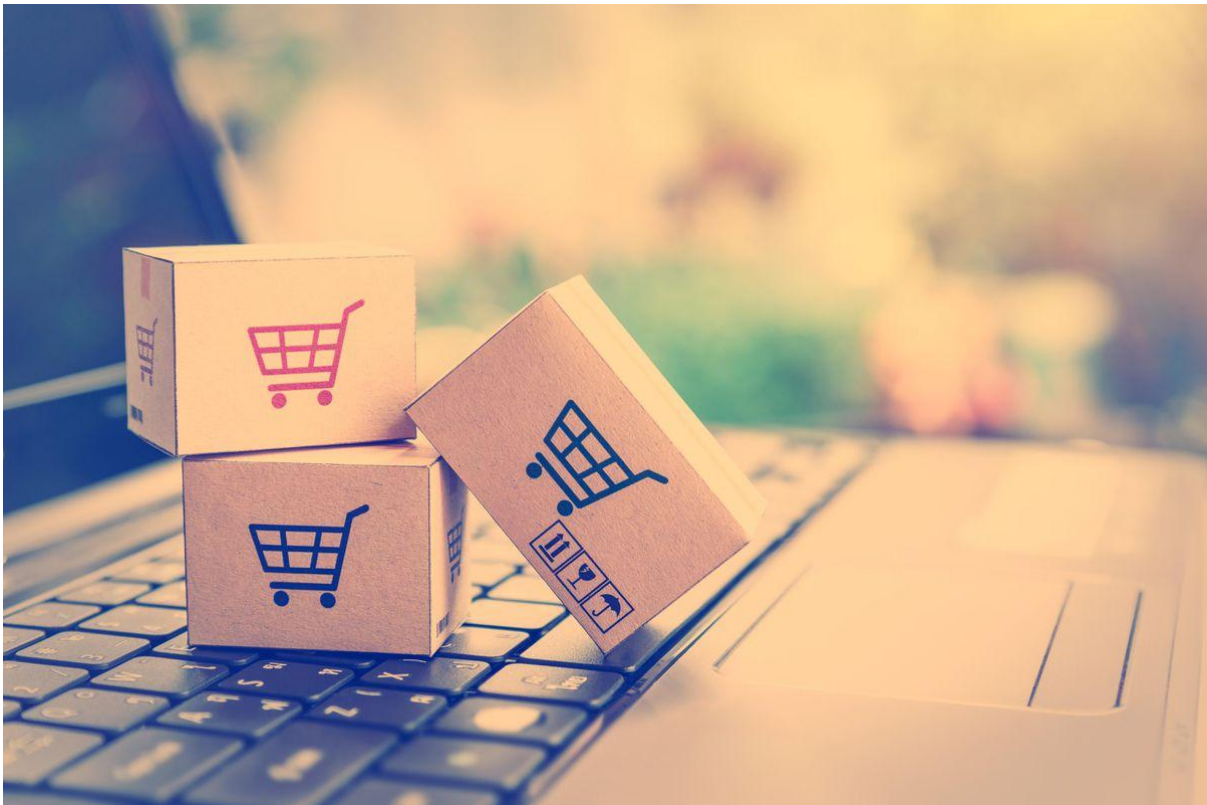


## Στοιχεία Δικαίου της Πληροφορίας



### **Θέμα εργασίας:**

Μια εταιρία ετοιμάζεται να θέσει σε λειτουργία ένα ηλεκτρονικό πολυκατάστημα. Σας ζητά να καταγράψετε το σχετικό νομικό πλαίσιο, την περιπτώσιολογία των υποθέσεων που μπορεί να ανακύψουν και τους πιθανούς τρόπους αντιμετώπισής τους.

**Όν/μο: Βασίλειος Βλασόπουλος**

**ΑΜ: 3080024**

**Αθήνα**

**2021**

## Περιεχόμενα

Δομή παραδοτέου .....	3
Εισαγωγή .....	3
A. Νομικό πλαίσιο .....	4
A.1 Οδηγία 2000/31 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο .....	4
A.2 Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	4
A.3 Υπουργική Απόφαση οικ. 31619/15.3.2017: Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	5
A.4 GDPR .....	12
B. Περιπτώσιολογία Υποθέσεων και τρόποι αντιμετώπισης.....	12
Επίλογος.....	14
Παράρτημα.....	15
Περίληψη .....	17

## Δομή παραδοτέου

Αφού μιλήσουμε για τον σκοπό της παρούσας εργασίας και δώσουμε κάποιους βασικούς ορισμούς στην εισαγωγή, θα προχωρήσουμε στην παράθεση της νομοθεσίας που ορίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο επισημαίνοντας τα βασικά σημεία. Στη συνέχεια θα αναφερθούν περιπτώσεις υποθέσεων που μπορεί να προκύψουν καθώς και πιθανούς τρόπους αντιμετώπισής τους. Τέλος, στο παράρτημα παρατίθεται ένας χρήσιμος οδηγός με προτάσεις για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών προς τις ηλεκτρονικές αγορές.

## Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγάλη αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Βασικός παράγοντας που έπαιξε ρόλο είναι η κρίση της αγοράς, με αυξημένη την ανάγκη περιορισμού των λειτουργικών εξόδων των επιχειρήσεων. Παράλληλα, η διευρυμένη χρήση της τεχνολογίας από την πλειονότητα του πληθυσμού συντέλεσε στην αύξηση της ζήτησης νέων τρόπων αγοραπωλησίας αγαθών και υπηρεσιών. Η υγειονομική κρίση που προκλήθηκε τον τελευταίο χρόνο από την εξάπλωση της Covid19 και το επακόλουθο κλείσιμο των φυσικών καταστημάτων λιανικού εμπορίου διαμόρφωσε ένα νέο τοπίο στην αγορά, όπου πλέον το να διατηρεί μια επιχείρηση (και) ηλεκτρονικό κατάστημα αναδείχθηκε σε ανάγκη βιωσιμότητας –δεν είναι πλέον απλά μια επιλογή. Είναι αρκετά ασφαλές να συμπεράνουμε πώς το νέο αυτό τοπίο ήρθε για να μείνει, κάτι που μας οδηγεί στην ανάγκη της όσο το δυνατόν μεγαλύτερης εξοικείωσης με τους νόμους και τους κανόνες που διέπουν το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σε αυτό το πλαίσιο η παρούσα εργασία φιλοδοξεί να αποτελέσει έναν οδηγό στα βασικά σημεία της νομοθεσίας που πρέπει να γνωρίζουν τόσο οι επιχειρήσεις που ξεκινούν τη διαδικασία σύστασης ηλεκτρονικού καταστήματος όσο και οι καταναλωτές, προκειμένου αφενός κάθε ηλεκτρονική επιχειρηματική δραστηριότητα να είναι σύννομη και αφετέρου να διαφυλάσσεται η προστασία του καταναλωτή.

Ας παραθέσουμε, για αρχή, κάποιες βασικές έννοιες. Ως **ηλεκτρονικό εμπόριο** (e-commerce) νοείται το εμπόριο που διεξάγεται με ηλεκτρονικά μέσα μέσω δικτύων και βασίζεται στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων. Ως έννοια ταυτίζεται πλέον με την παροχή προϊόντων<sup>1</sup> μέσω του διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διεξάγεται κατά κόρον

---

<sup>1</sup> Όπου προϊόν αναφερόμαστε σε υλικά αγαθά καθώς και σε άυλες υπηρεσίες.

μέσω των ηλεκτρονικών καταστημάτων. **Ηλεκτρονικό κατάστημα** (e-shop) είναι ο όρος που χρησιμοποιείται για να αναφερθεί κανείς σε έναν διαδικτυακό τόπο (website) μέσω του οποίου πραγματοποιούνται πωλήσεις προϊόντων. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα διακρίνονται σε B2B (Business-to-Business) όταν ο πελάτης τους είναι άλλη επιχείρηση και προβαίνουν σε πωλήσεις χονδρικής και σε B2C (Business-to-Consumer) όταν ο πελάτης είναι καταναλωτής.

## **A. Νομικό πλαίσιο**

Τα βασικά σημεία που συνθέτουν το νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων μπορούμε να εντοπίσουμε στην Οδηγία 2000/31 της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στο Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, στην Υπουργική Απόφαση οικ. 31619/15.3.2017 «Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο» και στον Κανονισμό 679/2016/ΕΕ GDPR.

### **A.1 Οδηγία 2000/31 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

Το βασικότερο νομοθέτημα που διέπει τη λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η Οδηγία 2000/31/ΕΕ, γνωστή ως η «Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο», η οποία αφορά τη ρύθμιση ορισμένων νομικών πτυχών των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο κύριος στόχος της Οδηγίας, η εξασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ των κρατών της ΕΕ εδράζεται σε τρεις αρχές:

1. Αρχή της χώρας προέλευσης. Οι δραστηριότητες του ηλεκτρονικού καταστήματος θα διέπονται από το δίκαιο του κράτους που είναι εγκατεστημένο.
2. Αρχή της μη αναγκαίας προηγούμενης άδειας.
3. Υποχρεώσεις πληροφόρησης και διαφάνειας. Για να καταστεί εφικτή η διαφάνεια και η προστασία των καταναλωτών προβλέπεται η παροχή ορισμένων πληροφοριών που ο φορέας οφείλει να παρέχει στους αποδέκτες των υπηρεσιών του, δηλαδή τους καταναλωτές.

### **A.2 Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο**

Η ευρωπαϊκή Οδηγία 2000/31 μεταφέρθηκε σχεδόν αυτολεξεί στην ελληνική νομοθεσία με το ΠΔ 131/2003.

### **A.3 Υπουργική Απόφαση οικ. 31619/15.3.2017: Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο<sup>2</sup>**

Η Υπουργική Απόφαση 31619/15.3.2017 έθεσε σε ισχύ τον Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, το οποίο αποτελεί ένα καινοτόμο εργαλείο κοινωνικής διαβούλευσης και αυτοδέσμευσης, ένα οργανωμένο πλαίσιο προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών αναφορικά με τις συναλλαγές τους στο διαδίκτυο. Ο Κώδικας αποτελείται από 8 άρθρα. Τα δύο πρώτα άρθρα περιέχουν τον σκοπό, το πεδίο εφαρμογής της απόφασης καθώς και τους απαραίτητους ορισμούς.

Κρίνουμε ότι στον πιθανό πελάτη μας –ενδιαφερόμενο για σύσταση ηλεκτρονικού καταστήματος– τα σημεία της απόφασης θα πρέπει να δοθούν αναλυτικά και για τον λόγο αυτό ακολουθεί η παράθεση των βασικών άρθρων της:

#### ***Άρθρο 3. Γενικές αρχές και υποχρεώσεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων***

##### **A. Γενικές αρχές**

Ο Κώδικας διέπεται από τις αρχές της προστασίας του καταναλωτή, της διαφάνειας, της αμεροληψίας, της τεχνολογικής ουδετερότητας, της επαγγελματικής δεοντολογίας, της ηθικής συμπεριφοράς και του σεβασμού στην ιδιωτική ζωή, της προστασίας των προσωπικών δεδομένων και της προστασίας των ευάλωτων ομάδων πληθυσμού όπως ειδικότερα αναφέρονται στα άρθρα 4 και 5 του παρόντος.

##### **B. Ελάχιστα στοιχεία ενημέρωσης του καταναλωτή**

1. Η επιχείρηση εξασφαλίζει την προσυμβατική ενημέρωση του καταναλωτή ώστε να είναι δυνατή η πλήρης, ακριβής και σαφής ενημέρωση του για τα ακόλουθα:

- i. Πλήρη εταιρική επωνυμία, έδρα, ταχυδρομική διεύθυνση, ΑΦΜ, τηλέφωνα επικοινωνίας/ηλεκτρονική διεύθυνση.
- ii. Αριθμό καταχώρησης στο ΓΕΜΗ.
- iii. Κύρια χαρακτηριστικά των προϊόντων που πωλεί και ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (π.χ. η συνολική τιμή συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ ή άλλων φόρων, τα έξοδα αποστολής, ή τα τυχόν έξοδα επιστροφής του προϊόντος τυχόν επιπλέον χρεώσεις, τους όρους και τρόπους πληρωμής, τις εγγυήσεις, μέγεθος-διαστάσεις του προϊόντος), καθώς και για τα μέσα πληρωμής.

---

<sup>2</sup> <https://www.lawspot.gr/nomikes-plirofories/nomothesia/kodikas-katanalotikis-deontologias-gia-ilektroniko-emporio> (τελευταία πρόσβαση: 3/5/2021)

- iv. Διαθεσιμότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων και την προθεσμία, εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παρέχει τις υπηρεσίες.
- v. Χαρακτηριστικά των χρεώσεων, πιθανά εκπτώτικα πακέτα ή ειδικές προσφορές.
- vi. Όρους υπαναχώρησης από την σύμβαση καθώς και την καταγγελία ή ακύρωση της σύμβασης, όπως ειδικότερα αναφέρεται στο άρθρο 6 του παρόντος.
- vii. Τη δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών τους και πληροφορίες για τους αναγνωρισμένους φορείς εναλλακτικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών, τους οποίους οι προμηθευτές δεσμεύονται ή υποχρεούνται να χρησιμοποιήσουν για την επίλυση των διαφορών. Σε περίπτωση απουσίας τέτοιας δέσμευσης ή υποχρέωσής τους, οι προμηθευτές διευκρινίζουν οπωσδήποτε και το εάν θα κάνουν χρήση των σχετικών φορέων.
- viii. Τη δυνατότητα για την ηλεκτρονική εναλλακτική επίλυση διαφορών όπως ειδικότερα αναφέρεται στο άρθρο 8 του παρόντος.
- ix. Τους όρους εξυπηρέτησης μετά την πώληση, τις τυχόν εμπορικές εγγυήσεις (περιεχόμενο, διάρκεια και έκταση εδαφικής ισχύος), και την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων, σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. Α.Κ.
- x. Την ενδεχόμενη ανάγκη συχνής συντήρησης των προϊόντων ή την ύπαρξη ανταλλακτικών ιδιαίτερα μεγάλου κόστους σε σχέση με την τρέχουσα τιμή των προϊόντων αυτών.
- xi. Τον σκοπό της επεξεργασίας, τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων και την ύπαρξη του δικαιώματος πρόσβασης και αντίρρησης, όπως ειδικότερα αναφέρονται στο άρθρο 5B/παρ. 5 του παρόντος.
- xii. Τους κώδικες δεοντολογίας ή τυχόν σήματα αξιοπιστίας που τους δεσμεύουν.
- xiii. Η ανωτέρω πληροφόρηση προς τον καταναλωτή πρέπει να είναι κατανοητή, νόμιμη, αληθής, επικαιροποιημένη, εύκολα προσβάσιμη σε όλους, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία, και επαληθεύσιμη και να γίνεται υποχρεωτικά στην ελληνική γλώσσα και προαιρετικά σε άλλη γλώσσα.
2. Οι όροι της σύμβασης παροχής υπηρεσιών ή και πώλησης προϊόντων πρέπει να είναι αναρτημένοι στον διαδικτυακό τόπο της επιχείρησης σε σημείο στο οποίο εύκολα μπορεί να έχει πρόσβαση ο καταναλωτής.
3. Στις περιπτώσεις υποβολής αιτήματος παραγγελίας από τον καταναλωτή η επιχείρηση υποχρεώνεται να παραδίδει/αποστέλλει άμεσα αποδεικτικό παραλαβής του αιτήματος παραγγελίας το οποίο αναγράφει σαφώς την ημερομηνία παραλαβής και επιβεβαίωση της παραγγελίας.

4. Με ευθύνη της επιχείρησης, καθίσταται σαφής στον καταναλωτή ο χρόνος κατά τον οποίο θεωρείται ότι έχει συναφθεί η σύμβαση, κατά τα οριζόμενα στην κείμενη νομοθεσία. Οι βασικοί συμβατικοί όροι θα πρέπει να είναι εκ των προτέρων διαθέσιμοι στους καταναλωτές και μάλιστα με τέτοιο τρόπο, ώστε η εντολή της παραγγελίας να μην μπορεί να καταχωρισθεί, αν προηγουμένως ο χρήστης δε λάβει γνώση αυτών. Μετά την κατάρτιση της σύμβασης, η επιχείρηση οφείλει να απέχει από κάθε ενέργεια που συνεπάγεται τροποποίηση των όρων της, ιδίως να τροποποιήσει το τίμημα ή να ενημερώσει για μη διαθεσιμότητα του παραγγελθέντος προϊόντος ή παραγγελθείσας υπηρεσίας.

5. Ο καταναλωτής έχει επαρκή ενημέρωση για την πορεία της παραγγελίας του.

6. Η επιχείρηση σε περίπτωση που τυχόν διαπιστώσει ότι ο καταναλωτής δεν είχε σωστή πληροφόρηση ή η σύναψη της σύμβασης δεν έγινε με την ρητή συγκατάθεση του καταβάλλει κάθε προσπάθεια να επιλύσει το ζήτημα σε εύλογο χρόνο.

7. Το προσωπικό των επιχειρήσεων του κλάδου του ηλεκτρονικού εμπορίου το οποίο έρχεται σε επικοινωνία με τους καταναλωτές για παροχή υπηρεσιών ή και πώληση προϊόντων πρέπει να είναι πλήρως ενημερωμένο για τα ανωτέρω αναφερθέντα και να απαντά στις εύλογες ερωτήσεις των καταναλωτών με σαφήνεια και ακρίβεια.

#### Γ. Διαφήμιση – Προώθηση

1. Η διαφήμιση και η προώθηση πρέπει να είναι σε συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία.

2. Σε κάθε περίπτωση ενδείκνυται να ισχύουν τα ακόλουθα:

i. Τα διαφημιστικά μηνύματα και όλες οι πληροφορίες που παρέχονται από τις επιχειρήσεις πρέπει να χαρακτηρίζονται (κατά περίπτωση και στο μέτρο του δυνατού δυνάμει του μέσου που χρησιμοποιείται) από σαφήνεια ως προς την ταυτότητα της επιχείρησης, τις ιδιότητες και την τελική τιμή του διαφημιζόμενου προϊόντος, ή εφόσον αυτό δεν είναι δυνατόν, τον τρόπο υπολογισμού αυτής, σε γλώσσα απλή και κατανοητή για τον καταναλωτή, ώστε ο τελευταίος να είναι σε θέση να αξιολογεί τις παρεχόμενες πληροφορίες και να προβαίνει με ασφάλεια στην ορθή κατά την κρίση του απόφαση ως προς την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών.

ii. Οι διαφημίσεις ή άλλες προσφορές να απέχουν από παραπλανητικές ή επιθετικές πρακτικές πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία, και η οποία άμεσα ή επαγωγικά είναι πιθανό να παραπλανήσει τον καταναλωτή για το προϊόν ή την υπηρεσία που προβάλλεται.

iii. Το προσωπικό της επιχείρησης που έρχεται σε άμεση επικοινωνία με τον καταναλωτή δεν

παραπλανά ούτε επιδιώκει να παραπλανήσει με κανέναν τρόπο με πράξεις ή παραλείψεις τους καταναλωτές δίνοντας λανθασμένες εντυπώσεις για την παρεχόμενη υπηρεσία ή και προϊόν.

iv. Η επιχείρηση δεν παρέχει ελλιπή ή ανακριβή πληροφορία σχετικά με την δυνατότητα παροχής της υπηρεσίας ή πώλησης του προϊόντος στον καταναλωτή.

v.. Κάθε διαφήμιση και προωθητική ενέργεια που απευθύνονται ειδικά σε κοινό ανήλικων δεν επιτρέπεται να τους υποκινεί, άμεσα ή έμμεσα, σε πράξεις βίας, σε χρήση οιοπονευματοδών ποτών, προϊόντων καπνού, τοξικών ουσιών ή σε οποιασδήποτε μορφής επικίνδυνη για την ασφάλεια και την υγεία τους συμπεριφορά.

vi. Οι επιχειρήσεις τηρούν τους ηλικιακούς περιορισμούς που θέτει η κείμενη νομοθεσία σε ό,τι αφορά την προώθηση και την πώληση συγκεκριμένων κατηγοριών προϊόντων.

vii. Κάθε διαφήμιση και προωθητική ενέργεια που απευθύνονται σε άτομα με αναπηρία θα πρέπει να διασφαλίζει την προσβασιμότητα της σε αυτά.

#### ***Άρθρο 4. Προστασία ανηλίκων και άλλων ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού***

1. Το προσωπικό της επιχείρησης δεν εκμεταλλεύεται την αδυναμία καταναλωτών που ανήκουν σε ευάλωτες ομάδες, όπως ηλικιωμένων, ανήλικων ατόμων, ατόμων που δεν καταλαβαίνουν καλά την ελληνική γλώσσα, είτε ατόμων με αναπηρία. Οι επιχειρήσεις προβαίνουν σε προσεκτικές, ακριβείς και αντικειμενικές περιγραφές των προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται ειδικά σε τέτοια άτομα κατά τρόπο εύληπτο, κατανοητό και πλήρως προσβάσιμο σε αυτά, ώστε να μην τα παραπλανούν όσον αφορά το πραγματικό μέγεθος, την αξία, τη φύση, τον σκοπό, την ανθεκτικότητα, την απόδοση και την τιμή του εκάστοτε διαφημιζόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας.

2. Ειδικά για τους ανήλικους καταναλωτές οι επιχειρήσεις μεριμνούν – κατά το μέτρο του δυνατού- για την διαμόρφωση των κατάλληλων όρων πρόσβασης στους διαδικτυακούς τους τόπους κατά τα προβλεπόμενα ανά περίπτωση στους ισχύοντες νόμους

#### ***Άρθρο 5. Ασφάλεια συναλλαγών και προστασία προσωπικών δεδομένων***

##### **A. Ασφάλεια συναλλαγών**

1. Οι επιχειρήσεις λαμβάνουν μέριμνα για την ασφάλεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται με τη χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ).



2. Οι επιχειρήσεις, στο πλαίσιο αυτό και σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην κείμενη νομοθεσία, καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια, να χρησιμοποιούν οι ίδιες ή οι συνεργάτες τους κατάλληλα εργαλεία και μέτρα αναλόγως με την κατηγορία και το είδος της επιχειρηματικής τους δραστηριότητα και το είδος των δεδομένων που συλλέγουν και επεξεργάζονται (προσωπικά ή μη) και εφαρμόζουν κάθε κατάλληλο μέτρο, ώστε να παρέχουν την νομίμως προβλεπόμενη ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών (ανάλογη προς τα διάφορα στάδια ολοκλήρωσης αυτών) και δεδομένων (προσωπικών ή μη) που συλλέγουν και επεξεργάζονται, καθώς και να ενημερώνουν τους συναλλασσόμενους για τις βασικές παραμέτρους της χρησιμοποιούμενης ασφάλειας και τήρησης απορρήτου με ειδική μνεία στους όρους χρήσης της ιστοσελίδας.

3. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα για τη διασφάλιση του απορρήτου των δεδομένων που συλλέγουν και επεξεργάζονται στο μέτρο του νομίμως προβλεπόμενου και αναλόγως με την φύση των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχουν.

#### B. Προστασία προσωπικών δεδομένων

1. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διαθέτουν και να εφαρμόζουν κατανοητή, αληθή, νόμιμη, εύκολα προσβάσιμη και επικαιροποιημένη Πολιτική Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων και να ενημερώνουν τους καταναλωτές όπως απαιτείται από τη σχετική νομοθεσία και τις οδηγίες της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα σχετικά με την εν λόγω Πολιτική Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων.

2. Δεν επιτρέπεται συλλογή, αποθήκευση ή επεξεργασία των δεδομένων που ο νόμος χαρακτηρίζει ως ευαίσθητα, δηλαδή τα δεδομένα που αφορούν τη φυλετική ή εθνική προέλευση, τα πολιτικά φρονήματα, τις θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις, τη συμμετοχή σε ένωση, σωματείο και συνδικαλιστική οργάνωση, την υγεία, την κοινωνική πρόνοια καθώς και τα σχετικά με ποινικές διώξεις ή καταδίκες εκτός αν πληρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις που ο νόμος και η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα ορίζουν.

3. Η συλλογή, επεξεργασία, τήρηση και χρήση των λοιπών προσωπικών δεδομένων γίνεται μόνον όταν αυτό επιτρέπεται από το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο και πάντα σύμφωνα με τους προβλεπόμενους από αυτό όρους.

4. Ειδικότερα αναφορικά με την χρήση «πάσης φύσεως cookies», η εγκατάσταση τους θα πρέπει να πραγματοποιείται μετά από κατάλληλη ενημέρωση του καταναλωτή και επί τη βάσει της συγκατάθεσης του, σύμφωνα με τον νόμο και τις σχετικές οδηγίες της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.
5. Σε περίπτωση μη συγκατάθεσης/αποδοχής “cookies”, οι επιχειρήσεις επιτρέπουν, εφόσον είναι τεχνολογικά εφικτό, τη συνέχιση της χρήσης της ιστοσελίδας από τον καταναλωτή, χωρίς την αποστολή των cookies.
6. Οι επιχειρήσεις εξασφαλίζουν ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται δεν γνωστοποιούνται ούτε διαβιβάζονται σε τρίτους, χωρίς την προηγούμενη ενημέρωση ή συγκατάθεση του προσώπου που αφορούν, ή/και στις περιπτώσεις που ο νόμος προβλέπει, σύμφωνα πάντοτε με τις ρυθμίσεις της νομοθεσίας περί προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
7. Οι επιχειρήσεις σέβονται την επιθυμία των καταναλωτών να μην περιλαμβάνονται σε αρχεία που έχουν ως σκοπό την πραγματοποίηση μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών με ανθρώπινη παρέμβαση (κλήση) για προώθηση και προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών, εφόσον το έχουν δηλώσει προς τον φορέα παροχής διαθέσιμης στο κοινό.
8. Οι επιχειρήσεις παρέχουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να επιλέγουν εάν επιθυμούν την αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων και κάθε είδους ενημερωτικών δελτίων και σε περίπτωση αποδοχής να έχουν την δυνατότητα ελεύθερης ανάκλησης της συναίνεσης τους και οι επιχειρήσεις να έχουν την υποχρέωση της μη επαναπροώθησης νέων διαφημιστικών μηνυμάτων και κάθε είδους ενημερωτικών δελτίων εφεξής (εκτός αν υπάρξει εκ νέου συγκατάθεση ή πληρούνται εκ νέου οι εκ του νόμου προβλέψεις).
9. Ο καταναλωτής δικαιούται να έχει άμεση πρόσβαση στην πληροφόρηση για τα θέματα των προσωπικών του δεδομένων, να αντιτίθεται στην χρήση αυτών σε μελλοντικές προωθητικές ενέργειες, να ζητά και να επιβεβαιώνει την μερική ή ολική διαγραφή τους από τα αρχεία της επιχείρησης, να ζητά την διόρθωση ή συμπλήρωση τους, να πληροφορείται τον χρόνο και τον τρόπο της αρχικής απόκτησης των προσωπικών του δεδομένων από την επιχείρηση καθώς και να ενημερώνεται για τις εφαρμοζόμενες μεθόδους προστασίας των προσωπικών δεδομένων.

#### ***Άρθρο 6. Δικαίωμα υπαναχώρησης για τους καταναλωτές***

1. Ο καταναλωτής έχει αναφαίρετο δικαίωμα αναιτιολόγητης και αζήμιας υπαναχώρησης σύμφωνα με τις διατάξεις της εκάστοτε κείμενης νομοθεσίας.
2. Πριν ο καταναλωτής δεσμευθεί συμβατικώς, ο προμηθευτής πρέπει να τον ενημερώσει, με σαφή, ευκρινή και κατανοητό τρόπο, στη γλώσσα του, για το δικαίωμά του για άσκηση αναιτιολόγητης και αζήμιας υπαναχώρησης εντός της νομίμως προβλεπόμενης προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερών, που αρχίζει από το χρονικό σημείο που καθορίζει κάθε φορά ο νόμος, καθώς και για τους όρους, τις προϋποθέσεις, τις εξαιρέσεις και τη διαδικασία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλά και για τις συνέπειες από την άσκηση, λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητα κάθε προϊόντος/υπηρεσίας και παρέχοντας του και υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης.

### ***Άρθρο 7. Εξυπηρέτηση καταναλωτών***

1. Η επιχείρηση εξασφαλίζει ότι διαθέτει κατάλληλους μηχανισμούς (μέσω τηλεφώνου ή/και e-mail) και επαρκές προσωπικό το οποίο ασχολείται με την εξυπηρέτηση των καταναλωτών, καταβάλλοντας εύλογες προσπάθειες για την ενημέρωσή τους σχετικά με τα αιτήματά τους εντός των νομίμων χρονικών ορίων ανά περίπτωση.
2. Όταν η επικοινωνία γίνεται μέσω τηλεφωνικού κέντρου, η επιχείρηση εξασφαλίζει ότι ο καταναλωτής δεν μένει σε υπερβολική αναμονή και σε κάθε περίπτωση η χρέωση της κλήσης δεν υπερβαίνει τις χρεώσεις που ισχύουν για αστικές κλήσεις.  
Όταν η επικοινωνία γίνεται μέσω διαδικτυακής φόρμας επικοινωνίας ή διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της επιχείρησης, λαμβάνεται μέριμνα για την αποστολή απάντησης σε εύλογο χρονικό διάστημα από τη λήψη του σχετικού αιτήματος του πελάτη.

### ***Άρθρο 8. Ηλεκτρονική Εναλλακτική Επίλυση των καταναλωτικών διαφορών***

1. Οι επιχειρήσεις ενημερώνουν τους καταναλωτές για τη δυνατότητα εναλλακτικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών που έχουν προκύψει από συμβάσεις ηλεκτρονικής πώλησης προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών κάνοντας χρήση των καταχωρημένων φορέων ΕΕΔ στο Μητρώο σύμφωνα με την κοινή υπουργική απόφαση 70330/2015.
2. Οι επιχειρήσεις, είτε δεσμεύονται να χρησιμοποιήσουν την ΕΕΔ είτε όχι, παρέχουν με τρόπο ευπρόσιτο, μέσα από τους δικτυακούς τόπους τους, ηλεκτρονικό σύνδεσμο στην πανενωσιακή πλατφόρμα ηλεκτρονικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών (πλατφόρμα ΗΕΔ), σε εφαρμογή διατάξεων του Κανονισμού (ΕΕ) 524/2013) μέσω της οποίας οι

καταναλωτές υποβάλλουν την καταγγελία τους, προωθώντας αυτή στην συνέχεια στον σχετικό φορέα ΕΕΔ.»

#### **A.4 GDPR**

Πέρα από τις διατάξεις που σχετίζονται άμεσα με το ηλεκτρονικό εμπόριο, εφαρμογή στα ηλεκτρονικά καταστήματα βρίσκουν και διατάξεις όπως ο Κανονισμός 679/2016/ΕΕ για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών. Το ηλεκτρονικό κατάστημα οφείλει να προβαίνει σε σύννομη και θεμιτή επεξεργασία με διαφανή τρόπο των δεδομένων των επισκεπτών ή πελατών του. Πιο συγκεκριμένα, η έκταση της επεξεργασίας των προσωπικών δεδομένων περιορίζεται σε εκείνη που είναι αναγκαία σε κάθε σκοπό, τα δεδομένα δεν αποθηκεύονται περισσότερο από ό,τι απαιτείται και η πρόσβαση περιορίζεται στην απαραίτητη.

Βασικά σημεία του Κανονισμού 679/2016/ΕΕ συμπεριλαμβάνονται και στον Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο που παρατίθεται παραπάνω.

## **B. Περιπτώσιολογία Υποθέσεων και τρόποι αντιμετώπισης**

### **B.1**

Διαρροή προσωπικών δεδομένων: Η επιχείρηση αναλαμβάνει να ενημερώσει την Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα σχετικά με την διαρροή που επήλθε από το σύστημα - website του ηλεκτρονικού καταστήματος. Έπειτα ενημερώνει και τα εμπλεκόμενα μέλη που τα στοιχεία τους σχετίζονται με την διαρροή (πχ. πελάτες). Στη συνέχεια μπορεί ο πελάτης του οποίου διέρρευσαν τα προσωπικά δεδομένα να προσφύγει στα Ελληνικά δικαστήρια. Τα Ελληνικά δικαστήρια λαμβάνοντας υπόψη τα προσωπικά δεδομένα και αν είναι ευαίσθητα δύναται να επιδικάσουν χρηματική αποζημίωση. (ΣτΕ 339/ Συμβούλιο της επικρατείας επικυρώνει πρόστιμο 150.000€ στην ΓΓΠΣ για παραβίαση προσωπικών δεδομένων φορολογούμενων κρίνοντας ότι παραβίασε την υποχρέωσή της για λήψη κατάλληλων μέτρων ασφαλείας).

### **B.2**

Παράλειψη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης: Εάν ο έμπορος δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης όπως

απαιτείται από την Οδηγία 2011/83/ΕΕ, άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η), η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά το τέλος της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης, όπως αυτή προσδιορίζεται βάσει του άρθρου 9 παράγραφος. Εάν ο έμπορος έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες που προβλέπονται στην παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου εντός 12 μηνών από την ημέρα που ορίζεται στο άρθρο 9 παράγραφος 2, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημέρες από την ημέρα που ο καταναλωτής λαμβάνει τις εν λόγω πληροφορίες.

### B.3

Για οποιοδήποτε πρόβλημα σχετικά με ελαττωματικό προϊόν, κοιτάμε την Οδηγία 85/374/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 25ης Ιουλίου 1985 για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σε θέματα ευθύνης λόγω ελαττωματικών προϊόντων

### B.4

Αν ένα προϊόν: α) δεν αντιστοιχεί στην περιγραφή του προϊόντος β) έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά από το μοντέλο της διαφήμισης ή από αυτό που είδε ο πελάτης γ) είναι ακατάλληλο για τον επιδιωκόμενο σκοπό- είτε για τον οποίο χρησιμοποιούνται γενικά τα προϊόντα αυτού του τύπου, είτε για τον οποίο ο πελάτης το παρήγγειλε και το κατάστημα δέχθηκε δ) δεν έχει την ποιότητα και τις επιδόσεις που έχουν κανονικά τα προϊόντα αυτού του τύπου. Τότε ο πελάτης έχει το δικαίωμα να ζητήσει ένα από τα ακόλουθα χωρίς καμία επιβάρυνση (έξοδα αποστολής, εργατικά, υλικά κ.λπ.): α) επιδιόρθωση του προϊόντος β) αντικατάσταση του προϊόντος γ) μείωση της τιμής δ) ακύρωση της σύμβασης και πλήρη επιστροφή του ποσού που κατέβαλε.

### B.5

Πώληση φαρμακευτικών προϊόντων μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος. Η διακίνηση και πώληση φαρμάκων μέσω διαδικτύου, απαγορεύεται ρητά από την ισχύουσα νομοθεσία της χώρας μας, συνεπώς κάθε διαδικτυακή πηγή αγοράς φαρμάκων είναι παράνομη και μη εγκεκριμένη από τους αρμόδιους φορείς.

### B.6

Μη έγκαιρη παραλαβή προϊόντος. Αν δεν παραληφθεί αμέσως τα εμπορεύματα που αγοράστηκαν, ή έχει ζητηθεί από τον πελάτη κατ οίκον παράδοση, ο έμπορος πρέπει να παραδώσει το προϊόν εντός 30 ημερών - εκτός αν έχει συμφωνηθεί διαφορετική ημερομηνία παράδοσης.

Εάν δεν παραληφθούν τα προϊόντα εντός 30 ημερών, ή εντός της συμφωνηθείσας προθεσμίας, θα πρέπει ο πελάτης να απευθυνθεί στον έμπορο και να του δώσει εύλογη

επιπλέον προθεσμία για να τα παραδώσει. Αν τελικά ο έμπορος δεν παραδώσει το εμπόρευμα ούτε εντός της νέας προθεσμίας, ο πελάτης έχει το δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης και επιστροφής των χρημάτων του το συντομότερο δυνατό. Δεν χρειάζεται να δώσει στον έμπορο επιπλέον προθεσμία, εάν αρνείται να παραδώσει τα προϊόντα ή εάν ο χρόνος παράδοσης είναι καθοριστικός, για παράδειγμα, αν χρειάζεται ο πελάτης τα προϊόντα για ένα συγκεκριμένο γεγονός.

## **Επίλογος**

Θέμα της ανά χείρας εργασίας αποτέλεσε η σχετική με τη λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων νομοθεσία. Αναφέρθηκαν οι βασικές διατάξεις που ακολουθούνται σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, των οποίων η εφαρμογή διασφαλίζει την ασφάλεια των αγοραπωλησιών.

Ως κατακλείδα στο παρόν πόνημα, αναφέρουμε ότι οι αρχές που διέπουν στενά τη λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων θα πρέπει να εφαρμόζονται σε κάθε πτυχή της ηλεκτρονικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων, όπως πχ το ψηφιακό μάρκετινγκ, κάτι που θα μπορούσε να αποτελέσει το αντικείμενο μιας άλλης εργασίας.

## Παράρτημα

Στο παρόν παράρτημα παρατίθεται ένας οδηγός<sup>3</sup> με τα 10 κομβικά σημεία για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές αγορές

**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

---

<sup>3</sup> <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/ilektroniko-emporio-praktikos-odigos-gia-sosti-epikoinonia-me-ton-katanaloti-apo-ton-sev> (τελευταία πρόσβαση: 3/5/2021)

όρους και για τις συνέπειες σε περίπτωση απόρριψης των προτεινόμενων αλλαγών από την πλευρά του.

**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.



## Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια η λειτουργία των ηλεκτρονικών καταστημάτων έχει αυξηθεί ραγδαία, ενώ η πρόσφατη υγειονομική κρίση τα ανέδειξε στον βασικό τρόπο απόκτησης προϊόντων από τους καταναλωτές. Η λειτουργία τους οφείλει να διέπεται από ένα πλαίσιο νομικών διατάξεων με κύριο σκοπό την προστασία του καταναλωτή, αλλά και των επιχειρήσεων. Τα βασικά νομοθετήματα που περιγράφονται και ρυθμίζουν την σύννομη δραστηριοποίηση των ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η Οδηγία 2000/31 της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, η Υπουργική Απόφαση οικ. 31619/15.3.2017 «Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο» και ο Κανονισμός 679/2016/ΕΕ GDPR. Κάθε πτυχή της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας οφείλει να ακολουθεί τις διατάξεις των προαναφερθέντων προκειμένου να επιτυγχάνεται η ομαλή διακίνηση των καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών.