

ΕΙΣΗΓΗΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

στην πρόταση νόμου «Προστασία του καταναλωτή»

Προς τη Βουλή των Ελλήνων

1. Η ανάγκη ενός νοθέτηματος που να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες απαιτήσεις προστασίας του καταναλωτή έχει ωριμάσει στη χώρα μας. Επίκεντρο της σημερινής οικονομικής πραγματικότητας είναι οι εξελίξεις στο χώρο της αγοράς και η σχέση τους με τον τελικό αποδέκτη, που είναι ο καταναλωτής.

Η πρόταση νόμου επιδιώκει να αποκαταστήσει το ρόλο του καταναλωτή ως βασικού παράγοντα στις εξελίξεις αυτές και να ενισχύσει τη συμβολή του στην ανάδειξη των υγιών δυνάμεων της αγοράς.

1.1. Η ανάγκη νομοθετικής παρέμβασης για την προστασία του καταναλωτή είναι σήμερα ιδιαίτερα επιτακτική λόγω των αλλαγών που έχουν σημειωθεί, τους τελευταίους μήνες, στην κατεύθυνση και την άσκηση της οικονομικής πολιτικής. Η εφαρμογή του οικονομικού προγράμματος της Νέας Δημοκρατίας περιλαμβάνει την κατάργηση των ελέγχων και παρεμβάσεων της πολιτείας στη λειτουργία των αγορών, κατά τρόπο δογματικό και χωρίς να εξασφαλίζονται συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού, καθώς και την παράδοση σε ιδιωτικά συμφέροντα σημαντικών τομέων κρατικής δραστηριότητας που περιλαμβάνουν και την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών, όπως η πανεπιστημιακή εκπαίδευση, η νοσοκομειακή περίθαλψη και οι συντάξεις.

Η υιοθέτηση του νεοφιλελεύθερου δόγματος από την Κυβέρνηση της Ν.Δ. έχει συμβάλει στη δραματική επιτάχυνση του πληθωρισμού καθώς και στη δημιουργία κλίματος ασυδοσίας στην αγορά, που ενισχύεται και από δηλώσεις μελών της Κυβέρνησης για επικείμενες νέες απελευθερώσεις και ιδιωτικοποιήσεις τομέων της οικονομίας, χωρίς να διαφαίνεται ότι υπάρχει φραγμός, ή έστω πρόνοια, στην προώθηση αυτής της πολιτικής. Το τελικό αποτέλεσμα των ενεργειών και των δηλώσεων αυτών, όπως το υφίσταται ο καταναλωτής, είναι ο πολλαπλασιασμός των κρουσμάτων κερδοσκοπίας, αισχροκέρδειας και καταχρηστικής συμπεριφοράς, όπως η παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση.

1.2. Με την πρόταση νόμου πέρα από το ότι θεσμοθετείται για πρώτη φορά ένα συγκεκριμένο πλαίσιο προστασίας του καταναλωτή, επιχειρείται για πρώτη, επίσης, φορά η θέσπιση της ενεργητικής προστασίας του, με τη δυνατότητα που παρέχεται στο μαζικό καταναλωτικό κίνημα να παρεμβαίνει για τη διεκδίκηση των ατομικών και συλλογικών δικαιωμάτων του πολίτη-καταναλωτή. Η ενεργητική προστασία καθιστά το καταναλωτικό κίνημα σημαντικό πόλο εξισορρόπησης των διεργασιών της αγοράς και, κυρίως, εκείνων που έχουν σχέση με την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών, τη βελτίωση των οποίων θα επηρεάσει σε κάθε περίπτωση η παρουσία του οργανωμένου καταναλωτή.

Από την άποψη αυτήν, οι ρυθμίσεις της πρότασης νόμου εντάσσονται στην ίδια την υπόθεση της διευρύνσης των συνθηκών ανταγωνισμού και της ευγύιασης της αγοράς, που από καιρό επιζητούμε όλοι: πολιτεία, παραγωγικές τάξεις και καταναλωτές.

Πρόκειται, λοιπόν, για νομοθέτημα που ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις που δημιουργούν η σύγχρονη οργανωση της παραγωγής, η σύνθεση της κατανάλωσης και το πλέγμα των σχέσεων που τις συνδέουν, δηλαδή το ίδιο το επίπεδο ανάπτυξης της αγοράς.

1.3. Θα πρέπει να διευκρινιστεί ιδιαίτερα ότι με την πρόταση νόμου δεν επιδιώκεται η δημιουργία «μετώπων πίεσης», αλλά η διαμόρφωση προϋποθέσεων τέτοιων, που ισχύουν άλλωστε στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες και ανταποκρίνονται στο κοινοτικό δίκαιο, ώστε οι εξελίξεις στην αγορά, απαλλαγμένες από διοικητικές παρεμβάσεις και γραφειοκρατικούς ελέγχους, να τείνουν να εναρμονίζονται με το κοινό αίσθημα που αποτελεί, με τον τρόπο του, την ασφαλιστική δικλείδα απέναντι στις «αναρχικές» τάσεις ανάπτυξης της αγοράς.

Το καταναλωτικό κίνημα αναγνωρίζεται, έτσι, ως δυναμικό τμήμα των σχέσεων στην αγορά. Δεν ασκεί πολιτική εξουσία, αλλά

διαμορφώνει συνειδήσεις και προβάλλει μια έμμεση μορφή κοινωνικού ελέγχου χωρίς προκαταλήψεις ή εξαρτήσεις σκοπιμοτήτων. Δεν νομιμοποιείται παρό εκεί όπου η αδυναμία του μεμονωμένου πολίτη-καταναλωτή στη διεκδίκηση των δικαίων του το επιβάλλει.

Σε κάθε, δηλαδή, περίπτωση έχει αποκλεισθεί η δυνατότητα άσκησης καταχρηστικής εξουσίας από μέρους των ενώσεων καταναλωτών και έχει κατοχυρωθεί η αυτονομία του καταναλωτικού κινήματος απέναντι στη δημόσια διοίκηση και στα όποια ιδιωτικά συμφέροντα.

2. Η πρόταση νόμου διαρθρώνεται σε οκτώ κεφάλαια. Το πρώτο περιλαμβάνει γενικές διατάξεις. Τα κεφάλαια δεύτερο έως πέμπτο έχουν χαρακτήρα ρυθμιστικό: η ύλη τους αντιστοιχεί σε κρίσιμες, για τον καταναλωτή, πτυχές της σύγχρονης ζωής. Τα δύο επόμενα κεφάλαια, που ίσως είναι τα κρισιμότερα αλλά και τα πιο πρωτότυπα του νομοσχεδίου, έχουν χαρακτήρα οργανωτικό και διαδικαστικό. Το όγδοο, τέλος, κεφάλαιο περιλαμβάνει τελικές και μεταβατικές διατάξεις.

Κεφάλαιο πρώτο. Γενικές διατάξεις

3.1. Το άρθρο 1 ορίζει ότι στα καθήκοντα της Πολιτείας περιλαμβάνεται και η προστασία των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Η διάταξη έχει συνταγματικό χαρακτήρα, καθώς ανάγεται στα κοινωνικά δικαιώματα. Το ισχύον Σύνταγμα δεν προβλέπει ειδικά την προστασία του καταναλωτή, μολονότι το σχετικό αίτημα βρίσκει, έμμεσα, θεμέλιο στις διατάξεις των άρθρων 4 και 5 του Συντάγματος και ειδικότερα στο συνδυασμό των αρχών της συνταγματικής ισότητας και της οικονομικής ελευθερίας. Μολονότι, λοιπόν, η διάταξη του άρθρου 1 αποτελεί τυπικό νόμο χωρίς αυξημένη τυπική ισχύ, δεν παύει να εξειδικεύει αρχές συνταγματικές και να δεσμεύει τόσο τη εκτελεστική όσο και τη δικαστική εξουσία.

3.2. Το άρθρο 2 εξομοιώνει, σε κάθε περίπτωση, τον ιδιωτικό τομέα με τις επιχειρήσεις του δημόσιου τομέα και τον ΟΤΑ σε ό,τι αφορά την προστασία του καταναλωτή. Πρόκειται για μια γενναία τοποθέτηση του νομοθέτη, καθώς αποτελεί πραγματική διαπίστωση ότι μόνος ο έλεγχος μιας επιχείρησης από το κράτος ή άλλο Ν.Π.Δ.Δ. δεν αρκεί για να καταστήσει τον καταναλωτή άρωτο. Αντίθετα, η προστασία του καταναλωτή είναι αναγκαίο αντίβαρο στη νοοτροπία δημόσιας εξουσίας που υπέρχει ακόμα και στις δημόσιες εκείνες επιχειρήσεις που λειτουργούν σύμφωνα με τους κανόνες της αγοράς. Η σημαντική συμβολή του δημόσιου τομέα στο Α.Ε.Π. καθώς και η ανάγκη εξασφάλισης ίσων όρων ανταγωνισμού ανάμεσα στις ιδιωτικές και στις δημόσιες επιχειρήσεις που λειτουργούν ανταγωνιστικά σε κοινούς τομείς της παραγωγής είναι πρόσθετοι λόγοι που δικαιολογούν τη ρύθμιση του άρθρου 2.

4.1. Δεν κρίθηκε σκόπιμο στις γενικές διατάξεις να περιληφθεί νομοθετικός ορισμός του καταναλωτή. Μολονότι το κοινωνικό αίτημα προστασίας του καταναλωτή είναι ανεμφισβήτητο ώριμο για νομοθετική κατοχύρωση, δεν υπάρχει ομοφωνία ως προς την έννοια του καταναλωτή, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τη συμπερίληψη ή μη των εμπόρων και επαγγελματιών ως προς τις επαγγελματικές τους σχέσεις. Ακόμη, είναι ενδεχόμενο ο βαθμός της ανάγκης προστασίας του καταναλωτή να επηρεάζει το εύρος του κύκλου προώπων που καλύπτει, ανάλογα με το ειδικότερο αντικείμενο προστασίας: κατά συνέπεια, είναι ενδεχόμενο σε άλλες περιπτώσεις η έννοια του καταναλωτή να πρέπει να εκληφθεί ευρύτερα και σε άλλες στενότερα. Για τους λόγους αυτούς, κρίθηκε προτιμότερο ο ορισμός του καταναλωτή να αφηθεί στη νομολογία, τη θεωρία και τη διοικητική πρακτική.

4.2. Τέλος, δεν κρίθηκε σκόπιμο στις γενικές διατάξεις να περιληφθούν οι λεγόμενες αρχές προστασίας του καταναλωτή. Αυτές διαπνέουν το όλο σχέδιο και συνάγονται από τις επιμέρους διατάξεις του. Η πανηγυρική τους όμως εξαγγελία στην αρχή του σχεδίου θα μπορούσε να οδηγήσει σε υπερβολική δέσμευση των αρμόδιων δικαιοδοτικών και διοικητικών οργάνων, με απρόβλεπτα αποτελέσματα στα στάδια της εφαρμογής.

Κεφάλαιο δεύτερο Γενικοί όροι των συναλλαγών

5.1. Ένα από τα κυρίαρχα φαινόμενα της νεότερης συναλλακτικής ζωής είναι οι γενικοί όροι των συναλλαγών που καταρτίζονται εκ των προτέρων και, συνήθως, μονομερώς για να εννοματωθούν σε απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων. Οι όροι αυτοί συχνά δεν είναι διαπραγματευσιμοι: ο αντισυμβαλλόμενος-καταναλωτής βρίσκεται στο δίλημμα είτε να τους αποδεχθεί συναπτοντας τη σύμβαση (σύμβαση προσχωρήσεως) είτε να μη συμβληθεί ολωσδιόλου. Ακόμη όμως και η ευχέρεια αυτή είναι κάποτε καθαρά θεωρητική: στην ουσία λείπει τελείως όταν αυτός που θέτει τους όρους ασκεί μονοπώλιο. Δεν είναι μάλιστα σπάνια η περίπτωση ο αντισυμβαλλόμενος-καταναλωτής να μην έχει καν πραγματική γνώση του περιεχομένου των όρων. Το φαινόμενο αποτελεί τυπικό παράδειγμα συναλλαγής όπου η ισότητα στη νομική μεταχείριση δεν θα έκανε άλλο παρα να επιβεβαιώνει και να επιτείνει την, καταρχήν, ανισότητα στην πραγματική διαπραγματευτική δύναμη των αντισυμβαλλομένων. Στις περιπτώσεις αυτές, ο ρόλος του νομοθέτη έγκειται στην προστασία του καταναλωτή, με στόχο την άμβλυνση της πραγματικής ανισότητας των μερών.

5.2. Στις πέντε τελευταίες δεκαετίες, οι περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες θεσπίσαν νομοθετικές ρυθμίσεις των γενικών όρων των συναλλαγών, με έμφαση στον περιορισμό των καταχρηστικών ρητρών στις συμβάσεις. Μολονότι η ελληνική νομική επιστήμη έδωσε μία κλασική μονογραφία για το ζήτημα αυτό ήδη πριν τριάντα πέντε χρόνια και η νομολογία το αντιμετώπισε με οξέυνια και ευαισθησία, η συνολική νομοθετική του ρύθμιση επιχειρείται για πρώτη φορά με αυτό το σχέδιο νόμου.

6.1. Το άρθρο 3 περιλαμβάνει, σε έξι παραγράφους, μία σειρά βασικών κανόνων που αποτελούν από καιρό κεκτημένο της επιστήμης, δεν είχαν όμως μέχρι σήμερα διατυπωθεί ρητά σε νομοθετικό κείμενο. Ειδικά ο κανόνας της παραγράφου 5 επαναλαμβάνει τη διάταξη του άρθρου 2 του σχεδίου του νέου Εμπορικού Κώδικα, η διατύπωση της οποίας υπήρξε προϊόν ευρύτερης κοινωνικής συναίνεσης.

6.2. Το άρθρο 4 απαγορεύει και κηρύσσει απόλυτα άκυρους τους καταχρηστικούς γενικούς όρους. Η παράγραφος 2 του άρθρου αυτού περιλαμβάνει ενδεικτική απαρίθμηση εικοσιεννέα κατηγοριών καταχρηστικών όρων. Από αυτούς οι εικοσιοκτώ πρώτοι αποδίδουν, προσαρμοσμένη στις νομικές κατηγορίες του ελληνικού δικαίου, την ενδεικτική απαρίθμηση που περιέχεται στο παράρτημα της σύστασης (76) 47 της Επιτροπής Υπουργών του Συμβουλίου της Ευρώπης της 16ης Νοεμβρίου 1976 για τις καταχρηστικές ρητρες στις συμβάσεις που καταρτίζονται από τους καταναλωτές. Η σύσταση αυτή αποτελεί το πληρέστερο, έως σήμερα, νομοθετικό υπόδειγμα και τη βάση του αντίστοιχου υπό διαπραγμάτευση σχεδίου οδηγίας της ΕΟΚ.

Εξυπακούεται ότι η απόλυτη ακρότητα πλήττει τις ρητρες αυτές στο μέτρο που εμφανίζονται ως καταχρηστικές. Στο δικαστή αποκειται, όταν συντρέχει περίπτωση, η αναγωγή των άκυρων ρητρών στο προσήκον μέτρο.

6.3. Το άρθρο 5 ορίζει ότι οι κανόνες αυτού του κεφαλαίου εφαρμόζονται πάντοτε, ως κανόνες άμεσης εφαρμογής, όταν τόπος καταρτίσεως ή εκτέλεσης της σύμβασης είναι η Ελλάδα, οποιο και αν είναι το δίκαιο που διέπει τη σύμβαση σύμφωνα με το άρθρο 25 του Αστικού Κώδικα.

Κεφάλαιο τρίτο. Παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση

7.1. Το τρίτο κεφάλαιο ρυθμίζει την παραπλανητική και την αθέμιτη διαφήμιση.

7.2. Το άρθρο 6 αποδίδει, σε ελληνική νομική γλώσσα, τον ορισμό της διαφήμισης που περιέχεται στο άρθρο 2 παρ. 1 της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ.

7.3. Το άρθρο 7 αποδίδει την ουσιαστική ρύθμιση της ίδιας ο-

δηγίας, αναπτύσσοντας κεντρικές νομοθετικές κατευθύνσεις των οποίων ο πυρήνας βρίσκεται ήδη διατυπωμένος στο ν. 146/1914 για τον αθέμιτο ανταγωνισμό.

8. Το άρθρο 8 εξειδικεύει την έννοια της αθέμιτης διαφήμισης, της οποίας η απαγόρευση βρίσκεται και σήμερα νομοθετικό έρεισμα στο ν. 146/1914. Στην πρώτη παράγραφο του άρθρου διατυπώνεται ο γενικός απαγορευτικός κανόνας. Η δεύτερη παράγραφος περιλαμβάνει, ενδεικτικά, δεσμες εξειδικευμένων κριτηρίων για την εκτίμηση της αντίθεσης της διαφήμισης προς τα χρηστά ήθη και εμπνέεται από τον άτυπο κώδικα διαφημιστικής δεοντολογίας της Ένωσης Διαφημιστών Ελλάδας. Η τρίτη παράγραφος αναφέρεται στη συγκριτική διαφήμιση και ορίζει, σύμφωνα με τα νεότερα πορίσματα της επιστήμης, πότε αυτή είναι αθέμιτη. Η παράγραφος 4 απαγορεύει ως αθέμιτη, επίσης σύμφωνα με τα νεότερα πορίσματα της επιστήμης, τη λεγόμενη «γκρίζα» ή «παράλληλη» διαφήμιση. Δικαιολογικός λόγος της απαγόρευσης είναι η ψυχολογική ανετοιμότητα του καταναλωτή να συνειδητοποιήσει και να αξιολογήσει το παράλληλο διαφημιστικό μήνυμα, καθώς αυτό στοχεύει απευθείας στο υποσυνείδητό του. Με την 3η, τέλος, παράγραφο του ίδιου άρθρου θεσπίζεται ο κανόνας κατά τον οποίο οι περιορισμοί στις διαφημίσεις που προβλέπονται από την εκστότε νομοθεσία για την ΕΡΤ ΑΕ ισχύουν για όλα ανεξαιρέτως τα ραδιοηλεκτροπικά μέσα μαζικής επικοινωνίας, είτε αυτά είναι δημόσια είτε δημοτικά είτε ιδιωτικά. Σήμερα η σχετική ρύθμιση περιέχεται στο άρθρο 3 του ν. 1730/1987. Όταν εκδοθεί ο κώδικας δεοντολογίας διαφημίσεων που προβλέπει η παράγραφος 11 του άρθρου εκείνου, και αυτού η εφαρμογή θα επεκταθεί στην ίδια έκταση. Νομοθετικός στόχος του κανόνα δεν είναι μόνο η αποκατάσταση ίσων όρων ανταγωνισμού ανάμεσα στους διάφορους ραδιοηλεκτροπικούς σταθμούς. Είναι, ιδίως, η προστασία του καταναλωτή, στον ιδιωτικό χώρο του οποίου εισδύει ανεμπόδιστα ο ήχος της ραδιοφωνίας, η εικόνα και ο ήχος της τηλεόρασης, με την ιδιαίτερη και συχνά επικίνδυνη πειστικότητα που αποκτούν όταν το διαφημιστικό μήνυμα είναι απρόοπτο και γοητευτικό και οι δυνάμεις ψυχικής αντίστασης δεν βρίσκονται σε εγρηγορση. Αυτό ισχύει πολύ περισσότερο για τα παιδιά και τους εφήβους, που σήμερα αποτελούν ουσιώδη μερίδα του καταναλωτικού κοινού.

Κεφάλαιο τέταρτο Πωλήσεις εκτός καταστήματος

9. Συμπληρώνοντας τη ρύθμιση του ν. 146/1914, το τέταρτο κεφάλαιο (άρθρο 9) ρυθμίζει ιδιαίτερη κατηγορία «επιθετικών» πωλήσεων, τις πωλήσεις εκτός καταστήματος. Νομοθετικά πρότυπα υπήρξαν αφ' ενός η οδηγία 85/577/ΕΟΚ και αφ' ετέρου ο γαλλικός νόμος του 1978, που υπήρξε και της κοινοτικής οδηγίας το άμεσο υπόδειγμα.

Δικαιολογικός λόγος της ρύθμισης είναι η ανάγκη προστασίας του καταναλωτή από τον αιφνιδιασμό, όταν η πρακτική της πώλησης εκτός καταστήματος γίνεται κάτω από συνθήκες που αμβλύνουν την αντίσταση του βουλευτικού και εύκολα υποθάβουν καταχρήσεις σε βάρος του καταναλωτή.

Κεφάλαιο πέμπτο Ευθύνη παραγωγού

10.1. Το πέμπτο κεφάλαιο (άρθρα 10-14) ρυθμίζει την ευθύνη του παραγωγού ελαττωματικών προϊόντων. Άμεσο πρότυπο έχει την οδηγία 85/374/ΕΟΚ, της οποίας αναπαράγει, σχεδόν στο σύνολο της, την ουσιαστική ρύθμιση. Εξυπακούεται ότι, με τη συμπερίληψή της σε ελληνικό νομοθέτημα, εντάσσει την κοινοτική ρύθμιση στο σύστημα νομικών εννοιών, μηχανισμών και κανόνων που συγκροτούν την εθνική έννομη τάξη και, κατά συνέπεια, ορισμένοι σημαντικοί κανόνες του κοινοτικού υποδείγματος, όπως αυτός που αφορά το βάρος αποδείξεως, παραλείπονται ως αυτονοητοι κατά τις γενικές διατάξεις του ελληνικού δικαίου. Παρόμοια, η ειδική έννοια του προϊόντος διαμορφώνεται με βάση την

έννοια του πράγματος κατά τον Αστικό Κώδικα, που εξομοιώνει με τα κινητά πράγματα τις ασώματες δυνάμεις και ενέργειες όταν αυτές επιδέχονται χωρικό περιορισμό και εξουσίαση, καθώς λ.χ. το ηλεκτρικό ρεύμα.

10.2. Παρέκκλιση από το κοινοτικό πρότυπο εισάγεται μόνο στο ανώτατο όριο ευθύνης του παραγωγού για τις υλικές ζημιές. Το όριο αυτό καθορίζεται, καθώς επιβάλλει η ελληνική οικονομική πραγματικότητα, σε επίπεδο χαμηλότερο από το κοινοτικό. Έτσι διευρύνεται η προστασία του καταναλωτή και στις μικρότερες σημασίας ζημιές.

Κεφάλαιο έκτο Ενώσεις καταναλωτών

11. Θεμελιώδους κοινωνικής σημασίας είναι το έκτο κεφάλαιο, που ρυθμίζει το ειδικό νομικό καθεστώς των ενώσεων καταναλωτών. Το ισχύον Σύνταγμα κατοχυρώνει πλήρως την ελευθερία συσσωμάτωσης των καταναλωτών με οποιαδήποτε προβλεπόμενη νομική μορφή, όπως, ενδεικτικά, του σωματείου, της αστικής εταιρίας ή και της άτυπης ένωσης προσώπων. Στα άρθρα, όμως, 15-19 ρυθμίζονται οι όροι, υπό τους οποίους οι ενώσεις καταναλωτών αποκτούν ιδιαίτερες εξουσίες, πρόσφορες για την επίτευξη του σπουδαίου κοινωνικοοικονομικού, εξισορροπητικού και αναπτυξιακού τους στόχου.

12. Για τους σκοπούς του νόμου επιλέγεται αποκλειστικά η νομική μορφή του σωματείου, όπως ρυθμίζεται στον Αστικό Κώδικα, με ορισμένες όμως αποκλίσεις από το κοινό δίκαιο που ορίζονται στο άρθρο 15. Οι αποκλίσεις αυτές αφορούν: το σκοπό, που ορίζεται με τρόπο αποκλειστικό στην παρ. 2, τον αποκλεισμό των νομικών προσώπων από την ιδιότητα του μέλους ένωσης καταναλωτών (παρ. 3), τον ελάχιστο αριθμό μελών για την εξασφάλιση κοινωνικής αντιπροσωπευτικότητας (παρ. 4), την αποκλειστική απαρίθμηση των πόρων, με στόχο την εξασφάλιση της ουσιαστικής ανεξαρτησίας των ενώσεων από οποιαδήποτε επιχείρηση παραγωγής ή διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών (παρ. 5), τέλος την εγγραφή, αντί του βιβλίου σωματείων, σε ειδικό μητρώο ενώσεων καταναλωτών (παρ. 6).

13. Το άρθρο 16 αναφέρεται στο μητρώο. Η τήρησή του ανατίθεται στις νομαρχίες, ενώ συγκεντρωτικό μητρώο προβλέπεται να τηρείται στο Υπουργείο Εμπορίου. Η αποδέσμευση της πρόσβασης στο μητρώο από οποιαδήποτε προϋπόθεση επίκλησης έννομου συμφέροντος διασφαλίζει την πλήρη διαφάνεια των εγγραφών του ως δημόσιου βιβλίου.

14. Το άρθρο 17 εξαρτά τη δυνατότητα σύστασης και λειτουργίας δευτεροβάθμιων (κατά νομαρχίες) και τριτοβάθμιων (κατά περιφέρειες) ενώσεων καταναλωτών από υπουργική απόφαση, που εξουσιοδοτείται να ορίσει με γενικό τρόπο τις προϋποθέσεις. Η επιλογή, προς το παρόν, αποκλειστικά ενώσεων καταναλωτών τοπικής εμβέλειας έχει στόχο να δώσει τον αναγκαίο χρόνο στο ελληνικό καταναλωτικό κίνημα να ανδρωθεί, ελεύθερο από κομματικές επικαλύψεις και εξαρτήσεις.

15. Το άρθρο 18 είναι, ίσως, το σημαντικότερο του όλου της πρότασης νόμου. Στην πρώτη παράγραφο, ανάγει τις ενώσεις καταναλωτών σε νόμιμους αντιπροσώπους καθενός από τα μέλη τους στην άσκηση ατομικών μέσων δικαστικής και εξώδικης προστασίας για οτιδήποτε αφορά την προστασία του καταναλωτή. Η δεύτερη παράγραφος, που έχει απώτερη πηγή έμπνευσης την ταξική αγωγή (class action) του δικαίου των ΗΠΑ και εγγύτερο πρότυπο τη συλλογική αγωγή, όπως αυτή καθιερώθηκε νομολογιακά στη Γαλλία και στην Ομοσπονδιακή Γερμανία, εισάγει για πρώτη φορά στη χώρα μας τη συλλογική αγωγή για παράλειψη, αποζημίωση, αναγνώριση της ύπαρξης δικαιώματος και λήψη ασφαλιστικών μέτρων στην άσκηση της οποίας νομιμοποιούνται αυτοτελώς, με προϋποθέσεις και περιορισμούς, οι ενώσεις καταναλωτών. Η συλλογική αγωγή μπορεί να έχει ως αίτημα, όταν συντρέχει περίπτωση, ακόμη και: την απόσυρση ελαττωματικών προϊόντων επικινδύνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού, ή ακόμη τη διορθωτική διαφήμιση σε περίπτωση παραπλανητικής διαφήμισης.

Προϋπόθεση της νομιμοποίησης για την άσκηση συλλογικής αγωγής είναι το αντικείμενο της αγωγής να αφορά τα γενικότερα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού. Οι περιορισμοί αποβλέπουν στην πραγματική κοινωνική αντιπροσωπευτικότητα των ενώσεων καταναλωτών, στις οποίες αναγνωρίζεται η σχετική εξουσία: ελάχιστος αριθμός ενεργών μελών (τουλάχιστον πενήκοντα) και ελάχιστη διάρκεια ζωής της ένωσης πριν από την άσκηση συλλογικής αγωγής (τουλάχιστον δύο χρόνια). Η παρ. 3 ορίζει ότι οι ενώσεις καταναλωτών δεν έχουν δικαίωμα να ζητήσουν ιδιαίτερη αμοιβή από τα μέλη τους για την άσκηση ατομικών ή συλλογικών μερών προστασίας.

16. Ως αναγκαίο αντιστάθμισμα στις μεγάλες εξουσίες του άρθρου 18, το άρθρο 19 θεσπίζει την υποχρέωση των ενώσεων καταναλωτών να παρέχουν ακριβείς πληροφορίες στα μέλη τους. Ενώ πρώτοι, η παροχή ανακριβών πληροφοριών για την ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού συνεπάγεται την αστική ευθύνη των ενώσεων. Αφ' ετέρου, στους λόγους διάλυσης των σωματείων εν γένει που προβλέπει ο Αστικός Κώδικας προστίθεται, για τις ενώσεις καταναλωτών, η ανακοίνωση στα μέλη τους ή στο καταναλωτικό κοινό ανακριβών πληροφοριών τουλάχιστον τρεις φορές σε δύο χρόνια. Η διάλυση για το λόγο αυτόν προϋποθέτει τελεσίδικη δικαστική απόφαση, που εκδίδεται με αίτηση οποιουδήποτε μέλους της ένωσης, οποιουδήποτε βλάπτεται από την ανακρίβεια ή του εισαγγελέα εξ επαγγέλματος. Η ένωση όμως δεν διαλύεται αν η ανακριβής πληροφορία ή ο τρόπος μετάδοσής της ήταν μικρής σημασίας ή αν η αίτηση ασκήθηκε μετά την πάροδο έτους από την τελευταία ανακοίνωση ανακριβούς πληροφορίας.

Κεφάλαιο έβδομο Επιτροπές φιλικού διακανονισμού

17.1. Το οξύτερο, ίσως, από τα πρακτικά προβλήματα προστασίας του καταναλωτή είναι το πρόβλημα των διαδικασιών. Βέβαια ο καταναλωτής μπορεί, θεωρητικά, να προσφύγει πάντοτε στο φυσιολογικό δικαστήριο. Όμως η βραδύτητα και το κόστος της προσφυγής στα τακτικά δικαστήρια συχνά καθιστούν αυτήν τη συνταγματικά κατοχυρωμένη δυνατότητα δώρο άδωρο. Αυτό συμβαίνει συνήθως στις μικρότερης σημασίας περιπτώσεις, εκεί όπου το ποσό της ζημίας του καταναλωτή είναι δυσανάλογα μικρό σε σχέση με το δικαστικό αγώνα που θα τον δικαιώσει. Σε πολύ μεγάλο βαθμό η αδυναμία αυτή του συστήματος απονομής της δικαιοσύνης καλύπτεται από τη δυνατότητα που παρέχεται στις ενώσεις καταναλωτών να ασκούν ατομικά και συλλογικά μέσα ένδικης και εξώδικης προστασίας. Επίσης, σημαντική υπήρξε, στον τομέα αυτόν, η πρόσφατη τροποποίηση του αγορανομικού κώδικα. Έτσι το πρόβλημα περιορίζεται, αλλά δεν παύει να υπάρχει. Τη λύση του επιδιώκει ο θεσμός των επιτροπών φιλικού διακανονισμού για την εξώδικη επίλυση των διαφορών ανάμεσα σε παραγωγούς ή προμηθευτές και σε καταναλωτές ή ενώσεις καταναλωτών, που αποτελεί το αντικείμενο του έβδομου κεφαλαίου του σχεδίου νόμου (άρθρο 20).

17.2. Απώτερη πηγή έμπνευσης της προτεινόμενης ρύθμισης αποτελούν ανάλογες, πολύ επιτυχημένες εμπειρίες του Καναδά και της Αυστρίας. Η πρόταση νόμου όμως στηρίζεται πρώτιστα στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα, όπου η διοικητική μηχανή δεν φαίνεται ακόμη σήμερα να ανταποκρίνεται στις αυξημένες προϋποθέσεις ευελιξίας, πρωτοβουλίας, αποτελεσματικότητας και κοινωνικής αποδοχής που απαιτεί το αντικείμενο. Γι' αυτό, το κράτος καλείται να πλαισιώσει τις επιτροπές φιλικού διακανονισμού με την αναγκαία υποδομή, όχι όμως και να συμμετάσχει στη σύνθεσή τους, ακόμη λιγότερο να τις ελέγξει ή να τις επηρεάσει με οποιονδήποτε τρόπο.

18.1. Οι επιτροπές είναι τριμελείς. Αποτελούνται από έναν εκπρόσωπο των παραγωγών, προμηθευτών, που ορίζεται από το διοικητικό συμβούλιο του αρμόδιου επιμελητηρίου, έναν εκπρόσωπο των καταναλωτών, που ορίζεται από τα διοικητικά συμβούλια των τοπικών ενώσεων καταναλωτών και, αν τέτοιες ενώσεις δεν υπάρχουν, από το διοικητικό συμβούλιο του τοπικού εργατικού κέντρου

και από ένα δικηνορο, που ορίζεται από το διοικητικό συμβούλιο του τοπικού δικηνορικού συλλόγου, ως πρόεδρο. Προβλέπεται η δημιουργία μιας τουλάχιστον επιτροπής σε κάθε νομο, όπου όμως ο αριθμός των υποθέσεων ή οι ειδικές συνθήκες το απαιτούν, μπορεί να ουνιστώνται περισσότερες επιτροπές.

18.2. Τόσο η αρμοδιότητα, όσο και η διαδικασία των επιτροπών ρυθμίζονται με ευρύτητα, ώστε να εξασφαλίζουν ευελιξία. Οι μοναδικοί αυστηροί περιορισμοί αφορούν τις προθεσμίες και αποβλέπουν στην εξασφάλιση της αναγκαίας ταχύτητας. Τα πορίσματα της επιτροπής δεν υπόκεινται σε προσβολή, αναθεώρηση ή ανακλήση, δεν είναι εκτελεστά, δεν παράγουν δεδικοσμένο και δεν αναστέλλουν ούτε επηρεάζουν την πορεία οποιασδήποτε άλλης διαδικασίας.

Αρχειοθετούνται στη νομαρχία και κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να λάβει γνώση και να ζητήσει αντίγραφο. Έτσι, το κυρος και η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας θα είναι συνάρτηση του βαθμού κοινωνικής συνειδητοποίησης του καταναλωτικού κοινού και της κοινωνικής αποδοχής των επιτροπών. Εκτιμάται ότι οι δυνατότητες των επιτροπών αυτών είναι ιδιαίτερα μεγάλες.

Κεφάλαιο όγδοο

Τελικές και μεταβατικές διατάξεις

19. Ορισμένες από τις μεταβατικές διατάξεις δεν είναι διόλου τυπικές. Εν πρώτοις, επιβεβαιώνεται ότι η πρόταση νόμου δεν μεταβάλλει τίποτε από τον Αστικό Κώδικα και το νόμο για τον αθέμιτο ανταγωνισμό: είναι ένα νομοθέτημα, που προσβλέπει με τόλμη στο μέλλον, στηριγμένο όμως στην πολύτιμη εθνική νομική μας παράδοση. Προβλέπεται ότι αν, σε συγκεκριμένη περίπτωση, οι κοινές διατάξεις παρέχουν στον καταναλωτή μεγαλύτερη προστασία από την ειδική ρύθμιση του νομοσχεδίου, εφαρμόζονται οι κοινές διατάξεις. Δεν θίγονται άτυποι κανονες συμπεριφοράς επαγγελματικών οργανώσεων· η διάταξη αυτή αφορά προς το παρόν τον κώδικα διαφημιστικής δεοντολογίας της Ένωσης Διαφημιστών Ελλάδας, αλλά τίποτε δεν εμποδίζει να δημιουργηθούν στο μέλλον άλλα ανάλογα κείμενα, σε συμφωνία με την ισχύουσα νομοθεσία. Το κεφάλαιο πεμπτο αντικαθιστά την κοινή υπουργική απόφαση ΑΠΒ 7535/1077/31.3.1988 «Ευθύνη του παραγωγού για τα ελαττωματικά προϊόντα», που καταργείται. Το κεφάλαιο όμως αυτό δεν εφαρμόζεται στα προϊόντα που τέθηκαν σε κυκλοφορία πριν από την έναρξη ισχύος του. Ορίζεται, τέλος, ότι όσες ενώσεις καταναλωτών εγγραφούν στο μητρώο μέσα σε δεκαοκτώ μήνες από την έναρξη ισχύος του νόμου μπορούν να ασκούν τις συλλογικές αγωγές του άρθρου 18 και πριν από την παρέλευση διετίας από την εγγραφή τους στο μητρώο, εφόσον έχουν τουλάχιστον πεντακόσια ενεργα μέλη.

Αθήνα 2 Οκτωβρίου 1990

Οι προτείνοντες βουλευτές

Γιάννος Παπαντωνίου
Νικόλαος Ακριτίδης
Γεώργιος Δασκαλάκης
Ιωάννης Ανθόπουλος
Φωτής Αρβανίτης
Ελευθέριος Γκλίναβος
Ιωάννης Διαμαντίδης
Σπύρος Καραμούτσος
Βασίλης Κεδίκογλου
Αλέξανδρος Μπαλτάς
Γεώργιος Τερζόπουλος
Ιωάννης Χαρολάμπους

ΠΡΟΤΑΣΗ ΝΟΜΟΥ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ Γενικές διατάξεις

Άρθρο 1 Πολιτεία και καταναλωτές

Η Πολιτεία προστατεύει τα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού.

Άρθρο 2 Έκταση προστασίας

Οι διατάξεις που προστατεύουν το καταναλωτικό κοινό ισχύουν τόσο στον ιδιωτικό τομέα, όσο και στις επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής του δημοσίου τομέα και των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ Γενικοί όροι των συναλλαγών

Άρθρο 3 Γενικοί όροι

1. Όροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για απροσδιόριστο αριθμό μελλοντικών συμβάσεων (γενικοί όροι των συναλλαγών) δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, αν κατά την κατάρτιση της σύμβασής τους αγνοούσε ανυπαίτως και ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξή τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους.

2. Οι γενικοί όροι συμβάσεων και παρεπόμενων δικαιπραξιών, που καταρτίζονται στην Ελλάδα, διατυπώνονται στην ελληνική γλώσσα. Εξαιρούνται οι γενικοί όροι των διεθνών συναλλαγών.

3. Έντυποι γενικοί όροι των συναλλαγών εκτυπώνονται ευανάγνωστα σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σχετικής σύμβασης.

4. Όροι που συμφωνήθηκαν ύστερα από διαπραγμάτευση των συμβαλλομένων (ειδικοί όροι) είναι επικρατέστεροι από αντίθετους γενικούς όρους.

5. Κατά την ερμηνεία των γενικών όρων των συναλλαγών λαμβάνεται υπόψη και η ανάγκη προστασίας του καταναλωτικού κοινού.

6. Γενικοί όροι των συναλλαγών, που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτο για λογαριασμό του προμηθευτή, σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή.

Άρθρο 4 Καταχρηστικοί όροι

1. Γενικοί όροι των συναλλαγών παράλογα, υπέρμετρα ή ασυνήθιστα επαχθείς για τον καταναλωτή (καταχρηστικοί όροι) απαγορεύονται και είναι απολύτως άκυροι.

2. Άκυροι, ως καταχρηστικοί, είναι ιδίως οι γενικοί όροι που:

- α) παρέχουν στον προμηθευτή υπερβολικά και αδικαιολόγητα μακρά προθεσμία να αποδεχθεί την πρόταση του καταναλωτή για κατάρτιση της σύμβασης,

- β) περιορίζουν τις ανειλημμένες υποχρεώσεις ή ευθύνες του προμηθευτή,

- γ) θεσπίζουν παράλογη προθεσμία προειδοποίησης για την καταγγελία της σύμβασης,

- δ) συνεπάγονται την πρόταση ή ανανέωση της σύμβασης για διάστημα υπερβολικά μακρό αν ο καταναλωτής δεν την καταγγείλει σε ορισμένο χρόνο,

Άρθρο 5
Διατάξεις δημόσιας τάξης

ε) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης ή λύσης της σύμβασης χωρίς ορισμένο ειδικό και σπουδαίο λόγο,

στ) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα να κρίνει μονομερώς αν η παροχή του ήταν ή όχι σύμφωνη με τη σύμβαση.

ζ) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το απεριόριστο δικαίωμα να καθορίζει μονομερώς το χρόνο εκπλήρωσης της παροχής του,

η) ορίζουν ότι η παροχή δεν είναι υποχρεωτικό να ανταποκρίνεται στις ουσιώδεις, για τον καταναλωτή, προδιαγραφές, στο δείγμα, στις ανάγκες της ειδικής χρήσης, για την οποία την προορίζει ο καταναλωτής και την οποία αποδέχεται ο προμηθευτής, ή στο συνηθισμένο προορισμό της.

θ) απαλλάσσουν τον προμηθευτή από τις υποχρεώσεις του χωρίς σπουδαίο λόγο.

ι) αφήνουν αόριστο το τίμημα χωρίς να επιτρέπουν τον προσδιορισμό του με κριτήρια ειδικά και εύλογα για τον καταναλωτή,

ια) περιορίζουν την ευθύνη του προμηθευτή για κρυμμένα ελαττώματα του πράγματος,

ιβ) αποκλείουν ή περιορίζουν υπέρμετρα την ευθύνη του προμηθευτή,

ιγ) προβλέπουν την αποκλειστική μετακύληση της ευθύνης του προμηθευτή αποκλειστικά στον παραγωγό ή άλλον.

ιδ) αποκλείουν το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή σε περίπτωση υπερημερίας του προμηθευτή,

ιε) συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τα δικαιώματά του σε περίπτωση μη εκπλήρωσης ή πλημμελούς εκπλήρωσης της παροχής του προμηθευτή.

ιστ) εμποδίζουν τον καταναλωτή να καταγγείλει τη σύμβαση, όταν η αύξηση του τιμήματος σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης είναι υπερβολική για αυτόν,

ιζ) αποκλείουν ή περιορίζουν τη νόμιμη ευχέρεια του καταναλωτή να μην εκτελέσει τη σύμβαση,

ιη) απαγορεύουν στον καταναλωτή να αναβάλει μερικά ή ολικά την καταβολή αυτών που οφείλει, μολοντί ο προμηθευτής δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις του,

ιθ) επιβάλλουν στον καταναλωτή που αγόρασε με πίστωση να αναλάβει υποχρέωση από συναλλαγματική, γραμμάτιο εις διαταγήν ή μεταχρονολογημένη επιταγή.

κ) συνεπάγονται παραίτηση του καταναλωτή από τις ενστάσεις του κατά του εκδοχέα του προμηθευτή.

κα) απαγορεύουν στον καταναλωτή να συμψηφίζει τις υποχρεώσεις του με ομοειδείς απαιτήσεις του κατά του προμηθευτή,

κβ) βεβαιώνουν ότι ο καταναλωτής γνωρίζει ορισμένους όρους της σύμβασης ή την κατάσταση των εμπορευμάτων, ενώ πραγματικά τις αγνοεί.

κγ) υποχρεώνουν τον καταναλωτή να προκαταβάλει υπερβολικά μεγάλο μέρος του τιμήματος, πριν αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης από τον προμηθευτή,

κδ) επιτρέπουν στον προμηθευτή να απαιτήσει υπέρμετρες εγγυήσεις,

κε) αναστρέφουν το βάρος της απόδειξης εις βάρος του καταναλωτή.

κστ) περιορίζουν υπέρμετρα την προθεσμία μέσα στην οποία ο καταναλωτής μπορεί να προβάλει στον προμηθευτή τις αξιώσεις του για πλημμελή εκπλήρωση της παροχής του προμηθευτή,

κζ) παραχωρούν χωρίς σπουδαίο λόγο στον προμηθευτή την αποκλειστικότητα των επισκευών του πράγματος και της προμήθειας ανταλλακτικών,

κη) επιβάλλουν στον καταναλωτή, σε περίπτωση μη εκπλήρωσης της παροχής του, υπέρμετρη οικονομική επιβάρυνση ή

κθ) αποκλείουν την υπαγωγή των διαφορών από τη σύμβαση στο φυσικό τους δικαστή, με την πρόβλεψη αποκλειστικής δικαιοδοσίας ή διαιτησίας.

3. Ο προμηθευτής δεν μπορεί να επικαλεσθεί την ακυρότητα ολόκληρης της σύμβασης, αν ένας ή περισσότεροι γενικοί όροι είναι άκυροι, ως καταχρηστικοί.

Οι διατάξεις του κεφαλαίου αυτού εφαρμόζονται, όταν τόπος κατάρτισης ή εκτέλεσης της σύμβασης είναι η Ελλάδα, έστω και αν η σύμβαση δεν διέπεται από το ελληνικό δίκαιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ
Παραπλανητική και αθέμιτη διαφήμιση

Άρθρο 6
Διαφήμιση

Διαφήμιση κατά την έννοια του νόμου αυτού είναι κάθε ανακοίνωση που γίνεται στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών.

Άρθρο 7
Παραπλανητική διαφήμιση

1. Απαγορεύεται κάθε διαφήμιση, το περιεχόμενο ή η μορφή της οποίας με οποιονδήποτε τρόπο προκαλεί ή ενδέχεται να προκαλέσει πλάνη στα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στον οποίων τη γνώση περιέρχεται και, εξαιτίας της πλάνης αυτής, ενδέχεται να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ή να βλάψει έναν ανταγωνιστή.

2. Για να κριθεί αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως οι ενδείξεις σχετικά με:

α) τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προϊόντος, όπως η διαθεσιμότητα, η φύση, η εκτέλεση, η σύνθεση, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, η καταλληλότητα, οι χρήσεις, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική ή εμπορική προέλευση και τα ιδιαίτερα γνωρίσματα, τα επιστημονικά ή τεχνολογικά δεδομένα και τα αναμενόμενα από τη χρήση του αποτελέσματα ή τα αποτελέσματα των δοκιμών ή ελέγχων.

β) την τιμή ή τον τρόπο διαμόρφωσής της και τους όρους, υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, όπως πληρωμής ή πίστωσης, παράδοσης, ανταλλαγής, επιστροφής, επισκευής, συντήρησης και εγγύησης και

γ) την ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του διαφημιζομένου, όπως η ταυτότητα και η περιουσία του, οι ικανότητες και τα δικαιώματα βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, τα βραβεία και οι διακρίσεις του.

3. Παραπλανητική λογίζεται και κάθε διαφήμιση, όταν:

α) η πειστικότητά της βασίζεται στη μαρτυρία προσώπων στα οποία αποδίδεται ανύπαρκτη επιστημονική ιδιότητα, ειδικότητα ή αυθεντία, εκτός αν ο μάρτυρας που πραγματικά έχει τις ιδιότητες αυτές έχει επιτρέψει εγγράφως τη χρήση της μαρτυρίας του στη διαφήμιση.

β) η πειστικότητα της στηρίζεται στην ιδέα ότι η τεχνολογία ή η επιστήμη ορισμένης χώρας άλλης από τη χώρα προέλευσης είναι άμεσα ή έμμεσα δηλωτικές της ποιότητας των διαφημιζόμενων προϊόντων,

γ) εμφανίζεται με τη μορφή δημοσιογραφικής έρευνας, σχολίου ή επιστημονικής ανακοίνωσης, χωρίς να δηλώνεται ρητά και ευδιάκριτα ότι πρόκειται για διαφήμιση, ή

δ) περιέχει επιστημονικούς όρους ή ιδιωτισμούς, αποτελέσματα ερευνών ή περιεκτές κειμένων επιστημονικού ή τεχνικού χαρακτήρα με σκοπό να προσδώσει στη διαφημιστική ανακοίνωση μια επιστημονική βάση που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

Άρθρο 8
Αθέμιτη διαφήμιση

1. Απαγορεύεται κάθε διαφήμιση που προσβάλλει τα χρηστά ήθη.

2. Αθεμίτη είναι ιδιαίτερα η διαφήμιση που
α) έχει στόχο ή ενδεχόμενο αποτέλεσμα την πρόκληση ή εκμετάλλευση αισθημάτων φόβου, προλήψεων ή δεισιδαιμονιών ή την εξώθηση σε πράξεις βίας ή

β) διακρίνει μειωτικά κοινωνικές ομάδες με βάση το φύλο, τη φυλή, την ηλικία, το θρήσκευμα, την εθνικότητα, την καταγωγή, τις πεποιθήσεις και τις φυσικές ή ψυχικές ιδιαιτερότητες.

3. Είναι αθεμίτη η διαφήμιση, όταν:

α) αποβλέπει στη μείωση του ανταγωνιστή ή των προϊόντων του.
β) συγκρίνει το διαφημιζόμενο προϊόν με ανταγωνιστικά προϊόντα εξατομικευμένα ή δεκτικά εξατομικεύσεως ή

γ) επικαλείται στοιχεία υπεροχής του διαφημιζόμενου προϊόντος σε σχέση με άλλα ομοειδή, ενώ τα στοιχεία αυτά δεν είναι δεκτικά μέτρησης ή απόδειξης.

4. Είναι αθεμίτη η διαφήμιση που προβάλλει εμμέσως προϊόντα άλλα από εκείνα που αποτελούν το εμφανές περιεχόμενο του διαφημιστικού μηνύματος, χωρίς η προβολή αυτή να αποτελεί νοηματικά ουσιαστικό και αναπόσπαστο τμήμα του διαφημιστικού μηνύματος.

5. Οι περιορισμοί στις διαφημίσεις, που προβλέπονται από τη νομοθεσία που ισχύει για την Ε.Ρ.Τ., Α.Ε., εφαρμόζονται για όλα τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα μαζικής επικοινωνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

Πωλήσεις εκτός καταστήματος

Άρθρο 9

Πωλήσεις εκτός καταστήματος

1. Πωλήσεις, χρηματοδοτικές ή απλές μισθώσεις ή άλλης μορφής συμβάσεις διανομής, που καταρτίζονται με πρωτοβουλία του προμηθευτή χωρίς ρητή πρόσκληση από τον καταναλωτή ή με αλληλογραφία ή με επίσκεψη του προμηθευτή στον τόπο κατοικίας, διαμονής ή εργασίας του καταναλωτή ή κατά τη διάρκεια εκδρομής που οργανώνεται από τον προμηθευτή έξω από το κατάστημά του, είναι άκυρες υπέρ του καταναλωτή, αν δεν καταρτισθούν με έγγραφο στο οποίο να αναφέρονται:

α) το όνομα ή η επωνυμία και η πλήρης διεύθυνση του προμηθευτή και αυτού που συμβάλλεται στο όνομα και για λογαριασμό του προμηθευτή. Η μνεία αριθμού ταχυδρομικής θυρίδας δεν αρκεί.

β) Η ακριβής χρονολογία και η πλήρης διεύθυνση του τόπου κατάρτισης της σύμβασης.

γ) η ακριβής περιγραφή της φύσης και των χαρακτηριστικών των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών.

δ) οι όροι εκτέλεσης της σύμβασης και ιδίως ο τρόπος και ο χρόνος παράδοσης των εμπορευμάτων ή παροχής των υπηρεσιών.

ε) η ολική επιβάρυνση του καταναλωτή και οι όροι πληρωμής και ιδίως, σε περίπτωση πίστωσης του τιμήματος ή πληρωμής με δόσεις, το πραγματικό επιτόκιο και το επιτρεπόμενο ανώτατο όριο επιτοκίων και

στ) το δικαίωμα υπαναχώρησης και τα άλλα δικαιώματα του καταναλωτή όπως ορίζονται στο άρθρο αυτό, καθώς και, σε χωριστό έντυπο, υπόδειγμα δήλωσης υπαναχώρησης του καταναλωτή από τη σύμβαση.

2. Οι διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου εφαρμόζονται και όταν η σύμβαση καταρτίστηκε έπειτα από ρητή πρόσκληση του προμηθευτή από τον καταναλωτή, έχει όμως αντικείμενο προϊόντα άλλα από εκείνα για τα οποία έγινε η πρόσκληση, εκτός αν ο καταναλωτής γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει ότι και τα άλλα αυτά προϊόντα περιλαμβάνονται στις εμπορικές δραστηριότητες του προμηθευτή ή αν τα προϊόντα αυτά σχετίζονται άμεσα με τα προϊόντα για τα οποία έγινε η πρόσκληση.

3. Τα ίδια ισχύουν και όταν ο καταναλωτής έχει υποβάλει προσφορά (πρόταση για κατάρτιση σύμβασης) υπό συνθήκες όμοιες με εκείνες των προηγούμενων παραγράφων, ανεξάρτητα αν δεσμεύεται ή όχι από την προσφορά του μέχρι την αποδοχή της α-

πό τον προμηθευτή

4. Στις περιπτώσεις των προηγούμενων παραγράφων, ο καταναλωτής έχει δικαίωμα υπαναχώρησης που ασκείται με συστημένη επιστολή μέσα σε δέκα εργασίμες ημέρες από την κατάρτιση της σύμβασης. Παραίτηση από το δικαίωμα αυτό είναι άκυρη.

5. Αν η σύμβαση καταρτίστηκε με αλληλογραφία, το δεκαήμερο αρχίζει, αφότου ο καταναλωτής παρέλαβε το κείμενο της σύμβασης ή κατά περίπτωση, το προϊόν για δοκιμή, ή εξέταση ή ως δείγμα. Αν ο χρόνος παραλαβής δεν προκύπτει με βεβαιότητα, το δικαίωμα υπαναχώρησης ασκείται μέσα σε εύλογο χρόνο.

6. Απαγορεύεται η είσπραξη όλου ή μέρους του τιμήματος, οκόμης και με μορφή αρραβώνα, εγγύησης, έκδοσης ή αποδοχής αξιολόγων ή άλλη μορφή, κατά τη διάρκεια της προθεσμίας των προηγούμενων παραγράφων.

7. Ο καταναλωτής δεν έχει υποχρέωση φύλαξης ή επιστροφής του προϊόντος που του έστειλε ο προμηθευτής για δοκιμή, εξέταση ή ως δείγμα, εκτός αν το ζήτησε ο ίδιος ή συμφωνήθηκε διαφορετικά.

8. Όποιος συμβάλλεται με τον καταναλωτή κατά παράβαση των παραγράφων 1, 2 ή 3 ή εισπράττει ή απαιτεί προκαταβολή κατά παράβαση της παραγράφου 6 ή απαιτεί επιστροφή του προϊόντος κατά παράβαση της παραγράφου 7 τιμωρείται με φυλάκιση μέχρι ενός έτους ή με χρηματική ποινή.

9. Οι διατάξεις του άρθρου αυτού δεν εφαρμόζονται στις πωλήσεις των πλανόδιων μικροπωλητών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

Ευθύνη παραγωγού

Άρθρο 10

Ευθύνη του παραγωγού, του εισαγωγέα και του προμηθευτή

1. Ο παραγωγός ευθύνεται για κάθε ζημία που οφείλεται σε ελάττωμα του προϊόντος του.

2. Προϊόντα, με την έννοια αυτού του κεφαλαίου, θεωρούνται και τα κινητά πράγματα που ενσωματώθηκαν ως συστατικά σε άλλα πράγματα κινητά ή ακίνητα. Εξαιρούνται τα ακατέργαστα προϊόντα της γεωργίας και του κτηνίου.

3. Όποιος εισάγει ένα προϊόν για πώληση, χρηματοδοτική ή απλή μίσθωση ή άλλης μορφής διανομή στα πλαίσια της επαγγελματικής εμπορικής του δραστηριότητας ευθύνεται όπως ο παραγωγός.

4. Όταν η ταυτότητα του παραγωγού είναι άγνωστη, κάθε προμηθευτής του προϊόντος θεωρείται, για την εφαρμογή του νόμου αυτού, παραγωγός, εκτός αν μέσα σε εύλογο χρόνο ενημερώσει τον καταναλωτή για την ταυτότητα του παραγωγού ή εκείνου που του προμήθευσε το προϊόν.

5. Οι διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου εφαρμόζονται αναλόγως και για τον προμηθευτή προϊόντων εισαγωγής, όταν η ταυτότητα του εισαγωγέα είναι άγνωστη, έστω και αν η ταυτότητα του παραγωγού είναι γνωστή.

6. Αν για την ίδια ζημία ευθύνονται περισσότεροι, δημιουργείται ευθύνη εις ολόκληρον. Η αναγωγή δεν αποκλείεται.

Άρθρο 11

Ελάττωμα

1. Ελαττωματικό είναι το προϊόν, αν δεν παρέχει την εύλογο αναμενόμενη ασφάλεια εν όψει όλων των περιστατικών και ιδίως της εξωτερικής εμφάνισής του, της εύλογα αναμενόμενης χρησιμοποίησής του και του χρόνου κατά τον οποίο τέθηκε σε κυκλοφορία.

2. Δεν είναι ελαττωματικό ένα προϊόν για μόνο το λόγο ότι μεταγενέστερα τέθηκε σε κυκλοφορία άλλο τελειότερο.

Άρθρο 12

Ζημία

1. Στη ζημία της παραγράφου 1 του άρθρου 10 περιλαμβάνε-

ται η ζημία λόγω θανάτου ή σωματικής βλάβης οποιουδήποτε, καθώς και η βλάβη ή καταστροφή, εξαιτίας του ελαττωματικού προϊόντος, κάθε περιουσιακού στοιχείου του καταναλωτή, εκτός από το (ίδιο το ελαττωματικό προϊόν, εφόσον κατά τη φύση του προορίζεται και πραγματικά χρησιμοποιήθηκε από το ζημιωθέντα για προσωπική του χρήση ή κατανάλωση).

2. Η ικανοποίηση της ηθικής βλάβης επέεται από τις διατάξεις που ισχύουν για τις αδικοπράξεις. Το ίδιο ισχύει και για την ψυχική οδύνη λόγω θανάτου.

Άρθρο 13

Λογοί απαλλαγής από την ευθύνη

1. Ο παραγωγός απαλλάσσεται αν αποδείξει ότι:

- α) δεν έθεσε το προϊόν σε κυκλοφορία,
- β) το ελάττωμα δεν υπήρχε όταν το προϊόν τέθηκε σε κυκλοφορία,
- γ) δεν κατασκεύασε το προϊόν αποβλέποντας στη διανομή του και δεν το διένειμε στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας,
- δ) το ελάττωμα οφείλεται στο ότι το προϊόν κατασκευάστηκε σύμφωνα με κανόνες αναγκαστικού δικαίου θεσπισμένους από δημόσια αρχή ή
- ε) όταν το προϊόν τέθηκε σε κυκλοφορία, το επίπεδο επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων δεν επέτρεπε τη διαπίστωση του ελαττώματος.

2. Ο παραγωγός συστατικού απαλλάσσεται και αν αποδείξει ότι το ελάττωμα οφείλεται στο σχεδιασμό του προϊόντος στο οποίο το συστατικό έχει ενσωματωθεί ή στις οδηγίες που παρέσχε ο κατασκευαστής του προϊόντος, οπότε παραγωγός θεωρείται ο κατασκευαστής του προϊόντος στο οποίο ενσωματώθηκε το συστατικό.

3. Κάθε συμφωνία περιορισμού ή απαλλαγής από την ευθύνη του παραγωγού πέρα από τις περιπτώσεις των προηγούμενων παραγράφων είναι άκυρη.

4. Ο παραγωγός απαλλάσσεται για τις υλικές ζημιές μέχρι το ποσό των είκοσι χιλιάδων (20.000) δραχμών κατά περίπτωση, καθώς και για αποζημιώσεις λόγω θανάτου ή σωματικών βλαβών που οφείλονται σε πανομοιότυπα προϊόντα με το ίδιο ελάττωμα πέρα από το συνολικό ποσό των επτά δισεκατομμυρίων (7.000.000.000) δραχμών.

Τα όρια αυτά μπορούν να μεταβάλλονται ή να καταργούνται με κοινή απόφαση των Υπουργών Βιομηχανίας, Ενέργειας και Τεχνολογίας και Εμπορίου, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

5. Η ευθύνη του παραγωγού δεν μειώνεται αν η ζημία οφείλεται τόσο σε ελάττωμα του προϊόντος όσο και σε πράξη ή παραλείψη τρίτου, μπορεί όμως εν όψει όλων των περιστάσεων να μειωθεί ή και να αρθεί, όταν συντρέχει πταίσμα του ζημιωθέντος ή προσώπου για το οποίο ευθύνεται ο ζημιωθείς.

Άρθρο 14

Παραγραφή και απόσβεση

1. Οι αξιώσεις κατά του παραγωγού για ζημιές παραγράφονται μετά τριετία, από του ο ζημιωθείς πληροφορήθηκε ή όφειλε να πληροφορηθεί τη ζημία, το ελάττωμα και την ταυτότητα του παραγωγού.

2. Μετά δεκαετία από την κυκλοφορία του προϊόντος επέρχεται απόσβεση των δικαιωμάτων του ζημιωθέντος κατά του παραγωγού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Ενώσεις καταναλωτών

Άρθρο 15

Ενώσεις καταναλωτών

1. Οι ενώσεις καταναλωτών συγκροτούνται ως σωματεία και

διέπονται από τις διατάξεις του κεφαλαίου αυτού και του Αστικού Κώδικα.

2. Οι ενώσεις καταναλωτών έχουν αποκλειστικό σκοπό την προστασία των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση καταναλωτών, ενημερώνουν και συμβουλευούν τους καταναλωτές, τους αντιπροσωπεύουν δικαστικά και εξώδικα και ασκούν μέσα συλλογικών αγώνων.

3. Μέλη της ένωσης καταναλωτών είναι φυσικά πρόσωπα.

4. Για να συσταθεί ένωση καταναλωτών χρειάζονται εκατό τουλάχιστον πρόσωπα. Σε δήμους ή κοινότητες με πληθυσμό μέχρι τρεις χιλιάδες κατοίκους αρκούν είκοσι πρόσωπα.

5. Πόροι των ενώσεων καταναλωτών είναι αποκλειστικά:

- α) οι συνδρομές των μελών τους,
- β) οι συνδρομές και λοιπές εισπράξεις από τη διάθεση των εντύπων που εκδίδουν οι ενώσεις, αφού στα έντυπα αυτά δεν καταχωρίζονται, αμέσως ή εμμέσως, διαφημίσεις,
- γ) η τυχόν επιχορήγηση των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και διεθνών ενώσεων καταναλωτών.

6. Οι ενώσεις καταναλωτών αποκτούν νομική προσωπικότητα με την εγγραφή τους στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών. Εγγραφή στο βιβλίο σωματείων δεν απαιτείται, οι διατάξεις όμως που το διέπουν εφαρμόζονται αναλόγως και για το μητρώο ενώσεων καταναλωτών.

Άρθρο 16

Μητρώο ενώσεων καταναλωτών

1. Σε κάθε νομαρχία τηρείται μητρώο ενώσεων καταναλωτών του νομού.

2. Το μητρώο είναι δημόσιο βιβλίο. Καθένας μπορεί να το συμβουλευθεί και να ζητήσει αντίγραφο οποιασδήποτε εγγραφής του.

3. Στο Υπουργείο Εμπορίου τηρείται συγκεντρωτικό μητρώο για όλες τις ενώσεις καταναλωτών της χώρας.

Άρθρο 17

Δευτεροβάθμιες και τριτοβάθμιες ενώσεις καταναλωτών

Με απόφαση του Υπουργού Εμπορίου, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, μπορεί να ορίζονται οι προϋποθέσεις για τη συσταση και λειτουργία δευτεροβάθμιων (κατά νομαρχίες) και τριτοβάθμιων (κατά περιφέρειες) ενώσεων καταναλωτών.

Άρθρο 18

Ατομικά και συλλογικά μέσο προστασίας

1. Κάθε ένωση καταναλωτών νομιμοποιείται να ασκεί ένδικα βοηθήματα και να προσφεύγει σε διοικητικά μέσα προστασίας στο όνομα και για λογαριασμό καθενός από τα μέλη της σε διαδικασίες που αποσκοπούν στην προστασία του καταναλωτή και ιδίως να ασκεί αγωγές, παρεμβάσεις, ένδικα μέσα, αιτήσεις ασφαλιστικών μέτρων, πολιτική αγωγή, καθώς και προσφυγές, αιτήσεις ακύρωσης, παρεμβάσεις και ένδικα μέσα στα διοικητικά δικαστήρια και να παρίσταται σε ενδικοφανείς διοικητικές διαδικασίες.

2. Ενώσεις καταναλωτών που έχουν τουλάχιστον πεντακόσια ενεργά μέλη και έχουν εγγραφεί στο μητρώο ενώσεων καταναλωτών από δύο τουλάχιστον έτη νομιμοποιούνται, σε ζητήματα που αγγίζουν τα γενικότερα συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού, να ασκούν στο δικό τους όνομα συλλογική αγωγή στα αρμόδια δικαστήρια.

Ιδίως μπορούν να ζητήσουν:

- α) Την παράλειψη παράνομης συμπεριφοράς ακόμη και πριν αυτή εκδηλωθεί, ιδίως όταν αυτή η συμπεριφορά συνίσταται στη διοτύπωση καταχρηστικών γενικών όρων των συναλλαγών, σε αθέμιτη ή παραπλανητική διαφήμιση, σε απαγορευμένες επιθετικές πωλήσεις ή στην παραγωγή, εισαγωγή ή διάθεση ελαττωματικών προϊόντων επικίνδυνων για την ασφάλεια ή την υγεία του κοινού. Σε περίπτωση παραπλανητικής διαφήμισης, μπορούν να

ζητήσουν και την επαναφορά των πραγμάτων στην προηγούμενη κατάσταση με κάθε πρόσφορο τρόπο, στον οποίο περιλαμβάνεται και η διορθωτική διαφήμιση.

β) Αποζημίωση για τη βλάβη που υφίσταται το καταναλωτικό κοινό. Στην περίπτωση αυτή το ποσό της αποζημίωσης δεν συμπίπτει αναγκαστικά με το άθροισμα των ζημιών που υπέστησαν οι επιμέρους καταναλωτές, στον καθορισμό του όμως λαμβάνεται υπόψη και η ηθική βλάβη της ένωσης ως κοινωνικού φορέα του καταναλωτικού κινήματος.

γ) Την αναγνώριση της ύπαρξης δικαιωμάτων τους από παράνομη συμπεριφορά εις βάρος του καταναλωτικού κοινού.

δ) Τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων για την εξασφάλιση των απαιτήσεών τους για παράλειψη ή αποζημίωση μέχρι την έκδοση εκτελεστικής απόφασης.

3. Οι ενώσεις καταναλωτών δεν δικαιούνται αμοιβή από τα μέλη τους για ατομικά ή συλλογικά μέσα προστασίας που τους παρέχουν.

Άρθρο 19 Ανακριβής πληροφόρηση

1. Οι ενώσεις καταναλωτών ευθύνονται για την ακρίβεια των πληροφοριών που ανακοινώνουν για την ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού.

2. Λόγω διάλυσης ένωσης καταναλωτών αποτελεί και η ανακοίνωση στα μέλη της ή στο καταναλωτικό κοινό ανακριβών πληροφοριών τουλάχιστον τρεις φορές μέσα σε δύο έτη.

3. Τη διάλυση κατά την προηγούμενη παράγραφο ζητούν, μέσα σε προθεσμία ενός έτους από την τελευταία ανακοίνωση ανακριβούς πληροφορίας:

- α) οποιοδήποτε μέλος της ένωσης,
- β) οποιοδήποτε βλάπτεται από την ανακρίβεια, ή
- γ) ο εισαγγελέας αυτεπαγγέλτως.

4. Η ένωση δεν διαλύεται, αν η ανακριβής πληροφορία ή ο τρόπος μετάδοσής της ήταν μικρής σημασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ Επιτροπές φιλικού διακανονισμού

Άρθρο 20 Επιτροπές φιλικού διακανονισμού

1. Σε κάθε νομαρχία συνιστάται από τον αρμόδιο νομάρχη, μέσα σε έξη μήνες από τη δημοσίευση του νόμου αυτού, επιτροπή φιλικού διακανονισμού για την εξώδικη επίλυση των διαφορών ανάμεσα σε παραγωγούς ή προμηθευτές και σε καταναλωτές ή ενώσεις καταναλωτών.

2. Η επιτροπή είναι τριμελής και αποτελείται από:

α) Ένα δικηγόρο, μέλος του οικείου δικηγορικού συλλόγου, που ορίζεται, μαζί με τον αναπληρωτή του, από το διοικητικό συμβούλιο του δικηγορικού συλλόγου, ως πρόεδρος.

β) Έναν εκπρόσωπο του τοπικού εμπορικού και βιομηχανικού επιμελητηρίου που ορίζεται, μαζί με τον αναπληρωτή του, από το επιμελητήριο. Στους νομούς που υπάρχουν βιοτεχνικά και επαγγελματικά επιμελητήρια, το διοικητικό τους συμβούλιο ορίζει επίσης έναν εκπρόσωπο με τον αναπληρωτή του. Στη σύνθεση της επιτροπής μετέχει ο εκπρόσωπος του επιμελητηρίου που είναι υλικά αρμόδιο για τον προμηθευτή.

γ) Έναν εκπρόσωπο των τοπικών ενώσεων καταναλωτών που ορίζεται, μαζί με τον αναπληρωτή του, από τα διοικητικά συμβούλια των ενώσεων. Όπου τέτοιες ενώσεις δεν υπάρχουν, στην επιτροπή συμμετέχει ως τρίτο μέλος εκπρόσωπος του τοπικού εργατικού κέντρου που ορίζεται, μαζί με τον αναπληρωτή του, από τη διοίκηση του κέντρου.

Ο γραμματέας της επιτροπής ορίζεται, μαζί με τον αναπληρωτή του, από το νομάρχη μεταξύ των υπαλλήλων της υπηρεσίας εμπορίου της νομαρχίας.

3. Όπου ο αριθμός υποθέσεων ή οι ειδικές συνθήκες του νόμου το απαιτούν, μπορεί να συνιστώνται περισσότερες επιτροπές.

4. Τα μέλη των επιτροπών ορίζονται στην αρχή κάθε έτους με ετήσια θητεία, η οποία μπορεί να ανανεώνεται απεριόριστα.

5. Αρμόδια είναι η επιτροπή του νομού όπου εκτελέστηκε ή συμφωνήθηκε να εκτελεστεί η παροχή του προμηθευτή στον καταναλωτή.

6. Οι υποθέσεις εισάγονται στην επιτροπή ύστερα από αίτηση του καταναλωτή, της τοπικής ένωσης καταναλωτών, του παραγωγού ή του προμηθευτή.

7. Οι υποθέσεις συζητούνται κατά τη σειρά που κρίνει ο πρόεδρος μέσα σε δεκαπέντε το πολύ ημέρες από την υποβολή της αίτησης και ύστερα από πρόσκληση των ενδιαφερομένων πριν από πέντε ημέρες τουλάχιστον.

8. Η επιτροπή κρίνει κατά το ισχύον δίκαιο. Συμπληρωματικά λαμβάνονται υπόψη τα συναλλακτικά ήθη.

9. Η επιτροπή κρίνει κατά πλειοψηφία και τα πορίσματα της κοινοποιούνται με έγγραφο στους ενδιαφερομένους μέσα σε επτά το πολύ ημέρες από τη συζήτηση.

10. Τα πορίσματα της επιτροπής δεν υπόκεινται σε προσβολή, αναθεώρηση ή ανάκληση, δεν είναι εκτελεστά, δεν παράγουν δικασμένο και δεν αναστέλλουν ούτε επηρεάζουν την πορεία οποιασδήποτε άλλης διαδικασίας.

11. Τα πορίσματα της επιτροπής αρχαιοθετούνται στη νομαρχία και κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να λάβει γνώση και να ζητήσει αντίγραφο.

12. Με απόφαση του αρμόδιου νομάρχη που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως ρυθμίζονται, όπου υπάρχει ανάγκη, οι τεχνικές λεπτομέρειες εφαρμογής του κεφαλαίου αυτού.

13. Στα μέλη των επιτροπών φιλικού διακανονισμού δεν καταβάλλεται αποζημίωση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩ Μεταβατικές και τελικές διατάξεις

Άρθρο 21

1. Καταργείται κάθε διάταξη που αντιβαίνει στις διατάξεις του νόμου αυτού ή αναφέρεται σε θέματα που ρυθμίζονται από αυτόν.

2. Η κοινή απόφαση των Υπουργών Εθνικής Οικονομίας, Δικαιοσύνης και Εμπορίου Φ5206/9.1.1990 (ΦΕΚ Β' 20) καταργείται.

3. Η κοινή απόφαση των Υπουργών Εθνικής Οικονομίας, Δικαιοσύνης, Εμπορίου και αναπληρωτή Υπουργού Βιομηχανίας, Ενέργειας και Τεχνολογίας Α.Π.Β. 7535/1077/31.3.1988 (ΦΕΚ Β' 230) καταργείται.

4. Διατηρούνται σε ισχύ οι διατάξεις για τον αθέμιτο ανταγωνισμό.

5. Αν σε συγκεκριμένη περίπτωση οι κοινές διατάξεις παρέχουν στον καταναλωτή μεγαλύτερη προστασία από την ειδική ρύθμιση του νόμου αυτού, εφαρμόζονται οι κοινές διατάξεις. Εξαιρούνται οι διατάξεις που αφορούν παραγραφές και αποκλειστικές προθεσμίες.

6. Άτυποι κανόνες συμπεριφοράς επαγγελματικών οργανώσεων δεν θίγονται από το νόμο αυτόν, έστω και αν ανάγονται σε θέματα που αυτός ρυθμίζει, στο μέτρο που δεν είναι αντίθετοι προς τις διατάξεις του.

7. Οι διατάξεις του κεφαλαίου Ε' του νόμου αυτού δεν εφαρμόζονται για προϊόντα που τέθηκαν σε κυκλοφορία πριν από την έναρξη της ισχύος του.

8. Ενώσεις καταναλωτών που εγγράφονται στο μητρώο του άρθρου 16 μέσα σε δεκαοκτώ μήνες από την έναρξη της ισχύος του

νόμου αυτού ασκούν τις συλλογικές αγωγές της παραγράφου 2 του άρθρου 18 και πριν από την παρέλευση διετίας από την εγγραφή τους στο μητρώο, εφ' όσον έχουν τουλάχιστον πεντακόσια ενεργά μέλη.

Θήνα 2 Οκτωβρίου 1990

Οι προτείνοντες βουλευτές

Γιάννος Παπαντωνίου
Νικόλαος Ακριτίδης
Γεώργιος Δασκαλάκης
Ιωάννης Ανθόπουλος
Φώτης Αρβανίτης
Ελευθέριος Γκλίναβος
Ιωάννης Διαμαντίδης
Σπύρος Καραμούτσος
Βασίλης Κεδίκογλου
Αλέξανδρος Μπαλτάς
Γεώργιος Τερζόπουλος
Ιωάννης Χαραλάμπους