

- α) το όνομα ή την εταιρική επωνυμία και τη διεύθυνση του υπεύθυνου προσώπου. Για εισαγόμενα καλλυντικά προϊόντα πρέπει να διευκρινίζεται η χώρα προέλευσης
- β) το ονομαστικό περιεχόμενο κατά το χρόνο της συσκευασίας, εκφρασμένο σε βάρος ή σε όγκο, εκτός εάν πρόκειται για συσκευασίες που περιέχουν λιγότερα από πέντε γραμμάρια ή πέντε χιλιοστόλιτρα, δείγματα που διανέμονται δωρεάν και προϊόντα μίας δόσης
- γ) την «ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας» (ημερομηνία μέχρι την οποία το καλλυντικό προϊόν, το οποίο είναι αποθηκευμένο σε κατάλληλες συνθήκες, εξακολουθεί να εκπληρώνει την αρχική του λειτουργία)
- δ) τις ειδικές προφυλάξεις κατά τη χρήση και τις ενδεχόμενες ενδείξεις σχετικά με τις ιδιαίτερες προφυλάξεις που πρέπει να λαμβάνονται για τα καλλυντικά προϊόντα τα οποία προορίζονται για επαγγελματική χρήση
- ε) τον αριθμό της παρτίδας παραγωγής ή το στοιχείο αναφοράς που επιτρέπει την αναγνώριση του καλλυντικού προϊόντος.
- στ) τη λειτουργία του καλλυντικού προϊόντος, εκτός αν προκύπτει από την παρουσίασή του
- ζ) τον κατάλογο των συστατικών<sup>69</sup>.

<sup>67</sup> Το κείμενο του Κανονισμού, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02009R1223-20140401>

<sup>68</sup> Οι πληροφορίες αναφέρονται συνοπτικά, χωρίς να περιέχουν όλα τα επιμέρους στοιχεία που αναφέρονται στη διάταξη αυτή του Κανονισμού.

<sup>69</sup> Ο κατάλογος των συστατικών καταρτίζεται κατά φθίνουσα σειρά βάρους των συστατικών τη στιγμή κατά την οποία προστίθενται στο καλλυντικό προϊόν. Τα συστατικά η συγκέντρωση των οποίων είναι



Η γλώσσα στην οποία είναι γραμμένες οι πληροφορίες καθορίζεται από το κράτος μέλος όπου διατίθεται το προϊόν στον τελικό καταναλωτή.

Αντίστοιχα, ο Κανονισμός (ΕΚ) 648/2004<sup>70</sup> για τα **απορρυπαντικά**, ο οποίος αφορά και τη σύνθεση των απορρυπαντικών (στα οποία περιλαμβάνονται τα μαλακτικά ρούχων, τα αποσκληρυντικά και τα λοιπά σχετικά προϊόντα), προκειμένου να εξασφαλίζεται η προστασία του υδροφόρου ορίζοντα από επικίνδυνες χημικές ουσίες, καθορίζει ως προς την σήμανσή τους:

- α) Οι κατασκευαστές πρέπει να αναγράφουν το σύνολο των συστατικών, κατά φθίνουσα σειρά συγκέντρωσής τους στο απορρυπαντικό
- β) Οι κατασκευαστές πρέπει να παραπέμπουν στη διεύθυνση ιστοσελίδας όπου οι καταναλωτές έχουν πλήρη πρόσβαση στη λίστα συστατικών
- γ) Οι κατασκευαστές πρέπει να μεριμνούν για ιδιαίτερη επισήμανση αλλεργιογόνων συστατικών.
- δ) Οι κατασκευαστές πρέπει μεριμνούν για ειδική επισήμανση συστατικών ουσιών με περιορισμένη διασπασιμότητα στο νερό.

#### δ) Χημικές και λοιπές επικίνδυνες ουσίες

Ο Κανονισμός (ΕΚ) 1272/2008<sup>71</sup> διέπει σήμερα (μεταξύ άλλων θεμάτων και) την **σήμανση των χημικών ουσιών** ή των μειγμάτων χημικών ουσιών. Δεν διέπει όμως τις ακόλουθες κατηγορίες προϊόντων, για τις οποίες υπάρχουν ειδικές νομοθετικές διατάξεις<sup>72</sup>:

- α) ραδιενεργές ουσίες και ραδιενεργά μείγματα
- β) ουσίες και μείγματα υπό τελωνειακή επιτήρηση που βρίσκονται σε προσωρινή αποθήκευση, σε ελεύθερες ζώνες ή σε ελεύθερες αποθήκες με σκοπό την επανεξαγωγή, ή σε διαμετακόμιση
- γ) μη απομονωμένα ενδιάμεσα προϊόντα (χημική ουσία που παρασκευάζεται στο πλαίσιο χημικών διεργασιών με σκοπό να μετατραπεί σε άλλη ουσία)

---

κάτω του 1 % μπορούν να αναγράφονται, χωρίς να τηρείται συγκεκριμένη σειρά, ύστερα από τα συστατικά η συγκέντρωση των οποίων είναι άνω του 1 %.

<sup>70</sup> Το κείμενο του Κανονισμού , όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02004R0648-20120419>

<sup>71</sup> Το κείμενο του Κανονισμού , όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02008R1272-20131201>

<sup>72</sup> Άρθρο 1, παράγραφοι 2, 3, 5, 6 του Κανονισμού.

- δ) ουσίες και μείγματα που προορίζονται για χρήση στην επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη, τα οποία δεν διατίθενται στην αγορά
- ε) απόβλητα
- στ) φάρμακα
- ζ) καλλυντικά
- η) ορισμένα ιατροτεχνολογικά προϊόντα
- θ) τρόφιμα
- ι) μεταφορά επικίνδυνων εμπορευμάτων.

Στην επισήμανση, η οποία πρέπει να γίνεται στην ή στις επίσημες γλώσσες του κράτους όπου η ουσία ή το μείγμα διατίθενται στην αγορά, εκτός εάν το ή τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη ορίζουν διαφορετικά, πρέπει, σύμφωνα με την συνοπτική παρουσίαση των Ενωσιακών Αρχών<sup>73</sup>, να «[...] αναφέρονται:

- α) το όνομα της ουσίας ή του μείγματος και/ή ένας αριθμός ταυτοποίησης
- β) το όνομα, η διεύθυνση και ο αριθμός τηλεφώνου του προμηθευτή
- γ) η ονομαστική ποσότητα της ουσίας ή του μείγματος.

Ανάλογα με την περίπτωση, πρέπει να συμπεριλαμβάνονται στην επισήμανση:

- α) τα εικονογράμματα κινδύνου
- β) οι προειδοποιητικές λέξεις «Κίνδυνος» ή «Προσοχή»
- γ) δηλώσεις κινδύνου όπως «Κίνδυνος πυρκαγιάς ή εκτόξευσης», «Θανατηφόρο σε περίπτωση κατάποσης» κ.λπ.
- δ) δηλώσεις προφυλάξεων όπως «Να διατηρείται μόνο στον αρχικό περιέκτη», «Προστασία από την υγρασία», «Μακριά από παιδιά» κ.λπ.
- ε) συμπληρωματικές πληροφορίες, πχ για τις υλικές ιδιότητες ή τον κίνδυνο για την υγεία.»

Ειδικές διατάξεις υφίστανται για τις **επικίνδυνες χημικές ουσίες**, οι οποίες περιλαμβάνονται στην Οδηγία 67/548/EOK<sup>74</sup>. Οι διατάξεις της Οδηγίας αυτής δεν αφορούν τις κατηγορίες χημικών ουσιών τις οποίες εξίσου δεν αφορά και ο Κανονισμός για τις χημικές ουσίες (βλ. αμέσως ανωτέρω). Η ταξινόμηση των επικίνδυνων ουσιών βασίζεται στις κατηγορίες που ορίζονται σαφώς στην οδηγία λαμβάνοντας υπόψη τον υψηλότερο βαθμό και την ειδική φύση των κινδύνων. Οι ουσίες ταξινομούνται ως ερεθιστικές και εκρηκτικές, εύφλεκτες, τοξικές, επιβλαβείς

<sup>73</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/ev0013\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/ev0013_el.htm)

<sup>74</sup> Το κείμενο της Οδηγίας είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:31967L0548>), δεν υφίσταται όμως ενοποιημένο κείμενο αυτής (οι τροποποιήσεις είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/LKD/?uri=CELEX:31967L0548>)

κ.λπ. Τα παραρτήματα της οδηγίας περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τον κατάλογο των επικίνδυνων ουσιών<sup>75</sup>, την ταξινόμησή τους και τις διατάξεις σχετικά με την επισήμανσή τους, τα σύμβολα σχετικά με την κάθε ουσία, τις τυποποιημένες φράσεις σχετικά με τη φύση των συγκεκριμένων κινδύνων που ενέχει κάθε ουσία καθώς και, κατά περίπτωση, τις φράσεις που αφορούν τις οδηγίες προφύλαξης για κάθε ουσία.

Στην επισήμανση πρέπει να δηλώνεται:

- α) η ονομασία της ουσίας
- β) η προέλευση της ουσίας (το όνομα και η διεύθυνση του παραγωγού, του διανομέα ή του εισαγωγέα)
- γ) τα σύμβολα και οι ενδείξεις των κινδύνων που παρουσιάζει η χρησιμοποίηση της ουσίας
- δ) υπόμνηση σχετικά με τις ιδιαίτερα επικίνδυνες καταστάσεις που προκύπτουν από τους κινδύνους αυτούς.

Οι πληροφορίες πρέπει να παρουσιάζονται σύμφωνα με τα παραρτήματα της οδηγίας (σύμβολα, τυποποιημένες φράσεις κ.λπ.). Το ίδιο ισχύει όσον αφορά τις οδηγίες προφύλαξης, κατά περίπτωση. Επιπλέον, η επισήμανση πρέπει να τηρεί τις διατάξεις σχετικά με τις διαστάσεις της ετικέτας. Τα κράτη μέλη δύνανται, επιπλέον, να απαιτούν το περιεχόμενο της ετικέτας επικίνδυνης ουσίας να έχει συνταχθεί στην ή στις εθνικές τους γλώσσες.

Τέλος, ειδικές διατάξεις υφίστανται για τα **παρασκευάσματα που περιέχουν επικίνδυνες ουσίες**. Πρόκειται για αυτές που περιλαμβάνονται στην Οδηγία 1999/45/EK<sup>76</sup>. Οι διατάξεις που αφορούν ειδικώς τα θέματα επισήμανσης των παρασκευασμάτων αυτών προβλέπουν ότι οι συσκευασίες πρέπει να φέρουν με τρόπο ευανάγνωστο και ανεξίτηλο ορισμένες ειδικές ενδείξεις:

- α) την εμπορική ονομασία του παρασκευάσματος
- β) το όνομα και τα στοιχεία του υπευθύνου για τη διάθεσή του στην αγορά
- γ) γενικά, τη χημική ονομασία τής ή των ουσιών που περιέχονται στο παρασκεύασμα που ταξινομούνται ως επικίνδυνες
- δ) τα σύμβολα και τις ενδείξεις κινδύνου, τις τυποποιημένες φράσεις κινδύνου και τις οδηγίες προφύλαξεως (βλ. ανωτέρω).

<sup>75</sup> Τον κατάλογο αυτόν αφορούν οι περισσότερες τροποποιήσεις της Οδηγίας, καθώς διαρκώς προστίθενται νέες επικίνδυνες χημικές ουσίες. Από την 1.1.2015, ο κατάλογος αυτός θα αντικατασταθεί από τον κατάλογο που περιλαμβάνεται στον Κανονισμό για τις χημικές ουσίες.

<sup>76</sup> Το κείμενο της Οδηγίας, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:01999L0045-20130701>

#### 4) Μεταφορές

##### *i) Οργανωμένα ταξίδια<sup>77</sup>*

Ίσως και λόγω της (τουλάχιστον στα πρώτα στάδια) βασικής στόχευσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης (τότε ΕΟΚ) για δημιουργία ενιαίας αγοράς μεταξύ των κρατών – μελών, ευρεία είναι η νομοθετική πρωτοβουλία που έχει επιδειχθεί στον τομέα της διασφάλισης του καταναλωτή υπηρεσιών μεταφορών, λόγω και του έντονα διασυνοριακού χαρακτήρα του.

Παλαιότερη είναι η πρωτοβουλία που λήφθηκε για τα οργανωμένα ταξίδια, όπως εκφράστηκε με την Οδηγία 90/314/ΕΟΚ<sup>78</sup>. Οι ρυθμίσεις της αφορούν τρία κυρίως θέματα: α) την πληροφόρηση που πρέπει να λαμβάνει ο καταναλωτής, β) τη δυνατότητα αλλαγής των όρων μετά τη σύναψη της σύμβασης και γ) τις δυνατότητες αποζημίωσης σε περίπτωση ακύρωσης ή ματαίωσης.

Ως προς την **πληροφόρηση του καταναλωτή**, ορίζεται ότι ο διοργανωτής του οργανωμένου ταξιδιού πρέπει σε κάθε μέσο προώθησης αυτού (διαφημίσεις, φυλλάδια κτλ) πρέπει να αναγράφει με σαφή και καθαρό τρόπο τις ακόλουθες δεσμευτικές για τον ίδιο πληροφορίες<sup>79</sup>:

- α) την τιμή
- β) τον προορισμό και τον τρόπο ταξιδιού (αεροπορικώς, οδικώς κτλ.)
- γ) τον τύπο των καταλυμάτων
- δ) τον σχεδιασμό ως προς τα γεύματα
- ε) τις απαιτήσεις σε σχέση με τα διαβατήρια και τη βίζα
- στ) τις απαιτήσεις σε σχέση με θέματα υγείας (π.χ. ευρωπαϊκή κάρτα ασφάλισης)
- ζ) το χρονοδιάγραμμα πληρωμών
- η) την απώτατη προθεσμία εντός της οποίας μπορεί ο διοργανωτής να ενημερώσει τον καταναλωτή για την ακύρωση του ταξιδιού.

Αντίστοιχα, ορίζεται ότι το αργότερο προ της έναρξης του οργανωμένου ταξιδιού, ο διοργανωτής πρέπει να παράσχει εγγράφως στον καταναλωτή τα ακόλουθα στοιχεία<sup>80</sup>:

<sup>77</sup> Βλ. και Κουτσοράδη (2000).

<sup>78</sup> Το κείμενο της Οδηγίας είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:31990L0314>

<sup>79</sup> Άρθρο 3, παράγραφος 2 του Κανονισμού.

<sup>80</sup> Άρθρο 4, παράγραφος 1, εδάφιο β του Κανονισμού.

- α) τον χρόνο και τον τόπο στάσεων και συγκοινωνιακών ανταποκρίσεων, καθώς και των θέσεων των ταξιδιωτών σε αυτά
- β) το όνομα, τη διεύθυνση και το τηλέφωνο του τοπικού αντιπροσώπου του διοργανωτή, καθώς και έναν τηλεφωνικό αριθμό έκτακτης ανάγκης
- γ) συγκεκριμένες πληροφορίες εφόσον περιλαμβάνονται ανήλικοι και
- δ) πληροφορίες για προαιρετικές καλύψεις (π.χ. ασφάλισης)

Ως προς τη **δυνατότητα αλλαγών** μετά τη σύναψη της σύμβασης, ορίζεται ότι πρέπει να διασφαλίζεται η δυνατότητα αλλαγής του προσώπου του ταξιδιώτη, εφόσον ενημερωθεί εγκαίρως ο διοργανωτής και το νέο πρόσωπο πληροί όλες τις αναγκαίες προϋποθέσεις. Ορίζεται επίσης ότι αναπροσαρμογή τιμών επιτρέπεται μόνο εφόσον υπάρχει ρητή πρόβλεψη της δυνατότητας στη σύμβαση.

Τέλος, ορίζεται ότι σε **περίπτωση ματαίωσης ή ακύρωσης**, ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να αποζημιωθεί είτε χρωματικώς είτε με αντίστοιχο πακέτο για τα καταβληθέντα ποσά.

#### *ii) Αεροπορικές μεταφορές*

Σημαντικές είναι οι ρυθμίσεις που προβλέπονται από την ενωσιακή νομοθεσία και στον τομέα των αεροπορικών μεταφορών<sup>81</sup>. Στον Κανονισμό (ΕΚ) 2027/97<sup>82</sup> ρυθμίζονται τα ζητήματα που αφορούν την ευθύνη των αερομεταφορέων όσον αφορά την αεροπορική μεταφορά επιβατών και των αποσκευών τους σε περίπτωση ατυχημάτων και γενικώς μη προγραμματισμένης εκτέλεσης πτήσης λόγω απρόβλεπτου γεγονότος. Οι ρυθμίσεις του Κανονισμού αφορούν κυρίως το όριο της ευθύνης του αερομεταφορέα σε περιπτώσεις θανάτου ή τραυματισμού, καταστροφής ή απώλειας αποσκευών, αλλά και ζημίας του καταναλωτή λόγω καθυστέρησης.

Πιο λεπτομερείς και εκτενείς είναι οι ρυθμίσεις στον Κανονισμό (ΕΚ) 261/2004<sup>83</sup>, στον οποίο θεσπίζονται τα ελάχιστα δικαιώματα των επιβατών στις παρακάτω περιπτώσεις:

- α) άρνηση επιβίβασης παρά τη θέλησή τους
- β) ματαίωση της πτήσης τους

<sup>81</sup> Για εκτενή ανάλυση βλ. Λέντζη (2009).

<sup>82</sup> Το κείμενο του Κανονισμού, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:01997R2027-20020530>

<sup>83</sup> Το κείμενο του Κανονισμού, όπως αυτό σήμερα ισχύει μετά τις τροποποιήσεις που έχει υποστεί, είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:02004R0261-20050217>

γ) καθυστέρηση της πτήσης τους.

Οι διατάξεις του Κανονισμού εφαρμόζονται τόσο στους επιβάτες που αναχωρούν από όσο και αυτούς που αφικνούνται σε αερολιμένα κράτους – μέλους. Προϋπόθεση εφαρμογής αποτελεί ότι οι επιβάτες έχουν επιβεβαιωμένη κράτηση στη συγκεκριμένη πτήση και παρουσιάζονται στον έλεγχο εισιτηρίων χωρίς δική τους καθυστέρηση.

Ειδικότερα, σύμφωνα με τον Κανονισμό, όταν αερομεταφορέας εκτιμά ότι θα προβεί σε **άρνηση επιβίβασης** σε κάποια πτήση, αναζητεί κατά πρώτον επιβάτες διατεθειμένους να παραιτηθούν από τις κρατήσεις τους ("εθελοντές") με αντάλλαγμα κάποιο όφελος. Εάν δεν παρουσιασθεί αρκετός αριθμός εθελοντών έτσι ώστε να επιτραπεί στους εναπομένοντες επιβάτες με κρατήσεις να επιβιβασθούν στο αεροσκάφος, ο αερομεταφορέας μπορεί τότε να αρνηθεί σε επιβάτες την επιβίβαση παρά τη θέλησή τους με ταυτόχρονη αποζημίωσή τους. Εν προκειμένω, οι αερομεταφορείς αποδίδουν ιδιαίτερη προσοχή στις ανάγκες των προσώπων μειωμένης κινητικότητας και των τυχόν συνοδών τους.

Σε **περίπτωση ματαίωσης ή άρνησης επιβίβασης** σε μια πτήση, οι επιβάτες δικαιούνται<sup>84</sup>:

- α) αποζημίωση του εισιτηρίου τους εντός προθεσμίας επτά ημερών, ή πτήση επιστροφής προς το αρχικό σημείο αναχώρησής τους ή τη μεταφορά τους στον τελικό τους προορισμό
- β) φροντίδα (γεύματα και αναψυκτικά, διανυκτέρευση σε ξενοδοχείο, μεταφορά μεταξύ αερολιμένα και καταλύματος, δυνατότητα δωρεάν πραγματοποίησης δύο τηλεφωνημάτων ή αποστολής δύο τηλετύπων ή δύο ομοιοτυπιών ή δύο μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου)
- γ) αποζημίωση της οποίας το ύψος ορίζεται σε:
  - 250 ευρώ για όλες τις πτήσεις έως και 1.500 χιλιομέτρων
  - 400 ευρώ για όλες τις ενδοκοινοτικές πτήσεις άνω των 1.500 χιλιομέτρων και όλες τις άλλες πτήσεις μεταξύ 1.500 και 3.500 χιλιομέτρων
  - 600 ευρώ για όλες τις πτήσεις που δεν εμπίπτουν στα παραπάνω στοιχεία.

Ως προς τις **καθυστερήσεις πτήσεων**, ο Κανονισμός θεσπίζει καθεστώς που περιλαμβάνει τρεις κατηγορίες ποινών:

<sup>84</sup> Παράθεση από την ιστοσελίδα της ΕΕ: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/protection\\_of\\_consumers/l24173\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/protection_of_consumers/l24173_el.htm)

- α) σε μεγάλες καθυστερήσεις (δύο ώρες ή περισσότερο ανάλογα με την απόσταση της πτήσης), οι επιβάτες δικαιούνται φροντίδα, η οποία συνίσταται σε όσα αμέσως ανωτέρω παρατέθηκαν
- β) αν ο χρόνος αναχωρήσεως προβλέπεται για την επόμενη μέρα, τότε οι επιβάτες δικαιούνται επίσης διανυκτέρευση σε ξενοδοχείο και μεταφορά μεταξύ αερολιμένα και καταλύματος
- γ) αν η καθυστέρηση είναι τουλάχιστον πέντε ώρες, οι επιβάτες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα στην επιστροφή του πλήρους αντιτίμου του εισιτηρίου τους, καθώς επίσης, κατά πόσο συντρέχει η περίπτωση πτήση επιστροφής στο αρχικό σημείο αναχώρησής του.

Τέλος, σε περίπτωση τοποθέτησης επιβάτη σε θέση κατώτερη από εκείνη για την οποία αγοράσθηκε το εισιτήριο, ο αερομεταφορέας επιστρέφει εντός επτά ημερών, το 30%, το 50% ή το 75% της τιμής του εισιτηρίου, ανάλογα με την απόσταση της πτήσης, κατά απόλυτη αντιστοιχία σε όσα αναγράφονται ανωτέρω ως προς την αποζημίωση σε περίπτωση ματαίωσης πτήσης ή άρνησης επιβίβασης.

### *iii) Θαλάσσιες μεταφορές*

Λιγότερο λεπτομερείς, χωρίς να στερούνται σημασίας, είναι οι ρυθμίσεις στον τομέα των θαλασσίων μεταφορών, στις οποίες περιλαμβάνονται και οι μεταφορές μέσω εσωτερικών υδάτων (π.χ. ποταμοί, λίμνες κτλ.). Ωστόσο, στις ρυθμίσεις του σχετικού Κανονισμού (ΕΕ) 1177/2010<sup>85</sup> δεν υπάγονται οι μεταφορές στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- α) με πλοία πιστοποιημένα να μεταφέρουν έως 12 επιβάτες
- β) με πλοία που έχουν πλήρωμα υπεύθυνο για τη λειτουργία του πλοίου μέχρι τρία άτομα ή όταν η απόσταση της συνολικής υπηρεσίας μεταφοράς επιβατών είναι μικρότερη από 500 μέτρα, σε απλή μετάβαση
- γ) σε εκδρομές περιήγησης και ξενάγησης εκτός από κρουαζιέρες
- δ) σε πλοία που δεν προωθούνται με μηχανικά μέσα, καθώς και σε πρωτότυπα και μεμονωμένα ομοιώματα ιστορικών επιβατηγών πλοίων που σχεδιάστηκαν πριν από το 1965, που κατασκευάστηκαν κυρίως με τα πρωτότυπα υλικά και είναι πιστοποιημένα να μεταφέρουν έως 36 επιβάτες.

---

<sup>85</sup> Το κείμενο του Κανονισμού είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A32010R1177>

Στον Κανονισμό ορίζεται ρητά ότι απαγορεύεται σε μεταφορείς, ταξιδιωτικούς πράκτορες και διοργανωτές ταξιδιών να αρνούνται να δεχθούν κράτηση, να εκδώσουν ή να παράσχουν κατ' άλλο τρόπο εισιτήριο ή να επιβιβάσουν **άτομα** λόγω μόνο της **αναπηρίας ή μειωμένης κινητικότητας**. Εξαίρεση προβλέπεται μόνο στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- α) για να συμμορφωθούν προς τις ισχύουσες απαιτήσεις ασφαλείας που ορίζει το διεθνές, ενωσιακό ή εθνικό δίκαιο ή τις απαιτήσεις ασφαλείας που ορίζουν οι αρμόδιες αρχές,
- β) εάν ο σχεδιασμός του επιβατηγού πλοίου ή η υποδομή και ο εξοπλισμός του λιμένα, συμπεριλαμβανομένων των λιμενικών τερματικών σταθμών, καθιστά αδύνατο να πραγματοποιηθεί η επιβίβαση, η αποβίβαση ή η μεταφορά του εν λόγω ατόμου με ασφαλή ή λειτουργικά εφικτό τρόπο.

Σε περίπτωση που αρνούνται να δεχθούν κράτηση, να εκδώσουν ή να παράσχουν κατ' άλλο τρόπο εισιτήριο για τους ανωτέρω λόγους, οι μεταφορείς, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες και οι διοργανωτές ταξιδιών καταβάλλουν κάθε εύλογη προσπάθεια για να προσφέρουν στον ενδιαφερόμενο αποδεκτή εναλλακτική μεταφορά με υπηρεσία μεταφοράς επιβατών ή κρουαζιέρα που διενεργείται από τον μεταφορέα.

Ρυθμίσεις υφίστανται στον Κανονισμό και σε περίπτωση ματαίωσης, διακοπής ταξιδιού, καθυστέρησης κτλ., κατ' αντίστοιχο τρόπο με ό,τι συμβαίνει ως προς τις αεροπορικές μεταφορές.

Σε **περίπτωση ματαίωσης ή καθυστερημένης αναχώρησης**, ο μεταφορέας ή ο διαχειριστής του λιμένος οφείλει να ενημερώσει του επιβάτες σχετικά το αργότερο 30 λεπτά μετά την προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης. Σε περίπτωση που η καθυστέρηση αναμένεται να καθυστερήσει πάνω από 90 λεπτά (ή αναμένεται να ματαιωθεί) οι επιβάτες δικαιούνται δωρεάν ελαφρά γεύματα, γεύματα ή αναψυκτικά ανάλογα με το χρόνο αναμονής, εφόσον είναι διαθέσιμα ή μπορούν ευλόγως να εξασφαλισθούν. Σε περίπτωση που απαιτείται και διανυκτέρευση, οι επιβάτες δικαιούνται επιπλέον ενδεδειγμένο κατάλυμα, στο πλοίο ή στην ξηρά (είναι δυνατή η θέσπιση ανώτατου ορίου 80 ευρώ ανά διανυκτέρευση, για τρεις διανυκτερεύσεις ανά άτομο).

Στην περίπτωση καθυστέρησης άνω των 90 λεπτών ή ματαίωσης οι επιβάτες επιλέγουν μεταξύ:



- α) μεταφοράς με άλλο δρομολόγιο προς τον τελικό προορισμό, υπό συγκρίσιμες συνθήκες μεταφοράς, όπως ορίζεται στη σύμβαση μεταφοράς, το ταχύτερο δυνατόν και χωρίς επιπλέον κόστος και
- β) επιστροφής της τιμής του εισιτηρίου και, εάν συντρέχει περίπτωση, δωρεάν υπηρεσίας επιστροφής στο αρχικό σημείο αναχώρησης, όπως ορίζεται στη σύμβαση μεταφοράς, το ταχύτερο δυνατόν.

Επίσης, σε **περίπτωση καθυστέρησης στην άφιξη**, ο επιβάτης δικαιούται αποζημίωση επί της τιμής του εισιτηρίου, 25% ή 50%, ανάλογα με το μέγεθος της καθυστέρησης και την προγραμματισμένη διάρκεια του ταξιδιού, όπως αναλυτικά προβλέπεται στο άρθρο 19 του Κανονισμού.

#### *iv) Λεωφορεία και πούλμαν*

Τέλος, σε σχέση με τα δικαιώματα των καταναλωτών που προβλέπονται από την ενωσιακή νομοθεσία στον τομέα των μεταφορών, ο Κανονισμός (ΕΕ) 181/2011<sup>86</sup> ρυθμίζει τα δικαιώματα των επιβατών λεωφορειών και πούλμαν. Σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού αυτού, γίνεται διάκριση ως προς δύο επιμέρους υποκατηγορίες: τα ταξίδια αποστάσεων άνω των 250 χλμ. και του συνόλου των ταξιδιών, περιλαμβανομένων και αυτών αποστάσεως μικρότερης των 250 χλμ.

Τα δικαιώματα των καταναλωτών – επιβατών στην πρώτη περίπτωση είναι:

- α) ελαφρά γεύματα, γεύματα και αναψυκτικά ή και διανυκτερεύσεις σε κατάλυμα σε περίπτωση καθυστέρησης άνω των 90 λεπτών ταξιδιού προγραμματισμένης διάρκειας άνω των 3 ωρών (με δυνατότητα θέσπισης ανώτατου ορίου ευθύνης αντίστοιχου με αυτού των θαλασσιών μεταφορών)
- β) αποζημίωση της τιμής του εισιτηρίου λόγω υπεράριθμων κρατήσεων που προκαλούν ματαίωση ή καθυστέρηση άνω των 2 ωρών από την προγραμματισμένη ώρα αναχώρησης
- γ) αποζημίωση 50% της τιμής του εισιτηρίου σε περίπτωση ματαίωσης ή καθυστέρησης άνω των 2 ωρών, σε περίπτωση προσφοράς εναλλακτικού τρόπου μεταφοράς
- δ) έγκαιρη και κατάλληλη πληροφόρηση σε περίπτωση ματαίωσης ή καθυστέρησης αναχώρησης

<sup>86</sup> Το κείμενο του Κανονισμού είναι ελεύθερα διαθέσιμο στην οικεία ιστοσελίδα της ΕΕ: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A32011R0181>

ε) κάλυψη επιβατών σε περίπτωση θανάτου, τραυματισμού, υλικών ζημιών σε περίπτωση τροχαίων ατυχημάτων

στ) παροχή ειδικής συνδρομής χωρίς επιπλέον επιβάρυνση σε περιπτώσεις ατόμων με αναπηρία ή κινητικές δυσκολίες

Στην δεύτερη περίπτωση, τα αντίστοιχα δικαιώματα των επιβατών είναι (αποκλειστικά τα ακόλουθα ως προς τα ταξίδια απόστασης κάτω των 250 χλμ. και επιπλέον των προαναφερθέντων για τα ταξίδια μεγαλύτερων αποστάσεων):

α) αποχή από κάθε διάκριση λόγω ιθαγένειας ή λόγω ύπαρξης αναπηρίας ή κινητικής δυσκολίας

β) παροχή της αναγκαίας πληροφόρησης με τους κατάλληλους τρόπους (κατ' αντιστοιχία με τα προαναφερθέντα ως προς τις λοιπές κατηγορίες μεταφορών)

γ) δυνατότητα υποβολής και διαχείρισης παραπόνων

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αποφεύγοντας τον περιορισμό στην απλή παράθεση των νομοθετικών ρυθμίσεων, εθνικών και ενωσιακών, που έχουν θεσπιστεί για την προστασία του καταναλωτή, και προσπαθώντας την επίτευξη άντλησης γενικότερων συμπερασμάτων, τα ακόλουθα μπορούν να επισημανθούν.

### α) Εύρος διατάξεων

Η συνοπτική φύση της παρούσας, αλλά και το κοινό που αποτελεί αποδέκτη της, διαμορφώνουν ως αναγκαίο κακό την έλλειψη πληρότητας παρουσίασης του νομοθετικού πλαισίου προστασίας του καταναλωτή. Στην πραγματικότητα, αυτό που επιδιώκεται είναι μία κατά το δυνατόν συνοπτική και περιεκτική απόδοση των κεντρικών αρχών και διατάξεων του δικαικού αυτού κλάδου.

Ακόμη κι έτσι, όμως, προκύπτει ευχερώς το συμπέρασμα ότι υφίσταται μία πληθώρα διατάξεων, τόσο εθνικών, όσο και ενωσιακών, με τις τελευταίες να έχουν τον κύριο λόγο, καθώς κατά κανόνα υπαγορεύουν και τις πρώτες.

Η πληθώρα αυτή, στο βαθμό που αφορά ειδικές κατηγορίες συναλλαγών και δεν πρόκειται για γενικές διατάξεις, δικαιολογείται από την πολυπλοκότητα της σύγχρονης κοινωνικο-οικονομικής οργάνωσης. Ωστόσο, καταλήγουν στο αποτέλεσμα να είναι απρόσιτες ή και άγνωστες όχι μόνο για τον μη επιμελή καταναλωτή, αλλά ακόμη και για τον επιμελή καταναλωτή. Στην πραγματικότητα, ακόμη και οι ειδικοί επί του αντικειμένου (νομικοί) συχνά αγνοούν κρίσιμες παραμέτρους του δικαίου προστασίας του καταναλωτή, με την εξαίρεση κάποιων μόνο από αυτούς, που είναι εξειδικευμένοι στον κλάδο αυτό του δικαίου.

Προκειμένου, λοιπόν, οι διατάξεις του δικαίου προστασίας του καταναλωτή να μην παραμένουν κενό γράμμα ή απλά ευχολόγια, είναι απαραίτητο να καταστούν κτήμα όλων: καταναλωτών, προμηθευτών και προ πάντων νομικών. Σε αυτήν την κατεύθυνση, οι ακόλουθες προτάσεις θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν:

- Πραγματοποίηση ευρείας έκτασης ενημερωτικών πρωτοβουλιών. Οι πρωτοβουλίες αυτές δεν πρέπει να περιορίζονται στις συνήθεις καμπάνιες που έχουν ως κοινό τους ούτως ή άλλως γνώστες του αντικειμένου. Αντιθέτως, πρέπει να προσεγγίζουν όλους τους εμπλεκόμενους παράγοντες, προμηθευτές και καταναλωτές, με απλά καθημερινά

παραδείγματα που θα δημιουργήσουν το ερέθισμα σε αυτούς να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες.

- Συγκέντρωση του δικαίου προστασίας του καταναλωτή σε λίγα νομοθετήματα. Ο ν. 2251/1994 αποτελεί ένα καλό παράδειγμα, καθώς συγκεντρώνει – όπως εκτέθηκε στο πρώτο μέρος της παρούσας – μία σειρά διατάξεων, σε μεγάλο βαθμό γενικής εφαρμογής. Ωστόσο, δεν καλύπτει παρά μόνο ένα μικρό μέρος του όλου δικαίου προστασίας του καταναλωτή. Κατά συνέπεια, απαιτούνται εκτενέστερες προσπάθειες σε αυτήν την κατεύθυνση, με συγκρότηση ενός Κώδικα, όπως είναι ο Αστικός ή ο Ποινικός. Στην πραγματικότητα, βέβαια, λόγω των ήδη αναφερθέντων χαρακτηριστικών (ενωσιακή προέλευση και εφαρμογή του δικαίου αυτού), η κωδικοποίηση αυτή είναι απαραίτητο να γίνει σε ενωσιακό και όχι εθνικό επίπεδο.

## β) Εφαρμογή διατάξεων

Ακόμη και χωρίς να γίνει σχετική επιστημονική – στατιστική έρευνα, αλλά με βάση την καθημερινή εμπειρία του καθενός, προκύπτει αβίαστα το συμπέρασμα ότι πολλές από τις διατάξεις του δικαίου προστασίας του καταναλωτή δεν εφαρμόζονται και ακόμη περισσότερες δεν εφαρμόζονται πλήρως ή καταστρατηγούνται.

Ίσως το πρώτο παράδειγμα που έρχεται στο μυαλό κάποιου είναι οι καταχρηστικοί ΓΟΣ, τα περίφημα «ψιλά γράμματα». Ωστόσο, έστω και μετά από πολύχρονες δικαστικές διαδικασίες, έχει αποδειχθεί ότι ως έναν τουλάχιστον βαθμό οι σχετικές διατάξεις βρίσκουν εφαρμογή, με χαρακτηριστικότερο παράδειγμα, όπως έχει ήδη αναφερθεί, τους ΓΟΣ των τραπεζικών συμβάσεων.

Στην πραγματικότητα, το πλέον χαρακτηριστικό παράδειγμα ατελούς εφαρμογής των διατάξεων του δικαίου προστασίας του καταναλωτή ή καταστρατήγησής τους μπορεί να αντληθεί από τον χώρο της διαφήμισης και των εμπορικών πρακτικών εν γένει.

Έτσι, μπορεί για παράδειγμα να τηρούνται οι τύποι (π.χ. τηλεοπτικές διαφημίσεις παιχνιδιών προβάλλονται μόνο μετά τις 22.00 ή σε κάθε εκπομπή που αυτό συμβαίνει, υπάρχει επισήμανση ότι περιέχεται τοποθέτηση προϊόντος), όμως επί του περιεχομένου, πολύ συχνά η διαφήμιση απέχει από τις κατευθύνσεις που ο νόμος επιτάσσει. Ενδεικτικώς μόνο αναφέρονται κάποια γενικά παραδείγματα:

- Πολλές διαφημίσεις, όπως π.χ. σε αλκοολούχα ποτά, απέχουν πολύ από το να θεωρηθούν διαφημίσεις των εν λόγω προϊόντων, αφού στην πραγματικότητα δεν περιγράφουν ούτε μία ιδιότητά τους, αλλά προσπαθούν να «πατήσουν» στο συναίσθημα του αποδέκτη των διαφημιστικών μηνυμάτων.
- Η άμεση διαφήμιση (τηλεφωνική ή μέσω e-mail) πολύ συχνά πραγματοποιείται με βάση βάσεις στοιχείων επικοινωνίας καταναλωτών που διακινούνται στη «μαύρη αγορά» και που σε καμία περίπτωση δεν πληρούν την προϋπόθεση της ρητής συγκατάθεσης του αποδέκτη άμεσης διαφήμισης.
- Συχνές είναι οι προσφορές «κράχτες» που όμως αντιστοιχούν σε εξαιρετικά περιορισμένο αριθμό προσφερόμενων τεμαχίων
- Πολύ συχνές είναι οι παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές που συνίστανται σε προσφορές – εκπτώσεις οι οποίες είτε δεν είναι πραγματικές, καθώς συνίστανται σε δήθεν έκπτωση με βάση ανατιμημένο προϊόν / υπηρεσία, είτε δεν είναι για περιορισμένο χρονικό διάστημα, αλλά διατηρούνται ακόμη και για ολόκληρα χρόνια.
- Σε συγκεκριμένες κατηγορίες προϊόντων / υπηρεσιών (π.χ. τηλεπικοινωνίες ή παλαιότερα τραπεζικά προϊόντα) οι αλλεπάλληλες τηλεφωνικές κλήσεις, χωρίς σεβασμό αντιθέτου περιεχομένου αιτημάτων του καταναλωτή, αποτελούν τον κανόνα
- Είναι συχνό το φαινόμενο προσέγγισης καταναλωτών που δήθεν κέρδισαν κάποιο προϊόν / υπηρεσία δωρεάν, αλλά εν τέλει καλούνται εν τέλει να πληρώσουν για το ίδιο ή για συμπληρωματικό προϊόν / υπηρεσία.

Περαιτέρω παραδείγματα δεν είναι απαραίτητο να παρατεθούν, αν και η περιπτωσιολογία τους θα μπορούσε να αποτελέσει το περιεχόμενο ολόκληρου βιβλίου. Και τα παραδείγματα όμως αυτά αρκούν προκειμένου να διαπιστωθεί η ανάγκη ανάληψης δράσης τόσο από τις εποπτικές αρχές, όσο και από τις οργανωμένες κινήσεις καταναλωτών προκειμένου οι διατάξεις να εφαρμόζονται πλήρως και να μην καταστρατηγούνται. Ίδιο συμφέρον έχουν και οι μη παραβατικοί προμηθευτές, καθώς στην πραγματικότητα υφίστανται αθέμιτο ανταγωνισμό από τους συναδέλφους τους που αντλούν πλεονέκτημα στην αγορά μέσα από τις παραβάσεις ή τις καταστρατηγήσεις νομικών διατάξεων.

### γ) Δίκαιο προστασίας καταναλωτή και μάρκετινγκ

Ο προφανής λόγος για τον οποίο όλα τα ανωτέρω έχουν αξία για τα στελέχη του χώρου του μάρκετινγκ είναι ότι σημαντικό τμήμα του διέπει τον τομέα δραστηριοποίησής τους, ήτοι την διαφήμιση και τις εν γένει εμπορικές πρακτικές.

Προφανής επίσης λόγος είναι ότι στελέχη του μάρκετινγκ μπορεί να χρειαστεί να απασχοληθούν είτε από κρατικούς οργανισμούς και αρχές είτε από ενώσεις καταναλωτών, προκειμένου να προωθήσουν την γνώση και εφαρμογή των κανόνων που διέπουν αυτόν τον κλάδο δικαίου.

Ωστόσο, οι λόγοι που καθιστούν επιτακτική την έστω και γενική γνώση του αντικείμενου για τα στελέχη του χώρου του μάρκετινγκ εκτείνονται και πέραν των προφανών προαναφερθέντων.

Στην πραγματικότητα, έγκειται ακριβώς στους ανθρώπους του χώρου του μάρκετινγκ να μετατρέψουν την συμμόρφωση προμηθευτών με το δίκαιο του καταναλωτή από μειονέκτημα (έναντι αυτών που αντλούν αθέμιτα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα παραβιάζοντάς το) σε πλεονέκτημα.

Αυτό πράγματι έχει αρχίσει ήδη να συμβαίνει. Είναι συχνό παράδειγμα πλέον η διαφήμιση μίας εταιρείας να μην αφορά αυτό καθαυτό το παρεχόμενο προϊόν / υπηρεσία, αλλά την ποιότητα της τηλεφωνικής και όχι μόνο εξυπηρέτησης των πελατών της. Αντίστοιχα, αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα προμηθευτών έναντι των ανταγωνιστών τους η παροχή εκτεταμένων εγγυήσεων, ειδικώς σε καταναλωτικά αγαθά υψηλού κόστους.

Εν γένει, ένας προμηθευτής που γνωρίζει και εφαρμόζει συστηματικά στη δραστηριότητά του το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, είναι σε θέση να αντλήσει σημαντικά οφέλη:

- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών του
- Οικοδόμηση καλής φήμης για την επιχείρησή του
- Αποφυγή πολυδάπανων (όχι μόνο οικονομικά) δικαστικών διαμαχών με δυσαρεστημένους καταναλωτές.

Κατά συνέπεια, όσο ξένο και να φαίνεται σε πρώτη ανάγνωση το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή με το αντικείμενο του μάρκετινγκ, θα πρέπει να επιδιώκεται η κατά το δυνατόν γνώση του, ειδικώς στο βαθμό που ένα στέλεχος του χώρου απασχολείται στην προώθηση εμπορικών προϊόντων ή υπηρεσιών.

Στο βαθμό που η παρούσα έχει έστω στοιχειωδών δώσει τα σχετικά ερεθίσματα, οι συντάκτριές της μπορούν να θεωρήσουν ότι έχουν, έστω εν μέρει, πετύχει το στόχο τους.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### 1) Ξενόγλωσση

- Devenney, James και Kenny, Mel (2012) *European consumer protection : theory and practice*, Cambridge: Cambridge University
- Karakostas, Ioannis (2012) *Consumer Protection Law*, Athens: Nomiki Bibliothiki
- Kozinets, Robert V. και Handelman, Jay M. (2004) Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism, and Ideology, *Journal of Consumer Research*, Vol. 31, No. 3 (Δεκέμβριος 2004), σελ. 691-704
- Weatherill , Stephen (1997) *EC consumer law and policy*, London: Longman

### 2) Ελληνική

- Αλεξανδρίδου, Ελίζα (επιμ.) (2008) *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή*, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Αλεξανδρίδου, Ελίζα και Γιοβαννόπουλος, Ρήγας (επιμ.) (2010) *Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου : ελληνικό και κοινοτικό*, Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα
- Βάρκα-Αδάμη, Αλεξάνδρα (2010) *Εισαγωγή στο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή*, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Γεωργιακάκη-Σπυριδάκη, Εμμανουέλλα (επιμ.) (2010) *Νόμος 2251/1994 προστασία καταναλωτών*, Αθήνα, Κομοτηνή: Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα
- Δέλλιος, Γεώργιος (2013) *Γενικοί όροι συναλλαγών : ατομική και συλλογική προστασία των καταναλωτών από την έλλειψη ουσιαστικής διαπραγμάτευσης των όρων της σύμβασης*, 2<sup>η</sup> έκδ., Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα
- Δελούκα – Ιγγλέση, Κορνηλία (2010) *Διαφήμιση και αθέμιτες εμπορικές πρακτικές Σε Εθνική Σχολή Δικαστών, Σύγχρονα προβλήματα και θέσεις της νομολογίας στις νέες μορφές συμβάσεων, στο δίκαιο του ανταγωνισμού και της προστασίας του καταναλωτή*, σελ. 215 επ., Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Ζέη, Ειρήνη (2008) *Διαφήμιση και παιδιά*, Αθήνα, Κομοτηνή: Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα



- Ιγγλεζάκης, Ιωάννης (2009) *Το δίκαιο του ηλεκτρονικού εμπορίου (Επιτομή)*, Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα
- Καρακώστας, Ιωάννης (2004) *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή*, 1<sup>η</sup> έκδ., Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Καρακώστας, Ιωάννης (2008) *Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή*, 2<sup>η</sup> έκδ., Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Κοκκίνης, Λουκάς (2002) *Το πρότυπο του καταναλωτή στην παραπλανητική διαφήμιση*, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Κουτσουράδης, Αχιλλέας (2000) *Βασική τουριστική νομοθεσία*, Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα
- Λέντζης, Δημοσθένης (2009) *Δικαιώματα επιβατών αεροπορικών μεταφορών*, Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα
- Μπρεδήμας, Αντώνης (επιμ.) (2007) *Ασφάλεια τροφίμων και δίκαιο : όψεις ελληνικού, ευρωπαϊκού & διεθνούς δικαίου*, Αθήνα, Κομοτηνή: Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα
- Παπαγεωργίου, Δημήτριος (2010) Έννομα αγαθά του καταναλωτή και αξιόποινες προσβολές τους. Σε Εθνική Σχολή Δικαστών, *Σύγχρονα προβλήματα και θέσεις της νομολογίας στις νέες μορφές συμβάσεων, στο δίκαιο του ανταγωνισμού και της προστασίας του καταναλωτή*, σελ. 261 επ., Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη
- Σταθόπουλος, Μιχαήλ Π. (1998) *Γενικό Ενοχικό Δίκαιο*, 3<sup>η</sup> έκδ., Αθήνα, Κομοτηνή: Εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα
- Τζίβα, Έφη (2007) *Το ηλεκτρονικό εμπόριο φαρμάκων*, Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα