



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Πληροφορίες: Μαρία Αρχοντάκη  
Ειδική Επιστήμονας  
Ηλεκτρον. Δ/ση: [marchontaki@synigoroskatanaloti.gr](mailto:marchontaki@synigoroskatanaloti.gr)

Αθήνα 25 Ιουνίου 2015  
Αριθ. Πρωτ. :15957

**Προς:**

1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ  
FORTHNET ΑΕ  
Ατθίδων 4  
176 71 Καλλιθέα

2. ....

**ΘΕΜΑ:** Η υπ' αριθ. πρωτ. εισερχ. 1030/17.01.2014 αναφορά

Σε συνέχεια της από 30.09.2014 συνάντησης για την εξωδικαστική επίλυση της ανωτέρω υπόθεσης κατά την οποία δεν παρέστη η αναφερόμενη επιχείρηση, αν και κλήθηκε νομίμως, σας γνωρίζουμε τα ακόλουθα:

1. Σύμφωνα με το ν. 3297/2004, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει και συγκεκριμένα σύμφωνα με το άρθρο 3, παρ. 1 εδ. (α), ο Συνήγορος του Καταναλωτή:

«...είναι αρμόδιος για την **εξώδικη επίλυση διαφορών** μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών ή ενώσεων καταναλωτών, όπως οι έννοιες των προμηθευτών και των καταναλωτών ή των ενώσεών τους ορίζονται κάθε φορά στο Νόμο.(...)».

Εξάλλου, σύμφωνα με το άρθρο 4 § 3, 4 και 5 εδ. (α), (β) και (γ) του ως άνω νόμου:

«3. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή μπορεί με απόφασή του να θέτει στο αρχείο αναφορά που κρίνεται προδήλως αόριστη, αβάσιμη, ασήμαντη ή ασκείται κατά τρόπο καταχρηστικό ή κατά παράβαση της αρχής της καλής πίστης.

4. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή **εξετάζει αντικειμενικά και αμερόληπτα τις υποθέσεις της αρμοδιότητάς του, με βάση την αρχή της εκατέρωθεν ακρόασης**, κατά τρόπο ώστε η διαδικασία που ακολουθείται να παρέχει τη δυνατότητα σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη να κοινοποιούν τις απόψεις τους στην Αρχή και να ενημερώνονται για τα επιχειρήματα και τα γεγονότα που ισχυρίζεται το άλλο μέρος και ενδεχομένως για τις εκθέσεις των εμπειρογνομόνων ή των ειδικών επιστημόνων.

5. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή και οι επιτροπές προτείνουν τη **φιλική διευθέτηση της διαφοράς, επιδιώκοντας να συμβιβάζουν τα εμπλεκόμενα μέρη**. Εφόσον επιτευχθεί συμβιβασμός, συντάσσεται περί αυτού πρακτικό από τον Συνήγορο του Καταναλωτή ή τον Πρόεδρο της οικείας επιτροπής φιλικού διακανονισμού κατά περίπτωση, το οποίο υπογράφεται από τα εμπλεκόμενα μέρη ή τους νόμιμους εκπροσώπους τους και επέχει θέση δικαστικού συμβιβασμού. Αν δεν επιτευχθεί συμβιβασμός ο Συνήγορος του Καταναλωτή προβαίνει στη διατύπωση έγγραφης σύστασης προς τα δύο μέρη με σκοπό την επίλυση της διαφοράς. Σε περίπτωση που κάποιο από τα εμπλεκόμενα μέρη δεν αποδεχθεί τα διαλαμβανόμενα στην έγγραφη σύσταση της Αρχής, ο Συνήγορος του

Καταναλωτή δύναται να δημοσιοποιήσει το γεγονός κοινοποιώντας καταλλήλως το πόρισμά του».

2. Περαιτέρω, λαμβάνοντας υπ'όψιν όλα τα στοιχεία του φακέλου της ανωτέρω αναφοράς και με σκοπό την εξωδικαστική επίλυση της υπό κρίση διαφοράς, θα θέλαμε να παρατηρήσουμε τα ακόλουθα:

Σύμφωνα με τα διαλαμβανόμενα στην εν λόγω αναφορά, η καταναλώτρια, κατόπιν σχετικής διαφήμισης των συνδυαστικών υπηρεσιών Nova 3play Sat, στην ιστοσελίδα της εταιρείας [http://www.forthnet.gr/ServicesBasketForm.aspx?a\\_id=6952](http://www.forthnet.gr/ServicesBasketForm.aspx?a_id=6952), υπέβαλε αίτηση για την παροχή των εν λόγω υπηρεσιών οι οποίες περιελάμβαναν συνδυαστικά ίντερνετ, τηλεφωνία και τηλεόραση μέσω δορυφόρου, χωρίς την ανάγκη ύπαρξης επίγειου δικτύου. Ειδικότερα, η ανωτέρω υπηρεσία διαφημιζόταν στην ιστοσελίδα της εταιρείας ως εξής:

- i. “Γρήγορο internet έως 20 Mbps, για να σερφάρεις **απεριόριστα** με υψηλές ταχύτητες”
- ii. “Τηλεφωνία για μέγιστη οικονομία: Απεριόριστες κλήσεις προς σταθερά, για να μιλάς με όλη την Ελλάδα – Κλήσεις προς κινητά με απλή, αστική χρέωση και κέρδος τουλάχιστον 5 ευρώ ανά ώρα ομιλίας”
- iii. “Τηλεόραση με περισσότερα από 250 κανάλια για θέαμα κάθε στιγμή, για όλη την οικογένεια”.

Σε αναλυτική ενημέρωση που ζήτησε η καταναλώτρια από τον υπεύθυνο του καταστήματος της εταιρείας στο Χολαργό, ενημερώθηκε ότι η ανωτέρω υπηρεσία περιλαμβάνει απεριόριστο ίντερνετ και ουδέποτε αναφέρθηκε σε “πολιτική ορθής χρήσης” για την συγκεκριμένη υπηρεσία, ενώ η μόνη ρητή αναφορά που έγινε σχετικά με την μείωση της ταχύτητας, αφορούσε στις περιπτώσεις παραβίασης πνευματικών δικαιωμάτων (download ταινιών, μουσικής κ.λπ. από μη εξουσιοδοτημένους ιστότοπους). Κατόπιν τούτων, η συγκεκριμένη υπηρεσία εγκαταστάθηκε στην οικία της καταναλώτριας την 09.01.2014 και μόλις δύο μέρες αργότερα, ήτοι την 11.01.2014 η σύνδεση ίντερνετ υποβαθμίστηκε σε πολύ χαμηλές ταχύτητες. Σε τηλεφωνική επικοινωνία της καταναλώτριας με την εταιρεία της γνωστοποιήθηκε για πρώτη φορά ότι για την συγκεκριμένη υπηρεσία υπάρχει πολιτική ορθής χρήσης με όριο 10 GB ανά μήνα, η οποία αναφέρεται στο συμβόλαιο που υπέγραψε η καταναλώτρια, του οποίου αντίγραφο όμως δεν έλαβε ποτέ. Επιπλέον, ενημερώθηκε ότι η χρέωση της υπηρεσίας αρχίζει πρωθύστερα, ήτοι την 24.12.2013, από την εγκατάσταση του εξοπλισμού, ενώ η ενεργοποίηση της υπηρεσίας πραγματοποιήθηκε την 09.01.2014.

Κατόπιν των ανωτέρω, η καταναλώτρια αιτήθηκε τη διακοπή της υπηρεσίας και την μη επιβάρυνσή της με τέλη ενεργοποίησης και αποσύνδεσης των υπηρεσιών, καθώς και την επιστροφή της αμοιβής του τεχνικού που πραγματοποίησε τη σύνδεση ποσού 80 ευρώ, ενώ η εταιρεία απαίτησε την καταβολή ποσού ύψους 580 ευρώ για την κατάργηση της υπηρεσίας.

Η εταιρεία, στην από 14.02.2014 επιστολή της προς την Αρχή μας, αναφέρει ότι η ταχύτητα στην υπηρεσία της ευρυζωνικής πρόσβασης εξαρτάται άμεσα από την κατανάλωση όγκου δεδομένων που πραγματοποιεί ο συνδρομητής κάθε μήνα, λαμβάνοντας υπόψη το ανώτερο επιτρεπόμενο όριο κατανάλωσης ανά μήνα που προβλέπεται βάσει της υπηρεσίας που έχει επιλέξει ο συνδρομητής και ότι τα ανωτέρω αναφέρονται ρητά και στους σχετικούς όρους της σύμβασης. Τα ανωτέρω δεν επισημάνθηκαν στην καταναλώτρια κατά την τηλεφωνική επικοινωνία της με την εταιρεία, ενώ δεν υπήρχε καμία σχετική αναφορά στην διαφημιστική προβολή των υπηρεσιών της.

3. Σύμφωνα με το άρθρο 4 παρ. 2 εδ. α' 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 ή για κάθε άλλο προϊόν ή για τον διαφημιζόντα ή για τρίτο διαφημιζόντα.”

Περαιτέρω σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ. 1 του ανωτέρω Κώδικα, “ο πάροχος εξασφαλίζει ότι διαθέτει κατάλληλα συστήματα ενημέρωσης των καταναλωτών σε κάθε στάδιο της παροχής υπηρεσίας και κυρίως κατά την προσυμβατική ενημέρωση του καταναλωτή, έτσι ώστε να είναι δυνατή η πλήρης, ακριβής και σαφής ενημέρωση του καταναλωτή τουλάχιστον για τα ακόλουθα:

- επωνυμία και διεύθυνση του παρόχου
- χαρακτηριστικά της υπηρεσίας που παρέχει
- ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας
- διαθεσιμότητα της υπηρεσίας
- χαρακτηριστικά των χρεώσεων πρόσβασης, χρήσης, συντήρησης της υπηρεσίας, τέλη ενεργοποίησης, χρεώσεις για επιπλέον χαρακτηριστικά της υπηρεσίας και πιθανά εκπτώτικα πακέτα ή ειδικές προσφορές, όπως ειδικότερα αναφέρονται στο άρθρο 11,
- τυχόν αποζημιώσεις του καταναλωτή από τον πάροχο
- συντήρηση και τεχνική υποστήριξη
- ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης, όρους ανανέωσης/παράτασής της
- χρεώσεις για τη διακοπή της σύμβασης και τέλη απενεργοποίησης
- όρους υπαναχώρησης/καταγγελίας/ακύρωσης της σύμβασης
- χρόνος ενεργοποίησης της αιτηθείσας υπηρεσίας μετά τη σύναψη της σύμβασης και το ενδεχόμενο διακοπής της υφιστάμενης υπηρεσίας πριν την ενεργοποίηση της ως άνω αιτηθείσας, και
- άλλους όρους της σύμβασης.

Σύμφωνα με την παρ. 2 του ίδιου άρθρου “σχετικά με το σημείο ii. “Χαρακτηριστικά της υπηρεσίας που παρέχει” της ανωτέρω παραγράφου του παρόντος άρθρου, ο πάροχος υπηρεσιών εξασφαλίζει ότι ο καταναλωτής δύναται να ενημερωθεί για τα ακόλουθα:

- 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 κ.ά.)
- Πιθανοί περιορισμοί στην πρόσβαση στην υπηρεσία. Ενδεικτικά αναφέρονται η ανάγκη εκπλήρωσης συγκεκριμένων τεχνικών απαιτήσεων για την παροχή της υπηρεσίας κ.ά.
- Γεωγραφική κάλυψη της υπηρεσίας.

Τέλος, σύμφωνα με την παρ. 3 του ίδιου άρθρου, “σχετικά με το σημείο iii “Ποιότητα παρεχόμενης υπηρεσίας” της παρ. 1, ο πάροχος εξασφαλίζει ότι είναι διαθέσιμη η πληροφόρηση σχετικά με τα επίπεδα ποιότητας της συγκεκριμένης υπηρεσίας και οι πιθανές τιμές-στόχοι που έχει θέσει, η πιθανή αποζημίωση ή πίστωση των καταναλωτών σε περίπτωση που δεν τηρούνται οι τιμές-στόχοι και ο τρόπος που ο καταναλωτής μπορεί να ενημερωθεί για τις τιμές αυτές. Ειδικότερα, για τις υπηρεσίες πρόσβασης στο διαδίκτυο, ο πάροχος υπηρεσιών εξασφαλίζει ότι ο καταναλωτής ενημερώνεται α) κατά πόσον απαιτείται πρώτα η ενεργοποίηση της υπηρεσίας προκειμένου να διαπιστωθεί το αν μπορεί να επιτευχθεί για τη συγκεκριμένη σύνδεση του καταναλωτή, η ονομαστική ταχύτητα πρόσβασης που αιτήθηκε, καθώς, ενδεχομένως, εξαρτάται από τεχνικές παραμέτρους ειδικές για τη συγκεκριμένη σύνδεση, β) κατά πόσον η ονομαστική ταχύτητα πρόσβασης για την οποία συνάπτεται η σύμβαση, είναι δυνατόν να εξασφαλίζεται αδιάκοπα καθ' όλη τη διάρκεια της παροχής υπηρεσίας, καθώς, ενδεχομένως η

πραγματική ταχύτητα πρόσβασης εξαρτάται από τη χρήση ή την ποιότητα του δικτύου ή του εξοπλισμού του παρόχου στον οποίο είναι συνδεδεμένος ο καταναλωτής.”

Σύμφωνα με το άρθρο 7 παρ. 6 του ανωτέρω Κώδικα, “η έναρξη της χρέωσης της υπηρεσίας, ξεκινά με την ενεργοποίησή της και την έναρξη της διάθεσής της προς τον καταναλωτή. Πριν την ενεργοποίηση της υπηρεσίας και την έναρξη της διάθεσής της προς τον καταναλωτή, ο καταναλωτής δεν χρεώνεται με πάγια και άλλα τέλη.”

Τέλος, σύμφωνα με το άρθρο 12 παρ. 3, “ο πάροχος εξασφαλίζει ότι το προσωπικό που διενεργεί την εξυπηρέτηση των καταναλωτών και την προώθηση και τις πωλήσεις των υπηρεσιών του, έχει εκπαιδευτεί κατάλληλα ώστε οποιαδήποτε σχετική πληροφορία ή οδηγία δώσει σε καταναλωτή δεν θα είναι παραπλανητική ή λανθασμένη.”

Περαιτέρω, 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 ανυπαίτως, 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>

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, συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων.”

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 διαπραγματεύσεως, 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 εξωτερίκευση εντυπώσεων 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.

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.”

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.”

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) η ύπαρξη ή η φύση του προϊόντος, β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι 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

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.

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)...”

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.”

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.”

Κατόπιν των ανωτέρω και λαμβάνοντας υπ’ όψιν:

α) Το γεγονός ότι στο διαφημιστικό μήνυμα για την προβολή της υπηρεσίας “Nova 3Play SAT” της αναφερόμενης εταιρείας το οποίο αποτελεί προωθητική ενέργεια με στόχο την προσέλκυση πελατών τονίζεται η δυνατότητα **απεριόριστης** χρήσης της υπηρεσίας, ενώ σε κανένα σημείο δεν αναφέρεται η έννοια της πολιτικής ορθής χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, η οποία θέτει περιορισμούς στην κατανάλωση όγκου δεδομένων που πραγματοποιεί ο συνδρομητής μηνιαίως.

β) Το γεγονός ότι η καταναλώτρια ουδέποτε ενημερώθηκε για τους ανωτέρω περιορισμούς στην διαφημιζόμενη ως “απεριόριστη” χρήση της υπηρεσίας που αιτήθηκε, ενώ δεν έλαβε ποτέ αντίγραφο της σύμβασης που υπέγραψε για τη λήψη των υπηρεσιών της εταιρείας.

γ) Το γεγονός ότι η καταναλώτρια 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.

δ) Η επίτευξη φιλικών διακανονισμών, στο πλαίσιο της ισορροπίας μεταξύ ελεύθερου (όχι αθέμιτου) ανταγωνισμού και σεβασμού των δικαιωμάτων των καταναλωτών, εδραιώνει την επιχειρηματική πίστη των προμηθευτών στην αγορά και παράλληλα ενισχύει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών,

ε) Την κείμενη νομοθεσία.

ο Συνήγορος του Καταναλωτή:

1) Προβαίνει σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 5 του άρθρου 4 του ν. 3297/2004 (όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει), στη διατύπωση της παρούσας σύστασης και καλεί την εταιρεία “FORTHNET A.E.”, όπως απαλλάξει την καταναλώτρια από τη χρέωση ποσού ύψους 580 ευρώ που της επιβλήθηκε για την κατάργηση των υπηρεσιών της για τους ανωτέρω λόγους.

2) Καλεί τα μέρη να γνωστοποιήσουν στην Αρχή εγγράφως, εντός δέκα (10) ημερών, εάν αποδέχονται τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα.

Στην περίπτωση που τα διαλαμβανόμενα στο παρόν έγγραφο γίνουν αποδεκτά, θεωρείται από τον Συνήγορο του Καταναλωτή ότι η διαφορά επιλύεται οριστικά. Σε αντίθετη περίπτωση, ο Συνήγορος του Καταναλωτή *“δύναται να δημοσιοποιήσει το γεγονός κοινοποιώντας καταλλήλως το πόρισμά του”*, σύμφωνα με το άρθρο 4 παρ. 5 εδ. δ' του ν. 3297/2004 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει.