****

**ΜΑΘΗΜΑ: Στοιχεία Δικαίου Πληροφορίας**

Τίτλος-Θέμα

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

Σταμάτης-Στασινός Λάμπρος p3080166 , Γριτσόπουλος Σωκράτης p3070041 , Καλογέρη Αναστασία p3130078

2019

**Πρόλογος**

Μέσα στην κρίση της αγοράς, με αυξημένη την ανάγκη περιορισμού των λειτουργικών εξόδων των επιχειρήσεων, πολύς λόγος γίνεται για τη δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων στο Διαδίκτυο προκειμένου να αυξηθεί ο τζίρος. Ας δούμε, λοιπόν, το θέμα όσο μπορούμε καλύτερα.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι μία ιστοσελίδα που περιλαμβάνει όσα προϊόντα**(**ψηφιακά και μή**)** θέλουμε να πουλήσουμε σε πελάτες. Τα προϊόντα αυτά πρέπει να υπάρχουν σε στοκ (ή να μπορούμε να τα έχουμε πολύ γρήγορα εφόσον παραγγελθούν) και να μπορούμε να τα αποστείλουμε στους πελάτες μας.

Για την πληρωμή μπορεί να χρησιμοποιηθεί κάποια τράπεζα (ασφαλής συναλλαγή μέσω Ιντερνετ) ή το paypal (διαδεδομένο σε νεαρές ηλικίες) ή η κλασική αντικαταβολή. Το περιεχόμενο του καταστήματος μπορεί να αλλάζει από την ίδια την επιχείρηση με τα νέα προϊόντα, τις αλλαγές τιμών, τις προσφορές.

Οι πελάτες που επισκέπτονται τους καταλόγους ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι δυνατό να είναι περαστικοί πελάτες (walk-in) και διαπιστευμένοι (account customers). Ένας περαστικός πελάτης συνήθως επιλέγει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν, οριστικοποιεί την παραγγελία του, «πληρώνει» και προσδιορίζει τη διεύθυνση παράδοσης των προϊόντων που παρήγγειλε. Σε αυτή την κατηγορία πελατών δεν μπορεί να παρασχεθεί καμία άλλη διευκόλυνση. Σε αντίθεση με τους περαστικούς πελάτες, οι διαπιστευμένοι πελάτες, μπορούν να απολαμβάνουν μια σειρά από επιπλέον διευκολύνσεις. Ένας πελάτης εγγράφεται στις λίστες των διαπιστευμένων πελατών, όταν αποφασίσει να καταχωρήσει στοιχεία όπως είναι : επώνυμο, όνομα, διεύθυνση,κλπ. Με τον τρόπο αυτό ο πελάτης αποκτά username και password. Στο εξής κάθε φορά που ο πελάτης συνδέεται στο δικτυακό τόπο του ηλεκτρονικού καταστήματος, μπορεί να δίνει το username και το password του και να αποκτά τις επιπλέον διευκολύνσεις ή να δει το ιστορικό αγορών του.

Η διανομή των προϊόντων μπορεί να γίνει με ηλεκτρονικό τρόπο, όταν η φύση των προϊόντων είναι τέτοια που επιτρέπει την ψηφιακή τους μετάδοση ή όταν επιδέχεται μετασχηματισμό σε ψηφιακή μορφή. Στις περιπτώσεις αυτές μπορεί να αποσταλεί με ένα μήνυμα e-mail ή να γίνει μεταφορά της από ένα FTP κόμβο. Μουσική, κινηματογραφικές ταινίες, μελέτες, τεχνικές προδιαγραφές και πρότυπα, είναι μόνο ορισμένα από τα προϊόντα που μπορεί να βρίσκονται ή να δύναται να μετασχηματιστουν σε ψηφιακή μορφή. Τα υλικά προϊόντα αποστέλλονται με απλό ταχυδρομείο ή με ταχυμεταφορές (couriers).

**Σχετικό Νομικό Πλαίσιο**

Παρατίθεται οποιαδήποτε νομοθεσία σχετική και στην συνέχεια θα αναλυθεί:

* G.D.P.R - Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων
* Νόμος 2251/1994
* Νόμος 3471/2006
* Προεδρικό Διάταγμα 131/2003
* Ηλεκτρονική Επίλυση Διαφορών (ΗΕΔ)

Ως Ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζεται το εμπόριο που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα βασίζεται δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έκφανση των λεγόμενων υπηρεσιών εξ αποστάσεως (Προεδρικό Διάταγμα 39.2001). Ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια ολοκληρωμένη συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω του διαδικτύου χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, δηλαδή του πωλητή και του αγοραστή, οι οποίοι μπορούν να βρίσκονται ακόμα και σε διαφορετικές χώρες. Είναι οποιαδήποτε συναλλαγή που ενέχει διαδικτυακή δέσμευση για αγορά η πώληση αγαθών ή υπηρεσιών. Ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρούνται επίσης και οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου και Φαξ. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο. Ο πρώτος όρος χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο. Άμεσο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται είτε με πιστωτικές κάρτες είτε με ηλεκτρονικό χρήμα με την αρωγή πάντα και την σύμπραξη των τραπεζών. Για να συμφωνηθεί μεταξύ του καταναλωτή (αγοραστή) και του προμηθευτή (πωλητή) η πώληση των αγαθών ή των υπηρεσιών στο ηλεκτρονικό εμπόριο απαιτείται η ύπαρξη σύμβασης, η λεγόμενη εξ αποστάσεως σύμβαση. Σύμβαση εξ αποστάσεως είναι κάθε

σύμβαση μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή που αφορά αγαθά ή υπηρεσίες, και η οποία συνάπτεται στα πλαίσια ενός συστήματος πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών εξ αποστάσεως, που διοργανώνεται από τον προμηθευτή. Ο προμηθευτής χρησιμοποιεί αποκλειστικά ένα ή περισσότερα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως έως τη σύναψη της συμβάσεως, συμπεριλαμβανομένης και αυτής καθεαυτής της σύναψης της σύμβασης. (Οδηγία 97/7 ). Για να καταρτιστεί μια τέτοια σύμβαση πρέπει να υπάρχει ηλεκτρονική δήλωση βούλησης, που περιέχει πρόταση σύναψης σύμβασης και ηλεκτρονική αποδοχή αυτής.

Η δέσμευση μεταξύ των μερών γίνεται και μέσω ηλεκτρονικής υπογραφής με τους όρους που αναφέρονται στο Π.Δ. 150.2001. Ρυθμίσεις για την ηλεκτρονική υπογραφή διαθέτει και το Π.Δ. 342.2002.

Οι συμβάσεις μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή περιέχουν γενικούς όρους συναλλαγών που ορισμένες φορές είναι καταχρηστικοί με αποτέλεσμα να μη δεσμεύουν τον καταναλωτή (οδηγία 93/13).

Ο καταναλωτής πριν προβεί στην σύναψη της σύμβασης πρέπει να έχει στη διάθεσή του κάποιες πληροφορίες όπως η ταυτότητα του προμηθευτή, η περιγραφή του προϊόντος κ.α. είτε η σύμβαση καταρτίζεται εκτός εμπορικού καταστήματος (Νόμος 2251.1994) είτε από απόσταση (Οδηγία 97/7).

Για να συμφωνηθεί μεταξύ του καταναλωτή (αγοραστή) και του προμηθευτή (πωλητή) η πώληση των αγαθών ή των υπηρεσιών στο ηλεκτρονικό εμπόριο απαιτείται η ύπαρξη σύμβασης, η λεγόμενη εξ αποστάσεως σύμβαση. Σύμβαση εξ αποστάσεως είναι κάθε σύμβαση μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός καταναλωτή που αφορά αγαθά ή υπηρεσίες, και η οποία συνάπτεται στα πλαίσια ενός συστήματος πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών εξ αποστάσεως, που διοργανώνεται από τον προμηθευτή. Ο προμηθευτής χρησιμοποιεί αποκλειστικά ένα ή περισσότερα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως έως τη σύναψη της συμβάσεως, συμπεριλαμβανομένης και αυτής καθεαυτής της σύναψης της σύμβασης. (Οδηγία 97/7 ). Για να καταρτιστεί μια τέτοια σύμβαση πρέπει να υπάρχει ηλεκτρονική δήλωση βούλησης, που περιέχει πρόταση σύναψης σύμβασης και ηλεκτρονική αποδοχή αυτής.

Η δέσμευση μεταξύ των μερών γίνεται και μέσω ηλεκτρονικής υπογραφής με τους όρους που αναφέρονται στο Π.Δ. 150.2001. Ρυθμίσεις για την ηλεκτρονική υπογραφή διαθέτει και το Π.Δ. 342.2002.

Οι συμβάσεις μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή περιέχουν γενικούς όρους συναλλαγών που ορισμένες φορές είναι καταχρηστικοί με αποτέλεσμα να μη δεσμεύουν τον καταναλωτή (οδηγία 93/13).

Ο καταναλωτής πριν προβεί στην σύναψη της σύμβασης πρέπει να έχει στη διάθεσή του κάποιες πληροφορίες όπως η ταυτότητα του προμηθευτή, η περιγραφή του προϊόντος κ.α. είτε η σύμβαση καταρτίζεται εκτός εμπορικού καταστήματος (Νόμος 2251.1994) είτε από απόσταση (Οδηγία 97/7).

Οι προμηθευτές εκτός από αυτά που ορίζουν η Οδηγία 97/7 και ο νόμος 2251/1994 για τις υποχρεώσεις τους απέναντι στον καταναλωτή επιφορτίζονται και με ακόμα μία υποχρέωση. Όπως αναφέρεται στην Σύσταση 92/295/ΕΟΚ οι επαγγελματικές οργανώσεις των προμηθευτών υποχρεούνται να αποκτήσουν κώδικες δεοντολογίας για τη προστασία των καταναλωτών και την καλή λειτουργία της αγοράς.

Οι προμηθευτές εκτός από τις πολλαπλές υποχρεώσεις με τις οποίες βαρύνονται απέναντι στον καταναλωτή διαθέτουν και μέσα προστασίας για την εξασφάλιση της χρηματικής ανταμοιβής τους για τις υπηρεσίες και τα αγαθά που προσφέρουν. Η Οδηγία 2000/35/ΕΚ ρυθμίζει τα σχετικά με τους τόκους σε περίπτωση καθυστέρησης πληρωμής και ορίζει ότι ο πωλητής διατηρεί την κυριότητα των αγαθών μέχρις ότου εξοφληθεί πλήρως το τίμημα.  
Κάθε προμηθευτής που δραστηριοποιείται μέσω διαδικτύου έχει την ευθύνη να λαμβάνει τα ενδεδειγμένα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα προκειμένου να προστατεύεται η ασφάλεια των υπηρεσιών του. Τα μέτρα αυτά είναι οι όροι των on line συμβάσεων, η ασφαλής σύνδεση με την τράπεζα και οι προστατευόμενες περιοχές να έχουν κάλυψη ισχύος ψηφιακού πιστοποιητικού. Τα παραπάνω μέτρα πρέπει να κατοχυρώνουν επίπεδο ασφαλείας ανάλογο προς τον κίνδυνο παραβίασης του δικτύου. Σε περίπτωση ύπαρξης ιδιαίτερου κινδύνου παραβίασης της ασφάλειας του δικτύου στο οποίο γίνεται η συναλλαγή ο προμηθευτής οφείλει να ενημερώνει τους καταναλωτές για τον κίνδυνο αυτό . Ευθύνη για την ασφάλεια έχει και ο φορέας παροχής υπηρεσιών . Ρυθμίσεις για την ενδεδειγμένη ασφάλεια των συναλλαγών περιέχονται στην Οδηγία 2002/58/ΕΚ και στην Οδηγία 2000/31/ΕΚ.

*(*[*www.lawnet.gr*](http://www.lawnet.gr))

**Γενικές αρχές και υποχρεώσεις ηλεκτρονικών καταστημάτων.** (Άρθρο 3, Κώδικας δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο)

**Α. 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 εκπτωτικά πακέτα ή ειδικές προσφορές.

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

vii. Τη δυνατότητα εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών τους και τους παρέχουν 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. Την 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 για την ύπαρξη ανταλλακτικών ιδιαίτερα μεγάλου κόστους σε σχέση με την τρέχουσα τιμή των προϊόντων αυτών.

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

xii. Τους Κώδικες Δεοντολογίας ή τυχόν σήματα αξιοπιστίας που τους δεσμεύουν.

xiii. Η ανωτέρω πληροφόρηση προς τον καταναλωτή πρέπει να είναι  κατανοητή, νόμιμη, αληθής, επικαιροποιημένη, εύκολα προσβάσιμη 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 υποχρεούται να παραδίδει /αποστέλλει άμεσα αποδεικτικό παραλαβής του αιτήματος παραγγελίας το οποίο να αναγράφει σαφώς την ημερομηνία παραλαβής και επιβεβαίωση αυτής.

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

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

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

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

**Β. Διαφήμιση – Προώθηση**

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

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 παραπλανήσουν 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 /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.

**Προστασία ανηλίκων και άλλων ευάλωτων  ομάδων του πληθυσμού** (Άρθρο 4, Κώδικας δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο)

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 ειδικές ανάγκες Οι επιχειρήσεις προβαίνουν σε προσεκτικές, ακριβείς και αντικειμενικές περιγραφές των προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται ειδικά σε τέτοια άτομα κατά τρόπο εύληπτο και κατανοητό, ώστε να μην τα παραπλανούν όσον αφορά το πραγματικό μέγεθος, την αξία, τη φύση, τον σκοπό, την ανθεκτικότητα, την απόδοση και την τιμή του εκάστοτε διαφημιζόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας.

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

**Ασφάλεια συναλλαγών και προστασία προσωπικών δεδομένων.** (Άρθρο 5, Κώδικας δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο)

**Α. 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) κάθε κατάλληλο εργαλείο 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.

**Β. 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 ενημέρωσή του καταναλωτή και επί τη βάσει της συγκατάθεσης του, σύμφωνα με τον νόμο και τις σχετικές οδηγίες της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.

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

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

7. Οι επιχειρήσεις σέβονται την επιθυμία των καταναλωτών να μην περιλαμβάνονται σε αρχεία που έχουν ως σκοπό την πραγματοποίηση μη ζητηθείσων 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 έχουν την δυνατότητα ελεύθερης ανάκλησης της συναίνεσής τους και οι επιχειρήσεις 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 κάθε καταναλωτής δικαιούται να έχει άμεση πρόσβαση στην πληροφόρηση για τα θέματα των προσωπικών του δεδομένων, να αντιτίθεται στην χρήση αυτών σε μελλοντικές προωθητικές ενέργειες, να ζητά και να επιβεβαιώνει την μερική ή ολική διαγραφή τους από τα αρχεία της επιχείρησης, να ζητά την διόρθωση ή συμπλήρωσή 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.

**Δικαίωμα Υπαναχώρησης για τους καταναλωτές** (Άρθρο 6, Κώδικας δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο)

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

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

**Εξυπηρέτηση καταναλωτών** (Άρθρο 7, Κώδικας δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο)

1. Η επιχείρηση εξασφαλίζει ότι διαθέτει κατάλληλους μηχανισμούς (μέσω τηλεφώνου ή/και e-mail) και επαρκή αριθμό προσωπικού το οποίο ασχολείται με την εξυπηρέτηση των καταναλωτών , καταβάλλοντας εύλογες προσπάθειες για την ενημέρωση 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.

**Ηλεκτρονική Εναλλακτική επίλυση των καταναλωτικών διαφορών** (Άρθρο 8, Κώδικας δεοντολογίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο)

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 ΚΥΑ 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».

**Διαδικασία Καταχώρησης domain name**

Για την επιτυχή καταχώρηση ενος domain name με κατάληξη .gr ή .ελ ,  πρεπει να επιλεγεί ένας καταχωρητής (Registrar) από τη λίστα Ενεργών Καταχωρητών της ΕΕΤΤ απο το επίσημο site της και να υποβληθεί δήλωση καταχώρησης domain name. Ο Καταχωρητής γνωστοποιεί το αργότερο εντός μίας εργάσιμης ημέρας τα στοιχεία της Δήλωσης στο Μητρώο Ονομάτων Χώρου, με κατάληξη .gr ή .ελ

Η δήλωση παίρνει αριθμό πρωτοκόλλου και ταξινομείται. Με την πρωτοκόλληση της δήλωσης εκχώρησης από το Μητρώο τεκμαίρεται η χρονική προτεραιότητά της.

Μετά την υποβολή της δήλωσης εκχώρησης στο Μητρώο και την πρωτοκόλληση της, το Μητρώο ενεργοποιεί προσωρινά το Όνομα Χώρου, για διάστημα πέντε ημερών, στο οποίο υπάρχει δικαίωμα ανάκλησης της δήλωσης καταχώρησης.

Βασική προϋπόθεση για την ενεργοποίηση είναι η δήλωση εκχώρησης να μην είναι ανυπόστατη και πριν από αυτή δεν προηγείται άλλη κατά τη στιγμή υποβολής της για το ίδιο όνομα χώρου.

Το αποκλειστικό δικαίωμα επί του ονόματος χώρου δεν αποκτάται με την προσωρινή ενεργοποίηση. Τα ονόματα των οποίων το μεταβλητό πεδίο δευτέρου επιπέδου με κατάληξη .gr ή .ελ ταυτίζεται με γεωγραφικό όρο που περιλαμβάνεται στη λίστα γεωγραφικών όρων καθώς και τα ονόματα τρίτου επιπέδου με κατάληξη .gov.gr δεν ενεργοποιούνται προσωρινά.

Αν το site απευθύνεται σε Έλληνες, και  το όνομα χώρου που ενδιαφέρει δεν είναι διαθέσιμο με την κατάληξη .gr, είναι πολύ καλύτερα να επιλεγεί ένα άλλο όνομα, παρά να γίνει κατοχύρωση domain με ένα τρίτο Top Level Domain (TLD).

Αντίστοιχα, για αγγλόφωνα site που απευθύνονται γενικά σε χώρες του εξωτερικού, η κατοχύρωση domain .com είναι μονόδρομος.

Είναι γεγονός πως υπάρχουν σοβαρά μειονεκτήματα για την κατοχύρωση domain με μια ασυνήθιστη κατάληξη, αν πρόκειται να είναι το κύριο domain του site μας.

Υπάρχουν επίσης κάποια απαγορευμένα domain names. Για παράδειγμα, απαγορεύεται η κατοχύρωση domain που να ταυτίζονται με ονόματα γεωγραφικών περιοχών, πχ acharnes.gr, farsala.gr, ή peristeri.gr και διάφορες παραλλαγές τους. Τα ονόματα αυτά είναι κρατημένα για τον αντίστοιχο Οργανισμό Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Ομοίως περιορισμένη είναι η δυνατότητα για καταχώρηση domain με κατάληξη .gov.gr, η οποία είναι κρατημένη για κυβερνητικούς οργανισμούς.

Επίσης το domain που θα κατοχυρωθεί δεν μπορεί να προσβάλει δικαιώματα τρίτων. Δηλαδή αν το cocacola.gr ήταν διαθέσιμο, από τη στιγμή που η Coca Cola έχει το σήμα κατατεθέν, δεν θα επιτραπεί να κατοχυρωθεί από κανέναν.

**Περιπτωσιολογία υποθέσεων και τρόποι αντιμετώπισης**

1. Επίθεση DDOS στο eshop μας. Η επιχείρηση αναλαμβάνει να καταγγείλει το συμβάν στην Διεύθυνση Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος κι επιπλέον λαμβάνει μέτρα έτσι ώστε να αντιμετωπιστεί και να διασφαλιστεί περαιτέρω το eshop.
2. Διαρροή προσωπικών δεδομένων. Η επιχείρηση αναλαμβάνει να ενημερώσει την Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα σχετικά με την διαρροή που επήλθε από το σύστημα - website του ηλεκτρονικού καταστήματος. Έπειτα ενημερώνει και τα εμπλεκόμενα μέλη που τα στοιχεία τους  σχετίζονται με την διαρροή (πχ. πελάτες). Στη συνέχεια μπορεί ο πελάτης του οποίου διέρρευσαν τα προσωπικά δεδομένα να προσφύγει στα Ελληνικά δικαστήρια. Τα Ελληνικά δικαστήρια λαμβάνοντας υπόψη τα προσωπικά δεδομένα και αν είναι ευαίσθητα (πχ σεξουαλικές προτιμήσεις) δύναται να επιδικάσουν χρηματική αποζημίωση. (ΣτΕ 339/2019 Συμβούλιο της επικρατείας επικυρώνει πρόστιμο 150.000€ στην ΓΓΠΣ για παραβίαση προσωπικών δεδομένων φορολογούμενων κρίνοντας ότι παραβίασε την υποχρέωσή της για λήψη κατάλληλων μέτρων ασφαλείας.
3. Ο πελάτης μετάνιωσε για την αγορά και ζητά από το eshop να επιστρέψει το προϊόν κι εκείνο αρνείται. Ο πελάτης έχει το δικαίωμα εντός 14 ημερολογιακών ημερών να ασκήσει το δικαίωμα της υπαναχώρησης. Προϋπόθεση για να ασκηθεί το παρόν δικαίωμα είναι ο πελάτης να επιστρέψει το προϊόν στην αρχική κατάσταση, όπως δηλαδή παρέλαβε το προϊόν από τον έμπορο και να καταβάλει το αντίτιμο αποστολής στο κατάστημα. Ο έμπορος υποχρεούται (βάσει της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου) να παραλάβει το προϊόν από τον πελάτη και να επιστρέψει το καταβεβλημένο χρηματικό ποσό. Οποιεσδήποτε διαφορές μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών μπορούν να επιλυθούν εξωδικαστικά μέσω της ανεξάρτητης αρχής του Συνηγόρου του πολίτη κι αν εν τέλει δεν επέλθει συμφωνία τότε αρμόδια είναι τα κατά τόπους Ελληνικά Δικαστήρια
4. Αίτηση κατοχύρωσης domain name το οποίο απορρίπτεται. Ο καταχωρητής (Registrar) οφείλει να επιστρέψει τα χρήματα και το κατάστημα μπορεί να επιλέξει κάποιο άλλο όνομα ως Domain.
5. Μη έγκαιρη παραλαβή προϊόντος .Αν δεν παραληφθεί αμέσως τα εμπορεύματα που αγοράστηκαν, ή έχει ζητηθεί από τον πελάτη κατ οίκον παράδοση, ο έμπορος πρέπει να παραδώσει το προϊόν εντός 30 ημερών - εκτός αν έχει συμφωνηθεί διαφορετική ημερομηνία παράδοσης.
6. Εάν δεν παραληφθούν τα προϊόντα εντός 30 ημερών, ή εντός της συμφωνηθείσας προθεσμίας, θα πρέπει ο πελάτης να απευθυνθεί στον έμπορο και να του δώσει εύλογη επιπλέον προθεσμία για να τα παραδώσει. Αν τελικά ο έμπορος δεν παραδώσει το εμπόρευμα ούτε εντός της νέας προθεσμίας, ο πελάτης έχει το δικαίωμα καταγγελίας της σύμβασης και επιστροφής των χρημάτων του το συντομότερο δυνατό. Δεν χρειάζεται να δώσει στον έμπορο επιπλέον προθεσμία, εάν αρνείται να παραδώσει τα προϊόντα ή εάν ο χρόνος παράδοσης είναι καθοριστικός, για παράδειγμα, αν χρειάζεται ο πελάτης τα προϊόντα για ένα συγκεκριμένο γεγονός, όπως π.χ. σε περίπτωση νυφικού.
7. Παράλειψη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης :   Εάν ο έμπορος δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης όπως απαιτείται από την Οδηγία 2011/83/ΕΕ ,άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η), η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά το τέλος της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης, όπως αυτή προσδιορίζεται βάσει του άρθρου 9 παράγραφος . Εάν ο έμπορος έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες που προβλέπονται στην παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου εντός 12 μηνών από την ημέρα που ορίζεται στο άρθρο 9 παράγραφος 2, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημέρες από την ημέρα που ο καταναλωτής λαμβάνει τις εν λόγω πληροφορίες.
8. Αν ένα προϊόν: α)δεν αντιστοιχεί στην περιγραφή του προϊόντος β)έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά από το μοντέλο της διαφήμισης ή από αυτό που είδε ο πελάτης γ) είναι ακατάλληλο για τον επιδιωκόμενο σκοπό- είτε για τον οποίο χρησιμοποιούνται γενικά τα προϊόντα αυτού του τύπου, είτε για τον οποίο ο πελάτης το παρήγγειλε και το κατάστημα δέχθηκε δ)δεν έχει την ποιότητα και τις επιδόσεις που έχουν κανονικά τα προϊόντα αυτού του τύπου . Τότε ο πελάτης έχει το δικαίωμα να ζητήσει ένα από τα ακόλουθα χωρίς καμία επιβάρυνση (έξοδα αποστολής, εργατικά, υλικά κ.λπ.): α)επιδιόρθωση του προϊόντος β) αντικατάσταση του προϊόντος γ) μείωση της τιμής δ)ακύρωση της σύμβασης και πλήρη επιστροφή του ποσού που κατέβαλε.
9. Πώληση [φαρμακευτικών προϊόντων](https://lawnet.gr/law-news/%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BF-%CF%84%CE%B5%CF%87%CE%BD%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1/sullici-imedapou-o-opoios-proo8ouse-kai-polouse-paranoma-farmakeutika-proaonta-kai-skeuasmata-meso-diadiktuou/) μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος. Η διακίνηση και πώληση φαρμάκων μέσω διαδικτύου, απαγορεύεται ρητά από την ισχύουσα νομοθεσία της χώρας μας, συνεπώς κάθε διαδικτυακή πηγή αγοράς φαρμάκων είναι παράνομη και μη εγκεκριμένη από τους αρμόδιους φορείς.
10. Για οποιοδήποτε πρόβλημα σχετικά με ελαττωματικό προϊόν, κοιτάμε την [Οδηγία 85/374/ΕΟΚ](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1415266727957&uri=CELEX:31985L0374) του Συμβουλίου της 25ης Ιουλίου 1985 για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σε θέματα ευθύνης λόγω ελαττωματικών προϊόντων
11. Για οποιοδήποτε πρόβλημα σχετικά με τα δικαιώματα του καταναλωτή , κοιτάμε την [Οδηγία 2011/83/ΕΕ](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32011L0083) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου

<https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/shopping-consumer-rights/index_el.htm#order-not-arrived-distance>

**Περίληψη**

Στην παρούσα εργασία περιγράφεται και αναλύεται  το νομοθετικό πλαίσιο που θα πρέπει να πλαισιώνει την λειτουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος. Το νομοθετικό πλαίσιο καλύπτει περιπτώσεις τόσο αυτές που σχετίζονται με την παραγγελία, την αποστολή και την παραλαβή του προϊόντος όσο και με τα προσωπικά δεδομένα που εισάγει ο πελάτης σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και πως διασφαλίζονται. Επιπλέον γίνεται εκτενή ανάλυση στον τρόπο που αναπτύσσεται το ηλεκτρονικό κατάστημα καθώς επίσης και για τα στατιστικά στοιχεία που συλλέγονται κατά την επίσκεψή του στο συγκεκριμένο ηλεκτρονικό κατάστημα. Επιπρόσθετα καθίσταται σαφές το έργο που καλείται να επιτελέσει ο ιδιοκτήτης-υπεύθυνος του ηλεκτρονικού καταστήματος έτσι ώστε να διασφαλιστεί η εύρυθμη λειτουργία του καθώς επίσης και τα, ευαίσθητα και μη, προσωπικά δεδομένα των πελατών. Επιπλέον αποτυπώνονται με σαφή και κατανοητό τρόπο η πολιτική και οι όροι χρήσης σύμφωνα με του οποίους  θα πρέπει να εναρμονιστεί ο πελάτης. Σε κάθε περίπτωση είναι σύννομη με την επικείμενη νομοθεσία που διέπει τα ηλεκτρονικά καταστήματα.