



Ε-COMMERCE:

ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ
ΟΔΗΓΟΣ
ΓΙΑ ΣΩΣΤΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΜΕ ΤΟΝ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2020

Η ανάγκη για εξοικονόμηση χρόνου και πρόσβαση σε μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών οδηγεί καθημερινά όλο και περισσότερους από εμάς στη χρήση του διαδικτύου για τις αγορές μας.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο «ήρθε για να μείνει» και θα εξελίσσεται συνεχώς σε μια όλο και πιο βελτιωμένη εμπειρία για τους καταναλωτές αλλά και μια ευκαιρία για τις επιχειρήσεις να φτάσουν εύκολα εκεί που με τα παραδοσιακά μέσα εμπορίου και παροχής υπηρεσιών δεν μπορούσαν να φτάσουν. Να προωθήσουν τις ιδέες και τα προϊόντα τους, να προσεγγίσουν καταναλωτές και συνεργάτες σε κάθε γωνιά του πλανήτη και να αναπτύξουν το εμπορικό τους όνομα και τη φήμη τους.

Ο ψηφιακός καταναλωτής είναι απαιτητικός. Ενημερώνεται γρήγορα και εύκολα μέσω του διαδικτύου και έχει στη διάθεσή του κριτικές και πληροφορίες για να τον αποτρέψουν να κάνει τη λάθος επιλογή, αλλά και νομικά εργαλεία για να αποζημιωθεί και να δικαιωθεί εφ' όσον την κάνει.

Όπως λοιπόν και στα φυσικά καταστήματα, έτσι και στο ψηφιακό περιβάλλον, οι επιχειρήσεις οφείλουν να επιδεικνύουν στο ακέραιο την απαραίτητη συμμόρφωση με τους κανόνες, να παρέχουν διαρκώς πλήρη και σωστή ενημέρωση προς τον καταναλωτή σε σχέση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν και να οικοδομούν ειλικρινείς σχέσεις μαζί του.

Στον ΣΕΒ πιστεύουμε στο τρίπτυχο «ενημερωμένη επιχείρηση, ενημερωμένος καταναλωτής, υγιής αγορά».

Και ο παρών οδηγός του ΣΕΒ για το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έκφραση αυτής της αρχής, καθώς προσφέρει στις επιχειρήσεις απτά και παραστατικά παραδείγματα για τη σωστή ενημέρωση του καταναλωτή, καθώς και για την καλύτερη και ευκολότερη συμμόρφωσή τους με τους βασικούς κανόνες και αρχές που ρυθμίζουν τις αγορές στο ψηφιακό περιβάλλον.

Ελπίζουμε ότι οι πληροφορίες που περιλαμβάνει θα σας φανούν πράγματι χρήσιμες και ότι θα συνεισφέρουν ουσιαστικά στην καλύτερη οργάνωση και διαχείριση της πληροφορίας που παρέχετε στους καταναλωτές σας.

Ιωάννης Αθ. Γιώτης

Αντιπρόεδρος ΔΣ ΣΕΒ

Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της Βιομηχανικής Εταιρείας
Θρεπτικών Προϊόντων ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε.

Επικεφαλής της Ομάδας εργασίας του ΣΕΒ «Θέματα Καταναλωτή»

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

04

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

05

10 ΚΟΜΒΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ
ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

07

ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
ΣΤΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

26

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΟΔΗΓΙΕΣ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
ΣΤΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

30

ΓΛΩΣΣΑΡΙ

32

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΒΑΣΙΚΑ ΝΟΜΟΘΕΤΗΜΑΤΑ
ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ

34

ΥΠΟΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια, ολοένα και περισσότερο οι καταναλωτές στρέφονται στις ηλεκτρονικές συναλλαγές για να καλύψουν τις ανάγκες τους σε αγαθά και υπηρεσίες, ενώ παράλληλα ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις διατηρούν ηλεκτρονικά καταστήματα ή συνεργάζονται με πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου που μεσολαβούν για τη διενέργεια ηλεκτρονικών πωλήσεων.

Η απουσία, ωστόσο, φυσικής πρόσβασης στο κατάστημα και τον έμπορο αλλάζει τον τρόπο επικοινωνίας, δυσκολεύει την κατανόηση των όρων συναλλαγής και δημιουργεί την ανάγκη ειδικότερης ενημέρωσης των επιχειρήσεων για τη συμμόρφωσή τους σε θέματα πληροφόρησης των καταναλωτών.

Ο Οδηγός του ΣΕΒ «**E-commerce: Πρακτικός οδηγός για σωστή επικοινωνία με τον καταναλωτή**» έχει ως στόχο να ενημερώσει τις επιχειρήσεις, με όσο το δυνατόν πληρέστερο και σαφή τρόπο, για τους τρόπους βελτιστοποίησης των πληροφοριών που παρέχουν στους καταναλωτές μέσα από το ηλεκτρονικό τους κατάστημα.

Άλλωστε, η κατάλληλη ενημέρωση είναι βασικό στοιχείο κάθε εμπορικής συναλλαγής, ενισχύει την εμπιστοσύνη και μειώνει σημαντικά τον κίνδυνο παρανοήσεων.

Η παρούσα έκδοση βασίστηκε στην πρωτοβουλία της BusinessEurope και άλλων ευρωπαϊκών επιχειρηματικών οργανώσεων «[Recommendations for a better presentation of information to consumers](#)»¹, και αποτελεί ένα χρηστικό **εθελοντικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις**, συμβάλλοντας στην εξειδίκευση των απαιτήσεων του νόμου² και παρουσιάζοντας με πρακτικό και επεξηγηματικό τρόπο το πώς ο ψηφιακός καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται για τις απαραίτητες πληροφορίες και γενικούς όρους σύμβασης. Η διαμόρφωση, άλλωστε, του κατάλληλου πλαισίου ενημέρωσης καταναλωτών και εμπόρων ως προς τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους βρίσκεται στον πυρήνα της πρωτοβουλίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τίτλο «[Νέα Συμφωνία για τους καταναλωτές](#)», καθώς και άλλων επί μέρους πρωτοβουλιών³.

Στο **Μέρος Α** παρουσιάζεται ο **κεντρικός δεκάλογος** για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές αγορές. Στο **Μέρος Β** παρέχονται **πρακτικά παραδείγματα** για το «ΠΩΣ» συνιστάται να παρουσιάζεται η απαραίτητη πληροφόρηση προς τον ψηφιακό καταναλωτή, ενώ στο **Μέρος Γ** παρέχονται **πρακτικές οδηγίες** για τις βασικές πληροφορίες και τα σημεία που χρήζουν προσοχής, καθώς και συμβουλές για την καλύτερη κατανόησή τους.

Στο **Γλωσσάρι** μπορείτε να βρείτε τους ορισμούς των βασικότερων εννοιών που αναφέρονται στον παρόντα Οδηγό.

Τέλος, στο **Παράρτημα** παρατίθενται τα βασικά νομοθετήματα του εθνικού και ενωσιακού δικαίου σχετικά με τις ειδικότερες υποχρεώσεις και δικαιώματα επιχειρήσεων και καταναλωτών στο πλαίσιο των ηλεκτρονικών συναλλαγών τους.

€5,8 ΔΙΣ.
ΑΠΕΦΕΡΑΝ ΟΙ Β2C
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
ΤΟ 2019 ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΠΗΓΗ:
[ECOMMERCE EUROPE](#)

ΜΕ
171%
ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ
ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΕΚΛΕΙΣΕ Ο
ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2020 ΣΕ ΣΧΕΣΗ
ΜΕ ΤΟ ΙΔΙΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΤΟΥ
2019
ΠΗΓΗ: [GRECA](#)

86,7%
ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
ΕΚΑΝΑΝ ΤΙΣ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ
ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΕΓΧΩΡΙΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟ
ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2018
- ΜΑΡΤΙΟΣ 2019
ΠΗΓΗ: [ΕΛΣΤΑΤ](#)

A. 10 ΚΟΜΒΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

1. Υποχρεωτική και πλήρης ενημέρωση: Διασφαλίζουμε ότι στο e-shop εμφανίζονται όλες οι απαιτούμενες από τη νομοθεσία πληροφορίες που πρέπει να γνωρίζουν οι καταναλωτές, όπως τα στοιχεία της επιχείρησης, οι τρόποι επικοινωνίας, τα χαρακτηριστικά των πωλούμενων προϊόντων, η συνολική τιμή τους, ενδεχόμενες δαπάνες με τις οποίες μπορεί να επιβαρυνθούν, τα στοιχεία πληρωμής, καθώς και ο χρόνος και οι όροι παράδοσης.

2. Απλή και κατανοητή γλώσσα: Χρησιμοποιούμε πάντα ξεκάθαρες και απλές διατυπώσεις και αποφεύγουμε περίπλοκες προτάσεις και δυσνόητους όρους. Επιδιώκουμε ακόμη και νομικές ή τεχνικές έννοιες να εξηγούνται με κατανοητό τρόπο, χωρίς να χάνουν την ακρίβειά τους.

3. Ορατότητα πληροφορίας & Διαβαθμισμένη προσέγγιση: Φροντίζουμε για την άμεση ορατότητα των σχετικών πληροφοριών σε κάθε στάδιο της παραγγελίας. Ορισμένες βασικές πληροφορίες, όπως τα στοιχεία επικοινωνίας σας, πρέπει να είναι μονίμως ορατές στον καταναλωτή σε κάθε στάδιο.

4. Ευδιάκριτη και δημιουργική παρουσίαση: Επιλέγουμε οπτικούς τρόπους παρουσίασης της πληροφορίας που βοηθούν στην αμεσότερη κατανόησή της. Για παράδειγμα, με πίνακες και υπερ-συνδέσμους για την παράθεση πιο αναλυτικών πληροφοριών και «οπτικά εφέ» για την προσέλκυση της προσοχής του καταναλωτή σε σημαντικούς όρους, όπως προθεσμίες ή εξαιρέσεις.

5. Εύκολη πρόσβαση: Προσαρμόζουμε κατάλληλα το ηλεκτρονικό περιβάλλον ώστε ο καταναλωτής να έχει πάντα εύκολη και άμεση πρόσβαση στην πληροφορία που χρειάζεται από κάθε συσκευή που μπορεί να χρησιμοποιεί.

6. Άμεση και εύληπτη επιβεβαίωση αγορών: Επιβεβαιώνουμε πάντα με γραπτή ενημέρωση στον καταναλωτή την ολοκλήρωση της παραγγελίας του. Η ενημέρωση αυτή πρέπει να γίνεται σε εύλογο διάστημα και σε εύληπτη μορφή.

7. Ξεκάθαρα δικαιώματα καταναλωτή: Παρέχουμε πλήρη ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή από την ηλεκτρονική αγορά και τη διαδικασία άσκησής του. Ενημερώνουμε τον καταναλωτή σε περίπτωση αλλαγών στους συμβατικούς όρους και για τις συνέπειες σε περίπτωση απόρριψης των προτεινόμενων αλλαγών από την πλευρά του.

*Επιλέγουμε
οπτικούς τρόπους
παρουσίασης της
πληροφορίας που
βοηθούν στην
άμεση κατανόησή
της.*

8. Απλοί και συνοπτικοί όροι σύμβασης: Εάν παρέχουμε Γενικούς Όρους Συμβάσεων, φροντίζουμε να είναι απλοί και συνοπτικοί, να έχει άμεση πρόσβαση ο καταναλωτής σε αυτούς πριν την ολοκλήρωση της παραγγελίας του και να είναι στα Ελληνικά για τις συμβάσεις που καταρτίζονται στην Ελλάδα.

9. Δυνατότητες επίλυσης διαφορών: Πληροφορούμε τον καταναλωτή για τη δυνατότητα προσφυγής του σε εξωδικαστικούς μηχανισμούς επίλυσης διαφορών (εφ' όσον υπαγόμαστε σχετικά), καθώς και στην ευρωπαϊκή πλατφόρμα [Ηλεκτρονικής Επίλυσης Διαφορών](#).

10. Εθελοντικοί Κώδικες Δεοντολογίας: Ενημερώνουμε για τυχόν δέσμευσή μας σε εθελοντικούς κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς, όπως Κώδικες Δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο τους οποίους μπορεί να έχουμε υιοθετήσει.

B. ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Στα πρακτικά παραδείγματα του **Μέρους B** ο χρήστης του Οδηγού μπορεί να αναγνωρίσει τις απολύτως **απαραίτητες** πληροφορίες που θα πρέπει να παρέχονται στον καταναλωτή στον δικτυακό τόπο **σε κάθε στάδιο** της παραγγελίας και **πριν από την ολοκλήρωση** της εξ αποστάσεως συναλλαγής ή οι οποίες είναι **ουσιώδεις για την ολοκλήρωσή της**.

Οι πληροφορίες αυτές αντιστοιχούν στο **περιεχόμενο της ενημέρωσης** που θα πρέπει να λαμβάνει ο καταναλωτής **πριν από την ολοκλήρωση της αγοράς** του (προσυμβατική ενημέρωση) και είναι **δεσμευτικές για τα εμπλεκόμενα μέρη**.



ΠΡΟΣΕΧΟΥΜΕ ΟΤΙ:

- Μπορεί να ισχύσει **κάτι διαφορετικό** από αυτό που προβλέπεται στην προσυμβατική ενημέρωση εάν συναινεί σε αυτό ο καταναλωτής.
- Μπορεί να εφαρμόζονται **πρόσθετες ή συμπληρωματικές απαιτήσεις** πληροφόρησης του καταναλωτή που επιβάλλονται **ανάλογα με τη φύση των διατιθέμενων αγαθών/υπηρεσιών ή προβλέπονται από ειδικότερες ρυθμίσεις** (βλ. κανόνες για ηλεκτρονικό εμπόριο, προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών).

Παρόλο που ο Οδηγός δεν αφορά στις παραπάνω ειδικότερες περιπτώσεις πληροφόρησης, οι ιδέες που προτείνει μπορούν να αξιοποιηθούν και σε αυτές προς όφελος μιας πιο φιλικής ενημέρωσης προς τον καταναλωτή.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΜΟΝΙΜΩΣ ΔΙΑΘΕΣΙΜΕΣ ΚΑΘ' ΟΛΗ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ



ΕΙΚΟΝΑ 01

ΒΑΣΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΑΣ:

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΥΚΡΙΝΕΙΣ, ΣΕ ΑΠΛΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΗΤΗ ΓΛΩΣΣΑ

Στην **Εικόνα 1** εμφανίζονται οι κατηγορίες πληροφοριών που θα πρέπει να παραμένουν διαθέσιμες στον καταναλωτή **καθ' όλη τη διάρκεια** της διαδικασίας παραγγελίας μέσω **ευδιάκριτων και κατανοητών εικονιδίων/σημάνσεων** (π.χ. στην κορυφή ή στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας).

Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει να βρίσκονται σε **σταθερό σημείο** και να είναι **μονίμως ορατές** στον καταναλωτή όταν αυτός περιηγείται στην ιστοσελίδα (π.χ. κάνοντας scroll up/scroll down).

Οι **ενδείξεις 1 έως 11** στην **Εικόνα 1** αφορούν σε αντίστοιχες κατηγορίες πληροφοριών, το περιεχόμενο των οποίων μπορεί να προβάλλεται σε ειδική σελίδα στην οποία παραπέμπει σχετικός υπερ-σύνδεσμος ή να περιέχεται σε «πλαίσιο» που ανοίγεται με το κλικάρισμα του τίτλου της κάθε κατηγορίας πληροφορίας.

1

Επιχείρηση

Παρέχουμε στοιχεία αναγνωριστικά της ταυτότητάς μας, δηλαδή την **εταιρική μας επωνυμία** και τον **τόπο όπου είμαστε εγκατεστημένοι**, τη σταθερή δηλαδή εγκατάσταση από όπου ασκούμε πραγματικά την επιχειρηματική μας δραστηριότητα. Απαιτείται να δηλώσουμε τα **πλήρη στοιχεία της γεωγραφικής μας (ταχυδρομικής) διεύθυνσης**, δηλαδή να αναφέρουμε μια φυσική τοποθεσία και δεν επαρκεί να αναφέρουμε π.χ. μόνο αριθμό ταχυδρομικής θυρίδας. Αναγράφουμε επίσης το ΑΦΜ και τον αριθμό καταχώρησης της επιχείρησής μας στο Γ.Ε.ΜΗ..

2

Μέσα Πληρωμής



Διευκρινίζουμε **ποια μέσα πληρωμής είναι αποδεκτά**.

Για παράδειγμα: ποιους τύπους χρεωστικών/πιστωτικών καρτών αποδεχόμαστε.

3

Στοιχεία Επικοινωνίας



Αναγράφουμε κατ' αρχήν τα στοιχεία επικοινωνίας με την επιχείρησή μας, δηλαδή **αριθμό τηλεφώνου, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) ή/και αριθμό τηλεομοιοτυπίας (fax)**⁴. Στόχος είναι να μπορεί ο καταναλωτής να επικοινωνήσει μαζί μας γρήγορα και αποτελεσματικά και να είμαστε σε θέση να απαντήσουμε χωρίς καθυστέρηση και με την απαραίτητη επιμέλεια.

Θα πρέπει, ωστόσο, να παρέχουμε πληροφορίες τουλάχιστον για τα **μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιούμε στις εμπορικές μας δραστηριότητες**.

Για παράδειγμα, καθώς εν προκειμένω **δραστηριοποιούμαστε στο διαδίκτυο και παρέχουμε τη δυνατότητα ηλεκτρονικής πώλησης**, θα πρέπει να δηλώνουμε ένα **e-mail επικοινωνίας**, το οποίο, άλλωστε, συνιστά στη συγκεκριμένη περίπτωση το πλέον κατάλληλο μέσο που θα αξιοποιήσουν οι καταναλωτές προκειμένου να επικοινωνήσουν μαζί μας άμεσα και αποτελεσματικά.

Δηλώνουμε, επίσης, τόσο ένα e-mail επικοινωνίας όσο και αριθμό τηλεφώνου εάν χρησιμοποιούμε και τα δύο αυτά μέσα επικοινωνίας στις συναλλαγές μας με τους καταναλωτές.

Επιπρόσθετα των προαναφερόμενων τριών μέσων επικοινωνίας μπορούμε να καταστήσουμε διαθέσιμα στον καταναλωτή και **άλλα μέσα online επικοινωνίας** μαζί μας, όπως για παράδειγμα μια online φόρμα επικοινωνίας ή μια πλατφόρμα chat⁵. Σε αυτήν, όμως, την περίπτωση θα πρέπει να διασφαλίζουμε ότι ο καταναλωτής λαμβάνει επιβεβαίωση της παραλαβής και του περιεχομένου της επικοινωνίας που υπέβαλε μέσω του online αυτού τρόπου επικοινωνίας. Συνήθως, τέτοιου είδους επιβεβαίωση αποστέλλεται με e-mail στην ηλεκτρονική διεύθυνση που μας έχει γνωστοποιήσει ο καταναλωτής.

Σε κάθε περίπτωση, για την απαραίτητη εξυπηρέτηση των καταναλωτών θα πρέπει πέραν της διάθεσης κατάλληλων μέσων επικοινωνίας (τηλέφωνο, e-mail, online φόρμα επικοινωνίας) να καταβάλλουμε προσπάθειες για την **απάντηση στα αιτήματά τους σε εύλογο χρόνο**.

4 Παράδοση



Αναφέρουμε με σαφήνεια και το αργότερο με την έναρξη της διαδικασίας υποβολής παραγγελίας κατά πόσον ισχύουν **περιορισμοί στην παράδοση** ή/ και όροι παράδοσης δυσμενείς για τον καταναλωτή σε σχέση με την υφιστάμενη πρακτική της αγοράς. Αναφέρουμε, για παράδειγμα, σε ποιες χώρες παραδίδουμε αγαθά ή παρέχουμε υπηρεσίες ή σε ποιες χώρες δεν παραδίδουμε, εάν αυτό είναι πιο αποτελεσματικό.

5 Δικαίωμα Υπαναχώρησης (ακύρωσης) εντός 14 ημερών



Πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης

Εκτός από ρητά προβλεπόμενες εξαιρέσεις, ο καταναλωτής έχει το **δικαίωμα να υπαναχωρήσει** από την εξ αποστάσεως σύμβαση, χωρίς να αναφέρει τους λόγους, **εντός 14 ημερολογιακών ημερών** από την ημέρα σύναψης της σύμβασης υπηρεσιών ή από την ημέρα κατά την οποία απέκτησε την κατοχή των αγαθών που αγόρασε (από την παράδοση δηλαδή των αγαθών σε αυτόν).

Οφείλουμε να ενημερώνουμε τον καταναλωτή σχετικά με τις **προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος**, καθώς και να τον πληροφορούμε για τυχόν **δαπάνες** με τις οποίες θα επιβαρυνθεί σε περίπτωση υπαναχώρησής του και για τις προβλεπόμενες **εξαιρέσεις στο δικαίωμα υπαναχώρησης** (δηλαδή για τις περιπτώσεις για τις οποίες δεν παρέχεται δικαίωμα υπαναχώρησης ή ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα αυτό).

Έντυπο υπαναχώρησης

Θα πρέπει να καθιστούμε διαθέσιμο στον καταναλωτή το **υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης** που παρατίθεται στο Τμήμα Β' του Παραρτήματος του Νόμου περί προστασίας των καταναλωτών (ν. 2251/1994). Πέραν τούτου, μπορούμε επίσης, να παρέχουμε στον καταναλωτή τη **δυνατότητα να συμπληρώσει και να υποβάλει ηλεκτρονικά οποιαδήποτε άλλη δήλωση** που διατίθεται στην ιστοσελίδα μας και εκθέτει σαφώς την απόφασή του να υπαναχωρήσει.

Ειδικότερη Ενημέρωση

Για την προαναφερόμενη ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, μπορούμε να χρησιμοποιούμε το **υπόδειγμα οδηγιών** που παρέχεται στο Τμήμα Α' του Παραρτήματος του Νόμου περί προστασίας των καταναλωτών ή να αναπτύξουμε τις πληροφορίες αυτές «με δικά μας λόγια», λαμβάνοντας υπ' όψιν τα εξής:

Άσκηση Δικαιώματος Υπαναχώρησης:

- Ενημερώνουμε τον καταναλωτή ότι έχει το **δικαίωμα να υπαναχωρήσει ελεύθερα** από τη σύμβαση (χωρίς να δώσει κάποια εξήγηση) **μέσα σε 14 ημέρες** από τη σύναψή της σε περίπτωση σύμβασης παροχής υπηρεσιών ή σύμβασης για την αγορά online ψηφιακού περιεχομένου (π.χ. αγορά ενός eBook, ταινίας ή μουσικού αρχείου), ή από την παράδοση των αγαθών.
- Εξηγούμε στον καταναλωτή ότι μπορεί να υπαναχωρήσει ενημερώνοντάς μας για την απόφαση αυτή με **ξεκάθαρη δήλωσή του** μέσω π.χ. μιας επιστολής ή ενός e-mail και ότι για το σκοπό αυτό μπορεί, χωρίς να υποχρεούται, να χρησιμοποιήσει το προαναφερόμενο **υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης** του Νόμου περί προστασίας των καταναλωτών. Για το σκοπό αυτό, θα πρέπει να έχουμε διαθέσιμο στην ιστοσελίδα μας το σχετικό υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης, σε εκτυπώσιμη μορφή και με τα στοιχεία επικοινωνίας μας προσυμπληρωμένα.
- Μπορούμε, επίσης, να παρέχουμε τη δυνατότητα στον καταναλωτή να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης μέσω της **συμπλήρωσης και υποβολής ηλεκτρονικά** στην ιστοσελίδα μας **αντίστοιχης φόρμας/εντύπου**. Σε αυτή την φόρμα, εάν θέλουμε να συλλέξουμε περισσότερες πληροφορίες, μπορούμε να συμπεριλάβουμε και επιπρόσθετες ερωτήσεις, όπως για παράδειγμα ερωτήσεις σχετικά με τους λόγους της υπαναχώρησης. Παρόλαυτα, οι ερωτήσεις αυτές θα πρέπει να επισημαίνονται ευδιάκριτα ως απαντώμενες προαιρετικά έτσι ώστε εάν ο καταναλωτής τις αφήσει αναπάντητες να μην αποτρέπεται η υποβολή του εντύπου υπαναχώρησης.
Στη συνέχεια, επιβεβαιώνουμε στον καταναλωτή την παραλαβή και το περιεχόμενο της επικοινωνίας υπαναχώρησης που υπεβλήθη ηλεκτρονικά μέσω της ανωτέρω φόρμας. Η επιβεβαίωση αυτή γίνεται συνήθως με την αποστολή e-mail στη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που έχει δηλώσει ο καταναλωτής.
- Ενημερώνουμε τον καταναλωτή **ότι θα του/της επιστρέψουμε** το συντομότερο δυνατό και το **αργότερο εντός 14 ημερών** από την ημέρα που πληροφορηθήκαμε την απόφασή του να υπαναχωρήσει **όλα τα ποσά που λάβαμε** από αυτόν/-ή χρησιμοποιώντας το ίδιο μέσο πληρωμής που χρησιμοποίησε ο καταναλωτής για την αρχική συναλλαγή.
Εάν **δεν έχουμε προσφερθεί να συλλέξουμε τα αγαθά** σε περίπτωση υπαναχώρησης, ενημερώνουμε τον καταναλωτή ότι **έχουμε το δικαίωμα να καθυστερήσουμε την επιστροφή των χρημάτων** μέχρις ότου μας επιστραφούν τα αγαθά ή μέχρις ότου ο καταναλωτής μας παράσχει αποδείξεις ότι μας έχει στείλει πίσω τα αγαθά.

Επιβάρυνση Καταναλωτή με Δαπάνες:

- Ενημερώνουμε τον καταναλωτή σχετικά με τις περιπτώσεις όπου προβλέπεται **επιβάρυνσή του με τη δαπάνη επιστροφής** των αγαθών σε περίπτωση υπαναχώρησής του.

Συγκεκριμένα:

- Εάν προσφέρουμε **περισσότερους τρόπους παράδοσης** των αγαθών πέραν του τυποποιημένου, ενημερώνουμε τον καταναλωτή ότι θα αναλάβει το επιπλέον κόστος της επιστροφής των αγαθών εάν έχει επιλέξει να χρησιμοποιηθεί άλλος τρόπος παράδοσης (π.χ. express παράδοση) αντί του φθηνότερου τυποποιημένου τρόπου παράδοσης που προσφέρουμε.
- Σε περίπτωση αγαθών που εκ της φύσεώς τους/υπό κανονικές συνθήκες **δεν συνηθίζεται να αποστέλλονται ταχυδρομικώς** (π.χ. αγαθών που πωλούνται χύδην / κυρίως παραλαμβάνονται προς παράδοση από τον μεταφορέα από το μέρος όπου βρίσκονται), ενημερώνουμε τον καταναλωτή για το κόστος ή το εκτιμώμενο κόστος της επιστροφής των αγαθών με το οποίο θα επιβαρυνθεί. Το εκτιμώμενο κόστος μπορεί να υπολογισθεί με βάση τη δαπάνη στην οποία προβήκαμε για την παράδοση των αγαθών αυτών στον καταναλωτή.

Εξαιρέσεις από το Δικαίωμα Υπαναχώρησης:

- Εάν προσφέρουμε αγαθά ως προς την πώληση των οποίων το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν ισχύει (π.χ. αγαθά τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα) ή δύναται να μην ισχύσει εάν συντρέξουν κάποιες προϋποθέσεις (π.χ. σε περίπτωση αποσφράγισης αγαθών που έχουν σφραγισθεί για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής), ενημερώνουμε τον καταναλωτή ότι δεν επωφελείται του δικαιώματος υπαναχώρησης σε σχέση με τα αγαθά αυτά ή εάν συντρέξουν ορισμένες συνθήκες.

6

Νόμιμη Εγγύηση – Ευθύνη Πωλητή



Ενημερώνουμε υποχρεωτικά τον καταναλωτή για την ύπαρξη **ευθύνης μας για τα πραγματικά ελαττώματα και την έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων** των πωληθέντων αγαθών κατά τα οριζόμενα στην Ελληνική νομοθεσία (Νόμος περί προστασίας των καταναλωτών και Αστικός Κώδικας).

Αναφέρουμε επίσης, ότι σύμφωνα με το ενωσιακό δίκαιο, είμαστε ως πωλητής υπεύθυνοι για κάθε έλλειψη συμμόρφωσης των αγαθών που εκδηλώνεται εντός δύο τουλάχιστον ετών από την παράδοση των αγαθών και ότι η εθνική νομοθεσία μπορεί να αναγνωρίζει στον καταναλωτή επιπλέον δικαιώματα⁶.

7

Υποστήριξη- Εξυπηρέτηση μετά την πώληση / Εμπορικές Εγγυήσεις



Παρέχουμε πληροφορίες σχετικά με την ύπαρξη και τους όρους εφαρμογής **υπηρεσιών υποστήριξης και εξυπηρέτησης του πελάτη** μετά την πώληση και τυχόν **εμπορικές εγγυήσεις**, εφ' όσον τις παρέχουμε για όλες ή για ορισμένες κατηγορίες προϊόντων μας.

Εάν προσφέρουμε εμπορική εγγύηση, εξηγούμε με σαφήνεια με ποιον τρόπο η εμπορική εγγύηση παρέχει προστιθέμενη αξία στον καταναλωτή σε σύγκριση με την παρεχόμενη άνευ ανταλλάγματος νόμιμη εγγύηση.

8

Παράπονα



Παρέχουμε πληροφορίες σχετικά με την πολιτική που εφαρμόζουμε για την **αντιμετώπιση των παραπόνων** των καταναλωτών και τους αντίστοιχους μηχανισμούς αντιμετώπισης. Σε σχέση με τη διασφάλιση της απαραίτητης επικοινωνίας του καταναλωτή με εμάς και την εξυπηρέτησή του, βλ. παραπάνω «Στοιχεία επικοινωνίας».

9

Εξωδικαστική (Εναλλακτική) Επίλυση Διαφορών



Εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών

Παρέχουμε πληροφορίες σχετικά με τη **δυνατότητα προσφυγής του καταναλωτή σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης** στον οποίο τυχόν υπαγόμαστε και τους **τρόπους πρόσβασης** σε αυτόν. Ενημερώνουμε, συγκεκριμένα, τον καταναλωτή σχετικά με το ποιος **φορέας/φορείς Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών** είναι αρμόδιος/-οι για την επίλυση διαφορών που μπορεί να προκύψουν με πελάτες μας και αναρτούμε στον ιστότοπό μας παραπομπή στη διεύθυνση του ιστότοπου του συγκεκριμένου φορέα/φορέων⁷.

Ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών

Παρέχουμε πληροφορίες σχετικά με τη δυνατότητα προσφυγής του καταναλωτή σε ηλεκτρονική εναλλακτική επίλυση διαφορών και ειδικότερα στην **ευρωπαϊκή πλατφόρμα Ηλεκτρονικής Επίλυσης Διαφορών** και παρέχουμε στο δικτυακό μας τόπο τον ηλεκτρονικό σύνδεσμο που **παραπέμπει στην πλατφόρμα αυτή**⁸, καθώς και τη **διεύθυνση του ηλεκτρονικού μας ταχυδρομείου** (βλ. ειδικότερα Κανονισμό (ΕΕ) 524/2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών).

10

Γενικοί Όροι Συμβάσεων



Παρέχουμε ηλεκτρονικό σύνδεσμο που **παραπέμπει στους Γενικούς Όρους Συμβάσεων** (Standard Terms & Conditions - Γενικοί Όροι και Προϋποθέσεις) εφ' όσον διαθέτουμε.

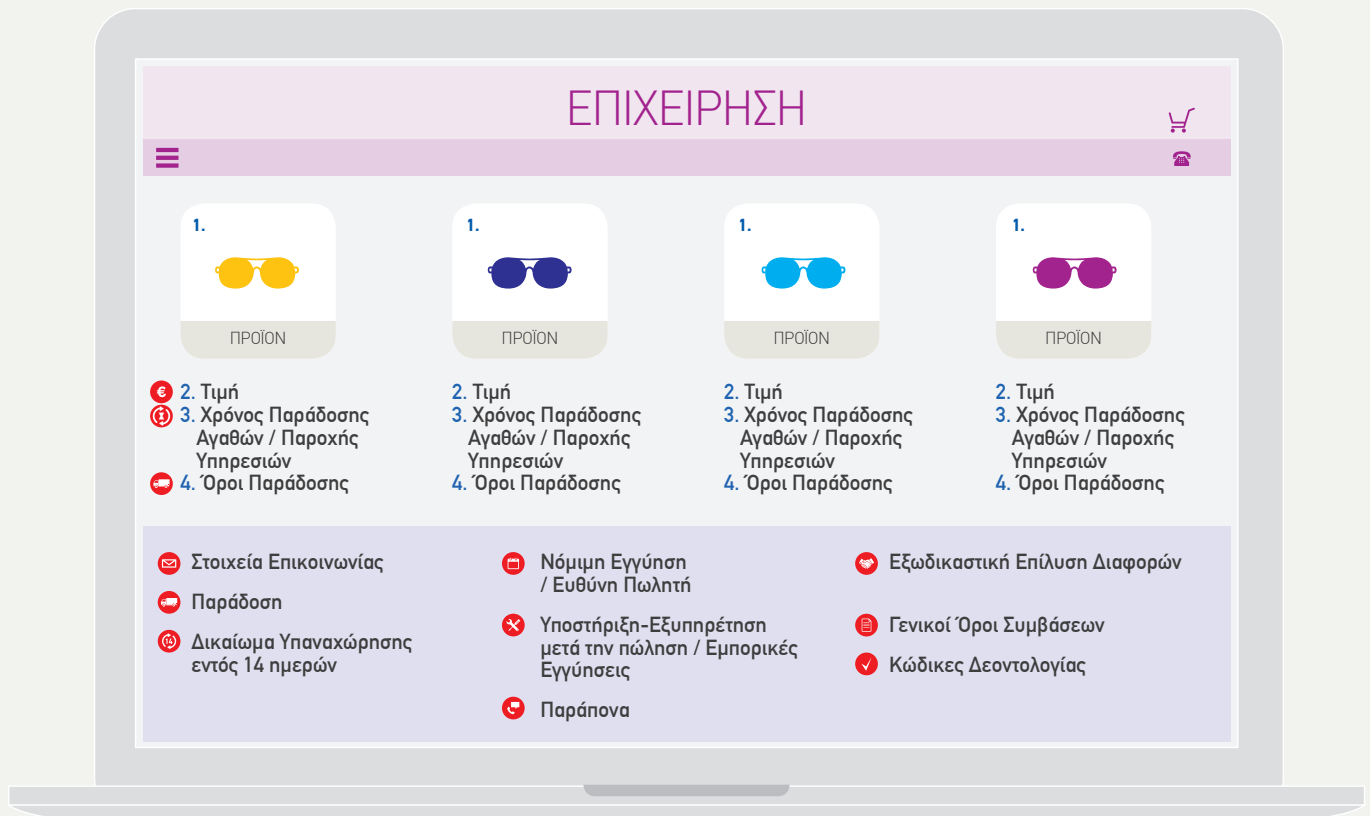
11

Κώδικες Συμπεριφοράς / Δεοντολογίας



Ενημερώνουμε σχετικά με την ύπαρξη σχετικών **Κωδίκων Συμπεριφοράς/ Δεοντολογίας στους οποίους υπαγόμαστε**, παραθέτοντας ηλεκτρονική παραπομπή σε αυτούς σε σημείο που εντοπίζεται εύκολα από τον καταναλωτή. Ένας τέτοιος Κώδικας είναι ο ελληνικός Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο [[ΥΑ οικ. 31619/15.03.2017 \(ΦΕΚ Β' 969/22.03.2017\)](#)] που προβλέπει γενικές αρχές και κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς που πρέπει να τηρούνται απέναντι στον καταναλωτή από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ - ΠΡΟΣΦΟΡΑ



ΕΙΚΟΝΑ 02

ΓΕΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ – ΤΙΜΗ - ΠΑΡΑΔΟΣΗ

Η **Εικόνα 2** αντιστοιχεί σε ένα ενδιαμέσο στάδιο στο οποίο δύναται να παρατίθενται πληροφορίες σχετικά με τα **προϊόντα που ενδιαφέρουν τον καταναλωτή**, όπως αυτά προκύπτουν π.χ. μετά από σχετική αναζήτησή του στην ιστοσελίδα μας.

Οι πληροφορίες αυτές **παρέχονται επιπρόσθετα** των «μονίμως διαθέσιμων» πληροφοριών της **Εικόνας 1**. Οι πληροφορίες που παρέχονται σε αυτό το στάδιο αφορούν τα **κύρια χαρακτηριστικά των προϊόντων** και τους όρους **πληρωμής και παράδοσης**. Το βασικό περιεχόμενο των πληροφοριών αυτών θα πρέπει να παρουσιάζεται αυτούσιο στην ιστοσελίδα, όπως στην **Εικόνα 2**. Περισσότερες λεπτομέρειες θα πρέπει να καθίστανται διαθέσιμες μέσω υπερ-συνδέσμων που παραπέμπουν σε ειδικές ιστοσελίδες ή ενημερωτικά «πλαίσια».

1

Προϊόν

Παρέχουμε μια **γενική περιγραφή** των κύριων χαρακτηριστικών του προϊόντος προς πώληση. Η εισαγωγή κάποιας φωτογραφικής του απεικόνισης είναι επίσης βοηθητική.

2

Τιμή⁹



Αναφέρουμε τη **συνολική τιμή** του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων όλων των πρόσθετων επιβαρύνσεων, φόρων (π.χ. Φ.Π.Α.) και εξόδων αποστολής. Εάν κάποιες από τις πρόσθετες επιβαρύνσεις δεν μπορούν να υπολογισθούν εκ των προτέρων, αναφέρουμε ότι μπορεί να απαιτηθούν πρόσθετες επιβαρύνσεις και το είδος αυτών, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστούν. Ενημερώνουμε, επίσης, για πιθανές εκπτώσεις ή άλλες ειδικές προσφορές που τυχόν ισχύουν.

Σε περίπτωση σύμβασης που προβλέπει **συνδρομή**, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Παρέχουμε ειδικότερα πληροφορίες σχετικά με τις περιοδικές/τακτικές χρεώσεις που προκύπτουν ανά περίοδο χρέωσης και κάθε πρόσθετη χρέωση που δύναται προκύψει βάσει της καταναλωτικής συμπεριφοράς.

Ως προς την πληρωμή, πέραν των διαθέσιμων μέσων πληρωμής, ενημερώνουμε και για τους **όρους και τρόπους πληρωμής**.

3

Χρόνος Παράδοσης Αγαθών / Παροχής Υπηρεσιών



Ενημερώνουμε για τη διαθεσιμότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας και αναφέρουμε την **γενικώς ισχύουσα προθεσμία** εντός της οποίας αναλαμβάνουμε να παραδώσουμε τα αγαθά ή να παρέχουμε τις υπηρεσίες.

4

Όροι Παράδοσης



Αναφέρουμε με σαφήνεια και το αργότερο με την έναρξη της διαδικασίας υποβολής παραγγελίας κατά πόσον ισχύουν **περιορισμοί στην παράδοση** ή/ και όροι παράδοσης δυσμενείς για τον καταναλωτή σε σχέση με την υφιστάμενη πρακτική της αγοράς. Για παράδειγμα, σε ποιες χώρες παραδίδουμε αγαθά ή παρέχουμε υπηρεσίες ή σε ποιες χώρες δεν παραδίδουμε, εάν αυτό είναι πιο αποτελεσματικό.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ



ΕΙΚΟΝΑ 03

ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΕΛΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ - ΤΙΜΗ - ΠΑΡΑΔΟΣΗ - ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Στην **Εικόνα 3** παρουσιάζονται λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με το αγαθό ή την υπηρεσία που επιλέγεται από τον καταναλωτή. Εκτός από τις μονίμως διαθέσιμες πληροφορίες της **Εικόνας 1**, κατά το στάδιο αυτό της παραγγελίας παρέχουμε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία που έχει επιλεγεί από τον καταναλωτή.

Το βασικό περιεχόμενο των πληροφοριών αυτών θα πρέπει να παρουσιάζεται αυτούσιο στην ιστοσελίδα, όπως στην **Εικόνα 3**, ενώ περισσότερες λεπτομέρειες θα πρέπει να καθίστανται διαθέσιμες μέσω υπερ-συνδέσμων που παραπέμπουν σε ειδικές ιστοσελίδες ή ενημερωτικά «πλαίσια».

1

Προϊόν

Παρέχουμε λεπτομερή περιγραφή των **κύριων χαρακτηριστικών** του επιλεγμένου προϊόντος, συμπεριλαμβανομένης της δυνατότητας λειτουργίας και της διαλειτουργικότητας των προϊόντων ψηφιακού περιεχομένου.

Συγκεκριμένα, πρέπει να έχουμε υπ' όψιν μας τα εξής:

- Παρέχουμε όλες τις πληροφορίες που απαιτούνται ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να **καταλήξει σε τεκμηριωμένη/συγγνωστή απόφαση αγοράς**. Ο βαθμός λεπτομέρειας που απαιτείται ως προς τις παρεχόμενες πληροφορίες εξαρτάται από την πολυπλοκότητα του προσφερόμενου προϊόντος. Οι βασικές πληροφορίες μπορούν να εμφανίζονται αυτούσιες στην παρούσα σελίδα και περισσότερες λεπτομέρειες μπορούν να καθίστανται διαθέσιμες μέσω υπερ-συνδέσμων που παραπέμπουν σε ειδικές ιστοσελίδες / ενημερωτικά «πλαίσια».
- Όσον αφορά στα προϊόντα ψηφιακού περιεχομένου, η περιγραφή των κύριων χαρακτηριστικών τους θα πρέπει να περιλαμβάνει απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τις **λειτουργικές δυνατότητες** και τη **διαλειτουργικότητά** τους προκειμένου ο καταναλωτής να είναι σε θέση να αξιολογεί εάν το προϊόν ικανοποιεί τις ανάγκες και τον εξοπλισμό που διαθέτει (π.χ. πληροφορίες σχετικά με τον τύπο αρχείου ή τις προϋποθέσεις λήψης ενημερώσεων). Για τις ειδικότερες απαιτήσεις πληροφόρησης όσον αφορά στα προϊόντα ψηφιακού περιεχομένου μπορούμε να χρησιμοποιούμε το υπόδειγμα εμφάνισης πληροφοριών που προτείνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή¹⁰.
- Ενημερώνουμε και εξασφαλίζουμε τη **συναίνεση** του καταναλωτή για κάθε **πρόσθετη δυνατότητα αγοράς** (όπως π.χ. μέσω add-ons) που παρέχεται έναντι επιπλέον χρέωσης, χωρίς να κάνουμε χρήση προ-επιλεγμένων πεδίων (pre-ticked boxes) για τη λήψη της συναίνεσης αυτής.
- Συμμορφωνόμαστε με τυχόν **ειδικότερες υποχρεώσεις πληροφόρησης** που πρέπει να πληρούνται για **συγκεκριμένες κατηγορίες** προϊόντων (για παράδειγμα, συμμόρφωση με απαιτήσεις ενημέρωσης σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών¹¹).

2

Τιμή



Αναφέρουμε τη **συνολική τιμή** του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων όλων των πρόσθετων επιβαρύνσεων, φόρων (π.χ. Φ.Π.Α.) και εξόδων αποστολής. Εάν κάποιες από τις πρόσθετες επιβαρύνσεις δεν μπορούν να υπολογισθούν εκ των προτέρων, αναφέρουμε ότι μπορεί να απαιτηθούν πρόσθετες επιβαρύνσεις και το είδος αυτών, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστούν. Ενημερώνουμε, επίσης, για πιθανές εκπτώσεις ή άλλες ειδικές προσφορές που τυχόν ισχύουν.

Σε περίπτωση σύμβασης που προβλέπει **συνδρομή**, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Παρέχουμε ειδικότερα πληροφορίες σχετικά με τις περιοδικές/τακτικές χρεώσεις που προκύπτουν ανά περίοδο χρέωσης και κάθε πρόσθετη χρέωση που δύναται προκύψει βάσει της καταναλωτικής συμπεριφοράς.

Ως προς την πληρωμή, πέραν των διαθέσιμων μέσων πληρωμής, ενημερώνουμε και για τους **όρους και τρόπους πληρωμής**.

3

Χρόνος Παράδοσης Αγαθών / Εκτέλεσης Υπηρεσιών



Ενημερώνουμε τον καταναλωτή για την **προθεσμία εντός της οποίας αναλαμβάνουμε να παραδώσουμε τα αγαθά ή να παρέχουμε τις υπηρεσίες** που επέλεξε ο καταναλωτής.

Δεν είναι απαραίτητο να αναφέρουμε συγκεκριμένη ημερολογιακή ημέρα παράδοσης των αγαθών ή εκτέλεσης της υπηρεσίας, καθώς κάτι τέτοιο δεν είναι σε κάθε περίπτωση πρακτικώς εφικτό. Για το λόγο αυτό μπορούμε να προσδιορίζουμε μια συγκεκριμένη περίοδο/διάστημα ως χρόνο παράδοσης των αγαθών ή εκτέλεσης της υπηρεσίας (όπως «10 ημέρες» ή «δύο εβδομάδες» από την υποβολή της παραγγελίας από τον καταναλωτή).

4

Διάρκεια Σύμβασης



Αναλόγως της περίπτωσης, ενημερώνουμε τον καταναλωτή για τη **διάρκεια της σύμβασης ή για τους όρους λήξης αυτής**.

5

Λήξη Σύμβασης



Παρέχουμε πληροφορίες σχετικά με τους όρους για τη **λήξη της σύμβασης** (εάν αυτή είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης).

Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει να περιλαμβάνουν ιδίως πληροφορίες σχετικά με:

- Τη **διαδικασία λήξης της σύμβασης και τις ισχύουσες χρεώσεις**, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με την προβλεπόμενη περίοδο προειδοποίησης, τα μέσα με τα οποία ο καταναλωτής θα πρέπει να γνωστοποιεί την πρόθεσή του για λήξη της σύμβασης, καθώς και τυχόν επερχόμενες εξ αυτής της αιτίας χρεώσεις.
- Τυχόν προβλεπόμενη **ελάχιστη διάρκεια** της σύμβασης, δηλαδή την ελάχιστη χρονική περίοδο κατά την οποία ο καταναλωτής δεσμεύεται από τους όρους της σύμβασης (ελάχιστη χρονική διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή).
- Τυχόν προβλεπόμενη **διαδικασία αυτόματης παράτασης/ανανέωσης** της σύμβασης και τη δυνατότητα μη ενεργοποίησής της, ενημερώνοντας π.χ. σχετικά με την προβλεπόμενη περίοδο προειδοποίησης και τα μέσα ειδοποίησης για τη μη αυτόματη παράταση.

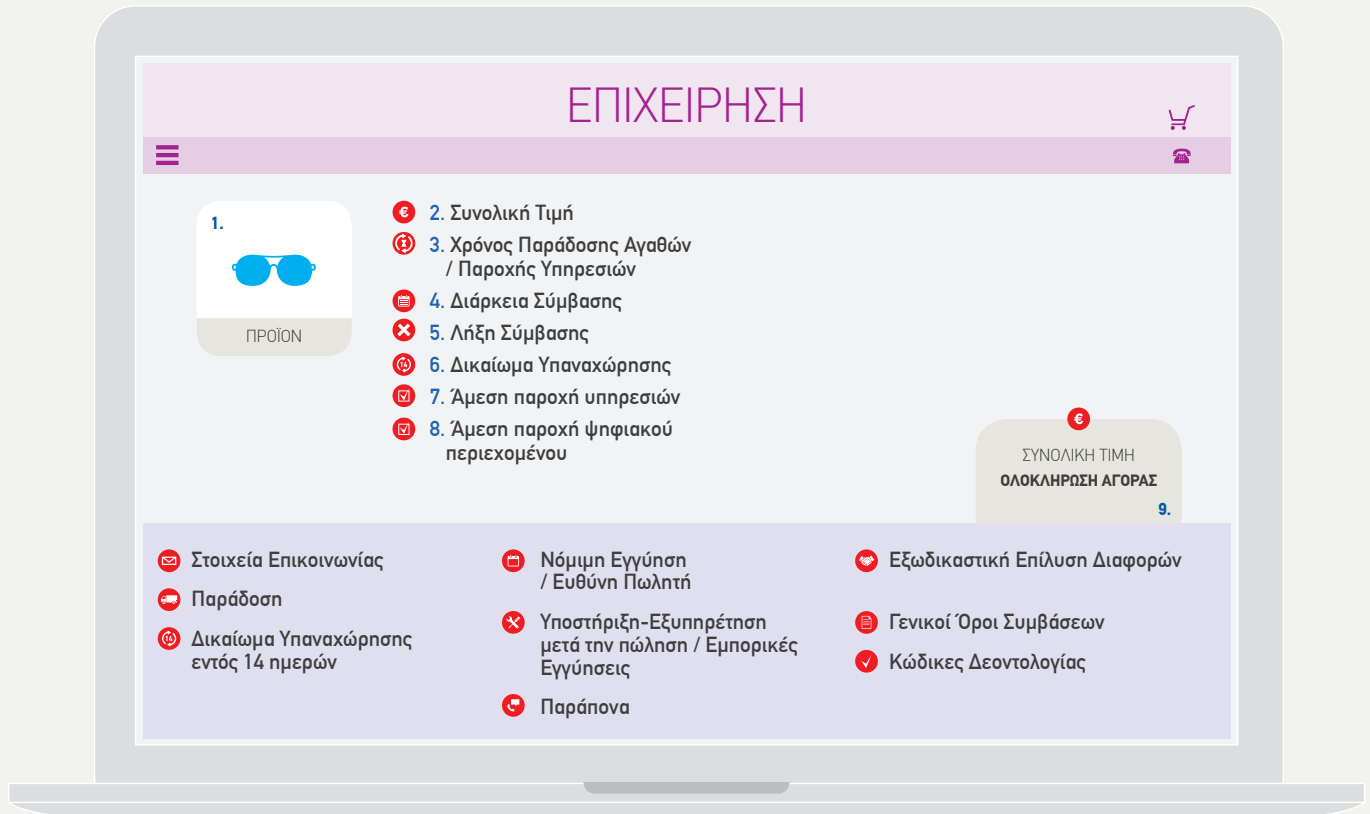
6

Δικαίωμα Υπαναχώρησης (ακύρωσης) εντός 14 ημερών



Παρέχουμε και στο σημείο αυτό ευκρινείς πληροφορίες σχετικά με το **δικαίωμα υπαναχώρησης και τη διαδικασία άσκησής του** εισάγοντας ηλεκτρονικό σύνδεσμο που να παραπέμπει στο αντίστοιχο περιεχόμενο πληροφοριών. Ο σύνδεσμος αυτός μπορεί να παραπέμπει στο ίδιο περιεχόμενο στο οποίο παραπέμπει ο ηλεκτρονικός σύνδεσμος σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης που παρατίθεται στο πεδίο των μονίμως διαθέσιμων πληροφοριών (**Εικόνα 1**), εκτός εάν προβλέπεται για το συγκεκριμένο προϊόν κάποια περαιτέρω εξειδίκευση των όρων άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.

ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΟΣ



ΕΙΚΟΝΑ 04

ΑΜΕΣΩΣ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΤΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Στην **Εικόνα 4** αποτυπώνεται το **τελευταίο στάδιο** της διαδικασίας παραγγελίας, όπου εμφανίζεται το περιεχόμενο του «**καλαθιού αγορών**» του καταναλωτή και ο καταναλωτής καλείται να **ελέγξει και επιβεβαιώσει την παραγγελία**. Αμέσως πριν ο καταναλωτής υποβάλει την ηλεκτρονική παραγγελία του, είναι πολύ σημαντικό να **διαβάσει και να κατανοήσει τα βασικά της στοιχεία**.

Για το λόγο αυτό οι πληροφορίες αυτού του σταδίου θα πρέπει να εμφανίζονται στον καταναλωτή σε σημείο **πολύ κοντά στην επιβεβαίωση** που απαιτείται για την υποβολή της παραγγελίας και να παρουσιάζονται κατά τέτοιο τρόπο ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να τις δει και να τις διαβάσει χωρίς να χρειασθεί να απομακρυνθεί από τη σελίδα ολοκλήρωσης της παραγγελίας. **Δεν επαρκεί, δηλαδή, η εισαγωγή υπερ-συνδέσμων που παραπέμπουν σε άλλες σελίδες με το περιεχόμενο των πληροφοριών αυτών.**

1

Προϊόν

Παρέχουμε το ίδιο περιεχόμενο πληροφόρησης που περιέχεται στο αντίστοιχο πεδίο για την περιγραφή του προϊόντος στη σελίδα **«Παρουσίαση του προϊόντος»**. Στην παρούσα σελίδα θα πρέπει να εμφανίζονται πληροφορίες όσον αφορά τουλάχιστον στα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος. Περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με το προϊόν μπορούν να είναι προσβάσιμες μέσω αντίστοιχων υπερ-συνδέσμων.

2

Συνολική Τιμή



Αναγράφουμε ευκρινώς επί της παρούσας σελίδας τη **συνολική τιμή** του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων όλων των πρόσθετων επιβαρύνσεων, φόρων και δαπανών.

3

Χρόνος Παράδοσης Αγαθών / Εκτέλεσης Υπηρεσιών



Παρέχουμε την ίδια πληροφόρηση που περιέχεται στο αντίστοιχο πεδίο στη σελίδα **«Παρουσίαση του προϊόντος»**.

4

Διάρκεια Σύμβασης



Αναλόγως της περίπτωσης, παρέχουμε επί της παρούσας σελίδας την ίδια πληροφόρηση που περιέχεται στο αντίστοιχο πεδίο στη σελίδα **«Παρουσίαση του προϊόντος»**.

5

Λήξη Σύμβασης



Αναλόγως της περίπτωσης, παρέχουμε επί της παρούσας σελίδας την ίδια πληροφόρηση που περιέχεται στο αντίστοιχο πεδίο στη σελίδα «**Παρουσίαση του προϊόντος**».

6

Δικαίωμα Υπαναχώρησης



Παρέχουμε παραπομπή μέσω υπερ-συνδέσμου στην ίδια πληροφόρηση που περιέχεται στο αντίστοιχο πεδίο στη σελίδα «**Παρουσίαση του προϊόντος**».

7

Άμεση παροχή υπηρεσιών



Για υπηρεσίες για τις οποίες ο καταναλωτής επιθυμεί **άμεση παροχή**, η οποία ξεκινά **κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης**, ζητάμε από τον καταναλωτή (π.χ. μέσω ενός «tick box») να υποβάλει ρητό αίτημα ότι επιθυμεί την έναρξη της εκτέλεσης των υπηρεσιών πριν από το πέρας της περιόδου υπαναχώρησης και να αναγνωρίζει ότι θα απωλέσει το δικαίωμα υπαναχώρησης μόλις η σύμβαση εκτελεσθεί πλήρως.

8

Άμεση παροχή ψηφιακού περιεχομένου



Για την προμήθεια **ψηφιακού περιεχομένου**, του οποίου η παροχή ξεκινά **κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης**, ζητάμε από τον καταναλωτή (π.χ. μέσω ενός «tick box») τη ρητή συγκατάθεσή του στην άμεση παροχή του ψηφιακού περιεχομένου και την επιβεβαίωσή του ότι θα απωλέσει το δικαίωμα υπαναχώρησης μόλις ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης (π.χ. ξεκινήσει το streaming ή το downloading).

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η χρήση προ-επιλεγμένου τετραγωνιδίου ή η προσθήκη σχετικής πρόβλεψης στους Γενικούς Όρους Συμβάσεων δεν ικανοποιεί την απαίτηση για παροχή ρητής συγκατάθεσης και επιβεβαίωσης από τον καταναλωτή.

9

Επιβεβαίωση Παραγγελίας



Για την επιβεβαίωση και υποβολή της παραγγελίας και τη σύναψη της σύμβασης, παρέχουμε τη δυνατότητα ενεργοποίησης από τον καταναλωτή ενός «διακόπτη» που να φέρει ευανάγνωστη σήμανση προκειμένου να καθίσταται ευδιάκριτο και σαφές ότι η υποβολή παραγγελίας συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής.

ΤΕΛΙΚΟ ΣΤΑΔΙΟ: ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΕΜΠΟΡΟΥ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Με την ολοκλήρωση της παραγγελίας του ο καταναλωτής στην ουσία συνάπτει μια εξ αποστάσεως σύμβαση μαζί μας και στη συνέχεια πρέπει να του αποστείλουμε **επιβεβαίωση της σύμβασης αυτής**.

Για την επιβεβαίωση αυτή, προσέχουμε:

- Να **αποστέλλεται σε σταθερό μέσο** (όπως μέσω e-mail). Συνήθως, δεν θα πρέπει να παρέχεται σε ιστοσελίδα, η οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί «σταθερό μέσο» για τους σκοπούς επιβεβαίωσης της σύμβασης. Παρόλαυτα, ο προσωπικός λογαριασμός που διατηρεί ο καταναλωτής στην ιστοσελίδα μας όπου αναρτάμε τις πληροφορίες που απευθύνονται στον καταναλωτή θα μπορούσε, υπό προϋποθέσεις, να θεωρηθεί «σταθερό μέσο».
- Να αποστέλλεται μέσα σε **εύλογο χρονικό διάστημα** μετά τη σύναψη της σύμβασης, το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή πριν αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας.
- Να παρέχεται σε **εύληπτη μορφή**.

Επίσης, δεν ξεχνάμε να περιλαμβάνουμε στην επιβεβαίωση της σύμβασής μας με τον καταναλωτή:

- Το σύνολο των πληροφοριών που εκτίθενται παραπάνω και συνιστούν τις απαραίτητες **απαιτήσεις ενημέρωσης**, εκτός εάν έχουν ήδη παρασχεθεί στον καταναλωτή σε σταθερό μέσο πριν από τη σύναψη της σύμβασης (π.χ. μέσω ταχυδρομικού καταλόγου παραγγελιών, SMS ή e-mail).
- Σύνδεσμο παραπομπής στην ευρωπαϊκή **πλατφόρμα ηλεκτρονικής επίλυσης διαφορών**.
- Όταν η σύμβαση αφορά στην αγορά ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται πάνω σε υλικό μέσο, την **επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης** του καταναλωτή για την άμεση παροχή του ψηφιακού περιεχομένου και την επιβεβαίωσή του ότι θα απωλέσει το δικαίωμα υπαναχώρησης μόλις ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης.



Τι συμβαίνει εάν ο καταναλωτής δεν λάβει την απαραίτητη ενημέρωση;

- Η σύμβαση ακυρώνεται υπέρ του καταναλωτή.
- Ο καταναλωτής δεν πληρώνει πρόσθετες επιβαρύνσεις ή δαπάνες επιστροφής για τις οποίες δεν έχει ενημερωθεί.
- Η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά το τέλος της αρχικής 14ήμερης προθεσμίας υπαναχώρησης, εάν ο καταναλωτής δεν έχει ενημερωθεί όπως απαιτείται σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης.
- Είναι πιθανή η λήψη μέτρων από ενώσεις επιχειρήσεων που υιοθετούν Κώδικα Δεοντολογίας εις βάρος μελών τους που δεν τήρησαν υποχρέωση ενημέρωσης που προβλέπεται και από τον Κώδικα.

Γ. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΟΔΗΓΙΕΣ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Γ.1. Υποχρεωτικές πληροφορίες προς τον καταναλωτή πριν την ολοκλήρωση της συναλλαγής

Πριν ο καταναλωτής ολοκληρώσει την παραγγελία του και συνάψει τη σχετική σύμβαση μαζί μας για την πώληση του προϊόντος/παροχή της υπηρεσίας θα πρέπει να του έχουν τεθεί υπό όψιν συγκεκριμένες πληροφορίες με όσο το δυνατόν πιο ευκρινή και κατανοητό τρόπο.

Ποιες πληροφορίες χρειάζεται να γνωρίζει ο καταναλωτής;

- Τις **απαραίτητες πληροφορίες** που πρέπει να γνωρίζει **πριν την ολοκλήρωση της συναλλαγής**, όπως αυτές που περιέχονται στα πρακτικά παραδείγματα του **Μέρος Β**, παράλληλα με κάθε άλλη πληροφορία που απαιτείται βάσει ειδικότερης ενωσιακής και εθνικής νομοθεσίας.
- Συγκεκριμένου τύπου πληροφορίες που επιβάλλεται επιπρόσθετα να δημοσιεύονται **ανάλογα με τον κλάδο της δραστηριότητάς μας και τα διατιθέμενα προϊόντα/υπηρεσίες**¹². Οι κανόνες που προβλέπουν την επιπρόσθετη αυτή πληροφόρηση συνήθως υπερεισχύουν των γενικών κανόνων της νομοθεσίας περί προστασίας καταναλωτή (όπως αυτών που προβλέπονται από την Οδηγία 2011/83/ΕΕ περί δικαιωμάτων των καταναλωτών, την Οδηγία 2005/29/ΕΚ περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, κλπ.¹³).
- Κάθε άλλη **ουσιώδη πληροφορία** η οποία είναι πιθανό να έχει επίδραση στην ικανότητα του καταναλωτή να λάβει μια ενημερωμένη απόφαση για τη συναλλαγή (π.χ. πληροφορίες που είναι υποχρεωτικό να αναφέρονται στο πλαίσιο της εμπορικής επικοινωνίας).

Τι επιπλέον χρειάζεται να προσέχουμε;

- Προσέχουμε ώστε οι πληροφορίες που παρέχονται στον καταναλωτή να είναι **ευκρινείς, κατανοητές, επικαιροποιημένες, αληθείς, εύκολα προσβάσιμες** σε όλους, και να διατυπώνονται κατ' αρχήν στην ελληνική γλώσσα.
- Φροντίζουμε ώστε, **ανάλογα με τα διαφορετικά στάδια** της αγοράς, οι πληροφορίες που παρέχονται στον καταναλωτή να είναι οι πιο σχετικές με κάθε στάδιο και να διατυπώνονται με **τρόπο ευδιάκριτο και κατανοητό**. Για παράδειγμα, ορισμένες πληροφορίες πρέπει να είναι **μονίμως διαθέσιμες** καθ' όλα τα στάδια της παραγγελίας, ενώ άλλες είναι σχετικές μόνο σε ένα συγκεκριμένο στάδιο. Τα πρακτικά παραδείγματα στο **Μέρος Β** παρέχουν ένα βασικό πρότυπο της ροής πληροφόρησης του καταναλωτή στα διαφορετικά στάδια της συναλλαγής.
- Προσαρμόζουμε κατάλληλα το περιβάλλον της ηλεκτρονικής παραγγελίας ώστε η υποχρεωτική πληροφόρηση να είναι **διαθέσιμη, εύκολα προσβάσιμη και ευανάγνωστη** από όλα τα μέσα πρόσβασης και **ανεξάρτητα από τη χρησιμοποιούμενη συσκευή** (π.χ. υπολογιστής, κινητό τηλέφωνο) για την διενέργεια της αγοράς.
- Επιλέγουμε μια **διαβαθμισμένη προσέγγιση παρουσίασης** της πληροφορίας για τη βελτίωση της κατανόησής της, ειδικά όταν ο διαθέσιμος χώρος είναι περιορισμένος (π.χ. στην περίπτωση φορητών ηλεκτρονικών συσκευών ή wearables (smart watches)).

- Με τον τρόπο αυτό μπορούμε να εισάγουμε **διάφορα επίπεδα πληροφόρησης** με κάθε επίπεδο πληροφορίας να είναι περισσότερο αναλυτικό από το προηγούμενο, ενώ επιπρόσθετες πληροφορίες μπορεί να παρέχονται μέσω υπερ-συνδέσμων ή επεκτεινόμενου μενού επιλογών ή μέσω αποκαλυπτόμενων ενημερωτικών πλαισίων (boxes), κλπ.
- Όταν απευθυνόμαστε σε **καταναλωτές άλλων κρατών-μελών**¹⁴, ενδέχεται να είμαστε υποχρεωμένοι να παρέχουμε και **στην επίσημη γλώσσα του συγκεκριμένου κράτους-μέλους** πληροφορίες σχετικά με τη συναλλαγή (συμβατική πληροφόρηση), και τους γενικούς όρους συμβάσεων (standard Terms and Conditions- γενικούς όρους και προϋποθέσεις).

Πρακτικά tips για πιο κατανοητή πληροφόρηση

- Χρησιμοποιούμε **γραμματοσειρά κατάλληλου μεγέθους** και σε χρωματική αντίθεση με το φόντο για εύκολη ανάγνωση της πληροφορίας.
- **Τονίζουμε σημαντικούς όρους**, όπως υποχρεώσεις, προθεσμίες, εξαιρέσεις ή περιορισμούς συγκεκριμένων δικαιωμάτων των καταναλωτών ή **τους τοποθετούμε σε εμφανές σημείο** ώστε να προσελκυστεί άμεσα η προσοχή των καταναλωτών.
- Χρησιμοποιούμε **απλή και ξεκάθαρη γλώσσα**, ακόμη και εάν εξηγούμε σύνθετα και τεχνικά ζητήματα, χωρίς ωστόσο να χάνεται η απαιτούμενη νομική ακρίβεια. Για παράδειγμα: χρησιμοποιούμε απλές και σύντομες προτάσεις, αποφεύγουμε τη χρήση παθητικής φωνής, εξηγούμε κατανοητά ουσιώδεις ή σύνθετους όρους και παρέχουμε υπερ-συνδέσμους που θα παραπέμπουν σε Συχνές Ερωτήσεις (FAQ) ή σε άλλα έγγραφα που παρέχουν ουσιαστικές επεξηγήσεις.
- Χρησιμοποιούμε **πίνακες ή παρόμοια εργαλεία** για να παραθέσουμε πολυάριθμες και αναλυτικές πληροφορίες, όπως η ανάλυση του κόστους παράδοσης ανά βάρος ή ανά περιοχή, κλπ. Χρησιμοποιούμε **αριθμητικά ή οπτικά στοιχεία** ή άλλους τρόπους για να εξηγήσουμε πιο σύνθετες διαδικασίες σχετικά με την παράδοση, επιστροφή, διαχείριση καταγγελιών, εξυπηρέτηση καταναλωτή και άλλα πρακτικά ζητήματα.
- Χρησιμοποιούμε, όπου είναι εφικτό, **δημιουργικά μέσα**, όπως σύμβολα και οπτικά εφέ, για να παρέχουμε πληροφορίες. Στο **Μέρος Β** με τα πρακτικά παραδείγματα θα βρείτε σχετικές προτάσεις για τη χρήση τέτοιων μέσων ανάλογα με την κατηγορία των παρεχόμενων πληροφοριών.

Γ.2. Γενικοί Όροι Συμβάσεων (Standard Terms & Conditions)

Ανεξάρτητα με τις πληροφορίες που παρέχουμε στον καταναλωτή πριν την ολοκλήρωση της αγοράς του, τους βασικούς όρους και προϋποθέσεις της συναλλαγής που κάναμε μαζί του μπορούμε να τους συμφωνούμε χωριστά με τη μορφή των **Γενικών Όρων Συμβάσεων**.

Πώς εξυπηρετούν οι Γενικοί Όροι Συμβάσεων;

Οι Γενικοί Όροι Συμβάσεων αποτελούν κατ' αρχήν μέρος της σύμβασης που θα συναφθεί με τον καταναλωτή και όχι της πληροφόρησης που θα πρέπει να λαμβάνει ο καταναλωτής πριν τη σύναψή της. Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι δεν είμαστε υποχρεωμένοι να παρέχουμε γενικούς όρους συμβάσεων επιπρόσθετα της προσυμβατικής πληροφόρησης, ούτε να επαναλάβουμε στους γενικούς όρους συμβάσεων τις υποχρεωτικές πληροφορίες που έχουμε ήδη παραθέσει κατά το προσυμβατικό στάδιο.

Αναλόγως της λεπτομέρειας της πληροφορίας που παρέχουμε προσυμβατικά, μπορούμε να αξιολογήσουμε εάν χρειάζεται να παρέχουμε ξεχωριστά γενικούς όρους συμβάσεων ή εάν η προσυμβατική ενημέρωση του καταναλωτή περιλαμβάνει ήδη τους όρους που θα θέλαμε να περιέχουν οι γενικοί όροι συμβάσεων.

Τι πρέπει να προσέχουμε στην παρουσίασή τους;

Εάν παρέχουμε Γενικούς Όρους Συμβάσεων, θα πρέπει να προσέξουμε ώστε:

- Να καταρτίζονται **σε απλή και κατανοητή γλώσσα**¹⁵ επιτρέποντας στον καταναλωτή να αποκτήσει ουσιαστική γνώση των συμβατικών όρων.
Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι η πληροφορία πρέπει να είναι ξεκάθαρη από γραμματικής και συντακτικής άποψης και ο μέσος καταναλωτής να είναι σε θέση να προβλέψει τις οικονομικές συνέπειες που απορρέουν από τη σύναψη της σύμβασης.
- Να είναι **διαθέσιμοι στον καταναλωτή** και πριν την ολοκλήρωση της σύμβασης μέσω ενός εύκολα προσβάσιμου συνδέσμου παρέχοντάς του τη δυνατότητα να τους διαβάσει, να τους αποθηκεύσει και να τους τυπώσει. Βεβαιωνόμαστε ότι η παραπομπή στους γενικούς όρους είναι κατανοητή σε όλους αποφεύγοντας ακρωνύμια όπως «ΓΟΣ», τα οποία μπορεί να μην είναι ευρέως αντιληπτά.
- Χρησιμοποιούμε συμβατικούς όρους που περιέχουν **ξεκάθαρη και ευπαρουσίαστη πληροφορία**. Αυτό θα βοηθήσει τον καταναλωτή να καταλάβει ευκολότερα το περιεχόμενο και τα αποτελέσματα της σύμβασης, ενώ δυσνόητοι συμβατικοί όροι **μπορεί να ακυρωθούν**. Εάν οι όροι αυτοί είναι ουσιώδεις και απαραίτητοι για την ύπαρξη και εκτέλεση της σύμβασης, είναι πιθανό αυτά να ακυρωθεί στο σύνολό της. Σε περίπτωση δε που προκύψουν διαφορές από λιγότερο σαφείς όρους, τα δικαστήρια θα υιοθετήσουν την **πιο ευνοϊκή για τον καταναλωτή ερμηνεία**.
- Χρησιμοποιούμε **πίνακα περιεχομένων με υπερ-συνδέσμους** για τις βασικές ενότητες των γενικών όρων συμβάσεων. Κάθε ενότητα αυτών πρέπει να έχει **ξεκάθαρο τίτλο** που να αποδίδει το **βασικό μήνυμα**, ώστε ο καταναλωτής μέσα από μια γρήγορη ανάγνωση να μπορεί να αντιληφθεί το περιεχόμενό της.
- Διατηρούμε τους γενικούς όρους **συνοπτικούς και απλούς** στο μέτρο του εφικτού από νομικής και εμπορικής πλευράς, προκειμένου να ενθαρρύνουμε τους καταναλωτές να τους διαβάσουν. Εάν αυτό δεν είναι εφικτό, σκεφτόμαστε άλλους τρόπους παράθεσης της πληροφορίας με απλό τρόπο, όπως μέσα από την παροχή **κειμένου συχνών ερωτήσεων (FAQ)** με όλες τις σημαντικότερες πληροφορίες.

- Διατυπώνουμε τους όρους αυτούς στην **ελληνική γλώσσα**, εφ' όσον οι σχετικές συμβάσεις καταρτίζονται στην Ελλάδα. Εάν παρέχουμε προϊόντα ή υπηρεσίες σε καταναλωτές άλλων κρατών-μελών, είμαστε ελεύθεροι να επιλέγουμε το **εφαρμοστέο δίκαιο**¹⁶, αλλά στην περίπτωση αυτή ενημερώνουμε τους καταναλωτές με ξεκάθαρο τρόπο ότι δεν θα στερηθούν την ελάχιστη έννομη προστασία που τους παρέχει το εθνικό τους δίκαιο και τα εθνικά δικαστήρια¹⁷.
- Φροντίζουμε στους γενικούς όρους να κάνουμε διακριτή αναφορά **στην προστασία των προσωπικών δεδομένων** των καταναλωτών, καθώς και παραπομπή στην αντίστοιχη **ενημέρωση/ πολιτική που τηρούμε**.

Τι πρέπει να προσέχουμε όταν αλλάζουμε τους όρους της σύμβασης:

- **Μονομερής και χωρίς βάσιμο λόγο αλλαγή** των χαρακτηριστικών του πωλούμενου προϊόντος ή της παρεχόμενης υπηρεσίας, όπως αυτά προβλέπονται στους όρους της σύμβασης, **δεν είναι δυνατή**. Εάν οι γενικοί όροι συμβάσεων που παρέχουμε προβλέπουν μια τέτοια δυνατότητα, είναι πολύ πιθανό να χαρακτηριστούν αθέμιτοι και, συνεπώς, να ακυρωθούν¹⁸.
- Εάν, παρόλαυτα, έχουμε **ουσιώδη λόγο** να τροποποιήσουμε τους συμβατικούς όρους, **ενημερώνουμε ατομικά** τους καταναλωτές που επηρεάζονται (για παράδειγμα τους συνδρομητές σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τους χρήστες διαδικτυακών εφαρμογών, εφημερίδων, υπηρεσιών πλοήγησης περιεχομένου κ.λπ.).
- Χρησιμοποιούμε έναν **ευδιάκριτο τρόπο** επισήμανσης των **αλλαγών** και του **χρόνου έναρξης της ισχύος** τους.
- Χρησιμοποιούμε έναν **ξεκάθαρο και φιλικό προς το χρήστη τρόπο** για να ενημερώσουμε τους καταναλωτές σχετικά με το **δικαίωμά τους να αποδεχτούν ή να απορρίψουν τις αλλαγές**. Επισημαίνουμε τις **συνέπειες** που θα προκύψουν **εάν δεν συμφωνήσουν** με τις προτεινόμενες αλλαγές και **πώς αυτό μπορεί να επηρεάσει** τα δικαιώματά τους και τη χρήση του προϊόντος/ υπηρεσίας.

ΓΛΩΣΣΑΡΙ¹⁹

Καταναλωτής: Κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα.

Επιχείρηση που δραστηριοποιείται στο χώρο του “ηλεκτρονικού επιχειρείν” (“επιχείρηση”): Νομικά ή φυσικά πρόσωπα με έδρα την Ελλάδα που παρέχουν προϊόντα ή/και υπηρεσίες προς καταναλωτές στην Ελλάδα ή/και στο εξωτερικό, δραστηριοποιούμενα νομίμως ευθέως ή/και ως μεσάζοντες παροχής υπηρεσιών έναντι αμοιβής άμεσης ή έμμεσης με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής του καταναλωτή.

Υποχρεωτικές πληροφορίες: Για τους σκοπούς της παρούσας έκδοσης, οι πληροφορίες που υποχρεούται εκ του νόμου να παρέχει ο έμπορος στον καταναλωτή πριν τη σύναψη μιας εξ αποστάσεως σύμβασης (ειδικά στην περίπτωση σύναψης σύμβασης μέσω του διαδικτύου) σύμφωνα με τον Νόμο 2251/1994 περί προστασίας των καταναλωτών, την [Οδηγία 2011/83 περί δικαιωμάτων των καταναλωτών](#), την [Οδηγία 2005/29 περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά](#) και τον [Κανονισμό 524/2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών](#).

Το **Μέρος Β** του Οδηγού περιλαμβάνει πρακτικά παραδείγματα τέτοιων υποχρεωτικών πληροφοριών προς τον καταναλωτή.

Ουσιώδεις πληροφορίες: Σημαντικές πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής αναλόγως του συγκεκριμένου πλαισίου και περιστάσεων προκειμένου να προβεί σε μια πραγματικά ενημερωμένη απόφαση σχετικά με μια συναλλαγή, όπως απαιτείται από το άρθρο 7 (1) της Οδηγίας περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών (και το άρθρο 9ε του ν. 2251/1994). Κάθε απαιτούμενη πληροφορία σύμφωνα με το ενωσιακό δίκαιο, συμπεριλαμβανομένων των προσυμβατικών πληροφοριών βάσει της Οδηγίας περί δικαιωμάτων των καταναλωτών και του Κανονισμού για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών που αναφέρονται στην παρούσα έκδοση, καθώς και όλες οι πληροφορίες που απαιτούνται κατά κλάδο δραστηριότητας σε σχέση με την εμπορική επικοινωνία και θεωρούνται ουσιώδεις. Ανάλογα με την περίπτωση ενδέχεται να θεωρηθούν ουσιώδεις για τους καταναλωτές και άλλες πληροφορίες σε μια συγκεκριμένη συναλλαγή²⁰.

Προσυμβατική Ενημέρωση: Το σύνολο των πληροφοριών που αντιστοιχούν στο περιεχόμενο της ενημέρωσης που θα πρέπει να λαμβάνει ο καταναλωτής πριν από την ολοκλήρωση της αγοράς του και τη δέσμευσή του με σύμβαση με τον προμηθευτή.

Γενικοί Όροι Συμβάσεων (Standard Terms and Conditions – Γενικοί Όροι και Προϋποθέσεις):

Για τους σκοπούς της παρούσας έκδοσης, οι γενικοί όροι και προϋποθέσεις που προορίζονται να αποτελέσουν μέρος της σύμβασης με τον καταναλωτή και προτείνονται από τον έμπορο σε κάθε περίπτωση πώλησης χωρίς να έχουν αποτελέσει αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης με τον καταναλωτή (ειδικοί όροι). Παρέχονται ανεξάρτητα της υποχρεωτικής προσυμβατικής πληροφόρησης, η οποία θα πρέπει να προηγείται της σύναψης της σύμβασης.

Συμβάσεις εξ αποστάσεως: Κάθε σύμβαση που συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων από απόσταση ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία εμπόρου και καταναλωτή.

Ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως: Οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που παρέχονται από τις επιχειρήσεις και γίνονται αποδεκτά από τους καταναλωτές μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας η οποία παρέχεται, διαβιβάζεται και λαμβάνεται εξ ολοκλήρου μέσω του διαδικτύου ή/και κινητών δικτύων/εφαρμογών κειμένου.

Ψηφιακό περιεχόμενο: Δεδομένα που παράγονται και παρέχονται σε ψηφιακή μορφή.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΒΑΣΙΚΑ ΝΟΜΟΘΕΤΗΜΑΤΑ

Το παρόν δεν αποτελεί νομικό κείμενο και δεν φιλοδοξεί να παρέχει νομικές συμβουλές και συστάσεις σε θέματα ενωσιακού ή εθνικού δικαίου ούτε να αποτελέσει επίσημη ερμηνεία αυτών ή να υποκαταστήσει την ισχύουσα νομοθεσία. Η τήρηση των συστάσεων που περιλαμβάνει δεν συνιστά τεκμήριο συμμόρφωσης με τη σχετική νομοθεσία.

Για το λόγο αυτό, παροτρύνονται οι επιχειρήσεις να παρακολουθούν στενά τις νομοθετικές και νομολογιακές εξελίξεις στα ζητήματα προστασίας του καταναλωτή και να επιζητούν την ειδικότερη συνδρομή των νομικών τους συμβούλων, όπου απαιτείται, προκειμένου να εξασφαλίζουν τη συνεχή και πλήρη συμμόρφωσή τους.

Παρακάτω παραθέτουμε τη βασική εθνική και ενωσιακή νομοθεσία που διέπει το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Εθνική νομοθεσία

- Υ.Α. 5338/17.01.2018 (ΦΕΚ Β' 40/17.01.2018) για την κωδικοποίηση του ν. 2251/1994 (Α' 191) «Προστασία των Καταναλωτών» σε ενιαίο κείμενο δείτε [εδώ](#)
- Π.Δ. 131/30.04.2003 (ΦΕΚ Α' 116/16.05.2003) για την προσαρμογή του ελληνικού δικαίου στην Οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο δείτε [εδώ](#)
- Υ.Α. 70330/30.06.2015 οικ. (ΦΕΚ Β' 1421/09.07.2015) για την προσαρμογή του ελληνικού δικαίου στην Οδηγία 2013/11/ΕΕ για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών δείτε [εδώ](#)
- Νόμος 4624/2019 (ΦΕΚ Α' 137/29.08.2019) για τα μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 (GDPR) και την ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/680 δείτε [εδώ](#)
- Νόμος 3471/2006 (ΦΕΚ Α' 133/28.06.2006) για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών δείτε [εδώ](#)
- Νόμος 4635/2019 (ΦΕΚ Α' 167/30.10.2019) «Επενδύω στην Ελλάδα και άλλες διατάξεις» δείτε [εδώ](#)
- Π.Δ. 10/17.02.2017 (ΦΕΚ Α' 23/01.03.2017) «Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας» δείτε [εδώ](#)
- ΥΑ 31619/15.03.2017 οικ. (ΦΕΚ Β' 969/22.03.2017) «Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο» δείτε [εδώ](#)

Ενωσιακή νομοθεσία

- Οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο δείτε [εδώ](#)
- Οδηγία 2011/83/ΕΕ περί δικαιωμάτων των καταναλωτών δείτε [εδώ](#)
- Οδηγία 2005/29/ΕΚ περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά δείτε [εδώ](#)
- Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 για την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών (Οδηγία «Οmnibus») δείτε [εδώ](#)
- Οδηγία 93/13/ΕΟΚ σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές δείτε [εδώ](#)
- Κανονισμός (ΕΕ) 524/2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών δείτε [εδώ](#)
- Οδηγία 2013/11/ΕΕ για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών δείτε [εδώ](#)
- Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών (GDPR) δείτε [εδώ](#)
- Οδηγία 2002/58/ΕΚ σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών δείτε [εδώ](#)

ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ



[Δικαιώματα καταναλωτών](#)



[Οπτικά σύμβολα για το ψηφιακό περιβάλλον](#)



[Πρακτική εκπαίδευση επιχειρήσεων σε θέματα δικαίου καταναλωτή](#)



[Συνήγορος του Καταναλωτή](#)



[Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή](#)

ΥΠΟΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

¹ Οι συστάσεις αυτές είναι το αποτέλεσμα συμφωνίας μεταξύ διαφόρων ενώσεων επιχειρήσεων στο πλαίσιο σχετικής ομάδας εμπειρογνομόνων και [υποστηρίχθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή](#) (βλ. και [REFIT Fitness Check Stakeholder Consultation Group](#)).

² Το ενωσιακό δίκαιο επιβάλλει στις επιχειρήσεις έναν αριθμό υποχρεώσεων αναφορικά με την προστασία των δεδομένων (προσωπικών ή μη), όπως είναι οι υποχρεώσεις που απορρέουν από το Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (GDPR). Το γεγονός αυτό αυξάνει σημαντικά τις πληροφορίες που οι επιχειρήσεις απαιτείται να παρέχουν στους καταναλωτές. Η παρούσα πρωτοβουλία καλύπτει μόνο τις υποχρεώσεις εκείνες που απορρέουν από τη νομοθεσία για τον καταναλωτή και όχι από τη νομοθεσία προστασίας των δεδομένων. Εντούτοις, τουλάχιστον για λόγους σαφότητας, οι επιχειρήσεις ενθαρρύνονται να διαχωρίζουν σαφώς τους διαφορετικούς τύπους πληροφορίας που θα πρέπει να γνωρίζουν οι χρήστες των υπηρεσιών τους.

³ Δείτε για παράδειγμα τα εκπαιδευτικά προγράμματα [ConsumerLawReady](#) για τις ΜμΕ.

⁴ Με τους νέους κανόνες που εισάγονται με την Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 για την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών (Οδηγία «Οmnibus»), οι έμποροι θα πρέπει να παρέχουν τόσο το e-mail όσο και τον αριθμό τηλεφώνου τους. Ο αριθμός fax δεν θα απαιτείται πλέον. Κατά τον χρόνο σύνταξης του παρόντος, η Οδηγία «Οmnibus» δεν έχει ενσωματωθεί ακόμη στην εθνική νομοθεσία.

⁵ Η Οδηγία «Οmnibus» διευκρινίζει ότι οι έμποροι μπορούν να παρέχουν στον καταναλωτή, επιπρόσθετα του e-mail, και άλλα μέσα online επικοινωνίας (διαδικτυακές φόρμες, chats, κλπ.) υπό την προϋπόθεση ότι αυτά τα εναλλακτικά μέσα επικοινωνίας επιτρέπουν στον καταναλωτή να διατηρεί την επικοινωνία με τον έμπορο σε σταθερό μέσο.

⁶ Βλ. Άρθρο 554 ΑΚ: «Τα δικαιώματα του αγοραστή λόγω πραγματικού ελαττώματος ή έλλειψης συνομολογημένης ιδιότητας παραγράφονται μετά την πάροδο πέντε ετών για τα ακίνητα και δύο ετών για τα κινητά». Για περισσότερα σχετικά με κανόνες περί ευθύνης πωλητή και νόμιμης εγγύησης βλ. [Οδηγία \(ΕΕ\) 2019/771 σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών](#) και [Οδηγία \(ΕΕ\) 2019/770 σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών](#). Διατηρείται η αρχή ότι ο πωλητής ευθύνεται έναντι του καταναλωτή για κάθε έλλειψη συμμόρφωσης η οποία υφίσταται κατά τον χρόνο παράδοσης των αγαθών.

⁷ Στην Ελλάδα, η [Ανεξάρτητη Αρχή «Συνήγορος του Καταναλωτή»](#) είναι αρμόδια για την εναλλακτική επίλυση διαφορών σε όλους τους εμπορικούς κλάδους.

⁸ Βλ. σχετικά: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=EL>

⁹ Σύμφωνα με τους νέους κανόνες της Οδηγίας «Οmnibus», σε κάθε περίπτωση ανακοίνωσης περί μείωσης τιμής θα πρέπει να αναφέρεται η προγενέστερη τιμή που εφαρμόζε ο έμπορος για καθορισμένο χρονικό διάστημα πριν από την εφαρμογή της μείωσης (βλ. Άρθρο 2 της Οδηγίας). Ως προγενέστερη τιμή νοείται η χαμηλότερη τιμή που εφαρμόσε ο έμπορος κατά τη διάρκεια χρονικού διαστήματος όχι συντομότερο των 30 ημερών πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής. Προβλέπεται, επίσης, ότι οι καταναλωτές θα πρέπει να ενημερώνονται σαφώς όταν η τιμή που τους παρουσιάζεται εξατομικεύεται βάσει αυτοματοποιημένης λήψης απόφασης.

¹⁰ Βλ. ειδικότερα το Παράρτημα Ι – Υπόδειγμα για την ένδειξη πληροφοριών προς τους καταναλωτές όσον αφορά τα επιγραμμικά ψηφιακά προϊόντα του Εγγράφου Καθοδήγησης της Γενικής Διεύθυνσης Δικαιοσύνης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την αποτελεσματική εφαρμογή της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, διαθέσιμο σε: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_el_updated.pdf.

¹¹ Βλ. ειδικότερα το Άρθρο 20 της [Οδηγίας 2002/22/ΕΚ](#) για την καθολική υπηρεσία και τα δικαιώματα των χρηστών όσον αφορά δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών (Οδηγία Καθολικής Υπηρεσίας), καθώς και τα Άρθρα 102-104 της [Οδηγίας \(ΕΕ\) 2018/1972](#) για τη θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (έναρξη εφαρμογής από τις 21 Δεκεμβρίου 2020).

¹² Για παράδειγμα, για τους παρόχους υπηρεσιών τηλεφωνίας, μεταξύ άλλων η Οδηγία Καθολικής Υπηρεσίας περιλαμβάνει τόσο συγκεκριμένες απαιτήσεις σχετικά με την παροχή πληροφοριών κατά τη σύναψη συμβάσεων (Άρθρο 20) όσο και απαιτήσεις διαφάνειας και δημοσιότητας (Άρθρο 21).

¹³ Βλ. σχετικά εφαρμογή της αρχής "lex specialis". Για τη σχέση μεταξύ διαφόρων εφαρμοζόμενων κανόνων, δείτε και Ενότητα 1.4.1 των [Κατευθυντήριων Γραμμών σχετικά με την εκτέλεση/εφαρμογή της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών](#).

¹⁴ Εάν το κράτος-μέλος έχει κάνει χρήση της ρυθμιστικής επιλογής του άρθρου 6 παρα. 7 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ περί δικαιωμάτων των καταναλωτών για να θέσει γλωσσικές υποχρεώσεις αναφορικά με τις συμβατικές πληροφορίες. Για τις ρυθμιστικές επιλογές των κρατών-μελών βάσει του άρθρου 29 της Οδηγίας περί δικαιωμάτων των καταναλωτών, δείτε περισσότερα [εδώ](#).

¹⁵ Όπως απαιτείται και από το άρθρο 5 της [Οδηγίας 93/13/ΕΟΚ σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές](#).

¹⁶ Συγκεκριμένοι κανόνες μπορεί να ισχύουν ανάλογα με τον κατά περίπτωση κλάδο δραστηριότητας.

¹⁷ Όπως προβλέπεται ειδικότερα και στο άρθρο 6 του [Κανονισμού \(ΕΚ\) 593/2008 για το εφαρμοστέο δίκαιο στις συμβατικές εννοχές \(«Ρώμη Ι»\)](#) και στο άρθρο 18 του [Κανονισμού \(ΕΕ\) 1215/2012 για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις \(«Βρυξέλλες Ι»\)](#).

¹⁸ Δείτε ιδιαίτερα τα οριζόμενα στο Τμήμα 1 εδάφια ι) και κ) του Παραρτήματος της Οδηγίας 93/13/ΕΟΚ σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές.

¹⁹ Κατά τα λοιπά, ισχύουν οι ορισμοί που απαντώνται στη σχετικώς εφαρμοζόμενη εθνική και ενωσιακή νομοθεσία περί προστασίας των καταναλωτών, ιδίως στο Ν. 2251/1994 (ο «Νόμος περί προστασίας των καταναλωτών»), στον Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας και στον Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Όπου δε γίνεται πιο συγκεκριμένη αναφορά σε όρους, αυτοί αφορούν κατ' αρχήν στις έννοιες όπως αποδίδονται στον Νόμο περί προστασίας των καταναλωτών και στην Οδηγία 2011/83/ΕΕ σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, εκτός αν άλλως ορίζεται.

²⁰ Δείτε επίσης την Ενότητα 3.4.1 «Ουσιώδεις Πληροφορίες» των [Κατευθυντήριων Γραμμών σχετικά με την εκτέλεση/εφαρμογή της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών](#).