



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Αρμόδια : Δρ. Βασιλική Μπώλου
Βοηθός Συνήγορος Καταναλωτή

Εισηγητής: Ανδρέας Ασημάκος
Βοηθός Ειδικός Επιστήμονας
e-mail: aasim@synigoroskatanaloti.gr

Αθήνα 8 Ιουλίου 2014
Αριθ. Πρωτ. :14991

ΠΡΟΣ:

FORTHNET A.E.
Τμήμα Πωλήσεων
Ατθίδων 4
Τ.Κ. 17671 Καλλιθέα

ΚΟΙΝ.:

κ.
.....
.....

ΘΕΜΑ: Διόρθωση προωθητικής ενέργειας, διαφήμισης-ενίσχυση ορθής και πλήρους ενημέρωσης.

Σχετ.: Υπ' αριθ. πρωτ. 3968/20.02.2014 έγγραφο.

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

Σε συνέχεια της πρόσκλησης προς τα δύο μέρη στις 20.02.2014 ημέρα Πέμπτη και ώρα 10.30 π.μ. στα γραφεία της Αρχής μας για την κατάρτιση πρακτικού συμβιβαστικής επίλυσης της διαφοράς, την υπογραφή του με αριθ. πρωτ. 3968/20.02.2014 πρακτικού συνάντησης, και κατόπιν ενδελεχούς ελέγχου του φακέλου της υπό κρίση διαφοράς επισημαίνουμε τα ακόλουθα:

Στην με αριθμ. πρωτ. 23085/ 24.10.2013 αναφορά και στην με αριθμ. πρωτ. 3543/17.02.2014 εισερχόμενη επιστολή της η κ. μεταξύ άλλων ισχυρίζεται και επισημαίνει α) «Παραπλανητική διαφήμιση για τα απεριόριστα κινητά», β)

«Υπέγραψα για την ορθή πολιτική χρήση χωρίς ενημέρωση, ενώ άλλα μου είπαν από το τμήμα πωλήσεων όταν μου ζήτησαν να γίνω συνδρομητριά τους», γ) «Δεν είχα ενημερωθεί για τα (απεριόριστα) κινητά. Αυτοί μου έλεγαν ότι θα μιλάω 24 ώρες δωρεάν για πάντα». Επίσης στην υποβληθείσα αναφορά της (σελίδα 9) έχει επισυνάψει αντίγραφο της σχετικής προσφοράς-περιγραφής έντυπης προωθητικής ενέργειας της εταιρίας όπου αναφέρεται ευκρινώς ο ισχυρισμός για: « Απεριόριστη τηλεφωνία, Απεριόριστες κλήσεις προς όλα τα κινητά για πάντα!, Απεριόριστες κλήσεις προς σταθερά για πάντα !», χωρίς όμως να γίνεται ουδεμία μνεία στην συγκεκριμένη σελίδα στην ισχύουσα πολιτική ορθής χρήσης και τους απορρέοντες περιορισμούς που επιβάλλει η εφαρμογή της.

ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Σύμφωνα με το άρθρο 4 παρ. 2 του Κώδικα Δεοντολογίας για την Παροχή Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στους Καταναλωτές (ΦΕΚ 1505/Β/30-07-2008), σε κάθε περίπτωση, ενδείκνυται να ισχύουν τα ακόλουθα: «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 ».

Ειδικότερα, σύμφωνα με το άρθρο 11 παρ. 3 του ίδιου Κώδικα «Ο πάροχος εξασφαλίζει ότι η παρουσίαση της πληροφορίας για τις χρεώσεις δεν παραπλανά ούτε επιδιώκει να παραπλανήσει τους καταναλωτές, είτε λόγω **ανακρίβειας ή λόγω ασάφειας, υπερβολής ή έλλειψης στοιχείων. Ο καταναλωτής πρέπει να έχει εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία για τις χρεώσεις, και σε οποιονδήποτε όρο ή προϋπόθεση που ισχύει ή πιθανές εκπτώσεις, ειδικές προσφορές και τιμολογιακά πακέτα που έχουν σχέση με αυτές** ». Επίσης, σύμφωνα με το Νόμο 2251/1994 « Προστασία των καταναλωτών » (ΦΕΚ Α' 191/16.11.1994, όπως ισχύει μετά τις τροποποιήσεις) και ειδικότερα το δεύτερο μέρος-Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές, άρθρο 9α-παρ. Ε , «... ουσιώδης στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς των καταναλωτών, **η χρήση εμπορικής πρακτικής με σκοπό τη σημαντική μείωση της ικανότητας του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση**, με επακόλουθο ο καταναλωτής να λάβει μια απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε... ».

Επίσης, το άρθρο 9δ-Παραπλανητικές πράξεις-παρ. 1,εδ.δ αναφέρει ότι : « Μια 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**, 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: δ) η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της ή η ύπαρξη ειδικής συμφέρουσας τιμής ».

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τη παράγραφο 2 του ίδιου άρθρου: « Μια εμπορική πρακτική

θεωρείται επίσης παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψιν όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε ».

Περαιτέρω, σύμφωνα με το άρθρο 9ε-Παραπλανητικές παραλείψεις-παρ 1 « Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, **λαμβάνομένων 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 ».

Τέλος, σύμφωνα και με τις διατάξεις του Ν. 4070/2012 « Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Μεταφορών, Δημοσίων Έργων και άλλες διατάξεις » (ΦΕΚ 82/Α/2012) και ειδικότερα το άρθρο 66 παρ. 1 Διαφάνεια και δημοσίευση πληροφοριών « Η Ε.Ε.Τ.Τ. με απόφασή της, μετά από δημόσια διαβούλευση, σύμφωνα με το άρθρο 17 του παρόντος, απαιτεί από τις επιχειρήσεις δημόσιας παροχής δικτύου ή/και δημόσια διαθέσιμων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών να δημοσιεύουν **διαφανείς, συγκρίσιμες, κατάλληλες** και επικαιροποιημένες **πληροφορίες** σχετικά με τις ισχύουσες τιμές και τα τιμολόγια,....., πληροφορίες σχετικά με τους τυποποιημένους όρους και προϋποθέσεις όσον αφορά στην πρόσβαση στις υπηρεσίες που παρέχονται στους τελικούς χρήστες και καταναλωτές, καθώς και τη χρήση των υπηρεσιών αυτών σύμφωνα με το Παράρτημα IV του παρόντος. Οι εν λόγω πληροφορίες δημοσιεύονται με **σαφή, κατανοητή** και εύκολα προσβάσιμη μορφή. Η Ε.Ε.Τ.Τ. με την ανωτέρω απόφασή της δύναται να προσδιορίζει επιπρόσθετες απαιτήσεις σε σχέση με τον τρόπο δημοσίευσης των πληροφοριών αυτών.

Μέσα στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων του ο Συνηγός του Καταναλωτή διατυπώνει προτάσεις για τη θεραπεία των προβλημάτων που εμπίπτουν στην αρμοδιότητά του, καθώς και τις τυχόν αναγκαίες κατά την κρίση του νομοθετικές παρεμβάσεις Ν. 3297/2004 (Φ.Ε.Κ. Α'259)(άρθρο 3, παρ.10)όπως ισχύει με τις τροποποιήσεις .

ΣΥΣΤΑΣΗ

Η ορθή ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με το τίμημα των προσδοκώμενων υπηρεσιών συνιστά ζήτημα θεμελιώδους σημασίας ως προς την εξασφάλιση περιβάλλοντος ασφάλειας και εμπιστοσύνης στις συναλλαγές.

Η απουσία του προαναφερθέντος περιοριστικού όρου από την εν λόγω προσφορά - έντυπη προωθητικής ενέργεια-διαφήμιση ειδικότερα και σε συνδυασμό με τηλεφωνικές προωθητικές ενέργειες (όπου δεν τηρούνται αρχεία των αντίστοιχων προωθητικών ενεργειών), δύναται να δημιουργήσει σύγχυση και παραπλάνηση στους καταναλωτές στρεβλώνοντας την οικονομική τους συμπεριφορά.

Με βάση τα ανωτέρω στοιχεία-δεδομένα και το γεγονός ότι μεγάλος αριθμός καταναλωτών ενδέχεται να επηρεαστεί από την εν λόγω προώθηση, **απευθύνει σύσταση** προς την εταιρία FORTHNET, όπως ενδυναμώσει τις σχετικές διαδικασίες ορθής και πλήρους ενημέρωσης

προσθέτοντας στο περιεχόμενο (γραπτό, οπτικό ή προφορικό, περιλαμβανομένων εντύπων-λογαριασμών) των προωθητικών της ενεργειών τον σχετικό περιοριστικό όρο ισχύουσας πολιτική ορθής χρήσης.

Επίσης, καλεί την ανωτέρω εταιρία να γνωστοποιήσει στην Αρχή εγγράφως, εντός δέκα πέντε (15) ημερών από τη λήψη της παρούσας, εάν αποδέχεται τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα έγγραφη σύσταση, καθώς και τα μέτρα που σκοπεύει να λάβει προκειμένου να βελτιώσει και ενισχύσει την ορθή και πλήρη παρουσίαση των προωθητικών της ενεργειών.

Ο ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ευάγγελος Ζερβέας