



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Αθήνα, 20 Ιουλίου 2007
Αρ. Πρωτ.: 1210

ΣΥΣΤΑΣΗ

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, Ανεξάρτητη Αρχή επιφορτισμένη από τον ν. 3297/2004 (ΦΕΚ Α' 259/23-12-2004) με τη συναινετική εξωδικαστική επίλυση καταναλωτικών διαφορών, έχοντας ταυτόχρονα το δικαίωμα να προβαίνει σε συστάσεις και υποδείξεις προς τους προμηθευτές, ιδίως όταν από την επιχειρηματική συμπεριφορά τους θίγεται μεγάλος αριθμός καταναλωτών.

λαμβάνοντας υπόψη:

- 1) Το άρθρο 3, παρ. 1 και 2 του ν. 3297/2004 (ΦΕΚ Α' 259), βάσει του οποίου ο Συνήγορος του Καταναλωτή έχει αρμοδιότητα να επιλαμβάνεται αυτεπαγγέλτως ή κατόπιν σχετικής ενυπόγραφης αναφοράς των υποθέσεων της αρμοδιότητάς του, με στόχο την εξώδικη επίλυση διαφορών μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών.
- 2) Το άρθρο 1 παρ. 4 εδ. αα του ν. 2251/1994 (ΦΕΚ Α' 191), όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο παρ. 5 του ν. 3587/2007 (ΦΕΚ Α 152, 10.7.2007), περί «Προστασίας των καταναλωτών» σύμφωνα με το οποίο στην έννοια του καταναλωτή περιλαμβάνεται και «...κάθε αποδέκτης διαφημιστικού μηνύματος».
- 3) Τα άρθρα 9γ, 9δ, 9^ε του ν. 2251/1994, όπως προστέθηκαν με το άρθρο 12 του ν. 3587/2007, ο οποίος ενσωμάτωσε τις διατάξεις της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (ΕΕ L 149)

- 4) Την Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή - Στρατηγική της ΕΕ για την πολιτική των καταναλωτών 2007-2013: ενδυνάμωση των καταναλωτών, προώθηση της ευημερίας τους και αποτελεσματικής προστασίας τους (COM/2007/0099).
- 5) Το άρθρο 5 του Συντάγματος με το οποίο κατοχυρώνεται το δικαίωμα του ατόμου για ελεύθερη ανάπτυξη της προσωπικότητας και συμμετοχή στην οικονομική ζωή της χώρας.
- 6) Το άρθρο 4^ο παρ. 3 του ν. 2251/1994 (ΦΕΚ Α' 191) περί προστασίας των καταναλωτών, όπως τροποποιήθηκε από το άρθρο 5 του ν. 3587/2007 (ΦΕΚ Α 152), για την εμπορία από απόσταση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε συνδυασμό με το άρθρο 9 παρ. 4γ και 6 περίπτωση (γ) του ίδιου νόμου.
- 7) Τον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης - Επικοινωνίας, όπως ισχύει, ο οποίος αφορά σε όλες τις διαφημίσεις για κάθε είδους προϊόντα και υπηρεσίες.
- 8) Το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο για τους κανόνες που πρέπει να τηρούνται κατά τη διαφημιστική προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών και ειδικότερα τις διατάξεις της ΠΔ/ΤΕ 2501/2002 (Ενότητα Γ, παρ. 5), του άρθρου 13 του ν. 2076/1992, των άρθρων 1 και 3 του ν. 146/1914, του άρθρου 8 της ΚΥΑ Φ1-983/1991, της Απόφασης Δ.Σ Ε.Κ 126/24.2.1998, του άρθρου 4 παρ. 4.4 της Απόφασης Δ.Σ Ε.Κ 12263/Β500/24.4.1997
- 9) Τον Κώδικα Δεοντολογίας για τη διαφημιστική προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από πιστωτικά ιδρύματα
- 10) Το άρθρο 14 του Κώδικα Τραπεζικής Δεοντολογίας για την προβολή τραπεζικών υπηρεσιών και τη διαφήμιση.
- 11) Την από Ιουλίου 2007 δημοσιευθείσα στον ημερήσιο τύπο διαφήμιση της «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.» με τίτλο «Ωρα για Εθνική - Σας στέλνει διακοπές - Δάνειο 6.000 Ευρώ με σταθερό επιτόκιο 5,67% για ένα χρόνο»,

Δεδομένου ότι:

Στις αρχές Ιουλίου 2007 δημοσιεύθηκε στον ημερήσιο τύπο ολοσέλιδη έγχρωμη διαφήμιση της «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.» με τίτλο «Ωρα για Εθνική - Σας στέλνει διακοπές - Δάνειο 6.000 Ευρώ με σταθερό επιτόκιο 5,67% για ένα χρόνο», η οποία συνοδευόταν από παράπλευρο «άρθρο» στην ίδια σελίδα υπό τον τίτλο «Το πήρα απόφαση». Εκεί, υπό τον μανδύα δημοσιογραφικής περιγραφής, κάποιος πολίτης, εγκλωβισμένος δήθεν στους δρόμους του

Παγκρατίου, αποφασίζει να δραπτετεύσει σε ένα κομψό ξενοδοχείο της Μαγιόρκας, αφού πάρει πρώτα τηλέφωνο τον ταξιδιωτικό πράκτορα για να κλείσει θέση, και αμέσως μετά την ΕΘΝΙΚΗ, η οποία του εγκρίνει «μέσα σε λίγα λεπτά» διακοποδάνειο ύψους μέχρι 6.000 Ευρώ, ώστε στη συνέχεια να τηλεφωνήσει στην σύντροφό του για να ετοιμάσει την κοσμοπολίτικη βαλίτσα της και να φύγουν μαζί για ψώνια στην Μαγιόρκα ζώντας το καλύτερο καλοκαίρι της ζωής τους (..)

2 Η διαφημιστική αυτή ανακοίνωση της «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ», συγκαλύπτεται υπό τον μανδύα δημοσιογραφικού σχολίου – αντικειμενικής εξομολόγησης ενός πολίτη που ασφυκτιά στην θερμή καλοκαιρινή Αθήνα από την οποία μπορεί εύκολα να δραπτετεύσει χάρη στο διακοποδάνειο ύψους μέχρι 6.000 Ευρώ που εγκρίνεται «μέσα σε λίγα λεπτά» από την «ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ». Εκεί η τράπεζα εμφανίζεται, καλυπτόμενη πίσω από πρόσωπο που υποδύεται ψευδώς τον καταναλωτή, ενώ στην ουσία το ανυπόγραφο αυτό κείμενο προφανώς συντάχθηκε από διαφημιστική εταιρία κατ' εντολή της και το κόστος καταχώρισης καλύφθηκε από την προμηθεύτρια τραπεζική επιχείρηση, περίπου ως στοργική μητέρα που, *«φρόντισε να μην υπάρχει κανείς που να μιζεριάζει πίσω από τις γριλιές, όταν εκεί έξω όλος ο κόσμος χαίρεται το μεσογειακό καλοκαίρι»*, ενώ μεριμνά δήθεν για τον καταναλωτή και κάνει τα πάντα ώστε αυτός να περνάει υπέροχα και *«με κάθε πολυτέλεια»* ετοιμάζοντας *«μία άψογη βαλίτσα γεμάτη με ψώνια που ταιριάζει στον δικό του προορισμό»*.

3. Η πρόταση για αγορά εμφανίζεται συγκεκριμένη με τη μορφή κατάθεσης της εμπειρίας ενός «ευτυχισμένου» καταναλωτή, που με δανεικά χρήματα από το διακοποδάνειο της προμηθεύτριας «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ» μπόρεσε να πραγματοποιήσει το όνειρό του για ψώνια, και να εκπληρώσει τα *«απωθημένα του»* για διαφυγή από την Αθήνα και κοσμοπολίτικες διακοπές στη Μαγιόρκα μαζί με τη σύντροφό του. Πλην όμως, είναι πρόδηλο ότι τον καταναλωτή αυτό υποδύεται ψευδώς η προμηθεύτρια τράπεζα, η οποία, αφού παροτρύνει εμμέσως πλην σαφώς τον μέσο αναγνώστη της εφημερίδας να μιμηθεί τον τυχερό καταναλωτή που μπόρεσε να ικανοποιήσει τα όνειρά του για διακοπές και ψώνια, προσφέρει παραπλευρώς τον τρόπο να τα πραγματοποιήσει μέσω τραπεζικού δανεισμού. Πράττει αυτό, χωρίς όμως να δηλώνει ρητά και ευδιάκριτα ότι πρόκειται για διαφήμιση, και όχι για απλή έκφραση γνώμης ενός καταναλωτή, κατ' ευθεία παράβαση του άρθρου 9 παρ. 4 εδ. γ, και των άρθρων 9^α έως

9θ του τροποποιημένου ν. 2251/1994. Ακόμα το κείμενο αυτό, δημιουργεί στον μέσο αναγνώστη του εντύπου την εντύπωση υπερβολικά δελεαστικής προσφοράς από την προμηθεύτρια τράπεζα, στην οποία και ο ίδιος μπορεί να έχει πρόσβαση με συνοπτικές διαδικασίες, και χωρίς να εξετάσει τις οικονομικές του δυνατότητες για την αποπληρωμή του δανείου, μπαίνοντας απλά σε ένα κατάστημα της προμηθεύτριας τράπεζας για να υποβάλει τη σχετική αίτηση ή τηλεφωνώντας στον αριθμό Fastline 801 801 802 802 της υπηρεσίας καταναλωτικών δανείων της τράπεζας, όπως αναφέρεται στην παράπλευρη διαφήμιση, που υπόσχεται να ικανοποιήσει την «επιθυμία διαφυγής από τη μιζέρια».

4. Από νομική άποψη, είναι σαφές ότι η ανακοίνωση αυτή της «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ» στα ΜΜΕ για την προώθηση καταναλωτικών δανείων αποτελεί πληρωμένη καταχώριση από την προμηθεύτρια τράπεζα, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενό της, με τρόπο αναγνωρίσιμο από τον καταναλωτή. Άρα αποτελεί **κεκαλυμμένη διαφήμιση** και συνεπώς **παραπλανητική εμπορική πρακτική**, κατά την έννοια του άρθρου 9 στ εδ. κ του αναθεωρημένου ν. 2251/1994. Με το περιεχόμενο και τη μορφή της, που είναι αντίθετη στις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας και στο καθήκον αληθείας που επιβάλλεται από τους ως άνω κώδικες δεοντολογίας, η ανακοίνωση αυτή προκαλεί ηθελημένα στο κοινό την εντύπωση ότι συνιστά συμφέρουσα προσφορά με αποτέλεσμα, λόγω της προσελκυστικής επίδρασης που δημιουργεί, να στρεβλώνει ή να ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή προς τον οποίο απευθύνεται.

5. Η προστασία του καταναλωτή καθίσταται αναγκαία ιδιαίτερα στο μέτρο που η ανακοίνωση αυτή αποτελεί πρόσκληση για αγορά διακοποδανείου από την προμηθεύτρια τραπεζική επιχείρηση «ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ», προς συγκεκριμένο τύπο οικονομικά ασθενέστερου καταναλωτή. Όπως προκύπτει από το λεκτικό του κειμένου, πρόκειται για καταναλωτή, ο οποίος ασφυκτιά μέσα στη ζέστη της Αθήνας και, όπως αναφέρει το πληρωμένο αυτό «άρθρο», «*μιζεριάζει πίσω από τις γρίλιες*», αφού προφανώς αδυνατεί να πάει διακοπές όπως οι φίλοι του λόγω οικονομικών δυσχερειών. Στο μέτρο λοιπόν που ο τρόπος σύνταξης του κειμένου του «άρθρου» δημιουργεί στο μέσο καταναλωτή ιδίως σε νέους, οικονομικά ασθενέστερους και στις πιο ευάλωτες κατηγορίες του πληθυσμού, την εικόνα ευκαιρίας και υπερβολικά δελεαστικής προσφοράς διακοποδανείου με

προνομιακό επιτόκιο εκ μέρους της τράπεζας, άρα συνιστά απαγορευμένη αθέμιτη και παραπλανητική εμπορική πρακτική, κατά παράβαση των παραπάνω άρθρων 9α, 9γ, 9δ και 93 του ν. 2251/1994.

6. Βεβαίως, η παρακείμενη διαφήμιση της «ΕΘΝΙΚΗΣ» στην ίδια σελίδα της εφημερίδας, στην οποία παραπέμπει το επίμαχο «άρθρο», είναι μεν ευδιάκριτη και αναφέρει τα στοιχεία του προμηθευτή, το είδος του δανείου (ανοικτό δάνειο), το σταθερό επιτόκιο ύψους 5,67% για ένα χρόνο και τη δυνατότητα επικοινωνίας με τον συγκεκριμένο προμηθευτή. Πλην όμως, παραλείπει να αναφέρει, έστω και συνοπτικά ενόψη έλλειψης χώρου, τους όρους και τα δικαιολογητικά χορήγησης του δανείου, όπως π.χ. ελάχιστο ετήσιο εισόδημα καταναλωτή βάσει εκκαθαριστικού Εφορίας, το είδος επιτοκίου (σταθερό ή κυμαινόμενο) και το ύψος αυτού μετά τον πρώτο χρόνο, το Συνολικό Ετήσιο Πραγματικό Επιτόκιο (ύψους 6,27% μαζί με την εισφορά), καθώς και τις λοιπές επιβαρύνσεις ανά έτος, όπως έξοδα φακέλου (70 Ευρώ τον πρώτο χρόνο, 140 Ευρώ τον δεύτερο) κλπ. κατά παράβαση του άρθρου 9 παρ. 3 β του ν. 2251/1994, και των άρθρων 10, 11 και 12 του Κώδικα Δεοντολογίας για τη διαφημιστική προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών. Ο Κώδικας αυτός, που εκπονήθηκε από την Ελληνική Ένωση Τραπεζών, απαιτεί, ως γνωστόν, μεταξύ άλλων, να καθίσταται σαφές ότι η διαφήμιση αποτελεί εργαλείο ορθής πληροφόρησης του συναλλακτικού κοινού και μέσο γνωριμίας με τον καταναλωτή σε ότι αφορά τα κύρια χαρακτηριστικά του προσφερομένου προϊόντος, μεταξύ των οποίων και επαρκής πληροφόρηση για το επιτόκιο που θα ισχύσει μετά την λήξη της περιόδου ευνοϊκού επιτοκίου (σταθερό ή κυμαινόμενο με επιτόκιο αναφοράς και περιθώριο).

7. Είναι γεγονός ότι στα πλαίσια μιας σύντομης διαφημιστικής καταχώρισης δεν είναι δυνατόν να αναλυθούν, λόγω έλλειψης χώρου, όλοι οι όροι πώλησης του προϊόντος, τις οποίες υπάρχει δυνατότητα να γνωρίσει αναλυτικά ο καταναλωτής με επίσκεψη στο κατάστημα ή τηλεφωνικά. Πλην όμως, η έντυπη διαφήμιση της «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ», συνιστά πρόσκληση σύναψης σύμβασης καταναλωτικού δανείου και εξ αποστάσεως, ήτοι με υποβολή αίτησης μέσω τηλεφώνου, και μετάβαση προς υπογραφή της σύμβασης και ενημέρωση για τους όρους της στο κατάστημα μετά την έγκριση. Η πρακτική αυτή κατά τεκμήριο δεν παρέχει, επαρκή προσυμβατική πληροφόρηση του καταναλωτή πριν από τη σύναψη της σύμβασης

ούτε ακόμα επαρκείς πληροφορίες που αφορούν τη χρηματοοικονομική υπηρεσία, σύμφωνα με τους όρους του αναθεωρημένου άρθρου 4^ο του ν. 2251/1994. Η προωθητική αυτή εμπορική πρακτική της τράπεζας, με βάση το χρονικό σημείο που γίνεται, προφανώς αποσκοπεί στην προσέκλυση των οικονομικά ασθενέστερων καταναλωτών, που παραμένουν στην πόλη, ελλείψει ρευστού, και στην παρότρυνση αυτών να δανειστούν για να πάνε διακοπές και «να απολαύσουν το μεσογειακό καλοκαίρι», **ενέχει όμως προφανή κίνδυνο λήψης βιαστικής απόφασης αγοράς και συνακόλουθα υπέρμετρης δέσμευσης αυτών.** Τούτο εφόσον αφού δεν τους παρέχεται **πλήρης προσυμβατική ενημέρωση** για τους όρους αποπληρωμής του ανοικτού αυτού δανείου, για την ελάχιστη καταβολή, ενώ ακόμα αντιβαίνει στην πολιτική «υπεύθυνου δανεισμού» που πρέπει να τηρεί κάθε πιστωτικό ίδρυμα, αφενός ως μέσου αποφυγής υπερχρέωσης των νοικοκυριών και αφετέρου ως μέσου μείωσης του πιστωτικού κινδύνου της προμηθεύτριας τράπεζας.

8. Παράλληλα, είναι πρόδηλο ότι οι απαιτήσεις αληθείας και προσυμβατικής ενημέρωσης για τα ουσιώδη στοιχεία της συναλλαγής ουδόλως πληρούνται με την αναφορά , στο κάτω μέρος της διαφήμισης, με δυσδιάκριτα, λόγω μικρού μεγέθους, τυπογραφικά στοιχεία. **Τα ίδια συμπτώματα πλημμελούς ενημέρωσης του καταναλωτικού κοινού εμφανίζονται και στις τηλεοπτικές διαφημίσεις δανείων εκ μέρους και άλλων τραπεζών, όπου οι ειδικοί όροι και εισφορές περνούν με ταχύτητα στο κάτω μέρος της οθόνης με κυλιόμενη λεζάντα, θέμα για το οποίο επιλήφθηκε πρόσφατα το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης και θα επιληφθεί και η Αρχή μας.**

9. Όπως ρητά αξιώνει ο νόμος, για σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεων για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, απαιτείται περιγραφή των κυριότερων χαρακτηριστικών στοιχείων της χρηματοοικονομικής υπηρεσίας, βάσει του αναθεωρημένου άρθρου 4^ο παρ. 3 περ.α ν. 2251/1994. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνεται το συνολικό τίμημα που πρέπει να πληρώσει ο καταναλωτής στον προμηθευτή για τη χρηματοοικονομική υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένων όλων των συναφών τελών, επιβαρύνσεων και δαπανών και όλων των φόρων που εισπράττονται μέσω του προμηθευτή, ή, εάν δεν μπορεί να προσδιοριστεί το ακριβές τίμημα, τη βάση υπολογισμού του, κατά τρόπο ώστε να μπορεί να το ελέγξει

ο καταναλωτής, η ύπαρξη δικαιώματος υπαναχώρησης, πρακτικές οδηγίες για την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος κλπ.

10. Για όλους τους παραπάνω λόγους, η προπεριγραφόμενη πρακτική προώθησης διακοποδανείων της «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ» μέσω του τύπου, συνιστά αθέμιτη εμπορική πρακτική η οποία απαγορεύεται δυνάμει των διατάξεων του άρθρου 9, 9^α -9θ του αναθεωρημένου ν. 2251/1994.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή θεωρεί αθέμιτη και παραπλανητική για τους καταναλωτές την υπό κρίση εμπορική πρακτική προώθησης δια του τύπου των διακοποδανείων της «ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ» και **ΑΠΕΥΘΥΝΕΙ ΣΥΣΤΑΣΗ** προς την ανώνυμη τραπεζική εταιρία με την επωνυμία «**ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.**», να αποσύρει αμέσως την εν λόγω και κάθε συναφή διαφημιστική καταχώριση, να παρέχει εφεξής πλήρη ενημέρωση στους καταναλωτές για τους όρους χορήγησης δανειακών προϊόντων και να απέχει στο μέλλον, είτε αυτή είτε οποιαδήποτε άλλη τράπεζα, από παρόμοιες αθέμιτες πρακτικές προβολής και προώθησης των χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών της. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης ο Συνήγορος του Καταναλωτή επιφυλάσσεται για την τήρηση κάθε νόμιμης διαδικασίας που προβλέπεται από το ν. 3587/2007 και το ν. 3377/2005 («Αρχές και κανόνες για την εξυγίανση της λειτουργίας και την ανάπτυξη βασικών τομέων του εμπορίου και της αγοράς», ΦΕΚ Α'202).

Ο ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Γιάννης Δ. Αδαμόπουλος

Κοιν.:

1. Υπουργό Ανάπτυξης
κ. Δημήτρη Σιούφα
Μεσογείων 119
101 92 Αθήνα

2. Υφυπουργό Ανάπτυξης
κ. Γιάννη Παπαθανασίου
Πλ. Κάνιγγος
101 81

3. Ελληνική Ένωση Τραπεζών
Αμερικής 21^Α
106 72 Αθήνα

4. Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας
Αστροναυτών 19
151 25 Μαρούσι

5. Ένωση Εταιρειών Διαφήμισης – Επικοινωνίας
Υπερείδου 7
105 58 Αθήνα