



www.uom.gr

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Έννοια προμηθευτή καταναλωτή

*ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ κ. Ελευθέριος Σκαλίδης
ΕΞΕΤΑΣΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ κ. Θωμάς Χατζηγάγιος*

*Ευστρατία Μεγγέ
MBA Executive*

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ Σεπτέμβριος 2005

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- a. ΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ Η ΑΥΤΟΠΡΟΣΤΑΣΙΑ**

II. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ

- a. Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΝΟΜΟΘΕΤΗΜΑΤΑ**
- b. ΕΝΝΟΙΑ ΕΡΜΗΝΕΙΑ**
- c. ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΩΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ**
- d. ΤΟ ΠΕΛΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΣΤΑ ΑΚΙΝΗΤΑ**
- e. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ Η ΟΧΙ Ο ΤΕΛΙΚΟΣ ΑΠΟΔΕΚΤΗΣ**
- f. Η ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗ ΤΟΥ ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΥ ΕΜΠΟΡΟΥ**

III. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ

- a. ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΕΥΘΥΝΗΣ – ΕΝΝΟΙΑ**
- b. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ - ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ - ΟΙΟΝΕΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ – ΕΙΣΑΓΩΓΕΑΣ**

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

I. Εισαγωγή

Καταναλωτής: αυτός που καταναλώνει ένα αγαθό, που χρησιμοποιεί κάτι αγοράζοντας το, ο αγοραστής (μεμονωμένο άτομο, νοικοκυριό ή και κράτος)

Προμηθευτής: το πρόσωπο που εφοδιάζει με τα αναγκαία αγαθά, ο επαγγελματίας που προμηθεύει επαγγελματικά διάφορα είδη σε υπηρεσίες, ιδρύματα κλπ¹

1. Αυτό που χαρακτηρίζει τους ορισμούς είναι η γενικότητα και η αφαιρετικότητα προκειμένου να συμπεριλάβουν όσο το δυνατό μεγαλύτερη κατηγορία περιπτώσεων. Σ' ένα δεύτερο επίπεδο η οριοθέτηση μιας έννοιας όπως αυτή του καταναλωτή και του προμηθευτή απαιτεί ειδικότερη και λεπτομερέστερη προσέγγιση ειδικά σ' ένα χώρο όπως αυτός του δικαίου. Αυτή η οριοθέτηση επιχειρείται να επιτευχθεί στη σύντομη ανάλυση που έπεται ενώ παράλληλα γίνεται προσπάθεια να εντοπισθούν και προβληματικές που έχουν αναπτυχθεί από τη μέχρι σήμερα νομοθετική προσέγγιση και νομολογιακή εφαρμογή.

2. Συγκεκριμένα , αφού εντοπιστούν οι λόγοι που ώθησαν στη δημιουργία νομικού πλέγματος γύρω από την έννοια του καταναλωτή θα γίνει μια αναζήτηση της τελευταίας στα ελληνικά νομοθετήματα ώστε να εντοπιστούν οι διαφορετικές αποχρώσεις που κάθε νομοθέτημα της προσδίδει. Έπειτα, θα ακολουθήσει η ανάλυση της έννοιας του καταναλωτή καθώς και κατά πόσο μπορεί να ενταχθεί σ' αυτήν το νομικό πρόσωπο. Προβληματικές όπως αυτή της εφαρμογής το καταναλωτικού δικαίου στα ακίνητα , του τελικού αποδέκτη και ως επαγγελματία καθώς και του ενδιαμέσου εμπόρου θα ολοκληρώσουν την ανάλυση της έννοιας του καταναλωτή. Από την άλλη, στη έννοια του προμηθευτή θα συμπεριληφθούν τόσο η ανάλυση καθεαυτής της έννοιας σε συνδυασμό με τη θεμελίωση της ευθύνης του όσο και επιμέρους προβληματικές του αρχικού και οιονεί παραγωγού όσο και του εισαγωγέα.

¹ Ορισμός από το ΛΕΞΙΚΟ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ του Γ. ΜΠΑΜΠΙΝΙΩΤΗ

a. Νομική προστασία καταναλωτή ή αυτοπροστασία;

3. Όλη η προηγηθείσα αναφορά έγινε στα πλαίσια ενός δικαϊκού πλέγματος προστασίας του καταναλωτή. Ποιοι όμως είναι οι λόγοι² που υπαγορεύουν τη δημιουργία και περαιτέρω εξέλιξη του καταναλωτικού πλέον δικαίου; Εν συντομία εντοπίζονται ως κυριότεροι οι εξής:

4. Η ολοένα αυξανόμενη τεχνολογική εξέλιξη οδήγησε στην αυτοματοποιημένη παραγωγή των προϊόντων η οποία να μιν μείωσε το κόστος και βελτιστοποίησε τις αποδόσεις ωστόσο εισήγαγε νέες πηγές κινδύνων οι οποίες δεν είναι δυνατό ν' ανιχνευτούν από τον κατ' αρχήν άπειρο καταναλωτή.

5. Πολιτικές χαμηλού κόστους και ανταγωνισμός εισήγαγαν στην αγορά νέους τρόπους προώθησης πωλήσεων οι οποίοι αποπροσανατολίζουν τον καταναλωτή. Μαζικά παραγόμενα αγαθά προωθούνται στην αγορά με σκοπό να πείσουν τους αποδέκτες για ακόμη μεγαλύτερη κατανάλωση, εξελιγμένα μοντέλα απαξιώνουν τα προηγούμενα δημιουργώντας πλασματικές ανάγκες, η έμφαση στην εξωτερική εμφάνιση του προϊόντος δε συνοδεύεται απαραίτητα από την αντίστοιχη ποιότητα, ενώ θα έπρεπε να είναι και το ζητούμενο.

6. Οι σύγχρονες μέθοδοι συναλλαγής διαφοροποίησαν την καταναλωτική αγορά και την απομάκρυναν από τις παραδοσιακές πρακτικές όπου ο καταναλωτής προμηθευόταν αυτό που ήθελε όταν πραγματικά το χρειαζόταν και μπορούσε να το αγοράσει. Πωλήσεις από απόσταση και εκτός του εμπορικού καταστήματος, τηλεφωνικές πωλήσεις, χρηματοδοτούμενες πωλήσεις, ΓΟΣ, κλπ.

7. Το καταναλωτικό τοπίο ήρθε να δυσκολέψει και η διαφήμιση, που αποτελεί πλέον την κύρια πηγή πληροφόρησης των καταναλωτών. Το προσλαμβανόμενο διαφημιστικό μήνυμα, που κύριο σκοπό έχει να θέλξει και όχι απλώς να πληροφορήσει, προσεγγίζει τον καταναλωτή ακόμη και άθελά του. Η εικόνα του ιδανικού που προβάλλεται μέσω της διαφήμισης σε συνδυασμό με την υπερβολή και την παραπλάνηση που πολλές φορές χρησιμοποιούν δημιουργούν νέα πρότυπα, επίπλαστες επιθυμίες και ψυχικές ανάγκες που δεν μπορούν ποτέ να ικανοποιηθούν.

² Γ. ΔΕΛΛΙΟΣ « Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου» τεύχος I 2005, σελ. 285 επ.

8. Καταληκτικά, το σημερινό καταναλωτικό περιβάλλον προβάλλει θολό και επικίνδυνο. Δημιουργεί στον τελικό αποδέκτη ανύπαρκτα διλήμματα, ανασφάλεια και αισθήματα μειονεξίας. Γι' αυτό και ο προστατευτικός ρόλος του δικαίου κρίνεται απαραίτητος προκειμένου όχι να οδηγήσει τον καταναλωτή στη σωστή επιλογή, που άλλωστε είναι και υποκειμενική, αλλά να οριοθετήσει το πεδίο εντός του οποίου αυτός δε θα αποβαίνει θύμα εκμετάλλευσης και όπου κυρίαρχες θα προβάλλουν οι πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες του.

II. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ

a. Ο ορισμός του καταναλωτή στα ελληνικά νομοθετήματα

9. Από τα πλείστα νομοθετήματα που θα μπορούσαν ν' απαριθμηθούν το μοναδικό που μας δίνει αυτούσιο ορισμό τόσο του καταναλωτή όσο και του προμηθευτή είναι αυτό του Ν 2251/1994 (που αντικατέστησε το ν.1961/91) το οποίο αποτελεί και το πληρέστερο μέχρι σήμερα πλέγμα προστασίας του καταναλωτή. Συγκεκριμένα, στην τελευταία παράγραφο του αρ. 1 ορίζεται ως καταναλωτής «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο για το οποίο προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά ή το οποίο κάνει χρήση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών εφόσον αποτελεί τον τελικό αποδέκτη τους. Καταναλωτής είναι και κάθε αποδέκτης του διαφημιστικού μηνύματος».

10. Εκτός από το Ν. 2251/94 όπου συναντούμε αυτούσιο τον ορισμό του καταναλωτή υπάρχουν στην ελληνική έννομη τάξη και άλλα νομοθετήματα όπου γίνεται αναφορά στην έννοια του καταναλωτή αλλά με διαφορετικό περιεχόμενο. Όπως προαναφέρθηκε στο προϊσχύσαν νομοθέτημα 1961/91 που αντικατέστησε ο 2251/94, ως καταναλωτής οριζόταν αυτός « που ενεργεί συναλλαγές με σκοπό την απόκτηση ή τη χρησιμοποίηση κινητών ή ακινήτων πραγμάτων ή υπηρεσιών για την ικανοποίηση μη επαγγελματικών του αναγκών». Εν συνεχεία ο Ν. 2251/94 αφαίρεσε μεν από το πεδίο εφαρμογής τα ακίνητα – σε ποιοι βαθμό αυτό ισχύει θα επισημανθεί

παρακάτω – προσέθεσε όμως τον «τελικό αποδέκτη», ανεξάρτητα δηλαδή αν ενεργεί για την ικανοποίηση ιδιωτικών ή επαγγελματικών του αναγκών. Μια επιπλέον διαφορά μεταξύ των δυο αυτών νομοθετημάτων εντοπίζεται και στο πεδίο εφαρμογής του ζημιωθέντα· ενώ δηλαδή στο προϊσχύσαν νομοθέτημα νοούνταν ως καταναλωτές και οι ενδιάμεσοι προμηθευτές που μεσολαβούσαν ανάμεσα στον αρχικό προμηθευτή και τελικό καταναλωτή στο ισχύον νομικό καθεστώς κατ' αρχήν αυτοί δε συμπεριλαμβάνονται – ωστόσο με διορθωτική ερμηνεία σύμφωνα με την Οδηγία 85/374 στο άρθρο 6 π.4 του ν. 2251/94 τελικά υπάγεται όχι μόνον ο τελικός αποδέκτης αλλά και κάθε ζημιωθείς, δηλαδή και ο ενδιάμεσος³.

11. Περαιτέρω διαφορές εντοπίζονται μεταξύ του Ν 2251/94 και του ΠΔ για το ηλεκτρονικό εμπόριο ή της κοινής ΥΑ για την καταναλωτική πίστη καθώς και του ΠΔ για τα οργανωμένα ταξίδια. Συγκεκριμένα, στο εν λόγω ΠΔ ως καταναλωτής ορίζεται «κάθε πρόσωπο που επιδιώκει στόχους μη εντασσόμενους στο πλαίσιο εμπορικής ή επαγγελματικής του δραστηριότητας» σε αντίθεση με το ν. 2251/94 όπου μας ενδιαφέρει ο τελικός αποδέκτης ανεξαρτήτως αν το προϊόν πρόκειται να ικανοποιήσει επαγγελματικές ή ιδιωτικές ανάγκες. Από την άλλη η κοινή ΥΑ εξαιρεί από την προστασία της τα νομικά πρόσωπα τη στιγμή που στο ν. 2251/94 αυτά συμπεριλαμβάνονται ξεκάθαρα. Στο ΠΔ για τα οργανωμένα ταξίδια προσδίδεται μια ευρύτερη έννοια στον καταναλωτή από ότι στη αντίστοιχη του ν. 2251/94. Συγκεκριμένα, ως καταναλωτής ορίζεται «το πρόσωπο που αγοράζει ή αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι ή το πρόσωπο εξ ονόματος του οποίου ο κύριος συμβαλλόμενος αναλαμβάνει ν' αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι ή κάθε άλλο πρόσωπο στο οποίο ο κύριος συμβαλλόμενος ή ένας από τους άλλους δικαιούχους εκχωρεί το οργανωμένο ταξίδι». Αντιληπτό γίνεται ότι οι διαφοροποιήσεις αυτές οφείλονται στις διαφορετικές ratio των διαταγμάτων και νομοθετημάτων τονίζοντας ωστόσο και τη διάσταση που παρατηρείται μεταξύ της έννοιας του καταναλωτή.

12. Η προαναφερθείσα διάσταση όλως παραδόξως εντοπίζεται και μεταξύ των διατάξεων του ιδίου νομοθετήματος και συγκεκριμένα του ν. 2251/94. Στα άρθρα 6-8 περιλαμβάνονται εκτός του τελικού αποδέκτη, που το άρθρο 2 θέτει, και οι ενδιάμεσοι προμηθευτές, εφόσον έχουν υποστεί ζημία από το εν λόγω αγαθό όπως και τρίτοι που δεν έχουν μετέλθει του συμβατικού δεσμού, οι οποίοι απλώς

³ Α ΒΑΛΤΟΥΔΗΣ Η ευθύνη από τα ελαττωματικά προϊόντα ,1999

χρησιμοποίησαν το αγαθό ή την υπηρεσία. Επιπλέον, και στο άρθρο 10 που ρυθμίζονται οι ενώσεις καταναλωτών δε δίνεται η δυνατότητα σε νομικά πρόσωπα να καταστούν μέλη αυτών, αν και στο άρθρο 2 ρητά εμπεριέχονται στην έννοια του καταναλωτή τα νομικά πρόσωπα, για την προστασία και των οποίων έχει τεθεί το διάταγμα αυτό. Ωστόσο, η διάθεση του νομοθέτη αποτυπώνεται ξεκάθαρα στον ευρύτερο ορισμό που θέτει στο άρθρο 2, περιορίζοντας ή και διευρύνοντας τον όπου και όποτε αυτός το κρίνει απαραίτητο. Δηλαδή, το γεγονός της μη συμπεριέλευσης των νομικών προσώπων στις ενώσεις καταναλωτών δεν καταστρατηγεί τη ratio του νομοθετήματος – η ορθότητα αυτής της εξαίρεσης είναι άλλο ζήτημα – απλώς καθιστά σαφή την πρόθεση του για εξαίρεση των νομικών προσώπων μόνο όμως από την περίπτωση των καταναλωτικών ενώσεων.

b. Έννοια –ερμηνεία

13. Μια ιδιαίτερα απλοϊκή προσέγγιση στην έννοια του καταναλωτή θα μπορούσε να χαρακτηρίσει ως τέτοιο οποιοδήποτε καταναλώνει αγαθά ή και αποδέχεται υπηρεσίες. Ωστόσο προκύπτει από τον ορισμό πως δεν εμπεριέχεται στην έννοια ό,τι δεν προσφέρεται στην αγορά, δηλαδή ότι γίνεται σε διαπροσωπικό επίπεδο δίχως ν' απευθύνεται στο ευρύτερο ή τουλάχιστον σ' ένα μέρος του κοινού. Για παράδειγμα ως καταναλωτής, που χρήζει την προστασία του νόμου ως τέτοιος, δεν μπορεί να θεωρηθεί όποιος παραγγέλνει τη δημιουργία ενός πίνακα από τον ερασιτέχνη ζωγράφο γείτονά του ο οποίος γενικότερα δεν πωλεί τα έργα του παρά μόνο σε καλούς γνωστούς και μόνο κατόπιν παραγγελίας. Επιπλέον δεν μπορεί να θεωρηθεί καταναλωτής όποιος αγοράζει το μεταχειρισμένο αυτοκίνητο ενός γνωστού του μόνο και μόνο επειδή γνωρίζει ότι είναι σε άριστη κατάσταση και σε πολύ καλή τιμή. Γενικότερα οι συναλλακτικές επαφές που διέπονται από ένα έντονο προσωπικό χαρακτήρα δύσκολα θα μπορούσαν να προσδώσουν στους ενεχόμενους σ' αυτές την έννοια του καταναλωτή. Βέβαια έχει υποστηριχθεί και η άποψη⁴ ότι θα πρέπει το συγκεκριμένο αγαθό ή η παρεχόμενη υπηρεσία να απευθύνονται στο ευρύ καταναλωτικό κοινό και να μην κατασκευάζονται για εξατομικευμένο αποδέκτη

⁴ Ι. ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2004, σελ 71

όπως και η αντίθετη άποψη ⁵ ότι δηλαδή σύμφωνα και με τη ratio της ρύθμισης η αναφορά του νόμου δε θα πρέπει να ερμηνεύεται περιοριστικά ώστε να εμπίπτει κάθε αγαθό μαζικά ή εξατομικευμένα παραγόμενο. Ορθότερο θα κρινόταν να περιοριστούμε, όπως προαναφέρθηκε, στις σχέσεις που συνάπτονται βασιζόμενες στους διαπροσωπικούς δεσμούς τόσο λόγω της δυσχέρειας συλλογής αποδεικτικών μέσων στις εν λόγω σχέσεις όσο και λόγω του ότι διαφορετικά θα έπρεπε να αποκλείσουμε από την έννοια του καταναλωτή αυτόν που κατά παραγγελία αγοράζει ένα προϊόν – προσαρμοσμένο στις ανάγκες του – μόνο και μόνο επειδή πρόκειται για εξατομικευμένο προϊόν όπως η αγορά ενδύματος από ράφτη.

14. Ένα εξίσου κρίσιμο σημείο του ορισμού, στο οποίο πρέπει να σταθούμε, είναι αυτό του τελικού αποδέκτη του προϊόντος, καθώς ο νομοθέτης στον ν.2251/94 επέλεξε αντικειμενικά με βάση την καταναλωτική συναλλαγή ⁶ και όχι υποκειμενικά όπως προβλέπεται στον ν.1961/91 στο άρθρο 2 παρ. 1 που απαιτούσε για την υπαγωγή στην έννοια του καταναλωτή την ικανοποίηση «μη επαγγελματικών αναγκών». Συγκεκριμένα, ως καταναλωτής θα πρέπει να θεωρηθεί αυτός που αποκτά για δική του χρήση το προϊόν και όχι με σκοπό τη μεταπώληση του ή τον πορισμό κέρδους. Στην κατηγορία αυτή εμπίπτει και ο έμπορος που αποκτά για δική του προσωπική του χρήση το αγαθό αλλά πλέον και για εμπορικές/επαγγελματικές ανάγκες αρκεί να πρόκειται για τον τελικό αποδέκτη - σε αντίθεση με τον προϊσχύσαντα νόμο που απαιτούσε τη χρήση του αγαθού για σκοπούς μη επαγγελματικούς άρθρο 2 Ν 1969/91- δηλαδή ενδιαφέρει πλέον όχι ο σκοπός χρήσης αλλά το τελικό στάδιο χρήσης. Τόσο για την εν λόγω προβληματική εμπόρου/καταναλωτή όσο και γι'αυτήν του «ενδιάμεσου εμπόρου» θα γίνει αναφορά παρακάτω. Αν και προβάλλει δύσκολο να συλληφθεί το πώς θα μπορούσε ν' αποτελέσει κάποιος τον τελικό αποδέκτη μιας υπηρεσίας – όπως και τον προμηθευτή αυτής -, λόγω του χαρακτήρα της ως άμεσα αναλώσιμης, ωστόσο είναι δυνατό και η υπηρεσία να έχει τελικό αποδέκτη όταν για παράδειγμα σε μία σύμβαση (θα συμπληρωθεί ή θα διαγραφεί το παράδειγμα)

15. Η αποδέσμευση αυτή της έννοιας του καταναλωτή από το στοιχείο της ικανοποίησης μη επαγγελματικών αναγκών κρίθηκε από μερίδα της θεωρίας ⁷αταξική

⁵ Σταθόπουλος/Χιωτέλλης/Αυγουστιανάκης σελ.41

⁶ Α. ΚΟΤΖΑΜΠΑΣΗ Οι απαλλακτικές ρήτρες στους ΓΟΣ, 2001 σελ 59

⁷ Ε. ΠΕΡΑΚΗΣ, Η έννοια του καταναλωτή κατά το νέο νόμο 2251/94, ΔΕΕ 1995, τεύχος 1-2 σελ 32

αλλά απαραίτητη προκειμένου να εναρμονισθεί με ορισμένες κοινοτικές οδηγίες⁸. Υπήρξαν όμως και επικριτές της υιοθετούμενης ευρύτατης έννοιας του καταναλωτή⁹ που θεώρησαν πως ένας τέτοιος ορισμός δύσκολα θα μπορέσει να αποκλείσει οποιαδήποτε περίπτωση προμήθειας και αγοράς ακόμη και στα πλαίσια των εμπορικών συναλλαγών. Ένα ακόμη επιχείρημα ήταν αυτό της ανασφάλειας δικαίου ως προς το πεδίο εφαρμογής του νόμου καθώς θα πρέπει να ερευνάται *in concreto* αν ο έμπορος ενήργησε εντός ή εκτός της εμπορικής του δραστηριότητας ώστε ο προμηθευτής να μην είναι δυνατόν εκ των προτέρων να γνωρίζει το δίκαιο που θα εφαρμοστεί στις μεταξύ τους σχέσεις¹⁰. Επιπλέον εκφράστηκαν έντονες επιφυλάξεις για τον εναρμονισμό αυτής της αποδέσμευσης με την εφαρμογή της Σύμβασης των Βρυξελλών¹¹ για την αναγνώριση και εκτέλεση των αλλοδαπών αποφάσεων και την κοινοτική νομοθεσία εν γένει.

16. Ωστόσο, παρόλες τις ερμηνευτικές προσεγγίσεις, το κατά πόσο ο συγκεκριμένος καταναλωτής χρήζει προστασίας θα κριθεί *in concreto* εφόσον ληφθούν υπόψη δύο παράμετροι και συγκεκριμένα όσο αυτή της διαπραγματευτικής υπεροχής του προμηθευτή όσο και αυτή της καταχρηστικής από πλευράς καταναλωτή επίκλησης της προστασίας που ο νόμος προβλέπει. Αναφορικά με την πρώτη παράμετρο ας σημειωθεί ότι η προστασία του νομοθέτη προκρίνεται προς το πρόσωπο του καταναλωτή εφόσον αυτός δεν ασχολείται συστηματικά με την προμήθεια των αγαθών, τουλάχιστον όχι σε τέτοιο βαθμό όσο ο επαγγελματίας-προμηθευτής. Η περιστασιακή και δίχως ιδιαίζουσες γνώσεις ενασχόληση του καταναλωτή με τη συγκεκριμένη αγορά αγαθών είναι που τον καθιστά άξιο προστασίας εφόσον το αντισυμβαλλόμενο μέλος/προμηθευτής σαφώς και υπερέχει. Οι όποιες επιπλέον ικανότητες και γνώσεις που μπορεί ο καταναλωτής να κατέχει είναι δυνατό να τον ωφελήσουν αλλά και να αποβούν εις βάρος του σε περίπτωση που αυτός επικαλεστεί την ιδιότητα που ο νόμος του αναγνωρίζει ως ασθενέστερο μέρος και ως εκ τούτου προβεί σε καταχρηστική επίκληση του νόμου.

17. Στο σημείο αυτό κρίνεται απαραίτητο να προσδιορίσουμε το «**μέσο καταναλωτή**» που ο νόμος προκρίνει να προστατεύσει. Μία άποψη υιοθετεί το

⁸ 85/577 για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, 87/102 για καταναλωτική πίστη

⁹ Ε. ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ, ο ν 2251/94 την προστασία του καταναλωτή, ομοιότητες και διαφορές από το Ν. 1961/91, ΑΡΜΕΝΟΠΟΥΛΟΣ 1996, τόμος 3, σελ 289

¹⁰ Ε. ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ Δίκαιο προστασίας καταναλωτή, Ελληνικό- Κοινοτικό 1996, σελ 40

¹¹ όπως και η υποσημείωση Νο 6

εμπειρικό πρότυπο του καταναλωτή ως απροετοίμαστου και επιφανειακού παρατηρητή¹². Τον ώριμο, ενήμερο και «λογικά προσεκτικό» καταναλωτή πρόκρινε το κοινοτικό δικαστήριο απορρίπτοντας από τα εθνικά χρησιμοποιούμενα κριτήρια εκείνα που προστατεύουν τον καταναλωτή με ευφυΐα και προσοχή κάτω του μέσου όρου¹³. Συγκεκριμένα το ΔΕΚ με δύο αποφάσεις του¹⁴ οριοθέτησε ως καταναλωτή εκείνον που είναι ενεργητικός, ψάχνει για πληροφόρηση και με βάση αυτήν κάνει τις επιλογές του¹⁵ – εξυπακούεται πως τόσο η έρευνα όσο και η ενημέρωση του γίνονται σε συνθήκες διαφάνειας που παρέχουν τη δυνατότητα λήψης πληροφοριών. Ως εκ τούτου εθνικά μέτρα που διευρύνουν την ανωτέρω προσδιορισθείσα έννοια και σε καταναλωτές που δεν μπορούν να προβούν ούτε σε συλλογή πληροφοριών ούτε σε στάθμιση των προσφερόμενων προϊόντων ώστε να καταλήξουν στην πλέον συμφέρουσα γι' αυτούς αγορά, λόγω δικής τους αδυναμίας, θεωρούνται από μια μερίδα της θεωρίας αντίθετα προς το κοινοτικό δίκαιο¹⁶. Ωστόσο, δε θα πρέπει να ξεχνάμε τη δυνατότητα που έχουν τα κράτη – μέλη να θεσπίζουν ένα ευρύτερο πλέγμα απ' αυτό των κοινοτικών διατάξεων καθώς οι Κοινοτικές Οδηγίες παρέχουν ένα ελάχιστο πλέγμα προστασίας.

18. Η ΑΠ 1219/2001 στηρίχθηκε στο νέο πρότυπο καταναλωτή που τείνει να προβάλλει: αυτό του «επιφανειακά προσλαμβάνοντος αλλά προσεκτικά σκεπτόμενου καταναλωτή» - το οποίο βασιζόμενο στην οδηγία της παραπλανητικής διαφήμισης – αποτελεί ένα συνδυασμό των δύο προηγούμενων. Στην εν λόγω απόφαση υιοθετήθηκε το «ενδιάμεσο πρότυπο του συνήθως απρόσεκτου μεν ως προς την ενημέρωσή του, αλλά διαθέτοντος τη μέση αντίληψη κατά το σχηματισμό της δικαιοπρακτικής του αποφάσεως καταναλωτή του συγκεκριμένου είδους αγαθών ή υπηρεσιών».¹⁷

19. Ορθότερο είναι να εφαρμόζονται και στην περίπτωση του καταναλωτή τα δύο κριτήρια, το αντικειμενικό και το υποκειμενικό – όπως άλλωστε εφαρμόζονται στην

¹² υποσημείωση Νο 194 σε Γ.ΔΕΛΛΙΟ, Σκέψεις με αφορμή την ΑΠ 1219/2001, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗ 2001,σελ.1496

¹³ Ι. ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2004, σελ. 76, ΔΕΚ Υποθ. C 238/89 & C 315/92

¹⁴ Υποθ. C 210/96 & υποθ. C 303/97

¹⁵ Γ. ΑΡΓΥΡΟΣ, Η ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής αγοράς και η προστασία του καταναλωτή στη νομολογία του ΔΕΚ, ΔΕΕ 2001, σελ 1181

¹⁶ Γ. ΑΡΓΥΡΟΣ, ως ανωτέρω, σελ. 1182

¹⁷ Γ. ΔΕΛΛΙΟ, Σκέψεις με αφορμή την ΑΠ 1219/2001, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗ 2001,σελ.1515

περίπτωση του επιμελούς συναλασσόμενου. Στο πρώτο ο καταναλωτής θα κριθεί με βάση τις κρατούσες αντιλήψεις στα συναλλακτικά ήθη, δηλαδή το τι οφείλει να γνωρίζει ο μέσος σε επίπεδο μόρφωσης και συναλλακτικής εμπειρίας καταναλωτής. Σύμφωνα με το δεύτερο κριτήριο ο καταναλωτής θα τύχει προστασίας εφόσον δείχνει την επιμέλεια που δείχνει στις συναλλαγές του, ακόμη και αν αυτή υπολείπεται της επιμέλειας που ο νόμος θα αξίωνε από τον καταναλωτή να δείξει απέναντι στον αντισυμβαλλόμενο του.

20. Επανερχόμενοι στην καταχρηστική επίκληση της προστασίας από πλευράς καταναλωτή αυτή θα κριθεί σύμφωνα με τα άρθρα 281 & 288 ΑΚ προκειμένου να μην καταστρατηγηθεί η διάταξη του νόμου που θέλει να προστατεύσει τον καταναλωτή εκείνο που είναι το ασθενέστερο μέλος και όχι εκείνον που ναι μεν περιβάλλεται το μανδύα του καταναλωτή εφόσον καταναλώνει αγαθά ή υπηρεσίες ωστόσο βρίσκεται σε πλεονεκτικότερη του προμηθευτή θέση λόγω είτε της οικονομικής ισχύος που μπορεί αυτός να διαθέτει είτε λόγω της αυξημένης συναλλακτικής του εμπειρίας ή από οποιοδήποτε άλλη αιτία.

ε. Το νομικό πρόσωπο ως καταναλωτής

21. Αν και πρωτύτερα, σύμφωνα άλλωστε και με το άρθρο 2 του ν. 2251/94 ρητά αναφέρθηκε η ένταξη και των νομικών προσώπων στην ευρύτερη έννοια του καταναλωτή, ωστόσο το ζήτημα δεν είναι τόσο απλό. Υπάρχει μία σειρά από ελληνικά και κοινοτικά νομοθετήματα – όπως η Οδηγία 85/577 για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, Οδηγία 87/105 για την καταναλωτική πίστη και πλήθος άλλων – εναρμονισμένα με κοινοτικές οδηγίες, που δεν συμπεριλαμβάνουν τα νομικά πρόσωπα στην προστασία που ο νόμος αξιώνει για τα φυσικά πρόσωπα. Το επιχείρημα υπέρ της άποψης αυτής είναι πως τα νομικά πρόσωπα δε χρίζουν προστασίας καθώς δε διέπονται από τα χαρακτηριστικά εκείνα που καθιστούν τα φυσικά πρόσωπα επιρρεπή και ευπρόσβλητα σε επηρεασμούς όπως η παρόρμηση, η πλασματική κάλυψη αναγκών. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται «κατά τεκμήριο προσφέρουν σαφώς περιορισμένο πεδίο παρενόχλησης ή αιφνιδιασμού, είναι

λιγότερο επιρρεπή στην παρόρμηση και σε κάθε περίπτωση η απόφασή τους για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών λαμβάνεται με γνώση και ύστερα από συλλογικές, πάντως ελεγχόμενες διαδικασίες»¹⁸.

22. Στον αντίποδα βρίσκεται, εκτός του Ν. 2251/94, η Οδηγία 84/450 για την παραπλανητική διαφήμιση. Σύμφωνα με τη ratio της Οδηγίας αυτής, που δε κάνει διάκριση σε μικρομεσαίες ή οικογενειακές επιχειρήσεις αλλά εντάσσει όλα τα νομικά πρόσωπα ανεξαρτήτως του οικονομικού τους μεγέθους¹⁹, και τα νομικά πρόσωπα μπορούν να αξιώσουν προστασίας ως καταναλωτές γιατί ακόμη και αυτά μπορεί να βρεθούν σε θέση δυσμενή αναφορικά με τις συναλλαγές που διενεργούν – εφόσον πάντα αποτελούν τον τελικό αποδέκτη. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και το προσχέδιο της οδηγίας για τα καταναλωτικά αγαθά – αν και δε ίσχυσε επειδή θα προκαλούσε μεγαλύτερη σύγχυση αναφορικά με την έννοια του καταναλωτή – όπου οριζόταν ότι «φυσικά ή νομικά πρόσωπα που αγοράζουν καταναλωτικά αγαθά για σκοπούς εκτός της μεταπώλησης ή της διάθεσής τους σε τρίτα πρόσωπα με σκοπό βιοποριστικό, εξομοιώνονται με καταναλωτές, όταν οι συνθήκες και η φύση της συναλλαγής είναι τέτοιες, ώστε να μην διακρίνεται αυτή από τις αγορές που πραγματοποιούνται κανονικά από τους καταναλωτές²⁰». Χαρακτηριστικό είναι και το παράδειγμα από τη γαλλική νομολογία όπου η έννοια του καταναλωτή προσδόθηκε σε εταιρεία μεσιτείας ακινήτων για την αγορά ενός συστήματος συναγερμού καθώς αυτή βρισκόταν στην ίδια κατάσταση άγνοιας με οποιοδήποτε άλλο καταναλωτή²¹. Επομένως το γεγονός της οικονομικής δύναμης που ενδέχεται να παρουσιάζουν τα νομικά πρόσωπα, της διαχείρισης από περισσότερα του ενός φυσικά πρόσωπα που εξασφαλίζει ικανή εμπειρία και τεχνογνωσία μπορεί παρόλα αυτά να αξιώσει την προστασία που ο νόμος προσφέρει στον καταναλωτή εφόσον αυτά δε βρίσκονται σε διαπραγματευτική υπεροχή με τον αντισυμβαλλόμενο τους προμηθευτή· ιδιαίτερα στην περίπτωση της ελληνικής οικογενειακής ομόρρυθμης εταιρείας ή μονοπρόσωπης ΕΠΕ από τις οποίες πολλές ιδρύονται για φορολογικούς λόγους και συνήθως ένα και πάλι πρόσωπο είναι

¹⁸ ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ σε ΓΕΩΡΓΙΟ ΔΕΛΛΙΟ «Προστασία των καταναλωτών και σύστημα ιδιωτικού δικαίου τόμος Ι» υποσημείωση Νο 191, σελ. 55

¹⁹ Ήδη από τον Ν. 1961/91 είχε γίνει η σχετική επισήμανση για το νομοθετικό κενό της προστασίας της μικρής ή μεσαίας επιχείρησης από την αντιπολίτευση πριν από την ψήφιση του νόμου αυτού καθώς τα προβλήματα που αυτή αντιμετώπιζε απέναντι στις μεγάλες επιχειρήσεις ήταν παρόμοια με αυτά του καταναλωτή. ΛΙΑΚΟΠΟΥΛΟΣ / ΧΡΙΣΤΙΑΝΟΣ / ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ Δίκαιο προστασίας καταναλωτή σελ. 24

²⁰ Ε. ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ Δίκαιο προστασίας καταναλωτή, Ελληνικό- Κοινοτικό 1996, σελ 36

²¹ Cass 28.4.87 D 1987 Somm 455, Υποσημείωση Νο 9 σε . Α. ΚΟΤΖΑΜΠΑΣΗ Οι απαλλακτικές ρήτρες στους ΓΟΣ ,2001 σελ 60

ο φορέας της επιχείρησης²². Όπως όμως προαναφέρθηκε, αν η επίκληση της προστασίας του νόμου γίνει καταχρηστικά, τότε με επίκληση των άρθρων 281 & 288 ΑΚ μπορεί και να μην ενταχθεί στο προστατευτικό πλέγμα των διατάξεων για την προστασία των καταναλωτών. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα οποιασδήποτε τράπεζας ή μεγάλης δημόσιας επιχείρησης-καταναλωτή που προμηθεύονται από την μικρομεσαία επιχείρηση αγαθά ή υπηρεσίες²³ οπότε και οι πρώτες ορώμενες μεν από την πλευρά του καταναλωτή θα βρίσκονται ωστόσο σε διαπραγματευτική υπεροχή σε σχέση με τον προμηθευτή.

23. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί πως τα νομικά πρόσωπα εντάσσονται στην προστασία του νόμου για τα ελαττωματικά προϊόντα άρθρο 6 Ν.2251/94 εφόσον επιδιώκουν σκοπούς μη εμπορικούς όπως σωματεία ή ιδρύματα. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Δέλλιος²⁴ «η ανυπαρξία πελατειακών σχέσεων στα εν λόγω νομικά πρόσωπα επιφέρει αδυναμία μετακύλισης του ενδεχόμενου κόστους ασφάλισης ή λήψης νομικών συμβουλών και, ως εκ τούτου, συνεπάγεται μειωμένη δυνατότητα αυτοπροστασίας τους».

d. Το πεδίο εφαρμογής στα ακίνητα

24. Με την εφαρμογή σε ισχύ του Ν. 2251/94 μέρος της θεωρίας²⁵ θεώρησε πως η αντικατάσταση των ακίνητων πραγμάτων από προϊόντα και υπηρεσίες έγινε σε μία προσπάθεια περιορισμού των υπερβολών που θα ανέκυπταν από τον ευρύτατο ορισμό του καταναλωτή. Με αυτόν τον τρόπο όμως περιορίστηκε η προστασία του καταναλωτή – την οποία εξασφάλιζε ο Ν. 1961/91 – όταν για παράδειγμα αυτός θα προέβαινε, για την κάλυψη ιδιωτικών του αναγκών, σε μίσθωση ή αγορά ακινήτου. Η ηθελημένη αυτή παράλειψη του νομοθέτη να συμπεριλάβει και τα ακίνητα στις καταναλωτικές συναλλαγές που συνεχίστηκε και σε μία σειρά νομοθετημάτων όπως άρθρο 3παρ.2α Οδηγίας 85/577, άρθρο 7εδ.α-γ της ΚΥΑ 983/91 καταδεικνύει τη

²² Χαρακτηριστική η αναφορά σε Γ. ΔΕΛΛΙΟ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου 2005, σελ. 55

²³ Α. ΚΟΤΖΑΜΠΑΣΗ, Οι απαλλακτικές ρήτρες στους ΓΟΣ 2001, σελ61

²⁴ Γ. ΔΕΛΛΙΟ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου 2005, σελ. 56

²⁵ Ε. ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ, Αρμενόπουλος 1996 τεύχος 3, σελ. 289

σπουδαιότητα που ο νομοθέτης αποδίδει στις εν λόγω συναλλαγές²⁶. Η προεργασία στην οποία ο καταναλωτής αποβαίνει λόγω του υψηλού οικονομικού κόστους, η τήρηση του συμβολαιογραφικού τύπου, αποτελούν δικλείδα ασφαλείας πως αυτός δε θ' αποφασίσει απερίσκεπτα και βεβιασμένα. Βέβαια στις συμβάσεις ακινήτων εμπριέχονται και οι μισθωτικές που ως μικρότερης οικονομικής αξίας θα κρινόταν σκόπιμο να περιληφθούν στο προστατευτικό πλέγμα των διατάξεων, γι' αυτό άλλωστε και η θεωρία προτείνει εν προκειμένω συσταλτική ερμηνεία για τις συμβάσεις που δεν περιβάλλονται το συμβολαιογραφικό τύπο²⁷.

ε. Επαγγελματίας ή όχι ο τελικός αποδέκτης;

25. Τελικά η μεγαλύτερη διαφορά με το προϊσχύσαν δίκαιο αλλά και η σημαντικότερη προβληματική αναφορικά με την έννοια του καταναλωτή εντοπίζεται στον αν η επαγγελματική δραστηριότητα του τελικού αποδέκτη θα πρέπει να είναι εμπόδιο για την υπαγωγή του στην προστασία του πλέγματος των καταναλωτικών διατάξεων ή όχι. Αν και δεν μπορεί ν' αποτελέσει τμήμα της παρούσης ανάπτυξης η διαφοροποίηση που παρατηρείται στη συγκεκριμένη προβληματική στη νομοθεσία του ενός κράτους από το άλλο, ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι έχουν υποστηριχθεί σχεδόν όλες οι απόψεις · δηλαδή, τόσο η εξαίρεση από την έννοια του καταναλωτή των εμπόρων²⁸ – είτε αυτοί ακούν πράγματι την εμπορική δραστηριότητα είτε είναι απλώς καταχωρημένοι στα αντίστοιχα μητρώα ως τέτοιοι – τόσο και η σχεδόν πλήρης ένταξη του εμπόρου στην έννοια του καταναλωτή²⁹ – είτε πρόκειται για το μικρόεμπορο είτε και για κάθε επαγγελματία αρκεί ο τελευταίος να συγκεντρώνει στο πρόσωπο του την ιδιότητα του τελικού αποδέκτη.

²⁶ «από τη φύση τους οι συναλλαγές αυτές έχουν τέτοια σπουδαιότητα ώστε να προκαλούν την ιδιαίτερη προσοχή και περίσκεψη του καταναλωτή, ο οποίος μπορεί να αυτοπροστατεύεται» Α. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗΣ Ειδ.Ενοχ.Δ. 2004

²⁷ ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ, ΣΚΟΡΙΝΗ –ΠΑΠΑΡΡΗΓΟΠΟΥΛΟΥ σε ΔΕΛΛΙΟ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου 2005, σελ. 59

²⁸ Κυρίως στο γερμανικό δίκαιο, σχετικά σε Γ. ΔΕΛΛΙΟ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου 2005, σελ. 25 επόμενα

²⁹ Από τα πλέον χαρακτηριστικά παραδείγματα ο Ν. 2251/94

26. Σύμφωνα με μία πρώτη άποψη η ratio του νόμου είναι να ωφελήσει εκείνους που δε συμβάλλονται με τον προμηθευτή για λόγους επαγγελματικούς παρά μόνο για την ικανοποίηση εξωεπαγγελματικών αναγκών, δηλαδή για αυστηρά προσωπικούς, οπότε και να μην ενδιαφέρει η όποια ενασχόληση του καταναλωτή είτε αυτός είναι έμπορος είτε όχι³⁰. Ωστόσο η άποψη αυτή ουσιαστικά επαναλαμβάνει το προϊσχύσαν δίκαιο απορρίπτοντας από την προστασία του νόμου για παράδειγμα το δικηγόρο που κάνει χρήση του Η/Υ και για προσωπική του χρήση, και προσπαθεί να εναρμονισθεί περισσότερο με την ερμηνεία της σχετικής Οδηγίας παρά με τον ισχύοντα Ν. 2251/94³¹.

27. Μία δεύτερη άποψη³² που δεν περιλαμβάνει στην έννοια του καταναλωτή τον έμπορο που χρησιμοποιεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες για τις επαγγελματικές του δραστηριότητες λόγω ακριβώς της μετακύλισης του κόστους στον πελάτη του ουσιαστικά απομονώνει την όποια επένδυση που ο πρώτος μπορεί να κάνει παραγνωρίζοντας τη χρήση και από τον ίδιο τον επαγγελματία – όπως ανωτέρω το παράδειγμα του δικηγόρου με τον Η/Υ. Όπως άλλωστε ορθά παρατηρεί και ο Δέλλιος «η όποια μετακύλιση κόστους τελεί υπό τον έλεγχο του ανταγωνισμού: Κανένας πελάτης δεν είναι διατεθειμένος να πληρώσει ακριβότερα ένα προϊόν επειδή η κατασκευάστρια εταιρεία μετακυλίζει σ' αυτόν τους τόκους του υπέρμετρου τραπεζικού δανεισμού ...»³³.

28. Η τρίτη άποψη³⁴ που συμπεριλαμβάνει στους καταναλωτές του ελεύθερους επαγγελματίες εκτός αυτών που έχουν την εμπορική ιδιότητα δε βρίσκει νομοθετικό έρεισμα ούτε στο γράμμα του νόμου ούτε στη ratio της διαπραγματευτικής υπεροχής.

29. Μια τέταρτη άποψη³⁵ θέλει καταναλωτή τον έμπορο μεν αλλά όχι για την αγορά πρώτων υλών, ανταλλακτικών και παρόμοιων – δηλαδή όσων στοιχείων αποτελούν το κυκλοφορούν ενεργητικό μιας εμπορικής δραστηριότητας· παρά μόνο για την αγορά των παγίων των οποίων τελικός αποδέκτης μπορεί να είναι και ο έμπορος. Η άποψη αυτή πλησιάζει περισσότερο στη ratio του νόμου δίχως να

³⁰ Σχετικό άρθρο Μ. ΠΥΡΟΒΕΤΣΗ στον ΑΡΜΕΝΟΠΟΥΛΟ 1996 τεύχος 3, σελ. 299 επ.

³¹ βλ. σχετικά ΚΑΡΝΟΠΟΥΛΟΥ υποσημείωση 115 σελ 245 σε Γ. ΔΕΛΛΙΟΣ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου τεύχος ΙΙ 2001

³² Γ. ΜΕΝΤΗΣ Γενικοί όροι συναλλαγών σε καταναλωτικές και εμπορικές συμβάσεις 2000, σελ 9

³³ Γ. ΔΕΛΛΙΟΣ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου τεύχος ΙΙ 2001 σελ. 246

³⁴ Μ. ΚΑΡΑΣΗΣ Γενικές Αρχές Ι σελ 520

³⁵ Ε. ΠΕΡΑΚΗΣ «Η έννοια του καταναλωτή κατά το νέο νόμο 2251/94», ΔΕΕ 1995 τευχος 1 σελ 32

διευρύνει υπέρμετρα το πλέγμα προστασίας στους εμπόρους αλλά παράλληλα αναγνωρίζοντας την ανάγκη να περιληφθεί μία κατηγορία με ένα σχετικά ευδιάκριτο και ασφαλές κριτήριο.

30. Επικριτές της διευρυμένης έννοιας του καταναλωτή η οποία θέλει να συμπεριλάβει και τον έμπορο στις προστατευτικές της διατάξεις θα υπάρχουν· ακόμη και όταν το ίδιο το ΔΕΚ στην πολυσυζητημένη υπόθεση Di Pinto³⁶ αναγνωρίζει στον εθνικό νομοθέτη τη δυνατότητα να παρέχει στον έμπορο, για τις συναπτόμενες συμβάσεις εκτός καταστήματος, την προστασία του καταναλωτή από τη στιγμή που ο έμπορος στο άρθρο 2 της σχετικής Οδηγίας 85/577 δε θεωρείται καν καταναλωτής – πόσο μάλλον όταν στη δική μας διευρυμένη έννοια του τελικού αποδέκτη κατ' αρχήν δεν εξαιρείται ο έμπορος. Σαφής ήταν άλλωστε ήταν και η θέση της εισηγητικής επιτροπής του ν.2251/94 που ³⁷ θέτοντας έναν τόσο ευρύ ορισμό θέλησε να διαφοροποιηθεί από τον προϊσχύσαντα Ν 1961/91 «όπου οι αντίστοιχοι ορισμοί απέκλειαν από την προστασία του νόμου ευρύτατες κατηγορίες καταναλωτών...».

31. Σε κάθε περίπτωση κρίνοντας in concreto την κάθε υπόθεση και έχοντας υπόψη ο εφαρμοστής του δικαίου τις προηγηθείσες προβληματικές με πυξίδα «τη διαπραγματευτική ανισότητα που συνεπάγεται η ερασιτεχνική προμήθεια μεμονωμένων αγαθών από τον τελικό αποδέκτη»³⁸ είτε αυτός είναι έμπορος είτε όχι μπορεί να προχωρήσει σε ορθή υπαγωγή της και είτε να συμπεριλάβει είτε ν' αποκλείσει τον έμπορο από την έννοια του καταναλωτή/τελικού αποδέκτη. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή ώστε να μην ευνοηθούν εκείνες ακριβώς οι περιπτώσεις όπου οι μεγάλες επιχειρήσεις προμηθεύονται αγαθά και υπηρεσίες εκμεταλλευόμενες το οικονομικό μέγεθος και τη θέση ισχύος τους και από την άλλη να μην εξαιρεθούν οι έμποροι που ικανοποιούν τόσο επαγγελματικές όσο και προσωπικές τους ανάγκες με την αγορά αγαθών και τη χρήση υπηρεσιών.

³⁶ Υπόθεση C- 361/89, ΝοB 1992. σελ 951

³⁷ Β. ΠΑΠΑΔΟΓΑΜΒΡΟΥ , Δίκιο προστασίας του καταναλωτή Νομική Βιβλιοθήκη 1996, σελ. 54

³⁸ Γ. ΔΕΛΛΙΟ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου 2005, τεύχος Ι σελ. 41

f. Η προβληματική του ενδιάμεσου εμπόρου

32. Θα μπορούσε κανείς εύλογα ν' αναρωτηθεί για το εναπομείναν πλαίσιο προστασίας του ενδιάμεσου εμπόρου από τη στιγμή που ο νόμος ξεκάθαρα θέτει το κριτήριο του τελικού αποδέκτη. Και ναι μεν ο νόμος εν προκειμένω εμφανίζεται ξεκάθαρος, μήπως όμως θα έπρεπε να προβούμε σε διασταλτική ερμηνεία προκειμένου να συμπεριληφθούν ορισμένες περιπτώσεις που εμφανίζουν αρκετές ομοιότητες με αυτές του τελικού αποδέκτη;

Ουσιαστικά η ratio του τελικού αποδέκτη υιοθετεί τη διαπραγματευτική ανισότητα που ο τελικός αποδέκτης έχει έναντι του προμηθευτή του κάτι που προφανώς δεν αναγνωρίζει ο νόμος πως ισχύει στην περίπτωση του ενδιάμεσου εμπόρου με το δικό του προμηθευτή ακριβώς γιατί εν προκειμένω πρόκειται για έμπορο με καλύτερη ενημέρωση από τον ιδιώτη, με μεγαλύτερα περιθώρια κινήσεων και επαρκέστερη οργάνωση σε περίπτωση ανώμαλης εξέλιξης της συμφωνίας. Ωστόσο, όπως ορθά παρατηρεί και ο Δέλλιος³⁹ δεν πρόκειται για ποιοτική διαφορά του τελικού αποδέκτη από τον ενδιάμεσο αλλά για ποσοτική. Δηλαδή, είναι πολύ λιγότερες οι περιπτώσεις που ο ενδιάμεσος έμπορος θα χρειαστεί την προστασία του νόμου λόγω των ιδιαίτερων γνωρισμάτων που οι εμπορικές συναλλαγές εμφανίζουν: ταχύτητα, εμπειρία, ανταγωνισμό, πρόσθετα οφέλη που προκύπτουν από χαμηλότερα επιτόκια, περισσότερα πιο ευέλικτα και ασφαλέστερα προϊόντα χρηματοδότησης.. Έμμεσα λοιπόν ο νόμος αναγνωρίζει στον ενδιάμεσο έμπορο τη δυνατότητα αυτοπροστασίας σε αντίθεση με τον ιδιώτη καταναλωτή-τελικό αποδέκτη.

33. Αν όμως απομονώσουμε την επαγγελματική/ενδιάμεση συναλλαγή από την αλυσίδα των συναλλαγών που απαρτίζουν τη διαδρομή από τον αρχικό προμηθευτή μέχρι τον τελικό αποδέκτη σίγουρα θα βρούμε και σ' αυτήν διαπραγματευτική υπεροχή του προμηθευτή απέναντι στον έμπορο σε κάποιο βαθμό. Είναι όμως αρκετές οι όποιες ομοιότητες για να παραγνώρισουμε ότι αυτόν ακριβώς τον κίνδυνο αναλαμβάνει ο ενδιάμεσος έμπορος σε σύγκριση με τον τελικό αποδέκτη; Έναν κίνδυνο μάλιστα που συχνά και σε μεγάλο ποσοστό τον μετακυλίζει στο δικό του πελάτη. Μήπως κρίνεται ορθότερο να αφήσουμε την αγορά να λειτουργεί με τους δικούς της κανόνες και, τουλάχιστον στο επίπεδο του καταναλωτικού δικαίου, να

³⁹ Γ. ΔΕΛΛΙΟ Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου 2001, τεύχος II σελ. 229

αρκεστούμε στην προστασία αυτών που εμφανίζουν περισσότερα έντονα τα στοιχεία του καταναλωτή όπως απειρία, έλλειψη εξειδικευμένης γνώσης. Σίγουρα οι διαχωριστικές γραμμές είναι δυσδιάκριτες, κάποιας έντασης επιχειρηματική ανισότητα υπάρχει και στην προμήθεια των πρώτων υλών από την αυτοκινητοβιομηχανία, δεν θα υποστηρίξει κανείς όμως ότι χρήζει προστασίας ως ενδιάμεσος· και όπως ο J. F. Kennedy είπε⁴⁰ «καταναλωτές είμαστε όλοι» δεν χρήζουν όμως όλοι της ίδιας προστασίας από το νόμο.

⁴⁰ Εισηγητική έκθεση Ν. 2251/94 Δ. ΚΟΥΤΣΟΥΚΗΣ τόμος 7 σελ. 86 κατά παραπομπή από Ε. ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ Αθέμιτος ανταγωνισμός και προστασία του καταναλωτή 1986 σελ 41

III. Προμηθευτής

a Θεμελίωση ευθύνης - έννοια

34. Στην παρ.4 στοιχ. β του άρθρου 2 του Ν 2251/94 στην έννοια του προμηθευτή εκτός των άλλων περιλαμβάνεται «κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που, κατά την άσκηση της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής του δραστηριότητας, προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες στον καταναλωτή. Προμηθευτής είναι και ο διαφημιζόμενος. Προμηθευτής είναι επίσης και ο παραγωγός ως προς την ευθύνη του για ελαττωματικά προϊόντα».

35. Προκύπτει από τα ανωτέρω πως η έννοια του καταναλωτή είναι αλληλένδετη με αυτήν του προμηθευτή και προκειμένου να προσδιοριστεί η μία πρέπει να οριοθετηθεί και η δεύτερη. Μάλιστα, θα μπορούσε να δημιουργηθεί η αίσθηση στον αναγνώστη πως ο καταναλωτής είναι αυτός που καταναλώνει ό,τι ο προμηθευτής παράγει - πράγμα όχι τελείως αληθές.

36. Από την προηγηθείσα αναφορά στον ορισμό του προμηθευτή σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 4 του ν. 2251/94, σε συνδυασμό με την έννοια του καταναλωτή, γίνεται αντιληπτό πως, εκτός του αντισυμβαλλομένου του καταναλωτή, – που με τη μορφή που έχουν πάρει οι σημερινές συναλλαγές πρόκειται συνήθως για τον πωλητή – στην έννοια του προμηθευτή εντάσσεται και ο αρχικός προμηθευτής. Σημειωτέον πως εκτός του αρχικού ορισμού του άρθρου 1 του ν. 2251/94 ο ίδιος νόμος στην παράγραφο 6 με τη στοιχειοθέτηση της ευθύνης του παραγωγού οριοθετεί πληρέστερα τόσο την έννοια του προμηθευτή όσο και το πεδίο προστασίας του καταναλωτή. Εδώ ακριβώς ανακύπτει η ακόλουθη προβληματική που αποτέλεσε αφορμή για τη διατύπωση πλείστων απόψεων από την πλευρά της θεωρίας: πώς είναι δυνατό ν' αποδοθούν ευθύνες, σε περίπτωση που δεν εξελιχθεί ομαλά η πορεία της καταναλωτικής σύμβασης, σε εκείνο το πρόσωπο που διόλου συναλλάχθηκε με τον τελικό αποδέκτη, είτε πρόκειται για τον παραγωγό είτε για τον αρχικό προμηθευτή είτε ακόμη και για τον εισαγωγέα;

37. Οι θεωρίες που διατυπώθηκαν και θ' αναφερθούν εν συντομία παρακάτω βασίζονται στο γεγονός πως οι σημερινοί ρυθμοί συναλλαγών επιτρέπουν πολύ λίγα περιθώρια κινήσεων στους πωλητές / αντισυμβαλλόμενους του τελικού αποδέκτη. Συνήθως δεν σχετίζονται διόλου με τη γραμμή παραγωγής παρά μόνο με τη διεκπεραίωση των παραγγελιών και την όσο το δυνατό καλύτερη προώθηση των προϊόντων στην αγορά. Δεν είναι λοιπόν σε θέση να γνωρίζουν τις όποιες ιδιαιτερότητες του κάθε προϊόντος όπως ο παραγωγός του αν και αυτοί τελικά συνδιαλλάσσονται με τον καταναλωτή.

38. Από τη μία, οι συμβατικές θεωρίες προσπαθούν να καταστήσουν και τον καταναλωτή μέρος του συμβατικού δεσμού μεταξύ του παραγωγού και του τελικού προμηθευτή είτε με την εφαρμογή του άρθρου 288 ΑΚ⁴¹—αρκεί ν' αποδειχθεί η εγγύτητα των τρίτων/καταναλωτών στην οφειλόμενη παροχή σωρευτικά με το έντονο ενδιαφέρον του δανειστή— είτε με την αποκατάσταση της ζημίας τρίτου⁴². σε επίπεδο τουλάχιστον του ελληνικού δικαίου κάτι τέτοιο δεν μπορεί βάσιμα να υποστηριχθεί. Το ίδιο ισχύει και για τη συμβατική θεωρία της εγγυοδοτικής σύμβασης όπου γίνεται προσπάθεια να θεωρηθούν ως σιωπηρές συμβάσεις του αρχικού παραγωγού με τον τελικό αποδέκτη οι όποιες οδηγίες δίνει ο πρώτος για τη χρήση του προϊόντος ή η αναγραφή της προέλευσης του— «μόνο ως ισχυρισμοί πραγματικών γεγονότων χωρίς κανένα δεσμευτικό περιεχόμενο» θεωρούνται από τον Βαλτούδη.⁴³ Επιπλέον, η θεωρία⁴⁴ που θέλει την ευθύνη του παραγωγού να θεμελιώνεται στη διάψευση της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης που ο καταναλωτής δείχνει αγοράζοντας το προϊόν του— άρθρα στα οποία στηρίζεται είναι τα 281,197-198 ή και το 914 ΑΚ— εμφανίζει προβληματικές που δύσκολα μπορούν να δικαιολογηθούν έλλειψη υπαιτιότητας παραγωγού. Παρόμοιες δυσχέρειες παρουσιάζουν και οι αδικοπρακτικές θεωρίες⁴⁵ στο βαθμό που δε θεμελιώνονται σ' ένα σύστημα αντικειμενικού αλλά υποκειμενικού, όπως το ελληνικό, αδίκου.

⁴¹ ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ – ΓΕΩΡΓΙΑΔΗΣ κατ' άρθρο ερμηνεία ΑΚ 288 ,παρ. 46 από Α. ΒΑΛΤΟΥΔΗ « Η ευθύνη από τα ελαττωματικά προϊόντα» 1999 υποσημείωση 17,σελ 28

⁴² ως ανωτέρω ερμηνεία άρθρων 297-298 ΑΚ , υποσημείωση σε ΒΑΛΤΟΥΔΗ νο 43

⁴³ Α. ΒΑΛΤΟΥΔΗΣ « Η ευθύνη από τα ελαττωματικά προϊόντα» 1999, σελ. 34

⁴⁴ CANARIS & ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ, βλ υποσημειώσεις 62 έως 65 σε Α. ΒΑΛΤΟΥΔΗΣ « Η ευθύνη από τα ελαττωματικά προϊόντα» 1999, σελ 35

⁴⁵ Για περισσότερα βλέπε ΒΑΛΤΟΥΔΗΣ ως ανωτέρω, σελ 39 επόμενα

39. Εκτός από την έννοια του καταναλωτή ο ν. 2251/94 διευρύνει και την έννοια του προμηθευτή⁴⁶ συμπεριλαμβάνοντας σ' αυτήν, εκτός από κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που προμηθεύει προϊόντα ή υπηρεσίες στους καταναλωτές, και κάθε πρόσωπο που διαφημίζει τα προαναφερόμενα όπως και τον παραγωγό των ελαττωματικών προϊόντων. Η ευρύτερη αυτή οριοθέτηση του νόμου αντίστοιχα διευρύνει και τους υπόχρεους έναντι του καταναλωτή, οπότε και αποβαίνει σε όφελος του.

40. Ένα πρόσθετο κριτήριο θέτει και η νομολογία⁴⁷, αυτό του οικονομικού οφέλους, εντάσσοντας στην έννοια του παραγωγού τόσο τον προμηθευτή, όσο και τον οιονεί παραγωγό αλλά και όλους τους ενδιάμεσους κατασκευαστές/προμηθευτές· εφόσον όλοι οι προαναφερθέντες αποκομίζουν οφέλη θα πρέπει να συμμετέχουν όλοι στην κατανομή του κινδύνου που μπορεί να προκύψει στον καταναλωτή από το προϊόν .

b Προμηθευτής – παραγωγός – οιονεί παραγωγός – εισαγωγέας

41. Σε μια σύντομη εννοιολογική προσέγγιση κρίνεται σκόπιμο να διευκρινιστούν τα επιμέρους χαρακτηριστικά που η κάθε ιδιότητα παρουσιάζει. Ξεκινώντας από τον προμηθευτή, όπως εισαγωγικά επισημάνθηκε, πρόκειται για φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο μόνο στα πλαίσια της επαγγελματικής ή επιχειρηματικής του δραστηριότητας μπορεί να νοηθεί – σε αντιστοιχία άλλωστε και με τα πλαίσια της αγοράς μέσα στα οποία και μόνο μπορεί ο καταναλωτής να προστατευθεί. Επομένως όταν ο προμηθευτής ενεργεί ιδιωτικά δεν εμπίπτει στα όρια εφαρμογής του νόμου αλλά όπως ορθά επισημαίνεται⁴⁸ «βρισκόμαστε ενώπιον μιας σύμβασης που διέπεται από τους κανόνες των συμβάσεων», δίχως δηλαδή το στοιχείο της διαπραγματευτικής υπεροχής. Έχει βέβαια υποστηριχθεί και η άποψη⁴⁹ που θέλει τον προμηθευτή να ευθύνεται και στις ατομικές του συναλλαγές καθώς είναι δεδομένη η συναλλακτική

⁴⁶ Ε. ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΟΥ, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή Ελληνικό-Κοινοτικό 1996, σελ. 43

⁴⁷ Εφ. Θεσ/νίκης 930/85 Αρμενόπουλος σελ 138 επ

⁴⁸ ΞΕΝΗ ΣΚΟΡΙΝΗ – ΠΑΠΑΡΡΗΓΟΠΟΥΛΟΥ « Η προστασία του καταναλωτή στη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος» 1999 σελ. 102

⁴⁹ ΞΕΝΗ ΣΚΟΡΙΝΗ – ΠΑΠΑΡΡΗΓΟΠΟΥΛΟΥ ως ανωτέρω σελ.106, ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ /ΧΙΩΤΕΛΗΣ / ΑΥΓΟΥΣΤΙΑΝΑΚΗΣ σε ΚΑΡΑΚΩΣΤΑ Δίκαιο προστασίας καταναλωτή 2005, σελ. 77

υπεροχή του λόγω της ασκούμενης δραστηριότητάς του. Περιπτώσιολογικά, στην έννοια του προμηθευτή ως φυσικό πρόσωπο μπορούν να ενταχθούν ο αντιπρόσωπος, ο πράκτορας, ο τραπεζίτης, ελεύθεροι επαγγελματίες που παρέχουν κάθε λογής υπηρεσίες, από τον ιατρό έως τους τεχνίτες και άλλοι. Εύλογα δε συμπεριλαμβάνεται ο μεταφορέας στα προαναφερθέντα πρόσωπα διότι ναι μεν προμηθεύει τον τελικό καταναλωτή ωστόσο δεν συμμετέχει στο σχηματισμό της δικαιοπρακτικής του βούλησης ούτε στην παραγωγική διαδικασία⁵⁰. Στα νομικά πρόσωπα θα συμπεριληφθούν εκτός των εμπορικών εταιρειών και οι επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής του δημόσιου τομέα όπως και οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης⁵¹, όπως άλλωστε αυτό συνάγεται από το άρθρο 1 παρ 3 του Ν. 2251/94.

42. Μία άλλη διάσταση είναι αυτή του προμηθευτή στη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος όπου ως τέτοιος πλέον νοείται όχι μόνο όποιος εφοδιάζει τον καταναλωτή μέσα στα συνήθη για κάθε δραστηριότητα πλαίσια αλλά εκείνος που χρησιμοποιεί τη μέθοδο του αιφνιδιασμού και της εξώθησης στην αποδοχή του.

43. Στο άρθρο 6 του ν.2251/94 η έννοια του προμηθευτή αποκτά μία άλλη διάσταση, αυτή του ευθυνόμενου σε περίπτωση παροχής ελαττωματικού προϊόντος αν δεν είναι δυνατό να εξακριβωθεί η ταυτότητα του πραγματικού εμπόρου⁵². Μάλιστα η ευθύνη του προμηθευτή δεν είναι επικουρική αλλά πρωτογενής⁵³ ακριβώς λόγω της μη ενημέρωσης του καταναλωτή για την ταυτότητα του παραγωγού. Ουσιαστικά πρόκειται για έμμεση πίεση προς τον προμηθευτή προκειμένου να μη θέτει αυτός σε κυκλοφορία προϊόντα άγνωστης προέλευσης.

44. Στην έννοια του παραγωγού, όπως προκύπτει και από το άρθρο 6 του ν 2251/94, εμπεριέχονται ο παραγωγός τελικού προϊόντος, ο παραγωγός της πρώτης ύλης και ο παραγωγός του συστατικού μέρους του προϊόντος: η αναφορά γίνεται στο φυσικό ή νομικό πρόσωπο στο οποίο ανήκει η εν λόγω επιχείρηση και όχι στο προσωπικό το οποίο κατασκευάζει τελικά το προϊόν μέσω της παραγωγικής διαδικασίας.

⁵⁰ Γ. ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ « Η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα» Νομολογική διάπλαση και νομοθετική ρύθμιση. 1995 σελ. 131

⁵¹ Α. ΚΟΤΖΑΜΠΑΣΗ « Οι απαλλακτικές ρήτρες στους ΓΟΣ» 2001 σελ. 61

⁵² πρόκειται για παραγωγό κατά πλάσμα δικαίου, Α. ΒΑΛΤΟΥΔΗΣ « Η ευθύνη από τα ελαττωματικά προϊόντα» 1999, σελ.165

⁵³ Γ. ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ « Η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα» Νομολογική διάπλαση και νομοθετική ρύθμιση. 1995 σελ. 131

45. Ο πρώτος από αυτούς είναι που ευθύνεται περισσότερο από τους υπόλοιπους καθώς πρόκειται για το τελικό στάδιο κατά το οποίο το προϊόν υφίσταται οποιασδήποτε μορφής επεξεργασία ή επέμβαση οπότε και μπορεί να διαπιστωθεί και οποιοδήποτε προϋπάρχον ελάττωμα.

46. Η έννοια του παραγωγού συστατικού ή πρώτης ύλης εμπεριέχει τόσο την κάθετη όσο και την οριζόντια εργασιακή κατανομή⁵⁴, δηλαδή τόσο την παραγωγή ενός μέρους του τελικού προϊόντος όσο και την απλή συμμετοχή κάποιας επιχείρησης στην παραγωγική διαδικασία ενώ στην ίδια ένταση ευθύνεται και ο παραγωγός πρώτης ύλης.

47. Υπάρχει και η περίπτωση όπου μπορεί μεν να εμφανίζεται ως παραγωγός ένα νομικό ή φυσικό πρόσωπο το οποίο ωστόσο δεν είναι ο πραγματικός παραγωγός του προϊόντος. Πρόκειται για τον οιονεί παραγωγό, συνήθως η πρακτική αυτή υιοθετείται από μεγάλες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ, ο οποίος εξομοιώνεται, τουλάχιστον από την άποψη της ευθύνης, με τον αληθινό παραγωγό, αρκεί να έχει δημιουργηθεί στο καταναλωτικό κοινό η εντύπωση πως ο οιονεί παραγωγός είναι ο παραγωγός του προϊόντος.

48. Καταληκτικά, η περίπτωση του εισαγωγέα, ο οποίος σύμφωνα με το άρθρο 6 περ. 3 του ν. 2251/94 ευθύνεται όπως και ο παραγωγός, εμφανίζει μία ιδιαιτερότητα αναφορικά με τη διάκριση των εισαγωγών εντός και εκτός της ΕΕ ακριβώς γιατί η εισαγωγή προϋποθέτει οικονομικά σύνορα τα οποία δεν υφίστανται μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁵⁵.

⁵⁴ Α. ΒΑΛΤΟΥΔΗΣ « Η ευθύνη από τα ελαττωματικά προϊόντα» 1999, σελ.131

⁵⁵ Γ. ΚΑΡΑΚΩΣΤΑΣ «Η ευθύνη του παραγωγού για ελαττωματικά προϊόντα, Νομολογιακή διάπλαση και νομοθετική ρύθμιση» 1995 σελ .127

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ε. Αλεξανδρίδου , Ο Ν. 2251/94 για την προστασία του καταναλωτή ομοιότητες και διαφορές από το Ν 1961/91, Αρμενόπουλος 1996, σελ. 289

Ιδίας , έργο διαφήμιση και προστασία καταναλωτή, ΔΕΕ 1997, σελ 127

Ιδίας, Αθέμιτος ανταγωνισμός και προστασία καταναλωτή, 1992

Ιδίας, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή Ελληνικό – Κοινοτικό, 1996

Γ. Αρνοκούρος, Η Οδηγία σχετικά με τις καταναλωτικές πωλήσεις, ΔΕΕ 2001, σελ. 132

Α. Βαλτούδης, Η ευθύνη από τα ελαττωματικά προϊόντα κατά το άρθρο 6 Ν 2251/94, 1999

Κ. Γαζέτας, ΓΟΣ – Δικαστική προστασία, 2001

Α. Γεωργιάδης – Μ. Σταθόπουλος , Αστικός Κώδικας κατ' άρθρο ερμηνεία τεύχος ΙΙ, 2001

Γ. Δέλλιος, Προστασία των καταναλωτών και σύστημα του ιδιωτικού δικαίου , τόμος Ι Ο καταναλωτής ως υποκείμενο έννομης προστασίας 2005 & τόμος ΙΙ Ο δικαστικός έλεγχος του περιεχομένου των καταναλωτικών συμβάσεων και τα όριά του

Ιδίου, Τομές της σύγχρονης αρεοπαγητικής νομολογίας στα ζητήματα του συλλογικού ελέγχου των γενικών όρων καταναλωτικών συμβάσεων, Ελληνική Δικαιοσύνη 2001, σελ.1495

Ι. Καρακώστας, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή Ν 2251/94, 2004

Ιδίου, Η ευθύνη του παραγωγού για τα ελαττωματικά προϊόντα Νομολογιακή διάπλαση και νομοθετική ρύθμιση, 1995

Α. Κοτζάμπαση, Οι απαλλακτικές ρήτρες στους ΓΟΣ, 2001

Δ. Κουτσούκης, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή τόμος 7, 1996

Λιακόπουλος / Χριστιανός / Μιχαλόπουλος, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή

Γ. Μεντής ,Γενικοί όροι συναλλαγών σε καταναλωτικές και εμπορικές συμβάσεις ,
2000

Γ. Μπεχρή, Ο καταναλωτής και η σύμβαση που καταρτίζεται εκτός εμπορικού
καταστήματος, ΕπισκΕΔ 1995, σελ. 273

Β. Παπαδογάμβρου, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή, 1996

Γ. Παπαϊωάννου, Συμβάσεις από απόσταση, ΔΕΕ 2003,σελ.154

Ε. Περράκης , Η έννοια του καταναλωτή κατά το νέο νόμο 2251/94, ΔΕΕ 1995 σελ
32

Μ. Πυροβέτσης, Προστασία του καταναλωτή, Αρμενόπουλος 1996 σελ.299

Ι. Ρόκα, Ευθύνη για τα προϊόντα, 1997

Ξ. Σκορίνη-Παπαρρηγοπούλου, Η προστασία του καταναλωτή στη σύμβαση εκτός
εμπορικού καταστήματος, 1999

Νομολογία

ΕφΑθ. 2699/2000

ΕφΘες 825/98

ΔΕΚ Υπόθεση C 541/99, C 269/95, C 361/89