



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Αρμόδιος:

Δημήτρης Μάρκου  
Αναπληρωτής Συνήγορος του Καταναλωτή

Εισηγητής:

Νεκτάριος Μακρυδάκης  
Ειδικός Επιστήμονας  
Τηλ.: 210-6460814  
Fax: 210-6460414  
E-mail: [nmakridakis@synigoroskatanaloti.gr](mailto:nmakridakis@synigoroskatanaloti.gr)

Αθήνα, 10 Μαρτίου 2011  
Αριθ. πρωτ.: 2532

**Προς:**

Εταιρεία "Α".

**Θέμα:** Σύσταση – Πόρισμα Συνηγόρου του Καταναλωτή.

**ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΥΣΤΑΣΗ - ΠΟΡΙΣΜΑ**

(Άρθρο 4, παρ. 5 του ν. 3297/2004, όπως ισχύει τροποποιημένος)

Στο πλαίσιο της αρμοδιότητάς του, κατ' άρθρο 3, παρ. 1 του ιδρυτικού του νόμου, «ο Συνήγορος του Καταναλωτή μπορεί να προβαίνει σε συστάσεις και υποδείξεις προς τους προμηθευτές, ιδίως όταν από την επιχειρηματική συμπεριφορά τους θίγεται μεγάλος αριθμός καταναλωτών». Ενόψει αυτής της αρμοδιότητας, σας αποστέλλουμε την παρούσα για να σας γνωρίσουμε ότι:

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, ως αρμόδιος να επιλαμβάνεται των υποθέσεων της αρμοδιότητάς του αυτεπαγγέλτως ή κατόπιν σχετικής ενυπόγραφης αναφοράς ενός τουλάχιστον των ενδιαφερόμενων μερών (άρθρο 3, παρ. 2 του ν. 3297/2004, όπως ισχύει τροποποιημένος), διεξήγαγε αυτεπάγγελτη έρευνα με αφορμή τη μη κάλυψη σήματος του δικτύου της εταιρείας Α σε ελληνικό νησί.

Για τους παραπάνω λόγους ο Συνήγορος του Καταναλωτή διεξάγει περαιτέρω έρευνα με αφορμή τόσο τις καταγγελίες όσο και δημόσιες δηλώσεις της εταιρείας για να διαπιστωθεί εάν υπάρχει πλήρης και έγκυρη προσυμβατική ενημέρωση των καταναλωτών για την γεωγραφική κάλυψη του δικτύου της εταιρείας, για την διαδικασία περιαγωγής σε περίπτωση αδυναμίας πραγματοποίησης κλήσεων λόγω έλλειψης δικτύου και κυρίως για την εξακρίβωση εάν τα σχετικά διαφημιστικά μηνύματα παραπληροφορούν τους καταναλωτές.

Ειδικότερα ύστερα από καταγγελία καταναλωτή σχετικά με την μη κάλυψη του σήματος της εταιρείας Α σε ελληνικό νησί, εξετάσαμε

(α) Το περιεχόμενο των διαφημιστικών μηνυμάτων της εταιρείας για την κάλυψη σήματος της εταιρείας.

(β) Την προσυμβατική ενημέρωση των καταναλωτών για την κάλυψη του δικτύου της εταιρείας και την διαδικασία περιαγωγής εντός ελληνικού εδάφους σε περίπτωση αδυναμίας πραγματοποίησης κλήσεων λόγω έλλειψης δικτύου.

#### **A. Ιστορικό και διαδικαστικές ενέργειες επί της παρούσας έρευνας.**

Η Αρχή μας δέχθηκε την καταγγελία καταναλωτή σχετικά με το ανωτέρω θέμα και αποτέλεσε αφορμή για περαιτέρω έρευνα του θέματος από τη Αρχή.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, ανεξάρτητη αρχή επιφορτισμένη από το ν. 3297/2004 (ΦΕΚ 259<sup>Α</sup>) με την συναινετική εξωδικαστική επίλυση καταναλωτικών διαφορών, έχοντας ταυτόχρονα το δικαίωμα να προβαίνει σε συστάσεις και υποδείξεις προς τους προμηθευτές, εξέτασε αναφορά υποβληθείσα από τον Β , με θέμα την υπέρογκη χρέωση του λογαριασμού του από την εταιρεία Α που έχει έδρα στη.....

Συγκεκριμένα η Αρχή δέχθηκε την αναφορά του Β στις 10/9/2009 στην οποία δέοθηκε αριθμ. πρωτ. 2931<sup>Α</sup>. Ο καταναλωτής στην αναφορά του καταγγέλλει την εταιρεία ότι κατά την διάρκεια των διακοπών του που βρισκόταν στο νησί της Λέσβου τον χρέωσε με υπερβολικό ποσό που προερχόταν από διεθνείς κλήσεις. Ύστερα από επικοινωνία του με το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών της εταιρείας ενημερώθηκε ότι, παρόλο που δεν ταξίδεψε στο εξωτερικό, είχε μπει στο τουρκικό δίκτυο και χρεώθηκε υπέρογκα για περιαγωγή ενώ βρισκόταν στο νησί και μάλιστα όπως αναφέρει σε απόσταση μικρότερη των 300 μέτρων από την κεραία της Α. Ο καταναλωτής διατύπωσε εκτός των άλλων το ερώτημα πως είναι δυνατόν να μην έχει σήμα της εταιρείας ενώ βρίσκεται σε ελληνική γεωγραφική περιοχή μεγάλου ελληνικού νησιού και αντιθέτως να αναγκάζεται να 'χρησιμοποιεί' χωρίς να το αντιληφθεί το δίκτυο μιας ξένης εταιρείας που έχει σήμα στο συγκεκριμένο ελληνικό γεωγραφικό χώρο.

Με το από 24/9/2009 έγγραφο μας διαβιβάσαμε στην Α την αναφορά και ζητήσαμε να μας εκθέσει τις απόψεις της επί των αναφερομένων σ' αυτήν, καθώς επίσης να μας στείλει οποιοδήποτε έγγραφο, που αφορά τη συγκεκριμένη υπόθεση και είναι χρήσιμο για την διερεύνηση των καταγγελλομένων.

Λόγω της μεγάλης καθυστέρησης από την πλευρά της Α να απαντήσει στην ως άνω καταγγελία η Αρχή αναγκάστηκε με το από 11/6/2010 και με αριθμ. πρωτ. Α/4917 έγγραφό της να στείλει υπομνηστική επιστολή στην εταιρεία.

Στην συνέχεια στη προσπάθεια μας να μελετήσουμε καλύτερα την υπόθεση καθώς και όλες τις συνιστώσες που αφορούν στην κάλυψη σήματος της εταιρείας και στην σχετική ενημέρωση του καταναλωτή αποστείλαμε νεότερο έγγραφο στην εταιρεία στις 12.6.2010 με αριθμ. πρωτ. Α/5877 σύμφωνα με το οποίο εκτός των άλλων ζητήσαμε από την εταιρεία να μας ενημερώσει για τα κάτωθι θέματα:

Σύμφωνα με την απόφαση της ΕΕΤΤ 488/82/15-07-2008, άρθρο 4, παρ. 2 «Σε κάθε περίπτωση, ενδείκνυται να ισχύουν τα ακόλουθα: α. Οι διαφημίσεις ή άλλες προσφορές να μην περιέχουν δηλώσεις ή οπτικές παρουσιάσεις που, άμεσα ή επαγωγικά, μέσω παραλείψεων, ασαφειών, ή υπερβολών, είναι πιθανό να παραπλανήσουν τον καταναλωτή για το προϊόν ή την υπηρεσία που προβάλλεται...» ζητήσαμε από την εταιρεία να μας ενημερώσει πως η επικοινωνιακή πολιτική της που προβάλλει την κάλυψη σήματος παντού στην ελληνική επικράτεια συνάδει με την έλλειψη σήματος στο Νομό Λέσβου.

Σύμφωνα με την απόφαση της ΕΕΤΤ 488/82/15-07-2008, άρθρο 5, παρ. 2 σχετικά με τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας και συγκεκριμένα i και iii «...ο πάροχος υπηρεσιών εξασφαλίζει ότι ο καταναλωτής δύναται να ενημερωθεί για τα ακόλουθα: i. Περιγραφή της παρεχόμενης υπηρεσίας συμπεριλαμβανομένων ειδικών χαρακτηριστικών (πχ. αδυναμία πραγματοποίησης συγκεκριμένων τύπων κλήσεων, ..., δυνατότητα περιαγωγής, τότε η περιαγωγή δεν ενεργοποιείται αυτόματα,...)» και «Γεωγραφική κάλυψη της υπηρεσίας», ζητήσαμε από την εταιρεία να μας ενημερώσει γιατί ο καταναλωτής είχε άγνοια τόσο της διαδικασίας περιαγωγής και επίσης είχε την πεποίθηση ότι η υπηρεσία καλύπτει γεωγραφικά όλη την ελληνική επικράτεια.

Επιπλέον στο ίδιο έγγραφο, σύμφωνα με το ν. 2251/1994 και την τροποποίηση και συμπλήρωση του με τον ν. 3587/2007 και το άρθρο 9 σχετικά με την διαφήμιση και τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ζητήσαμε από την εταιρεία να μας ενημερώσει με ποιο τρόπο και διαφημιστικά μέσα ενημερώνει τον καταναλωτή για την γεωγραφική κάλυψη του σήματος της εταιρείας, ποιο το περιεχόμενο τους και πως διασφαλίζεται η σωστή πληροφόρηση για σημαντικές αποκλίσεις από αυτές τις πληροφορίες.

Στην συνέχεια με το από 1.7.2010 έγγραφο μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου η εταιρεία μας απάντησε μέσω εκπροσώπου της ότι ουδέποτε έχει λάβει την αναφορά του καταναλωτή.

Λόγω των ανωτέρω, η Αρχή αποφάσισε να διαβιβάσει εκ νέου τη αρχική αναφορά. Η ως άνω καταγγελία απεστάλη στην εταιρεία με το από 2/7/2010 τηλεομοιοματικό έγγραφο της υπηρεσίας για ταχύτερο χειρισμό.

Η εταιρεία απάντησε στην καταγγελία με το από 5/7/2010 με αριθμ. πρωτ. Α/5680 και παρόλο που πίστωσε τον λογαριασμό του καταναλωτή, ουσιαστικά δεν απάντησε σε όσα όφειλε σύμφωνα με τα στοιχεία που της ζητήσαμε με τα ως άνω έγγραφα.

Λόγω της ελλιπέστατης απάντησης της εταιρείας σχετικά με τα όσα της ζητήθηκαν από την Αρχή σχετικά με τις διαφημίσεις και την επικοινωνιακή πολιτική της στο θέμα της πληροφόρησης των καταναλωτών για την κάλυψη του σήματος της, ο Συνήγορος του Καταναλωτή, αποφάσισε σε συνέχεια της ως άνω καταγγελίας να διεξάγει αυτεπάγγελτη έρευνα σχετικά με τα διαφημιστικά μηνύματα της εταιρείας που σχετίζονται με την γεωγραφική κάλυψη του δικτύου της.

Στις 14.10.2010 η Αρχή απέστειλε το με αριθμ. πρωτ. Α/8255 έγγραφο της με το οποίο ανακοίνωσε στην εταιρεία ότι διεξάγει έρευνα κάλυψη σήματος του δικτύου

της Α και τα σχετικά διαφημιστικά μηνύματα της εταιρείας. Με το συγκεκριμένο ζητήσαμε επιπλέον αναλυτικές τοποθετήσεις και διευκρινίσεις επί των συγκεκριμένων θεμάτων.

Σε απάντηση του παραπάνω εγγράφου η Α απάντησε με το από 14.2.2011 έγγραφο της και με αριθμ. πρωτ. Α/1136.

Κατόπιν της κατά τα άνω διαδικασίας ανταλλαγής απόψεων, ικανοποιήθηκε πλήρως η αρχή της εκατέρωθεν ακρόασης, βάσει της οποίας ο Συνήγορος του Καταναλωτή εξετάζει αντικειμενικά και αμερόληπτα τις υποθέσεις της αρμοδιότητας του, κατά τρόπο ώστε η διαδικασία που ακολουθείται να είναι διαφανής και να παρέχει τη δυνατότητα σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη να κοινοποιούν τις απόψεις τους στην Αρχή και να ενημερώνονται για τα γεγονότα που ισχυρίζεται το άλλο μέρος και ενδεχομένως για τις εκθέσεις των εμπειρογνομόνων ή των Ειδικών Επιστημόνων (Άρθρο 4, παρ. 4 του ν. 3297/2004, όπως ισχύει τροποποιημένος).

Έπειτα, από προσεκτική μελέτη των τοποθετήσεων σας, συμβουλευόμενοι σε κάθε περίπτωση τον νόμο και λαμβάνοντας υπόψη την ανάγκη προστασίας των καταναλωτών, αλλά και περιφρούρησης της εύρυθμης λειτουργίας της αγοράς, τέλος δε εκτιμώντας ότι η παρέμβαση της Αρχής μας δια του υπόψη τρόπου κρίνεται επιτακτική και αναγκαία με σκοπό την επισήμανση προβληματικών περιοχών και την άμεση αποτελεσματική θεραπεία αυτών, ο Συνήγορος του Καταναλωτή προβαίνει στη σύνταξη του παρόντος αναλυτικού Πορίσματος συνοδεία Συστάσεως του.

## **B. Νομικό και κανονιστικό πλαίσιο.**

1. Ο ν.2251/1994 (ΦΕΚ 191 Α΄) όπως ισχύει τροποποιημένος με τον ν. 3587/2007 (ΦΕΚ Α΄ 152)

Το άρθρο 9, παρ. 2, «Απαγορεύεται κάθε διαφήμιση το περιεχόμενο ή η μορφή της οποίας προκαλεί ή ενδέχεται να προκαλέσει πλάνη στα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στον οποίαν τη γνώση περιέρχεται και, εξαιτίας της πλάνης αυτής, μπορεί να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά (παραπλανητική διαφήμιση)».

Το άρθρο 9, παρ. 3, «Για να κριθεί αν μία διαφήμιση είναι παραπλανητική, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως οι ενδείξεις σχετικά με:

α) τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του αγαθού ή της υπηρεσίας, όπως η διαθεσιμότητα, η φύση, η εκτέλεση, η σύνθεση, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, η καταλληλότητα, οι χρήσεις, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική ή εμπορική προέλευση και τα ιδιαίτερα γνωρίσματα, τα επιστημονικά ή τεχνολογικά δεδομένα και τα αναμενόμενα από τη χρήση τους αποτελέσματα ή τα αποτελέσματα των δοκιμών ή ελέγχων».

Το άρθρο 9α, «δ) εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, 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».

Το άρθρο 9δ, παρ.1 «Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι, συνεπώς, αναληθής ή, όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίασής της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία τα οποία παρατίθενται κατωτέρω και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε. Τα στοιχεία αυτά είναι:

α) η ύπαρξη ή η φύση του προϊόντος,  
β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως είναι η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι κίνδυνοι, η εκτέλεση, η σύνθεση, τα συνοδευτικά εξαρτήματα, η μετά την πώληση υποστήριξη προς τον καταναλωτή και η αντιμετώπιση των παραπόνων, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, η παράδοση, η καταλληλότητα, η χρήση, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική ή εμπορική προέλευση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δοκιμών ή ελέγχων του προϊόντος».

Το άρθρο 9ε, παρ.1, 2 «1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψιν όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

2. Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο προμηθευτής αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου κατά τα αναφερόμενα στην παράγραφο 1, ή όταν δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι ήδη προφανής από το συγκεκριμένο πλαίσιο και όταν, και στις δύο αυτές περιπτώσεις, τούτο έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει.».

2. Η απόφαση της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) 488/82/15-07-2008.

Το άρθρο 4, παρ. 2 σύμφωνα με την οποία «Σε κάθε περίπτωση, ενδείκνυται να ισχύουν τα ακόλουθα: α. Οι διαφημίσεις ή άλλες προσφορές να μην περιέχουν δηλώσεις ή οπτικές παρουσιάσεις που, άμεσα ή επαγωγικά, μέσω παραλείψεων, ασαφειών, ή υπερβολών, είναι πιθανό να παραπλανήσουν τον καταναλωτή για το προϊόν ή την υπηρεσία που προβάλλεται ή για κάθε άλλο προϊόν ή για τον διαφημιζόντα ή για τρίτο διαφημιζόντα»

Το άρθρο 5, παρ. 2 σχετικά με τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας και συγκεκριμένα i, ii και iii «...ο πάροχος υπηρεσιών εξασφαλίζει ότι ο καταναλωτής δύναται να ενημερωθεί για τα ακόλουθα: i. Περιγραφή της παρεχόμενης υπηρεσίας συμπεριλαμβανομένων ειδικών χαρακτηριστικών (π.χ. αδυναμία πραγματοποίησης συγκεκριμένων τύπων κλήσεων, πρόσβαση στις υπηρεσίες εκτάκτων αναγκών, άλλες διευκολύνσεις, όπως αναγνώριση κλήσης, φραγή κλήσεων, πρόσβαση σε

υπηρεσίες καταλόγου, δυνατότητα περιαγωγής, τότε η περιαγωγή δεν ενεργοποιείται αυτόματα, αδυναμία παροχής υπηρεσίας σε περίπτωση διακοπής ρεύματος),

ii. Πιθανοί περιορισμοί στην πρόσβαση στην υπηρεσία. Ενδεικτικά αναφέρονται η ανάγκη εκπλήρωσης συγκεκριμένων τεχνικών απαιτήσεων για την παροχή της υπηρεσίας, η αδυναμία πραγματοποίησης κλήσεων με προεπιλογή προς συγκεκριμένες αριθμοσειρές. Και iii. Γεωγραφική κάλυψη της υπηρεσίας».

### Γ. Υπαγωγή της υπο κρίση περίπτωσης.

Ανατρέχοντας στο διαδικτυακό τόπο της εταιρείας, εντοπίζονται οι κάτωθι ανακοινώσεις σχετικά με το δίκτυο της:

*«Βλέποντας τον κόσμο μέσα από τα μάτια των πελατών της και ανταποκρινόμενη στις πραγματικές τους ανάγκες, η Α με το υπερσύγχρονο τηλεπικοινωνιακό της δίκτυο φέρνει το σήμα της εταιρείας σε ολόκληρη τη ΝΑ Ευρώπη. Η εταιρεία επενδύει σταθερά στην επέκταση και ανάπτυξη του δικτύου της, με στόχο τη σταθερή παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Στην Ελλάδα, το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο της Α προσφέρει πανελλαδική κάλυψη που στην ηπειρωτική χώρα φτάνει σχεδόν το 100% (99,8%), ενώ παράλληλα καλύπτει το σύνολο σχεδόν της θαλάσσιας επικράτειας, καθιστώντας το αγαθό της κινητής τηλεφωνίας προσιτό ακόμη και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές. Παράλληλα, η Α επενδύει και αναπτύσσει νέες πλατφόρμες υπηρεσιών για να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή.»*

Σε συνέχεια των παραπάνω εντοπίσαμε στον ίδιο διαδικτυακό τόπο και συγκεκριμένα στον τομέα 'Κάλυψη Διτύου' ένα γεωγραφικό χάρτη της Ελλάδας, και δημιουργεί στον καταναλωτή ξεκάθαρα την εικόνα ότι το δίκτυο της εταιρείας καλύπτει γεωγραφικά όλη την Ελλάδα. Ειδικότερα παρουσιάζει τη νήσο Λέσβο να καλύπτεται απόλυτα και ο μέσος καταναλωτής αντιλαμβάνεται ότι η κάλυψη είναι γεωγραφική και σε καμία περίπτωση ο συγκεκριμένος χάρτης δεν δημιουργεί την πεποίθηση στον καταναλωτή ότι πρόκειται για πληθυσμιακή κάλυψη δεδομένου ότι δεν υπάρχει πουθενά αναγραφόμενος στον χάρτη ο συγκεκριμένος όρος. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που έστειλε η εταιρεία στην Αρχή μας αναφέρει ότι η Α στις ενημερωτικού τύπου αναρτήσεις της αναφορικά με την υφιστάμενη κάλυψη του δικτύου της κάνει αναφορά για πληθυσμιακή κάλυψη παροχής υπηρεσιών και όχι γεωγραφική. Από την παραπάνω ανάρτηση του **γεωγραφικού χάρτη** δεν γίνεται καμία μνεία για πληθυσμιακή κάλυψη με αποτέλεσμα να αποτελεί παραπλάνηση του καταναλωτή.

Επίσης, στα ΜΜΕ εντοπίστηκε διαφημιστικό μήνυμα της εταιρείας, που προβάλλεται σε πανελλαδική εμβέλεια μέσω τηλεόρασης, ραδιοφώνου και άλλων ΜΜΕ σύμφωνα με το οποίο δίνεται ξεκάθαρη εντύπωση στον καταναλωτή ότι απολαμβάνει υπηρεσίες μέσω δικτύου της εταιρείας -και όχι μέσω περιαγωγής – ακόμα και στο πιο απομονωμένο σημείο της Ελλάδας. Συγκεκριμένα το μήνυμα περιλαμβάνει τις παρακάτω διαβεβαιώσεις προς τον καταναλωτή για το δίκτυο της εταιρείας... **«Έχει σήμα! Σήμα καμπάνα. Σε λόγκους, βουνά ή πεδιάδα Έχει σήμα! Σήμα καμπάνα! Σε πόλεις, χωριά, θάλασσες και νησιά, Έχει σήμα καμπάνα.....Για sms, στις ερημιές.....».**

Οι παραπάνω γεωγραφικές έννοιες παραπέμπουν σαφέστατα σε γεωγραφική αντίληψη της κάλυψης σήματος και σε καμία περίπτωση σε πληθυσμιακή. Είναι ξεκάθαροι γεωγραφικοί προσδιορισμοί και δημιουργούν την εντύπωση στον καταναλωτή ότι σε

οποιοδήποτε σημείο της Ελλάδας και αν βρεθεί – πόσο μάλλον σε ένα μεγάλο νησί όπως η Λέσβος- θα έχει σήμα της Α . Το μήνυμα θεωρείται παραπλανητικό σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία διότι εκτός του ότι χρησιμοποιεί αποκλειστικά γεωγραφικούς όρους πουθενά δεν γίνεται αναφορά για πληθυσμιακή κάλυψη. Επίσης υπάρχει σύγχυση του καταναλωτή μεταξύ των όρων πληθυσμιακή κάλυψη και γεωγραφική αφού δημιουργείται το οξύμωρο και εύλογο ερώτημα πως είναι δυνατόν σε μια γεωγραφική περιοχή **με συγκεκριμένο πληθυσμό** να μην υπάρχει σήμα έστω και σαν πληθυσμιακή κάλυψη. Συμπερασματικά σε αντίθεση με το περιεχόμενο του διαφημιστικού μηνύματος, δεν υπάρχει σήμα σε όλα τα απόμακρα σημεία ούτε γεωγραφικά ούτε και πληθυσμιακά και επομένως αποτελεί παραπλανητικό διαφημιστικό μήνυμα.

Στις απαντητικές επιστολές της η εταιρεία έχει αναφέρει και τα εξής : «Η εταιρεία μας ενημερώνει αναλυτικά κάθε συνδρομητή με όλα τα πρόσφορα μέσα για το ενδεχόμενο δικτύωσης σε παραμεθώριο περιοχή, ενώ παράλληλα στην οθόνη του κινητού του χρήστη είναι εμφανές το δίκτυο που εκείνη την στιγμή τον εξυπηρετεί ». Σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία και αποφάσεις της ΕΕΤΤ σε καμία περίπτωση η ένδειξη του ξένου δικτύου στο κινητό του καταναλωτή δεν καλύπτει το διαφημιστικό μήνυμα που τον έχει διαβεβαιώσει ότι θα έχει σήμα της Α σε κάθε σημείο!

Επίσης από το περιεχόμενο των απαντήσεων που έλαβε ο Συνήγορος του Καταναλωτή από τον καταγγελλόμενο πάροχο διαπιστώθηκε ότι η ενημέρωση των καταναλωτών σε ότι αφορούσε την κάλυψη σήματος της εταιρείας και τον τρόπο δικτύωσης σε παραμεθώριες περιοχές γινόταν εξ ολοκλήρου μέσω ιστοσελίδας (Portal) και μέσω ενημερωτικού τύπου αναρτήσεων. Το γεγονός αυτό δημιούργησε εύλογα ερωτηματικά ως προς την ικανοποίηση της οικείας νομοθετικής πρόβλεψης με το ζητούμενο της πραγματικής γνώσης που πρέπει να λαμβάνουν οι συνδρομητές από την στιγμή που δεν θα πρέπει να θεωρείται δεδομένο ότι άπαντες οι συνδρομητές ή οι δυνητικοί πελάτες έχουν πρόσβαση ή εξοικείωση με το ίντερνετ , ενώ είναι δεδομένο ότι τα διαφημιστικά μηνύματα καλύπτουν την συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών.

#### **Δ. Σύσταση - Πόρισμα**

Κατόπιν των ανωτέρω, ο Συνήγορος του Καταναλωτή, αφού έλαβε υπόψη άπαντα τα προσκομισθέντα έγγραφα, τους ισχυρισμούς και τα αποδεικτικά στοιχεία των μερών:

**I.** Απευθύνει Σύσταση προς την εταιρεία με της επωνυμία Α που έχει έδρα στη ....., να αποσύρει την παραπάνω διαφημιστική καμπάνια από όλα τα ΜΜΕ ή αν πρόκειται να ξαναχρησιμοποιηθεί στο μέλλον να την προσαρμόσει με τέτοιο τρόπο που να καθίσταται σαφές και να γίνεται κατανοητό από όλους ότι οι γεωγραφικοί προσδιορισμοί που χρησιμοποιεί δεν εξασφαλίζουν κάλυψη σήματος στους πελάτες της σε όλα τα σημεία αλλά υπάρχει το ενδεχόμενο δικτύωσης μέσω ξένου δικτύου.

**II.** Να διαμορφώσει τις απαραίτητες διαδικασίες ώστε να υποδεικνύονται με σαφήνεια και να γίνονται αντιληπτά και κατανοητά πέραν κάθε αμφισβήτησης κατά την στιγμή της κατάρτισης της σύμβασης όλα εκείνα τα σημεία που αφορούν στην κάλυψη του δικτύου της εταιρείας, την διαδικασία περιαγωγής εντός ελληνικού

εδάφους σε περίπτωση αδυναμίας πραγματοποίησης κλήσεων μέσω του δικού της δικτύου καθώς και οι σχετικές χρεώσεις.

**III.** Καλεί την καταγγελλόμενη εταιρεία να γνωστοποιήσει εντός δέκα (10) ημερών, εάν αποδέχεται τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα έγγραφη σύσταση.

**IV.** Αποφασίζει ότι σε περίπτωση που η καταγγελλόμενη επιχείρηση δεν αποδεχθεί τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα σύσταση, τότε η παρούσα σύσταση-πόρισμά θα δημοσιευθεί με στόχο να ενημερωθούν όλοι οι πελάτες και δυνητικοί πελάτες της εταιρείας δεδομένου ότι στο μέλλον είναι πολύ πιθανό να ανακύψουν διαφορές παρόμοιας φύσεως.

### **Ο ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

**Ευάγγελος Ζερβέας**



Κοιν.:

1. Υπουργείο Περιφερειακής Ανάπτυξης & Ανταγωνιστικότητας  
Υπουργό κ. Μιχάλη Χρυσοχοΐδη  
Μεσογείων 119  
10192 Αθήνα

2. Υπουργείο Εργασίας & Κοινωνικής Ασφάλισης  
Υπουργό κα Λούκα Κατσέλη  
Πειραιώς 40  
10182 Αθήνα

3. Υπουργείο Εργασίας & Κοινωνικής Ασφάλισης  
Υφυπουργό κ. Βασίλη Κεγκέρογλου  
Πειραιώς 40  
10182 Αθήνα

4. Υπουργείο Εργασίας & Κοινωνικής Ασφάλισης  
Γενική Γραμματεία Καταναλωτή  
Γενικό Γραμματέα Καταναλωτή , κ. Δημήτρη Σπυράκο  
Πλατεία Κάνιγγος  
101 81 Αθήνα

5. Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων  
Πρόεδρο Δρ. Λεωνίδα Κανέλλο  
Λ. Κηφισίας 60  
15125 Μαρούσι