



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Πληροφορίες: Μαρία Αρχοντάκη  
Ειδική Επιστήμονας  
Ηλεκτρον. Δ/νση: marchontaki@synigoroskatanaloti.gr

Αθήνα 5 Δεκεμβρίου 2012  
Αριθ. Πρωτ. :10793

**ΠΡΟΣ:**

.....

**ΚΟΙΝ.:**

.....

**ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΥΣΤΑΣΗ**  
(Άρθρο 4 παρ. 5 Ν. 3297/2004)

Στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων μας, κατ' άρθρο 4 παρ. 5 του Ν. 3297/2004 όπως ισχύει τροποποιημένος, με σκοπό τη συναινετική επίλυση της διαφοράς που ανέκυψε, κατόπιν υποβολής της από 24.01.2011 αναφοράς του κ. .... (αρ. πρωτ. εισερχ. 481Α/25.01.2011) κατά της εταιρείας .... και κατόπιν της συνάντησης προς επίτευξη συμβιβασμού που έλαβε χώρα στα γραφεία της Αρχής, σας γνωρίζουμε τα ακόλουθα:

**Α. ΙΣΤΟΡΙΚΟ**

1. Σύμφωνα με τα διαλαμβανόμενα στην εν λόγω αναφορά, στις 22.05.2010 ο αναφέρων αγόρασε από την εταιρεία ....έναν φορητό ηλεκτρονικό υπολογιστή της εταιρείας .... και συγκεκριμένα το μοντέλο ....., το οποίο συνοδευόταν, όπως αναφερόταν σε σχετική διαφήμιση της αναφερόμενης εταιρείας που είναι η αντιπροσωπεία της εταιρείας .... στην Ελλάδα, από εγγύηση αντικατάστασης ακόμα και σε περίπτωση οποιουδήποτε ατυχήματος ή κλοπής εντός ενός έτους. Στις 21.01.2011 κατόπιν διάρρηξης στην οικία του αναφέροντα, την οποία δήλωσε ο αναφέρων στο Τμήμα Ασφαλείας Γλυφάδας, μεταξύ άλλων εκλάπη και ο ανωτέρω υπολογιστής. Στη συνέχεια, σε επικοινωνία του με την αναφερόμενη επιχείρηση πληροφορήθηκε ότι, η διαφημιζόμενη εκτεταμένη εγγύηση η οποία παρέχει κάλυψη σε περίπτωση κλοπής, ατυχήματος ή απώλειας δεν ίσχυε στη δική του περίπτωση, καθώς δεν είχε προβεί στη σχετική ηλεκτρονική δήλωση των στοιχείων του εντός επτά ημερολογιακών ημερών από την ημερομηνία αγοράς του ηλεκτρονικού υπολογιστή του και για το λόγο αυτό η εταιρεία δεν επρόκειτο να αντικαταστήσει τον ηλεκτρονικό υπολογιστή του αναφέροντα. Σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της εταιρείας, ο καταναλωτής προέβη μεν στην ενεργοποίηση της βασικής εγγύησης που παρέχει η εταιρεία, όχι όμως της ως άνω εκτεταμένης εγγύησης και, επομένως, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής δεν καλύπτεται από αυτήν.

2. Κατά τη μελέτη της κρινόμενης καταναλωτικής διαφοράς και για την έκδοση της

παρούσας σύστασης, λήφθηκαν υπόψη τα κατωτέρω έγγραφα:

α) Η υπ'αριθμ. πρωτ. εισερχ. 481Α/25.01.2011 αναφορά

β) Η υπ'αριθμ. πρωτ. εισερχ. Α/2321/24.03.2011 επιστολή της αναφερόμενης εταιρείας

## B. ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

1. Σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 1 του άρθρου 2 (Γενικοί όροι συναλλαγών – Καταχρηστικοί γενικοί όροι) του Ν. 2251/1994 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει: “Όροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για μελλοντικές συμβάσεις (γενικοί όροι των συναλλαγών), δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, εάν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε ανυπαιτίως, όπως, ιδίως, όταν ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξη τους ή του στέρησε την δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους”.<sup>1</sup> Σύμφωνα με την παρ. 2 του ίδιου άρθρου: “Οι γενικοί όροι συμβάσεων και παρεπόμενων συμφωνιών που καταρτίζονται στην Ελλάδα διατυπώνονται γραπτώς στην ελληνική γλώσσα, κατά τρόπο σαφή, συγκεκριμένο και εύληπτο, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να αντιληφθεί πλήρως το νόημά τους και εκτυπώνονται με ευανάγνωστους χαρακτήρες σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σύμβασης”.<sup>2</sup> Σύμφωνα με την παρ. 4 του ίδιου άρθρου: “Κατά την ερμηνεία των γενικών όρων συναλλαγών λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών. Γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτον για λογαριασμό του, σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή. Σύμφωνα με την παρ. 6 του ίδιου άρθρου: “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.”<sup>3</sup>

2. Σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 1α του άρθρου 9 (Διαφήμιση) του ανωτέρω νόμου: “Διαφήμιση κατά την έννοια του παρόντος νόμου είναι κάθε ανακοίνωση που γίνεται με κάθε μέσο στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών,

1 Ο καταναλωτής δεν βαρύνεται με υπαιτιότητα όταν αγνοεί το περιεχόμενο και τη σημασία όρων που αφορούν ζητήματα τα οποία αυτός καλόπιστα δεν υπολογίζει να συναντήσει στη συγκεκριμένη σύμβαση, ιδιαίτερα όταν οι σχετικοί ΓΟΣ περιέχουν και κάποιο στοιχείο παγίδευσης ή αιφνιδιασμού του. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι ρήτρες που αντιφάσκουν στην εικόνα που δικαιολογημένα δημιουργείται στον καταναλωτή με τη διαφήμιση ή με τη συναλλακτική επαφή, Αλεξανδρίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, 2008, 102.

2 Οι διατάξεις εφαρμόζονται για κάθε όρο σύμβασης που δεν αποτέλεσε αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης, συμπεριλαμβανομένων των προφορικά διατυπωμένων όρων., Αλεξανδρίδου, ό.π., 85.

3 Ενδεχόμενες ειδικές συνθήκες κατά τη σύναψη της σύμβασης (λ.χ. προφορικές διευκρινίσεις ή αντιδράσεις του προμηθευτή στην εξωτερική εντύπωση του καταναλωτή) είναι πιθανό να δημιουργούν εύλογες προσδοκίες στον καταναλωτή, η διάψευση των οποίων να διαταράσσει σημαντικά τη συμβατική ισορροπία. Έτσι υπό το φως των “ειδικών συνθηκών” μπορεί να προσλάβει αιφνιδιαστικό και άρα καταχρηστικό χαρακτήρα ένας κατά τα λοιπά μη επιλήψιμος ΓΟΣ (λ.χ. λόγω αντίθεσής του σε προηγηθείσα διαφήμιση του προμηθευτή), Αλεξανδρίδου, ό.π., 115.

συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων.”

3. Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 9α (Ορισμοί) εδ. δ' του ανωτέρω νόμου: “Για τους σκοπούς των διατάξεων του παρόντος Μέρους νοούνται: Εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επωνυμία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ ενός προμηθευτή, που συνδέεται άμεσα με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές”. Σύμφωνα με το εδ. ε' του ίδιου άρθρου: “Ουσιώδης στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς των καταναλωτών (νοείται) η χρήση εμπορικής πρακτικής με σκοπό τη σημαντική μείωση της ικανότητας του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση, με επακόλουθο ο καταναλωτής να λάβει μία απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε<sup>4</sup> Σύμφωνα με το εδ. η' του ίδιου άρθρου: “Επαγγελματική ευσυνειδησία, (νοείται), το μέτρο της ειδικής τεχνικής ικανότητας και μέριμνας που ευλόγως αναμένεται να επιδεικνύει ένας προμηθευτής προς τους καταναλωτές, κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται στην έντιμη πρακτική της αγοράς ή και στη γενική αρχή της καλής πίστης, στον τομέα δραστηριοτήτων του προμηθευτή.”

4. Σύμφωνα με το άρθρο 9γ (Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών) παρ. 1 του ανωτέρω νόμου: “Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που υιοθετούνται πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν<sup>5</sup> Σύμφωνα με την παρ. 2 του ίδιου άρθρου: “Μία εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας και στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή, στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας, όταν μία εμπορική πρακτική απευθύνεται σε μία συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών.”<sup>6</sup> Σύμφωνα με την παρ. 4 του ίδιου άρθρου: “Εμπορικές πρακτικές είναι αθέμιτες, ιδίως όταν είναι παραπλανητικές ή επιθετικές, όπως αυτές καθορίζονται στα άρθρα 9δ, 9ε, 9στ και 9ζ και 9η, αντίστοιχα.”

5. Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 9δ (Παραπλανητικές πράξεις) του ανωτέρω νόμου: “Μία εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι, συνεπώς, αναληθής ή, όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίας της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμη 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) ύπαρξη ή η φύση του προϊόντος, β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι

4 Συνακόλουθα, η έννοια προϋποθέτει αφενός ότι η εμπορική πρακτική χρησιμοποιείται για να στρεβλώσει την οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή (ή να ενδέχεται να στρεβλώσει) και αφετέρου να είναι τόσο σημαντική ώστε να είναι σε θέση να οδηγήσει τον καταναλωτή να λάβει μία απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, Αλεξανδρίδου, ό.π., 516.

5 Έτσι, οι σχετικές διατάξεις του νόμου μπορούν να εφαρμοσθούν σε σχεδόν οποιαδήποτε ενέργεια του εμπόρου που επηρεάζει την οικονομική συμπεριφορά των πελατών-καταναλωτών του, ξεκινώντας από το προ-συμβατικό στάδιο και καταλήγοντας στο μετα-συμβατικό, τόσο μάλιστα σε συμβατικό επίπεδο όσο και σε εξωδικαιοπρακτικό, Αλεξανδρίδου, ό.π., 507.

6 Βασικός στόχος είναι να προστατευθεί η ελεύθερη επιλογή και συναλλακτική απόφαση του καταναλωτή, Αλεξανδρίδου, ό.π., 517.

κίνδυνοι...γ) η έκταση των δεσμεύσεων του προμηθευτή, τα κίνητρα για την εμπορική πρακτική και η φύση της διαδικασίας πωλήσεων, κάθε δήλωση ή σύμβολο που αφορά άμεση ή έμμεση χορηγία ή έγκριση του προμηθευτή ή του προϊόντος, δ) η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της ή η ύπαρξη ειδικής συμφέρουσας τιμής, ε) η ανάγκη υπηρεσίας, ανταλλακτικού, αντικατάστασης ή επισκευής, στ) η φύση, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του προμηθευτή ή του αντιπροσώπου του, όπως είναι η ταυτότητα και τα περιουσιακά στοιχεία του, τα προσόντα του, η ιδιότητα, η έγκριση, η εταιρική σχέση, η σύνδεση ...ζ) τα δικαιώματα του καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος αντικατάστασης ή επιστροφής σύμφωνα με το άρθρο 5. ” Σύμφωνα με την παρ. 2 του ίδιου άρθρου: “Μία εμπορική πρακτική θεωρείται επίσης παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει το μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, και η πρακτική περιλαμβάνει: α) κάθε προσπάθεια προώθησης προϊόντος (μάρκετινγκ), συμπεριλαμβανομένης της συγκριτικής διαφήμισης ...β)...”

6. Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 9ε (Παραπλανητικές παραλείψεις) παρ. 1 του ανωτέρω νόμου: “ Μία εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη 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.” Σύμφωνα με την παρ. 2 του ίδιου άρθρου: “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 παρ. 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. Σύμφωνα με την παρ. 3 του ίδιου άρθρου: “Όταν το μέσο που χρησιμοποιείται για την ανακοίνωση της εμπορικής πρακτικής επιβάλλει περιορισμούς τόπου ή χρόνου, οι περιορισμοί αυτοί, καθώς και τα μέτρα που λαμβάνει ο προμηθευτής για να καταστήσει την πληροφορία προσιτή στους καταναλωτές με άλλο τρόπο, λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να διαπιστωθεί αν η πληροφορία έχει παραλειφθεί.”

7. Τέλος, το άρθρο 9θ του ανωτέρω νόμου προβλέπει τις κυρώσεις σε περίπτωση παραβίασης των ανωτέρω, και ειδικότερα, σύμφωνα με την παρ. 1: “Κάθε καταναλωτής ή και ένωση καταναλωτών έχουν το δικαίωμα, σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων των άρθρων 9γ έως και 9η, να ζητούν τη δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψής της στο μέλλον, καθώς και αποζημίωση για τη ζημία που υφίστανται εξαιτίας της πρακτικής αυτής”. Σύμφωνα με την παρ. 5 του ίδιου άρθρου: “ Ο Υπουργός Ανάπτυξης μπορεί να διατάξει, με απόφασή του για λόγους δημοσίου συμφέροντος, την άμεση παύση αθέμιτης εμπορικής πρακτικής. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς την απόφαση αυτή επιβάλλονται, σε βάρος του παραβάτη, οι κυρώσεις του άρθρου 13α του παρόντος νόμου.”

## Γ. ΥΠΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΥΠΟ ΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Κατόπιν ενδελεχούς ελέγχου των στοιχείων του φακέλου της κρινόμενης διαφοράς, διαπιστώθηκαν τα ακόλουθα:

Στις 22.05.2010, ο αναφέρων προέβη στην αγορά του μοντέλου ... φορητού ηλεκτρονικού υπολογιστή μάρκας .... αντί ποσού 1194,70 ευρώ, κατόπιν προβολής σχετικής διαφήμισης των ηλεκτρονικών υπολογιστών της εν λόγω εταιρείας, στην οποία αναφερόταν η παροχή εκτεταμένης εγγύησης (η οποία περιελάμβανε την αντικατάσταση της συσκευής σε περίπτωση κλοπής) για όσους υπολογιστές αγοραστούν στην Ελλάδα κατά το χρονικό διάστημα από 01.04.2010 έως και 30.06.2010.

Στη συνέχεια, ο καταναλωτής προέβη στην ηλεκτρονική εγγραφή του ηλεκτρονικού υπολογιστή που αγόρασε προκειμένου να ενεργοποιηθεί η παρεχόμενη εγγύηση και μόλις ολοκληρώθηκε η διαδικασία, έλαβε με ηλεκτρονικό μήνυμα από την εταιρεία και την σχετική “Βεβαίωση εγγύησης ....” (την οποία επισυνάπτει στην αναφορά του), στην οποία επιβεβαιώνεται ρητά η εν λόγω εγγραφή. Ειδικότερα, αναφέρονταν τα εξής: “ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΑΣ”. Συγχαρητήρια ....., η εγγραφή σας ολοκληρώθηκε με επιτυχία. Αν χρειαστεί να χρησιμοποιήσετε την υπηρεσία εγγύησης, θα πρέπει να ανατρέξετε στις πληροφορίες που σας δίνονται σε αυτό το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τυπώστε το και κρατήστε το σε ασφαλές μέρος.”

Όπως προκύπτει από την ανωτέρω “Βεβαίωση εγγύησης .....", σε κανένα σημείο δεν αναφέρεται ότι προκειμένου να ενεργοποιηθεί η διαφημιζόμενη εκτεταμένη εγγύηση “Ό,τι κι αν συμβεί”, ο καταναλωτής πρέπει να προβεί σε συμπληρωματική ηλεκτρονική εγγραφή, ενώ ουδέποτε ενημερώθηκε με άλλο τρόπο σχετικά ο καταναλωτής από την εταιρεία.

Κατόπιν των ανωτέρω και δεδομένου ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής είχε αφενός αγοραστεί εντός του οριζόμενου από την εταιρεία χρονικού διαστήματος για την παροχή της διαφημιζόμενης εκτεταμένης εγγύησης και αφετέρου, είχε εγγραφεί ηλεκτρονικά στο site της εταιρείας, όπως ρητά επιβεβαιωνόταν και από το σχετικό ηλεκτρονικό μήνυμα που αποτελούσε και τη “Βεβαίωση Εγγύησης ....”, ο καταναλωτής είχε δικαιολογημένα την πεποίθηση ότι είχε εξασφαλίσει την κάλυψη της συσκευής του με την διαφημιζόμενη εκτεταμένη εγγύηση. Σημειωτέον, ότι στο από 22.05.2010 τιμολόγιο αγοράς που έλαβε ο καταναλωτής αναφέρονται τα εξής: “Το προϊόν συνοδεύεται από 2ετή εγγύηση Αντιπροσωπείας, αντικατάσταση σε 30 ημερολογιακές ημέρες από την ημερομηνία αγοράς κατόπιν τεχνικού ελέγχου”, ενώ δεν παρέχεται καμία πληροφορία σχετικά με την διαφημιζόμενη εκτεταμένη εγγύηση “Ό,τι κι αν συμβεί” και ο τρόπος λήψης αυτής.

## Δ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ – ΣΥΣΤΑΣΗ

Κατόπιν των ανωτέρω και λαμβάνοντας υπ’ όψιν:

α) Το γεγονός ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής είχε αγοραστεί στην Ελλάδα εντός του χρονικού διαστήματος που οριζόταν από την εταιρεία ως το χρονικό διάστημα εντός του οποίου έπρεπε να είχε αγοραστεί η συσκευή για να ισχύει η εκτεταμένη εγγύηση.

β) Το γεγονός ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής εκλάπη από την οικία του αναφέροντα,

κατόπιν διαρρήξεως, την οποία ο αναφέρων κατήγγειλε στο Τμήμα Ασφαλείας Γλυφάδας, όπως προκύπτει από την σχετική βεβαίωση, την οποία προσκόμισε ο αναφέρων στην εταιρεία, ως όφειλε, για την ενεργοποίηση της εκτεταμένης εγγύησης.

γ) Το γεγονός ότι, προβαίνοντας ήδη από την ημέρα αγοράς του ηλεκτρονικού υπολογιστή στην ηλεκτρονική εγγραφή του, προκειμένου να λάβει την εγγύηση ... και λαμβάνοντας την σχετική βεβαίωση εγγύησης από την εταιρεία, ο καταναλωτής δικαιολογημένα είχε την πεποίθηση ότι έλαβε και την εκτεταμένη εγγύηση, καθώς σε κανένα σημείο δεν γινόταν διάκριση μεταξύ των δύο εγγυήσεων ή ιδιαίτερη αναφορά στον τρόπο εξασφάλισης της εκτεταμένης εγγύησης .

δ) Το γεγονός ότι ο καταναλωτής, έχοντας ήδη προβεί στην ηλεκτρονική εγγραφή του ηλεκτρονικού υπολογιστή για την εξασφάλιση της εγγύησης και, καθώς δεν προβλεπόταν πρόσθετη οικονομική επιβάρυνση για την εξασφάλιση της εκτεταμένης εγγύησης, δεν είχε κανένα λόγο να μην προχωρήσει και σε συμπληρωματική εγγραφή της συσκευής για την λήψη της εκτεταμένης εγγύησης, η οποία του παρείχε πολύ μεγαλύτερη κάλυψη, εάν είχε ενημερωθεί σχετικά.

ε) Ακόμη και εάν ο καταναλωτής είχε λάβει γνώση των όρων και των προϋποθέσεων του πακέτου εγγύησης , δεν προκύπτει από τα προβλεπόμενα στους εν λόγω όρους διαφορετική διαδικασία εγγραφής από αυτήν στην οποία προέβη ο καταναλωτής για τη λήψη της εκτεταμένης εγγύησης.

στ) Το γεγονός ότι το διαφημιστικό μήνυμα σχετικά με την παροχή της εκτεταμένης εγγύησης αποτελεί προωθητική ενέργεια με στόχο την προσέλκυση πελατών, στους οποίους δημιουργούνταν η εντύπωση ότι όλοι οι υπολογιστές που αγοράζονταν εντός του αναφερόμενου στη διαφήμιση χρονικού διαστήματος καλύπτονταν από την εν λόγω εγγύηση.

ζ) Το γεγονός ότι η απαίτηση ηλεκτρονικής εγγραφής για την εξασφάλιση της προβλεπόμενης από το νόμο (και σε κάθε περίπτωση ισχύουσας, με ή χωρίς ηλεκτρονική εγγραφή) εγγύησης δημιουργεί σύγχυση στον καταναλωτή, ο οποίος έχει την πεποίθηση ότι, προχωρώντας στην ηλεκτρονική εγγραφή του υπολογιστή στο site της εταιρείας και λαμβάνοντας την σχετική Βεβαίωση Εγγύησης της εταιρείας, έχει εξασφαλίσει την εκτεταμένη εγγύηση και όχι την εκ του νόμου προβλεπόμενη, την οποία ούτως ή άλλως έχει.

η) Η απαίτηση ξεχωριστής ηλεκτρονικής εγγραφής για κάθε είδος εγγύησης δημιουργεί σύγχυση στον καταναλωτή, ο οποίος, λαμβάνοντας την Βεβαίωση εγγύησης ...και το μήνυμα “Συγχαρητήρια, η εγγραφή σας ολοκληρώθηκε με επιτυχία”, θεωρεί δικαιολογημένα ότι έχει εξασφαλίσει και την εκτεταμένη εγγύηση, ενώ κάτι τέτοιο δεν ισχύει.

θ) Το γεγονός ότι η πρόβλεψη αντικατάστασης του υπολογιστή και σε περίπτωση απώλειας, λόγω κλοπής, αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα και ήταν καθοριστική για την επιλογή της συγκεκριμένης συσκευής από τον καταναλωτή.

ι) Το γεγονός ότι ο καταναλωτής δεν ενημερώθηκε κατά τρόπο σαφή, πλήρη, συγκεκριμένο και εύληπτο, σύμφωνα με τις απαιτήσεις της επαγγελματικής ευσυνειδησίας από τον

προμηθευτή, σε περίπτωση, δε, αμφιβολίας, γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή.

κ) Την κείμενη νομοθεσία.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, αφού έλαβε υπ'όψιν άπαντα τα προσκομισθέντα έγγραφα, τους ισχυρισμούς και τα αποδεικτικά στοιχεία των μερών, σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 5 εδ.β' του άρθρου 4 του Ν.3297/2004 όπως ισχύει,

- 1) **Απευθύνει σύσταση** προς την καταγγελλόμενη εταιρεία, όπως προβεί στην αντικατάσταση του ηλεκτρονικού υπολογιστή του καταναλωτή, εφαρμόζοντας τα προβλεπόμενα στην εκτεταμένη εγγύηση, η οποία περιλαμβάνει αντικατάσταση σε περίπτωση κλοπής.
- 2) **Καλεί** την ανωτέρω εταιρεία να γνωστοποιήσει στην Αρχή εγγράφως, εντός δέκα πέντε (15) ημερών από τη λήψη της παρούσας, εάν αποδέχεται τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα έγγραφη σύσταση.
- 3) **Αποφασίζει** ότι, σε περίπτωση που η καταγγελλόμενη δεν αποδεχθεί τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα σύσταση, ο Συνήγορος του Καταναλωτή θα ενεργήσει σύμφωνα με τα διαλαμβανόμενα στην παρ. 5 εδ. γ' του άρθρου 4 του Ν. 3297/2004 όπως ισχύει.

## Ο ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

**Ευάγγελος Ζερβέας**