



ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ**ΑΝΑΡΤΗΤΕΑ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ****ΕΚΘΕΣΗ ΕΠΙ ΤΟΥ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟΥ**

«Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2019 για την τροποποίηση της Οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και των Οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά στην καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών και άλλες διατάξεις»

I. Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Το υπό συζήτηση και ψήφιση νομοσχέδιο, όπως διαμορφώθηκε μετά την επεξεργασία του από τη Διарκή Επιτροπή Παραγωγής και Εμπορίου, αποτελείται από έξι (6) Κεφάλαια (Α΄-ΣΤ΄) και τριάντα ένα (31) άρθρα, συμπεριλαμβανομένου του ακροτελεύτιου άρθρου, που ορίζει τον χρόνο έναρξης ισχύος του νόμου.

Με το Κεφάλαιο Α΄ (άρθρα 1-2), υπό τον τίτλο «Σκοπός και αντικείμενο», ορίζεται ότι σκοπός του νομοσχεδίου είναι η ενσωμάτωση στην εθνική έννομη τάξη της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2019 «για την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και των οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών» (ΕΕ L 328 της 18ης Δεκεμβρίου 2019, σελ. 7 επ.) (άρθρο 1). Αντικείμενο του νομοσχεδίου είναι η ενσωμάτωση στην ελληνική νομοθεσία βελτιώσεων που εισήχθησαν στο ενωσιακό δίκαιο

2

με την ως άνω οδηγία στον τομέα της προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών (άρθρο 2).

Με το Κεφάλαιο Β' (άρθρα 3-24), υπό τον τίτλο «Ενσωμάτωση στο εθνικό δίκαιο της οδηγίας 2019/2161/ΕΕ», εισάγονται ρυθμίσεις για την ενσωμάτωση των επιμέρους άρθρων της οδηγίας. Ειδικότερα:

Θεσπίζονται κανόνες για την ενίσχυση της διαφάνειας κατά τις εκπτώσεις και τις προσφορές, και αυστηροποιείται το θεσμικό πλαίσιο των κυρώσεων σε περίπτωση μη συμμόρφωσης των εμπόρων με τις υποχρεώσεις τους όσον αφορά τις προσφορές, τις εκπτώσεις και τη νόμιμη λειτουργία των καταστημάτων τις Κυριακές (άρθρα 3 και 4).

Αναθεωρούνται βασικοί ορισμοί στις τέσσερις τροποποιούμενες από την Οδηγία 2019/2161 οδηγίες, με γνώμονα ιδίως την εναρμόνισή τους με τους Κανονισμούς 524/2013, 2017/2394 και 2018/302 και τις οδηγίες 2019/770 και 2019/771 (άρθρα 5, 10 και 11).

Διευρύνονται οι περιπτώσεις παραπλανητικών πράξεων και παραλείψεων και επικαιροποιείται η «μαύρη λίστα» του Παραρτήματος Ι της οδηγίας 2005/29/ΕΚ, με την προσθήκη νέων *per se* αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, οι οποίες συνδέονται με την ψηφιακή αγορά και την ανάπτυξη νέων ψηφιακών εργαλείων, τα οποία συχνά δημιουργούν συνθήκες αδιαφάνειας στην αγορά σε βάρος του καταναλωτή (άρθρα 6, 7 και 8).

Παρέχεται στον καταναλωτή, σε περίπτωση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, το δικαίωμα να ζητήσει, εκτός από τη δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής, την παράλειψή της στο μέλλον και την αποκατάσταση της ζημίας που υπέστη, τη μείωση της τιμής ή την καταγγελία της σύμβασης (άρθρο 9).

Τροποποιούνται το πεδίο εφαρμογής των ρυθμίσεων για την προστασία του καταναλωτή στις εξ αποστάσεως και στις εκτός εμπορικού καταστήματος καταρτιζόμενες συμβάσεις (άρθρο 12), οι απαιτήσεις ενημέρωσης του καταναλωτή από τον προμηθευτή, καθώς και οι τυπικές απαιτήσεις κατάρτισης στις εξ αποστάσεως συμβάσεις, στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και στις συμβάσεις που συνάπτονται σε επιγραμμικές αγορές (άρθρα 13-16).

Εισάγονται ρυθμίσεις για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις καταναλωτών και προμηθευτών σε περίπτωση υπαναχώρησης, και τροποποιούνται οι εξαιρέσεις από το δικαίωμα αυτό (άρθρα 17-21).

Διευρύνονται οι υποχρεώσεις ενημέρωσης του καταναλωτή από τον προμηθευτή σε συμβάσεις άλλες εκτός από τις συναπτόμενες εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος (άρθρο 22).

3

Προσδιορίζεται εκ νέου το πλαίσιο των διοικητικών κυρώσεων που επιβάλλονται σε περίπτωση παραβίασης της νομοθεσίας για την προστασία του καταναλωτή (άρθρο 23).

Τέλος, τροποποιείται το Παράρτημα του ν. 2251/1994 αναφορικά με το υπόδειγμα οδηγιών και την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης (άρθρο 24).

Με το Κεφάλαιο Γ´ (άρθρο 25), υπό τον τίτλο «Άλλες διατάξεις για την προστασία του καταναλωτή», εισάγονται ρυθμίσεις για την κατάρτιση Κώδικα Δεοντολογίας όσον αφορά τις επιχειρήσεις που διαθέτουν δωρεάν ή έναντι αμοιβής τη χρήση ηλεκτρονικών παιχνιδιών και λοιπών ψηφιακών εφαρμογών στους καταναλωτές σε χώρους όπου έχουν πρόσβαση και ανήλικοι, και τη δυνατότητα επιβολής κυρώσεων σε περίπτωση παραβίασής του.

Με το Κεφάλαιο Δ´ (άρθρα 26-29), υπό τον τίτλο «Άλλες διατάξεις του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων», εισάγονται ρυθμίσεις για την αδειοδότηση μεταποιητικών δραστηριοτήτων εντός της Ιεράς Κοινότητας Αγίου Όρους (άρθρο 26), για τη λειτουργία των δευτεροβάθμιων συνδικαλιστικών οργάνων (ομοσπονδιών) των πωλητών λαϊκών αγορών (άρθρο 27), για τις άδειες πωλητών λαϊκών αγορών (άρθρο 28) και για νομοτεχνική διόρθωση στην περίπτωση γ´ του άρθρου 28 του ν. 4849/2021 (άρθρο 29).

Με το Κεφάλαιο Ε´ (άρθρο 30), υπό τον τίτλο «Καταργούμενες διατάξεις», ορίζονται οι καταργούμενες διατάξεις.

Με το Κεφάλαιο ΣΤ´ (άρθρο 31), υπό τον τίτλο «Εναρξη ισχύος», ορίζεται ότι η ισχύς του παρόντος νόμου αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

II. Παρατηρήσεις επί των Κεφαλαίων Α´ και Β´

A. Κύριο αντικείμενο του νομοσχεδίου συνιστά η ενσωμάτωση στην εθνική έννομη τάξη των διατάξεων της οδηγίας 2019/2161/ΕΕ (γνωστής και ως «Omnibus Directive» ή ως «Νέας Συμφωνίας για τους Καταναλωτές», “New Deal for Consumers”). Αντικείμενο της Οδηγίας είναι η εντοπισμένη τροποποίηση τεσσάρων (4) βασικών οδηγιών:

α) Της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 5ης Απριλίου 1993 σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές (ΕΕ L 95 της 21.4.1993, σελ. 29).

β) Της οδηγίας 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16ης Φεβρουαρίου 1998 περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές (ΕΕ L 80 της 18.3.1998, σελ. 27).

γ) Της οδηγίας 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμ-

4

βουλίου της 11.5.2005 για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σελ. 22).

δ) Της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της Οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της Οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 304 της 22.11.2011, σελ. 64).

Η οδηγία 2019/2161/ΕΕ (εφεξής «η Οδηγία») συνδέθηκε με τη Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την «Ψηφιακή Ενιαία Αγορά» (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_el.htm και <https://ec.europa.eu/commission/priorities/digital-single-market/>), που αποσκοπούσε στη διεύρυνση των ευκαιριών καταναλωτών και προμηθευτών να πραγματοποιούν, με ασφάλεια και χωρίς εμπόδια, εξ αποστάσεως διασυνοριακές συναλλαγές. Για την προώθηση αυτής της Στρατηγικής, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πραγματοποίησε, κατά τα έτη 2016 και 2017, ευρεία αξιολόγηση (Refit) των βασικών οδηγιών που συνδιαμόρφωναν το ευρωπαϊκό κεκτημένο στην προστασία του καταναλωτή, ιδίως υπό το πρίσμα των νέων συνθηκών της ψηφιακής οικονομίας. Τα συμπεράσματά της αξιολόγησης, μαζί με τις προτεινόμενες αλλαγές, αποτυπώθηκαν στην Ανακοίνωση της Επιτροπής της 11ης.4.2018 προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (COM 2018) 183 final <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/EL/COM-2018-183-F1-EL-MAIN-PART-1.PDF>), η οποία έφερε τον τίτλο «Νέα συμφωνία για τους Καταναλωτές». Μέρος της πολιτικής συμφωνίας που ακολούθησε, είναι η Οδηγία 2019/2161/ΕΕ. Η Νέα Συμφωνία για τους Καταναλωτές συμπληρώνεται με την Οδηγία 2020/1828 «σχετικά με τις αντιπροσωπευτικές αγωγές για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών και με την κατάργηση της οδηγίας 2009/22/ΕΚ» της 25ης Νοεμβρίου 2020 (ΕΕ L 409/1), η οποία έχει ως σκοπό την εισαγωγή στα κράτη μέλη της ΕΕ δικονομικών μηχανισμών για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών.

Β. Οι σημαντικότερες αλλαγές που επέρχονται με την ενσωμάτωση της οδηγίας 2019/2161 στην εθνική νομοθεσία (ν. 2251/1994), μπορούν να συνοψισθούν στα ακόλουθα:

α) Διευρύνονται βασικοί ορισμοί του δικαίου της προστασίας του καταναλωτή (ν. 2251/1994), ιδίως προκειμένου να εναρμονισθούν με τις απαιτήσεις των ψηφιακών συναλλαγών, π.χ., ένταξη του «ψηφιακού περιεχομένου» και των «ψηφιακών υπηρεσιών» στην έννοια του «προϊόντος» (άρθρα 3 και 4 της Οδηγίας).

β) Διευρύνεται το αντικείμενο της προσυμβατικής πληροφόρησης, την οποία υποχρεούται να παρέχει ο προμηθευτής στον καταναλωτή, προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης της διαφάνειας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, η υποχρέωση παροχής πληροφοριών που είναι διαθέσιμες σε ειδικό τμήμα της επιγραμμικής διεπαφής αναφορικά, πρώτον, με τα κριτήρια και τις βασικές παραμέτρους της κατάταξης των προσφορών που παρουσιάζει η μηχανή αναζήτησης ή η επιγραμμική πλατφόρμα στον καταναλωτή, κατόπιν υποβολής σχετικού ερωτήματος από αυτόν και, δεύτερον, με τη σχετική σημασία των παραμέτρων και κριτηρίων αυτών έναντι κάποιων άλλων. Οι υποχρεώσεις αυτές του προμηθευτή υπηρετούν την ανάγκη διαφανούς προβολής και παρουσίασης προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να μην καταλείπεται πεδίο παραπλάνησης του καταναλωτή, με την επιφύλαξη των ρυθμίσεων της οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Πρέπει, δηλαδή, να καθίσταται σαφές, στον καταναλωτή, αν το αποτέλεσμα της αναζήτησης, παρουσίασης ή σύγκρισης προϊόντων και υπηρεσιών εκ μέρους της πλατφόρμας σε απάντηση του ερωτήματός του είναι χορηγούμενη από προμηθευτή (κρυφή) διαφήμιση ή όχι, και, γενικότερα, αν γίνεται έναντι καταβολής στον πάροχο επιγραμμικής αγοράς άμεσου ή έμμεσου ανταλλάγματος, καθώς και με ποιες γενικές παραμέτρους γίνεται η κατάταξη και σε ποιο βαθμό επικρατούν τελικώς αυτές έναντι άλλων (άρθρο 4 παρ. 5 της Οδηγίας).

γ) Επεκτείνεται η εφαρμογή των κανόνων για την προστασία του καταναλωτή στις εξ αποστάσεως και τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις (οδηγία 2011/83/ΕΕ) και στην περίπτωση συμβάσεων όπου το αντάλλαγμα που παρέχει ο καταναλωτής είναι δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα (άρθρο 4 παρ. 2 της Οδηγίας). Είχε προηγηθεί η Οδηγία 2019/770 για τις συμβάσεις προμήθειας ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών, το άρθρο 3 παρ. 1 της οποίας έχει ανάλογο περιεχόμενο.

δ) Εισάγονται αλλαγές αναφορικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή στις εξ αποστάσεως και τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις, ιδίως ορίζεται ότι, για να αποσβεσθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή, ο οποίος επιθυμεί να αρχίζει η παροχή υπηρεσιών ή η πα-

6

ροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας ή η παροχή τηλεθέρμανσης κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης, δεν αρκεί μόνη η ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, αλλά προσαπαιτείται αναγνώριση εκ μέρους του, η οποία αποτυπώνεται σε σταθερό μέσο, ότι, εάν γίνει αυτό, θα αποσβεσθεί το δικαίωμα υπαναχώρησής του από τη σύμβαση (άρθρα 7 παρ. 3 και 8 παρα.8 της Οδηγίας). Επίσης, επιμηκύνεται η προθεσμία υπαναχώρησης από 14 σε 30 ημέρες, για τις συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων από τον έμπορο στην οικία του καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές (άρθρο 4 παρ. 8 της οδηγίας 2019/2161). Πρόκειται για ευχέρεια που παρέχει η Οδηγία στα κράτη μέλη, την οποία υιοθέτησε ο εθνικός νομοθέτης με το νομοσχέδιο (άρθρο 17).

ε) Διευρύνονται οι περιπτώσεις αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Έτσι, π.χ., στις περιπτώσεις όπου ο έμπορος παρέχει πρόσβαση σε αξιολογήσεις προϊόντων από καταναλωτές, θεωρείται ουσιώδους σημασίας η παροχή πληροφοριών σχετικά με το κατά πόσο και με ποιον τρόπο ο έμπορος διασφαλίζει ότι οι δημοσιευμένες αξιολογήσεις προέρχονται από καταναλωτές που έχουν όντως χρησιμοποιήσει ή αγοράσει το προϊόν. Οι προμηθευτές πρέπει να ενημερώνουν κατά τρόπο σαφή και κατανοητό τους καταναλωτές ως προς το εάν υπάρχουν διαδικασίες που διασφαλίζουν ότι κριτικές και αξιολογήσεις που δημοσιεύονται, προέρχονται πράγματι από καταναλωτές που έχουν προμηθευτεί ή χρησιμοποιήσει τα (θετικά) αξιολογούμενα προϊόντα, και να γνωστοποιούν τις διαδικασίες αυτές και τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται σχετικοί έλεγχοι, όπως επαλήθευση αξιοπιστίας του αξιολογούντος με συγκεκριμένα τεχνικά μέσα ή διενέργεια ελέγχου μέσω στοχευμένων ερωτήσεων, ώστε να επιβεβαιώνεται ότι, αυτός που κάνει την κριτική, χρησιμοποίησε το προϊόν (άρθρο 3 παρ. 4 και 7 της Οδηγίας).

Με τον τρόπο αυτό, η Οδηγία κάνει μια πρώτη προσπάθεια ρύθμισης πρακτικών έμμεσης ψηφιακής προβολής και προώθησης προϊόντων τόσο από προμηθευτές όσο και από τους λεγόμενους «influencers» που λαμβάνουν σημαντικές αμοιβές για να προβαίνουν σε κατ' επάγγελμα θετικές αξιολογήσεις και κριτικές, φερόμενοι ως καταναλωτές προϊόντων και υπηρεσιών. Η ρύθμιση καταλαμβάνει και ιστοτόπους και επιγραμμικές πλατφόρμες, όπως TripAdvisor.com ή booking.com, οι οποίοι ενθαρρύνουν τους χρήστες να αξιολογούν ξενοδοχεία, καταλύματα, εστιατόρια κ.λπ., καταλήγοντας σε συνολικές βαθμολογίες, στις οποίες έχει πρόσβαση κάθε ενδιαφερόμενος. Οι πλατφόρμες αυτές υποχρεούνται πλέον να διασφαλίζουν ότι οι αξιολογήσεις γίνονται από καταναλωτές που έχουν χρησιμοποιήσει ή προμηθευτεί

τις τουριστικές ή άλλες υπηρεσίες που προβάλλουν και, άρα, είναι, σε μεγάλο βαθμό, αξιόπιστες. Βεβαίως, η τεχνολογία, και σε αυτή την περίπτωση, δημιουργεί αυξημένους κινδύνους παραπλάνησης των καταναλωτών και υπονομεύει την εμπιστοσύνη τους, κυρίως μέσω αυτοματοποιημένων λογαριασμών (bots).

Επίσης, θεσπίζεται η απαγόρευση, ως παραπλανητικής, της εμπορικής πρακτικής των προϊόντων «δύο ποιότητων», κατά την οποία, προϊόντα του ίδιου παραγωγού, ιδίως τρόφιμα, διατίθενται με πανομοιότυπη συσκευασία και λογότυπο, αλλά με σημαντικά διαφορετική σύσταση ή χαρακτηριστικά στα κράτη μέλη. Η πρακτική αυτή ενδέχεται να παραπλανά τον καταναλωτή και να τον οδηγήσει σε τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, στην οποία δεν θα προέβαινε, αν γνώριζε την πραγματική κατάσταση (άρθρο 3 παρ. 3 της Οδηγίας).

στ) Ενισχύεται η αποτελεσματική εφαρμογή της νομοθεσίας για την προστασία του καταναλωτή με τη θέσπιση αυστηρότερων κυρώσεων. Καινοτομία της Οδηγίας αποτελεί η καθιέρωση ανώτατου ορίου προστίμου για τους παραβάτες της καταναλωτικής νομοθεσίας. Σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 4 της Οδηγίας, τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι, όταν πρόκειται να επιβληθούν κυρώσεις σύμφωνα με το άρθρο 21 του Κανονισμού (ΕΕ) 2017/2394, οι οποίες περιλαμβάνουν τη δυνατότητα είτε επιβολής προστίμων μέσω διοικητικών διαδικασιών είτε κίνησης δικαστικών διαδικασιών για την επιβολή προστίμων, ή και τα δύο, το μέγιστο ύψος τους είναι τουλάχιστον ίσο με το 4% του ετήσιου κύκλου εργασιών του πωλητή ή του προμηθευτή στο ενδιαφερόμενο κράτος μέλος ή στα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη. Τα κράτη μέλη μπορούν να θεσπίζουν εθνικές ρυθμίσεις που επιβάλλουν υψηλότερα πρόστιμα για εκτεταμένες παραβάσεις και παραβάσεις με ενωσιακή διάσταση. Μπορούν, επίσης, να λαμβάνουν υπόψη τους τον παγκόσμιο κύκλο εργασιών του προμηθευτή, που μπορεί να είναι, π.χ., όμιλος εταιρειών, αλλά και να επεκτείνουν τους κανόνες για την επιβολή προστίμων και σε άλλες παραβάσεις της καταναλωτικής νομοθεσίας. Αν επιβάλλεται πρόστιμο, αλλά δεν υπάρχουν πληροφορίες σχετικά με τον ετήσιο κύκλο εργασιών του πωλητή ή του προμηθευτή, τα κράτη μέλη εισάγουν δυνατότητα επιβολής προστίμων με μέγιστο ύψος τουλάχιστον 2 εκατομμύρια ευρώ. Αντίστοιχα και για τις υπόλοιπες τρεις τροποποιούμενες οδηγίες.

ζ) Καθιερώνονται ατομικά μέτρα επανόρθωσης υπέρ του καταναλωτή, μόνο για την περίπτωση της παραβίασης της οδηγίας 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στο πλαίσιο της ενίσχυσης της ιδιωτικής επιβολής (private enforcement). Η οδηγία 2005/29/EK δεν προέβλεπε για τους καταναλωτές ατομικά μέσα αποκατάστασης της ζημίας τους από την αθέμιτη εμπο-

8

ρική πρακτική, με αποτέλεσμα, ορισμένα κράτη μέλη (τα 14 από τα 28, SWD 2018, 96 final, σελ. 56-57 και 65-66) να έχουν θεσπίσει τέτοια μέσα και άλλα όχι. Η ανάγκη κάλυψης του κενού αυτού αναδείχθηκε μετά το σκάνδαλο «Dieselgate», το οποίο κατέδειξε ότι τα εξωσυμβατικά μέσα έννομης προστασίας, όπως το εξωσυμβατικό δικαίωμα σε αποζημίωση για την αποκατάσταση ζημιών, μπορεί, σε ορισμένες περιπτώσεις, να είναι πιο σημαντικά για τους καταναλωτές από τα συμβατικά. Στην περίπτωση του «Dieselgate», πολλοί καταναλωτές δεν ήταν σε θέση να αξιώσουν μέσα έννομης προστασίας, ακόμη και σε κράτη μέλη που ήδη παρείχαν αυτά τα μέσα σε ζημιωθέντες από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Αυτό συνέβη, επειδή τα ισχύοντα μέσα έννομης προστασίας ήταν μόνο συμβατικά, άρα, μπορούσαν να ασκηθούν μόνο κατά των αντισυμβαλλομένων των καταναλωτών, οι οποίοι, εν προκειμένω, ήταν οι πωλητές, και όχι κατά των υπαίτιων κατασκευαστών των αυτοκινήτων. Κατόπιν τούτου, η οδηγία 2019/2161/ΕΕ (άρθρο 3 παρ. 5) ενοποίησε το θεσμικό πλαίσιο προς την κατεύθυνση της υποχρεωτικής καθιέρωσης για τους θιγόμενους ατομικών μέσων, τόσο συμβατικών όσο και εξωσυμβατικών. Επισημαίνεται ότι, για την Ελλάδα, το 2018, προστέθηκε, με το άρθρο 107 παρ. 9 του ν. 4512/2018, στην παράγραφο 2 του άρθρου 9θ του ν. 2251/1994, το δικαίωμα αποζημίωσης του ζημιωθέντος από αθέμιτη εμπορική πρακτική. Με το άρθρο 9 του νομοσχεδίου προστίθεται το δικαίωμα του καταναλωτή να ζητήσει μείωση της τιμής ή να καταγγείλει τη σύμβαση. Τα ανωτέρω ένδικα βοηθήματα δεν θίγουν την εφαρμογή άλλων μέσων έννομης προστασίας που είναι διαθέσιμα στους καταναλωτές βάσει του ενωσιακού και του εθνικού δικαίου, π.χ., επισκευή ή αντικατάσταση.

Γ. Με το νομοσχέδιο επέρχονται εκτενείς τροποποιήσεις στον ν. 2251/1994 για την προστασία των καταναλωτών. Σημειώνεται ότι ο ως άνω νόμος είχε κωδικοποιηθεί σε ενιαίο κείμενο με την Υ.Α. 5338/2018 (Β' 40/17.1.2018), οπότε, μετά τον παρόντα νόμο, θα απαιτηθεί νέα κωδικοποίηση.

III. Παρατηρήσεις επί των άρθρων

1. Επί του άρθρου 9

Με την προτεινόμενη ρύθμιση, μεταξύ άλλων, τροποποιείται το άρθρο 9θ παρ. 2 του ν. 2251/1994, με τη διεύρυνση των ατομικών μέσων επανόρθωσης που παρέχονται στον καταναλωτή επί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Ειδικότερα, ο καταναλωτής έχει δικαίωμα, εκτός από τη δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και την αποζημίωση για τη ζημία που υπέστη εξαιτίας της πρακτικής αυτής, να ζητήσει μείωση της τιμής ή να καταγγείλει τη σύμβαση. Η αναφορά

σε «καταγγελία της σύμβασης» οφείλεται πιθανότατα σε μεταφορά του άρθρου 3 παρ. 5 της Οδηγίας.

Συναφώς επισημαίνεται ότι, στο ελληνικό δίκαιο, η μονομερής αποδέσμευση από τη σύμβαση συντελείται ιδίως με την άσκηση είτε του δικαιώματος καταγγελίας είτε του δικαιώματος υπαναχώρησης. Η καταγγελία, τακτική ή έκτακτη, επιφέρει λύση της σύμβασης για το μέλλον, δεν θίγεται, δηλαδή, η ισχύ της σύμβασης έως την άσκηση του δικαιώματος καταγγελίας, και προϋποθέτει διαρκείς συμβάσεις, ρυθμιζόμενες στο ειδικό ενοχικό δίκαιο ή σε ειδικούς νόμους. Η καταγγελία επιτρέπεται και χωρίς ανάγκη ύπαρξης ορισμένου λόγου (τακτική καταγγελία), όταν πρόκειται για διαρκείς συμβάσεις αορίστου χρόνου. Στις διαρκείς συμβάσεις ορισμένου χρόνου απαιτείται ύπαρξη λόγου καταγγελίας για την πρόωρη αποδέσμευση από τη σύμβαση (έκτακτη καταγγελία). Αντιθέτως, η άσκηση του δικαιώματος (νόμιμης) υπαναχώρησης προσιδιάζει ιδίως σε στιγμιαίες συμβάσεις και, κατά την κρατούσα άποψη, έχει (περιορισμένη) αναδρομική ενέργεια. Επίσης, σε περίπτωση (νόμιμης) υπαναχώρησης, παρέχεται δικαίωμα εύλογης αποζημίωσης κατά το άρθρο 387 ΑΚ (Σταθόπουλος, Γενικό Ενοχικό Δίκαιο, ε' έκδοση, 2018, § 21 αρ. 103 επ., 132 επ.).

2. Επί των άρθρων 12 και 19 παρ. 4

A. Σύμφωνα με την παρ. 1α που προστίθεται στο άρθρο 3α του ν. 2251/1994 με το άρθρο 12 του νομοσχεδίου: «1α. Τα άρθρα 3 έως 4 εφαρμόζονται, επίσης, όταν ο προμηθευτής προμηθεύει ή αναλαμβάνει να προμηθεύσει ψηφιακό περιεχόμενο που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο ή ψηφιακή υπηρεσία προς τον καταναλωτή και ο καταναλωτής παρέχει ή αναλαμβάνει να παράσχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα στον προμηθευτή, εξαιρουμένης της περίπτωσης κατά την οποία τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που παρέχει ο καταναλωτής υποβάλλονται σε επεξεργασία από τον προμηθευτή με αποκλειστικό σκοπό την παροχή ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο ή ψηφιακής υπηρεσίας ή προκειμένου ο προμηθευτής να συμμορφωθεί με τις νομικές απαιτήσεις στις οποίες υπόκειται και ο προμηθευτής δεν επεξεργάζεται τα εν λόγω δεδομένα για κανέναν άλλο σκοπό». Με την ανωτέρω ρύθμιση επεκτείνεται το πεδίο εφαρμογής των κανόνων για τις εξ αποστάσεως και τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις και στις συμβάσεις όπου το αντάλλαγμα που παρέχει ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να παράσχει ο καταναλωτής δεν είναι χρηματικό, αλλά είναι δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, π.χ., δωρεάν χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram κ.ά.), με δικαίωμα των παρόχων να συλλέγουν και να εκμεταλλεύονται οικονομικά δεδομένα προσωπικού

10

χαρακτήρα των χρηστών. Με τον τρόπο αυτόν, είναι δυνατόν να δημιουργούνται καταναλωτικά πρότυπα (προφίλ), τα οποία επιτρέπουν στοχευμένες προωθητικές ή διαφημιστικές ενέργειες χαμηλού κόστους, μέσω διαδικτύου και μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι συλλογή εκ μέρους του προμηθευτή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του καταναλωτή σε συμμόρφωση προς την κείμενη νομοθεσία, προς τον σκοπό της ταυτοποίησης του χρήστη, δεν συνιστά «παροχή» κατά την έννοια του παρόντος. Δεν φαίνεται να εμπίπτει, επίσης, στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2011/83/ΕΕ, με την επέκταση που πραγματοποιείται από την προτεινόμενη ρύθμιση, η συλλογή από τον προμηθευτή μόνο μεταδεδομένων, όπως πληροφορίες για τη συσκευή του καταναλωτή ή για το ιστορικό περιήγησής του στο διαδίκτυο. Ούτε η περίπτωση κατά την οποία ο καταναλωτής, χωρίς να έχει συνάψει σύμβαση με τον προμηθευτή, εκτίθεται σε διαφημίσεις αποκλειστικά και μόνο για να αποκτήσει πρόσβαση σε ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακές υπηρεσίες. Ως προς τα ανωτέρω ζητήματα, για τα οποία τα κράτη μέλη μπορούν να ορίσουν διαφορετικά, επεκτείνοντας το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2011/83/ΕΕ και στις περιπτώσεις αυτές (σημείο 35 του Προοιμίου της Οδηγίας), θα ήταν χρήσιμο να γίνει σχετική διευκρίνιση για το αν καταλαμβάνονται ή όχι από την προτεινόμενη ρύθμιση.

Β. Η πρακτική σημασία της επέκτασης, με τις προτεινόμενες ρυθμίσεις, εφαρμογής της οδηγίας 2011/83/ΕΕ στις περιπτώσεις παροχής στον καταναλωτή ψηφιακών υπηρεσιών ή ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο έναντι παροχής ή υπόσχεσης παροχής προσωπικών του δεδομένων, αφορά ιδίως το γεγονός ότι ο προμηθευτής έχει πλέον την υποχρέωση της ευρείας προσυμβατικής πληροφόρησης του καταναλωτή που θεσπίζεται με την οδηγία αυτή για τις εξ αποστάσεως και τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις.

Επίσης, συνεπάγεται την αναγνώριση στον καταναλωτή του δικαιώματος της 14ήμερης αναιτιολόγητης υπαναχώρησης από τη σύμβαση. Το πρακτικό ζήτημα που τίθεται στην περίπτωση αυτή αφορά την υποχρέωση του προμηθευτή, στο πλαίσιο της σχέσης εκκαθάρισης που δημιουργείται μετά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης (άρθρο 13 της Οδηγίας, άρθρο 3θ ν. 2251/1994 για την εθνική έννομη τάξη, άρθρο 19 του νομοσχεδίου), να επιστρέψει στον καταναλωτή κάθε πληρωμή που έλαβε, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, και οπωσδήποτε εντός 14 ημερολογιακών ημερών από τότε που πληροφορήθηκε την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Για να εκπληρωθεί ο σκοπός του δικαιώματος υπαναχώρησης από τη σύμβαση που ασκείται από τον καταναλωτή ο οποίος έχει παράσχει

στον προμηθευτή δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, πρέπει να διασφαλισθεί η αποτελεσματική άσκηση του δικαιώματος του καταναλωτή για διαγραφή αυτών των προσωπικών δεδομένων από τον προμηθευτή, χωρίς υπαίτια καθυστέρησή του, συνεπεία της ανάκλησης της συναίνεσης που είχε δώσει ο καταναλωτής, κατά την κατάρτιση της σχετικής σύμβασης, στον προμηθευτή για χρήση των προσωπικών του δεδομένων, σύμφωνα με τον Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων (Κανονισμός 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/EK, ΕΕ L 119/1). Προφανώς, για τη διευθέτηση του ζητήματος αυτού, προστέθηκε, με το άρθρο 19 του νομοσχεδίου, παράγραφος 4 στο άρθρο 3θ του ν. 2251/1994, σύμφωνα με την οποία, «Όσον αφορά στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα του καταναλωτή, ο προμηθευτής συμμορφώνεται με τις ισχύουσες υποχρεώσεις βάσει του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (L 119) και του ν. 4624/2019 (Α΄ 137)».

Πέρα από την ως άνω γενική παραπομπή στον Κανονισμό, τίθενται ερωτήματα, όπως, π.χ., πώς μπορεί να ελεγχθεί αν ο προμηθευτής αξιοποίησε ήδη τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή και σε ποια έκταση, τί οφέλη έχει ήδη αποκομίσει και πώς μπορούν αυτά να συνυπολογισθούν στο πλαίσιο της επιστροφής των εκατέρωθεν ανταλλαγισμών παροχών, ώστε να μην υπάρξει αδικαιολόγητος πλουτισμός του παρόχου, καθώς και αν πράγματι σταμάτησε να χρησιμοποιεί τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή μετά την άσκηση εκ μέρους του δικαιώματος υπαναχώρησης. Ζητήματα, η ρύθμιση των οποίων εμπίπτει στο εθνικό δίκαιο (Βλ. για το ίδιο ζήτημα και Αιτιολογική σκέψη 40 της οδηγίας 2019/770: «Η παρούσα οδηγία δεν θα πρέπει να ρυθμίζει τις συνέπειες για τις συμβάσεις που καλύπτονται από την παρούσα οδηγία, σε περίπτωση που ο καταναλωτής ανακαλέσει τη συγκατάθεση για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του καταναλωτή. Αυτές οι συνέπειες θα πρέπει να εξακολουθούν να εμπίπτουν στο εθνικό δίκαιο»).

3. Επί του άρθρου 14

Α. Η αρίθμηση της παραγράφου 1 πρέπει να διαγραφεί, διότι δεν ακολουθεί παράγραφος 2.

Β. Σύμφωνα με την προτεινόμενη ρύθμιση, πριν ο καταναλωτής δεσμευθεί από εξ αποστάσεως σύμβαση ή οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά σε επιγραμματική αγορά, ο πάροχος της επιγραμματικής αγοράς, με την επιφύλαξη

12

των άρθρων 9α έως 9θ, παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με τρόπο σαφή και κατανοητό, αλλά και κατάλληλο για τα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως: «α) γενικές πληροφορίες (...) σχετικά με τις βασικές παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη (...) των προσφορών που παρουσιάζονται στον καταναλωτή ως αποτέλεσμα του ερωτήματος αναζήτησης, και τη σχετική σημασία των εν λόγω παραμέτρων έναντι άλλων, β) κατά πόσον ο τρίτος που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο είναι προμηθευτής ή όχι, με βάση τη δήλωση του εν λόγω τρίτου στον πάροχο της επιγραμμικής αγοράς, γ) όταν ο τρίτος που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο δεν είναι προμηθευτής, με βάση τη δήλωση του εν λόγω τρίτου στον πάροχο της επιγραμμικής αγοράς, δ) όπου τυγχάνει, εφαρμογής τον τρόπο επιμερισμού των υποχρεώσεων που σχετίζονται με τη σύμβαση μεταξύ του τρίτου που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο και του παρόχου της επιγραμμικής αγοράς, πληροφορία η οποία δεν θίγει οποιαδήποτε ευθύνη που ενδέχεται να φέρει σε σχέση με τη σύμβαση δυνάμει άλλης ενωσιακής ή εθνικής νομοθεσίας ο πάροχος της επιγραμμικής αγοράς ή ο προμηθευτής που αποτελεί τον τρίτο».

Συναφώς παρατηρούνται τα εξής:

α. Με την προτεινόμενη ρύθμιση θεσπίζονται, για πρώτη φορά, υποχρεώσεις για τους παρόχους επιγραμμικών αγορών έναντι των καταναλωτών, παρά το γεγονός ότι η σύμβαση προμήθειας αγαθών, υπηρεσιών ή ψηφιακού περιεχομένου καταρτίζεται με τον τρίτο προμηθευτή. Οι υποχρεώσεις αυτές συνάδουν πλήρως με τη σχέση εμπιστοσύνης που συνδέει τον πάροχο με τον καταναλωτή: ο καταναλωτής, κατά κανόνα, βασίζεται στην αξιοπιστία της ψηφιακής πλατφόρμας, στον ευρύ κύκλο εργασιών της, στην καλή φήμη της, και επιλέγει να συναλλάσσεται με ηλεκτρονικά καταστήματα που φιλοξενούνται από εγνωσμένου κύρους επιγραμμικές πλατφόρμες και συχνά προωθούνται από αυτές, ακόμη και αν εδρεύουν σε άλλο κράτος μέλος από αυτό της κατοικίας του καταναλωτή ή, γενικότερα, δεν είναι γνωστά σε αυτόν.

β. Η θέσπιση υποχρέωσης του παρόχου επιγραμμικής αγοράς, π.χ., ηλεκτρονικής πλατφόρμας, να ενημερώνει τον καταναλωτή, κατά τρόπο σαφή και εύκολα προσβάσιμο, πριν από την κατάρτιση της σύμβασης, για το αν ο τρίτος που προσφέρει αγαθά, υπηρεσίες ή ψηφιακό περιεχόμενο είναι ή όχι προμηθευτής, βάσει δήλωσής του προς τον πάροχο, είναι σημαντική, διότι, αν ο αντισυμβαλλόμενος του καταναλωτή δεν είναι προμηθευτής, δεν εφαρμόζεται η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή, ενωσιακή και εθνική. Συνεπώς, δεν θα μπορεί, π.χ., να ασκήσει ο καταναλωτής το δικαίω-

μα της ανατιολόγητης υπαναχώρησης εντός 14 ημερών. Συχνά οι πάροχοι επιγραμμικών αγορών δεν περιορίζονται στην παρουσίαση και προσφορά των παροχών τρίτων προς τους καταναλωτές, αλλά συμμετέχουν, εν όλω ή εν μέρει, στην κατάρτιση ή εκτέλεση των συναπτόμενων συμβάσεων, π.χ., με το να αναλαμβάνουν την παράδοση των προϊόντων ή με το να συμβάλλονται οι ίδιοι αντί των τρίτων με τους καταναλωτές. Υπό το φως των ανωτέρω, θα ήταν χρήσιμο να έχουν οι πάροχοι επιγραμμικών αγορών τη γενικότερη υποχρέωση να γνωστοποιούν στους καταναλωτές, κατά τρόπο πρόσφορο και σαφή, όχι μόνο το αν οι τρίτοι αντισυμβαλλόμενοι των καταναλωτών είναι ή όχι προμηθευτές, αλλά και το αν συμβάλλονται οι ίδιοι με τους καταναλωτές. Και αυτό, διότι σε ορισμένες περιπτώσεις δημιουργείται η εντύπωση στους καταναλωτές ότι συνάπτουν ή πρόκειται να συνάψουν σύμβαση εξ αποστάσεως, μέσω διαδικτύου, με εγνωσμένης εμπορικής φήμης πάροχο επιγραμμικής αγοράς, χωρίς αυτό να ανταποκρίνεται πάντοτε στην πραγματικότητα.

γ. Σύμφωνα με την περίπτωση δ' της προτεινόμενης ρύθμισης, ο πάροχος της επιγραμμικής αγοράς υποχρεούται να ενημερώνει τον καταναλωτή για τον τρόπο επιμερισμού των υποχρεώσεων που σχετίζονται με τη σύμβαση μεταξύ του τρίτου που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο, και του παρόχου της επιγραμμικής αγοράς. Η πληροφορία αυτή δεν θίγει την ευθύνη του παρόχου ή του προμηθευτή δυνάμει άλλης εθνικής ή ενωσιακής νομοθεσίας.

Κατά τα ανωτέρω, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι υπάρχουν υποχρεώσεις του παρόχου επιγραμμικής αγοράς έναντι του καταναλωτή, οι οποίες απορρέουν από τη σχέση εμπιστοσύνης που τους συνδέει, και οι οποίες υπερβαίνουν το στάδιο της προσυμβατικής ενημέρωσης του καταναλωτή. Πρόκειται, ιδίως, για ζητήματα προσήκουσας εκπλήρωσης της παροχής από το συμβαλλόμενο ηλεκτρονικό κατάστημα, εμπρόθεσμης παράδοσης ή μη παράδοσης με παρακράτηση του τιμήματος, τα οποία μπορούν, υπό προϋποθέσεις, να γεννούν ευθύνη και του παρόχου της επιγραμμικής υπηρεσίας, στον οποίο απέβλεψε ο καταναλωτής, βάσει της αρχής της καλής πίστης και των συναλλακτικών ηθών (ΑΚ 200, 288). Αυτό συμβαίνει κυρίως σε περιπτώσεις κατά τις οποίες ο ρόλος της επιγραμμικής πλατφόρμας είναι ακόμη πιο ενεργός στην κατάρτιση και εκτέλεση της σύμβασης, δεδομένου ότι, π.χ., η πλατφόρμα αναλαμβάνει ρητώς να εγγυηθεί την προσήκουσα εκπλήρωση της παροχής από το ηλεκτρονικό κατάστημα ή διότι προσφέρει η ίδια ενιαία τιμή παράδοσης για προϊόντα από διαφορετικά ηλεκτρονικά καταστήματα που «φιλοξενεί». Σε τέτοιες περιπτώσεις, μπορεί να συναχθεί ότι η επιγραμμική πλατφόρμα αναλαμβάνει κύρια ή παρεπόμενη υποχρέωση έναντι του καταναλωτή, με τον οποίο συνδέεται πλέον ευθέως με ενοχικό δεσμό, υπό-

14

τε μπορούν να εφαρμόζονται, εκτός του δικαίου της προστασίας του καταναλωτή, και οι κανόνες του γενικού και ειδικού ενοχικού δικαίου έναντι του παρόχου επιγραμματικής αγοράς.

4. Επί του άρθρου 16

Το άρθρο 4 παρ. 7α της οδηγίας 2019/2161 τροποποιεί το άρθρο 8 παρ. 4 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ ως ακολούθως: «4. Εάν η σύμβαση συνάπτεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών, ο έμπορος παρέχει, πάνω στο συγκεκριμένο μέσο ή διά του συγκεκριμένου μέσου πριν από τη σύναψη αυτής της σύμβασης, τουλάχιστον τις προσυμβατικές πληροφορίες που αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, την ταυτότητα του εμπόρου, τη συνολική τιμή, το δικαίωμα υπαναχώρησης, τη διάρκεια της σύμβασης και, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, τις προϋποθέσεις καταγγελίας της σύμβασης, κατά τα οριζόμενα, αντίστοιχα, στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχεία α), β), ε), η) και ιε), εξαιρουμένου του υποδείγματος του εντύπου υπαναχώρησης που καθορίζεται στο παράρτημα Ι τμήμα Β που αναφέρεται στο στοιχείο η). Οι λοιπές πληροφορίες που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1, συμπεριλαμβανομένου του υποδείγματος του εντύπου υπαναχώρησης, παρέχονται από τον έμπορο στον καταναλωτή με τον κατάλληλο τρόπο σύμφωνα με την παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου.».

Με την ανωτέρω ρύθμιση της Οδηγίας, η οποία ενσωματώνεται με το άρθρο 16 του νομοσχεδίου στην εθνική έννομη τάξη και, ειδικότερα, ενσωματώνεται στο άρθρο 3δ του ν. 2251/1994, καταργείται η υποχρέωση παροχής του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης από τον προμηθευτή στον καταναλωτή κατά τη σύναψη της σύμβασης που καταρτίζεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών. Σκοπός της κατάργησης αυτής, σύμφωνα με την Οδηγία (Αιτιολογική Σκέψη 42), είναι το γεγονός ότι, όταν η σύμβαση συνάπτεται τηλεφωνικώς ή μέσω φωνητικών υπηρεσιών υποβοήθησης, δεν είναι τεχνικά εφικτή η παροχή του υποδείγματος αυτού. Συναφώς παρατηρείται ότι, δεδομένου ότι η παροχή του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης είναι χρήσιμη διευκόλυνση για τους καταναλωτές, θα μπορούσαν οι προμηθευτές να υπερβαίνουν τις ανωτέρω τεχνικές δυσχέρειες, παραπέμποντας τον καταναλωτή σε συμπληρωματική πηγή πληροφόρησης, π.χ., σε ιστοσελίδα ή ιστότοπο του εμπόρου ή άλλο σύνδεσμο όπου θα είναι διαθέσιμο και προσβάσιμο το ως άνω υπόδειγμα. Παραμένει, πάντως, στο στάδιο των απαιτήσεων προσυμβατικής πληροφόρησης του καταναλωτή, σύμφωνα με το άρθρο 3δ παρ. 4 του ν. 2251/1994, όπως τροποποιείται με την προτεινόμενη ρύθμιση, η υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή ως προς το δικαίωμα υ-

παναχώρησης, συμπεριλαμβανομένης της πληροφόρησης επί του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης.

5. Επί των άρθρων 17 και 18

Ο όρος «περίοδος υπαναχώρησης» που απαντά στις παρ. 1α, 2 και 3 του άρθρου 17 και στο άρθρο 18 του νομοσχεδίου πρέπει, για λόγους νομικής ακριβολογίας, να αντικατασταθεί από τον όρο «προθεσμία υπαναχώρησης».

6. Επί του άρθρου 20

Με την προτεινόμενη ρύθμιση, μεταξύ άλλων, προστίθεται παράγραφος 2α στο άρθρο 3ι του ν. 2251/1994, σύμφωνα με την οποία: «Σε περίπτωση υπαναχώρησης από τη σύμβαση, ο καταναλωτής παραλείπει να χρησιμοποιεί το ψηφιακό περιεχόμενο ή την ψηφιακή υπηρεσία και να τα θέτει στη διάθεση τρίτων». Το νόημα της παραγράφου αυτής χρήζει ενδεχομένως αποσαφήνισης για τους εξής λόγους: Η παράλειψη της χρήσης επί υπαναχώρησης δεν φαίνεται να εισάγεται ως επιταγή, αλλά ενδεχομένως ως απλή προτροπή προς τον καταναλωτή, η μη συμμόρφωση ως προς την οποία γεννά το ερώτημα αν επισύρει έννομες συνέπειες. Θα μπορούσε να υποτεθεί ότι το νόημα της διάταξης αναδεικνύεται από τον συνδυασμό της με το πρώτο εδάφιο της παραγράφου 2 του ίδιου άρθρου, σύμφωνα με το οποίο, ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα διαχείρισης (χρήσης) που υπερβαίνει το αναγκαίο μέτρο για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών. Να θεωρηθεί, δηλαδή, από την ερμηνεία των δύο διατάξεων, ότι ο καταναλωτής υποχρεούται, σε περίπτωση υπαναχώρησης, να μην χρησιμοποιεί το ψηφιακό περιεχόμενο ή την ψηφιακή υπηρεσία και να μην διαθέτει το μεν ή τη δε σε τρίτους, γιατί, διαφορετικά, ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας τους, η οποία ενδέχεται να οδηγήσει σε επιστροφή στον καταναλωτή μέρους μόνο του τιμήματος που είχε καταβάλει ή, ακόμη, σε ακραίες περιπτώσεις, και σε αποκλεισμό του δικαιώματος υπαναχώρησης, αν τα αποτελέσματα και η έκταση της χρήσης δεν επιτρέπουν, π.χ., τη μεταπώληση του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας από τον προμηθευτή.

Το πρόβλημα της διάκρισης ανάμεσα στην απλή δοκιμή και τη χρήση του αγαθού είναι γνωστό και υπό το ισχύον δίκαιο, και απαιτεί, κατά κανόνα, επί τούτω κρίση, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της εκάστοτε συγκεκριμένης περίπτωσης. Οι ερμηνευτικές δυσκολίες επιτείνονται, εν προκειμένω, διότι, όταν πρόκειται για ψηφιακές υπηρεσίες και ψηφιακό περιεχόμενο, απλή δοκιμή δεν μπορεί, κατά κανόνα, να γίνει, χωρίς, π.χ., ενεργοποίηση συσκευής ή λογισμικού, προεγκατεστημένου ή μη, με πιθανή άμεση μείωση της αξίας

16

του, η οποία ενδέχεται να οδηγήσει σε άρνηση του προμηθευτή να επιστρέψει, εν όλω ή εν μέρει, κατόπιν της ανωτέρω δοκιμής, το τίμημα στον καταναλωτή που άσκησε το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση.

Μια τέτοια ερμηνεία, θα μπορούσε, όμως, υπό προϋποθέσεις, να οδηγήσει, κατ' αποτέλεσμα, στην επίρριψη στον καταναλωτή του βάρους της απόδειξης της μη μείωσης της αξίας της ψηφιακής υπηρεσίας ή του ψηφιακού περιεχομένου, κατ' απόκλιση από την αρχή της νόθου αντικειμενικής ή, κατά περίπτωση, αντικειμενικής ευθύνης του προμηθευτή, που διέπει το δικαίωμα της προστασίας του καταναλωτή. Συνεπώς, το ενδεχόμενο της κατά τα ανωτέρω αντιστροφής, στην πράξη, του βάρους απόδειξης και επίρριψής του στον καταναλωτή που, κατά κανόνα, είναι ο ασθενέστερος συμβαλλόμενος, θα μπορούσε να καταστήσει ακόμη πιο μειονεκτική τη θέση του στην περίπτωση υπαναχώρησής του από συμβάσεις προμήθειας ψηφιακού περιεχομένου ή ψηφιακής υπηρεσίας, γεγονός που δεν συνάδει με τους σκοπούς ούτε του ενωσιακού ούτε του εθνικού νομοθέτη.

Αθήνα, 17 Μαΐου 2022

Η εισηγήτρια
Αθηνά Κοντογιάννη
Επιστημονική Συνεργάτιδα

Ο Προϊστάμενος του Α' Τμήματος
Νομοτεχνικής Επεξεργασίας
Ξενοφών Παπαρρηγόπουλος
Αναπληρωτής Καθηγητής
του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου

Ο Προϊστάμενος της Β' Διεύθυνσης
Επιστημονικών Μελετών
Αστέρας Πλιάκος
Καθηγητής του Οικονομικού
Πανεπιστημίου Αθηνών

Ο Πρόεδρος του Επιστημονικού Συμβουλίου
Κώστας Μαυριάς
Ομότιμος Καθηγητής της Νομικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών