



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ
ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ



Ανεξάρτητη Αρχή

ΣΧΕΔΙΟ ΚΩΔΙΚΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

Αποτελεί κοινή ομολογία ότι η εφαρμογή ενός Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας ως κείμενο νομικού χαρακτήρα με δεσμευτικές διατάξεις για τους αποδέκτες του υπήρξε ζητούμενο επί πολλά χρόνια για τη χώρα μας, η οποία πράγματι υστέρησε στον τομέα του καταρτισμού κανόνων για τη λειτουργία της αγοράς μέσω των οποίων να επιβάλλεται με τρόπο αποτελεσματικό, κοινωνικά ευαίσθητο και σύγχρονο προς τα νέα επιχειρηματικά δεδομένα ο αυτοπεριορισμός των επαγγελματιών.

Είναι μεγάλη χαρά μου που η νεοσύστατη Αρχή, της οποίας προΐσταμαι εγκαινιάζει την έναρξη της επίσημης λειτουργίας της με τη θέσπιση και την προσφορά για δημόσια διαβούλευση ενός τόσο σημαντικού κειμένου, το οποίο εκφράζει εν πολλοίς την ακλόνητη πεποίθησή μας ότι οι καταναλωτικές συναλλαγές δεν θα πρέπει να συνιστούν μια εκ των άνω επιβολή κανόνων που σχεδιάστηκαν ερήμην του καταναλωτή, αλλά να ενσωματώνουν το στοιχείο της πρότερης διαβούλευσης ανάμεσα στα συναλλησσόμενα μέρη, ώστε να επιτυγχάνεται στον μέγιστο δυνατό βαθμό ο αλληλοσεβασμός και να προτάσσεται η ηθική διάσταση της αγοράς.

Το σχέδιο του προτεινομένου Κώδικα συνιστά προϊόν μιας επίπονης και μακράς προσπάθειας συνυπολογισμού όλων των παραμέτρων και των συνθηκών που διαμορφώνουν και επηρεάζουν το σύγχρονο συναλληλακτικό περιβάλλον της αγοράς. Η τελική μορφή που θα πάρει θα εξαρτηθεί βεβαίως από τις παρατηρήσεις ή τις επισημάνσεις για αλλαγές και προσθήκες που θα προταθούν από κάθε ενδιαφερόμενο μέρος. Έχω τη βεβαιότητα ότι η συγκεκριμένη πρωτοβουλία της Αρχής μας θα αποτελέσει πεδίο γόνιμου προβληματισμού για το σύνολο της κοινωνίας, ώστε όλοι μαζί να συντελέσουμε στη διαμόρφωση ενός στέρεου και καθολικά αποδεκτού ρυθμιστικού πλαισίου που θα προωθεί τον σεβασμό στην αξιοπρέπεια και τα δικαιώματα του καταναλωτή, χωρίς να θίγεται ο καθ' όλα θεμιτός στόχος των αξιόπιστων και σύννομα λειτουργούντων προμηθευτών να αποκομίζουν κέρδη από τις εμπορικές τους δραστηριότητες.

Γιάννης Δ. Αδαμόπουλος
Συνήγορος του Καταναλωτή

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το παρόν σχέδιο Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας (ΚΚΔ) εκπονήθηκε από τον Συνήγορο του Καταναλωτή (ΣτΚ). Οι ρυθμίσεις του θα τεθούν σε δημόσια διαβούλευση ώστε να διαμορφωθεί η τελική πρόταση που θα υποβληθεί προς το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών στο πλαίσιο του άρθρου 7 του ν. 3297/2004 (ΦΕΚ Α' 259/23.12.2004) «Συνήγορος του Καταναλωτή: Ρύθμιση θεμάτων του Υπουργείου Ανάπτυξης και άλλες διατάξεις». Όπως προβλέπεται από τον νόμο, ο Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας στην τελική μορφή του θα κυρωθεί με Προεδρικό Διάταγμα εκδιδόμενο ύστερα από πρόταση του Υπουργού Ανάπτυξης.

Το σημαντικότερο γνώρισμα των Κωδίκων Δεοντολογίας που γνωρίζουμε από τη μέχρι σήμερα εμπειρία είναι ότι καταρτίστηκαν μονομερώς από τους επαγγελματίες που καλούνται να τους εφαρμόσουν. Δεν απαιτήθηκε, λόγου χάριν, προηγούμενη διαβούλευση γιατρών-ασθενών, δημοσιογράφων-αναγνωστών, τραπεζών-συναλληλασσομένων, δικηγόρων-πελιτών. Το στοιχείο της προηγούμενης διαβούλευσης μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών είναι αυτό που αναδεικνύει την ηθική διάσταση αυτής της προσπάθειας, η οποία επιχειρεί να συνδυάσει τους υφιστάμενους κανόνες Δικαίου με το εθιμικό Δίκαιο και την ηθική. Ακόμη, δικαιολογεί περαιτέρω την κανονιστική περιβολή του Κώδικα με Προεδρικό Διάταγμα.

Έτσι, οι νέοι Κώδικες Δεοντολογίας, όπως ο ΚΚΔ, δεν αποτελούν απλώς συστηματοποιημένες συλλογές αυτορυθμιστικών κανόνων σε κάθε τομέα. Αντίθετα, συνιστούν μία εναλλακτική κατηγορία κανόνων μέσω των οποίων -και σε αλληλεπίδραση με τους κανόνες Δικαίου- επιβάλλεται ο αυτοπεριορισμός των επαγγελματιών και η συμμόρφωσή τους με τις ρυθμίσεις που είναι ταγμένες στην προστασία των καταναλωτών.

Στον Κώδικα αυτόν καθορίζονται οι αρχές που πρέπει να διέπουν τη συναλλακτική συμπεριφορά και τις σχέσεις μεταξύ προμηθευτών-καταναλωτών και των ενώσεών τους. Ενόψει της εμπειρίας από τη δράση των ενώσεων καταναλωτών στην Ελλάδα, αλλά και της διαρκούς παραβατικότητας ορισμένων προμηθευτών σε βάρος των συμφερόντων των καταναλωτών, ο παρών Κώδικας δεν αποτελεί ένα ακόμα εργαλείο εθελοντικής συμμόρφωσης. Αντίθετα, κατά συνειδητή επιλογή του νομοθέτη, αποτελεί ένα κείμενο νομικού χαρακτήρα που, όπως εξειδικεύεται σε κάθε περίπτωση, δεσμεύει τους αποδέκτες του. Προμηθευτές και καταναλωτές θα έχουν τη δυνατότητα να καταθέσουν τις απόψεις τους στο πλαίσιο του δημοκρατικού διαλόγου που θα προηγηθεί της υιοθέτησής του.

Απώτερος σκοπός της θέσπισης του Κώδικα είναι να αποτελέσει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο αρχών συναλλακτικής συμπεριφοράς, το οποίο, σε συνδυασμό με τις ειδικές ρυθμίσεις της νομοθεσίας για την προστασία του καταναλωτή και τις αποφάσεις των αρμόδιων κανονιστικών αρχών ανά τομέα δραστηριότητας (τραπεζικός και χρηματοπιστωτικός τομέας, κεφαλαιαγορά, ενέργεια, ηλεκτρονικές επικοινωνίες, προστασία απορρήτου και προσωπικών δεδομένων κ.λπ), θα διασφαλίζει μεν την προστασία του καταναλωτή, χωρίς όμως να επιβάλλει υπέρμετρες, επαχθείς και δυσανάλογες δεσμεύσεις κατά των επαγγελματιών και των επιχειρήσεων σε μία ανοικτή και ανταγωνιστική αγορά προϊόντων και υπηρεσιών.

Για τη σύνταξη του Κώδικα λήφθηκαν υπόψη από τον Συνήγορο του Καταναλωτή, εκτός από το προσχέδιο νόμου του Υπουργείου Ανάπτυξης για την προστασία του καταναλωτή, οι ειδικοί Κώδικες Δεοντολογίας που ισχύουν ανά τομέα επαγγελματικής δραστηριότητας, οι οποίοι εφαρμόζονται κατά περίπτωση συμπληρωματικά προς τον παρόντα Κώδικα.

Σε μία πρώτη κατηγορία κανόνων μπορούν να περιληφθούν Κώδικες Δεοντολογίας που εισήχθησαν στην Ελληνική έννομη τάξη ως κείμενα νόμων, Προεδρικών Διαταγμάτων ή κανονιστικών διατάξεων βάσει ρητής νομοθετικής εξουσιοδότησης, με στόχο τον εκσυγχρονισμό του πλαισίου λειτουργίας νομικά αναγνωρισμένων επαγγελμάτων, όπως ο Κώδικας Ιατρικής Δεοντολογίας, ο Κώδικας Δεοντολογίας ασφαλιστικών πρακτόρων και παραγωγών ασφαλίσεων, ο Κώδικας Δεοντολογίας των αστυνομικών ή ο Κώδικας παροχής τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών.

Πρόκειται για νομοθετικές πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στην προσαρμογή της άσκησης των συναφών επαγγελμάτων στις σύγχρονες συνθήκες και στην εξέλιξη της επιστήμης και της τεχνολογίας, συχνά κατ' εφαρμογή Οδηγιών και Συστάσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η αποδοχή των σχετικών ρυθμίσεων δεν εξαρτάται από τη συναίνεση των προσώπων τα οποία αφορούν, αφού αυτές περιέχουν, εκτός από παραιτήσεις ηθικής άσκησης του λειτουργήματος, και δεσμευτικούς κανόνες συμπεριφοράς για όλους τους αποδέκτες τους.

Η παράβαση των κανόνων αυτών επάγεται συνήθως διοικητικές κυρώσεις κατά των παραβατών, όπως προσωρινή ή οριστική ανάκληση άδειας άσκησης επαγγέλματος ή άδειας λειτουργίας επιχείρησης, προσωρινή παύση από θέσεις του δημοσίου τομέα ή ακόμα επιβολή χρηματικών προστίμων ύστερα από ακρόαση των παραβατών με αποφάσεις του καθ' ύλην αρμόδιου Υπουργού ή ανεξάρτητης εποπτικής Αρχής. Η αρμοδιότητα επιβολής διοικητικών προστίμων είναι συντρέχουσα με τις πειθαρχικές αρμοδιότητες των οικείων πειθαρχικών συμβουλίων των επαγγελματικών ενώσεων και συλλόγων.

Σε μία δεύτερη και πολυπληθέστερη κατηγορία κανόνων εξετάστηκαν επίσης από τον Συνήγορο του Καταναλωτή Κώδικες Δεοντολογίας που έχουν υιοθετηθεί από ενώσεις επαγγελματιών και ισχύουν αποκλειστικά ως εργαλεία αυτορύθμισης, αυτοπεριορισμού και πειθαρχικού ελέγχου των μελών τους. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται ο Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας, ο Κώδικας Δεοντολογίας άσκησης του δικηγορικού λειτουργήματος, ο Κώδικας Τραπεζικής Δεοντολογίας, ο Ελληνικός Κώδικας διαφήμισης-επικοινωνίας, ο Κώδικας Δεοντολογίας πωλήσεων από απόσταση, ο Κώδικας παρόχων υπηρεσιών τηλε-ηχοπληροφόρησης, ο Κώδικας Δεοντολογίας των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας για την προστασία των ανήλικων χρηστών κατά την παροχή υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, ο Κώδικας για την προώθηση μέσω διαδικτύου προϊόντων που αφορούν την υγεία του καταναλωτή, όπως τρόφιμα, ποτά, φάρμακα και συμπληρώματα διατροφής, και ούτω καθεξής.

Ο Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας ανήκει στην πρώτη κατηγορία ρυθμίσεων, στο μέτρο που συστηματοποιεί τους ελάχιστους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς που επιβάλλεται να τηρούνται από τους προμηθευτές τόσο απέναντι στον πολίτη-καταναλωτή όσο και μεταξύ των διάφορων επιχειρήσεων κάθε κλάδου, στο πλαίσιο της εφαρμογής κανόνων υγιούς ανταγωνισμού. Παράλληλα, ο Κώδικας λαμβάνει υπόψη και τις υποχρεώσεις των καταναλωτών και των ενώσεων καταναλωτών, που οφείλουν ομοίως να συμμορφώνονται με τις αρχές της χρηστής και εύρυθμης λειτουργίας που προβλέπονται από τη νομοθεσία, αποφεύγοντας την καταχρηστική ενάσκηση των δικαιωμάτων τους.

Για τον σκοπό αυτό θεσπίζονται, από τη μία πλευρά, γενικοί κανόνες που ισχύουν για όλους ανεξαιρέτως τους προμηθευτές και, από την άλλη, εισάγονται επιπρόσθετες ειδικές υποχρεώσεις ανά τομέα δραστηριότητας που με βάση τη μέχρι σήμερα εμπειρία του καταναλωτικού κινήματος στην Ελλάδα αποτέλεσε εστία παραπόνων, καταγγελιών και δημιουργίας μεγάλου αριθμού καταναλωτικών διαφορών. Μεταξύ αυτών σημαντική θέση καταλαμβάνουν τα τραπεζικά δάνεια και η καταναλωτική πίστη, ο ασφαλιστικός τομέας, ο τουρισμός, ο τομέας των ινστιτούτων αδυνατίσματος και ομορφιάς, κ.λπ.

Ο Κώδικας εφαρμόζεται σε όλο το φάσμα των συναλλαγών με αντικείμενο αγαθά και υπηρεσίες τόσο στον δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα, κατά το προσυμβατικό στάδιο όσο και μετά την κατάρτιση και λήξη της σύμβασης. Αφορά ειδικότερα την παραγωγή, εισαγωγή, μεταποίηση, προώθηση, ενημέρωση, διαφήμιση, λήψη προϊόντων και υπηρεσιών, διεκπεραίωση παραγγελιών, τιμολόγηση, παράδοση, εφάπαξ ή τμηματική είσπραξη του τιμήματος. Εφαρμόζεται ακόμη για την εξυπηρέτηση μετά την πώληση, εγγύηση, συντήρηση, υπαναχώρηση, ακύρωση και επιστροφή των πωληθέντων αγαθών από τους καταναλωτές προς τους προμηθευτές. Η αποδοχή των αρχών και υποχρεώσεων του Κώδικα αποτελεί προϋπόθεση για την εγγραφή κάθε επιχείρησης στο Μητρώο Προμηθευτών του Υπουργείου Ανάπτυξης.

Κατά τη γνώμη του Συνηγόρου του Καταναλωτή η υιοθέτηση του Κώδικα θα ήταν σκόπιμο να συνοδευτεί με την εισαγωγή ενός συστήματος δημοσιότητας και πιστοποίησης των επιχειρήσεων υπό την αιγίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης, που θα καταλήγει στην απονομή ενός «σήματος εμπιστοσύνης» προς τις επιχειρήσεις που αποδεδειγμένα συμμορφώνονται προς αυτόν και αντίστοιχα στη δημοσιοποίηση των στοιχείων των επιχειρήσεων που τεκμηριωμένα τον παραβιάζουν.

► Άρθρο 1 – Σκοπός και πεδίο εφαρμογής

1. Σκοπός του Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας (ΚΚΔ) είναι η θέσπιση αρχών συναλληλακτικής συμπεριφοράς των προμηθευτών αγαθών και υπηρεσιών του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και η ρύθμιση των σχέσεων τους με τους καταναλωτές και τις ενώσεις καταναλωτών.
2. Για τις ανάγκες του Κώδικα, οι έννοιες των προμηθευτών, των καταναλωτών και των ενώσεών τους είναι εκείνες που ορίζονται στην κείμενη νομοθεσία περί προστασίας του καταναλωτή. Αποτελούν προμηθευτές, κατά τις διατάξεις του παρόντος, και οι επιχειρήσεις οποιασδήποτε νομικής μορφής του δημοσίου τομέα και των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ).
3. Οι διατάξεις του Κώδικα περιέχουν τις βασικές υποχρεώσεις που πρέπει να τηρούν οι προμηθευτές βάσει της κείμενης Ελληνικής και Ευρωπαϊκής νομοθεσίας και των συναλληλακτικών ηθών, ώστε να διασφαλίζεται η νομιμότητα της δράσης τους στην αγορά υπό καθεστώς ελεύθερου ανταγωνισμού, χωρίς να θίγονται τα συμφέροντα των καταναλωτών.
4. Οι γενικές ρυθμίσεις του Κώδικα εξειδικεύονται και συμπληρώνονται από την κείμενη ειδική νομοθεσία ανά κλάδο, από τις αποφάσεις των αρμόδιων ρυθμιστικών και εποπτικών Αρχών και τους τυχόν ισχύοντες ειδικούς Κώδικες Δεοντολογίας ανά τομέα επαγγελματικής δραστηριότητας και ανά κατηγορία προμηθευτών.
5. Κάθε πράξη ή παράλειψη προμηθευτή που συνιστά αποδεδειγμένα μη συμμόρφωση αυτού προς τις αρχές, υποχρεώσεις και απαγορεύσεις του ΚΚΔ μπορεί να στοιχειοθετήσει, εφόσον συνδέεται αιτιωδώς με την πρόκληση ζημίας στον καταναλωτή, υπό τις προϋποθέσεις εφαρμογής των οικείων διατάξεων του Αστικού Κώδικα και του νόμου, εκτός από την ενδοσυμβατική ευθύνη και αδικοπρακτική ευθύνη του προμηθευτή.
6. Κάθε παράβαση του ΚΚΔ συνιστά επιπλέον αντιεπαγγελματική πρακτική που λαμβάνει δημοσιότητα και δυσφημεί τον προμηθευτή στον κύκλο των συναλλαγών, ανεξάρτητα από κάθε άλλη αστική, διοικητική, ποινική ή πειθαρχική κύρωση που τυχόν προβλέπεται σε βάρος του από την κείμενη νομοθεσία.

► Άρθρο 2 – Γενικές αρχές επιχειρηματικής συμπεριφοράς των προμηθευτών

1. Η εν γένει επιχειρηματική δράση των προμηθευτών αγαθών και υπηρεσιών στην αγορά πρέπει να διέπεται από τον σεβασμό των κανόνων του Συντάγματος και των νόμων, σε συνδυασμό με τις αρχές της ηθικής και επαγγελματικής δεοντολογίας, της συναλληλακτικής ευθύτητας, της ειλικρίνειας κατά την εμπορική επικοινωνία, της διαφανούς τιμολόγησης, του σεβασμού της προσωπικότητας, της ιδιωτικής ζωής, της υγείας, της ασφάλειας, της συμβατικής και οικονομικής ελευθερίας των καταναλωτών, της προστασίας των ανηλίκων, των ηλικιωμένων, των ευπαθών ομάδων του πληθυσμού και των ατόμων με αναπηρία.
2. Οι προμηθευτές πάσης φύσεως αγαθών οφείλουν να χρησιμοποιούν υλικά, τεχνικές και μεθόδους που, σύμφωνα με τη σύγχρονη γνώση και τις αρχές της επιστήμης και της τέχνης, οδηγούν στην παραγωγή και διάθεση στην αγορά προϊόντων που είναι ασφαλή, πληρούν υψηλές ποιοτικές

προδιαγραφές, δεν είναι ελαττωματικά, είναι συμβατά προς τα ισχύοντα στην Ελλάδα νομοθετικά και τεχνικά πρότυπα που έχουν θεσπιστεί για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών, και είναι φιλικά προς το περιβάλλον.

3. Οι προμηθευτές έχουν τη γενική υποχρέωση να παρέχουν πλήρη και σαφή πληροφόρηση και ενημέρωση στους καταναλωτές τόσο για τα πλήρη στοιχεία ταυτότητας και την εμπορική επωνυμία τους όσο και για τις ιδιότητες, τα χαρακτηριστικά, τους όρους χρήσης και τις ποιοτικές εγγυήσεις που διαθέτουν τα εκ μέρους τους διακινούμενα εμπορεύματα, αγαθά ή υπηρεσίες.

4. Οι παρεχόμενες στον καταναλωτή πληροφορίες πρέπει να είναι έγκυρες, πλήρεις, επίκαιρες, εξαντλητικές, να διατυπώνονται εγγράφως με κατανοητό τρόπο στην ελληνική γλώσσα και να συνοδεύονται, όπου είναι δυνατόν, από επεξηγήσεις χρήσης και σχεδιαγράμματα κατανοητά σε άτομα με χαμηλή μόρφωση, στους μετανάστες, στους ανήλικους και σε καταναλωτές με αναπηρία.

5. Η εμπορία και διάθεση αγαθών και υπηρεσιών στο καταναλωτικό κοινό πρέπει απαραίτητα να συνοδεύεται από επίσημα και έγκυρα έγγραφα, συμβατικά κείμενα, τεχνικά εγχειρίδια, επαρκή σήμανση και συνοδευτικό υλικό τεκμηρίωσης, όπως απαιτείται από τη νομοθεσία.

6. Οι ποσότητες και το βάρος των αγαθών που παραδίδονται στον καταναλωτή πρέπει να είναι αυτά που αναγράφονται επί της συσκευασίας, καθώς και επί του εκδιδόμενου παραστατικού συναλλαγής, απόδειξης, τιμολογίου ή δεητίου αποστολής.

7. Οι τιμές των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αναγράφονται στα ράφια κάθε εμπορικού καταστήματος, στα διαφημιστικά φυλλάδια ή στις ιστοσελίδες των προμηθευτών στο διαδίκτυο πρέπει να είναι οι ίδιες με αυτές που τιμολογούνται στον καταναλωτή και εισπράττονται στο ταμείο της κάθε επιχείρησης τοις μετρητοίς μέσω πιστωτικής κάρτας ή άλλου τρόπου πληρωμής κατά την παράδοση των αγαθών.

8. Σε κάθε πρόταση για σύναψη σύμβασης οι προμηθευτές οφείλουν να αναγράφουν το συνολικό τίμημα, συμπεριλαμβάνοντας φόρους, τέλη, έξοδα και συνολικές επιβαρύνσεις, τους όρους αποπληρωμής και εξόφλησης του συμβατικού τιμήματος, τυχόν ειδικούς συμβατικούς όρους, το τυχόν ποσοστό έκπτωσης, την τιμή πριν και μετά την έκπτωση, καθώς και να διασφαλίζουν πλήρως το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή από τη σύμβαση, κατά τα οριζόμενα στη νομοθεσία.

9. Οι προμηθευτές είναι υποχρεωμένοι να τηρούν τα συναλλακτικά ήθη και την κείμενη νομοθεσία κατά την εκτέλεση της σύμβασης, την παράδοση των αγαθών και την εφάπαξ ή τμηματική είσπραξη του τιμήματος, να παρέχουν τη συμφωνηθείσα συντήρηση και τις προβλεπόμενες εγγυήσεις καλής εκτέλεσης και λειτουργίας.

10. Μετά τη λήξη της σύμβασης οι προμηθευτές υποχρεούνται να αποφεύγουν τη χωρίς ρητή συναίνεση του καταναλωτή αυτόκλητη εμπορική επικοινωνία μαζί του ή τη διαβίβαση και εκμετάλλευση, είτε από τους ίδιους είτε από τρίτους, αρχείων πελατών βάσει στοιχείων προηγούμενων αγορών και ομαδοποιημένων προτύπων καταναλωτικής συμπεριφοράς.

11. Οι προμηθευτές οφείλουν να απέχουν από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και να επιδεικνύουν στην πράξη πνεύμα υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ τους κατά την προσπάθεια προσέλκυσης πελατείας. Οι προμηθευτές οφείλουν ακόμη να μεριμνούν για τον σεβασμό και την περιφρούρηση της ακεραιότητας, του κύρους και της αξιοπρέπειας του επαγγελματικού κλάδου στον οποίο ανήκουν

και γενικότερα να μην υποτάσσουν τις απαιτήσεις του επαγγέλματος στη μεγιστοποίηση του κέρδους επί ζημία της ζωής, της υγείας, της ασφάλειας, της ιδιωτικής ζωής, της οικονομικής δυνατότητας και γενικότερα των συμφερόντων των καταναλωτών.

► Άρθρο 3 – Γενικοί όροι συναλλαγών

1. Οι προμηθευτές και οι ενώσεις προμηθευτών οφείλουν να εξασφαλίζουν την κατά το δυνατόν ευρύτερη κοινωνική συμμετοχή των καταναλωτών και των ενώσεων καταναλωτών στην τελική διαμόρφωση των προς υιοθέτηση γενικών όρων συναλλαγών (ΓΟΣ) ανά κλάδο εμπορικής δραστηριότητας.

2. Προς το σκοπό αυτό συνιστάται να υποβάλλουν σε δημόσια διαβούλευση το σχέδιο των ΓΟΣ, αποστέλλοντας τουλάχιστον δύο μήνες πριν από την υιοθέτησή του από ένα αντίτυπο προς τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης, τον Συνήγορο του Καταναλωτή και τις καταναλωτικές οργανώσεις κάθε νομού.

3. Οι όροι συμβάσεων προσχώρησης πρέπει να διατυπώνονται από τους προμηθευτές με τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται ισορροπία ανάμεσα στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των συμβαλλομένων μερών, σύμφωνα με την κείμενη Ελληνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία, την καλή πίστη, τα χρηστά και συναλληλακτικά ήθη και τις υγιείς εμπορικές πρακτικές, με σεβασμό στις αρχές της αλήθειας, της διαφάνειας, της αντικειμενικότητας, του δημοκρατικού διαλόγου με τις ενώσεις καταναλωτών, της επαρκούς πληροφόρησης των καταναλωτών και της αποφυγής κατάχρησης δικαιώματος σε βάρος τους.

4. Πριν από τη σύναψη της σύμβασης κάθε προμηθευτής πρέπει να παραδίδει στον καταναλωτή ένα αντίγραφο των συμβατικών όρων που τη διέπουν. Οι συμβατικοί όροι πρέπει να αποδίδονται στην απλούστερη δυνατή διατύπωση στην ελληνική γλώσσα και με ευανάγνωστους χαρακτήρες, ώστε να υπάρχει εκ μέρους του καταναλωτή αρκετός χρόνος πριν από τη λήψη απόφασης για μελέτη, διάσκεψη και σύγκριση των διαθέσιμων προσφορών στην αγορά. Οι γενικοί όροι των διεθνών συναλλαγών πρέπει να διατυπώνονται στην ελληνική γλώσσα.

5. Οι δημόσιες ή ιδιωτικές εταιρείες παροχής υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, όπως οι υπηρεσίες πρόσβασης σε δίκτυα ύδρευσης, αποχέτευσης, ηλεκτροδότησης, παροχής φυσικού αερίου, ηλεκτρονικών επικοινωνιών, ή γενικότερου ενδιαφέροντος για το κοινωνικό σύνολο, όπως οι υπηρεσίες υγείας, οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες μεταφορών, οι τουριστικές υπηρεσίες, οφείλουν να γνωστοποιούν επαρκώς, τόσο με έντυπα ενημερωτικά φυλλάδια στα καταστήματα και στα σημεία προώθησης των υπηρεσιών τους, με συνοδευτικά έντυπα στους μηνιαίους ή διμηνιαίους λογαριασμούς που αποστέλλουν στους καταναλωτές, στην ιστοσελίδα τους, αλλά και με κάθε άλλο πρόσφορο μέσο, τους όρους των συμβάσεων προσχώρησης που ισχύουν για τη διάθεση του σχετικού προϊόντος ή υπηρεσίας.

6. Μεταξύ των συμβατικών όρων περιλαμβάνονται ενδεικτικά:

- α) η αίτηση και τα απαιτούμενα δικαιολογητικά εγκατάστασης και σύνδεσης με τα κάθε είδους δίκτυα
- β) οι όροι παροχής πίστωσης και χρηματοοικονομικών και επενδυτικών υπηρεσιών
- γ) το ύψος των τελών ανά είδος προϊόντος ή τύπο υπηρεσίας
- δ) η περιοδικότητα έκδοσης λογαριασμών
- ε) οι διαθέσιμοι τρόποι εξόφλησης, η συχνότητα και το ύψος των δόσεων

- στ) οι όροι διαθεσιμότητας, αναστολής ή διακοπής παροχής της υπηρεσίας
- ζ) οι παρεχόμενες εγγυήσεις καλής εκτέλεσης ή λειτουργίας
- η) οι οφειλόμενες εκπτώσεις ή επιστροφές τελών στον καταναλωτή σε περίπτωση έλλειψης διαθεσιμότητας, πέραν της εγγυημένης από τη σύμβαση
- θ) οι όροι επισκευής και συντήρησης
- ι) οι όροι καταγγελίας, διακοπής και ενάσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης εκ μέρους του καταναλωτή
- ια) η διαδικασία επιστροφής στον καταναλωτή τυχόν εφάπαξ τελών που καταβλήθηκαν κατά τη σύναψη της σύμβασης
- ιβ) οι όροι ανανέωσης της σύμβασης
- ιγ) οι όροι και η επιτρεπτή έκταση απαλλαγής ή περιορισμού ευθύνης των προμηθευτών, βάσει της κείμενης ανά κλάδο νομοθεσίας και των αποφάσεων των οικείων εποπτικών Αρχών.

7. Σε περίπτωση τήρησης των ως άνω διατυπώσεων δημοσιότητας εκ μέρους των προμηθευτών, η υπογραφή της σύμβασης από τον μέσο ευλόγως προσεκτικό και ενημερωμένο καταναλωτή δημιουργεί μαχητό τεκμήριο ότι ο καταναλωτής έλαβε πραγματική γνώση των οικείων ΓΟΣ. Το βάρος απόδειξης της τήρησης των διατυπώσεων δημοσιότητας έχουν οι προμηθευτές.

8. Οι προμηθευτές οφείλουν να συμμορφώνονται, στο πλαίσιο της καλής πίστης και των συναλλακτικών ηθών και μετά την εξασφάλιση της εκατέρωθεν ακρόασης, με τις συστάσεις Αρχών εξωδικαστικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών, όπως είναι ο Συνήγορος του Καταναλωτή και οι υπαγομένες σε αυτόν Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού που εδρεύουν στις κατά τόπους Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις.

► Άρθρο 4 – Αρχές και περιεχόμενο εμπορικών προσφορών

1. Οι εμπορικές προσφορές οφείλουν να παρέχουν εύκολα προσβάσιμες και ακριβείς πληροφορίες όσον αφορά τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες, ώστε ο μέσος καταναλωτής να δύναται να σχηματίσει αληθή εικόνα και να λάβει ορθή απόφαση αγοράς. Οι έντυπες απεικονίσεις και οι τηλεοπτικές παραγωγές που συνοδεύουν την παρουσίαση πρέπει να αναπαράγουν πιστά το προϊόν ή την υπηρεσία, χωρίς να προκαλούν αμφιβολίες σχετικά με τις διαστάσεις, το βάρος και την ποιότητα ή άλλα ουσιώδη στοιχεία του αγαθού. Τα κείμενα, τα σχέδια, οι φωτογραφίες και οι εμπορικές ανακοινώσεις οφείλουν να σέβονται την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, τον υγιή ανταγωνισμό και το κοινό θρησκευτικό ή κοινωνικό αίσθημα.

2. Κάθε προσφορά πρέπει να είναι σαφής και πλήρης. Σε αυτήν πρέπει να περιέχεται κατ' ελάχιστο :

- α) η ταυτότητα της επιχείρησης, δηλαδή εταιρική επωνυμία και διακριτικός τίτλος, αριθμός Μητρώου Προμηθευτών του Υπουργείου Ανάπτυξης, ολοκληρωμένη ταχυδρομική διεύθυνση της καταστατικής έδρας της επιχείρησης (οδός, αριθμός, πόλη, ταχυδρομικός κώδικας), τηλεφωνικός αριθμός, αριθμός τηλεομοιοτυπίας και διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η απλή αναγραφή ενός αριθμού ταχυδρομικής θυρίδας, ενός αριθμού τηλεφώνου ή μιας ηλεκτρονικής διεύθυνσης ιστοσελίδας διαδικτύου δεν θεωρείται ολοκληρωμένη παρουσίαση
- β) η περιγραφή του προϊόντος ή της υπηρεσίας ανάλογα με το είδος, όπως χώρα προέλευσης, υλικό κατασκευής, βάρος, διαστάσεις, διάρκεια χρήσης, ημερομηνία λήξης, χρώμα, περιορισμοί χρήσης, τρόποι συντήρησης
- γ) τυχόν απαραίτητα στοιχεία που δεν περιλαμβάνονται στη συσκευασία
- δ) η τιμή πώλησης, το ποσοστό έκπτωσης, οι διαθέσιμοι τρόποι και όροι πληρωμής

- ε) η διάρκεια ισχύος της τρέχουσας τιμής για τυχόν περιορισμένο αριθμό προϊόντων ή μέχρις εξα-ντλήσεως των αποθεμάτων
- στ) τυχόν επιπλέον χρεώσεις, όπως δασμοί, ταχυδρομικά τέλη κ.λπ.
- ζ) κατά περίπτωση οι όροι τυχόν επιδότησης τερματικού εξοπλισμού πρόσβασης σε υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή ο αριθμός δωρεάν κλήσεων ή μηνυμάτων (SMS, PSMS) ανά μήνα σε σχέση με την ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης
- η) η τυχόν υποχρέωση συναρμοιόγησης ή προεργασίας πριν από τη χρήση και οι τυχόν περιορι-σμοί χρήσης
- θ) η ύπαρξη δικαιώματος υπαναχώρησης και οι όροι άσκησής του
- ι) η τυχόν εγγύηση επιστροφής χρημάτων σε περίπτωση μη ικανοποίησης του καταναλωτή
- ια) ο χρόνος διεκπεραίωσης της παραγγελίας
- ιβ) επαρκείς πληροφορίες για εγγυήσεις και υποστήριξη μετά την πώληση
- ιγ) τα τυχόν δικαιώματα πνευματικής και βιομηχανικής ιδιοκτησίας, όπως ευρεσιτεχνία, εμπορικό σήμα κ.λπ.

3. Επιπλέον, σε ό,τι αφορά ειδικές κατηγορίες προϊόντων, όπως τρόφιμα, καλλυντικά, φαρμακευτι-κά σκευάσματα, συμπληρώματα διατροφής, απαιτείται πλήρης συμμόρφωση των προμηθευτών με τις διατάξεις του Κώδικα τροφίμων και ποτών και με τις εκάστοτε ισχύουσες αγορανομικές και υγει-ονομικές διατάξεις, ιδίως σε σχέση με τις ημερομηνίες λήξης, τη φυτική ή ζωική προέλευση αυτών, τη χημική σύσταση, την αναφορά τυχόν ανώτατων επιτρεπτών ορίων κατανάλωσης και τη μεία τυχόν παρενεργειών και αλληλεπίδρασης _ε κατανάλωση άλλων προϊόντων. Απαγορεύεται αυστη-ρά η παραπλανητική σήμανση αγαθών, η αλληλαγία του τόπου προέλευσης αυτών, καθώς και η εκ νέου διοχέτευση στην αγορά με παραποιημένες ημερομηνίες ληγμένων ή ακατάλληλων προϊόντων.

4. Οι ετικέτες κάθε προϊόντος πρέπει να περιέχουν τις απαιτούμενες κατά νόμο πληροφορίες για το είδος, καθαρό βάρος, θρεπτική αξία, διάρκεια ζωής, καθώς και ενημέρωση για τις συνθήκες παραγωγής του, δηλαδή αν πρόκειται για προϊόντα βιολογικής ή συμβατικής καλλιέργειας, ή γενε-τικής τροποποίησης. Πρέπει επίσης να συμπεριλαμβάνεται αναφορά του τόπου παραγωγής-προέ-λευσης του προϊόντος, των διαδικασιών και αποτελεσμάτων πιστοποίησης και των μεθόδων παρα-γωγής του, των αδειών κυκλοφορίας, των αριθμών και ημερομηνιών έκδοσης και λήξης συστη-μάτων διαχείρισης ποιότητας ή ασφάλειας. Πρέπει ακόμη να παρέχονται σαφείς οδηγίες για την ασφαλή χρήση, διατήρηση, συντήρηση και πλήρη αξιοποίηση του προϊόντος, αλλά και αναφορά αντενδείξεων χρήσης για συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, όπως ανήλικοι, έγκυες γυναίκες, αλλεργικά άτομα, ασθενείς και ούτω καθεξής.

5. Σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες που παρέχονται από κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο δημόσιου ή ιδιωτικού δικαίου, απαιτείται ομοίως πλήρης περιγραφή των συναλλακτικών υποχρεώσεων του προμηθευτή, των γενικών και τυχόν ειδικών όρων παροχής της υπηρεσίας, καθώς και των ποιοτι-κών και ποσοτικών χαρακτηριστικών της. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται ιδίως πληροφορίες για τη φύση, τη διαθεσιμότητα και τους όρους παροχής της υπηρεσίας, όπως ο τρόπος και χρόνος παράδοσης, το συνολικό κόστος για τον καταναλωτή, τους όρους χρηματοδότησης, τις δυνατότη-τες καταγγελίας και υπαναχώρησης και τις τυχόν υπάρχουσες οικονομικές συνέπειες για τον κατα-ναλωτή, όπως ενδεχόμενες προμήθειες εξόδου και ποινικές ρήτρες, αλλά και για την τυχόν απαλλ-ηλαγή επαγγελματικής ευθύνης του προμηθευτή σύμφωνα με τις ειδικότερες ρυθμίσεις που ισχύ-ουν ανά κλάδο.

6. Οι πληροφορίες για την τελική τιμή των αγαθών και την εταιρική ταυτότητα των προμηθευτών πρέπει να είναι ευανάγνωστες και ευκρινείς και όταν πρόκειται για ραδιοτηλεοπτικές ενέργειες προ-ώθησης προϊόντων, σύμφωνα με τις ισχύουσες αρχές εκπομπών και διαφημίσεων που επιβάλλο-

νται από τη ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία. Ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά υπηρεσίες τηλεμάρκετινγκ και ραδιοτηλεοπτικές εκστρατείες προώθησης προϊόντων, η εταιρική ταυτότητα του προμηθευτή και οι τελικές τιμές των αγαθών με τον ΦΠΑ πρέπει αφενός μεν να αναγιγνώσκονται από τον παρουσιαστή, αφετέρου δε να εμφανίζονται εγγράφως σταθερά καθ' όλη τη διάρκεια προβολής και όχι με κυλιόμενη λεζάντα στην οθόνη.

7. Σε περίπτωση πωλήσεων μέσω διαδικτύου ή άλλου ηλεκτρονικού μέσου, η προσφορά οφείλει επιπλέον να παρέχει τη δυνατότητα εκτύπωσης ή προηγούμενης αποθήκευσής της σε τερματικό εξοπλισμό υπό τον έλεγχο του καταναλωτή, επιτρέποντας σε αυτόν να συνεκτιμήσει όλους τους παράγοντες που θα οδηγήσουν στην ελεύθερη απόφασή του και συναίνεση για αγορά. Οι πάροχοι υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου υποχρεούνται επίσης να διατηρούν επί ένα έτος πλήρες χρονολογικό αρχείο των συμβατικών όρων που κατά καιρούς δημοσιεύθηκαν στην ιστοσελίδα τους προς άρση τυχόν αμφισβητήσεων από καταναλωτές.

► Άρθρο 5 – Κατάρτιση της σύμβασης

1. Η πρόταση για τη σύναψη σύμβασης οφείλει να επεξηγεί αναλυτικά τα βήματα που οφείλει να ακολουθήσει ο καταναλωτής προκειμένου να επιτευχθεί η ομαλή κατάρτιση της σύμβασης. Η σύμβαση ολοκληρώνεται όταν επέλθει ρητή αποδοχή της πρότασης από τον καταναλωτή με την επιβεβαίωση της παραγγελίας του, κατά τα οριζόμενα στον Αστικό Κώδικα.

2. Η δήλωση αποδοχής οφείλει να επιβεβαιώνει τα στοιχεία εξατομίκευσης της επιχείρησης, τα παραγγελθέντα προϊόντα ή υπηρεσίες με πλήρη τα χαρακτηριστικά τους, τα στοιχεία αναφοράς της παραγγελίας, όπως ημερομηνία, ώρα και αριθμό καταχώρισης, τις λεπτομέρειες παράδοσης, ήτοι τόπο, χρόνο, μέσο μεταφοράς, την ακριβή τελική τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας με φόρους, τέλη και λοιπές επιβαρύνσεις, όπως έξοδα αποστολής, τα ποσοστά και τα ποσά τυχόν έκπτωσης, τις λεπτομέρειες εξόφλησης, τους τρόπους ενάσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, τον τρόπο επικοινωνίας με την επιχείρηση για ερωτήματα και έρευνες, τις πληροφορίες για εγγυήσεις μετά την πώληση, καθώς και τις τυχόν περιπτώσεις υπαναχώρησης της επιχείρησης από την εκπλήρωση της σύμβασης.

3. Ο προμηθευτής οφείλει να πληροφορεί τον καταναλωτή αμέσως με κάθε πρόσφορο μέσο για τυχόν έλλειψη σε αποθέματα που ανακαλύφθηκε μετά την κατάρτιση της σύμβασης και ενδέχεται να επηρεάζει την εκπλήρωση της παραγγελίας. Στην περίπτωση αυτή, αν ο καταναλωτής επιθυμεί την εκπλήρωση της αρχικής σύμβασης, ο προμηθευτής οφείλει να ορίσει νέα ημερομηνία παράδοσης. Αν ο καταναλωτής δεν επιθυμεί την εκπλήρωση της αρχικής σύμβασης, ο προμηθευτής οφείλει να ακυρώσει την παραγγελία και να επιστρέψει με έξοδά του στο ακέραιο εντός τριών ημερών στον καταναλωτή τα τυχόν εισπραχθέντα ποσά. Η πρόταση προς τον καταναλωτή για αγορά άλλου προϊόντος ή υπηρεσίας δεν έχει την έννοια ούτε υποκαθιστά την υποχρέωση της επιστροφής χρημάτων.

► Άρθρο 6 – Εκτέλεση της σύμβασης

1. Κατά την εκτέλεση της σύμβασης οι προμηθευτές πρέπει να τηρούν τις συμβατικές υποχρεώσεις και δεσμεύσεις τους, όπως αυτές απορρέουν από τη σύμβαση που καταρτίστηκε, από τον Αστικό Κώδικα και την κατά περίπτωση ειδική νομοθεσία ή τον επαγγελματικό Κώδικα συμπεριφοράς που τους διέπει. Απαγορεύεται απολύτως στους προμηθευτές να τροποποιούν τις συμβάσεις μονομε-

ρως, χωρίς έγγραφη ενημέρωση και αποδοχή εκ μέρους του καταναλωτή.

2. Οι προμηθευτές οφείλουν να καταβάλουν κάθε δυνατή προσπάθεια εκτέλεσης της καταρτισθείσας σύμβασης, με κύριο γνώμονα την πλήρη ικανοποίηση του καταναλωτή. Η παράδοση του προϊόντος ή η παροχή της υπηρεσίας επιβάλλεται να πραγματοποιούνται εντός του συμφωνηθέντος χρόνου. Οι προμηθευτές οφείλουν να ελέγχουν περιοδικά τα αποθέματά τους, ώστε να μην παρατηρούνται ελλείψεις. Στην περίπτωση εξάντλησης των διαθέσιμων αποθεμάτων, ο προμηθευτής οφείλει να πληροφορεί τον καταναλωτή αμέσως και με κάθε πρόσφορο μέσο για την αδυναμία εκπλήρωσης των συμβατικών υποχρεώσεών του και να αναφέρει λεπτομερώς τους λόγους για την αδυναμία αυτή.

3. Κατά το χρονικό διάστημα που μεσολαμβάνει ανάμεσα στην κατάρτιση και την εκπλήρωση της σύμβασης ο καταναλωτής έχει δικαίωμα αναιτιολόγητης υπαναχώρησης, επιστροφής των προϊόντων στη συσκευασία τους ή μη λήψης των υπηρεσιών, όπως και επιστροφής της προκαταβολής που τυχόν κατέβαλε, σύμφωνα με τη νομοθεσία, πλην ειδικών παραγγελιών προσαρμοσμένων στα μέτρα του ή στις ειδικές ανάγκες του, ή παραγγελιών για αναλώσιμα προϊόντα ή υπηρεσίες που υπόκεινται σε φθορά με μόνη την παρέλευση χρόνου ανάμεσα στην παραγγελία και την παράδοση. Αν ο καταναλωτής έχει χρησιμοποιήσει ήδη το προϊόν ή την υπηρεσία, οφείλει να καταβάλει το αναλογούν τίμημα.

4. Κάθε προμηθευτής οφείλει να πληροφορεί τον καταναλωτή αμέσως και με κάθε πρόσφορο μέσο για την πρότασή του για μεταβολή των συμφωνηθέντων όρων ή αντικατάσταση μέρους ή όλων των παραγγελθέντων προϊόντων ή υπηρεσιών με άλλα παρεμφερή. Στην περίπτωση αυτή, ο προμηθευτής οφείλει να παράσχει επαρκή χρόνο στον καταναλωτή για να αποφασίσει αν επιθυμεί την προταθείσα μεταβολή ή να δηλώσει ότι υπαναχωρεί.

5. Κάθε εκδιδόμενο φορολογικό έγγραφο ή παραστατικό στοιχείο εκ μέρους του προμηθευτή οφείλει να είναι σύμφωνο με τις κείμενες φορολογικές διατάξεις και να αναφέρει αναλυτικά το κόστος του προϊόντος ή της υπηρεσίας, συν τους φόρους, τα έξοδα αποστολής και τυχόν λοιπά κόστη. Σε περίπτωση διαδοχικών αποστολών μιας παραγγελίας που δεν είναι διαθέσιμη στο σύνολό της, δεν μπορούν να γίνουν απαιτητά από τον καταναλωτή περισσότερες από μία φορές τα έξοδα αποστολής, εκτός αν πρόκειται για σύμβαση διαδοχικών τμηματικών προσφορών ή αν έχει διαφορετικά εκ των προτέρων συμφωνηθεί.

6. Οι προμηθευτές πρέπει ακόμη να διαθέτουν τμήμα υποστήριξης πελατών μετά την πώληση, τηλεφωνική γραμμή επικοινωνίας χωρίς χρέωση για την πληροφόρηση του καταναλωτή και την καταγραφή προβλημάτων και παραπόνων. Πρέπει επίσης να διαθέτουν κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό συντήρησης και επισκευής διαρκών καταναλωτικών αγαθών, καθώς και επαρκείς πηγές προμήθειας ανταλλακτικών και εξαρτημάτων στον συντομότερο δυνατό χρόνο, ώστε ο καταναλωτής να μη στερείται για μεγάλο χρονικό διάστημα τη χρήση του πράγματος που αγόρασε.

7. Πριν από την απόπειρα είσπραξης μέσω της νόμιμης δικαστικής οδού τυχόν χρεών των καταναλωτών ή επιστροφής του πράγματος, κάθε προμηθευτής οφείλει να ελέγχει ότι η εκ μέρους του εκπλήρωση των συμβατικών υποχρεώσεών του ήταν πλήρης, ακριβής και εμπρόθεσμη. Οφείλει ακόμη να εξασφαλίζει ότι κατέχει τα ορθά στοιχεία του οφειλέτη, να ελέγχει ότι το χρέος δεν έχει με κάποιον τρόπο διευθετηθεί και να επικοινωνεί με τον καταναλωτή προς ενημέρωσή του, εξαντλώντας κάθε εξωδικαστικό τρόπο φιλικής διευθέτησης της διαφοράς, με παράταση εξόφλησης ή διακανονισμό του χρέους.

► Άρθρο 7 – Δικαίωμα υπαναχώρησης

1. Ο καταναλωτής έχει αναφαίρετο δικαίωμα αναίτιολόγητης και αζήμιας υπαναχώρησης, σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 389–401 του Αστικού Κώδικα και της κείμενης νομοθεσίας.
2. Κατά τη σύναψη της σύμβασης ο προμηθευτής οφείλει να ανακοινώνει στον καταναλωτή όλες τις λεπτομέρειες που ρυθμίζουν το δικαίωμα υπαναχώρησης, τον τρόπο άσκησης και τους περιορισμούς αυτού, όπως είναι η ανάγκη επιστροφής του πράγματος στην πρωτότυπη συσκευασία του ή η μη ανάληψη αυτού, λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητα κάθε προϊόντος ή υπηρεσίας. Οφείλει επιπροσθέτως να παραδίδει στον καταναλωτή έγγραφο υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης.
3. Εφόσον ασκηθεί νομίμως το δικαίωμα υπαναχώρησης, οι προμηθευτές υποχρεούνται να επιστρέφουν αμέσως στον καταναλωτή την προκαταβολή ή την καταβληθείσα αξία των επιστραφέντων και μη αναληθέντων προϊόντων ή υπηρεσιών με τον τρόπο που έχει προκαταβολικά συμφωνηθεί, άλλιως με τον τρόπο που θα αποδεχθεί ο υπαναχωρών καταναλωτής.

► Άρθρο 8 – Διαφήμιση και εμπορική επικοινωνία

1. Κάθε διαφήμιση, εμπορική επικοινωνία, ανακοίνωση, προωθητική ενέργεια ή διαγωνισμός προς το ευρύ κοινό και άλλες συναφείς δραστηριότητες πρέπει να εκλαμβάνονται εύκολα ως τέτοιες και να διαχωρίζονται σαφώς από την ενημέρωση ή τη συμβουλευτική πληροφορία, σύμφωνα με τις συναφείς ρυθμίσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως ισχύουν στην Ελλάδα, της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας, της νομοθεσίας προστασίας του καταναλωτή, της νομοθεσίας περί αθέμιτου ανταγωνισμού, των αρχών του Ελληνικού Κώδικα διαφήμισης–επικοινωνίας και των ανά τομέα ισχυόντων Κωδίκων Δεοντολογίας.
2. Διαφημίσεις που καταχωρίζονται στον ημερήσιο και περιοδικό Τύπο πρέπει να διακρίνονται επαρκώς από την ενημερωτικής φύσης ύλη των περιοδικών ή των εφημερίδων, ώστε να αποφεύγεται σύγχυση και παραπλάνηση του καταναλωτή.
3. Κάθε διαφήμιση πρέπει να μην είναι αθέμιτη ή παραπλανητική ως προς τα στοιχεία της και ιδίως ως προς τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προϊόντος, την τιμή και τον τρόπο διαμόρφωσής της, τους όρους υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, αλλήλ και ως προς τα δικαιώματα του διαφημιζόμενου.
4. Κάθε διαφήμιση οφείλει να διέπεται από την αρχή της εντιμότητας, ήτοι να υφίσταται πλήρης αντιστοίχιση των διαφημιζόμενων προδιαγραφών προς την πραγματική χρηστικότητα του προϊόντος ή την αποτελεσματικότητα της υπηρεσίας που προτείνεται στους καταναλωτές.
5. Οι προμηθευτές αγαθών και υπηρεσιών οφείλουν να συμμορφώνονται με τυχόν νομοθετικά θεσπισθέντες κανόνες για τη διαφήμιση ειδικών κατηγοριών προϊόντων ή υπηρεσιών, μεταξύ των οποίων φάρμακα, συμπληρώματα διατροφής, οινοπνευματώδη ποτά, προϊόντα καπνού, υπηρεσίες προς ενήλικους κ.λπ.
6. Η πειστικότητα της διαφήμισης δεν επιτρέπεται να βασίζεται στη μαρτυρία προσώπων στα οποία αποδίδεται ανύπαρκτη επιστημονική ιδιότητα, σε επώνυμες μαρτυρίες χωρίς αντίκρισμα ή στην παρουσίασή της _ε τη μορφή δημοσιογραφικής έρευνας ή επιστημονικής ανακοίνωσης.
7. Η διαφήμιση δεν επιτρέπεται να είναι αθέμιτη, δεν πρέπει να απευθύνεται στο υποσυνείδητο και

να προκαλεί σύγχυση ή φόβο, δεν πρέπει να προσβάλλει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια ούτε να αναφέρεται μειωτικά ή προσβλητικά σε κοινωνικές ομάδες με βάση το φύλο, την εθνικότητα, την ηλικία, το θρήσκευμα, την καταγωγή, τις πεποιθήσεις ή τυχόν άλλες ιδιαιτερότητες. Επίσης, η διαφήμιση δεν πρέπει να δημιουργεί πλασματικά την εικόνα υπερβολικά δελεαστικής προσφοράς σε ανηλίκους νέους και στις πιο ευάλωτες κατηγορίες του πληθυσμού ούτε να ενθαρρύνει τους ανηλίκους, άμεσα ή έμμεσα, στη διάπραξη αξιόποινων πράξεων ή να τους προτρέπει σε συμπεριφορές που αντίκεινται στον νόμο ή σε ευρέως αποδεκτές αρχές ορθής κοινωνικής συμπεριφοράς.

8. Κανένας προμηθευτής δεν πρέπει να παρέχει στοιχεία που μπορεί να οδηγήσουν σε εσφαλμένη δήλωση συνεργασίας με άλλον προμηθευτή του κλάδου ή άλλον προμηθευτή με ιδιαίτερη φήμη στην αγορά, καθώς και σε εσφαλμένη δήλωση που μπορεί να οδηγήσει σε συμπεράσματα ότι τα προσφερόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες ανήκουν σε άλλον προμηθευτή.

► Άρθρο 9 – Συναλληγές από απόσταση

1. Σε περιπτώσεις τηλεφωνικής προώθησης αγαθών και υπηρεσιών, οι καλούντες οφείλουν να σέβονται τις ώρες κοινής ησυχίας, να αναφέρουν πάραυτα το όνομα του προμηθευτή που εκπροσωπούν και τον σκοπό της τηλεφωνικής επικοινωνίας, την οποία οφείλουν να τερματίζουν πάραυτα μόλις συνειδητοποιήσουν ότι ο συνομιλητής δεν επιθυμεί για οποιονδήποτε λόγο τη συνέχισή της ή ότι είναι ανήλικος που δεν έχει γονική συγκατάθεση για την ολοκλήρωση της προτεινόμενης συναλληγής.

2. Πριν από τη λήψη τηλεφωνικής παραγγελίας, ο εκπρόσωπος του προμηθευτή πρέπει να εξασφαλίζει ότι ο καταναλωτής έχει λάβει πλήρη γνώση της προτεινόμενης συναλληγής, επίδειξης προϊόντος ή υπηρεσίας, της ακριβούς τιμής και οποιουδήποτε επιπρόσθετου κόστους που ενδεχομένως συνοδεύει τη συναλληγή, του διακανονισμού του τρόπου πληρωμής και των δικαιωμάτων του για υπαναχώρηση. Πριν από την αποδοχή της συναλληγής, ο καταναλωτής θα πρέπει να μπορεί να λάβει γραπτή επιβεβαίωση των αναλυτικών όρων αυτής.

3. Αντίστοιχες υποχρεώσεις ισχύουν για τους προμηθευτές αγαθών και υπηρεσιών μέσω σταθερών και κινητών δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών, μέσω τηλεομοιοτυπίας, διαδικτύου ή άλλου μέσου.

► Άρθρο 10 – Ασφάλεια συναλληγών και προστασία ιδιωτικής ζωής του καταναλωτή

1. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να συμβάλουν στη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και ασφάλειας κατά τις συναλληγές με τους καταναλωτές, προστατεύοντας τα προσωπικά δεδομένα και την ιδιωτική τους ζωή. Για τη διασφάλιση των συναλληγών μέσω διαδικτύου συνιστάται η χρήση κρυπτογραφικών μεθόδων και εφαρμογών ηλεκτρονικής υπογραφής, σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις.

2. Οι προμηθευτές οφείλουν να απέχουν από κάθε πράξη που συνιστά προσβολή προσωπικών δεδομένων του καταναλωτή, όπως αυτά ορίζονται στην κείμενη νομοθεσία περί προστασίας της ιδιωτικής ζωής και του απορρήτου στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να συμμορφώνονται αμελλητί με τις αποφάσεις και τις συστάσεις των αρμοδίων ανεξάρτητων Αρχών που είναι επιφορτισμένες με την τήρηση της σχετικής νομοθεσίας.

3. Οι προμηθευτές υποχρεούνται επίσης να σέβονται την επιθυμία των καταναλωτών να μην περιλαμβάνονται σε αρχεία που έχουν ως σκοπό την προώθηση και προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών εξ αποστάσεως, κατά τα προβλεπόμενα στη νομοθεσία.

4. Επιτρέπεται η συλλογή μόνο των αναγκαίων στοιχείων των καταναλωτών και μόνο κατόπιν ρητής συναίνεσης αυτών για συγκεκριμένους σκοπούς προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών. Απαγορεύεται ρητά η με ή χωρίς αντάλλαγμα διαβίβαση των στοιχείων σε τρίτους για προωθητικές ενέργειες. Κατά την έννοια του παρόντος, ως τρίτοι θεωρούνται και θυγατρικές εταιρείες των προμηθευτών.

5. Όταν η πληρωμή για την εξ αποστάσεως απόκτηση προϊόντων ή υπηρεσιών βασίζεται στη μέθοδο της χρέωσης των πιστωτικών καρτών των καταναλωτών, ο χορηγών την κάρτα και ο προμηθευτής που πρόκειται να λάβει την πληρωμή οφείλουν να ακολουθούν ασφαλείς διαδικασίες που να προστατεύουν τον καταναλωτή από μη εξουσιοδοτημένη χρήση της κάρτας του από τρίτους, καθώς και από αυθαίρετες χρεώσεις που δεν έχουν σχέση με τη συμφωνηθείσα συναλλαγή. Σε κάθε περίπτωση, οι προμηθευτές δεν θα πρέπει να προχωρούν σε χρέωση των καταναλωτών χωρίς τη ρητή συναίνεση αυτών ούτε και να εισπράττουν από τους τραπεζικούς λογαριασμούς τους περισσότερα χρήματα από αυτά που έχουν συμφωνηθεί και καλύπτουν την αξία των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προβλέπονται από τη μεταξύ τους σύμβαση.

► **Άρθρο 11 – Δημιουργία αποθεματικών κεφαλαίων και ταμείων εγγυοδοσίας προς κάλυψη ζημιών καταναλωτών**

1. Οι ενώσεις προμηθευτών οφείλουν να δημιουργούν ειδικά αποθεματικά κεφάλαια και ταμεία εγγυοδοσίας για την κάλυψη των ζημιών που τυχόν υποστεί ο καταναλωτής από ενδεχόμενη πλημμελή παροχή υπηρεσιών ή την αναστολή εμπορικής λειτουργίας του προμηθευτή-μέλους τους λόγω πτώχευσης, αναστολής άδειας λειτουργίας για παράβαση νόμου ή παρόμοιας ενέργειας που συνεπάγεται αντικειμενική αδυναμία συνέχισης παροχής υπηρεσιών προς τον καταναλωτή.

2. Τα εν λόγω ειδικά αποθεματικά κεφάλαια σχηματίζονται από εισφορές των προμηθευτών-μελών κάθε ένωσης προμηθευτών, όπως, κατά ενδεικτική απαρίθμηση, στον τομέα του τουρισμού, των οργανωμένων ταξιδιών, των ασφαλιστικών εταιρειών, των χρηματοπιστωτικών και επενδυτικών υπηρεσιών.

3. Η νομική μορφή, οι επιμέρους όροι λειτουργίας, οι όροι καταβολής αποζημιώσεων και οι όροι υποκατάστασης αυτών σε όλα τα δικαιώματα του ζημιωθέντος καταναλωτή έναντι του υπόχρεου προς αποζημίωση ή του ασφαλιστή καθορίζονται με πρωτοβουλία των ενώσεων προμηθευτών σε συνεργασία με το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών.

► **Άρθρο 12 – Ειδικές υποχρεώσεις τραπεζικών και χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων για συμβάσεις δανείων και πιστώσεων**

1. Οι δανειακές και πιστωτικές συμβάσεις πρέπει να καταρτίζονται εγγράφως. Τράπεζες και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα υποχρεούνται να παραδίδουν στον καταναλωτή αντίγραφο κάθε προτεινόμενης σύμβασης πριν από την υπογραφή της. Υποχρεούνται επίσης να διατυπώνουν εγγράφως και με σαφήνεια κάθε πληροφορία που αφορά τους εφαρμοστέους συμβατικούς όρους ανά περίπτωση ή χρηματοπιστωτικό προϊόν.

3. Οι παρεχόμενες πληροφορίες πρέπει να περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστο όριο αναλυτική ενημέρωση του καταναλωτή για:

α) τη διάρκεια της σύμβασης

β) τις ζητούμενες εγγυήσεις και ασφάλειες

γ) το συνολικό ποσόν του δανείου ή της πίστωσης

δ) το χρονοδιάγραμμα των πληρωμών και τον αριθμό των δόσεων, με ανάλυση του ποσού που αντιστοιχεί στην καταβολή τόκων και σε απόσβεση κεφαλαίου

ε) τυχόν άλληλες δαπάνες και έξοδα που πρέπει να καταβάλει ο καταναλωτής για την εξόφληση

στ) το Συνολικό Ετήσιο Πραγματικό Επιτόκιο, με ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα που αναφέρει όλα τα χρηματοπιστωτικά δεδομένα και τις υποθέσεις που χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό του

ζ) το χρεωστικό επιτόκιο και τις περιόδους για τις οποίες αυτό ισχύει, καθώς και το επιτόκιο αναφοράς με βάση το οποίο αυτό αναπροσαρμόζεται, όταν πρόκειται για μεταβλητό επιτόκιο

η) την προθεσμία για άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης εκ μέρους του καταναλωτή

θ) τις έννομες συνέπειες της καταγγελίας ή της πρόωρης εξόφλησης εκ μέρους του καταναλωτή

3. Τράπεζες και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα οφείλουν να προβλέψουν, στο πλαίσιο της καλής πίστης και των χρηστών συναλλακτικών ηθών, ένα ανώτατο θεμιτό επιτόκιο ανά τύπο σύμβασης. Το επιτόκιο αυτό θα καθορίζεται σε σχέση με το εκάστοτε καθοριζόμενο δικαιοπρακτικό επιτόκιο και οι πιστωτικοί φορείς οφείλουν να απέχουν από κάθε συμφωνία που θα υπερβαίνει το ανωτέρω ποσοστό.

4. Πριν από τη χορήγηση δανείων ή πιστώσεων, οι τράπεζες και τα πιστωτικά ιδρύματα οφείλουν να προτείνουν το είδος και το συνολικό ποσόν πίστωσης που ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες του καταναλωτή, στο πλαίσιο μιας πολιτικής υπεύθυνου δανεισμού. Για το σκοπό αυτό λαμβάνεται υπόψη η οικονομική κατάσταση και αξιολογείται αντικειμενικά η πιστοληπτική ικανότητα του δανειολήπτη, ώστε να εκτιμάται η πραγματική δυνατότητα αποπληρωμής των υποχρεώσεων που αναλαμβάνει, με στόχο την αποφυγή υπερχρέωσης των καταναλωτών.

5. Οι προμηθευτές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών δεν επιτρέπεται να δημιουργούν στο καταναλωτικό κοινό μέσω διαφημίσεων την εικόνα υπερβολικά δελεαστικής προσφοράς σε σχέση με προϊόντα καταναλωτικής πίστης, πιστωτικές κάρτες, προγράμματα μεταφοράς υπολοίπου, δάνεια με χαμηλό επιτόκιο ή δήθεν χαριστικούς όρους. Πριν από τη σύναψη σύμβασης, οι προμηθευτές επιβάλλεται να αναφέρουν αναλυτικά τα συνολικά έξοδα φακέλου και λοιπά διαχειριστικά κόστη, όπως εισφορές υπέρ τρίτων, όλες τις επιβαρύνσεις του καταναλωτή για όλη τη διάρκεια της σύμβασης και όχι μόνο μιας αρχικής χρονικής περιόδου αυτής.

6. Κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να πληροφορείται αμέσως κάθε τυχόν μεταβολή που επέρχεται στο ετήσιο επιτόκιο ή στις συναφείς επιβαρύνσεις. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να παρέχονται από τα τραπεζικά ιδρύματα στην ανάλυση του λογαριασμού που ο καταναλωτής λαμβάνει περιοδικά.

7. Σε περίπτωση που ο καταναλωτής εκπληρώσει τις συμβατικές υποχρεώσεις του πριν καταστούν ληξιπρόθεσμες δικαιούται μείωση επί του συνολικού κόστους της πίστωσης. Η μείωση αυτή θα είναι ίση με τη διαφορά ανάμεσα στο υπόλοιπο οφειλόμενο ποσό κατά την ημέρα της εξόφλησης και την παρούσα αξία του υπολοίπου οφειλομένου ποσού κατά την ίδια μέρα, υπολογιζόμενη με τη μέθοδο του ανατοκισμού. Ο υπολογισμός της παρούσας αξίας πρέπει να γίνεται με βάση το επιτόκιο με το οποίο εκείνη την ημέρα επιβαρύνει ο πιστωτικός φορέας τη σύναψη των νέων πιστωτικών συμβάσεων.

8. Τράπεζες και πιστωτικά ιδρύματα οφείλουν να απέχουν, στο πλαίσιο της καλής πίστης, από τη διενέργεια πλειστηριασμών κατά της παρουσίας των οφειλετών από 15ης Δεκεμβρίου εκάστου έτους έως 10ης Ιανουαρίου του επομένου έτους και κατά τη Μεγάλη Εβδομάδα, όπως και επί μία εβδομάδα μετά την εορτή του Πάσχα.

► Άρθρο 13 – Ειδικές υποχρεώσεις γυμναστηρίων, ινστιτούτων αισθητικής και μονάδων αδυνατίσματος

1. Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης γυμναστηρίων, ινστιτούτων αισθητικής, μονάδων αδυνατίσματος και παροχής συναφών υπηρεσιών υποχρεούνται να απέχουν από τη διενέργεια κάθε πράξης που μπορεί να έχει δυσμενείς επιπτώσεις στην υγεία των καταναλωτών. Ειδικότερα, πριν από την ένταξη του καταναλωτή στα προσφερόμενα προγράμματα και υπηρεσίες πρέπει να προσκομίζεται απαραίτητως ιατρική βεβαίωση και πιστοποίηση ότι ο καταναλωτής έχει υποβληθεί στις πρέπουσες κατά περίπτωση εξετάσεις για την ακριβή διαπίστωση της κατάστασής του και την πρόβλεψη τυχόν αντενδείξεων και πιθανών παρενεργειών σε σχέση με κάθε προτεινόμενο πρόγραμμα, με βάση την κατάσταση της υγείας του ή το προηγούμενο ιατρικό ιστορικό του.

2. Απαγορεύεται ρητά η διενέργεια ιατρικών πράξεων σε χώρους επιχειρήσεων γυμναστηρίων, ινστιτούτων αισθητικής, μονάδων αδυνατίσματος, καθώς και η διακίνηση μέσω των επιχειρήσεων αυτών φαρμακευτικώνσκευασμάτων και συμπληρωμάτων διατροφής χωρίς ιατρική συνταγή.

3. Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης γυμναστηρίων, ινστιτούτων αισθητικής, μονάδων αδυνατίσματος και παροχής συναφών υπηρεσιών υποχρεούνται να καταρτίζουν με τον χρήστη έγγραφη συμφωνία, αντίγραφο της οποίας θα χορηγείται προς αυτόν.

4. Η καταρτιζόμενη σύμβαση πρέπει να περιέχει, επί ποινή ακυρότητας, όλες τις παρεχόμενες υπηρεσίες, με επιμέρους ανάληψη της αξίας καθεμιάς εξ αυτών, όπως και των προσφερόμενων εναλλακτικών τρόπων πληρωμής. Πρέπει ακόμη να περιέχει έντυπο υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης, με τα πλήρη στοιχεία του προσώπου στο οποίο πρέπει να κοινοποιηθεί η ενδεχόμενη υπαναχώρηση, καθώς και τα στοιχεία του τρίτου που έχει ενδεχομένως χορηγήσει πίστωση ή χρηματοδότηση για την κάλυψη του τιμήματος.

5. Ο καταναλωτής δικαιούται να επιλέξει ελεύθερα τον τρόπο πληρωμής, χωρίς να υποχρεούται να αποδεχθεί ως αποκλειστικό τρόπο εξόφλησης την έκδοση πιστωτικής κάρτας από τον προμηθευτή σε συνεργασία με πιστωτικό ίδρυμα. Δικαιούται επίσης να υπαναχωρεί οποτεδήποτε από τη σύμβαση, κατά τους όρους του Αστικού Κώδικα και του νόμου, ή να καταγγέλλει αυτή πριν από τη λήξη του συμφωνημένου προγράμματος, καταβάλλοντας την αναλογούσα αμοιβή του προμηθευτή για ήδη παρασχεθείσες υπηρεσίες. Οποιαδήποτε απαγόρευση υπαναχώρησης τίθεται από τον προμηθευτή είναι αυτοδικαίως άκυρη και λογίζεται ως μη υπάρχουσα.

6. Η εφάπαξ πληρωμή-προεξόφληση του κάθε προτεινόμενου προγράμματος επιτρέπεται ύστερα από ειδική συμφωνία μεταξύ καταναλωτή και προμηθευτή και μόνο όταν αυτή λειτουργεί προς όφελος του καταναλωτή, όπως όταν γίνεται ειδική συμφωνία για έκπτωση ή προσφορά επιπλέον δωρεάν υπηρεσιών.

7. Σε περίπτωση υπαναχώρησης ή καταγγελίας από τον χρήστη, ο προμηθευτής υποχρεούται να του επιστρέψει στη συμφωνηθείσα τιμή τυχόν αχρεωστήτως εισπραχθέντα χρηματικά ποσά ή να τον απαλλάξει από την πληρωμή δόσεων καρτών που δεν αντιστοιχούν σε παρασχεθείσες υπηρεσίες.

Την ίδια υποχρέωση έχουν οι τράπεζες, οι οποίες σε περίπτωση καταγγελίας ή υπαναχώρησης του καταναλωτή οφείλουν να απόσχουν από κάθε ενέργεια είσπραξης των δόσεων από τον καταναλωτή, στρεφόμενες αποκλειστικά κατά του προμηθευτή προς τον οποίο έχουν τυχόν προκαταβάλει τα ποσά που αντιστοιχούν σε μη παρασχεθείσες υπηρεσίες.

8. Σε περίπτωση υπαναχώρησης ή καταγγελίας από τον χρήστη, ο προμηθευτής είναι υποχρεωμένος να κάνει εκκαθάριση του λογαριασμού του και να του επιστρέψει τυχόν οφειλόμενα χρήματα εντός δέκα ημερολογιακών ημερών από την άσκηση υπαναχώρησης.

► Άρθρο 14 – Σχέσεις ενώσεων προμηθευτών με ενώσεις καταναλωτών

1. Οι προμηθευτές και οι ενώσεις προμηθευτών οφείλουν να συμμετέχουν, σε συνεργασία με τις ενώσεις καταναλωτών, στα καταναλωτικά δρώμενα στην Ελλάδα και στην Ευρωπαϊκή Ένωση προς εξασφάλιση της ευρύτερης δυνατής εναρμόνισης των Ελληνικών ρυθμίσεων με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές στο πλαίσιο της καλής πίστης και της ομαλής λειτουργίας της αγοράς.

2. Οι προμηθευτές και οι ενώσεις προμηθευτών οφείλουν να απαντούν εγγράφως και αιτιολογημένα, εκθέτοντας τις θέσεις τους, το αργότερο εντός μηνός από την προς αυτούς υποβολή από τις ενώσεις καταναλωτών οποιουδήποτε αιτήματος αφορά ζητήματα μελών τους.

3. Οι προμηθευτές και οι ενώσεις προμηθευτών οφείλουν να προσκαλούν τις ενώσεις καταναλωτών να συμμετέχουν στις διαδικασίες σύνταξης Κωδίκων Δεοντολογίας κλαδικών φορέων, ώστε να εξασφαλίζεται η αντιπροσωπευτική συμμετοχή των καταναλωτών σε θέματα άμεσου ενδιαφέροντός τους με στόχο την κατά το δυνατόν αποφυγή δημιουργίας καταναλωτικών διαφορών.

4. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να συμμορφώνονται αμέσως προς το δεδικασμένο αμετάκλητων δικαστικών αποφάσεων που εκδόθηκαν είτε επί ατομικών αγωγών καταναλωτή είτε επί συλλογικών αγωγών ενώσεων καταναλωτών που έκριναν καταχρηστικούς γενικούς όρους συναλλαγών, να απαλείφουν αυτούς από τις σχετικές συμβάσεις και να μην επαναφέρουν εκ νέου τους όρους αυτούς με παρεμφερή διατύπωση ή με όρους ισοδύναμου δυσμενούς αποτελέσματος για τον καταναλωτή.

5. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να απέχουν από κάθε άμεση ή έμμεση προσφορά ή προσπάθεια παραίनेσης ή εκφοβισμού των καταναλωτών με στόχο να τους δειλιάσουν ή να τους αναγκάσουν να παραιτηθούν από τη συμμετοχή σε νομίμως λειτουργούσες αντιπροσωπευτικές ενώσεις καταναλωτών.

6. Οι προμηθευτές υποχρεούνται να απέχουν από κάθε προσπάθεια αποτροπής της ατομικής δικαστικής διεκδίκησης εκ μέρους καταναλωτών, προσφυγής σε ανεξάρτητους φορείς εξώδικης επίλυσης καταναλωτικών διαφορών, επιστροφής προς αυτούς τυχόν αχρεωστήτως καταβληθέντων ποσών και επιδίκασης αποζημίωσης σε βάρος τους στη βάση του δεδικασμένου αμετάκλητων δικαστικών αποφάσεων επί συλλογικών αγωγών που έκριναν καταχρηστικούς γενικούς όρους συναλλαγών και άλλες αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

► Άρθρο 15 – Προστασία ανηλίκων και ευαίσθητων ομάδων του πληθυσμού

1. Κατά την επιχειρηματική δράση τους και την προώθηση των προϊόντων τους στην αγορά, οι προ-

μηθευτές οφείλουν να μην παραμελούν την προστασία των ανηλίκων, των ηλικιωμένων, των κατοίκων απομονωμένων περιοχών, των ασθενών, των ατόμων με αναπηρία και λοιπών ευαίσθητων ομάδων του πληθυσμού.

2. Κάθε προωθητική ενέργεια που απευθύνεται προς τις ανωτέρω ομάδες προσώπων οφείλει να διενεργείται με τέτοιο τρόπο, που να λαμβάνει υπόψη την ηλικία, τις γνώσεις, την αντίληψη και τον βαθμό ωριμότητας των αποδεκτών της, τους οποίους δεν επιτρέπεται να βλάπτει σωματικά, ψυχολογικά ή ηθικά.

3. Κάθε διαφήμιση που απευθύνεται σε κοινό ανήλικων και νεαρών ατόμων δεν επιτρέπεται να στοιχειοθετεί άμεση ή έμμεση υποκίνηση αυτών σε πράξεις βίας, σε έκθεση σε κινδύνους, σε χρήση οινοπνευματωδών ποτών, προϊόντων καπνού, τοξικών ουσιών ή σε οποιασδήποτε μορφής επικίνδυνη και απερίσκεπτη συμπεριφορά που μπορεί να εκθέσει τους αποδέκτες της σε επικίνδυνες για την ασφάλεια και την υγεία τους καταστάσεις.

4. Απαγορεύεται η με οποιοδήποτε τρόπο εκμετάλλευση της ευπιστίας, ευαισθησίας και έλλειψης εμπειρίας ανήλικων και ατόμων με αναπηρία για σκοπούς προώθησης αγαθών και υπηρεσιών. Οι προμηθευτές οφείλουν να λαμβάνουν ιδιαίτερη μέριμνα ώστε να προβαίνουν σε προσεκτικές, ακριβείς και αντικειμενικές περιγραφές των προϊόντων τους που απευθύνονται σε τέτοια άτομα, ώστε να αποφεύγεται η παραπλάνηση αυτών όσον αφορά το πραγματικό μέγεθος, την αξία, τη φύση, τον σκοπό, την ανθεκτικότητα, την απόδοση και την τιμή του διαφημιζόμενου αγαθού.

5. Απαγορεύεται η ανάρτηση σε τόπους πώλησης ημερήσιου και περιοδικού τύπου και σε σημεία ιδιαίτερος εμφανή και προσβάσιμα από ανηλίκους διαφημιστικού υλικού και εντύπων με πορνογραφικό περιεχόμενο ή σκηνές βίας που απευθύνεται αποκλειστικά και μόνο σε ενήλικες καταναλωτές.

6. Απαγορεύεται αυστηρά η κατάρτιση συμβάσεων με ανήλικους χωρίς τη συναίνεση γονέα ή ενήλικου συμπαραστάτη. Απαγορεύεται κάθε προσφορά δώρων ή η χρήση συναφών, απευθυνόμενων προς ανήλικους μεθόδων, με σκοπό την αθέμιτη απόκτηση των προσωπικών δεδομένων και των οικονομικών στοιχείων των γονέων τους, όπως είναι οι αριθμοί πιστωτικών καρτών και οι τραπεζικοί κωδικοί.

► Άρθρο 16 – Εποπτεία συμμόρφωσης με τον Κώδικα

1. Η ευθύνη εφαρμογής του Κώδικα και η επίλυση διαφορών που προέρχονται από παραβάσεις του εναπόκειται στον Συνήγορο του Καταναλωτή και στις υπαγόμενες σε αυτόν Επιτροπές Φιλικού Διακανονισμού που εδρεύουν στις κατά τόπους Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις.

2. Παράβαση των όρων του Κώδικα που αποδεδειγμένα επιφέρει ζημία στον καταναλωτή συνιστά αντιεπαγγελματική συμπεριφορά του προμηθευτή στον επαγγελματικό κλάδο που ανήκει και στον ευρύτερο κύκλο των συναλλαγών.

3. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή μεριμνά για την εξασφάλιση, με κάθε πρόσφορο μέσο, δημοσιότητας τόσο ως προς τους προμηθευτές που σέβονται τον Κώδικα όσο και ως προς εκείνους που τον παραβιάζουν. Στα μέτρα αυτά περιλαμβάνεται η δημοσιοποίηση των συστάσεων που απευθύνει προς προμηθευτές και των αποφάσεων που εκδίδει για την επίλυση καταναλωτικών διαφορών, όπως και η διαβίβαση του φακέλου στο Υπουργείο Ανάπτυξης και στις λοιπές εποπτικές και δικα-

στικές Αρχές για την επιβολή των προβλεπόμενων κυρώσεων.

4. Παράβαση των όρων του Κώδικα μπορεί να θεμελιώνει κατά περίπτωση, εκτός από την ενδοσυμβατική ευθύνη του προμηθευτή, και αδικοπρακτική ευθύνη αυτού, η συνδρομή της οποίας κρίνεται από τα δικαστήρια υπό τους όρους και τις προϋποθέσεις των άρθρων 914 επ. του Αστικού Κώδικα.

5. Η τυχόν αδικοπρακτική ευθύνη των προμηθευτών είναι ανεξάρτητη ή συρρέουσα με τη σύμβαση ή τις διοικητικές κυρώσεις προστίμων, ανάκλησης άδειας λειτουργίας κ.λπ. ή τις ποινικές κυρώσεις που προβλέπονται για παράβαση διατάξεων, όπως του Αγορανομικού Κώδικα, του Κώδικα τροφίμων και ποτών, της τραπεζικής και ασφαλιστικής νομοθεσίας, της χρηματιστηριακής νομοθεσίας, των κανόνων σήμανσης των προϊόντων, των κανόνων περί ευθύνης του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα, των εθνικών και Ευρωπαϊκών ρυθμίσεων περί ευθύνης του παρέχοντος υπηρεσίες, των ρυθμίσεων για το ηλεκτρονικό εμπόριο, τη ραδιοτηλεοπτική και υπαίθρια διαφήμιση, την ηλεκτρομαγνητική συμβατότητα και ούτω καθεξής.

6. Ο παρών Κώδικας δεν περιορίζει το δικαίωμα επαγγελματιικών ενώσεων να επιβάλλουν στα μέλη τους πρόσθετες υποχρεώσεις ή πειθαρχικές κυρώσεις μέσω Κώδικα Δεοντολογίας ή με άλλα πρόσφορα μέσα.

► Άρθρο 17 – Ισχύς του Κώδικα

Η ισχύς του ανωτέρω Κώδικα αρχίζει τριάντα (30) ημέρες μετά τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

