



COSMOTE

Ένας κόσμος, καλύτερος για όλους.

Παρατίθεται ακολούθως ο Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, όπως έχει συμπεριληφθεί στο Φ.Ε.Κ. υπό στοιχεία 969/τεύχος Β/22-03-2017

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ

ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

22 Μαρτίου 2017

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Αρ. Φύλλου 969

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

- 1 Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. 31619 οικ. (1)

Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Ο ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Έχοντας υπόψη:

Α. Τις διατάξεις:

1. Το ν. 2251/1994 (ΦΕΚ 191/Α/1994), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, ιδίως τα άρθρα 3-4Θ.

2. Το π.δ. 131/2003 (ΦΕΚ 116/Α/2003) - Προσαρμογή του ελληνικού δικαίου στην οδηγία 31/2000 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο και ιδίως το άρθρο 15 αυτού.

3. Το π.δ. 10/2017 (ΦΕΚ 23/Α/2017) - Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας.

4. Την κοινή υπουργική απόφαση 70330οικ/2015 - Ρυθμίσεις σχετικά με προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας, σε συμμόρφωση με την Οδηγία 2013/11/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Μαΐου 2013 για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (οδηγία ΕΕΚΔ) και την λήψη συμπληρωματικών εθνικών μέτρων εφαρμογής του Κανονισμού 524/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Μαΐου 2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών.

5. Το π.δ. 116/2014 Οργανισμός Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας

6. Την υπ' αριθμ. 625/27-06-2016 απόφαση του Γενικού Γραμματέα Εμπορίου και Γραμματείας Καταναλωτή - Σύσταση και συγκρότηση ομάδας εργασίας, στην Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, με σκοπό την σύνταξη Κώδικα Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

7. Τον ν. 4074/2012 (ΦΕΚ 88/Α/2012) - Κύρωση της Σύμβασης για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρίες και του Προαιρετικού Πρωτοκόλλου στη Σύμβαση για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρίες - και ιδιαίτερα τα άρθρα 4 και 9 της Σύμβασης.

Β. Το γεγονός ότι από την έκδοση του παρόντος δεν προκύπτει δαπάνη σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού και ύστερα από τις επισημάνσεις των μελών της συσταθείσας ομάδας εργασίας, καταναλωτικών ενώσεων και φορέων της αγοράς, εγκρίνει:

Άρθρο πρώτο

Ο Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (εφεξής Κώδικας), ο οποίος αποτελείται από τα άρθρα 1-8 έχει ως ακολούθως:

«Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Άρθρο 1

Σκοπός και Πεδίο Εφαρμογής

1. Ο Κώδικας θέτει τις γενικές αρχές και ορίζει τους ελάχιστους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς, που πρέπει να τηρούνται απέναντι στον καταναλωτή από τις επιχειρήσεις.

2. Εφαρμόζεται στις συναλλαγές στο πλαίσιο των συμβάσεων πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών που συνάπτονται μεταξύ καταναλωτών



COSMOTE

Ένας κόσμος, καλύτερος για όλους.

και προμηθευτών έναντι αμοιβής εξ ολοκλήρου διαδικτυακά δηλαδή με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως χωρίς να είναι απαραίτητη η ταυτόχρονη φυσική παρουσία των δύο μερών (συναλλαγές B2C).

3. Ο Κώδικας αφορά σε κανόνες αυτορρύθμισης των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο που απευθύνεται σε καταναλωτές και ισχύει με την επιφύλαξη της ενωσιακής και ελληνικής νομοθεσίας περί ηλεκτρονικού εμπορίου και προστασίας του καταναλωτή τις οποίες σε καμία περίπτωση δεν υποκαθιστά.

Άρθρο 2

Ορισμοί

1. Για την εφαρμογή του Κώδικα οι ακόλουθοι όροι έχουν την έννοια που τους αποδίδεται παρακάτω:

α) Ως «επιχείρηση, που δραστηριοποιείται στο χώρο του "ηλεκτρονικού επιχειρείν"», (εφεξής επιχείρηση) νοούνται νομικά ή φυσικά πρόσωπα με έδρα την Ελλάδα που παρέχουν προϊόντα ή/και υπηρεσίες προς καταναλωτές στην Ελλάδα ή/και στο Εξωτερικό, δραστηριοποιούμενα νομίμως ευθέως ή/και ως μεσάζοντες παροχής υπηρεσιών έναντι αμοιβής άμεσης ή έμμεσης με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως και κατόπιν προσωπικής επιλογής του καταναλωτή.

β) Ως «με ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως» νοούνται οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που παρέχονται από τις επιχειρήσεις και γίνονται αποδεκτά από τους καταναλωτές μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας η οποία παρέχεται, διαβιβάζεται και λαμβάνεται εξ ολοκλήρου μέσω του Διαδικτύου ή/και κινητών δικτύων/εφαρμογών κειμένου).

γ) Για τους υπόλοιπους όρους ισχύουν οι ορισμοί που υπάρχουν στον ν. 2251/1994, όπως ισχύει, στο π.δ. 131/2003 και στον Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας του άρθρου 7 του ν. 3297/2004, όπως ισχύει.

2. Σε περίπτωση αμφιβολίας υπερισχύουν οι ορισμοί της κείμενης νομοθεσίας.

Άρθρο 3

Γενικές αρχές και υποχρεώσεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων

A. Γενικές αρχές

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

αναφέρονται στα άρθρα 4 και 5 του παρόντος.

B. Ελάχιστα στοιχεία ενημέρωσης του καταναλωτή

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

i. Πλήρη εταιρική επωνυμία, έδρα, ταχυδρομική διεύθυνση, ΑΦΜ, τηλέφωνα επικοινωνίας/ηλεκτρονική διεύθυνση.

ii. Αριθμό καταχώρησης στο ΓΕΜΗ.

iii. Κύρια χαρακτηριστικά των προϊόντων που πωλεί και ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (π.χ. η συνολική τιμή συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ ή άλλων φόρων, τα έξοδα αποστολής, ή τα τυχόν έξοδα επιστροφής του προϊόντος τυχόν επιπλέον χρεώσεις, τους όρους και τρόπους πληρωμής, τις εγγυήσεις, μέγεθος-διαστάσεις του προϊόντος), καθώς και για τα μέσα πληρωμής.

iv. Διαθεσιμότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων και την προθεσμία, εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παρέχει τις υπηρεσίες.

v. Χαρακτηριστικά των χρεώσεων, πιθανά εκπτώτικα πακέτα ή ειδικές προσφορές

vi. Όρους υπαναχώρησης από την σύμβαση καθώς και την καταγγελία ή ακύρωση της σύμβασης, όπως ειδικότερα αναφέρεται στο άρθρο 6 του παρόντος.

vii. Τη δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών τους και πληροφορίες για τους αναγνωρισμένους φορείς εναλλακτικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών, τους οποίους οι προμηθευτές δεσμεύονται ή υποχρεούνται να χρησιμοποιήσουν για την επίλυση των διαφορών. Σε περίπτωση απουσίας τέτοιας δέσμευσης ή υποχρέωσής τους, οι προμηθευτές διευκρινίζουν οπωσδήποτε και το εάν θα κάνουν χρήση των σχετικών φορέων.

viii. Τη δυνατότητα για την ηλεκτρονική εναλλακτική επίλυση διαφορών όπως ειδικότερα αναφέρεται στο άρθρο 8 του παρόντος.

ix. Τους όρους εξυπηρέτησης μετά την πώληση, τις τυχόν εμπορικές εγγυήσεις (περιεχόμενο, διάρκεια και έκταση εδαφικής ισχύος), και την ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων, σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. Α.Κ.

x. Την ενδεχόμενη ανάγκη συχνής συντήρησης των προϊόντων ή την ύπαρξη ανταλλακτικών ιδιαίτερα με- γάλου κόστους σε σχέση με την τρέχουσα τιμή των προϊόντων αυτών.

xi. Τον σκοπό της επεξεργασίας, τους αποδέκτες ή τις κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων και την ύπαρξη του δικαιώματος πρόσβασης και αντίρρησης, όπως ειδικότερα αναφέρονται στο άρθρο 5B/παρ. 5 του παρόντος.



COSMOTE

Ένας κόσμος, καλύτερος για όλους.

xii. Τους κώδικες δεοντολογίας ή τυχόν σήματα αξιοπιστίας που τους δεσμεύουν.

xiii. Η ανωτέρω πληροφόρηση προς τον καταναλωτή πρέπει να είναι κατανοητή, νόμιμη, αληθής, επικαιροποιημένη, εύκολα προσβάσιμη σε όλους, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία, και επαληθεύσιμη και να γίνεται υποχρεωτικά στην ελληνική γλώσσα και προαιρετικά σε άλλη γλώσσα.

2. Οι όροι της σύμβασης παροχής υπηρεσιών ή και πώλησης προϊόντων πρέπει να είναι αναρτημένοι στον διαδικτυακό τόπο της επιχείρησης σε σημείο στο οποίο εύκολα μπορεί να έχει πρόσβαση ο καταναλωτής.

3. Στις περιπτώσεις υποβολής αιτήματος παραγγελίας από τον καταναλωτή η επιχείρηση υποχρεώνεται να παραδίδει/αποστέλλει άμεσα αποδεικτικό παραλαβής του αιτήματος παραγγελίας το οποίο αναγράφει σαφώς την ημερομηνία παραλαβής και επιβεβαίωση της παραγγελίας.

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

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

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

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

Γ. Διαφήμιση – Προώθηση

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

2. Σε κάθε περίπτωση ενδείκνυται να ισχύουν τα ακόλουθα:

i. Τα διαφημιστικά μηνύματα και όλες οι πληροφορίες που παρέχονται από τις επιχειρήσεις

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

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

iii. Το προσωπικό της επιχείρησης που έρχεται σε άμεση επικοινωνία με τον καταναλωτή δεν παραπλανά ούτε επιδιώκει να παραπλανήσει με κανέναν τρόπο με πράξεις ή παραλείψεις τους καταναλωτές δίνοντας λανθασμένες εντυπώσεις για την παρεχόμενη υπηρεσία ή και προϊόν.

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

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

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

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

Άρθρο 4

Προστασία ανήλικων & άλλων ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού

1. Το προσωπικό της επιχείρησης δεν εκμεταλλεύεται την αδυναμία καταναλωτών που ανήκουν σε ευάλωτες ομάδες, όπως ηλικιωμένων, ανήλικων ατόμων, ατόμων που δεν καταλαβαίνουν καλά την ελληνική γλώσσα, είτε ατόμων με αναπηρία. Οι επιχειρήσεις προβαίνουν σε προσεκτικές, ακριβείς και αντικειμενικές περιγραφές των προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται ειδικά σε τέτοια άτομα κατά τρόπο εύληπτο, κατανοητό και πλήρως προσβάσιμο σε αυτά, ώστε να μην τα παραπλανούν



COSMOTE

Ένας κόσμος, καλύτερος για όλους.

όσον αφορά το πραγματικό μέγεθος, την αξία, τη φύση, τον σκοπό, την ανθεκτικότητα, την απόδοση και την τιμή του εκάστοτε διαφημιζόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας.

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

Άρθρο 5

Ασφάλεια συναλλαγών και προστασία προσωπικών δεδομένων

A. Ασφάλεια συναλλαγών

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

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

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

B. Προστασία προσωπικών δεδομένων

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

2. Δεν επιτρέπεται συλλογή, αποθήκευση ή επεξεργασία των δεδομένων που ο νόμος χαρακτηρίζει ως ευαίσθητα, δηλαδή τα δεδομένα που αφορούν τη

φυλετική ή εθνική προέλευση, τα πολιτικά φρονήματα, τις θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις, τη συμμετοχή σε ένωση, σωματείο και συνδικαλιστική οργάνωση, την υγεία, την κοινωνική πρόνοια καθώς και τα σχετικά με ποινικές διώξεις ή καταδίκες εκτός αν πληρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις που ο νόμος και η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα ορίζουν.

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

4. Ειδικότερα αναφορικά με την χρήση «πάσης φύσεως cookies», η εγκατάσταση τους θα πρέπει να πραγματοποιείται μετά από κατάλληλη ενημέρωση του καταναλωτή και επί τη βάση της συγκατάθεσης του, σύμφωνα με τον νόμο και τις σχετικές οδηγίες της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.

5. Σε περίπτωση μη συγκατάθεσης/αποδοχής "cookies", οι επιχειρήσεις επιτρέπουν, εφόσον είναι τεχνολογικά εφικτό, τη συνέχιση της χρήσης της ιστοσελίδας από τον καταναλωτή, χωρίς την αποστολή των cookies.

6. Οι επιχειρήσεις εξασφαλίζουν ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται δεν γνωστοποιούνται ούτε διαβιβάζονται σε τρίτους, χωρίς την προηγούμενη ενημέρωση ή συγκατάθεση του προσώπου που αφορούν, ή/και στις περιπτώσεις που ο νόμος προβλέπει, σύμφωνα πάντοτε με τις ρυθμίσεις της νομοθεσίας περί προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

7. Οι επιχειρήσεις σέβονται την επιθυμία των καταναλωτών να μην περιλαμβάνονται σε αρχεία που έχουν ως σκοπό την πραγματοποίηση μη ζητηθεισών εμπορικών επικοινωνιών με ανθρώπινη παρέμβαση (κλήση) για προώθηση και προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών, εφόσον το έχουν δηλώσει προς τον φορέα παροχής διαθέσιμης στο κοινό.

8. Οι επιχειρήσεις παρέχουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να επιλέγουν εάν επιθυμούν την αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων και κάθε είδους ενημερωτικών δελτίων και σε περίπτωση αποδοχής να έχουν την δυνατότητα ελεύθερης ανάκλησης της συναίνεσης τους και οι επιχειρήσεις να έχουν την υποχρέωση της μη επαναπροώθησης νέων διαφημιστικών μηνυμάτων και κάθε είδους ενημερωτικών δελτίων εφεξής (εκτός αν υπάρξει εκ νέου συγκατάθεση ή πληρούνται εκ νέου οι εκ του νόμου προβλέψεις).

9. Ο καταναλωτής δικαιούται να έχει άμεση πρόσβαση στην πληροφόρηση για τα θέματα των προσωπικών του δεδομένων, να αντιτίθεται στην χρήση αυτών σε μελλοντικές προωθητικές ενέργειες, να ζητά και να επιβεβαιώνει την μερική ή ολική διαγραφή τους από τα αρχεία της επιχείρησης, να



COSMOTE

Ένας κόσμος, καλύτερος για όλους.

ζητά την διόρθωση ή συμπλήρωση τους, να πληροφορείται τον χρόνο και τον τρόπο της αρχικής απόκτησης των προσωπικών του δεδομένων από την επιχείρηση καθώς και να ενημερώνεται για τις εφαρμοζόμενες μεθόδους προστασίας των προσωπικών δεδομένων.

Άρθρο 6

Δικαίωμα υπαναχώρησης για τους καταναλωτές

1. Ο καταναλωτής έχει αναφαίρετο δικαίωμα ανατιολόγητης και αζήμιας υπαναχώρησης σύμφωνα με τις διατάξεις της εκάστοτε κείμενης νομοθεσίας.

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

Άρθρο 7

Εξυπηρέτηση καταναλωτών

1. Η επιχείρηση εξασφαλίζει ότι διαθέτει κατάλληλους μηχανισμούς (μέσω τηλεφώνου ή/και e-mail) και επαρκές προσωπικό το οποίο ασχολείται με την εξυπηρέτηση των καταναλωτών, καταβάλλοντας εύλογες προσπάθειες για την ενημέρωσή τους σχετικά με τα αιτήματά τους εντός των νομίμων χρονικών ορίων ανά περίπτωση.

2. Όταν η επικοινωνία γίνεται μέσω τηλεφωνικού κέντρου, η επιχείρηση εξασφαλίζει ότι ο καταναλωτής δεν μένει σε υπερβολική αναμονή και σε κάθε περίπτωση η χρέωση της κλήσης δεν υπερβαίνει τις χρεώσεις που ισχύουν για αστικές κλήσεις.

Όταν η επικοινωνία γίνεται μέσω διαδικτυακής φόρμας επικοινωνίας ή διεύθυνσης ηλεκτρονικού

ταχυδρομείου της επιχείρησης, λαμβάνεται μέριμνα για την αποστολή απάντησης σε εύλογο χρονικό διάστημα από τη λήψη του σχετικού αιτήματος του πελάτη.

Άρθρο 8

Ηλεκτρονική Εναλλακτική επίλυση των καταναλωτικών διαφορών

1. Οι επιχειρήσεις ενημερώνουν τους καταναλωτές για τη δυνατότητα εναλλακτικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών που έχουν προκύψει από συμβάσεις ηλεκτρονικής πώλησης προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών κάνοντας χρήση των καταχωρημένων φορέων ΕΕΔ στο Μητρώο σύμφωνα με την κοινή υπουργική απόφαση 70330/2015.

2. Οι επιχειρήσεις, είτε δεσμεύονται να χρησιμοποιήσουν την ΕΕΔ είτε όχι, παρέχουν με τρόπο ευπρόσιτο, μέσα από τους δικτυακούς τόπους τους, ηλεκτρονικό σύνδεσμο στην πανενωσιακή πλατφόρμα ηλεκτρονικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών (πλατφόρμα ΗΕΔ), σε εφαρμογή διατάξεων του Κανονισμού (ΕΕ) 524/2013) μέσω της οποίας οι καταναλωτές υποβάλλουν την καταγγελία τους, προωθώντας αυτή στην συνέχεια στον σχετικό φορέα ΕΕΔ.»

Άρθρο δεύτερο

1. Ο Κώδικας δημοσιεύεται στους διαδικτυακούς τόπους των επιχειρήσεων σε σημείο το οποίο εύκολα μπορεί να εντοπίσει και να έχει πρόσβαση ο καταναλωτής.

2. Ο Κώδικας δεν περιορίζει το δικαίωμα των ενώσεων προμηθευτών να επιβάλουν στα μέλη τους πρόσθετες υποχρεώσεις και πειθαρχικά ή άλλα μέτρα.

3. Το προσωπικό των επιχειρήσεων του κλάδου πληροφορεί τους καταναλωτές για την ύπαρξη του Κώδικα και τους ενημερώνει σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να βρουν το κείμενο.

Άρθρο τρίτο

Η παρούσα απόφαση ισχύει από τη δημοσίευσή της στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως

Αθήνα, 15 Μαρτίου 2017

Ο Υπουργός

ΔΗΜΟΣ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ