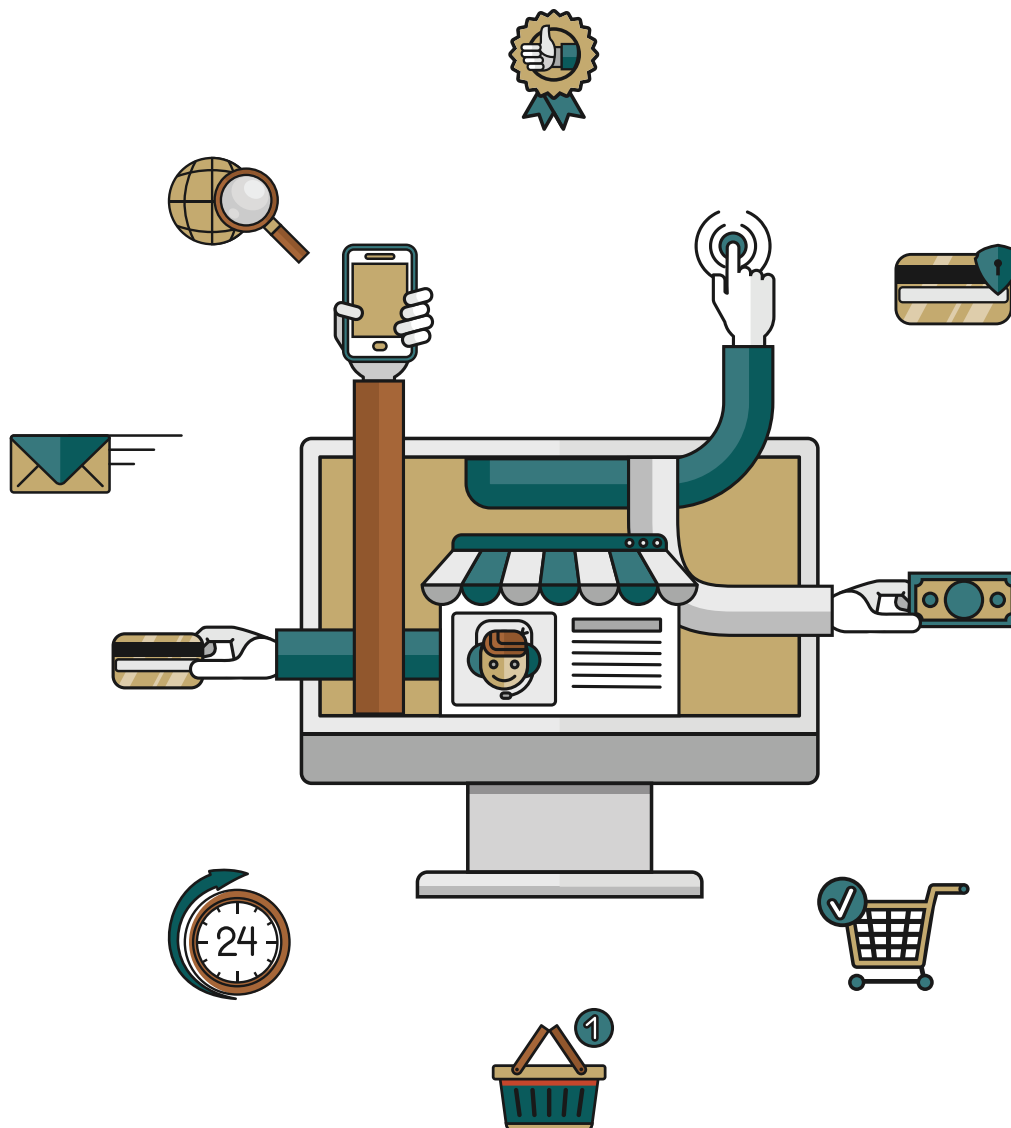


ΕΝΩΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ



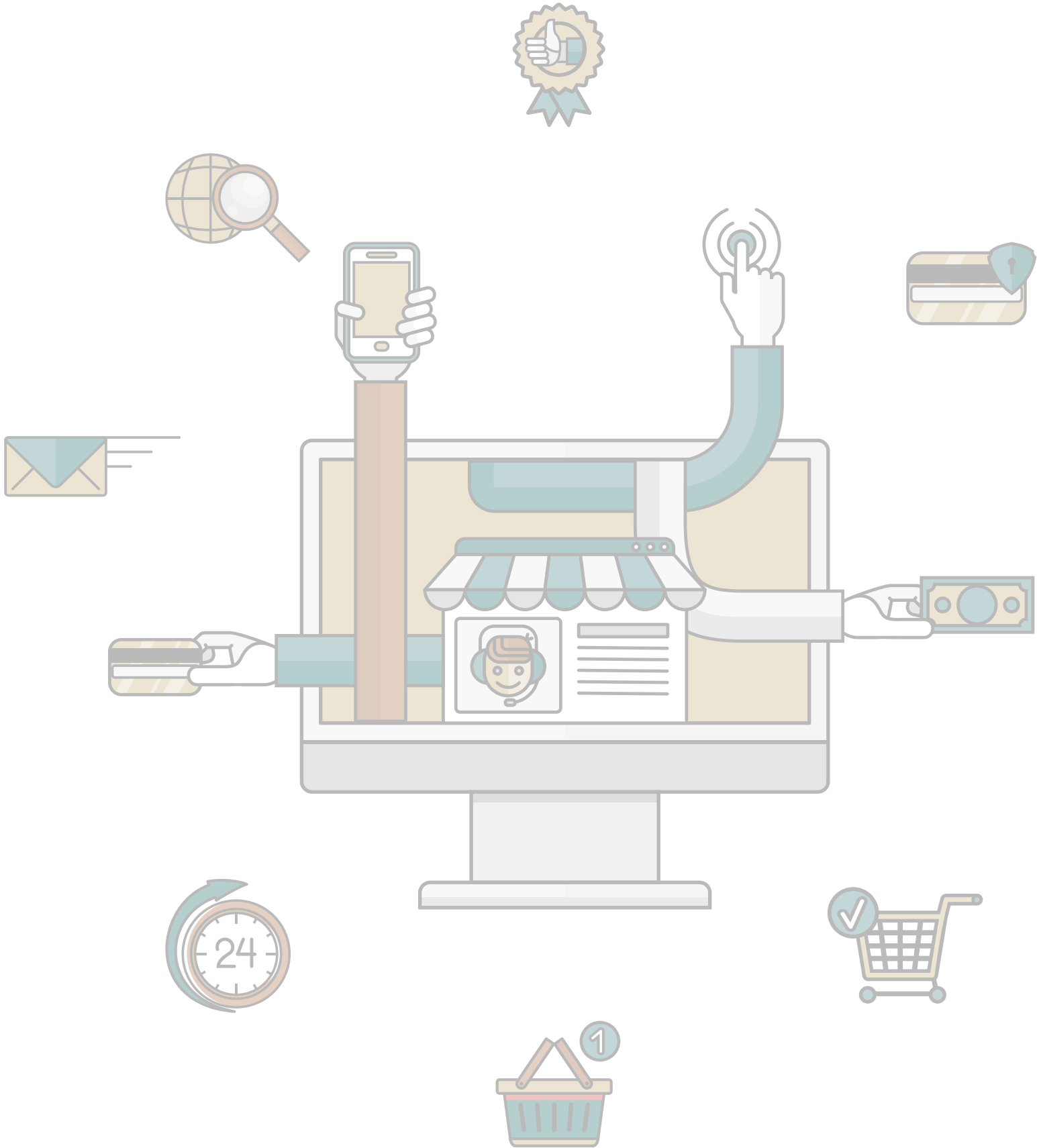
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ  
ΕΝΩΣΗΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

## «Η Προστασία του Καταναλωτή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο»



Αθήνα, Ιούνιος 2017





ISBN 978-618-80587-2-9

Επεξεργασία ερευνητικών δεδομένων:

Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας

Ερευνητική ομάδα:

Υπεύθυνος έργου: Ιωάννα Καρανδινάκη

Συντονιστής έργου: Κωνσταντία Ζωγάκη

Νομική Σύμβουλος έργου: Κυριακή Σιδέρη

Στατιστική επεξεργασία: Παναγιώτης Καϊόφωνος

Επιμέλεια: Αναστασία Χατζηπαύλου

Ομάδα υποστήριξης ερευνητικού έργου: Στέλλα Αγαδάκου, Γιώργος Ρεπούσης

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

A. Πρόλογος .....	3
B. Περιγραφή της Έρευνας .....	7
Γ. Αποτελέσματα της Έρευνας .....	8
1. Εναρμόνιση ηλεκτρονικών καταστημάτων στις απαιτήσεις του Νόμου .....	8
2. Δικαίωμα Υπαναχώρησης .....	9
3. Εξυπηρέτηση Καταναλωτή σε περίπτωση Ελαττωματικού Προϊόντος.....	10
4. Ταυτότητα Προμηθευτή –Στοιχεία Επικοινωνίας .....	11
5. Όροι Πολιτικής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων .....	12
6. Προθεσμία Παραλαβής Προϊόντων .....	13
7. Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα ανά κατηγορία .....	14
8. Δραστηριοποίηση Ηλεκτρονικών Καταστημάτων ανά Νομό .....	16
8. Αποτύπωση Αποτελεσμάτων ανά κατηγορία .....	18
10. Εναρμόνιση μη σύμφωνων με το Νόμο Ηλεκτρονικών Καταστημάτων μετά τις παρατηρήσεις της Ε.Ε.Κ.Ε.....	21
Δ. Γενικά Συμπεράσματα.....	23
E. Επίλογος .....	24
ΣΤ. Παράρτημα .....	25



## A. Πρόλογος

Σήμερα, με την ολοένα μεγαλύτερη εξέλιξη της τεχνολογίας και την ευρύτερη πλέον χρήση του Διαδικτύου, έχει βρει πεδίο εφαρμογής στην καθημερινή μας ζωή, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Η «επανάσταση» που έφερε το Διαδίκτυο με το συνακόλουθο ψηφιακό τρόπο συναλλαγών στη ζωή μας, συμβάλλει στην εξοικονόμηση πολύτιμου χρόνου και ενέργειας, σε μια εποχή όπου οι γρήγοροι ρυθμοί και οι πολλαπλές απαιτήσεις της καθημερινότητας, την καθιστούν παραπάνω από αναγκαία.

Παράλληλα, η εποχή της οικονομικής κρίσης που διανύουμε, οδηγεί όλο και περισσότερους προμηθευτές στην αναζήτηση αγοραστικού κοινού με εναλλακτικούς και πιο σύγχρονους τρόπους, καθώς επιδιώκουν να απευθυνθούν σε ολοένα και περισσότερους καταναλωτές, με σκοπό να αυξήσουν τα κέρδη των επιχειρήσεών τους.

Αν όλα αυτά ακούγονται κατά κάποιο τρόπο ιδανικά, εντούτοις δεν είναι λίγοι οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν σε αυτό το γρήγορο και απρόσωπο τρόπο συναλλαγών. Καθημερινά, ο καταναλωτής πέφτει θύμα αθέμιτων εμπορικών πρακτικών και καταχρηστικών όρων, τους οποίους δεν έχει το περιθώριο να διαπραγματευτεί.

Όταν δε, πλήττονται κατά οποιονδήποτε τρόπο τα δικαιώματά του, ο καταναλωτής δεν έχει την ευχέρεια να επιδιώξει διευθέτηση της κατάστασης επικοινωνώντας με τον προμηθευτή, ο οποίος συχνά καλύπτεται πίσω από την ανωνυμία μιας απρόσωπης ιστοσελίδας.

Όλα τα παραπάνω, δεν αποτελούν μια θεωρητική ανάλυση αλλά καθημερινότητα για την Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας, η οποία γίνεται δέκτης παραπόνων και καταγγελιών από καταναλωτές, των οποίων τα δικαιώματα περιορίζονται, με αποτέλεσμα να νιώθουν συχνά εντελώς απροστάτευτοι.

Με έναυσμα τα κρούσματα αυτά, τα οποία ολοένα και αυξάνονται, πραγματοποιήσαμε Δράση, με σκοπό την καλύτερη ενημέρωση των καταναλωτών για τα δικαιώματά τους στις ηλεκτρονικές συναλλαγές με καταστήματα. Το ένα σκέλος της Δράσης, είναι η εκστρατεία ενημέρωσης μέσω φυλλαδίων και πληροφοριών, που θέτουμε στη διάθεση των καταναλωτών, τόσο στην ιστοσελίδα της Ένωσης όσο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το δεύτερο σκέλος της Δράσης και ίσως το σημαντικότερο, αποτέλεσε η δειγματοληπτική Έρευνα, που πραγματοποιήθηκε με δική μας πρωτοβουλία, στις ιστοσελίδες 1000 ηλεκτρονικών καταστημάτων, παρατηρώντας τη συμμόρφωση τους ή μη, με τις βασικές απαιτήσεις του Νόμου.

Σε συνέχεια της Έρευνας και αξιοποιώντας τη ως ένα δυνατό εργαλείο για την επίτευξη του τελικού μας στόχου, που είναι η βελτίωση της προστασίας του καταναλωτή, επιδιώξαμε την επικοινωνία με τους προμηθευτές μέσω επιστολών, με τις οποίες τους καλούσαμε να συμπληρώσουν ή να βελτιώσουν τους όρους χρήσης-συναλλαγών των ιστοσελίδων των ηλεκτρονικών τους καταστημάτων.

Στόχος της Ένωσης είναι μια ουσιαστική επικοινωνία με τους προμηθευτές, καθώς τους αντιμετωπίζει ως βοηθούς και όχι ως αντιπάλους στη διαρκή προσπάθεια που κάνει για τη βελτίωση των συνθηκών της αγοράς προς το συμφέρον όχι μόνο των καταναλωτών αλλά όλων των συμμετεχόντων σε αυτή.

Ελπίζουμε πως το έργο μας αυτό, προϊόν της διαρκούς αγωνίας μας για την δημιουργία και διατήρηση σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ καταναλωτή και προμηθευτή, θα βρει αντίκρισμα στο σύνολο της κοινωνίας και θα προσθέσει ένα μικρό λιθαράκι στην βελτίωση της προστασίας του καταναλωτή.

Στεκόμαστε πάντα στο πλευρό του καταναλωτή, παρέχοντας τη συνδρομή μας όπου χρειάζεται, κατευθύνοντας τη δράση μας προς τα εκεί που μας οδηγούν οι ταχέως μεταβαλλόμενες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και οι νέες ανάγκες που συνεχώς αναφύονται.

**Ιωάννα Καρανιδιάκη**

Πρόεδρος

ΕΝΩΣΗΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

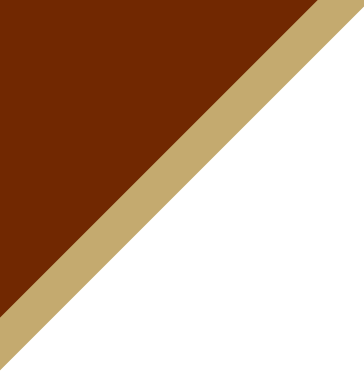




ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ  
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ  
ΕΝΩΣΗΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

## **«Η Προστασία του Καταναλωτή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο»**

Αθήνα, Ιούνιος 2017



## B. Περιγραφή της Έρευνας

Στο πλαίσιο της συνολικής Δράσης της, η Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας πραγματοποίησε δειγματοληπτική Έρευνα, χρησιμοποιώντας δείγμα 1000 ηλεκτρονικών καταστημάτων, ποικίλων κατηγοριών, με σκοπό να διαπιστωθεί εάν πληρούν εν πολλοίς, τις βασικές προϋποθέσεις του Νόμου 2251/1994, περί προστασίας του καταναλωτή.

Το πρώτο σκέλος της Έρευνας, έλαβε χώρα το χρονικό διάστημα από **25/02/2017** έως **13/04/2017**.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα που αποτέλεσαν το δείγμα της έρευνας, επιλέχθηκαν **τυχαία** και εκπροσωπούν **10 διαφορετικές κατηγορίες**, κατανεμημένα ισάριθμα σε αυτές (100 ανά κατηγορία), ώστε τα συμπεράσματά να εξάγονται με μεγαλύτερη ασφάλεια και αντικειμενικότητα.

Πιο συγκεκριμένα, ελέγξαμε ιστότοπους ηλεκτρονικών καταστημάτων, των κάτωθι κατηγοριών:

1. Ένδυση-Υπόδηση
2. Κοσμήματα
3. Βρεφικά Είδη-Παιχνίδια
4. Βιβλιοπωλεία
5. Φαρμακεία
6. Ηλεκτρονικά Είδη
7. Έπιπλα-Διακόσμηση
8. Είδη Άθλησης
9. Ηλεκτρικές Συσκευές
10. Είδη Υγιεινής- Επισκευής

Κατά την πραγματοποίηση του πρώτου σκέλους της Έρευνας, ελέγξαμε εάν υπάρχουν στις ιστοσελίδες των ηλεκτρονικών καταστημάτων οι παρακάτω πληροφορίες, και αν υπάρχουν, κατά πόσο η διατύπωσή τους εναρμονίζεται με τις απαιτήσεις του Νόμου.

1. Περιγραφή Δικαιώματος Υπαναχώρησης
2. Εξυπηρέτηση καταναλωτή σε περίπτωση ελαττωματικού προϊόντος
3. Ταυτότητα προμηθευτή - Στοιχεία επικοινωνίας
4. Όροι πολιτικής προστασίας προσωπικών δεδομένων
5. Προθεσμία παραλαβής προϊόντων

Στη συνέχεια, η Ένωση ανέλαβε την πρωτοβουλία να επικοινωνήσει με τους προμηθευτές, μέσω γραπτών επιστολών, προτείνοντας τη συμπλήρωση παραλείψεων, τις οποίες παρατηρήσαμε ή παροτρύνοντας τους να προβούν σε σαφέστερη διατύπωση των όρων χρήσης- συναλλαγών, όπου αυτό θεωρήσαμε ότι θα ήταν χρήσιμο.

Κατά το δεύτερο σκέλος της Έρευνας, το οποίο έλαβε χώρα από τις **15/05/2017** έως τις **30/05/2017**, εξετάσαμε τα ηλεκτρονικά καταστήματα με τα οποία είχαμε επικοινωνήσει μέσω επιστολών και στα οποία είχαμε εκθέσει τις παρατηρήσεις μας, καθώς δεν ήταν απόλυτα εναρμονισμένα με τις απαιτήσεις του Νόμου. Στόχος της επανεξέτασης αυτής, ήταν να εξάγουμε συμπεράσματα, σχετικά με το τι αντίκρισμα είχαν οι ενέργειές μας στο χώρο της ηλεκτρονικής αγοράς και συγκεκριμένα στο κομμάτι της εκείνο, το οποίο έπασχε ως προς την ευθυγράμμισή του με το νομοθετικό πλαίσιο. Επιθυμία μας, να διαπιστώσουμε ότι έστω και ένα ικανοποιητικό μέρος των ηλεκτρονικών καταστημάτων, προέβη στις δέουσες συμπληρώσεις ή βελτιώσεις.

## Γ. Αποτελέσματα της Έρευνας

Παραθέτουμε τα στατιστικά στοιχεία που προέκυψαν, με σκοπό να συμβάλουμε στη διαμόρφωση μιας πιο ευκρινούς εικόνας για το κλίμα που επικρατεί στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

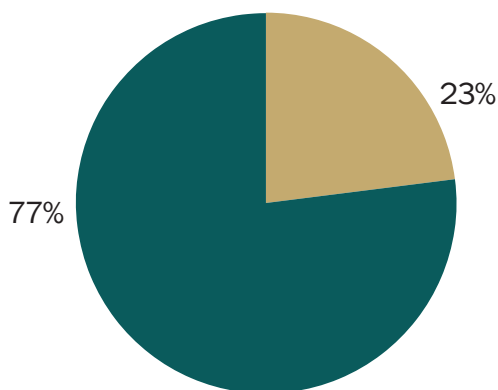
Από δείγμα 1000 ηλεκτρονικών καταστημάτων, 10 διαφορετικών κατηγοριών που εξετάσαμε, εξήχθησαν τα κάτωθι αποτελέσματα:

### 1. Εναρμόνιση ιστοσελίδων ηλεκτρονικών καταστημάτων στις απαιτήσεις του Νόμου

Σύνολο Εξετασθέντων	ΝΑΙ	ΟΧΙ
1000	228	772
%	22,80%	77,20%

#### Εναρμόνιση ιστοσελίδων στις απαιτήσεις του Νόμου

■ ΝΑΙ ■ ΟΧΙ

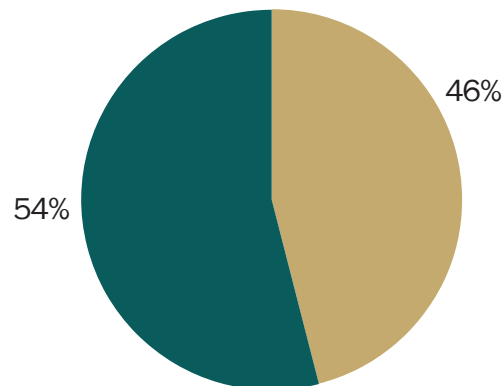


Κάνοντας μια συνολική θεώρηση των αποτελεσμάτων, ιδιαίτερος εντυπωσιακό ήταν το εξής αποτέλεσμα: **3 στα 4 ηλεκτρονικά καταστήματα, δεν πληρούσαν κάποιες από τις βασικές προϋποθέσεις που θέτει ο Νόμος** για τη διασφάλιση των δικαιωμάτων του καταναλωτή.

## 2. Δικαίωμα Υπαναχώρησης

Σύνολο Εξετασθέντων	ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΕΙ	ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ
1000	456	544
%	45,60%	54,40%

**Δικαίωμα Υπαναχώρησης**  
■ ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΕΙ    ■ ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ



Ιδιαίτερη βαρύτητα, έχει το κατοχυρωμένο από το Νόμο δικαίωμα υπαναχώρησης, το οποίο βρίσκει εφαρμογή στις ηλεκτρονικά συναπτόμενες συμβάσεις και ουσιαστικά, δίνει το δικαίωμα στον καταναλωτή να αλλιάξει γνώμη εντός 14 ημερολογιακών ημερών και να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Ο Νόμος ορίζει ότι ο καταναλωτής, θα πρέπει να ενημερώνεται με σαφήνεια για την ύπαρξη του δικαιώματος αυτού καθώς και για τις προϋποθέσεις άσκησής του.

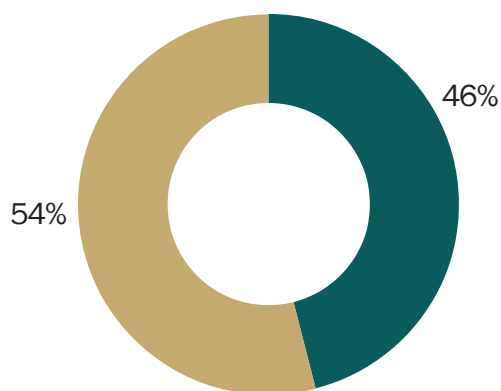
Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν εδώ τα αποτελέσματα της Έρευνας, καθώς **1 στα 2 ηλεκτρονικά καταστήματα, δεν πληροφορούσαν τον καταναλωτή για το δικαίωμα υπαναχώρησης** είτε παραλείποντας ολικά την αναφορά του, είτε παρέχοντας ενημέρωση η οποία δε συμφωνούσε με τα όσα ορίζει ο Νόμος. (π.χ. προέβλεπαν συντομότερη των 14 ημερών προθεσμία).

### 3. Εξυπηρέτηση Καταναλωτή σε περίπτωση Ελαττωματικού Προϊόντος

Σύνολο Εξετασθέντων	ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΕΙ	ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ
1000	544	456
%	54,40%	45,60%

#### Εξυπηρέτηση Καταναλωτή σε περίπτωση Ελαττωματικού Προϊόντος

■ ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΕΙ    ■ ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ



Μεγάλη σημασία έχει για τη διατήρηση σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ καταναλωτή- προμηθευτή, η ύπαρξη όρων εξυπηρέτησης του καταναλωτή σε περίπτωση ελαττωματικού προϊόντος.

Είναι σημαντικό σε περίπτωση που το προϊόν παρουσιάζει ελάττωμα, για το οποίο ευθύνεται ο πωλητής, να δίνεται η δυνατότητα στον καταναλωτή να αντιδράσει και να ασκήσει τα δικαιώματα τα οποία παρέχονται από το Νόμο.

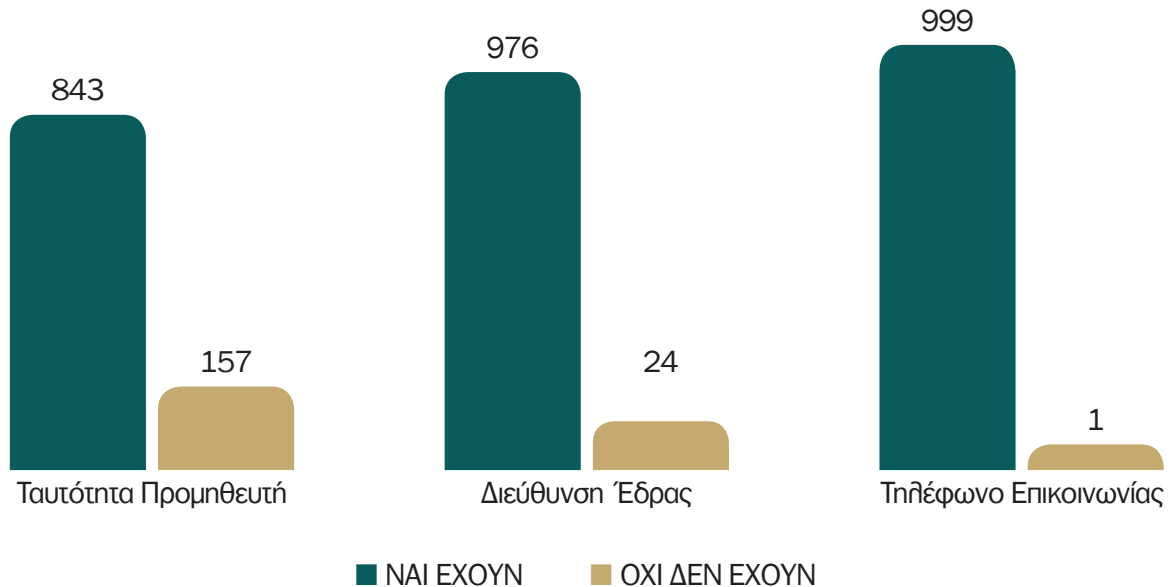
Για το λόγο αυτό, ο προμηθευτής, στην περίπτωση των ηλεκτρονικά συναπτόμενων συμβάσεων, θα πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή για τα δικαιώματά του και να μη θέτει όρους με στόχο να περιορίσει υπερβολικά την ευθύνη του σε περίπτωση ελαττωμάτων στα προϊόντα τα οποία εμπορεύεται.

**Περίπου 1 στα 2 ηλεκτρονικά καταστήματα, περιλάμβανε όρους αντιμετώπισης της κατάστασης σε περίπτωση ελαττωματικού προϊόντος, ενώ τα υπόλοιπα δε διέθεταν τέτοιους όρους ή απέκλιναν σημαντικά από τις απαιτήσεις του Νόμου**, πολλές φορές περιορίζοντας σημαντικά την ευθύνη του πωλητή και αφήνοντας στην ουσία τον καταναλωτή απροστάτευτο ως προς τα σχετικά του δικαιώματα.

#### 4. Ταυτότητα Προμηθευτή - Στοιχεία Επικοινωνίας

	Ταυτότητα Προμηθευτή	Διεύθυνση Έδρας	Τηλέφωνο Επικοινωνίας	Σύνολο Εξετασθέντων
ΝΑΙ	843	976	999	1000
ΟΧΙ	157	24	1	1000
% ΝΑΙ	84,3%	97,6%	99,9%	100%
% ΟΧΙ	15,70%	2,40%	0,10%	100%

#### Ταυτότητα Προμηθευτή - Στοιχεία Επικοινωνίας



Σύμφωνα με το κοινοτικό και εθνικό δίκαιο, ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, θα πρέπει σε εμφανές σημείο της ιστοσελίδας του, να αναφέρει συγκεκριμένα στοιχεία του προμηθευτή τα οποία σαφώς απαριθμούνται στο Νόμο.

Κατά την διεξαγωγή της Έρευνας, παρατηρήσαμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ηλεκτρονικών καταστημάτων, διέθετε τα στοιχεία αυτά και συγκεκριμένα: **Μόνο 157 από τα εξετασθέντα ηλεκτρονικά καταστήματα δεν ανέφεραν στην ιστοσελίδα τους την ταυτότητα του προμηθευτή, ενώ μόνο 24 δεν ανέφεραν τη διεύθυνση της έδρας τους.**

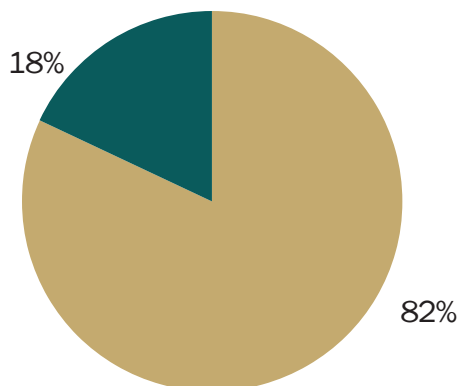
**Το τηλέφωνο επικοινωνίας πληρούνταν ως προϋπόθεση από το 100% σχεδόν των ηλεκτρονικών καταστημάτων,** γεγονός που θεωρούμε ως ιδιαίτερος σημαντικό καθώς αντικατοπτρίζει τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας του καταναλωτή με τον εκάστοτε προμηθευτή.

## 5. Όροι Πολιτικής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων

Σύνολο Εξετασθέντων	ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΟΥΝ	ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ
1000	822	178
%	82,20%	17,80%

### Όροι Πολιτικής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων

■ ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ■ ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ



Ιδιαίτερος ευαίσθητο ζήτημα που γεννάται στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι η προστασία και διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων, τα οποία ο καταναλωτής υποχρεούται να παραχωρήσει, προκειμένου να πραγματοποιήσει ηλεκτρονική συναλλαγή.

Η νομοθεσία σε κοινοτικό και εθνικό επίπεδο, επιβάλλει την υποχρέωση, σε οποιονδήποτε διαχειρίζεται προσωπικά δεδομένα, να ενημερώνει το υποκείμενο των προσωπικών δεδομένων και εν προκειμένω τον καταναλωτή, για τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιείται η διαχείριση αυτή.

Επομένως, η ύπαρξη όρων πολιτικής προστασίας προσωπικών δεδομένων καθίσταται αναγκαία, για την αξιοπιστία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Θα πρέπει οι εκάστοτε όροι να τίθενται στη διάθεση του καταναλωτή, προτού εκείνος προβεί στην πραγματοποίηση της συναλλαγής.

Θετικά υπήρξαν τα αποτελέσματα της Έρευνας στον τομέα αυτό, **καθώς 4 στα 5 ηλεκτρονικά καταστήματα, περιλάμβαναν στους όρους τους και την πολιτική προστασίας προσωπικών δεδομένων που ακολουθούν.**

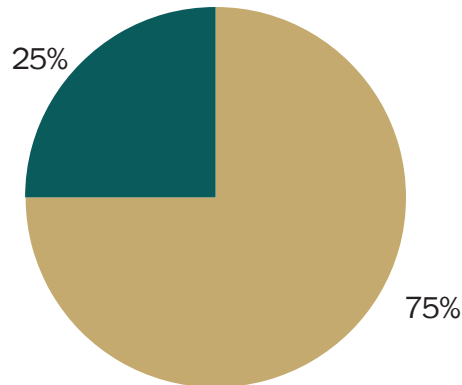


## 6. Προθεσμία Παραλαβής Προϊόντων

Σύνολο Εξετασθέντων	ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΕΙ	ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ
1000	750	250
%	75,00%	25,00%

### Προθεσμία Παραλαβής Προϊόντων

■ ΝΑΙ ΥΠΑΡΧΕΙ ■ ΟΧΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ



Τα ηλεκτρονικά καταστήματα, οφείλουν να ενημερώνουν τον καταναλωτή σχετικά με την προθεσμία παράδοσης των προϊόντων.

**Το ποσοστό των ηλεκτρονικών καταστημάτων που ήταν συνεπές ως προς την ανωτέρω υποχρέωση ανέρχεται σε 75 %.**

Το υπόλοιπο 25 % παρέλειπε να διευκρινίσει τη σχετική προθεσμία. Αν δε συμφωνηθεί διαφορετικά, ο Νόμος ορίζει ότι πρέπει τα προϊόντα να παραδοθούν εντός 30 ημερών.

Αν δεν τηρηθεί αυτή η προθεσμία, ο καταναλωτής οφείλει να θέσει μια προθεσμία για την παράδοση, ανάλογη των σχετικών περιστάσεων και αν δεν τηρηθεί και αυτή, έχει δικαίωμα να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Είναι επομένως σημαντικό και για τις δύο πλευρές, να ξεκαθαρίζεται εξαρχής ο χρόνος παράδοσης.

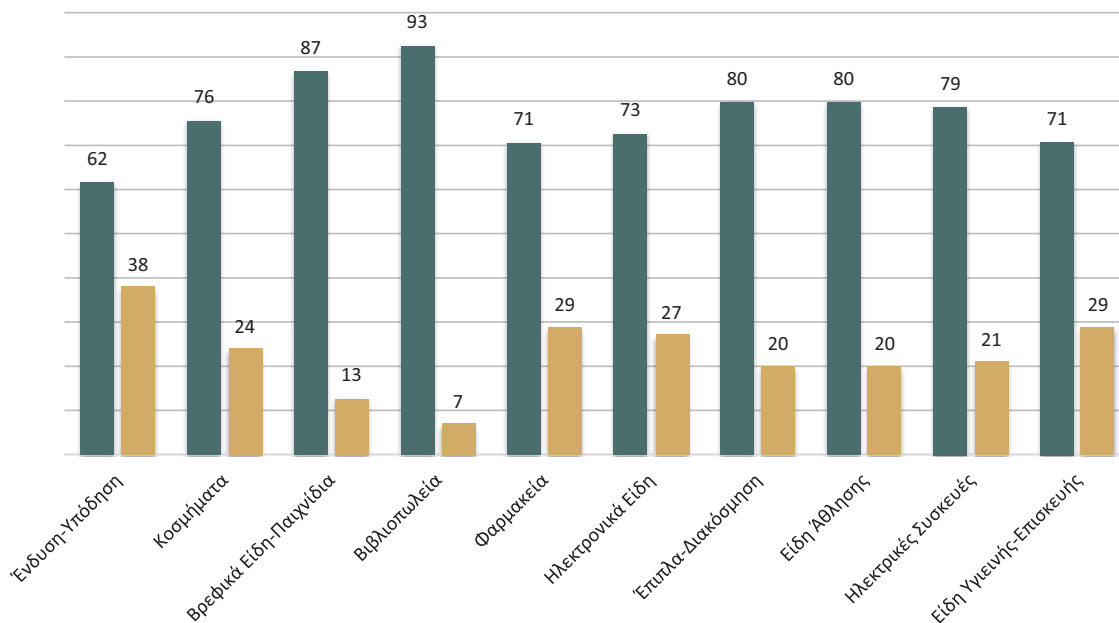
## 7. Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα ανά κατηγορία

Κατηγορίες	Ιστοσελίδες ΜΗ Σύμφωνες με το Νόμο	Ιστοσελίδες Σύμφωνες με το Νόμο	Σύνολο Εξετασθέντων
Ένδυση-Υπόδηση	62	38	100
Κοσμήματα	76	24	100
Βρεφικά Είδη-Παιχνίδια	87	13	100
Βιβλιοπωλεία	93	7	100
Φαρμακεία	71	29	100
Ηλεκτρονικά Είδη	73	27	100
Έπιπλα-Διακόσμηση	80	20	100
Είδη Άθλησης	80	20	100
Ηλεκτρικές Συσσκευές	79	21	100
Είδη Υγιεινής-Επισκευής	71	29	100
<b>Σύνολα</b>	<b>772</b>	<b>228</b>	<b>1000</b>

Για τη συγκρότηση του δείγματος της Έρευνας, επιλέχθηκαν τυχαίως ηλεκτρονικά καταστήματα, τα οποία άνηκαν σε 10 διαφορετικές κατηγορίες, επιδιώκοντας να εξασφαλιστεί, η όσο το δυνατόν πιο αντικειμενική «εικόνα» του χώρου των συναλλαγών με ηλεκτρονικά καταστήματα.

### Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα ανά κατηγορία

■ Ιστοσελίδες ΜΗ Σύμφωνες με το Νόμο    ■ Ιστοσελίδες Σύμφωνες με το Νόμο



Τοποθετώντας και εξετάζοντας, κατά φθίνουσα πορεία, τις κατηγορίες που συνολικά μπορούν να χαρακτηριστούν ως περισσότερο υγιείς, υπό την έννοια της ευθυγράμμισης με το Νόμο, προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα:

**Συγκεκριμένα, 62 από τις επιχειρήσεις που ανήκουν στην κατηγορία Ένδυση-Υπόδηση, παρουσίασαν αποκλίσεις από τις διατάξεις της σχετικής νομοθεσίας**, αναδεικνύοντας τη στην κατηγορία με τις περισσότερες τυπικές ως προς το νομικό πλαίσιο, ηλεκτρονικές επιχειρήσεις.

Τη δεύτερη θέση, διεκδικεί η κατηγορία των Φαρμακείων, με 71 αποκλίσεις από το νόμο ηλεκτρονικές επιχειρήσεις.

Στον αντίποδα, οι κατηγορίες που ήρθαν τελευταίες, καθώς συγκέντρωσαν τις περισσότερες ηλεκτρονικές επιχειρήσεις που χρήζουν βελτίωσης ή συμπλήρωσης των όρων τους, είναι **τα Βρεφικά Είδη-Παιχνίδια και τέλος τα Βιβλιοπωλεία, με 87 και 93 μη απολύτως εναρμονισμένες με το Νόμο επιχειρήσεις αντίστοιχα**. Οδηγούμαστε σε μια αναπόφευκτη συσχέτιση, βλέποντας με μια πιο κριτική ματιά τα αποτελέσματα, μεταξύ της αναγκαιότητας των αγαθών που εμπορεύεται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και την εναρμόνιση η μη αυτού με τις διατάξεις του Νόμου.

Προμηθευτές αγαθών που χαρακτηρίζονται από αναγκαιότητα ως προς τον καταναλωτή και ως εκ τούτου από μεγαλύτερη ζήτηση, όπως τα ενδύματα, τα υποδήματα και τα φάρμακα, δίνουν μεγαλύτερη βάση στην πληρότητα των όρων τους και στη διαφύλαξη των δικαιωμάτων του καταναλωτή. Είναι λογικό η μεγαλύτερη ζήτηση σε μία κατηγορία προϊόντων, να οδηγεί σε μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο τομέα και συνεπώς σε μεγαλύτερο ανταγωνισμό μεταξύ τους.

Το «χτίσιμο» σχέσης εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή, μέσω της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας της ηλεκτρονικής επιχείρησης, είναι πιθανότατα ένας τρόπος ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της και επικράτησης έναντι άλλων ομοειδών επιχειρήσεων.

Αυτό δε συμβαίνει με αγαθά όπως τα Παιχνίδια, τα Είδη Άθλησης ή τα Βιβλία, τα οποία παρουσιάζουν μικρότερη ζήτηση στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου άρα και μικρότερο ανταγωνισμό μεταξύ των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων.

## 8. Δραστηριοποίηση Ηλεκτρονικών Καταστημάτων ανά Νομό

α/α	Νομός	Ηλεκτρονικά Καταστήματα	α/α	Νομός	Ηλεκτρονικά Καταστήματα
1	ΑΤΤΙΚΗΣ	630	24	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	4
2	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	132	25	ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	3
3	ΑΧΑΪΑΣ	27	26	ΚΕΡΚΥΡΑΣ	3
4	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ	26	27	ΚΙΛΚΙΣ	3
5	ΛΑΡΙΣΑΣ	21	28	ΛΕΣΒΟΥ	3
6	ΕΥΒΟΙΑΣ	13	29	ΡΟΔΟΠΗΣ	3
7	ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	11	30	ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	3
8	ΣΕΡΡΩΝ	10	31	ΧΑΝΙΩΝ	3
9	ΠΙΕΡΙΑΣ	8	32	ΑΡΤΑΣ	2
10	ΒΟΙΩΤΙΑΣ	7	33	ΗΜΑΘΙΑΣ	2
11	ΔΡΑΜΑΣ	7	34	ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑΣ	2
12	ΗΛΕΙΑΣ	7	35	ΚΥΚΛΑΔΩΝ	2
13	ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	7	36	ΠΡΕΒΕΖΗΣ	2
14	ΚΑΒΑΛΑΣ	6	37	ΤΡΙΚΑΛΩΝ	2
15	ΡΕΘΥΜΝΟΥ	6	38	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	2
16	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	5	39	ΧΙΟΥ	2
17	ΞΑΝΘΗΣ	5	40	ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΩΝ	1
18	ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	4	41	ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	1
19	ΑΡΚΑΔΙΑΣ	4	42	ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	1
20	ΕΒΡΟΥ	4	43	ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ	1
21	ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	4	44	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	1
22	ΚΟΖΑΝΗΣ	4	45	ΠΕΛΛΑΣ	1
23	ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	4	46	ΣΑΜΟΥ	1
<b>Σύνολο Ηλεκτρονικών Καταστημάτων:</b>					1000

Οι 1000 εξετασθέντες ιστότοποι έχουν την έδρα τους σε 46 νομούς της Ελλάδος

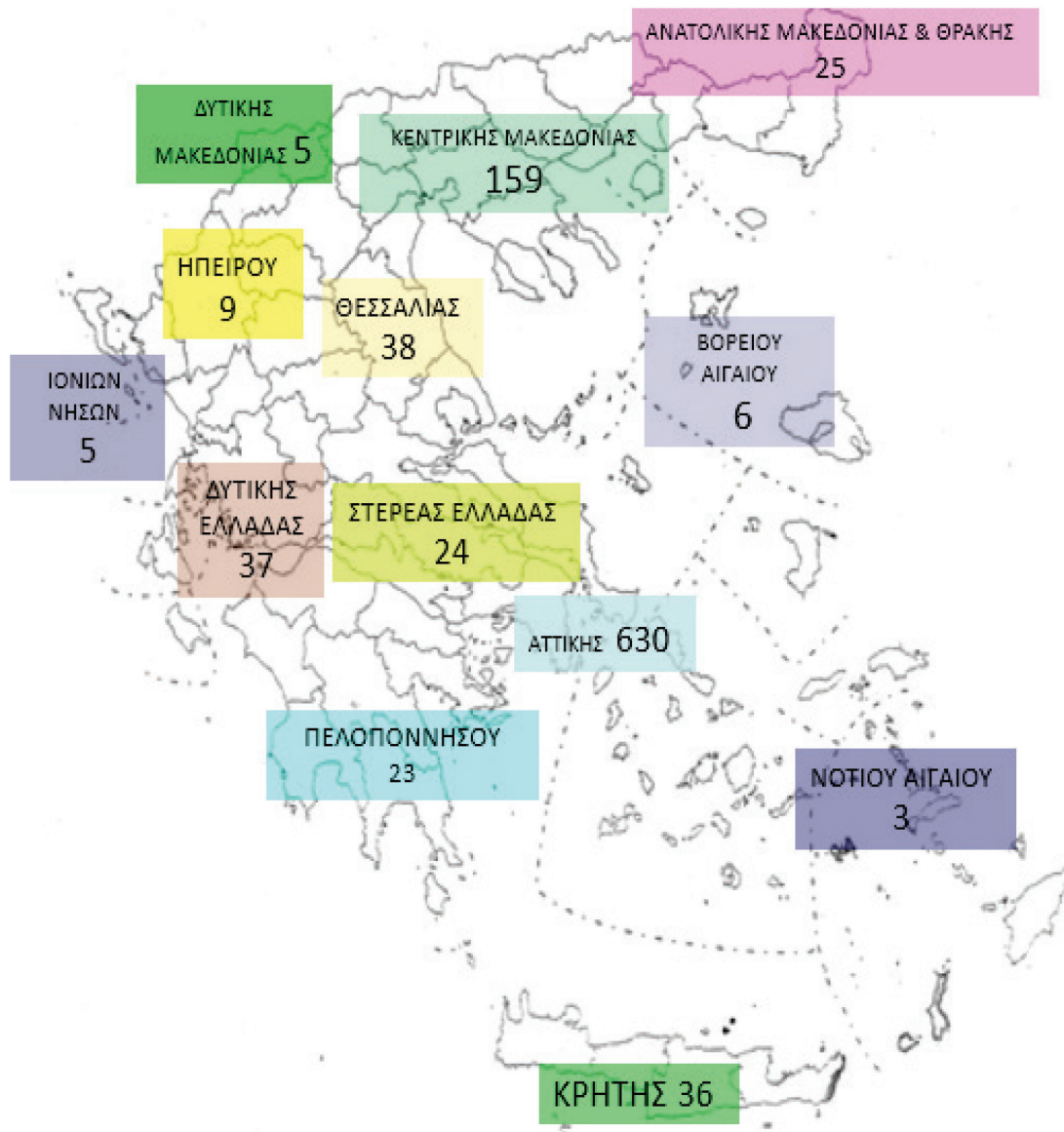
Στους πρώτους δέκα νομούς έχουν έδρα το 88,5% των ιστοτόπων ενώ το υπόλοιπο 11,5% έχει έδρα σε 36 νομούς της χώρας.

Κάνοντας μια συνολική αποτίμηση της κατανομής των εδρών των ηλεκτρονικών καταστημάτων ανά νομό, παρατηρούμε υπερσυγκέντρωση στα μεγάλα αστικά κέντρα, καθώς το 63%, έχει έδρα στην Αθήνα, ενώ μόλις το 13% στη Θεσσαλονίκη. Το υπόλοιπο 25%, είναι καταμετρημένο ανισομερώς στην περιφέρεια.

Συμπεραίνουμε επομένως μια γενικότερη προβληματική, η οποία αφορά συνολικά τη χώρα μας, καθώς φαίνεται πως η πρωτεύουσα αποτελεί πολύ σημαντικό κέντρο επιχειρηματικής και οικονομικής δραστηριότητας, χωρίς να έχει να αντιμετωπίσει κάποιο «ανταγωνιστή».

Το γεγονός αυτό προκύπτει από το γενικότερο φαινόμενο του υπερχηθισμού της πρωτεύουσας και από τη σχεδόν ανύπαρκτη αγορά εργασίας στις περισσότερες πόλεις της χώρας, ακόμα και σε αυτές στις οποίες λειτουργούν πανεπιστημιακά ιδρύματα και ως εκ τούτου υπάρχει επιστημονική δραστηριότητα. Τα παραπάνω, σίγουρα δεν είναι δείγματα μιας υγιούς και εξελίξιμης οικονομίας.

Ωστόσο, δε θα πρέπει να παραγνωρίσουμε το ότι αν και σε μικρή ποσοστιαία κλίμακα, υπάρχουν πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία διατηρούν την έδρα τους σε αρκετά απομακρυσμένες από την πρωτεύουσα περιοχές (π.χ. σε νησιά). Το γεγονός αυτό μας αποδεικνύει την προσπάθεια των συγκεκριμένων επιχειρηματιών να έρθουν σε επαφή με μεγαλύτερο μέρος του αγοραστικού κοινού της χώρας, αποκτώντας μια ισχυρότερη παρουσία στον επιχειρηματικό κόσμο.

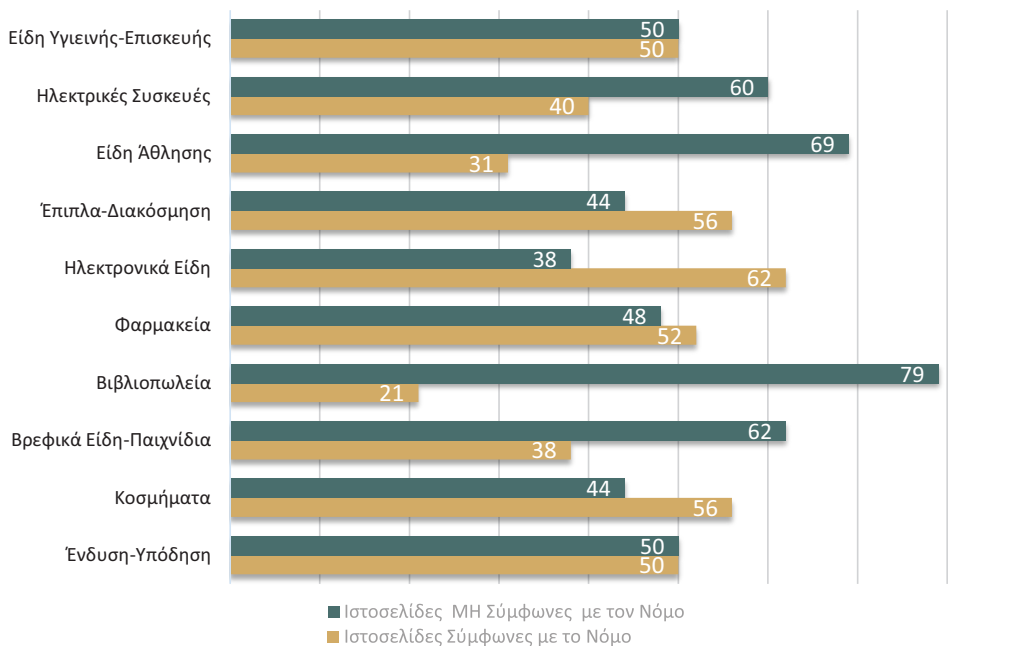


Δραστηριοποίηση Ηλεκτρονικών Καταστημάτων ανά Περιφέρεια

## 9. Αποτύπωση Αποτελεσμάτων ανά κατηγορία

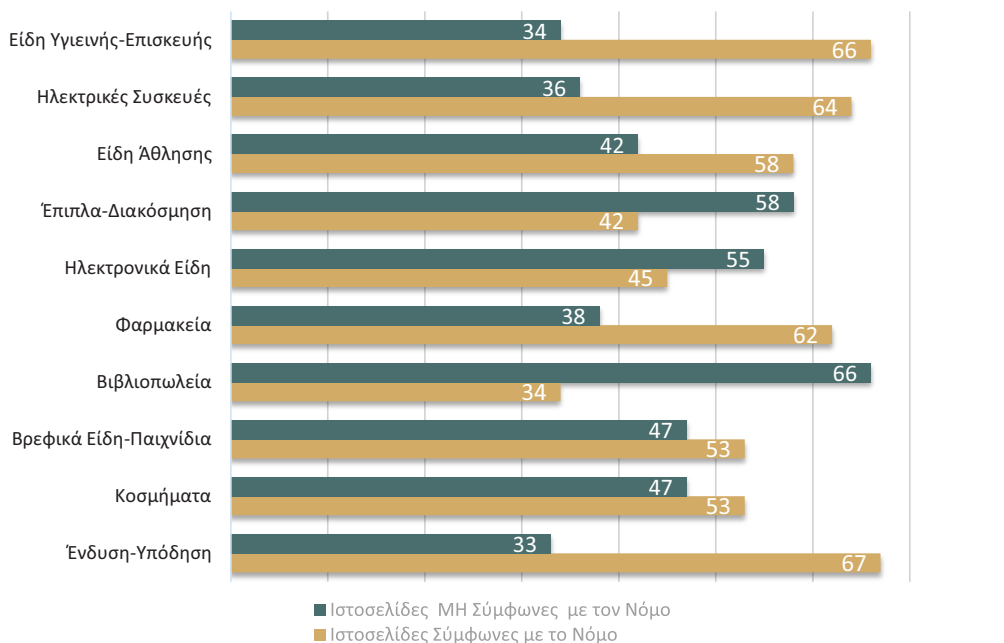
Παρατίθενται πιο κάτω, τα στατιστικά αποτελέσματα που απεικονίζουν την εναρμόνιση των ιστοσελίδων των ηλεκτρονικών καταστημάτων με τις απαιτήσεις του **Νόμου ανά κατηγορία ως προς το Δικαίωμα Υπαναχώρησης**

### Αναλυτικά αποτελέσματα ως προς το δικαίωμα υπαναχώρησης ανά κατηγορία



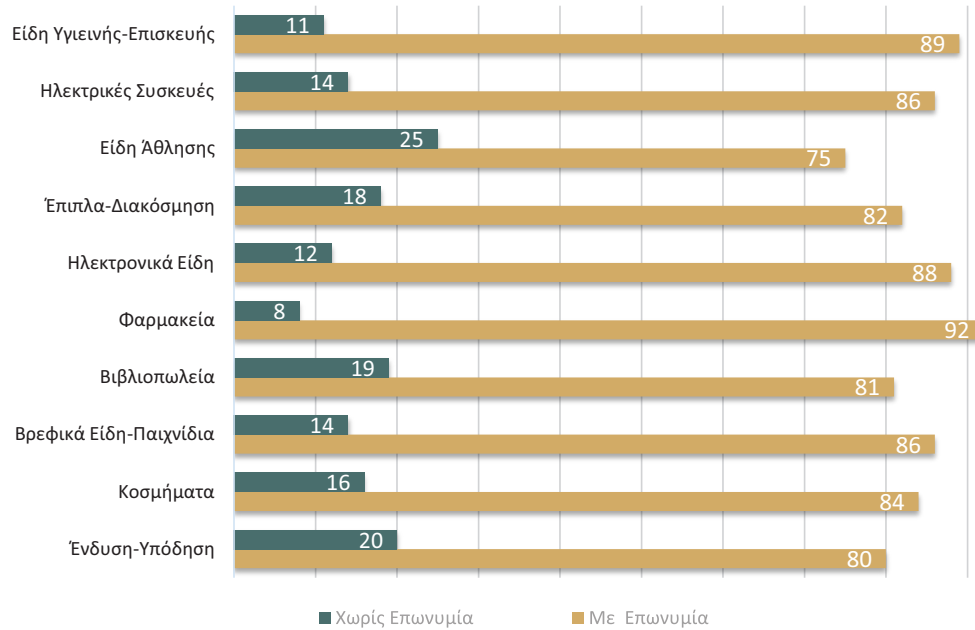
Παρατίθενται πιο κάτω, τα στατιστικά αποτελέσματα που απεικονίζουν την εναρμόνιση των ιστοσελίδων των ηλεκτρονικών καταστημάτων με τις απαιτήσεις του Νόμου **ανά κατηγορία ως προς την Εξυπηρέτηση καταναλωτή σε περίπτωση ελαττωματικού προϊόντος**

### Αναλυτικά αποτελέσματα ως προς την εξυπηρέτηση καταναλωτή σε περίπτωση ελαττωματικού προϊόντος ανά κατηγορία

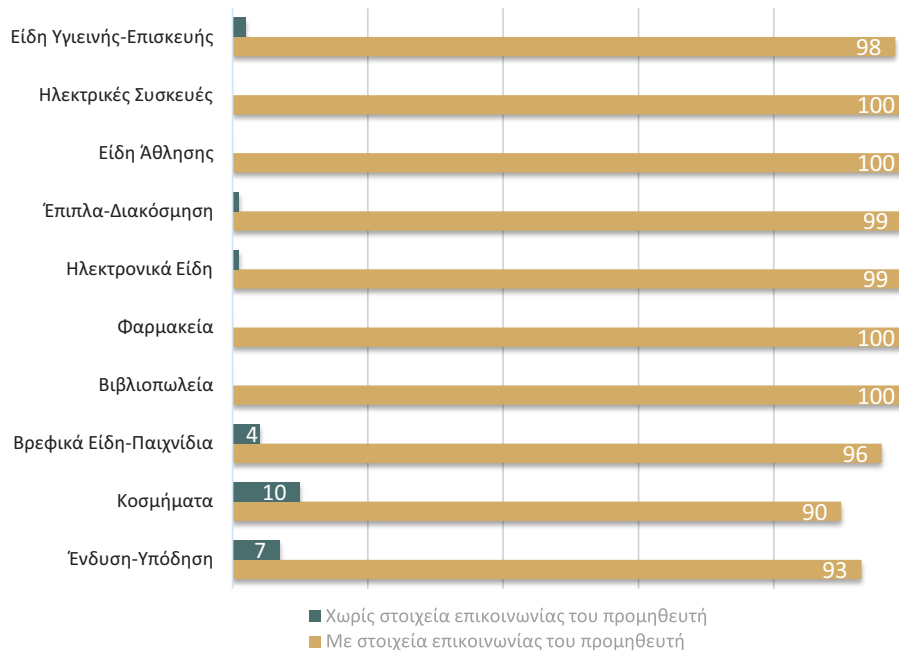


Παρατίθενται πιο κάτω, τα στατιστικά αποτελέσματα που απεικονίζουν την εναρμόνιση των ιστοσελίδων των ηλεκτρονικών καταστημάτων με τις απαιτήσεις του Νόμου **ανά κατηγορία ως προς την Ταυτότητα του Προμηθευτή και τα Στοιχεία Επικοινωνίας**

### Αναλυτικά αποτελέσματα ως προς την ταυτότητα του προμηθευτή

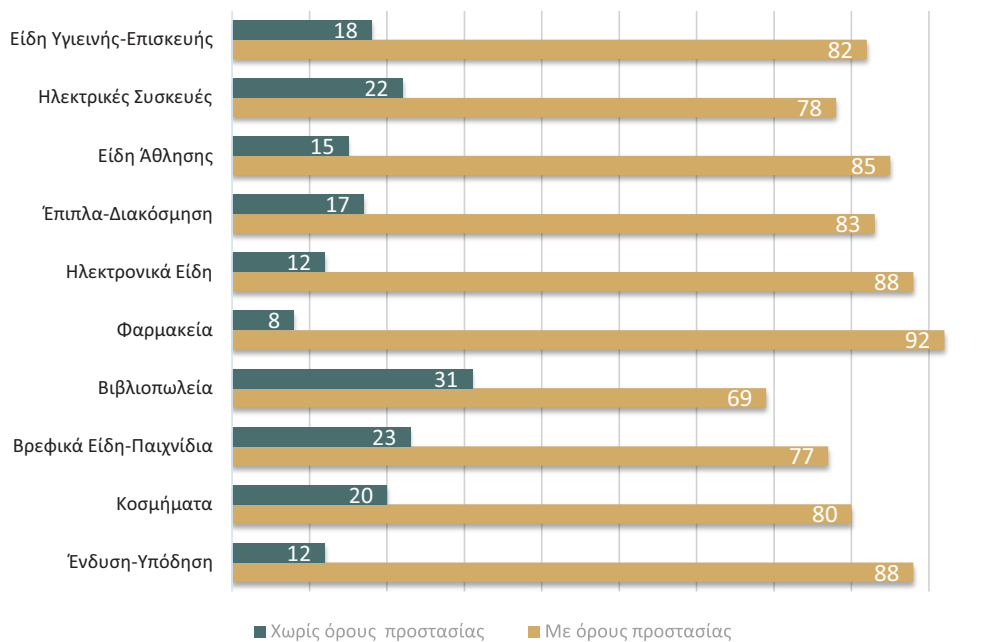


### Αναλυτικά αποτελέσματα ως προς τα στοιχεία επικοινωνίας του προμηθευτή



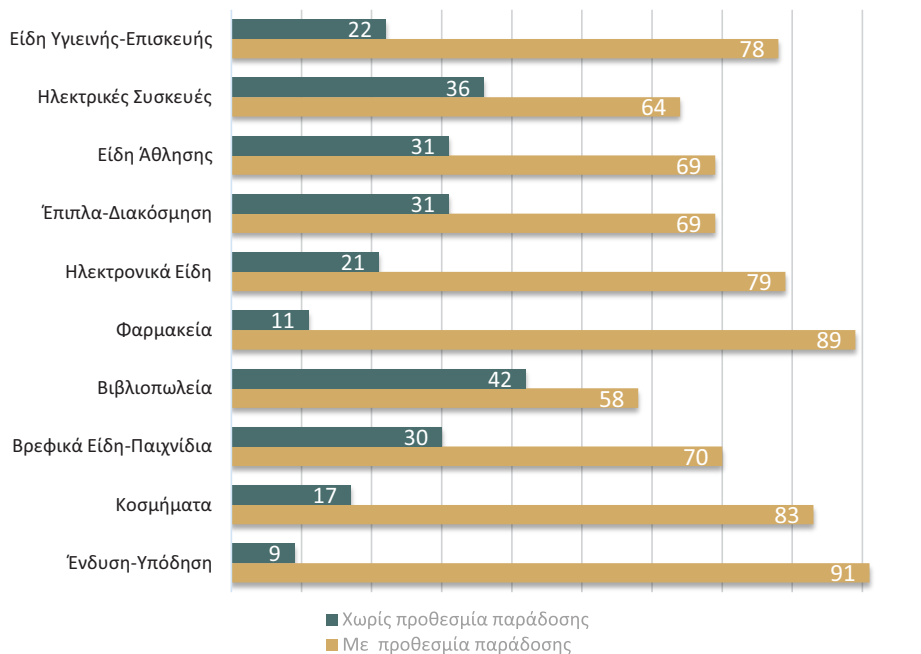
Παρατίθενται πιο κάτω, τα στατιστικά αποτελέσματα που απεικονίζουν την εναρμόνιση των ιστοσελίδων των ηλεκτρονικών καταστημάτων με τις απαιτήσεις του Νόμου **ανά κατηγορία ως προς τους όρους Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων**

### Αναλυτικά αποτελέσματα ως προς τους όρους προστασίας προσωπικών δεδομένων ανά κατηγορία



Παρατίθενται πιο κάτω, τα στατιστικά αποτελέσματα που απεικονίζουν την εναρμόνιση των ιστοσελίδων των ηλεκτρονικών καταστημάτων με τις απαιτήσεις του Νόμου **ανά κατηγορία ως προς την Προθεσμία Παράδοσης**

### Αναλυτικά αποτελέσματα ως προς την προθεσμία παράδοσης ανά κατηγορία





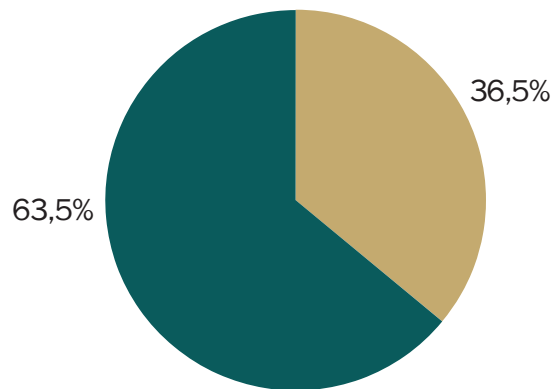
## 10. Εναρμόνιση μη σύμφωνων με το Νόμο Ηλεκτρονικών Καταστημάτων μετά τις παρατηρήσεις της Ε.Ε.Κ.Ε.

Σε επόμενο στάδιο της Έρευνας, και αφού επικοινωνήσαμε με τους ιδιοκτήτες και υπεύθυνους των ιστοσελίδων ηλεκτρονικών καταστημάτων, οι οποίες δεν ήταν σύμφωνες με τις προϋποθέσεις του Νόμου, **εξετάσαμε εκ νέου τις ιστοσελίδες, με στόχο να εντοπίσουμε πόσες από αυτές πραγματοποίησαν τις βελτιώσεις και συμπληρώσεις τις οποίες τους προτείναμε.**

Σύνολο Εξετασθέντων	ΝΑΙ	ΟΧΙ
772	282	490
%	36,50%	63,50%

### Εναρμόνιση μη σύμφωνων με το Νόμο Ηλεκτρονικών Καταστημάτων μετά τις παρατηρήσεις της ΕΕΚΕ

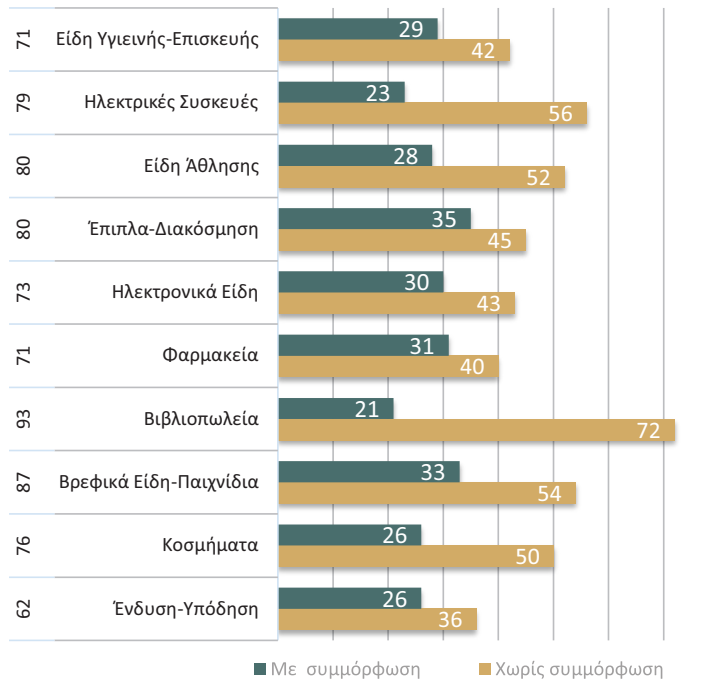
■ ΝΑΙ ■ ΟΧΙ



Έως τη στιγμή δημοσιοποίησης της έρευνας αυτής, από τα 772 μη συμμορφούμενα με τις απαιτήσεις του Νόμου ηλεκτρονικά καταστήματα, τα 282 ανταποκρίθηκαν θετικά, πραγματοποιώντας τις αλλαγές οι οποίες προτάθηκαν από εμάς, ενώ οι υπόλοιπες 490, δεν προέβησαν σε καμία απολύτως αλλαγή ή συμπλήρωση των όρων τους. Το αποτέλεσμα αυτό, κρίνεται ενθαρρυντικό και ενισχύει την πεποίθησή μας, ότι και οι υπόλοιπες επιχειρήσεις μελλοντικά, θα προχωρήσουν στις σχετικές μεταβολές, ώστε να ευθυγραμμιστούν με τα όσα ορίζει ο Νόμος για τη λειτουργία τους.

Παρατίθεται το αναλυτικό διάγραμμα που απεικονίζει τα ηλεκτρονικά καταστήματα, ανά κατηγορία, που ανταποκρίθηκαν θετικά στις παρατηρήσεις της Ε.Ε.Κ.Ε. και προέβησαν στις απαραίτητες διορθώσεις ή βελτιώσεις, τις οποίες τους προτείναμε.

### Αναλυτικά αποτελέσματα ως προς την συμμόρφωση μετά τις παρατηρήσεις της ΕΕΚΕ ανά κατηγορία



## Δ. Γενικά Συμπεράσματα

Κάνοντας μία γενική επισκόπηση των αποτελεσμάτων που εξήχθησαν, παρατηρούμε ότι οι επιχειρήσεις έχουν την τάση να ελίσσονται μέσω ασαφών διατυπώσεων, παραλείψεων και καταχρηστικών όρων ως προς εκείνες τις διατάξεις του Νόμου, οι οποίες παραχωρούν δικαιώματα στον καταναλωτή.

Καθίσταται σαφής η προσπάθειά τους να περιορίσουν το πεδίο των υποχρεώσεων τους σε βάρος των δικαιωμάτων της άλλης πλευράς.

Το μεγάλο ποσοστό βέβαια των καταστημάτων που παρουσιάζει αποκλίσεις από το Νόμο, σίγουρα περιλαμβάνει και αποκλίσεις οι οποίες είναι αποτέλεσμα άγνοιας και όχι κακής πρόθεσης από πλευράς των προμηθευτών.

Είναι πολύ συχνό φαινόμενο η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με το νομικό πλαίσιο, η οποία συχνά είναι προϊόν της πολυνομίας ή των αλληλεπλήθων τροποποιήσεων στους οποίους συχνά υπόκεινται οι Νόμοι και ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο Ν. 2251/1994 περί Προστασίας του Καταναλωτή.

Θα ήταν επομένως ίσως αυστηρό και κάπως αυθαίρετο να αποδώσουμε κακή προαίρεση σε όλους τους προμηθευτές.

Σε κάθε δε περίπτωση, σημαντικό ζήτημα που αναφύεται, είναι η ύπαρξη η μη σωστής ενημέρωσης όλων των συμμετεχόντων στην αγορά.

Κατά την επανεξέταση των ηλεκτρονικών καταστημάτων, όπως έχουμε προαναφέρει ήδη, ήμασταν στην ευχάριστη θέση να διαπιστώσουμε, ότι από τον αρχικό αριθμό των 772 επιχειρήσεων, οι οποίες δεν ήταν εναρμονισμένες με τις απαιτήσεις του Νόμου, οι 282 και απλούστερα η 1 στις 3 προέβησαν σε τροποποιήσεις ή βελτιώσεις των όρων τους, μετά την επικοινωνία μας μαζί τους.

Ο αριθμός αυτός ίσως φαντάζει μικρός αλλά κατά την άποψή μας, είναι μια ιδιαίτερως σημαντική ανταπόκριση στην παρέμβασή μας, η οποία συνηγορεί στα όσα πιο πάνω αναφέραμε για έλλειψη κακής πρόθεσης από πλευράς των προμηθευτών.

Ελπίζουμε ότι αυτό το παράδειγμα θα ακολουθήσουν και τα υπόλοιπα ηλεκτρονικά καταστήματα, τα οποία μέχρι τη στιγμή που έληξε η Έρευνα, εξακολουθούσαν να παρουσιάζουν ελλείψεις και ασάφειες στους όρους χρήσης-συναλλαγών.

## Ε. Επίλογος

Επιθυμία μας είναι, τόσο η Έρευνα αυτή όσο και η Δράση στο σύνολό της, να λειτουργήσει ως εφαλτήριο για τη βελτίωση του κλίματος της αγοράς, στο πλαίσιο των ηλεκτρονικών συναλλαγών και όχι μόνο.

Είναι πεποίθησή μας, ότι η ύπαρξη υπεύθυνων καταναλωτών και προμηθευτών, επιτυγχάνεται μόνο μέσω της καθιέρωσης ενός πλαισίου εμπιστοσύνης και καλόπιστης συναλλακτικής συμπεριφοράς ανάμεσα στα δύο συμβαλλόμενα μέρη, προμηθευτή και καταναλωτή, οι σχέσεις των οποίων αποτελούν κατ' ουσίαν αυτό που καλούμε «αγορά».

Η Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας, έχει ως στόχο να προασπίζει τα δικαιώματα του καταναλωτή σε όλα τα επίπεδα, και προσπαθεί να στέκεται στο πλευρό του, με όποια μέσα διαθέτει, οποτεδήποτε αυτά κινδυνεύουν να διαταραχθούν.

Την ίδια όμως στιγμή, οι προμηθευτές, που αποτελούν την άλλη όψη του ίδιου νομίσματος, δεν αντιμετωπίζονται από εμάς ως το «αντίπαλο στρατόπεδο» σε αυτή τη διαρκή μας προσπάθεια.

Επιθυμούμε, την επικοινωνία και τη σχέση αλληλοβοήθειας με αυτούς, αφουγκραζόμενοι τα όποια προβλήματα και οι ίδιοι αντιμετωπίζουν με σκοπό πάντα τη φιλική διευθέτηση των όποιων διαφορών. Βλέπουμε την κάθε επιχείρηση σαν βοηθό στην επίτευξη των στόχων μας, λαμβάνοντας υπόψη ότι και τα δικά τους συμφέροντα και ιδιαίτερα των μικρότερων από αυτές, στη δύσκολη εποχή που διανύουμε, είναι πιθανό να διακυβεύονται.

Τα συμφέροντα των καταναλωτών, θα πάψουν να θίγονται μόνο μέσα από τη σωστή και αποτελεσματική ενημέρωση και των δύο πλευρών αλλά κυρίως μέσω της διάθεσής τους, να ενεργούν πάντα καλόπιστα, απαλλαγμένοι από το αίσθημα της καχυποψίας έναντι του εκάστοτε αντισυμβαλλόμενου τους.

Ελπίζουμε ότι και η Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης, ως αρμόδιος φορέας, μετά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της Έρευνας, θα προβεί από πλευράς της, στις δέουσες ενέργειες αν και όπου κριθεί απαραίτητο.

## **ΣΤ. Παράρτημα**

### **ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

#### **Ευρωπαϊκή νομοθεσία**

- Οδηγία 31/2000 ΕΚ (2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου)

#### **Εθνική νομοθεσία**

- Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 (ΦΕΚ 116 Α'-16.05.2003)
- Νόμος 2251/1994 περί Προστασίας των καταναλωτών (ΦΕΚ 191 Α' -16.11.1994)
- Κώδικας Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ΦΕΚ 969 Β' – 22.03.2017)





**ΕΝΩΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ**



Ιουλιανού 28, 104 33 Αθήνα, 6ος όροφος • Τηλ.: 210-8817730

Fax: 210-8817784 • e-mail: [info@eeke.gr](mailto:info@eeke.gr) • [www.eeke.gr](http://www.eeke.gr)