

## IV

(Πληροφορίες)

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΘΕΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΟΡΓΑΝΑ ΚΑΙ  
ΤΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

## ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

## ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Κατευθυντήριες γραμμές για την ερμηνεία και την εφαρμογή της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού  
Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

(2021/C 525/01)

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελίδα
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	5
1. Πεδίο εφαρμογής .....	6
1.1. Οι έννοιες του «εμπόρου» και του «καταναλωτή» .....	6
1.2. Η έννοια της «σύμβασης» .....	7
1.3. Καλυπτόμενες συμβάσεις .....	8
1.4. Συμβάσεις μεικτού σκοπού .....	9
1.5. Διάκριση μεταξύ ψηφιακών υπηρεσιών και επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου .....	10
1.6. Συμβάσεις έναντι πληρωμής και συμβάσεις στις οποίες ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα ...	12
1.6.1. Συμβάσεις έναντι πληρωμής .....	12
1.6.2. Συμβάσεις στις οποίες ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα .....	13
1.7. Συμβάσεις στις οποίες δεν εφαρμόζεται η οδηγία .....	14
1.7.1. Συμβάσεις μίσθωσης και κατασκευής .....	14
1.7.2. Οργανωμένα ταξίδια .....	15
1.7.3. Συμβάσεις που καταρτίζονται από εντεταλμένο από τη δημόσια αρχή πρόσωπο .....	16
1.7.4. Συμβάσεις για αγαθά που προορίζονται για τρέχουσα κατανάλωση .....	16
1.7.5. Μεταφορά επιβατών .....	16
1.7.6. Αυτόματες πωλήσεις .....	17
1.7.7. Ορισμένες συμβάσεις που αφορούν τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες .....	17
1.8. Πιθανή εξαίρεση για τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις χαμηλής αξίας .....	18
1.9. Κανόνες για τους δημόσιους πλειστηριασμούς .....	19

2.	Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος .....	19
2.1.	Συμβάσεις που συνάπτονται εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου .....	19
2.2.	Συμβάσεις που συνάπτονται έπειτα από προσέγγιση του καταναλωτή εκτός εμπορικού καταστήματος .....	20
2.3.	Συμβάσεις που συνάπτονται κατά τη διάρκεια εκδρομής που διοργανώνεται από τον έμπορο .....	21
3.	Ενημέρωση του καταναλωτή .....	22
3.1.	Γενικές απαιτήσεις .....	22
3.1.1.	Εισαγωγή .....	22
3.1.2.	Σαφήνεια των πληροφοριών και σύνδεσμος με την ΟΑΕΠ .....	22
3.1.3.	Πληροφορίες που είναι «ήδη εμφανείς από τις περιστάσεις» .....	23
3.1.4.	Απαιτήσεις ενημέρωσης σε άλλες νομοθετικές πράξεις της ΕΕ .....	23
3.1.5.	Επιβολή πρόσθετων υποχρεώσεων ενημέρωσης .....	24
3.1.6.	Εξαίρεση των «καθημερινών» συναλλαγών .....	25
3.1.7.	Ο δεσμευτικός χαρακτήρας των προσυμβατικών πληροφοριών .....	25
3.1.8.	Πρόσθετες υποχρεώσεις σχετικά με τη γλώσσα .....	25
3.1.9.	Βάρος της απόδειξης .....	26
3.2.	Κοινές απαιτήσεις για τις συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος και τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις .....	26
3.2.1.	Κύρια χαρακτηριστικά .....	26
3.2.2.	Στοιχεία ταυτότητας και επικοινωνίας του εμπόρου .....	27
3.2.3.	Τιμή .....	30
3.2.4.	Παράδοση και εκτέλεση της σύμβασης .....	31
3.2.5.	Διευθετήσεις πληρωμής .....	32
3.2.6.	Εγγυήσεις και εξυπηρέτηση μετά την πώληση .....	32
3.2.7.	Διάρκεια και λήξη της σύμβασης .....	34
3.2.8.	Δυνατότητες λειτουργίας, συμβατότητα και διαλειτουργικότητα .....	34
3.3.	Πρόσθετες υποχρεώσεις για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις .....	36
3.3.1.	Εξατομικευμένη τιμή .....	36
3.3.2.	Κόστος χρήσης μέσων εξ αποστάσεως επικοινωνίας .....	36
3.3.3.	Κατάθεση χρημάτων και χρηματοοικονομικές εγγυήσεις .....	37
3.3.4.	Εξωδικαστικοί μηχανισμοί επανόρθωσης .....	37
3.4.	Πρόσθετες υποχρεώσεις για τις επιγραμμικές αγορές .....	38
3.4.1.	Κριτήρια κατάταξης .....	38
3.4.2.	Ιδιότητα του αντισυμβαλλόμενου μέρους .....	40
3.4.3.	Πληροφορίες σχετικά με τη μη εφαρμογή του δικαίου της ΕΕ για τους καταναλωτές .....	40
3.4.4.	Κατανομή ευθυνών για τη σύμβαση .....	41
3.4.5.	Δυνατότητα επιβολής πρόσθετων υποχρεώσεων ενημέρωσης .....	41

4.	Ειδικές απαιτήσεις για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις .....	42
4.1.	Ορισμός της εξ αποστάσεως σύμβασης .....	42
4.2.	Προσυμβατική ενημέρωση .....	43
4.2.1.	Πληροφορίες που πρέπει να υποβάλλονται απευθείας πριν από την υποβολή της παραγγελίας .....	43
4.2.2.	Διακόπτης επιβεβαίωσης παραγγελίας .....	44
4.2.3.	Πληροφορίες σχετικά με τους περιορισμούς παράδοσης και τα μέσα πληρωμής .....	44
4.2.4.	Συμβάσεις που συνάπτονται με μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως που παρέχουν περιορισμένο χώρο ή χρόνο .....	45
4.3.	Συμβάσεις που συνάπτονται μέσω τηλεφώνου .....	46
4.4.	Επιβεβαίωση της σύμβασης .....	47
5.	Το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	49
5.1.	Υπολογισμός της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης .....	49
5.1.1.	Εισαγωγή .....	49
5.1.2.	Έναρξη της προθεσμίας υπαναχώρησης .....	50
5.2.	Πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	51
5.3.	Άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης .....	52
5.4.	Συνέπειες της υπαναχώρησης όσον αφορά τα δεδομένα .....	53
5.5.	Δικαίωμα υπαναχώρησης όσον αφορά τα αγαθά .....	54
5.5.1.	Πολλά ή ελαττωματικά αγαθά .....	54
5.5.2.	Επιστροφή των αγαθών .....	54
5.5.3.	Επιστροφή των πληρωμών που ελήφθησαν από τον καταναλωτή .....	55
5.5.4.	Ευθύνη του καταναλωτή για κακή διαχείριση των αγαθών .....	56
5.5.5.	Κίνδυνος κατά την επιστροφή των προϊόντων στον έμπορο .....	58
5.6.	Δικαίωμα υπαναχώρησης από συμβάσεις παροχής υπηρεσιών και υπηρεσιών κοινής ωφέλειας .....	58
5.6.1.	Συγκατάθεση του καταναλωτή στην άμεση εκτέλεση .....	58
5.6.2.	Υποχρέωση αποζημίωσης του καταναλωτή .....	60
5.7.	Δικαίωμα υπαναχώρησης από συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο .....	61
5.8.	Συνέπειες της μη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	62
5.8.1.	Συνέπειες όσον αφορά τα αγαθά .....	63
5.8.2.	Συνέπειες όσον αφορά τις υπηρεσίες και τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας .....	63
5.8.3.	Συνέπειες όσον αφορά το επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο .....	64
5.9.	Καταγγελία της σύμβασης έπειτα από άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης .....	64
5.10.	Συνδεδεμένες [δευτερεύουσες] συμβάσεις .....	65

5.11. Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	65
5.11.1. Αγαθά ή υπηρεσίες για τα οποία η τιμή εξαρτάται από διακυμάνσεις στη χρηματοπιστωτική αγορά.....	65
5.11.2. Αγαθά που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή είναι σαφώς εξατομικευμένα .....	66
5.11.3. Αγαθά τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα .....	67
5.11.4. Αγαθά που σφραγίζονται για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής.....	67
5.11.5. Αγαθά που αναμειγνύονται αναπόσπαστα με άλλα στοιχεία .....	68
5.11.6. Συμβάσεις με συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης .....	68
5.11.7. Επισκευές που ζητούνται από τον καταναλωτή .....	69
5.12. Ρυθμιστικές επιλογές σε περίπτωση μη προγραμματισμένων επισκέψεων ή εκδρομών .....	69
5.12.1. Εισαγωγή .....	69
5.12.2. Παράταση της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης .....	70
5.12.3. Παρεκκλίσεις από τις εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης .....	71
6. Παράδοση .....	71
7. Μετάθεση κινδύνου .....	72
8. Έξοδα για χρήση μέσων πληρωμής .....	73
8.1. Εισαγωγή .....	73
8.2. Ορισμός των «εξόδων» .....	73
8.3. Ορισμός του «κόστους» που βαρύνει τον έμπορο .....	74
8.3.1. Η επιβάρυνση του εμπόρου για την παρεχόμενη υπηρεσία και άλλα άμεσα κόστη .....	74
8.3.2. Γενικές δαπάνες λειτουργίας επιχείρησης .....	74
8.3.3. Επιλέξιμες δαπάνες που δικαιολογούν την επιβολή εξόδων για τη χρήση μέσων πληρωμής .....	74
8.4. Πληρωμές με μετρητά σε συνάλλαγμα .....	75
9. Τηλεφωνική επικοινωνία .....	76
10. Πρόσθετες πληρωμές .....	77
11. Εφαρμογή .....	77
11.1. Δημόσια και ιδιωτική εφαρμογή του νόμου .....	77
11.2. Εφαρμογή σε εμπόρους τρίτων χωρών .....	78
11.3. Κυρώσεις .....	79
11.3.1. Κριτήρια για την επιβολή κυρώσεων .....	79
11.3.2. Κυρώσεις στο πλαίσιο συντονισμένων δράσεων επιβολής βάσει του κανονισμού ΣΠΚ .....	80
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....	82

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο σκοπός της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(1)</sup> σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών (στο εξής: «ΟΔΚ» ή «οδηγία») είναι η επίτευξη ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών σε ολόκληρη την ΕΕ και η συμβολή στην ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς με την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών για τις συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ καταναλωτών και εμπόρων <sup>(2)</sup>.

Σκοπός της παρούσας ανακοίνωσης κατευθυντηρίων γραμμών (στο εξής: ανακοίνωση) είναι να διευκολύνει την αποτελεσματική εφαρμογή της οδηγίας. Η ανακοίνωση αποσκοπεί επίσης στην αύξηση της ευαισθητοποίησης όλων των ενδιαφερόμενων μερών σχετικά με την οδηγία, όπως οι καταναλωτές, οι επιχειρήσεις, οι αρχές των κρατών μελών, συμπεριλαμβανομένων των εθνικών δικαστηρίων, και οι επαγγελματίες του νομικού κλάδου σε ολόκληρη την ΕΕ. Καλύπτει τις τροποποιήσεις που εισήγαγε η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(3)</sup> όσον αφορά τη βελτίωση της επιβολής και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών οι οποίοι θα αρχίσουν να εφαρμόζονται από τις 28 Μαΐου 2022. Ως εκ τούτου, μέρος των παρουσών κατευθυντηρίων γραμμών αντικατοπτρίζει και εξετάζει τους κανόνες που δεν έχουν ακόμη αρχίσει να εφαρμόζονται την ημερομηνία έκδοσης της παρούσας ανακοίνωσης. Τα σχετικά τμήματα και σημεία επισημαίνονται σαφώς.

Η ανακοίνωση αντικατοπτρίζει τη νομολογία του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (στο εξής: «ΔΕΕ» ή «Δικαστήριο») σχετικά με την οδηγία από την έναρξη εφαρμογής της στις 13 Ιουνίου 2014. Από την ημερομηνία εφαρμογής της, η οδηγία αντικατέστησε την οδηγία 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου <sup>(4)</sup> για την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος και την οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(5)</sup> για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις. Η ΟΔΚ διατήρησε ορισμένες διατάξεις των προηγούμενων οδηγιών 85/577/ΕΟΚ και 97/7/ΕΚ. Ως εκ τούτου, η σχετική νομολογία του Δικαστηρίου σχετικά με την ερμηνεία των εν λόγω οδηγιών αναφέρεται επίσης στο παρόν έγγραφο, κατά περίπτωση.

Η παρούσα ανακοίνωση δεν αναλύει την εφαρμογή της οδηγίας στα επιμέρους κράτη μέλη, συμπεριλαμβανομένων των αποφάσεων των εθνικών δικαστηρίων και άλλων αρμόδιων φορέων. Εκτός από τις διάφορες πηγές ενημέρωσης που διατίθενται στα κράτη μέλη, πληροφορίες για τις εθνικές διατάξεις για τη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο, καθώς και πληροφορίες για τη νομολογία και τη νομική βιβλιογραφία διατίθενται στη βάση δεδομένων της νομοθεσίας για τους καταναλωτές, στην οποία είναι δυνατή η πρόσβαση μέσω της διαδικτυακής πύλης της ευρωπαϊκής ηλεκτρονικής δικαιοσύνης <sup>(6)</sup>.

Η παρούσα ανακοίνωση απευθύνεται στα κράτη μέλη της ΕΕ, καθώς και στην Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία ως συμβαλλόμενα μέρη στη Συμφωνία για τον Ενιαίο Ευρωπαϊκό Χώρο <sup>(7)</sup> (ΕΟΧ). Επομένως, οι αναφορές στην ΕΕ, στην Ένωση ή στην ενιαία αγορά θα πρέπει να νοούνται ως αναφορές στον ΕΟΧ ή στην αγορά του ΕΟΧ.

Η παρούσα ανακοίνωση προορίζεται να χρησιμεύσει αποκλειστικά ως έγγραφο καθοδήγησης —μόνο το κείμενο της ίδιας της ενωσιακής νομοθεσίας έχει νομική ισχύ. Κάθε δεσμευτική ερμηνεία του νόμου πρέπει να πηγάζει από το κείμενο της οδηγίας και απευθείας από τις αποφάσεις του Δικαστηρίου. Η παρούσα ανακοίνωση λαμβάνει υπόψη τις αποφάσεις του Δικαστηρίου οι οποίες δημοσιεύθηκαν έως τον Οκτώβριο του 2021 και δεν μπορεί να προδικάσει περαιτέρω εξελίξεις στη νομολογία του Δικαστηρίου.

Οι απόψεις που εκφράζονται στην παρούσα ανακοίνωση δεν μπορούν να προδικάσουν τη θέση που μπορεί να υιοθετήσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενώπιον του Δικαστηρίου. Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στην παρούσα ανακοίνωση είναι γενικού χαρακτήρα και δεν απευθύνονται ειδικά σε συγκεκριμένα άτομα ή οντότητες. Ούτε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ούτε οποιοδήποτε πρόσωπο το οποίο ενεργεί για λογαριασμό της φέρει ευθύνη για οποιαδήποτε ενδεχόμενη χρήση των κάτωθι πληροφοριών.

Καθώς η παρούσα ανακοίνωση αντικατοπτρίζει τις τελευταίες εξελίξεις κατά τον χρόνο της σύνταξής της, η καθοδήγηση που παρέχεται μπορεί να τροποποιηθεί μελλοντικά.

<sup>(1)</sup> Οδηγία 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, σ. 64).

<sup>(2)</sup> Βλέπε άρθρο 1 της οδηγίας.

<sup>(3)</sup> 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 την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών (ΕΕ L 328 της 18.12.2019, σ. 7).

<sup>(4)</sup> Οδηγία 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1985, για την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος (ΕΕ L 372 της 31.12.1985, σ. 31).

<sup>(5)</sup> Οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 1997, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις — Δήλωση του Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με το άρθρο 6 παράγραφος 1 — Δήλωση της Επιτροπής σχετικά με το άρθρο 3 παράγραφος 1 πρώτη περίπτωση (ΕΕ L 144 της 4.6.1997, σ. 19).

<sup>(6)</sup> [https://e-justice.europa.eu/591/EL/consumer\\_law\\_database?init=true](https://e-justice.europa.eu/591/EL/consumer_law_database?init=true).

<sup>(7)</sup> ΕΕ L 1 της 3.1.1994, σ. 3.

## 1. Πεδίο εφαρμογής

### 1.1. Οι έννοιες του «εμπόρου» και του «καταναλωτή»

Όπως ορίζεται στο άρθρο 1, η ΟΔΚ εφαρμόζεται στις «συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ καταναλωτών και εμπόρων». Ως εκ τούτου, για να καλυφθεί μια σύμβαση από την οδηγία, είναι αναγκαίο να διαπιστωθεί ότι το ένα συμβαλλόμενο μέρος είναι έμπορος, όπως ορίζεται στο άρθρο 2 σημείο 2), και το άλλο συμβαλλόμενο μέρος είναι καταναλωτής, όπως ορίζεται στο άρθρο 2 σημείο 1).

Σύμφωνα με το άρθρο 2 σημείο 1), ως «καταναλωτής» νοείται κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις που καλύπτει η οδηγία, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα. Από τη διάταξη αυτή προκύπτει ότι για να εμπίπτει ένα πρόσωπο στο πεδίο εφαρμογής της έννοιας αυτής πρέπει να πληρούνται **δύο σωρευτικές προϋποθέσεις**, ότι δηλαδή: i) το πρόσωπο είναι φυσικό πρόσωπο και ii) τα πρόσωπα ενεργούν για μη επαγγελματικούς σκοπούς.

Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 13, τα κράτη μέλη δύνανται να διατηρούν ή να εισάγουν εθνική νομοθεσία αντιστοιχίσιμη προς τις διατάξεις της οδηγίας για συμβάσεις που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, για παράδειγμα, με την επέκταση της εφαρμογής των εθνικών κανόνων και σε φυσικά πρόσωπα που δεν είναι καταναλωτές κατά την έννοια του άρθρου 2 σημείο 1) ή σε νομικά πρόσωπα, όπως μη κυβερνητικές οργανώσεις, νεοφυείς ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Στο πλαίσιο αυτό, στην υπόθεση C-329/19, *Condominio di Milano* <sup>(8)</sup>, το Δικαστήριο επιβεβαίωσε ότι η έννοια του «καταναλωτή» μπορεί να διευρυνθεί από την εθνική νομολογία κατά τρόπον ώστε οι κανόνες προστασίας να εφαρμόζονται επίσης σε σύμβαση μεταξύ εμπόρου και υποκειμένου δικαίου, η οποία δεν είναι φυσικό πρόσωπο, όπως η ένωση συνιδιοκτητών «condominio» στο ιταλικό δίκαιο.

Επιπλέον, το Δικαστήριο έκρινε ότι ο όρος «εμπορευόμενος/έμπορος» αναφέρεται σε ιδιώτη ο οποίος δεν αναπτύσσει εμπορικές ή επαγγελματικές δραστηριότητες <sup>(9)</sup>. Αυτό το δεύτερο κριτήριο θα πρέπει να ερμηνεύεται υπό το πρίσμα της αιτιολογικής σκέψης 17, η οποία εισάγει τον χαρακτηρισμό της «εξέχουσας θέσης»: «σε περίπτωση συμβάσεων διττού σκοπού, όπου η σύμβαση συνάπτεται για σκοπούς ευρισκόμενους εν μέρει εντός και εν μέρει εκτός των εμπορικών δραστηριοτήτων του, η δε εμπορική σκοπιμότητα είναι τόσο περιορισμένη ώστε να μην έχει εξέχουσα θέση στο γενικό πλαίσιο της σύμβασης, το εν λόγω πρόσωπο θα πρέπει επίσης να θεωρείται καταναλωτής».

Επομένως, φυσικό πρόσωπο το οποίο, στο πλαίσιο συμβάσεων που καλύπτονται από την εν λόγω οδηγία, ενεργεί για σκοπούς που δεν εμπίπτουν κατά κύριο λόγο στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή επαγγελματική του δραστηριότητα εμπίπτει επίσης στον ορισμό του «καταναλωτή». Η ταξινόμηση αυτή θα πρέπει να βασίζεται σε κατά περίπτωση αξιολόγηση <sup>(10)</sup>.

Ο όρος «έμπορος» ορίζεται στο άρθρο 2, σημείο 2), ως το φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο ενεργεί «για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με τις εμπορικές, επιχειρηματικές, βιοτεχνικές ή επαγγελματικές του δραστηριότητες του ή εξ ονόματος ή για λογαριασμό ενός εμπόρου». Όχι μόνο ιδιώτες, αλλά και δημόσιοι φορείς μπορούν να χαρακτηριστούν ως έμποροι.

Στην υπόθεση C-105/17, *Kamenova* <sup>(11)</sup>, το Δικαστήριο επισήμανε ότι η έννοια του «εμπορευόμενου/εμπόρου» ορίζεται κατά τρόπο σχεδόν πανομοιότυπο τόσο στην ΟΔΚ όσο και στην οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(12)</sup> για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (στο εξής: ΟΑΕΠ) και, ως εκ τούτου, πρέπει να ερμηνεύεται ομοιόμορφα. Βασικό στοιχείο της νομολογίας που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της ΟΑΕΠ, το Δικαστήριο ερμήνευσε ευρέως τον όρο «εμπορευόμενος/έμπορος» θεωρώντας ότι πρέπει να προσδιορισθεί σε σχέση με τη συναφή αλλά διαμετρικά αντίθετη έννοια του όρου «καταναλωτή». Όσον αφορά τον έμπορο, ο καταναλωτής βρίσκεται σε ασθενέστερη θέση και πρέπει να θεωρείται ότι είναι λιγότερο ενημερωμένος, οικονομικά ασθενέστερος και νομικά λιγότερο έμπειρος από ό,τι ο αντισυμβαλλόμενος. Ο χαρακτηρισμός του «εμπορευόμενου/εμπόρου» απαιτεί κατά περίπτωση αξιολόγηση, λαμβανομένων υπόψη των ακόλουθων ενδεικτικών κριτηρίων:

- i) αν η πώληση πραγματοποιήθηκε κατά τρόπο οργανωμένο·
- ii) αν η πώληση αυτή έχει κερδοσκοπικό χαρακτήρα·
- iii) αν ο πωλητής διαθέτει πληροφορίες και τεχνογνωσία σε σχέση με τα προϊόντα που προσφέρει προς πώληση τις οποίες ο καταναλωτής δεν διαθέτει κατ' ανάγκη, κατά τρόπον ώστε ο πωλητής να περιέρχεται σε πλεονεκτικότερη θέση σε σχέση με τον καταναλωτή·
- iv) αν ο πωλητής είχε νομικό καθεστώς που του επιτρέπει να ασκεί εμπορικές πράξεις·

<sup>(8)</sup> Βλέπε C-329/19, *Condominio di Milano*, ECLI:EU:C:2020:263, σκέψη 34.

<sup>(9)</sup> C-105/17, *Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:808, σκέψη 33.

<sup>(10)</sup> Κατ' αναλογία C-105/17 *Kamenova*, σκέψεις 36 – 37.

<sup>(11)</sup> C-105/17, *Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:808, σκέψεις 27 – 29, 34.

<sup>(12)</sup> Οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 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 («Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές») (ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σ. 22).

- v) σε ποιον βαθμό η πώληση συνδέεται με την εμπορική ή επαγγελματική δραστηριότητα του πωλητή·
- vi) αν ο πωλητής υπόκειται στον ΦΠΑ·
- vii) αν ο πωλητής, ενεργώντας εξ ονόματος ή για λογαριασμό συγκεκριμένου εμπόρου ή μέσω άλλου προσώπου που ενεργεί εξ ονόματος και για λογαριασμό του, έχει εισπράξει αμοιβή ή συμμετοχή στα κέρδη·
- viii) αν ο πωλητής αγοράζει καινούργια ή μεταχειρισμένα αγαθά με σκοπό να τα μεταπωλήσει, προσδίδοντας έτσι στη δραστηριότητα αυτή τακτικότητα, συχνότητα και/ή ταυτόχρονα χαρακτήρα σε σχέση με την εμπορική ή την επαγγελματική του δραστηριότητα·
- ix) αν τα προς πώληση αγαθά ήταν όλα του ίδιου είδους ή της ίδιας αξίας· και
- x) αν η προσφορά συγκεντρώνεται σε μικρό αριθμό αγαθών.

Το ΔΕΕ τόνισε ότι τα κριτήρια αυτά δεν είναι ούτε εξαντλητικά ούτε αποκλειστικά και, καταρχήν, το γεγονός ότι πληρούνται ένα ή περισσότερα από τα κριτήρια αυτά δεν αρκεί, από μόνο του, για να χαρακτηριστεί το πρόσωπο αυτό ως «εμπορευόμενος/έμπορος». Το γεγονός και μόνον ότι η πώληση έχει κερδοσκοπικό χαρακτήρα ή ότι ένα φυσικό πρόσωπο δημοσιεύει, ταυτόχρονα, σε διαδικτυακή πλατφόρμα ορισμένες αγγελίες για την πώληση καινούργιων και μεταχειρισμένων αγαθών δεν αρκεί, αφ' εαυτού, για να χαρακτηριστεί το εν λόγω πρόσωπο ως «εμπορευόμενος/έμπορος»<sup>(13)</sup>.

Σε περιπτώσεις όπου εμπλέκεται ενδιάμεσος φορέας (όπως επιγραμμική αγορά) ή έμπορος που εκπροσωπεί άλλον έμπορο, οι εν λόγω διαφορετικοί έμποροι θα πρέπει να καθιστούν σαφές στον καταναλωτή **ποιος έμπορος είναι το συμβαλλόμενο μέρος για τον καταναλωτή** και ποιοι είναι οι αντίστοιχοι ρόλοι και ευθύνες των διαφόρων εμπόρων. Το ερώτημα αυτό εξετάζεται περαιτέρω στο τμήμα 3.2.2.1.

Στο πλαίσιο αυτό, η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε την ΟΔΚ, εισάγοντας την απαίτηση για τους παρόχους επιγραμμικών αγορών να ενημερώνουν τον καταναλωτή αν ο τρίτος προμηθευτής ενεργεί ως «έμπορος» ή «μη έμπορος» (ομότιμος καταναλωτής), βάσει δήλωσης του τρίτου προμηθευτή στον πάροχο της επιγραμμικής αγοράς. Οι υποχρεώσεις ενημέρωσης για τις επιγραμμικές αγορές εξετάζονται στο τμήμα 3.4.2.

## 1.2. Η έννοια της «σύμβασης»

Ο μοχλός ενεργοποίησης για την εφαρμογή της οδηγίας είναι η προσφορά σύναψης σύμβασης μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή. Η οδηγία δεν ορίζει την έννοια της «σύμβασης» και δεν καθορίζει τις περιστάσεις υπό τις οποίες θεωρείται ότι έχει συναφθεί σύμβαση στην οποία εφαρμόζεται η οδηγία. Εναπόκειται στα εθνικά δικαστήρια και στις αρχές επιβολής του οικείου κράτους μέλους να εκτιμήσουν αν μια έννομη σχέση **συνιστά «σύμβαση»**. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 5 της οδηγίας:

### Άρθρο 3

5. Η παρούσα οδηγία δεν θίγει το εθνικό γενικό δίκαιο περί συμβάσεων, όπως τους κανόνες εγκυρότητας, διαμόρφωσης ή αποτελέσματος μιας σύμβασης, στον βαθμό που στην παρούσα οδηγία δεν ρυθμίζονται γενικές έννοιες του δικαίου των συμβάσεων.

Για παράδειγμα, η οδηγία δεν θίγει τους εθνικούς κανόνες του δικαίου των συμβάσεων σχετικά με τη **μεταβίβαση συμβατικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων** από έναν καταναλωτή σε άλλον.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι μια **ενιαία σύμβαση μπορεί να καλύπτει πολλά στοιχεία**, τόσο αγαθά όσο και στοιχεία ψηφιακού περιεχομένου. Για παράδειγμα, ανάλογα με τους όρους της, η ενιαία συνδρομητική σύμβαση μπορεί να καλύπτει την παροχή φάσματος ψηφιακού περιεχομένου. Αν καλύπτεται από συνδρομητική σύμβαση, κάθε παροχή επιμέρους ψηφιακού περιεχομένου βάσει της σύμβασης αυτής δεν συνιστά, κατά συνέπεια, νέα σύμβαση για τους σκοπούς της οδηγίας.

Στην υπόθεση C-922/19, Stichting Waternet<sup>(14)</sup>, το Δικαστήριο εξέτασε το ζήτημα αν η συνέχιση της παροχής νερού σε οικία σε περίπτωση μεταβολής της μίσθωσης χωρίς το ρητό αίτημα του νέου ενοίκου να συνιστά «παροχή μη παραγγελθέντων» κατά την έννοια του σημείου 29 του παραρτήματος Ι της ΟΑΕΠ (στο εξής: μαύρη λίστα), με αποτέλεσμα να παρέχεται στον καταναλωτή το δικαίωμα να μην πληρώνει για την παροχή αυτή σύμφωνα με το άρθρο 27 της ΟΔΚ. Η υπόθεση απαιτούσε, μεταξύ άλλων, να εξακριβωθεί αν μια σύμβαση μεταξύ εταιρείας ύδρευσης και καταναλωτή μπορεί να θεωρηθεί ως συναφθείσα όταν ο καταναλωτής δεν έχει δώσει τη ρητή συναίνεσή του.

<sup>(13)</sup> C-105/17, Kamenova, ECLI:EU:C:2018:808, σκέψεις 27 – 29, 34 – 40 και 45.

<sup>(14)</sup> C-922/19, Stichting Waternet, ECLI:EU:C:2021:91.

Το Δικαστήριο αναγνώρισε ότι η παροχή νερού **μπορεί να μην απαιτεί πάντοτε την ύπαρξη σύμβασης**. Είναι επίσης δυνατόν η έννομη σχέση μεταξύ του αντίστοιχου παρόχου και του καταναλωτή να **διέπεται εξολοκλήρου από την εθνική νομοθεσία, τόσο ως προς την παροχή νερού από τον [εν λόγω] έμπορο όσο και ως προς τις σχετικές με την παροχή αυτή χρεώσεις οι οποίες βαρύνουν τον καταναλωτή** <sup>(15)</sup>.

Σε μια τέτοια περίπτωση όπου δεν υπάρχει σύμβαση, η οδηγία δεν θα εφαρμόζεται στη σχέση μεταξύ του παρόχου και του καταναλωτή. Σε κάθε περίπτωση, παραμένει καθοριστικό το ζήτημα αν η αντίστοιχη σχέση θεωρείται «σύμβαση» κατά το εφαρμοστέο εθνικό δίκαιο.

### 1.3. Καλυπτόμενες συμβάσεις

Η οδηγία ρυθμίζει ορισμένες πτυχές των συμβάσεων μεταξύ εμπόρων και καταναλωτών. Πρώτον, διακρίνει μεταξύ διαφορετικών συμβάσεων ανάλογα με τις περιστάσεις της σύναψής τους:

- 1) συμβάσεις που συνάπτονται εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου (**συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος**).
- 2) συμβάσεις που συνάπτονται με τη χρήση μέσων εξ αποστάσεως επικοινωνίας —μέσω του διαδικτύου, συμπεριλαμβανομένων των επιγραμμικών αγορών, μέσω τηλεφώνου κ.λπ. (**εξ αποστάσεως συμβάσεις**)· και
- 3) συμβάσεις εκτός των συμβάσεων εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος (συνήθως πρόκειται για συμβάσεις που συνάπτονται σε φυσικά καταστήματα, στο εξής: **συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος**).

Η οδηγία κάνει περαιτέρω διάκριση μεταξύ των ακόλουθων ειδών συμβάσεων με βάση τα ακόλουθα αντικείμενα:

- 1) **συμβάσεις πώλησης**.
- 2) **συμβάσεις παροχής υπηρεσιών**, συμπεριλαμβανομένων των **συμβάσεων για ψηφιακές υπηρεσίες**.
- 3) συμβάσεις για την παροχή ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο (στο εξής: **συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο**)· και
- 4) συμβάσεις για την παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή για παροχή τηλεθέρμανσης (στο εξής: **συμβάσεις για την παροχή υπηρεσιών κοινής ωφελείας**).

Οι συμβάσεις πώλησης και οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών ορίζονται στο άρθρο 2 σημεία 5) και 6) της οδηγίας. Οι συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο και την παροχή υπηρεσιών κοινής ωφελείας δεν ορίζονται ρητώς, αλλά η αιτιολογική σκέψη 19 εξηγεί ότι, για τους σκοπούς της οδηγίας, **δεν θεωρούνται ούτε συμβάσεις πώλησης ούτε συμβάσεις παροχής υπηρεσιών**.

Μολονότι πολλές από τις διατάξεις της οδηγίας εφαρμόζονται γενικά και στα τέσσερα είδη των συμβάσεων, υπάρχουν κανόνες που ισχύουν μόνο για ένα συγκεκριμένο είδος σύμβασης. Ειδικότερα, κάθε είδος σύμβασης (βλέπε άρθρο 9) έχει διαφορετικούς κανόνες για τον υπολογισμό της περιόδου κατά την οποία μπορεί να ασκηθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης (βλέπε επίσης τμήμα 5 σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης).

Η αιτιολογική σκέψη 19 διευκρινίζει επίσης ότι **η οδηγία θεωρεί «αγαθό» το ψηφιακό περιεχόμενο που παρέχεται σε υλικό μέσο**. Αναφέρεται σε ψηφιακό περιεχόμενο που παρέχεται σε CD ή DVD ως παραδείγματα, αλλά η ίδια προσέγγιση ισχύει και για το ψηφιακό περιεχόμενο που παρέχεται σε άλλους φορείς για τη μεταφορά ή σε έξυπνη συσκευή, όπως μια κονσόλα παιχνιδιών με προεγκατεστημένα παιχνίδια. Ανεξάρτητα από το είδος του υλικού μέσου <sup>(16)</sup>, η **σύμβαση για το εν λόγω ψηφιακό περιεχόμενο εμπίπτει στους κανόνες της ΟΔΚ σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης που ισχύει για τις συμβάσεις πώλησης** <sup>(17)</sup>.

Καθώς ο ορισμός της σύμβασης πώλησης (βλέπε παρακάτω) αναφέρεται στη μεταβίβαση της κυριότητας αγαθών από τον έμπορο στον καταναλωτή (δηλαδή συμβάσεις μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών), η οδηγία δεν ισχύει για τις συμβάσεις στις οποίες **ο καταναλωτής είναι αυτός που μεταβιβάζει στον έμπορο αγαθά**, για παράδειγμα, ένα μεταχειρισμένο αυτοκίνητο ή κοσμήματα.

<sup>(15)</sup> Ό.π., σκέψη 39.

<sup>(16)</sup> Αντίθετα, το είδος του μέσου είναι σημαντικό για την εφαρμογή της οδηγίας (ΕΕ) 2019/770 για το ψηφιακό περιεχόμενο και της οδηγίας (ΕΕ) 2019/771 για την πώληση αγαθών, δεδομένου ότι η πρώτη εφαρμόζεται σε ψηφιακό περιεχόμενο που παρέχεται σε υλικό μέσο [ενσώματο μέσο], όπως DVD, CD, κλειδιά USB και κάρτες μνήμης, καθώς και στο ίδιο το υλικό μέσο, υπό την προϋπόθεση ότι το ενσώματο μέσο λειτουργεί μόνο ως φορέας για τη μεταφορά του ψηφιακού περιεχομένου (βλέπε αιτιολογική σκέψη 20 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο).

<sup>(17)</sup> Οι σχετικοί περιορισμοί θα ισχύουν επίσης, όπως η εξαίρεση για το δικαίωμα υπαναχώρησης δυνάμει του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο θ) όσον αφορά την προμήθεια σφραγισμένων ηχητικών εγγραφών ή σφραγισμένων εγγραφών βίντεο ή σφραγισμένου λογισμικού για υπολογιστές, που αποσφραγίστηκαν μετά την παράδοση.



#### 1.4. Συμβάσεις μεικτού σκοπού

##### Άρθρο 2

5) «σύμβαση πώλησης»: κάθε σύμβαση βάσει της οποίας ο έμπορος μεταβιβάζει ή αναλαμβάνει να μεταβιβάσει την κυριότητα αγαθών στον καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένης κάθε σύμβασης που έχει ως αντικείμενο ταυτόχρονα την παροχή αγαθών και υπηρεσιών·

6) «σύμβαση παροχής υπηρεσιών»: κάθε σύμβαση πλην σύμβασης πώλησης βάσει της οποίας ο έμπορος παρέχει ή αναλαμβάνει να παράσχει υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένης ψηφιακής υπηρεσίας, στον καταναλωτή·

Στην πράξη, πολλές συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ εμπόρων και καταναλωτών, για τις οποίες ισχύει η οδηγία, αφορούν ταυτόχρονα αγαθά και υπηρεσίες. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ισχύει το τελευταίο μέρος του ορισμού του άρθρου 2 σημείο 5), καθότι ορίζει μια σύμβαση πώλησης επίσης ως «κάθε σύμβαση που έχει ως αντικείμενο ταυτόχρονα την παροχή αγαθών και υπηρεσιών».

Σύμφωνα με τον ορισμό του άρθρου 2 σημείο 5), το κριτήριο για τον χαρακτηρισμό μιας σύμβασης ως «σύμβασης πώλησης» είναι η **μεταβίβαση της κυριότητας των αγαθών** στον καταναλωτή. Ως εκ τούτου, αν ο κύριος σκοπός μιας σύμβασης είναι η μεταβίβαση της κυριότητας ορισμένων αγαθών, αυτή θα πρέπει να χαρακτηριστεί ως σύμβαση πώλησης, ακόμη και αν καλύπτει επίσης τις σχετικές υπηρεσίες που παρέχονται από τον πωλητή, όπως η εγκατάσταση, η συντήρηση ή οποιαδήποτε άλλη επεξεργασία, ανεξάρτητα από τη σχετική αξία των αγαθών και των υπηρεσιών.

Παραδείγματα συμβάσεων που καλύπτουν ταυτόχρονα αγαθά και υπηρεσίες και θα πρέπει συνήθως να θεωρούνται συμβάσεις πώλησεων, λόγω του κύριου σκοπού τους, είναι τα εξής:

- η αγορά νέων επίπλων κουζίνας, συμπεριλαμβανομένης της τοποθέτησής τους στο διαμέρισμα του καταναλωτή·
- η αγορά συγκεκριμένων κατασκευαστικών στοιχείων, όπως παράθυρα και πόρτες, καθώς και η τοποθέτησή τους στην οικία του καταναλωτή·
- η αγορά κινητού έξυπνου τηλεφώνου με συνδρομή σε υπηρεσία ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Αντίθετα, αν η μεταβίβαση της κυριότητας των συγκεκριμένων αγαθών δεν αποτελεί τον κύριο σκοπό της μεικτής σύμβασης, η σύμβαση δεν θα πρέπει να θεωρείται σύμβαση πώλησης.

Παραδείγματα συμβάσεων που καλύπτουν ταυτόχρονα αγαθά και υπηρεσίες και θα πρέπει να θεωρούνται συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, λόγω του κύριου σκοπού τους, είναι οι εξής:

- σύμβαση για την επισκευή, ανακαίνιση και κατασκευή παραρτημάτων κτιρίων (βλέπε αιτιολογική σκέψη 26)·
- σύμβαση για την παρακολούθηση διάλεξης, σε συνδυασμό με την παράδοση στυλό και φακέλων στους συμμετέχοντες·
- σύμβαση για έναν κύκλο εκπαιδευτικών σεμιναρίων, σε συνδυασμό με την παράδοση εγχειριδίου σε κάθε συμμετέχοντα.

Η ερμηνεία αυτή υποστηρίζεται από την καθιερωμένη νομολογία του ΔΕΕ σχετικά με την ελεύθερη κυκλοφορία των αγαθών και την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών, η οποία παραμένει σχετική και στο πλαίσιο της παρούσας οδηγίας.

Για παράδειγμα, στην υπόθεση C-20/03, Marcel Burmanjer, το Δικαστήριο έκρινε ότι η οικονομική δραστηριότητα θα πρέπει να εξεταστεί στο πλαίσιο **είτε** της ελεύθερης κυκλοφορίας των αγαθών **είτε** της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών, αν η μία από τις ελευθερίες αυτές «είναι εντελώς δευτερεύουσα σε σχέση με την άλλη και μπορεί να συνδεθεί με αυτήν»<sup>(18)</sup>.

Αυτό σημαίνει επίσης ότι μια μεικτή σύμβαση θα πρέπει να θεωρηθεί σύμβαση πώλησης, εάν τα γεγονότα δείχνουν ότι πραγματικός σκοπός της είναι η μεταβίβαση της κυριότητας των αγαθών:

- Για παράδειγμα, αν η πώληση του εγχειριδίου έχει ιδιαίτερα εξέχουσα θέση στην προσφορά του εμπόρου για έναν κύκλο εκπαιδευτικών σεμιναρίων και στην επικοινωνία μεταξύ των μερών, και αν αυτό το εγχειρίδιο έχει σημαντική σχετική αξία σε σύγκριση με τη συνολική τιμή του κύκλου εκπαιδευτικών σεμιναρίων, η σύμβαση μπορεί να θεωρηθεί σύμβαση πώλησης και όχι σύμβαση παροχής υπηρεσιών για τους σκοπούς της οδηγίας.

<sup>(18)</sup> C-20/03, Marcel Burmanjer, ECLI:EU:C:2005:307, σκέψεις 24-35. Η ίδια προσέγγιση επιβεβαιώθηκε πρόσφατα από το Δικαστήριο στην υπόθεση C-108/09, Ker-Optika bt, ECLI:EU:C:2010:725 (βλέπε σκέψη 43).

Από την άλλη πλευρά, ακόμη και όταν μια μεικτή σύμβαση έχει ως αποτέλεσμα την παραγωγή κάποιου αγαθού σε υλική μορφή, θα πρέπει να θεωρείται σύμβαση παροχής υπηρεσιών εφόσον **το αντικείμενο της σύμβασης είναι διανοητική ή εξειδικευμένη υπηρεσία** και η επακόλουθη παράδοση έχει μόνο παρεπόμενο χαρακτήρα <sup>(19)</sup>:

— Για παράδειγμα, η σύμβαση με αρχιτέκτονα για τον σχεδιασμό οικίας και η σύμβαση με δικηγόρο για την προετοιμασία και την υποβολή αγωγής συνιστούν αμφότερα συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, παρόλο που στο τέλος υπάρχει απτό αποτέλεσμα (π.χ. κατασκευαστικά σχέδια, αγωγή ή αίτηση). Ομοίως, η σύμβαση με καλλιτέχνη για την κατάρτιση πίνακα ζωγραφικής και η σύμβαση με φωτογράφο για γαμήλια φωτογράφιση είναι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών.

Με λίγα λόγια, κάθε μεικτή σύμβαση θα πρέπει να χαρακτηρίζεται με βάση τον πραγματικό κύριο σκοπό της. Το γεγονός ότι η σύμβαση μπορεί να περιλαμβάνει την επιλογή σύναψης μεταγενέστερων συμφωνιών δεν θα πρέπει να αλλάζει τα χαρακτηριστικά της. Για παράδειγμα:

— Εάν μια σύμβαση για την ενοικίαση αγαθών προβλέπει μόνο την επιλογή, και όχι την υποχρέωση, μεταβίβασης της κυριότητας, θα πρέπει να χαρακτηριστεί ως σύμβαση παροχής υπηρεσιών για τους σκοπούς της οδηγίας.

Ο χαρακτηρισμός μιας σύμβασης είτε ως σύμβασης πώλησης είτε ως σύμβασης παροχής υπηρεσιών καθορίζει τον τρόπο υπολογισμού της προθεσμίας υπαναχώρησης (άρθρο 9). Για τις **συμβάσεις παροχής υπηρεσιών**, η προθεσμία υπαναχώρησης 14 ημερών αρχίζει να υπολογίζεται από τη σύναψη της σύμβασης. Για τις **συμβάσεις πώλησης**, η προθεσμία υπαναχώρησης αρχίζει να υπολογίζεται μόνο μετά την παραλαβή των αγαθών. Επιπλέον, ορισμένες από τις διατάξεις της οδηγίας, όπως τα άρθρα 18 και 20 σχετικά με την παράδοση και τη μετάθεση κινδύνου, ισχύουν μόνο για τις συμβάσεις πώλησης.

Η ίδια σύμβαση πώλησης ή παροχής υπηρεσιών μπορεί επίσης να καλύπτει υπηρεσίες που δεν διέπονται από την οδηγία. Για παράδειγμα, μια σύμβαση πώλησης ή παροχής υπηρεσιών μπορεί να επιτρέπει την καταβολή του τιμήματος σε δόσεις με ένα ορισμένο επιτόκιο. Μια τέτοια σύμβαση μπορεί επίσης να υπόκειται στους ειδικούς κανόνες που διέπουν τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες προς τους καταναλωτές <sup>(20)</sup>. Οι κανόνες για τις συνδεδεμένες συμβάσεις που προβλέπονται στο άρθρο 15 της οδηγίας εφαρμόζονται κατ' αναλογία (βλέπε τμήμα 5.10).

### 1.5. Διάκριση μεταξύ ψηφιακών υπηρεσιών και επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 αποσαφήνισε τον ορισμό της «σύμβασης παροχής υπηρεσιών» στην ΟΔΚ, ότι περιλαμβάνει επίσης συμβάσεις για την παροχή «ψηφιακών υπηρεσιών» (βλέπε ορισμό στο προηγούμενο τμήμα). Επιπλέον, η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 εισήγαγε, στο άρθρο 2, σημείο 16), **ορισμό της «ψηφιακής υπηρεσίας»**, ο οποίος παραπέμπει στον ορισμό της στο άρθρο 2, σημείο 2 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/770 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(21)</sup> για το ψηφιακό περιεχόμενο.

Το άρθρο 2 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο ορίζει τα εξής:

#### Άρθρο 2

- 1) «ψηφιακό περιεχόμενο»: τα δεδομένα τα οποία παράγονται και παρέχονται σε ψηφιακή μορφή·
- 2) «ψηφιακή υπηρεσία»:
  - α) υπηρεσία που επιτρέπει στον καταναλωτή να δημιουργεί, να επεξεργάζεται, να αποθηκεύει δεδομένα σε ψηφιακή μορφή ή να έχει πρόσβαση σε αυτά· ή
  - β) υπηρεσία που επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων σε ψηφιακή μορφή ή κάθε άλλη αλληλεπίδραση με τα δεδομένα αυτά τα οποία αναφορτώνονται ή δημιουργούνται από τον καταναλωτή ή άλλους χρήστες της εν λόγω υπηρεσίας·

Η αιτιολογική σκέψη 19 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο εξηγεί ότι «[π]ροκειμένου να ληφθούν υπόψη οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και να διαφυλαχθεί ο διαχρονικός χαρακτήρας της έννοιας του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας, η παρούσα οδηγία θα πρέπει να καλύπτει, μεταξύ άλλων, προγράμματα υπολογιστών, εφαρμογές, αρχεία βίντεο, αρχεία ήχου, μουσικά αρχεία, ψηφιακά παιχνίδια, ηλεκτρονικά βιβλία ή άλλες ηλεκτρονικές δημοσιεύσεις, και επίσης ψηφιακές υπηρεσίες [...] **συμπεριλαμβανομένου λογισμικού ως υπηρεσίας**, όπως ανταλλαγή αρχείων βίντεο και ήχου και άλλες υπηρεσίες φιλοξενίας αρχείων, επεξεργασία κειμένου ή παιχνίδια που παρέχονται σε περιβάλλον υπολογιστικού νέφους και μέσα κοινωνικής δικτύωσης». Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, ενώ η δεύτερη ομάδα παραδειγμάτων αποδίδεται σαφώς στην κατηγορία των ψηφιακών υπηρεσιών, ο χαρακτηρισμός της πρώτης ομάδας παραδειγμάτων ως ψηφιακού περιεχομένου ή υπηρεσιών εξαρτάται από τον τρόπο μετάδοσης ή πρόσβασης καθώς και από άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού μοντέλου.

<sup>(19)</sup> Βλέπε σχετικά την υπόθεση C-208/19, NK, σκέψεις 58 – 59.

<sup>(20)</sup> Οδηγία 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Σεπτεμβρίου 2002, σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των οδηγιών 90/619/ΕΟΚ του Συμβουλίου, 97/7/ΕΚ και 98/27/ΕΚ (ΕΕ L 271 της 9.10.2002, σ. 16) και οδηγία 2008/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Απριλίου 2008, για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης και την κατάργηση της οδηγίας 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου (ΕΕ L 133 της 22.5.2008, σ. 66).

<sup>(21)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2019/770 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 2019, σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών (ΕΕ L 136 της 22.5.2019, σ. 1).

Η αιτιολογική σκέψη 30 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 παρέχει περαιτέρω καθοδήγηση σχετικά με τη διάκριση μεταξύ των συμβάσεων για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο και των συμβάσεων για ψηφιακές υπηρεσίες. Ειδικότερα, «[μ]εταξύ των παραδειγμάτων ψηφιακών υπηρεσιών συγκαταλέγονται οι υπηρεσίες διαμοιρασμού βίντεο και ήχου και άλλες υπηρεσίες φιλοξενίας αρχείων, η επεξεργασία κειμένου ή παιχνίδια που προσφέρονται σε περιβάλλον υπολογιστικού νέφους, η αποθήκευση στο νέφος, το διαδικτυακό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι εφαρμογές υπολογιστικού νέφους». Αντίθετα, «[π]ολλές συμβάσεις για την παροχή [επιγραμμικού] ψηφιακού περιεχομένου [...] χαρακτηρίζονται από ενιαία πράξη προμήθειας στον καταναλωτή συγκεκριμένου προϊόντος ή προϊόντων ψηφιακού περιεχομένου, όπως συγκεκριμένα αρχεία μουσικής ή βίντεο».

Ως εκ τούτου, οι ψηφιακές υπηρεσίες είναι, για παράδειγμα:

- συνδρομές σε υπηρεσίες διαδικτυακής αποθήκευσης φωτογραφιών που έχουν δημιουργηθεί από τον καταναλωτή, σε κοινωνικά δίκτυα ή σε υπηρεσίες φωνητικής τηλεφωνίας ή βιντεοτηλεφωνίας μέσω διαδικτύου·
- συνδρομές σε επιγραμμικά δελτία καιρού ή υπηρεσίες ενημέρωσης για την κίνηση στους δρόμους·
- συνδρομές σε επιγραμμικές εφημερίδες/ενημερωτικά δελτία (βλέπε επίσης την εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης δυνάμει του άρθρου 16 στοιχείο ι), η οποία ισχύει για την προμήθεια εφημερίδων, αλλά όχι για συνδρομές εφημερίδων).

Η αιτιολογική σκέψη 30 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 αναγνωρίζει ότι μπορεί, ωστόσο, να είναι δύσκολο να γίνει διάκριση μεταξύ ορισμένων τύπων επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών. Ως εκ τούτου, «[σ]ε περίπτωση αμφιβολίας για το κατά πόσον η σύμβαση είναι σύμβαση παροχής υπηρεσιών ή σύμβαση για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο, θα πρέπει να εφαρμόζονται οι κανόνες που διέπουν το δικαίωμα υπαναχώρησης για τις υπηρεσίες».

**Η διάκριση μεταξύ συμβάσεων για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο και συμβάσεων για ψηφιακές υπηρεσίες είναι σημαντική λόγω των διαφορετικών καθεστώτων δικαιώματος υπαναχώρησης. Οι κανόνες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης για τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών ουσιαστικά επιτρέπουν στον καταναλωτή να δοκιμάζει την υπηρεσία και να αποφασίζει, εντός περιόδου 14 ημερών από τη σύναψη της σύμβασης, αν θα συνεχίσει να τη χρησιμοποιεί ή όχι.**

Αντίθετα, σύμφωνα με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ) δεν υφίσταται δικαίωμα υπαναχώρησης στην περίπτωση προμήθειας επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου, υπό διάφορους όρους. Σύμφωνα με τις τροποποιήσεις που εισήγαγε η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161, οι όροι αυτοί είναι ότι η εκτέλεση άρχισε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και με την εκ μέρους του αναγνώριση ότι με αυτόν τον τρόπο θα απολέσει το δικαίωμά του υπαναχώρησης και ότι ο έμπορος έχει παράσχει επιβεβαίωση της συναφθείσας σύμβασης (βλέπε επίσης τμήμα 5.7).

Το Δικαστήριο διευκρίνισε στην υπόθεση C-641/19, PE Digital, ότι η εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης δυνάμει του άρθρου 16 στοιχείο ιγ) της ΟΔΚ που εφαρμόζεται στις συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο θα πρέπει να ερμηνεύεται στενά <sup>(22)</sup>. Η υπόθεση αφορούσε την υπαναχώρηση από μια σύμβαση προνομιακής συνδρομής (premium) για έναν ιστότοπο γνωριμιών, αλλά μόνο αφού ο καταναλωτής είχε διενεργήσει ένα τεστ προσωπικότητας που παρείχε μια επιλογή των συστάσεων συντρόφων βάσει ενός ιδιόκτητου αλγορίθμου.

Το Δικαστήριο διευκρίνισε ότι το άρθρο 16 στοιχείο ιγ), ερμηνευόμενο σε συνδυασμό με το άρθρο 2 σημείο 11) της ΟΔΚ, έχει την έννοια ότι η κατάρριψη τέτοιας έκθεσης ανάλυσης προσωπικότητας δεν συνιστά παροχή «ψηφιακού περιεχομένου». Το Δικαστήριο επισημάνε επίσης γενικότερα ότι, υπό το πρίσμα της αιτιολογικής σκέψης 19 της οδηγίας, **μια διαδικτυακή υπηρεσία η οποία παρέχει στον καταναλωτή τη δυνατότητα να δημιουργεί, να επεξεργάζεται, να αποθηκεύει δεδομένα σε ψηφιακή μορφή ή να έχει πρόσβαση σε αυτά, και καθιστά δυνατή την ανταλλαγή ή κάθε άλλη αλληλεπίδραση με δεδομένα σε ψηφιακή μορφή τα οποία αναρτώνται ή δημιουργούνται από τον καταναλωτή ή από άλλους χρήστες της υπηρεσίας αυτής, δεν μπορεί να θεωρηθεί, αυτή καθ' εαυτήν, ως παροχή «ψηφιακού περιεχομένου»** κατά την έννοια του άρθρου 16, στοιχείο ιγ) <sup>(23)</sup>.

Για παράδειγμα, η παροχή βιντεοπαιχνιδιών μπορεί να περιλαμβάνει τόσο συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο όσο και συμβάσεις για ψηφιακές υπηρεσίες. Τα παιχνίδια με δυνατότητα καταφόρτωσης θα μπορούσαν κανονικά να χαρακτηριστούν ως επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο όταν η χρήση τους δεν εξαρτάται από τη συνεχή συμμετοχή του προμηθευτή του παιχνιδιού. Αντίθετα, τα επιγραμμικά παιχνίδια που παρέχονται σε περιβάλλον υπολογιστικού νέφους θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ψηφιακές υπηρεσίες.

**Οι μικροσυναλλαγές εντός παιχνιδιού (αγορές εντός εφαρμογής) στα εν λόγω παιχνίδια που βελτιώνουν την εμπειρία παιχνιδιού του εκάστοτε χρήστη, όπως εικονικά αντικείμενα, θα μπορούσαν κανονικά να χαρακτηριστούν συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο. Επίσης, οι αγορές περιεχομένου εντός εφαρμογής που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί εκτός του παιχνιδιού (π.χ. καταγραφή της συνεδρίας παιχνιδιού που μπορεί να καταφορτωθεί ή να κοινοποιηθεί σε πλατφόρμα διαμοιρασμού βίντεο) θα συνιστούσαν κανονικά σύμβαση για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο. Αντίθετα, η αγορά περιεχομένου υψηλής ποιότητας που διευρύνει το περιβάλλον επιγραμμικών παιχνιδιών θα αποτελούσε μια νέα ψηφιακή υπηρεσία που συμπληρώνει την αρχική.**

<sup>(22)</sup> C-641/19, PE Digital, EU:C:2020:808, σκέψεις 41 – 46.

<sup>(23)</sup> Ό.π., σκέψη 44.

### 1.6. Συμβάσεις έναντι πληρωμής και συμβάσεις στις οποίες ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα

Το άρθρο 3 της ΟΔΚ που καθορίζει το πεδίο εφαρμογής της τροποποιήθηκε με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161. Η τροποποιημένη παράγραφος 1 αναφέρεται πλέον στην «**καταβολή του τιμήματος**» ως προϋπόθεση για την εφαρμογή της οδηγίας.

Ταυτόχρονα, προστέθηκε νέα παράγραφος 1α που επεκτείνει το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας στις συμβάσεις για **επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο και στις συμβάσεις για ψηφιακές υπηρεσίες στις οποίες ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα** στον έμπορο (με την επιφύλαξη ορισμένων εξαιρέσεων).

#### Άρθρο 3

1. Η παρούσα οδηγία εφαρμόζεται, βάσει των όρων και στον βαθμό που ορίζεται στις διατάξεις της, σε οποιαδήποτε σύμβαση συνάπτεται μεταξύ ενός εμπόρου και ενός καταναλωτή όπου ο καταναλωτής καταβάλλει ή αναλαμβάνει να καταβάλει το τίμημα. Εφαρμόζεται σε συμβάσεις προμήθειας νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας ή τηλεθέρμανσης, μεταξύ άλλων και από δημόσιους παρόχους, στον βαθμό που τα προϊόντα αυτά παρέχονται σε συμβατική βάση.

1α. Η παρούσα οδηγία εφαρμόζεται επίσης όταν ο έμπορος 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 έμπορο, εξαιρουμένης της περίπτωσης κατά την οποία τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που παρέχει ο καταναλωτής υποβάλλονται σε επεξεργασία από τον έμπορο με αποκλειστικό σκοπό την παροχή ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο ή ψηφιακής υπηρεσίας σε συμφωνία με την παρούσα οδηγία ή προκειμένου ο έμπορος να συμμορφωθεί με τις νομικές απαιτήσεις στις οποίες υπόκειται και ο έμπορος δεν επεξεργάζεται τα εν λόγω δεδομένα για κανέναν άλλο σκοπό.

#### 1.6.1. Συμβάσεις έναντι πληρωμής

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε τους ορισμούς των **συμβάσεων πώλησης και παροχής υπηρεσιών** του άρθρου 2 σημεία 5) και 6) της ΟΔΚ, οι οποίοι δεν αναφέρονται πλέον στον καταναλωτή που καταβάλλει «τίμημα». Ωστόσο, λαμβανομένων υπόψη των τροποποιήσεων του άρθρου 3, **οι συμβάσεις αυτές εξακολουθούν να υπόκεινται στην οδηγία μόνον όταν ο καταναλωτής πρέπει να καταβάλει τίμημα** (εκτός εάν το αντικείμενο της σύμβασης παροχής υπηρεσιών είναι ψηφιακή υπηρεσία —βλέπε κατωτέρω).

Η «**καταβολή τιμήματος**» θα πρέπει να νοείται ευρέως, καλύπτοντας επίσης μέσα με ορισμένη μετατρέψιμη ή χρηματική αξία (ακόμη και αν αυτή μπορεί να μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου), όπως κουπόνια <sup>(24)</sup>, δωροκάρτες, πόντοι επιβράβευσης, καθώς και ψηφιακή αναπαράσταση αξίας <sup>(25)</sup>, όπως ηλεκτρονικά δελτία, ηλεκτρονικά κουπόνια και εικονικά νομίσματα.

Η οδηγία εφαρμόζεται ανεξάρτητα από την αξία της συναλλαγής και, ως εκ τούτου, καλύπτονται επίσης οι συνδρομητικές υπηρεσίες χαμηλής αξίας (π.χ. 5 EUR μηνιαίως ή ετησίως για την απόκτηση πρόσβασης σε προϊόντα ή προσφορές υψηλής ποιότητας). Η οδηγία εφαρμόζεται επίσης στις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών που περιλαμβάνουν μια **δωρεάν δοκιμαστική περίοδο** και μετατρέπονται αυτόματα σε συμβάσεις έναντι αντιτίμου μετά την παρέλευση της δοκιμαστικής περιόδου (εκτός εάν ο καταναλωτής καταγγείλει τη σύμβαση πριν από τη λήξη της δοκιμαστικής περιόδου).

Όταν μια (περιορισμένη έκδοση) της ψηφιακής υπηρεσίας είναι διαθέσιμη δωρεάν, μετά την οποία ο καταναλωτής μπορεί να επιλέξει την επί πληρωμή (πλήρη) υπηρεσία, θα συναφθούν δύο διαδοχικές χωριστές συμβάσεις. Η οδηγία θα εφαρμόζεται εν προκειμένω στη σύμβαση έναντι αντιτίμου, ενώ η εφαρμογή της στην πρώτη σύμβαση για τη δωρεάν (περιορισμένη) έκδοση της ψηφιακής υπηρεσίας θα εξαρτηθεί από το αν ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υπό τους όρους που προβλέπονται στο άρθρο 3 παράγραφος 1α.

<sup>(24)</sup> Βλέπε αιτιολογική σκέψη 46, η οποία, όταν εξηγηθεί το άρθρο 13 παράγραφος 1 σχετικά με την επιστροφή των ποσών που εισπράττονται από τον καταναλωτή, κάνει επίσης ρητή αναφορά στην πληρωμή των καταναλωτών με κουπόνια. Η ίδια η σύμβαση απόκτησης κουπονιών θα υπόκειται στις απαιτήσεις της ΟΔΚ, ιδίως όσον αφορά την παροχή προσυμβατικών πληροφοριών σχετικά με τη διάρκεια ισχύος, τους όρους ανταλλαγής αγαθών και υπηρεσιών και τη δυνατότητα μεταβίβασης.

<sup>(25)</sup> Η έννοια της «ψηφιακής αναπαράστασης αξίας» αποσαφηνίζεται στην αιτιολογική σκέψη 23 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/770 για το ψηφιακό περιεχόμενο με αναφορά στα παραδείγματα ηλεκτρονικών δελτίων, ηλεκτρονικών κουπονιών και εικονικών νομισμάτων, στον βαθμό που τα τελευταία αναγνωρίζονται από το εθνικό δίκαιο.

Η οδηγία **δεν** εφαρμόζεται σε δώρα ή υπηρεσίες που παρέχονται από τον έμπορο χωρίς την καταβολή τιμήματος, δηλαδή «δωρεάν» <sup>(26)</sup>.

#### 1.6.2. Συμβάσεις στις οποίες ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα

Η οδηγία εφαρμόζεται στις συμβάσεις επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου και στις συμβάσεις για ψηφιακές υπηρεσίες βάσει των οποίων ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα στον έμπορο <sup>(27)</sup>. Στο πλαίσιο αυτό, η ΟΔΚ ακολουθεί την ίδια προσέγγιση με την οδηγία για το ψηφιακό περιεχόμενο.

— Για παράδειγμα, η ΟΔΚ θα εφαρμόζεται σε συμβάσεις που παρέχουν δωρεάν πρόσβαση σε επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο ή σε ψηφιακές υπηρεσίες και ο καταναλωτής συναινεί στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για σκοπούς εμπορικής προώθησης.

Ωστόσο, όπως και η οδηγία για το ψηφιακό περιεχόμενο, η ΟΔΚ **δεν καλύπτει τις συμβάσεις** για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο και τις συμβάσεις για ψηφιακές υπηρεσίες **στο πλαίσιο των οποίων τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υποβάλλονται σε επεξεργασία μόνο με σκοπό την εκτέλεση της σύμβασης και τη συμμόρφωση με νομικές απαιτήσεις**. Η αιτιολογική σκέψη 34 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 διευκρινίζει ότι οι εν λόγω νομικές απαιτήσεις μπορούν να περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, την εγγραφή του καταναλωτή για λόγους ασφάλειας και ταυτοποίησης, εφόσον προβλέπεται ρητά από το εφαρμοστέο δίκαιο.

Επίσης, όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 35 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161, η οδηγία δεν θα πρέπει να εφαρμόζεται σε καταστάσεις όπου ο καταναλωτής, χωρίς να έχει συνάψει σύμβαση με τον έμπορο, **εκτίθεται σε διαφημίσεις** αποκλειστικά και μόνο προκειμένου να αποκτήσει πρόσβαση σε ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία <sup>(28)</sup>.

Διευκρινίζει επίσης ότι η οδηγία δεν εφαρμόζεται σε καταστάσεις κατά τις οποίες ο έμπορος **συλλέγει μόνο μεταδεδομένα**, όπως πληροφορίες για τη συσκευή ή το πρόγραμμα περιήγησης («αναγνώριση ψηφιακού αποτυπώματος συσκευής» ή «αναγνώριση ψηφιακού αποτυπώματος προγράμματος περιήγησης») ή το ιστορικό περιήγησης του καταναλωτή, εκτός εάν η εν λόγω κατάσταση θεωρείται σύμβαση σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο <sup>(29)</sup>.

Όταν η σύμβαση περιλαμβάνει την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ο έμπορος πρέπει να συμμορφώνεται με τις υποχρεώσεις που υπέχει βάσει της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών και —υπό την ιδιότητά του ως υπευθύνου επεξεργασίας— επίσης με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον γενικό κανονισμό για την προστασία δεδομένων (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(30)</sup> (στο εξής: ΓΚΠΔ). **Αμφότερα τα νομικά πλαίσια εφαρμόζονται στις σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών ταυτόχρονα και με συμπληρωματικό τρόπο.**

Για όλες τις συμβάσεις στις οποίες ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα (ανεξάρτητα από το αν περιλαμβάνεται πληρωμή ή όχι), **ο έμπορος πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή σχετικά με τους σκοπούς της επεξεργασίας** κατά τον χρόνο λήψης των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Επιπλέον, ο υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να αποδείξει ότι η επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα μπορεί να βασίζεται σε μια από τις νομικές βάσεις που προβλέπονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 του ΓΚΠΔ. Η «σύμβαση» [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ] είναι μία από τις εγκεκριμένες νομικές βάσεις βάσει αυτού. Ωστόσο, ισχύει μόνο για την επεξεργασία «που είναι απαραίτητη για την εκτέλεση σύμβασης», η οποία ερμηνεύεται στενά <sup>(31)</sup>.

<sup>(26)</sup> Ωστόσο, η ειδική τομεακή νομοθεσία της ΕΕ μπορεί να καταστήσει (ορισμένες διατάξεις της) ΟΔΚ εφαρμοστέες και στις εν λόγω «δωρεάν» συμβάσεις. Συγκεκριμένα, το άρθρο 102 της οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972 για τη θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (European Electronic Communications Code, EECC) απαιτεί να παρέχονται οι πληροφορίες που αναφέρονται στα άρθρα 5 και 6 της ΟΔΚ και για τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών που παρέχονται χωρίς άμεση χρηματική πληρωμή, αλλά επιβάλλουν άλλες υποχρεώσεις στους χρήστες. Στις περιπτώσεις αυτές, ο εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) 2019/2243 της Επιτροπής για τον καθορισμό υποδείγματος συνοπτικής σύμβασης για διαθέσιμες στο κοινό υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών σύμφωνα με την οδηγία (ΕΕ) 2018/1972 απαιτεί από τους εμπόρους να αναφέρουν στο τμήμα «τιμή» ότι η υπηρεσία παρέχεται με ορισμένες υποχρεώσεις για τους χρήστες.

<sup>(27)</sup> Προς αποφυγή αμφιβολιών, μια σύμβαση έναντι πληρωμής θα μπορούσε επίσης να περιλαμβάνει την παροχή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τον καταναλωτή, αλλά για λόγους κατάταξης θεωρείται σύμβαση έναντι πληρωμής.

<sup>(28)</sup> Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο έμπορος πρέπει να επεξεργάζεται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ.

<sup>(29)</sup> Η αναγνώριση βάσει ψηφιακού αποτυπώματος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την πλήρη ή μερική αναγνώριση μεμονωμένων χρηστών ή συσκευών ακόμη και όταν απενεργοποιούνται τα cookies. Σε κάθε περίπτωση, οποιαδήποτε συλλογή πληροφοριών (είτε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, όπως δεδομένα θέσης ή συνδρομητή, είτε άλλα δεδομένα, όπως πληροφορίες σχετικά με τον τύπο και την έκδοση του προγράμματος περιήγησης, λειτουργικό σύστημα, ενεργές προσθήκες, ζώνη ώρας, γλώσσα κ.λπ.) από τον τερματικό εξοπλισμό του χρήστη πρέπει να συμμορφώνεται με την οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, και ιδίως με το άρθρο 5 παράγραφος 3.

<sup>(30)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων) (ΕΕ L 119 της 4.5.2016, σ. 1). Το άρθρο 4 σημείο 7 ορίζει τον «υπεύθυνο επεξεργασίας».

<sup>(31)</sup> Οι κατευθυντήριες γραμμές του ΕΣΠΔ (Οκτώβριος 2019) σχετικά με την εφαρμογή του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του ΓΚΠΔ επιβεβαιώνουν την προγενέστερη θέση της ομάδας εργασίας του άρθρου 29 (ΟΕ29) σχετικά με την προηγούμενη οδηγία 95/46/ΕΚ, σύμφωνα με την οποία η διατύπωση «απαραίτητη για την εκτέλεση σύμβασης της οποίας το υποκείμενο των δεδομένων είναι συμβαλλόμενο μέρος»: [...] πρέπει να ερμηνεύεται συστατικά και δεν καλύπτει καταστάσεις κατά τις οποίες η επεξεργασία δεν είναι πραγματικά απαραίτητη για την εκτέλεση της σύμβασης, αλλά μάλλον επιβάλλεται μονομερώς από τον υπεύθυνο επεξεργασίας στο υποκείμενο των δεδομένων. Επίσης το γεγονός ότι κάποια επεξεργασία καλύπτεται από μια σύμβαση δεν σημαίνει αυτομάτως ότι η επεξεργασία είναι απαραίτητη για την εκτέλεσή της.

Ως εκ τούτου, για τις πράξεις επεξεργασίας που δεν είναι απαραίτητες για την εκτέλεση της σύμβασης, ο έμπορος πρέπει επιπλέον να βασίζεται σε άλλη συγκεκριμένη νομική βάση για την επεξεργασία βάσει του ΓΚΠΔ, για παράδειγμα στην ελεύθερη και εν γνώσει συγκατάθεση του καταναλωτή [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α)] <sup>(32)</sup>. Σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ, η συγκατάθεση των καταναλωτών είναι έγκυρη μόνον εφόσον παρέχεται ελεύθερα, είναι συγκεκριμένη, δίδεται εν πλήρει επιγνώσει και είναι αδιαμφισβήτητη. Στο πλαίσιο συμβατικής σχέσης, η συγκατάθεση μπορεί να παρέχεται ελεύθερα μόνον εάν δεν εξαρτάται από την εκτέλεση σύμβασης (άρθρο 7 παράγραφος 4 του ΓΚΠΔ). Επομένως, η δυνατότητα ανάκλησης της συγκατάθεσης χωρίς ζημία αποτελεί ουσιώδη προϋπόθεση για την εγκυρότητα της συγκατάθεσης (αιτιολογική σκέψη 42 του ΓΚΠΔ). Μετά την ανάκληση της συγκατάθεσης, ο έμπορος δεν μπορεί πλέον να επεξεργάζεται νομίμως τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα των οποίων η επεξεργασία βασίστηκε στην εν λόγω συγκατάθεση.

Ως εκ τούτου, για τις πράξεις επεξεργασίας που δεν είναι απαραίτητες για την εκτέλεση της σύμβασης, ο έμπορος-υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να διασφαλίζει ότι υπάρχει άλλη νομική βάση για την επεξεργασία βάσει του ΓΚΠΔ. Αντίθετα, η «**σύμβαση**» **κατά την έννοια της ΟΔΚ περιλαμβάνει όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων μερών**, ανεξάρτητα από τη διάκριση στη νομική βάση για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα βάσει του ΓΚΠΔ.

Ο προσδιορισμός των δραστηριοτήτων επεξεργασίας στο πλαίσιο συμβάσεων με καταναλωτές και η ρητή νομική βάση βάσει του ΓΚΠΔ μπορούν να βοηθήσουν τον έμπορο να κατανοήσει αν η «σύμβαση» που συνάπτει με τον καταναλωτή υπόκειται στην ΟΔΚ. **Στην πράξη, όταν ο έμπορος πρέπει να βασίζεται σε χωριστή συγκατάθεση του καταναλωτή ή σε άλλη νομική βάση βάσει του ΓΚΠΔ (εξαιρουμένης της νομικής υποχρέωσης) για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των καταναλωτών, η σύμβαση στο πλαίσιο της οποίας πραγματοποιείται η εν λόγω επεξεργασία θα υπόκειται στις απαιτήσεις της ΟΔΚ.**

### 1.7. Συμβάσεις στις οποίες δεν εφαρμόζεται η οδηγία

Όπως εξηγείται σε προηγούμενο τμήμα, σύμφωνα με την τροποποίηση που επέφερε η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 στο άρθρο 3 της ΟΔΚ, η οδηγία δεν εφαρμόζεται σε συμβάσεις στις οποίες ο καταναλωτής δεν καταβάλλει τίμημα ή, στην περίπτωση συμβάσεων για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακές υπηρεσίες, στις οποίες ο καταναλωτής ούτε καταβάλλει το τίμημα ούτε παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα στον έμπορο.

Επιπλέον, το άρθρο 3 παράγραφος 3 απαριθμεί συγκεκριμένες κατηγορίες συμβάσεων που εξαιρούνται από το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας. Για παράδειγμα, η οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις για την παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των ασφαλίσεων και των επενδύσεων. Εξαιρούνται, επίσης, οι κοινωνικές και υγειονομικές υπηρεσίες, τα τυχερά παιχνίδια, η χρονομεριστική μίσθωση και οι συναφείς υπηρεσίες διακοπών. Οι υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών και οι συμβάσεις οργανωμένων ταξιδιών <sup>(33)</sup> εξαιρούνται καταρχήν, παρότι εξακολουθούν να ισχύουν ειδικές διατάξεις.

Στη συνέχεια παρέχονται περαιτέρω εξηγήσεις. Κατά γενικό κανόνα, όλες οι εξαιρέσεις πρέπει να ερμηνεύονται κατά τρόπο περιοριστικό <sup>(34)</sup>.

#### 1.7.1. Συμβάσεις μίσθωσης και κατασκευής

##### Άρθρο 3

3. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις:

- ε) για τη δημιουργία, απόκτηση ή μεταβίβαση δικαιωμάτων επί ακινήτων ή δικαιωμάτων εντός ακίνητης περιουσίας·  
στ) για την κατασκευή νέων κτηρίων, τη ριζική μετατροπή υφιστάμενων κτηρίων και τη μίσθωση στέγης ως κατοικίας·

Η εξαίρεση που προβλέπεται στο στοιχείο ε) αφορά τη γενική κατηγορία της ακίνητης περιουσίας, συμπεριλαμβανομένης της γης, ενώ το στοιχείο στ) αφορά τα κτήρια.

Μολονότι η μίσθωση στέγης που προορίζεται για κατοικία εξαιρείται από το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, η **μίσθωση στέγης που δεν προορίζεται για κατοικία** περιλαμβάνεται. Αυτό εξηγείται, επίσης, στην αιτιολογική σκέψη 26: «[...] Οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, ειδικότερα εκείνες που αφορούν την κατασκευή παραρτημάτων κτηρίων (παραδείγματος χάριν γκαράζ ή

<sup>(32)</sup> Εκτός από τη συγκατάθεση, το άρθρο 6 του ΓΚΠΔ προβλέπει ορισμένες άλλες νομικές βάσεις για την επεξεργασία δεδομένων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ανάλογα με τις περιστάσεις της συγκεκριμένης περίπτωσης.

<sup>(33)</sup> Βλέπε άρθρο 27 παράγραφος 2 της οδηγίας (ΕΕ) 2015/2302 σχετικά με τα οργανωμένα ταξίδια και τους συνδεδεμένους ταξιδιωτικούς διακανονισμούς.

<sup>(34)</sup> Βλέπε για παράδειγμα, Υπόθεση C-215/08, E. Friz GmbH, ECLI:EU:C:2010:186, σκέψη 32: «Συναφώς, πρέπει να τονιστεί ότι, κατά πάγια νομολογία, οι παρεκκλίσεις από τους κανόνες δικαίου της Ένωσης που αποσκοπούν στην προστασία των καταναλωτών πρέπει να ερμηνεύονται στενά (βλέπε, μεταξύ άλλων, απόφαση της 13ης Δεκεμβρίου 2001, C-481/99, Heiningen, Συλλογή 2001, σ. I-9945, σκέψη 31).».

βεράντας) και εκείνες που αφορούν την επισκευή και ανακαίνιση κτηρίων, πλην της ριζικής μετατροπής, **θα πρέπει να περιλαμβάνονται στο πεδίο εφαρμογής της παρούσας οδηγίας, όπως και οι συμβάσεις που αφορούν τις υπηρεσίες του κτηματομεσίτη και εκείνες που αφορούν τη μίσθωση στέγης που δεν προορίζεται για κατοικία.**».

— Για παράδειγμα, η μίσθωση ενός χώρου στάθμευσης ή μιας αίθουσας εκδηλώσεων εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας.

Θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ των συμβάσεων κατασκευής και των συμβάσεων παροχής υπηρεσιών που σχετίζονται με την κατασκευή. Στην υπόθεση C-208/19, NK, το Δικαστήριο επισήμανε ότι η εξαίρεση βάσει του άρθρου 3 παράγραφος 3 στοιχείο στ) δεν εφαρμόζεται σε σύμβαση μεταξύ αρχιτέκτονα και καταναλωτή, σύμφωνα με την οποία ο πρώτος υποχρεούται να καταρτίσει τα σχέδια για την κατασκευή νέου κτηρίου. Μολονότι ο σχεδιασμός προηγείται των κατασκευαστικών εργασιών, πρόκειται για χωριστή διαδικασία, και στην πραγματικότητα δεν υπάρχει καμία βεβαιότητα ότι το κτήριο θα κατασκευαστεί <sup>(35)</sup>.

Επιπλέον, βάσει του άρθρου 2 σημεία 3 και 4, και του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο γ), μια τέτοια σύμβαση δεν μπορεί να θεωρηθεί ως προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων, κατά την έννοια της τελευταίας διάταξης. Μολονότι τα σχέδια θα μπορούσαν να παρέχονται σε υλική μορφή σε χαρτί ή ως ψηφιακό περιεχόμενο, το αντικείμενο της σύμβασης είναι μια διανοητική υπηρεσία —αρχιτεκτονικός σχεδιασμός, και η επακόλουθη παράδοση έχει μόνο παρεπόμενο χαρακτήρα <sup>(36)</sup>.

Σύμφωνα με την ανωτέρω λογική, η ΟΔΚ θα πρέπει να εφαρμόζεται σε συμφωνίες παροχής υπηρεσιών που μπορεί να σχετίζονται με την κατασκευή, αλλά αποτελούν χωριστή διαδικασία με ανεξάρτητο παραδοτέο, όπως συμβάσεις που συνάπτονται με γεωμετρικές, συμβάσεις για τον σχεδιασμό εσωτερικών χώρων, σχεδιασμός τοπίου κ.λπ.

### 1.7.2. Οργανωμένα ταξίδια

#### Άρθρο 3

#### 3. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις:

ζ) σχετικά με τα πακέτα, όπως ορίζονται στο άρθρο 3 σημείο 2) της οδηγίας (ΕΕ) 2015/2302 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

Το άρθρο 6 παράγραφος 7, το άρθρο 8 παράγραφοι 2 και 6 και τα άρθρα 19, 21 και 22 της παρούσας οδηγίας εφαρμόζονται τηρουμένων των αναλογιών στα πακέτα όπως ορίζονται στο άρθρο 3 σημείο 2) της οδηγίας (ΕΕ) 2015/2302 όσον αφορά τους ταξιδιώτες κατά την έννοια του άρθρου 3 σημείο 6) της εν λόγω οδηγίας.

Ορισμένες διατάξεις της οδηγίας εφαρμόζονται στις **συμβάσεις οργανωμένων ταξιδιών**, όπως ορίζονται στην οδηγία (ΕΕ) 2015/2302 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τα οργανωμένα ταξίδια <sup>(37)</sup>, και συγκεκριμένα η ρυθμιστική επιλογή των κρατών μελών να καθορίζουν γλωσσικές υποχρεώσεις ως προς τις πληροφορίες σχετικά με τη σύμβαση (άρθρο 6 παράγραφος 7): οι πληροφορίες τις οποίες οι έμποροι πρέπει να παρέχουν στους καταναλωτές αμέσως πριν από τη σύναψη της σύμβασης με ηλεκτρονικά μέσα, μεταξύ άλλων σχετικά με την υποχρέωση πληρωμής του καταναλωτή (άρθρο 8 παράγραφος 2): η ρυθμιστική επιλογή των κρατών μελών όσον αφορά την επιβεβαίωση της προσφοράς στην περίπτωση εξ αποστάσεως συμβάσεων που συνάπτονται τηλεφωνικά (άρθρο 8 παράγραφος 6): η απαγόρευση εξόδων για τη χρήση μέσων πληρωμής (άρθρο 19): η απαγόρευση χρήσης των τηλεφωνικών αριθμών που χρεώνονται παραπάνω από τη βασική τιμή (άρθρο 21): και η απαίτηση ρητής συναίνεσης των καταναλωτών για πρόσθετες πληρωμές (άρθρο 22).

Πρέπει να σημειωθεί ότι η οδηγία για τα οργανωμένα ταξίδια ρυθμίζει επίσης τους λεγόμενους **«συνδεδεμένους ταξιδιωτικούς διακανονισμούς»** <sup>(38)</sup>, οι οποίοι περιλαμβάνουν τουλάχιστον δύο διαφορετικά είδη ταξιδιωτικών υπηρεσιών που αγοράζονται για το ίδιο ταξίδι ή διακοπές, αλλά δεν συνιστούν πακέτο (κατά την έννοια της εν λόγω οδηγίας) και απορρέουν από τη σύναψη χωριστών συμβάσεων με παρόχους επιμέρους ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Η ΟΔΚ καθορίζει τις υποχρεώσεις προσυμβατικής

<sup>(35)</sup> C-208/19, NK (Σχεδιασμός μιας προς ανέγερση μονοκατοικίας), ECLI:EU:C:2020:382, σκέψη 43.

<sup>(36)</sup> Ό.π., σκέψεις 58 – 59.

<sup>(37)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2015/2302 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Νοεμβρίου 2015, σχετικά με τα οργανωμένα ταξίδια και τους συνδεδεμένους ταξιδιωτικούς διακανονισμούς, η οποία τροποποιεί τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και την οδηγία 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και καταργεί την οδηγία 90/314/ΕΟΚ του Συμβουλίου (ΕΕ L 326 της 11.12.2015, σ. 1).

<sup>(38)</sup> Ορίζονται στο άρθρο 3 σημείο 5 της οδηγίας για τα οργανωμένα ταξίδια.

ενημέρωσης και εφαρμόζεται στις επιμέρους συμβάσεις υπηρεσιών που περιλαμβάνουν συνδεδεμένο ταξιδιωτικό διακανονισμό, με την επιφύλαξη των περιορισμών που καθορίζονται στο άρθρο 3 παράγραφος 3 και στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιβ). Για παράδειγμα, όσον αφορά τις συμβάσεις για υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών, ισχύουν μόνο οι απαιτήσεις του άρθρου 8 παράγραφος 2 και των άρθρων 19, 21 και 22 (για περισσότερες πληροφορίες βλέπε τμήμα 1.7.5 κατωτέρω).

### 1.7.3. Συμβάσεις που καταρτίζονται από εντεταλμένο από τη δημόσια αρχή πρόσωπο

#### Άρθρο 3

3. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις:

θ) οι οποίες, σύμφωνα με τη νομοθεσία των κρατών μελών, καταρτίζονται από εντεταλμένο από τη δημόσια αρχή πρόσωπο με καταστατική υποχρέωση ανεξαρτησίας και αμεροληψίας και καθήκον να διασφαλίζει, μέσω της παροχής εκτενών νομικών πληροφοριών, ότι ο καταναλωτής συνάπτει τη σύμβαση μόνο μετά από ώριμη νομική σκέψη και με γνώση των νομικών συνεπειών της·

Η οδηγία δεν προσδιορίζει τα εντεταλμένα από τη δημόσια αρχή πρόσωπα που αναφέρονται στην εν λόγω διάταξη. Ωστόσο, καθορίζει τα κριτήρια που πρέπει να πληρούν ώστε η σύμβαση να μην εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας. Η εξαίρεση αυτή ισχύει μόνο για τις συμβάσεις που συνάπτει ένα εντεταλμένο από τη δημόσια αρχή πρόσωπο (όπως συμβολαιογράφος), το οποίο υπόκειται, σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο, σε όλες τις προϋποθέσεις που προβλέπονται στο άρθρο 3 παράγραφος 3 στοιχείο θ):

— Για παράδειγμα, η εξαίρεση αυτή δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις για τις οποίες ένα εντεταλμένο από τη δημόσια αρχή πρόσωπο, το οποίο έχει την καταστατική υποχρέωση να είναι ανεξάρτητο και αμερόληπτο, πιστοποίησε απλώς την ταυτότητα των μερών.

Για να ισχύει η εν λόγω εξαίρεση, δεν φαίνεται αναγκαίο να απαιτείται από την εθνική νομοθεσία μια τέτοια σύμβαση να συνάπτεται μέσω των υπηρεσιών ενός εντεταλμένου από τη δημόσια αρχή προσώπου. Η εξαίρεση θα πρέπει επίσης να ισχύει εάν ένα ή και τα δύο από τα συμβαλλόμενα μέρη της σύμβασης **ζητήσουν οικειοθελώς** από ένα εντεταλμένο από τη δημόσια αρχή πρόσωπο να καταρτίσει τη μεταξύ τους σύμβαση <sup>(39)</sup>.

### 1.7.4. Συμβάσεις για αγαθά που προορίζονται για τρέχουσα κατανάλωση

#### Άρθρο 3

3. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις:

ι) για την προμήθεια τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών που προορίζονται για τρέχουσα κατανάλωση στο πλαίσιο του νοικοκυριού και τα οποία παραδίδονται από τον έμπορο σε συχνή και τακτική βάση στο σπίτι, την κατοικία ή τον χώρο εργασίας του καταναλωτή·

Για την εξαίρεση αυτή πρέπει να πληρούνται δύο προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα:

- α) ότι ο έμπορος παραδίδει τα αγαθά «σε συχνή και τακτική βάση» και
- β) ότι τα εν λόγω αγαθά «προορίζονται για τρέχουσα κατανάλωση στο πλαίσιο του νοικοκυριού».

Η ρητή αναφορά της διάταξης αυτής στην παράδοση των αγαθών στον «χώρο εργασίας» του καταναλωτή υποδηλώνει ότι η πραγματική κατανάλωση των αγαθών δεν χρειάζεται κατ' ανάγκη να λαμβάνει χώρα στην κατοικία.

### 1.7.5. Μεταφορά επιβατών

#### Άρθρο 3

3. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις:

ια) για υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών, με την εξαίρεση του άρθρου 8 παράγραφος 2 και των άρθρων 19, 21 και 22·

<sup>(39)</sup> Βλέπε τη διαφορετική προσέγγιση στην οδηγία 2008/48/EK για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης, η οποία στο άρθρο 14 σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης αναφέρεται σε συμβάσεις «οι οποίες σύμφωνα με τον νόμο πρέπει να συνάπτονται» μέσω συμβολαιογράφου: «6. Τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν ότι οι παράγραφοι 1 έως 4 του παρόντος άρθρου δεν εφαρμόζονται σε συμβάσεις πίστωσης οι οποίες σύμφωνα με τον νόμο πρέπει να συνάπτονται μέσω συμβολαιογράφου, υπό την προϋπόθεση ότι ο συμβολαιογράφος επιβεβαιώνει ότι ο καταναλωτής απολαύει των δυνάμει των άρθρων 5 και 10 δικαιωμάτων.».



Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε την εξαίρεση αυτή και κατέστησε το άρθρο 21 σχετικά με την απαίτηση «βασικής τιμής χρέωσης» για τις μετασυμβατικές τηλεφωνικές επικοινωνίες εφαρμόσιμο και στις μεταφορές επιβατών (για περισσότερες πληροφορίες, βλέπε τμήμα 9).

Στην υπόθεση C-583/18, DB Vertrieb, το Δικαστήριο αποφάνθηκε ότι η εξαίρεση αυτή δεν ισχύει για την πώληση **εκπαιδευτικών καρτών μεταφοράς**, οι οποίες, ως εκ τούτου, εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας.

Το Δικαστήριο χαρακτήρισε την τελευταία περίπτωση ως είδος «σύμβασης παροχής υπηρεσιών» με ειδικό αντικείμενο το οποίο **δεν αποσκοπεί ευθέως, αυτό καθ'αυτό, στην πραγματοποίηση μεταφοράς επιβατών**. Αντίθετα, η σύμβαση με αντικείμενο την παροχή στον καταναλωτή εκπώσεως επί του τμήματος κατά τη μελλοντική σύναψη συμβάσεων μεταφοράς επιβατών και η σύμβαση που αφορά την αγορά τίτλου μεταφοράς επιβατών συνιστούν δύο νομικώς αυτοτελείς μεταξύ τους συμβάσεις, οπότε η πρώτη δεν μπορεί να θεωρηθεί ως σύμβαση άρρηκτα συνδεδεμένη με τη δεύτερη. Πράγματι, η αγορά κάρτας που παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα αγοράς τίτλων μεταφοράς με μειωμένο τίμημα δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκη τη μελλοντική σύναψη συμβάσεως με αντικείμενο αυτήν καθ'αυτήν τη μεταφορά επιβατών <sup>(40)</sup>.

#### 1.7.6. Αυτόματες πωλήσεις

Άρθρο 3

3. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις:

ιβ) οι οποίες συνάπτονται μέσω αυτόματων μηχανών πώλησης ή εμπορικών καταστημάτων αυτόματης πώλησης·

Η εξαίρεση αυτή ισχύει για τις συμβάσεις που συνάπτονται με φυσική παρουσία του καταναλωτή και στον τόπο πώλησης/παροχής του αγαθού ή της υπηρεσίας με αυτοματοποιημένα μέσα, όπως αυτόματες μηχανές πώλησης, αυτοματοποιημένα πρατήρια καυσίμων ή εγκαταστάσεις στάθμευσης.

#### 1.7.7. Ορισμένες συμβάσεις που αφορούν τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Άρθρο 3

3. Η παρούσα οδηγία δεν εφαρμόζεται στις συμβάσεις:

ιγ) οι οποίες συνάπτονται με τηλεπικοινωνιακούς φορείς μέσω δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων για τη χρήση αυτών ή οι οποίες συνάπτονται για τη χρήση μιας μοναδικής κλήσης που πραγματοποιεί ο καταναλωτής μέσω τηλεφώνου, Διαδικτύου ή τηλεομοιοτυπίας.

Στη διάταξη αυτή εξαιρούνται δύο είδη συμβάσεων από το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας.

Το πρώτος είδος που αναφέρεται στην ΟΔΚ είναι οι **συμβάσεις που συνάπτονται με παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών μέσω κοινόχρηστων τηλεφώνων [δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων] για τη χρήση τους**. Ο όρος «κοινόχρηστο τηλέφωνο» αναφέρεται στο τηλέφωνο που είναι διαθέσιμο στο ευρύ κοινό, για τη χρήση του οποίου μπορεί να απαιτείται χρήση κέρματος και/ή πιστωτικής/χρεωστικής κάρτας και/ή προπληρωμένης κάρτας, συμπεριλαμβανομένων των καρτών που χρησιμοποιούνται με διακριτικά κλήσης <sup>(41)</sup>.

— Δεδομένου ότι η εξαίρεση αυτή ισχύει για τις συμβάσεις που συνάπτονται «μέσω κοινόχρηστων τηλεφώνων», θα πρέπει να καλύπτει τις περιπτώσεις στις οποίες η σύμβαση συνάπτεται, για παράδειγμα, με την εισαγωγή κερμάτων ή τη χρήση πιστωτικής κάρτας στο κοινόχρηστο τηλέφωνο, με σκοπό την πραγματοποίηση φωνητικής κλήσης ή την πρόσβαση σε τηλεφωνικό κατάλογο ή άλλη υπηρεσία αναφοράς που προσφέρεται από τον ίδιο φορέα εκμετάλλευσής.

— Η εξαίρεση αυτή δεν θα πρέπει να ισχύει για τις συμβάσεις που συνάπτονται με φορείς κοινόχρηστων τηλεφώνων όπως, για παράδειγμα, στην προαγορά προπληρωμένων τηλεφωνικών καρτών.

Το δεύτερο μέρος του άρθρου 3 παράγραφος 3 στοιχείο ιγ) που αφορά τις **συμβάσεις που συνάπτονται για τη χρήση «μιας μοναδικής κλήσης» που πραγματοποιεί ο καταναλωτής** έχει ευρύτερο πεδίο εφαρμογής. Σε αντίθεση με τις συμβάσεις για τη χρήση κοινόχρηστων τηλεφώνων, δεν προσδιορίζεται κανένα συμβαλλόμενο μέρος σε μια τέτοιου είδους σύμβαση, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν καλύπτονται μόνο οι συμβάσεις με τους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Επιπλέον, δεν προσδιορίζεται τίποτα σχετικά με τον σκοπό ή το περιεχόμενο αυτού του είδους της σύμβασης.

<sup>(40)</sup> C-583/18, DB Vertrieb, ECLI:EU:C:2020:199, σκέψη 35.

<sup>(41)</sup> Το «κοινόχρηστο τηλέφωνο» ορίζεται στο άρθρο 2 της οδηγίας 2002/22/ΕΚ για την καθολική υπηρεσία, η οποία καταργήθηκε με τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών [οδηγία (ΕΕ) 2018/1972]. Ο Ευρωπαϊκός Κώδικας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών δεν παρέχει χωριστό ορισμό για το «κοινόχρηστο τηλέφωνο», αλλά η αιτιολογική σκέψη 235 χρησιμοποιεί τη διατύπωση του άρθρου 2 της οδηγίας για την καθολική υπηρεσία.

Επομένως, η εξαίρεση αυτή καλύπτει, για παράδειγμα:

— σύμβαση για τη χρήση σημείου ασύρματης πρόσβασης (WAP) για μία μόνο σύνδεση στο διαδίκτυο.

Αντίθετα, η εξαίρεση δεν θα πρέπει να εφαρμόζεται στις **συμβάσεις για την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών** <sup>(42)</sup> που καλύπτουν ένα ορισμένο χρονικό διάστημα και/ή όγκο χρήσης, για παράδειγμα:

— Συμβάσεις που συνάπτονται με την προηγούμενη αγορά προπληρωμένης κάρτας SIM για υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας ή κωδικού πρόσβασης για πολλαπλή χρήση ή μακροπρόθεσμες υπηρεσίες ασύρματης πρόσβασης στο διαδίκτυο.

Η εξαίρεση αυτή φαίνεται επίσης να ισχύει για τις συμβάσεις που συνάπτονται με παρόχους υπηρεσιών πρόσθετου τέλους (Premium Rate Services, PRS), δηλαδή, υπηρεσιών που πληρώνονται μέσω του λογαριασμού τηλεφώνου του καταναλωτή <sup>(43)</sup> σε περιπτώσεις όπου η σύμβαση **συνάπτεται και ταυτόχρονα εκτελείται πλήρως μέσω της πραγματοποίησης μίας και μόνο κλήσης ή της αποστολής μηνύματος SMS από τον καταναλωτή προς τον αριθμό PRS**, για παράδειγμα:

— κλήση σε υπηρεσίες τηλεφωνικού καταλόγου ή τηλε-ψηφοφορία σε εκπομπές.

Αντίθετα, η ΟΔΚ εφαρμόζεται σε συμβάσεις όπου η φωνητική κλήση ή η αποστολή SMS σε έναν αριθμό PRS αποτελεί απλώς **ένα μέσο για τη σύναψη και την πληρωμή σύμβασης**, η οποία εκτελείται στη συνέχεια:

— για παράδειγμα, συμβάσεις που συνάπτονται μέσω SMS που αποστέλλονται σε πάροχο υπηρεσιών στάθμευσης.

Στις περιπτώσεις αυτές, ο έμπορος πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή σχετικά με το κόστος της φωνητικής κλήσης ή του SMS στον αριθμό PRS, δεδομένου ότι το κόστος αυτό θα αποτελέσει την «τιμή» της σχετικής σύμβασης, κατά την έννοια του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ε). Επιπλέον, σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο στ) της οδηγίας, απαιτούνται πληροφορίες σχετικά με το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας πάνω από τη «βασική τιμή χρέωσης» για τη σύναψη σύμβασης. Η ερμηνεία της έννοιας της «βασικής τιμής χρέωσης» εξετάζεται περαιτέρω στο τμήμα 8.

Το γεγονός ότι η οδηγία δεν εφαρμόζεται σε ορισμένες συμβάσεις που αφορούν υπηρεσίες πρόσθετου τέλους δυνάμει του άρθρου 3 παράγραφος 3 στοιχείο ιγ), δεν σημαίνει ότι δεν υπόκεινται στους κανόνες προστασίας των καταναλωτών. Το ρυθμιστικό πλαίσιο της ΕΕ για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, ειδικότερα ο Ευρωπαϊκός Κώδικας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών [οδηγία (ΕΕ) 2018/1972 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(44)</sup>], επιτρέπει στα κράτη μέλη και τις οικείες εθνικές ρυθμιστικές αρχές να λαμβάνουν συγκεκριμένα μέτρα για την προστασία των καταναλωτών σε σχέση με τις υπηρεσίες πρόσθετου τέλους. Ως εκ τούτου, ορισμένα κράτη μέλη έχουν εφαρμόσει πρόσθετες εγγυήσεις σε αυτόν τον τομέα, όπως, για παράδειγμα, ανώτατα όρια κατανάλωσης, υποχρέωση ανακοίνωσης της τιμής κατά την έναρξη της κλήσης κ.λπ.

### 1.8. Πιθανή εξαίρεση για τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις χαμηλής αξίας

Το άρθρο 3 παράγραφος 4 επιτρέπει στα κράτη μέλη να μην εφαρμόζουν την οδηγία στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, για τις οποίες το ποσό που οφείλει να καταβάλει ο καταναλωτής δεν υπερβαίνει τα 50 EUR ή άλλο κατώτατο όριο, όπως ορίζεται από το εθνικό δίκαιο. Εάν ένα κράτος μέλος επιλέξει να χρησιμοποιήσει τη ρυθμιστική αυτή επιλογή, υπάρχει κίνδυνος η οδηγία να καταστρατηγηθεί από τους εμπόρους οι οποίοι μπορεί να αποφασίσουν να χωρίσουν τεχνητά μια ενιαία σύμβαση που υπερβαίνει το καθορισμένο αυτό κατώτατο όριο σε περισσότερες συμβάσεις. Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 28: «[...] Όταν συνάπτονται δύο ή περισσότερες συμβάσεις ταυτόχρονα με παρόμοιο αντικείμενο από τον καταναλωτή, το συνολικό ποσό θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για το εν λόγω κατώτατο όριο.». Η εν λόγω αρχή εφαρμόζεται:

— Για παράδειγμα, σε περίπτωση πώλησης κάθε βιβλίου μιας τριλογίας βάσει τριών χωριστών συμβάσεων ή σε περίπτωση πώλησης ενός ζευγαριού σκουλαρικών βάσει δύο χωριστών συμβάσεων ταυτόχρονα.

Για τις μακροπρόθεσμες συμβάσεις (συνδρομές), το σχετικό ποσό για την εφαρμογή της εξαίρεσης αυτής είναι το συνολικό ποσό που ο καταναλωτής δεσμεύεται να καταβάλει κατά τη σύναψη της σύμβασης, δηλαδή το συνολικό ποσό των μηνιαίων δόσεων ή χρεώσεων κατά τη διάρκεια της συμφωνηθείσας συμβατικής περιόδου, συμπεριλαμβανομένων τυχόν «δωρεάν» περιόδων.

<sup>(42)</sup> Βλέπε επίσης την τομεακή νομοθεσία, ειδικότερα τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, ο οποίος περιλαμβάνει διατάξεις σχετικά με τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, π.χ. τα άρθρα 102–107.

<sup>(43)</sup> Αυτές μπορεί να είναι ορισμένες «υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας» ή «υπηρεσίες ειδικής τιμής». Σύμφωνα με την πρόταση της Επιτροπής, της 24ης Φεβρουαρίου 2021, για τη θέσπιση κανονισμού για την περιαγωγή [πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την περιαγωγή σε δημόσια δίκτυα κινητών επικοινωνιών εντός της Ένωσης COM/2011/0402 final - 2011/0187 (COD)], ως «υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας» νοούνται οι υπηρεσίες που παρέχονται με τη χρήση, για παράδειγμα, αριθμών πρόσθετου τέλους, αριθμών ατελών κλήσεων ή αριθμών επιμερισμένου κόστους, και υπόκεινται σε ειδικούς όρους τιμολόγησης σε εθνικό επίπεδο (βλέπε αιτιολογική σκέψη 36 της εν λόγω πρότασης). Ως εκ τούτου, οι υπηρεσίες πρόσθετου τέλους αποτελούν μόνο μία κατηγορία υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, η οποία αποτελεί μια ευρύτερη έννοια που καλύπτει επίσης τις ανοικτές τηλεφωνικές γραμμές/γραμμές βοήθειας, η οποία είναι δωρεάν για τους καταναλωτές.

<sup>(44)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2018/1972 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Δεκεμβρίου 2018, για τη θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (ΕΕ L 321 της 17.12.2018, σ. 36).

## 1.9. Κανόνες για τους δημόσιους πλειστηριασμούς

Η οδηγία εφαρμόζεται στους πλειστηριασμούς, με την επιφύλαξη ορισμένων ειδικών κανόνων όσον αφορά τους «δημόσιους πλειστηριασμούς», που ορίζονται σύμφωνα με το άρθρο 2 σημείο 13 ως «μέθοδος πώλησης κατά την οποία τα αγαθά ή οι υπηρεσίες προσφέρονται από τον έμπορο σε καταναλωτές, οι οποίοι συμμετέχουν ή έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν στον πλειστηριασμό οι ίδιοι, μέσω διαφανούς ανταγωνιστικής διαδικασίας προσφορών που διεξάγεται από έναν εκπλειστηριαστή και όπου ο νικητής πλειοδότης δεσμεύεται να αγοράσει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες».

Για τους δημόσιους πλειστηριασμούς, το άρθρο 6 παράγραφος 3 καθιστά δυνατή την αντικατάσταση της ταυτότητας, των στοιχείων επικοινωνίας και της γεωγραφικής διεύθυνσης της εγκατάστασης και της εμπορικής έδρας του εμπόρου που πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες με εκείνες του εκπλειστηριαστή. Επιπλέον, δεν υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης από συμβάσεις που έχουν συναφθεί σε δημόσιο πλειστηριασμό, σύμφωνα με την εξαίρεση του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ια).

Ο δημόσιος πλειστηριασμός θα πρέπει να παρέχει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να συμμετέχουν οι ίδιοι, ακόμη και αν είναι επίσης δυνατή η υποβολή προσφορών μέσω διαδικτύου ή τηλεφώνου. Αντίθετα, οι επιγραμμικοί πλειστηριασμοί, όπου δεν παρέχεται στους καταναλωτές η δυνατότητα να συμμετέχουν οι ίδιοι, δεν θα πρέπει να θεωρούνται δημόσιοι πλειστηριασμοί.

Η αιτιολογική σκέψη 24 ορίζει ότι «[...] Η χρήση επιγραμμικών πλατφορμών για τους πλειστηριασμούς που τίθενται στη διάθεση των καταναλωτών και των εμπόρων δεν θα πρέπει να θεωρείται δημόσιος πλειστηριασμός κατά την έννοια της παρούσας οδηγίας». Ως εκ τούτου, οι επιγραμμικοί πλειστηριασμοί πρέπει να υπόκεινται πλήρως στην οδηγία όσον αφορά, για παράδειγμα, τις προσυμβατικές πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται πριν ο καταναλωτής δεσμευτεί από τη σύμβαση (την προσφορά) και το δικαίωμα υπαναχώρησης.

— Παράδειγμα των ορίων της ανωτέρω εξαίρεσης είναι μια επιγραμμική πλατφόρμα που προσφέρει για πώληση στους καταναλωτές διάφορα είδη, όπως εξαρτήματα οχημάτων, μικρά μηχανήματα, εργαλεία, ηλεκτρονικές συσκευές και έπιπλα. Ακόμη και αν οι συναλλαγές μπορούν να πραγματοποιούνται υπό τη μορφή πλειστηριασμού κατά την οποία η τιμή πώλησης των αγαθών καθορίζεται βάσει προσφορών που πραγματοποιούνται επιπλέον της τιμής εκκίνησης, αυτό δεν θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως «δημόσιος πλειστηριασμός». Ως εκ τούτου, οι καταναλωτές θα διατηρούν το δικαίωμα να αποσύρουν μια προσφορά μόλις υποβληθεί σύμφωνα με τους όρους που ορίζει η ΟΔΚ.

## 2. Συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος

### 2.1. Συμβάσεις που συνάπτονται εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου

Οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος ορίζονται στο άρθρο 2 σημείο 8 ως εξής:

Άρθρο 2

- 8) «σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος»: κάθε σύμβαση μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή:
- α) η οποία συνάπτεται με ταυτόχρονη φυσική παρουσία του εμπόρου και του καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του εμπόρου,
  - β) για την οποία έγινε προσφορά από τον καταναλωτή κάτω από τις ίδιες συνθήκες που περιγράφονται στο στοιχείο α), [...]

Το εμπορικό κατάστημα ορίζεται στο άρθρο 2 σημείο 9 ως εξής:

Άρθρο 2

- 9) «εμπορικό κατάστημα»:
- α) κάθε ακίνητος χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο έμπορος πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε μόνιμη βάση, ή
  - β) κάθε κινητός χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο έμπορος πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε συνήθη βάση.

Στην αιτιολογική σκέψη 22 παρατίθενται διάφορα παραδείγματα του τι θα πρέπει να θεωρείται «εμπορικό κατάστημα». Αφενός, η έννοια αυτή καλύπτει «τα καταστήματα, τους πάγκους αγορών ή τα φορτηγά, καθώς και τους πάγκους σε λαϊκές αγορές και τα περίπτερα σε εκθέσεις, όταν χρησιμεύουν ως μόνιμος ή συνήθης χώρος συναλλαγών για τον έμπορο».

Ομοίως, οι χώροι λιανικής πώλησης όπου ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του σε εποχική βάση, όπως παραδειγματός χάριν στη διάρκεια της τουριστικής περιόδου σε χιονοδρομικό ή παραθαλάσσιο θέρετρο, θα πρέπει να θεωρούνται εμπορικό κατάστημα εάν ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του στους εν λόγω χώρους σε συνήθη βάση.

Αφετέρου, οι χώροι στους οποίους έχει πρόσβαση το κοινό, όπως οδοί, εμπορικά κέντρα, παραλίες, αθλητικές εγκαταστάσεις και δημόσια μέσα μεταφοράς, που ο έμπορος χρησιμοποιεί εκτάκτως για τις επαγγελματικές του δραστηριότητες δεν αποτελούν εμπορικά καταστήματα. Οι ιδιωτικές κατοικίες ή οι χώροι εργασίας (καταναλωτών) δεν θα πρέπει επίσης να θεωρούνται χώροι εργασίας.

Οι συμβάσεις που συνάπτονται κατά τη διάρκεια επίσκεψης εμπόρου στο σπίτι ή στον χώρο εργασίας του καταναλωτή αποτελούν συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, **ανεξάρτητα από το αν η επίσκεψη ζητήθηκε από τον καταναλωτή ή όχι**. Πριν από την εν λόγω σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος μπορούν να προηγηθούν προπαρασκευαστικά στάδια:

- Για παράδειγμα, η επίσκεψη εκπροσώπου του εμπόρου (τεχνικού) στην κατοικία του καταναλωτή για να πωλήσει και να εγκαταστήσει ταυτόχρονα ένα τμήμα εξοπλισμού ή συσκευής θα αποτελεί σύμβαση παροχής υπηρεσιών εκτός εμπορικού καταστήματος, ανεξάρτητα από το γεγονός ότι ο καταναλωτής είχε προηγουμένως ζητήσει (προγραμματίσει) μια τέτοια επίσκεψη μετά από προσωπική επίσκεψη στο κατάστημα του εμπόρου.
- Αντίθετα, αν η σύμβαση συνάφθηκε πράγματι κατά τη διάρκεια της επίσκεψης του πελάτη στο κατάστημα ή με μέσο εξ αποστάσεως επικοινωνίας, η μεταγενέστερη επίσκεψη του τεχνικού για την εγκατάσταση του αναγκαίου εξοπλισμού στην κατοικία του καταναλωτή δεν θα μετέβαλε τον χαρακτηρισμό της σύμβασης ως σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος.

Στην υπόθεση C-485/17, Verbraucherzentrale Berlin <sup>(45)</sup>, το Δικαστήριο επιβεβαίωσε ότι η έκφραση «**σε συνήθη βάση**», κατά την έννοια του άρθρου 2 σημείο 9 στοιχείο β), πρέπει να γίνει αντιληπτή ως παραπέμπουσα στον **κανονικό χαρακτήρα** της ασκήσεως της επίμαχης δραστηριότητας στον συγκεκριμένο χώρο. Η εφαρμογή της έννοιας αυτής απαιτεί κατά περίπτωση αξιολόγηση, λαμβάνοντας ειδικότερα υπόψη το είδος των πωλούμενων αγαθών ή υπηρεσιών και την εμπορική πρακτική του συγκεκριμένου εμπόρου.

Ειδικότερα, το Δικαστήριο εξέτασε την κατάσταση ενός εκθεσιακού περιπέτρου που διατηρεί έμπορος σε εμπορική έκθεση, στο πλαίσιο της οποίας ασκεί τη δραστηριότητά του για λίγες ημέρες κάθε χρόνο. Έκρινε ότι ένα τέτοιο περίπτερο **αποτελεί «εμπορικό κατάστημα» εφόσον**, υπό το πρίσμα του συνόλου των πραγματικών περιστάσεων που πλαισιώνουν τις δραστηριότητες αυτές, και ιδίως του τρόπου που εμφανίζεται το ως άνω εκθεσιακό περίπτερο και των πληροφοριών που παρέχονται στους χώρους της ίδιας της εκθέσεως, ένας καταναλωτής που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος **μπορούσε ευλόγως να αναμένει ότι ο εν λόγω έμπορος ασκεί τις δραστηριότητές του στο ως άνω εκθεσιακό περίπτερο και απευθύνεται στον εν λόγω καταναλωτή προκειμένου να συνάψουν σύμβαση**. <sup>(46)</sup>

Επιπλέον, το Δικαστήριο αναγνώρισε τη συνεχή συνάφεια των προηγούμενων συμπερασμάτων του στην υπόθεση C-423/97, Travel-Vac S.L., σχετικά με την ερμηνεία της προηγούμενης οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου. Με την απόφαση αυτή, το Δικαστήριο έκρινε συγκεκριμένα ότι:

**«Όσον αφορά το ζήτημα αν η σύμβαση συνάφθηκε εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου, διαπιστώνεται ότι στην έννοια αυτή περιλαμβάνονται οι εγκαταστάσεις εντός των οποίων ο έμπορος ασκεί συνήθως τις δραστηριότητές του και οι οποίες σαφώς αναγνωρίζονται από το κοινό ως τόπος πωλήσεων.»** <sup>(47)</sup>.

Ως εκ τούτου, εάν ο έμπορος χρησιμοποιεί χώρους για την πώληση αγαθών και υπηρεσιών που δεν «χρησιμοποιούνται κανονικά» για τον σκοπό αυτόν και δεν αναγνωρίζονται σαφώς ως τόποι πώλησης από το κοινό, οι συμβάσεις που συνάπτονται με τους καταναλωτές είναι πιθανόν να είναι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος.

- Για παράδειγμα, η πώληση αγαθών κατά τη διάρκεια εκδηλώσεων (συνέδρια, σεμινάρια, συναθροίσεις κ.λπ.) που διοργανώνονται σε εστιατόρια, καφετέριες ή ξενοδοχεία που μισθώνονται για τους σκοπούς της αντίστοιχης εκδήλωσης ενδέχεται να αποτελεί σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος.

Ο χαρακτηρισμός μιας σύμβασης ως σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος εξαρτάται από τις περιστάσεις σύναψης της σύμβασης. Ο έμπορος θα πρέπει να γνωρίζει τη φύση της δραστηριότητάς του και θα πρέπει να ενεργεί σύμφωνα με τους κανόνες που διέπουν είτε τις συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος είτε τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος. Τυχόν διαφορές ως προς το αν, για παράδειγμα, ισχύει το δικαίωμα υπαναχώρησης επειδή η σύμβαση θα έπρεπε να έχει θεωρηθεί σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος, θα πρέπει να αξιολογούνται για κάθε περίπτωση χωριστά.

## 2.2. Συμβάσεις που συνάπτονται έπειτα από προσέγγιση του καταναλωτή εκτός εμπορικού καταστήματος

Άρθρο 2

8) «σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος»: κάθε σύμβαση μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή: [...]

(α) η οποία συνάπτεται στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου ή με χρήση οποιουδήποτε μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας αμέσως μετά από προσωπική και ατομική επαφή με τον καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του εμπόρου, με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του εμπόρου και του καταναλωτή, ή [...]

<sup>(45)</sup> C-485/17, Verbraucherzentrale Berlin, ECLI:EU:C:2018:642.

<sup>(46)</sup> Ο.π., σκέψη 46.

<sup>(47)</sup> C-423/97, Travel-Vac S.L., ECLI:EU:C:1999:197, σκέψη 37.

Το άρθρο 2 σημείο 8 στοιχείο γ) παρέχει ένα άλλο παράδειγμα συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος. Οι όροι «προσωπική και ατομική επαφή» στη διάταξη αυτή πρέπει να εφαρμόζεται στις προσφορές και παρόμοιες εμπορικές επικοινωνίες (ανεξάρτητα από τον νομικό χαρακτηρισμό τους), οι οποίες επισημοποιούνται με τη σύναψη σύμβασης αμέσως μετά στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου ή με οποιοδήποτε μέσο εξ αποστάσεως επικοινωνίας.

Για να εφαρμοστεί η διάταξη αυτή, η προσφορά του εμπόρου θα πρέπει να απευθύνεται σε έναν συγκεκριμένο καταναλωτή, για παράδειγμα:

- Ο εκπρόσωπος του εμπόρου προσεγγίζει τον συγκεκριμένο καταναλωτή στον δρόμο με προσφορά συνδρομής σε μηνιαίο περιοδικό και η σύμβαση υπογράφεται αμέσως στο κοντινό εμπορικό κατάστημα του εμπόρου.
- Αντίθετα, η απλή διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων στον δρόμο κοντά στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου χωρίς συγκεκριμένη στόχευση μεμονωμένων καταναλωτών δεν θεωρείται «προσωπική και ατομική» προσέγγιση του καταναλωτή για τους σκοπούς της παρούσας διάταξης.

Επιπλέον, για να εφαρμοστεί η διάταξη αυτή, η σύμβαση θα πρέπει να συναφθεί αμέσως. Η σύμβαση δεν συνάπτεται αμέσως αν ο καταναλωτής αποχώρησε από το εμπορικό κατάστημα του εμπόρου, έχοντας προσκληθεί σε αυτό, και επέστρεψε με δική του πρωτοβουλία, αργότερα, για παράδειγμα, την επόμενη μέρα, αφού σκέφτηκε την προσφορά.

Στην υπόθεση C-465/19, B & L Elektrogeräte GmbH, το Δικαστήριο έκρινε ότι ο **κοινός διάδρομος για τα διάφορα εκθεσιακά περίπτερα που βρίσκονται σε χώρο της έκθεσης**, όπου βρίσκεται το περίπτερο του εμπόρου (το οποίο το ίδιο αναγνωρίστηκε ως «εμπορικό κατάστημα»), **δεν μπορεί να θεωρηθεί «εμπορικό κατάστημα»**, στο μέτρο που ο διάδρομος αυτός παρείχε πρόσβαση σε όλα τα περίπτερα των εμπόρων στον εν λόγω χώρο. Ως εκ τούτου, όταν ένας έμπορος απευθύνεται σε πελάτη στον εν λόγω κοινό χώρο της εμπορικής έκθεσης, με αποτέλεσμα να συνάπτεται σύμβαση σε περίπτερο που διατηρεί ο έμπορος αμέσως μετά, πρόκειται για «σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος» κατά την έννοια του άρθρου 2 σημείου 8 της ΟΔΚ <sup>(48)</sup>.

### 2.3. Συμβάσεις που συνάπτονται κατά τη διάρκεια εκδρομής που διοργανώνεται από τον έμπορο

Άρθρο 2

- 8) «σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος»: κάθε σύμβαση μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή: [...]
- (b) η οποία συνάπτεται στη διάρκεια εκδρομής οργανωμένης από τον έμπορο με σκοπό ή αποτέλεσμα τη διαφήμιση και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών στον καταναλωτή·

Το άρθρο 2 σημείο 8 στοιχείο δ) της οδηγίας ορίζει τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος ως συμβάσεις που συνάπτονται κατά τη διάρκεια εκδρομής που διοργανώνεται από τον έμπορο, **ανεξάρτητα από το αν οι εν λόγω συμβάσεις συνάπτονται μακριά από ή στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου**.

Επιπλέον, η οδηγία ορίζει ότι καλύπτει και τις εκδρομές με «στόχο» και «αποτέλεσμα» την προώθηση και πώληση προϊόντων στον καταναλωτή, δηλαδή, **δεν θα πρέπει να έχει σημασία αν ο καταναλωτής έχει ενημερωθεί εκ των προτέρων σχετικά με την πρόθεση πώλησης των προϊόντων κατά τη διάρκεια της εκδρομής**.

Η έννοια της «εκδρομής» περιλαμβάνει ταξίδια που περιλαμβάνουν αξιοθέατα ή άλλες δραστηριότητες αναψυχής ή ταξίδια σε τοποθεσίες όπως εστιατόρια, καφετέριες ή ξενοδοχεία όπου διοργανώνεται εκδήλωση πώλησης εκτός εμπορικού καταστήματος. Κατά την εφαρμογή αυτής της έννοιας, δεν θα πρέπει να έχει σημασία αν ο έμπορος που πωλεί τα προϊόντα κατά τη διάρκεια εκδρομής έχει διοργανώσει τη μεταφορά ο ίδιος ή την έχει αναθέσει σε μεταφορική εταιρεία:

- Για παράδειγμα, αν ένας έμπορος έχει συμφωνήσει με τον διοργανωτή της εκδρομής να διασφαλιστεί ότι, κατά τη διάρκεια της εκδρομής, οι τουρίστες να περάσουν και από το κατάστημά του, οι συμβάσεις που θα συναφθούν στο κατάστημα είναι πιθανό να είναι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, παρά το γεγονός ότι το εν λόγω κατάστημα είναι εμπορικό κατάστημα του εμπόρου αυτού.
- Αντίθετα, οι υπηρεσίες μεταφοράς με λεωφορείο που οργανώνονται από εμπορικό κέντρο με μοναδικό σκοπό τη μεταφορά των υποψήφιων πελατών στο εμπορικό κέντρο είναι απλώς παρεπόμενες σε σχέση με το κύριο αντικείμενο της δραστηριότητας (δηλαδή την πώληση αγαθών και υπηρεσιών) και δεν θα πρέπει να θεωρηθούν «εκδρομή» για τους σκοπούς του άρθρου 2 σημείο 8.

<sup>(48)</sup> C-465/19, B & L Elektrogeräte GmbH, ECLI:EU:C:2019:1091, σκέψεις 29 και 34.

### 3. Ενημέρωση του καταναλωτή

#### 3.1. Γενικές απαιτήσεις

##### 3.1.1. Εισαγωγή

Οι υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης ορίζονται στα άρθρα 5 έως 8 της οδηγίας. Ορίζονται χωριστά για τις συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος στο άρθρο 5 παράγραφος 1 και για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις στο άρθρο 6 παράγραφος 1. Οι υποχρεώσεις για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις είναι πιο εκτεταμένες και βασίζονται σε εκείνες που προβλέπονται για τις συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος. Πρόσθετες ειδικές υποχρεώσεις ενημέρωσης για συμβάσεις που συνάπτονται σε επιγραμμικές αγορές ορίζονται στο άρθρο 6α που προστέθηκε στην ΟΔΚ με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161.

Οι υποχρεώσεις ενημέρωσης σχετικά με το **δικαίωμα υπαναχώρησης** σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχεία η) έως ια) εξετάζονται χωριστά στο τμήμα 5.

##### 3.1.2. Σαφήνεια των πληροφοριών και σύνδεσμος με την ΟΑΕΠ

Το άρθρο 7 της ΟΑΕΠ απαγορεύει παραπλανητικές παραλείψεις, δηλαδή εμπορικές πρακτικές που παραλείπουν ή παρέχουν κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου **«ουσιώδεις πληροφορίες** που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής [...] για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής», όταν η πρακτική αυτή οδηγεί τον μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε. Το άρθρο 7 παράγραφος 4 προβλέπει υποχρεώσεις παροχής πληροφοριών για την «πρόσκληση για αγορά», η οποία αποτελεί εμπορική επικοινωνία η οποία περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά και την τιμή του προϊόντος, καλύπτοντας, επομένως, και το προσυμβατικό στάδιο της συναλλαγής.

Η ΟΔΚ ρυθμίζει λεπτομερέστερα το προσυμβατικό στάδιο σε σχέση με την ΟΑΕΠ. Τα άρθρα 5 και 6 της ΟΔΚ καλύπτουν όλες τις απαιτήσεις παροχής πληροφοριών που ορίζονται στο άρθρο 7 παράγραφος 4 της ΟΑΕΠ <sup>(49)</sup>. Ως εκ τούτου, κατά την παροχή προσυμβατικών πληροφοριών σύμφωνα με την ΟΔΚ, ο έμπορος θα συμμορφώνεται επίσης με τις ειδικές απαιτήσεις παροχής πληροφοριών για την πρόσκληση για αγορά σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 4 της ΟΑΕΠ. Αυτό ισχύει με την επιφύλαξη της εφαρμογής άλλων απαιτήσεων διαφάνειας και δικαιοσύνης στο πλαίσιο της ΟΑΕΠ.

Τόσο το άρθρο 5 παράγραφος 1 όσο και το άρθρο 6 παράγραφος 1 της ΟΔΚ προβλέπουν ότι οι πληροφορίες πρέπει να παρέχονται με «ευκρινή και κατανοητό τρόπο». Η αιτιολογική σκέψη 34 διευκρινίζει ότι, όσον αφορά την παροχή προσυμβατικής ενημέρωσης, «[...] ο έμπορος θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ειδικές ανάγκες των καταναλωτών που είναι ιδιαίτερα ευάλωτοι λόγω πνευματικής, σωματικής ή ψυχολογικής αναστηρίας, ηλικίας ή ευπιστίας, κατά τρόπο που ο έμπορος θα μπορούσε ευλόγως να προβλέψει. Πάντως, η συνεκτίμηση αυτών των ειδικών αναγκών δεν θα πρέπει να οδηγεί σε διαφορετικά επίπεδα προστασίας των καταναλωτών».

Επιπλέον, σύμφωνα με τους γενικούς κανόνες του άρθρου 7 παράγραφος 2 της ΟΑΕΠ, οι έμποροι πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι πληροφορίες είναι κατανοητές και παρέχονται έγκαιρα, δηλαδή η μέθοδος και ο χρόνος κατά τον οποίο παρέχονται οι σχετικές προσυμβατικές πληροφορίες πρέπει να επιτρέπουν στον μέσο καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής.

Όσον αφορά τις **συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος**, το άρθρο 7 παράγραφος 1 της ΟΔΚ προβλέπει επιπλέον ότι οι προσυμβατικές πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι «ευανάγνωστες και διατυπωμένες σε απλή και κατανοητή γλώσσα» και για τις **εξ αποστάσεως συμβάσεις**, το άρθρο 8 παράγραφος 1 της ΟΔΚ προβλέπει ότι οι πληροφορίες θα πρέπει να τίθενται στη διάθεση του καταναλωτή «με τρόπο κατάλληλο για το μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως που χρησιμοποιείται σε απλή και κατανοητή γλώσσα. Εφόσον οι εν λόγω πληροφορίες παρέχονται πάνω σε σταθερό μέσο, οφείλουν να είναι ευανάγνωστες.»

**Δεν αρκεί η παροχή των υποχρεωτικών προσυμβατικών πληροφοριών απλώς και μόνο στο πλαίσιο των γενικών όρων και προϋποθέσεων** που ενδεχομένως πρέπει να αποδεχτεί ο καταναλωτής πριν προχωρήσει στη διαδικασία συναλλαγής <sup>(50)</sup>. Η απαίτηση παροχής πληροφοριών με «ευκρινή και κατανοητό τρόπο» σημαίνει ότι τα επιμέρους στοιχεία των υποχρεωτικών πληροφοριών πρέπει να γνωστοποιούνται στον καταναλωτή.

Στο επιγραμμικό πλαίσιο, οι έμποροι πρέπει να καθιστούν τις υποχρεωτικές πληροφορίες εύκολα προσβάσιμες και εμφανώς ορατές στους καταναλωτές. Λόγω του όγκου τους, ενδέχεται να μην είναι δυνατή η παροχή των υποχρεωτικών πληροφοριών στους καταναλωτές με «ευκρινή και κατανοητό» τρόπο σε μία μόνο σελίδα. Θα πρέπει να αποφεύγονται οι υπερβολικά μεγάλες σελίδες, στις οποίες οι καταναλωτές θα πρέπει να μετακινηθούν εκτενώς προς τα κάτω για να διαβάσουν όλο το περιεχόμενο.

<sup>(49)</sup> Σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 4 της ΟΑΕΠ, η πρόσκληση για αγορά πρέπει να περιλαμβάνει, εάν δεν είναι ήδη προφανείς από το συγκεκριμένο πλαίσιο, πληροφορίες σχετικά με: τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος στον βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και το προϊόν· τη διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπόρου· την τιμή συμπεριλαμβανομένων των φόρων· τις ρυθμίσεις για την πληρωμή, την παράδοση και την εκτέλεση, εφόσον αποκλίνουν από τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας· και, κατά περίπτωση, την ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχώρησης.

<sup>(50)</sup> Η υπόθεση C-536/20, Tiketa, η οποία εκκρεμεί κατά τον χρόνο της δημοσίευσης, εξετάζει αν μπορούν να ικανοποιηθούν οι απαιτήσεις της ΟΔΚ, στην περίπτωση σύμβασης που συνάπτεται σε πλατφόρμα έκδοσης εισιτηρίων (δηλαδή επιγραμμική αγορά), με την αποδοχή των γενικών όρων και προϋποθέσεων.

Αντ' αυτού, τα διάφορα στοιχεία των προσυμβατικών πληροφοριών θα πρέπει να παρέχονται **όταν είναι οι πλέον συναφείς κατά τη διαδικασία σύναψης της σύμβασης**, καθώς ο καταναλωτής μετακινείται από μια σελίδα της επιγραμμικής διαπαφής σε άλλη. Όπου απαιτείται, οι πληροφορίες για συγκεκριμένα θέματα θα πρέπει να είναι πολυεπίπεδες, με εμφανή ένδειξη στην πρώτη σελίδα που οδηγεί στη συνδεδεμένη σελίδα που παρέχει όλες τις λεπτομέρειες για το αντίστοιχο θέμα <sup>(51)</sup>.

Πρόσθετες απαιτήσεις παρουσίασης για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις που συνάπτονται με ηλεκτρονικά μέσα ορίζονται στο άρθρο 8 παράγραφος 2 της οδηγίας, όπως αναλύεται περαιτέρω στο τμήμα 4.2.4.

### 3.1.3. Πληροφορίες που είναι «ήδη εμφανείς από τις περιστάσεις»

Όσον αφορά τις **συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος**, το άρθρο 5 επιτρέπει στους εμπόρους να μην παρέχουν πληροφορίες που είναι «ήδη εμφανείς από τις περιστάσεις».

Η έννοια των πληροφοριών που είναι «ήδη εμφανείς από τις περιστάσεις» χρησιμοποιείται και στο άρθρο 7 παράγραφος 2 της ΟΑΕΠ <sup>(52)</sup>. Για παράδειγμα, η γεωγραφική διεύθυνση και η ταυτότητα του εμπόρου θα μπορούσαν να θεωρηθούν «προφανείς ή εμφανείς από τις περιστάσεις», καθώς οι καταναλωτές θα πρέπει κανονικά να γνωρίζουν τη διεύθυνση του καταστήματος ή εστιατορίου στο οποίο βρίσκονται.

### 3.1.4. Απαιτήσεις ενημέρωσης σε άλλες νομοθετικές πράξεις της ΕΕ

Η οδηγία έχει οριζόντιο χαρακτήρα. Συμπληρώνει τους ειδικούς κανόνες για τα προϊόντα και τους ειδικούς ανά τομέα κανόνες για την προστασία των καταναλωτών, ιδίως όσον αφορά τις απαιτήσεις ενημέρωσης.

Σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 2 <sup>(53)</sup>, η ΟΔΚ δεν επηρεάζει την εφαρμογή των απαιτήσεων ενημέρωσης στο πλαίσιο άλλης τομεακής νομοθεσίας της ΕΕ. Αυτό περιλαμβάνει τον γενικό κανονισμό για την προστασία δεδομένων (ΕΕ) 2016/679 και την οδηγία 2002/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(54)</sup> για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, οι οποίες έχουν ιδιαίτερη σημασία στις πωλήσεις που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου για ζητήματα όπως πληροφορίες σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων και τη συγκατάθεση των υποκειμένων των δεδομένων στην επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων, όπου απαιτείται.

Επιπλέον, πρόσθετες υποχρεώσεις ενημέρωσης για υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών καθορίζονται στον Ευρωπαϊκό Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών [οδηγία (ΕΕ) 2018/1972] και στον εκτελεστικό κανονισμό (ΕΕ) 2019/2243 της Επιτροπής <sup>(55)</sup> σχετικά με το υπόδειγμα συνοπτικής σύμβασης.

Το άρθρο 102 παράγραφος 1 του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών προσδιορίζει τις πληροφορίες, με παραπομπή στα άρθρα 5 και 6 της ΟΔΚ και στο παράρτημα VIII του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, τις οποίες πρέπει να παρέχουν οι πάροχοι διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών πριν ο καταναλωτής δεσμευτεί με σύμβαση ή με οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά. Οι πάροχοι διαθέσιμων στο κοινό ηλεκτρονικών επικοινωνιών υποχρεούνται επίσης να παρέχουν στους καταναλωτές σύντομη και ευανάγνωστη συνοπτική σύμβαση [άρθρο 102 παράγραφος 3 του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) 2019/2243]. Ωστόσο, η απλή **παροχή της συνοπτικής σύμβασης δεν ικανοποιεί πλήρως όλες τις υποχρεώσεις παροχής προσυμβατικών πληροφοριών**, όπως προβλέπεται στο άρθρο 102 παράγραφος 1 και στο παράρτημα VIII του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών.

<sup>(51)</sup> Τον Ιούλιο του 2019, οι επιχειρηματικές οργανώσεις της ΕΕ δημοσίευσαν μια πρωτοβουλία αυτορρύθμισης με τίτλο «Recommendations for a better presentation of information to consumers» (Συστάσεις για καλύτερη παρουσίαση των πληροφοριών στους καταναλωτές). Ασχολείται με την παρουσίαση τόσο της υποχρεωτικής ενημέρωσης των καταναλωτών όσο και των όρων και προϋποθέσεων του εμπόρου. Ειδικότερα, προτείνει ένα μοντέλο [«Consumer journey» (ταξίδι των καταναλωτών)] για την παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές σε διαφορετικά στάδια της συναλλαγής, μεταξύ άλλων μέσω γραφικών στοιχείων. Διατίθεται στην ακόλουθη διεύθυνση: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/sr\\_information\\_presentation.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/sr_information_presentation.pdf).

<sup>(52)</sup> Βλέπε τμήμα 2.9 των κατευθυντηρίων γραμμών της ΟΑΕΠ.

<sup>(53)</sup> Το άρθρο 3 παράγραφος 2 ορίζει τα εξής: «Εάν οποιαδήποτε διάταξη της παρούσας οδηγίας έρχεται σε σύγκρουση με διάταξη άλλης ενωσιακής πράξης που ρυθμίζει ειδικούς τομείς, η διάταξη της άλλης ενωσιακής πράξης υπερισχύει και εφαρμόζεται στους ειδικούς αυτούς τομείς».

<sup>(54)</sup> Οδηγία 2002/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Ιουλίου 2002, σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών (οδηγία για την προστασία ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες) (ΕΕ L 201 της 31.7.2002, σ. 37).

<sup>(55)</sup> Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 2019/2243 της Επιτροπής, της 17ης Δεκεμβρίου 2019, για τον καθορισμό υποδείγματος συνοπτικής σύμβασης προς χρήση από παρόχους διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών σύμφωνα με την οδηγία (ΕΕ) 2018/1972 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 336 της 30.12.2019, σ. 274).

Πρόσθετες απαιτήσεις πληροφοριών ορίζονται επίσης στην οδηγία 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(56)</sup> για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, στην οδηγία 2009/72/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(57)</sup> για την ηλεκτρική ενέργεια, στην οδηγία 2009/73/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για το φυσικό αέριο <sup>(58)</sup> κ.λπ. <sup>(59)</sup>

Το άρθρο 6 παράγραφος 8 της ΟΔΚ πραγματεύεται συγκεκριμένα τη σχέση μεταξύ των απαιτήσεων ενημέρωσης που ορίζονται στην εν λόγω οδηγία και **εκείνων που περιέχονται στην οδηγία 2006/123/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(60)</sup> για τις υπηρεσίες και στην οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(61)</sup> για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Πρώτον, διευκρινίζει ότι οι απαιτήσεις ενημέρωσης στις τρεις αυτές πράξεις είναι συμπληρωματικές. Δεύτερον, διευκρινίζει ότι αν μια διάταξη των δύο αυτών οδηγιών σχετικά με το περιεχόμενο και τον τρόπο με τον οποίο παρέχονται οι πληροφορίες έρχεται σε σύγκρουση με διάταξη της ΟΔΚ, υπερισχύει η διάταξη της ΟΔΚ <sup>(62)</sup>.**

### 3.1.5. Επιβολή πρόσθετων υποχρεώσεων ενημέρωσης

Σύμφωνα με το άρθρο 4 της ΟΔΚ: «Τα κράτη μέλη δεν διατηρούν ούτε εισάγουν στο εθνικό τους δίκαιο διατάξεις που παρεκκλίνουν από αυτές που καθορίζονται στην παρούσα οδηγία, συμπεριλαμβανομένων περισσότερο ή λιγότερο αυστηρών διατάξεων για την εξασφάλιση διαφορετικού επιπέδου προστασίας του καταναλωτή, εκτός εάν άλλως προβλέπεται στην παρούσα οδηγία».

Μία από τις παρεκκλίσεις από αυτήν την προσέγγιση πλήρους εναρμόνισης είναι το άρθρο 5 παράγραφος 4, το οποίο επιτρέπει στα κράτη μέλη να εγκρίνουν ή να διατηρούν πρόσθετες υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης για τις **συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος**.

Ενώ οι απαιτήσεις ενημέρωσης για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις είναι, καταρχήν, εξαντλητικές, ταυτόχρονα, σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 8 και την αιτιολογική σκέψη 12 της οδηγίας, **τα κράτη μέλη μπορούν να επιβάλλουν συμπληρωματικές απαιτήσεις πληροφοριών σύμφωνα με την οδηγία 2006/123/ΕΚ για τις υπηρεσίες και την οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο.**

Η σχετική διάταξη της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι το άρθρο 5, το οποίο απαιτεί από τα κράτη μέλη να διασφαλίζουν ότι ο πάροχος υπηρεσιών προσφέρει στους αποδέκτες της υπηρεσίας και στις αρμόδιες αρχές εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση τουλάχιστον στις πληροφορίες που ορίζονται στο εν λόγω άρθρο. Το άρθρο 10 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζει περαιτέρω απαιτήσεις παροχής πληροφοριών σχετικά με τη διαδικασία σύναψης της σύμβασης.

Όσον αφορά την οδηγία για τις υπηρεσίες, το άρθρο 22 παράγραφοι 1 έως 4 ορίζει ειδικές απαιτήσεις για τις πληροφορίες που οι πάροχοι πρέπει να θέτουν στη διάθεση των αποδεκτών των υπηρεσιών, καθώς και απαίτηση οι εν λόγω πληροφορίες να γνωστοποιούνται με τρόπο σαφή και αδιαμφισβήτητο και σε εύθετο χρόνο. Το άρθρο 22 παράγραφος 5 ορίζει περαιτέρω ότι «δεν εμποδίζ[ει] τα κράτη μέλη να ορίσουν συμπληρωματικές υποχρεώσεις πληροφοριών για τους παρόχους οι οποίοι είναι εγκατεστημένοι στο έδαφός τους».

Η επιβολή πρόσθετων υποχρεώσεων ενημέρωσης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 8 της ΟΔΚ είναι μία από τις ρυθμιστικές επιλογές για τις οποίες τα κράτη μέλη πρέπει να ενημερώνουν την Επιτροπή σύμφωνα με το άρθρο 29. Η Επιτροπή δημοσιεύει τις πληροφορίες αυτές στο διαδίκτυο <sup>(63)</sup>.

<sup>(56)</sup> Οδηγία 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 10ης Μαρτίου 2010, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων) (ΕΕ L 95 της 15.4.2010, σ. 1).

<sup>(57)</sup> Οδηγία 2009/72/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 13ης Ιουλίου 2009, σχετικά με τους κοινούς κανόνες για την εσωτερική αγορά ηλεκτρικής ενέργειας και για την κατάργηση της οδηγίας 2003/54/ΕΚ (ΕΕ L 211 της 14.8.2009, σ. 55).

<sup>(58)</sup> Οδηγία 2009/73/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 13ης Ιουλίου 2009, σχετικά με τους κοινούς κανόνες για την εσωτερική αγορά φυσικού αερίου και την κατάργηση της οδηγίας 2003/55/ΕΚ (ΕΕ L 211 της 14.8.2009, σ. 94).

<sup>(59)</sup> Βλέπε τμήμα 1.2 των κατευθυντήριων γραμμών της ΟΑΕΠ για έναν πληρέστερο κατάλογο της νομοθεσίας ανά τομέα και ανά προϊόν.

<sup>(60)</sup> Οδηγία 2006/123/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά (ΕΕ L 376 της 27.12.2006, σ. 36).

<sup>(61)</sup> Οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά (ΕΕ L 178 της 17.7.2000, σ. 1).

<sup>(62)</sup> Πρβλ. άρθρα 5 και 10 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η πρόταση της Επιτροπής για κανονισμό σχετικά με πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες [COM(2020) 825 της 15ης Δεκεμβρίου 2020] προβλέπει την αντικατάσταση ορισμένων διατάξεων της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο (άρθρα 12–15) χωρίς να προτείνει την τροποποίηση του άρθρου 5 σχετικά με τις υποχρεώσεις ενημέρωσης.

<sup>(63)</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crld\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crld_en)



### 3.1.6. Εξαιρέση των «καθημερινών» συναλλαγών

Το άρθρο 5 παράγραφος 3 επιτρέπει στα κράτη μέλη να μην εφαρμόζουν τις υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 1 σε συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος **«που αφορούν καθημερινές συναλλαγές και που εκτελούνται αμέσως μόλις συναφθούν»**.

Από τη φύση τους, οι συναλλαγές αυτές είναι πιθανό να αφορούν συναλλαγές χαμηλής αξίας. Ένα προφανές παράδειγμα είναι η αγορά τροφίμων και ποτών που προορίζονται για άμεση κατανάλωση —π.χ. σνακ, γεύματα κ.λπ.

Επιπλέον, το άρθρο 5 παράγραφος 3 μπορεί επίσης να εφαρμόζεται σε ορισμένες υπηρεσίες και όχι μόνο σε αγαθά. Στο πλαίσιο αυτό, έχει ιδιαίτερη σημασία το δεύτερο κριτήριο που αναφέρεται στο άρθρο 5 παράγραφος 3, δηλαδή η απαίτηση ότι η σύμβαση πρέπει να εκτελείται αμέσως μόλις συναφθεί.

— *Παράδειγματα τέτοιων πιθανών καθημερινών υπηρεσιών είναι: υπηρεσίες καθαρισμού υποδημάτων που παρέχονται στον δρόμο και υπηρεσίες κινηματογράφου, όπου το εισιτήριο αγοράζεται (δηλαδή, η σύμβαση συνάπτεται) αμέσως πριν από την προβολή της ταινίας.*

### 3.1.7. Ο δεσμευτικός χαρακτήρας των προσυμβατικών πληροφοριών

Το άρθρο 6 παράγραφος 5 αναφέρει τα ακόλουθα σχετικά με τον δεσμευτικό χαρακτήρα των προσυμβατικών πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1: «5. Οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της σύμβασης που συνάπτεται εξ αποστάσεως ή εκτός του εμπορικού καταστήματος και δεν μεταβάλλονται πλην ρητής συμφωνίας των συμβαλλόμενων μερών.»

Συνεπώς, οι πληροφορίες που παρέχονται στον δικτυακό τόπο του εμπόρου θα πρέπει να είναι δεσμευτικές για τα συμβαλλόμενα μέρη και, αν ο έμπορος επιθυμεί να αλλάξει οποιαδήποτε από αυτές, θα πρέπει να λάβει τη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή:

- *Για παράδειγμα, τα συμβαλλόμενα μέρη μπορούν να συμφωνήσουν ρητώς, μέσω ανταλλαγής ηλεκτρονικών μηνυμάτων, διαφορετικό χρόνο παράδοσης των αγαθών από εκείνον που αναφέρεται στον δικτυακό τόπο του εμπόρου.*
- *Μια διάταξη, ωστόσο, στους γενικούς όρους και προϋποθέσεις η οποία δηλώνει ότι ο έμπορος μπορεί να παρεκκλίνει από τις πληροφορίες που παρέχονται στον δικτυακό τόπο δεν συμμορφώνεται με την απαίτηση ρητής συμφωνίας των συμβαλλόμενων μερών.*

Το άρθρο 6 παράγραφος 5 δεν εφαρμόζεται σε αλλαγές των όρων της σύμβασης μετά τη σύναψή της. Όταν οι αλλαγές αυτές βασίζονται στους όρους της σύμβασης, θα λαμβάνεται υπόψη η οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων <sup>(64)</sup>.

### 3.1.8. Πρόσθετες υποχρεώσεις σχετικά με τη γλώσσα

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 7 τα κράτη μέλη μπορούν να επιβάλλουν γλωσσικές απαιτήσεις ως προς τις **συμβατικές πληροφορίες** σχετικά με συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις <sup>(65)</sup>.

Εάν γίνει χρήση αυτής της ρυθμιστικής επιλογής, οι σχετικές απαιτήσεις όσον αφορά, για παράδειγμα, την παροχή των πληροφοριών στην επίσημη γλώσσα του οικείου κράτους μέλους, θα ισχύουν για τους εμπόρους που δραστηριοποιούνται διασυνοριακά, σύμφωνα με τις διατάξεις του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 593/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(66)</sup> για το εφαρμοστέο δικαίο στις συμβατικές ενochές (κανονισμός Ρώμη Ι). Σύμφωνα με το άρθρο 6 του ανωτέρω κανονισμού, εάν ο έμπορος ασκεί τις δραστηριότητές του στη χώρα όπου ο καταναλωτής έχει τη συνήθη διαμονή του ή αν **κατευθύνει αυτές τις δραστηριότητές** του σε αυτήν τη χώρα ή σε διάφορες χώρες μεταξύ των οποίων και η συγκεκριμένη χώρα, το εφαρμοστέο στη σύμβαση δικαίο είναι το δικαίο της χώρας στην οποία ο καταναλωτής έχει τη συνήθη διαμονή του.

Εάν τα μέρη έχουν επιλέξει διαφορετικό δικαίο, η επιλογή αυτή δεν μπορεί να στερήσει στον καταναλωτή την προστασία που παρέχεται από τις διατάξεις αναγκαστικού δικαίου της χώρας της συνήθους διαμονής του καταναλωτή. Ως εκ τούτου, και στην περίπτωση αυτή, εάν ο έμπορος κατευθύνει τη δραστηριότητά του σε καταναλωτές σε κράτος μέλος που έχει επιβάλει γλωσσικές απαιτήσεις σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 7 της ΟΔΚ, ο έμπορος πρέπει να παρέχει στους καταναλωτές συμβατικές πληροφορίες στη γλώσσα που απαιτείται από το εν λόγω κράτος μέλος, εάν η εν λόγω γλωσσική υποχρέωση θεωρείται υποχρεωτική «συμβατική απαίτηση» σύμφωνα με το εθνικό δικαίο.

<sup>(64)</sup> Οδηγία 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, σ. 29).

<sup>(65)</sup> Οι κοινοποιήσεις των κρατών μελών σχετικά με την εν λόγω ρυθμιστική επιλογή διατίθενται στη διεύθυνση: [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd\\_el](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_el)

<sup>(66)</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 593/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 17ης Ιουνίου 2008, για το εφαρμοστέο δικαίο στις συμβατικές ενochές (Ρώμη Ι) (ΕΕ L 177 της 4.7.2008, σ. 6).

Η έννοια του να «κατευθύνει» κάποιος τις εμπορικές ή επαγγελματικές δραστηριότητές του στη χώρα του καταναλωτή εξετάστηκε από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-585/08 και C-144/09 Peter Pammer και Hotel Alpenhof GmbH. Η απόφαση αυτή θέτει μια σειρά από κριτήρια για να καθοριστεί αν μια ιστοσελίδα «κατευθύνεται» σε ένα συγκεκριμένο κράτος μέλος, όπως με τη χρήση διαφορετικών γλωσσών ή νομισμάτων στον δικτυακό τόπο <sup>(67)</sup>.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτή η ρυθμιστική επιλογή στο πλαίσιο της ΟΔΚ είναι συμπληρωματική της νομοθεσίας της Ένωσης ανά τομέα και προϊόν, η οποία επιτρέπει στα κράτη μέλη να καθορίζουν γλωσσικές απαιτήσεις σχετικά με τις προειδοποιήσεις ή τις οδηγίες που αφορούν, για παράδειγμα, τα παιχνίδια <sup>(68)</sup> ή τον ραδιοεξοπλισμό <sup>(69)</sup>. Επιπλέον, η οδηγία (ΕΕ) 2019/771 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(70)</sup> επιτρέπει τον καθορισμό γλωσσικών απαιτήσεων όσον αφορά τις εμπορικές εγγυήσεις για τα αγαθά.

### 3.1.9. Βάρος της απόδειξης

Δεδομένου ότι η άρνηση του εμπόρου να παρέχει συγκεκριμένες πληροφορίες που απαιτούνται από την οδηγία, οδηγεί σε διάφορες κυρώσεις που προβλέπονται από την οδηγία (εκτός από τις κυρώσεις που μπορεί να ισχύουν σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία), το άρθρο 6 παράγραφος 9 περιέχει μια πολύ σημαντική διάταξη, η οποία ορίζει ότι όσον αφορά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις και συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος «[ω]ς προς την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημέρωσης που ορίζονται στο παρόν κεφάλαιο, το βάρος της απόδειξης το έχει ο έμπορος».

Χωρίς να αποκλείεται η δυνατότητα απόδειξης των γεγονότων με άλλα μέσα, οι ισχυρισμοί του εμπόρου αποδυναμώνονται σαφώς εάν οι απαιτούμενες πληροφορίες λείπουν από την επιβεβαίωση της σύμβασης σε σταθερό μέσο, το οποίο, δυνάμει του άρθρου 7 παράγραφοι 1 και 2 ή του άρθρου 8 παράγραφος 7 (εξετάζεται στο τμήμα 4.4) πρέπει πάντα να περιλαμβάνει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1, εκτός εάν έχουν ήδη παρασχεθεί σε σταθερό μέσο.

## 3.2. Κοινές απαιτήσεις για τις συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος και τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις

### 3.2.1. Κύρια χαρακτηριστικά

Άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο α) και άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α)

«τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, στον βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και τα αγαθά ή τις υπηρεσίες»

Μολονότι αυτή η απαίτηση ενημέρωσης αναφέρεται ρητά σε «αγαθά και υπηρεσίες», δυνάμει του άρθρου 5 παράγραφος 2 και του άρθρου 6 παράγραφος 2, ισχύει επίσης για τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας και το επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο.

Η ίδια απαίτηση επιβάλλεται από το άρθρο 7 παράγραφος 4 της ΟΑΕΠ, το οποίο καθορίζει τις απαιτήσεις ενημέρωσης για την «πρόσκληση για αγορά». Κατά συνέπεια, για την επιλογή των κύριων χαρακτηριστικών που πρέπει να γνωστοποιούνται στον καταναλωτή, οι έμποροι θα πρέπει να εφαρμόζουν την ίδια προσέγγιση όπως και για τους σκοπούς της ΟΑΕΠ, δηλαδή να ενημερώνουν σχετικά με τα χαρακτηριστικά εκείνα που οι καταναλωτές χρειάζονται για να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις αγοράς. Οι πληροφορίες σχετικά με τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών μπορούν να διατίθενται από τη συσκευασία ή την επισήμανσή τους, τις οποίες μπορεί να συμβουλευτεί ο καταναλωτής. Τα πιο σύνθετα αγαθά ενδέχεται να απαιτούν τη γνωστοποίηση πρόσθετων πληροφοριών ώστε να διαπιστωθούν τα κύρια χαρακτηριστικά τους.

<sup>(67)</sup> Βλέπε C-585/08 και C-144/09, Peter Pammer and Hotel Alpenhof GmbH, ECLI:EU:C:2010:740, ιδίως σκέψεις 92 και 93.

<sup>(68)</sup> Η οδηγία 2009/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 18ης Ιουνίου 2009, σχετικά με την ασφάλεια των παιχνιδιών (ΕΕ L 170 της 30.6.2009, σ. 1), απαιτεί από τους κατασκευαστές και τους εισαγωγείς να εξασφαλίζουν ότι **το παιχνίδι συνοδεύεται από οδηγίες και πληροφορίες για την ασφάλεια** σε γλώσσα ή γλώσσες εύκολα κατανοητές από τους καταναλωτές, όπως καθορίζεται από το οικείο κράτος μέλος.

<sup>(69)</sup> Οδηγία 2014/53/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Απριλίου 2014, σχετικά με την εναρμόνιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με τη διαθεσιμότητα ραδιοεξοπλισμού στην αγορά και την κατάργηση της οδηγίας 1999/5/ΕΚ (ΕΕ L 153 της 22.5.2014, σ. 62). Απαιτεί **ο ραδιοεξοπλισμός να συνοδεύεται από οδηγίες και πληροφορίες ασφάλειας σε γλώσσα εύκολα κατανοητή από τους καταναλωτές και άλλους τελικούς χρήστες, όπως έχει αποφασίσει το σχετικό κράτος μέλος**. Επιπλέον, απαιτεί η δήλωση συμμόρφωσης ΕΚ ή η απλουστευμένη δήλωση συμμόρφωσης ΕΚ να συνοδεύει τον ραδιοεξοπλισμό και αμφότερες να μεταφράζονται στη γλώσσα ή τις γλώσσες που απαιτούνται από το κράτος μέλος στο οποίο ο ραδιοεξοπλισμός διατίθεται στην αγορά.

<sup>(70)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2019/771 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 2019, σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών, την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΕ) 2017/2394 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ, και την κατάργηση της οδηγίας 1999/44/ΕΚ (ΕΕ L 136 της 22.5.2019, σ. 28). Επιτρέπει στα κράτη μέλη να θεσπίζουν κανόνες σχετικά με τη γλώσσα ή τις γλώσσες στις οποίες η δήλωση εμπορικής εγγύησης πρέπει να τίθεται στη διάθεση του καταναλωτή.

Ειδικότερα, όλα τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και οι περιοριστικοί όροι που ο μέσος καταναλωτής δεν αναμένει συνήθως από τη συγκεκριμένη κατηγορία ή είδος αγαθού ή υπηρεσίας πρέπει να γνωστοποιούνται στους καταναλωτές, καθώς είναι ιδιαίτερα πιθανό να επηρεάσουν τις αποφάσεις συναλλαγής των καταναλωτών <sup>(71)</sup>.

Για όλες τις συμβάσεις στις οποίες ο καταναλωτής παρέχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, ανεξάρτητα από το αν περιλαμβάνεται πληρωμή ή όχι, ο έμπορος πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή σχετικά με τους σκοπούς της επεξεργασίας κατά τον χρόνο λήψης των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

### 3.2.2. Στοιχεία ταυτότητας και επικοινωνίας του εμπόρου

Άρθρο 5 παράγραφος 1

β) την ταυτότητα του εμπόρου, όπως η εμπορική επωνυμία του, τη γεωγραφική διεύθυνση στην οποία είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό του τηλεφώνου του·

Άρθρο 6 παράγραφος 1

β) την ταυτότητα του εμπόρου, λόγω χάρη την εμπορική επωνυμία του·

γ) τη γεωγραφική διεύθυνση όπου ο έμπορος είναι εγκατεστημένος, καθώς και τον αριθμό τηλεφώνου και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του· επιπλέον, όταν ο έμπορος παρέχει άλλα μέσα επιγραμμικής επικοινωνίας που διασφαλίζουν ότι ο καταναλωτής μπορεί να διατηρήσει οποιαδήποτε γραπτή επικοινωνία με τον έμπορο σε σταθερό μέσο, συμπεριλαμβανομένης της ημερομηνίας και της ώρας της εν λόγω επικοινωνίας, η ενημέρωση περιλαμβάνει επίσης λεπτομέρειες σχετικά με τα εν λόγω άλλα μέσα· όλα τα εν λόγω μέσα επικοινωνίας που παρέχει ο έμπορος διασφαλίζουν ότι μπορεί ο καταναλωτής να έρθει σε επαφή με τον έμπορο γρήγορα και να επικοινωνήσει με αυτόν αποτελεσματικά· ανάλογα με την περίπτωση, ο έμπορος παρέχει επίσης τη γεωγραφική διεύθυνση και τα στοιχεία ταυτότητας του εμπόρου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί·

εάν διαφέρει από τη διεύθυνση που παρέχεται βάσει του στοιχείου γ), τη γεωγραφική διεύθυνση της εμπορικής έδρας του εμπόρου και, όπου ενδείκνυται, τη διεύθυνση του εμπόρου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τυχόν παράπονά του·

#### 3.2.2.1. Ταυτότητα του εμπόρου

Εκτός από τις διατάξεις της ΟΔΚ, το άρθρο 7 παράγραφος 4 στοιχείο β) της ΟΑΕΠ ορίζει ότι οι πληροφορίες σχετικά με τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπόρου θεωρούνται ουσιώδεις πληροφορίες στην περίπτωση πρόσκλησης για αγορά. Όσον αφορά τις **συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος**, οι πληροφορίες αυτές μπορεί να είναι εμφανείς από τις περιστάσεις (βλέπε επίσης τμήμα 3.1.3).

Στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις, η ΟΔΚ απαιτεί από τον **έμπορο, ο οποίος ενεργεί για λογαριασμό άλλου εμπόρου**, να αναφέρει, επίσης, την ταυτότητα και τη γεωγραφική διεύθυνση του εν λόγω άλλου εμπόρου. Επίσης, οι επιγραμμικές αγορές, ακόμη και όταν είναι απλοί ενδιάμεσοι φορείς και δεν «ενεργούν για λογαριασμό» άλλου εμπόρου, πρέπει να λαμβάνουν μέτρα ώστε να διασφαλίζεται ότι ο **καταναλωτής ενημερώνεται δεόντως για την ταυτότητα του πραγματικού εμπόρου που προσφέρει τα σχετικά αγαθά ή υπηρεσίες**, βάσει των πληροφοριών που παρέχονται από τον ίδιο τον έμπορο. Πράγματι, εάν η παράλειψη της αγοράς να ενημερώσει σχετικά με την ταυτότητα του πραγματικού εμπόρου δημιουργεί την εντύπωση ότι η αγορά είναι ο πραγματικός έμπορος, αυτό μπορεί να οδηγήσει σε ανάληψη της ευθύνης της αγοράς για τις υποχρεώσεις του εμπόρου.

Στην υπόθεση C-149/15 Wathelet <sup>(72)</sup>, το Δικαστήριο ασχολήθηκε με την ευθύνη ενός ενδιάμεσου εκτός διαδικτύου (γκαραζιέρα αυτοκινήτων) για τη συμμόρφωση των αγαθών που πωλούνται στους καταναλωτές βάσει της προηγούμενης οδηγίας 1999/44/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(73)</sup> για την πώληση καταναλωτικών αγαθών. Το Δικαστήριο διευκρίνισε ότι, μολονότι η οδηγία 1999/44/EK δεν εξετάζει το ζήτημα της ευθύνης των ενδιάμεσων έναντι των καταναλωτών, «δεν αποκλείει καθεαυτή να μπορεί να ερμηνευτεί η χρησιμοποιούμενη στο άρθρο 1, παράγραφος 2, στοιχείο γ' της οδηγίας 1999/44/EK έννοια του «πωλητή», ως περιλαμβάνουσα τον επαγγελματία που ενεργεί για λογαριασμό ιδιώτη όταν παρουσιάζεται, από την οπτική του καταναλωτή, ως πωλητής καταναλωτικού αγαθού δυνάμει συμβάσεως στο πλαίσιο της επαγγελματικής ή εμπορικής δραστηριότητάς του. Πράγματι, ο ως άνω επαγγελματίας μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση στον καταναλωτή, δημιουργώντας σε αυτόν εσφαλμένως την εντύπωση ότι ενεργεί υπό την ιδιότητα του πωλητή που έχει την κυριότητα του οικείου αγαθού.» <sup>(74)</sup>.

<sup>(71)</sup> Βλέπε επίσης τμήμα 2.9.5 των κατευθυντήριων γραμμών της ΟΑΕΠ σχετικά με τις «ουσιώδεις πληροφορίες» στις προσκλήσεις για αγορά — άρθρο 7 παράγραφος 4.

<sup>(72)</sup> C-149/15, Wathelet, ECLI:EU:C:2016:840.

<sup>(73)</sup> Οδηγία 1999/44/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Μαΐου 1999, σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών (ΕΕ L 171 της 7.7.1999, σ. 12).

<sup>(74)</sup> Ό.π., σκέψεις 33 – 34.

Το Δικαστήριο διευκρίνισε επίσης ότι «[μ]πορούν να ασκούν επιρροή συναφώς, μεταξύ άλλων, ο βαθμός συμμετοχής και η έκταση της παρεμβάσεως του ενδιαμέσου στην πώληση, οι συνθήκες υπό τις οποίες το αγαθό παρουσιάστηκε στον καταναλωτή, καθώς και η συμπεριφορά του τελευταίου, **προκειμένου να προσδιοριστεί αν θα μπορούσε να αντιληφθεί ότι ο ενδιάμεσος ενεργεί για λογαριασμό ιδιώτη**» <sup>(75)</sup>.

Τα εν λόγω συμπεράσματα του Δικαστηρίου σχετικά με την ευθύνη του ενδιαμέσου εκτός διαδικτύου για τη συμμόρφωση των αγαθών θα μπορούσαν επίσης να αφορούν **άλλους ενδιάμεσους και άλλες υποχρεώσεις των εμπόρων βάσει του δικαιού της ΕΕ**, μεταξύ άλλων και σε επιγραμμικό πλαίσιο. Ειδικότερα, οι επιγραμμικές αγορές θα μπορούσαν να θεωρηθούν **υπεύθυνες για τις υποχρεώσεις του εμπόρου** όσον αφορά την προσυμβατική ενημέρωση ή την εκτέλεση της σύμβασης βάσει της ΟΔΚ, **όταν παρουσιάζονται, από την οπτική του καταναλωτή, ως έμποροι στο πλαίσιο της (προτεινόμενης) σύμβασης**.

Στην υπόθεση C-149/15 Wathelet, το Δικαστήριο επισήμανε ότι «η εκ μέρους του καταναλωτή γνώση περί της ταυτότητας του πωλητή και, ιδίως, περί του αν αυτός ενεργεί ως ιδιώτης ή ως επαγγελματίας είναι απολύτως αναγκαία **για να έχει τη δυνατότητα ο καταναλωτής αυτός να τύχει της προστασίας που του παρέχει η οδηγία**» <sup>(76)</sup>. Ωστόσο, ακόμη και όταν ο πραγματικός προμηθευτής είναι επίσης έμπορος και ο καταναλωτής δεν θα στερούνταν τα δικαιώματά του, ο καταναλωτής μπορεί να μην είχε συνάψει τη σύμβαση εάν ήταν γνωστή η ταυτότητα του πραγματικού εμπόρου. Ειδικότερα, ο καταναλωτής θα μπορούσε να έχει ανησυχίες, για παράδειγμα, σχετικά με την αξιοπιστία του εν λόγω εμπόρου και τη δυνατότητα επιβολής των δικαιωμάτων των καταναλωτών έναντι του εμπόρου.

Η μη παροχή πληροφοριών σχετικά με την ταυτότητα του εμπόρου ή η παροχή εσφαλμένων δεδομένων θα συνιστούσε παράβαση της ΟΔΚ. Θα μπορούσε επίσης να συνιστά παραπλανητική πρακτική βάσει της ΟΑΕΠ, στον βαθμό που επηρεάζει την απόφαση συναλλαγής του καταναλωτή. Υπάρχουν επίσης τομεακές διατάξεις στο δίκαιο της ΕΕ που ενισχύουν αυτήν την απαίτηση. Για παράδειγμα, στην περίπτωση της επιγραμμικής πώλησης φαρμάκων <sup>(77)</sup>, η διάκριση μεταξύ αγοράς και εμπόρου λιανικής απαγορεύεται αυστηρά. Μια αγορά που προσφέρει φάρμακα στην αγορά της ΕΕ θα πρέπει να διασφαλίζει ότι οι καταναλωτές μπορούν να επαληθεύουν ότι ο έμπορος διαθέτει τις σχετικές άδειες και λειτουργεί σύμφωνα με τη νομοθεσία <sup>(78)</sup>.

Ο τρόπος εκτέλεσης της σύμβασης με τη συμμετοχή τρίτου εμπόρου δεν θίγει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από την ΟΔΚ όσον αφορά τη σύμβαση. Για παράδειγμα, στο επιχειρηματικό μοντέλο για τα ηλεκτρονικά καταστήματα «dropshipping», ο έμπορος δεν διατηρεί σε απόθεμα ορισμένα αγαθά που πωλεί, αλλά αντ' αυτού, όταν ένα αγαθό παραγγέλλεται από καταναλωτή, το αγοράζει από τρίτους και το αποστέλλει απευθείας στον πελάτη.

Ωστόσο, εάν ο έμπορος επεξεργάζεται την παραγγελία μόνο ως ενδιάμεσος και, στη συνέχεια, τη διαβιβάζει σε άλλον έμπορο για την εκτέλεσή της στο όνομα του δεύτερου εμπόρου, τότε, σύμφωνα με την υπόθεση Wathelet, ο πρώτος έμπορος θα μπορούσε να θεωρηθεί υπεύθυνος έναντι του καταναλωτή όταν, από την οπτική του καταναλωτή, ο εν λόγω έμπορος παρουσιάζεται ως πωλητής καταναλωτικών αγαθών βάσει της σύμβασης. Για να αποφευχθεί η εν λόγω ευθύνη, ο έμπορος πρέπει να ενημερώνει με σαφή τρόπο τον καταναλωτή ότι ενεργεί ως ενδιάμεσος και να παρέχει πληροφορίες σχετικά με την ταυτότητα του πραγματικού πωλητή με ευκρινή τρόπο <sup>(79)</sup>.

Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να σημειωθεί ότι το άρθρο 6α στοιχείο β), το οποίο θεσπίστηκε με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161, περιέχει ειδική πρόσθετη απαίτηση για τους παρόχους επιγραμμικών αγορών να ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με **το καθεστώς του τρίτου** που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο βάσει των πληροφοριών που παρέχονται από τον τρίτον (βλέπε τμήμα 3.4.2).

### 3.2.2.2. Μέσα επικοινωνίας

Όσον αφορά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις και τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο γ), όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161, απαιτεί από τον έμπορο να παρέχει στον καταναλωτή πληροφορίες σχετικά με τα ακόλουθα μέσα επικοινωνίας στο πλαίσιο της προσυμβατικής ενημέρωσης:

— τη γεωγραφική διεύθυνση, τον αριθμό τηλεφώνου και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του εμπόρου· και

<sup>(75)</sup> Ο.π., σκέψη 44.

<sup>(76)</sup> Ο.π., σκέψη 37.

<sup>(77)</sup> Η οδηγία 2001/83/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Νοεμβρίου 2001, περί κοινοτικού κωδικού για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση (ΕΕ L 311 της 28.11.2001, σ. 67), ορίζει ότι μόνο εγκεκριμένο (ή δικαιούχο βάσει της εθνικής νομοθεσίας) φαρμακείο λιανικής πώλησης μπορεί να πωλεί φάρμακα μέσω διαδικτύου. Ο έμπορος λιανικής πρέπει να εμφανίζει στην ιστοσελίδα του τον λογότυπο της ΕΕ που επιτρέπει να εξακριβωθεί ότι η οντότητα λειτουργεί νόμιμα.

<sup>(78)</sup> Βλέπε άρθρο 85γ της οδηγίας 2001/83/ΕΚ.

<sup>(79)</sup> Η αρχή διατυπώνεται επίσης ρητά όσον αφορά τους επιγραμμικούς ενδιάμεσους φορείς στο άρθρο 5 παράγραφος 3 της πρότασης πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες. Περαιτέρω καθοδήγηση σχετικά με την έννοια του «εμπόρου» μπορεί να αναμένεται στην εκκρεμούσα υπόθεση C-536/20, Tiketa, η οποία ασχολείται με το αν ένας επιγραμμικός ενδιάμεσος φορέας (πλατφόρμα έκδοσης εισιτηρίων) μπορεί να θεωρηθεί από κοινού υπεύθυνος με τον έμπορο που όντως παρέχει την υπηρεσία, ιδίως εάν ο ενδιάμεσος φορέας δεν έχει παράσχει σαφείς πληροφορίες ότι ενεργεί απλώς ως ενδιάμεσος φορέας.

— εφόσον είναι διαθέσιμα, άλλα επιγραμμικά μέσα γραπτής επικοινωνίας, τα οποία παρέχουν τη δυνατότητα διατήρησης του περιεχομένου, καθώς και της ημερομηνίας και της ώρας της αλληλογραφίας σε σταθερό μέσο.

Ο όρος «σταθερό μέσο» ορίζεται στο άρθρο 2 σημείο 10 της ΟΔΚ ως «κάθε μέσο που επιτρέπει στον καταναλωτή ή στον έμπορο να αποθηκεύει πληροφορίες που απευθύνονται προσωπικά σε αυτόν κατά τρόπο προσπελάσιμο για μελλοντική πρόσβαση επί χρονικό διάστημα επαρκές για τους σκοπούς που εξυπηρετούν οι πληροφορίες και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή των αποθηκευμένων πληροφοριών» (βλέπε επίσης τμήμα 4.4).

Για παράδειγμα, όσον αφορά τις εφαρμογές αποστολής μηνυμάτων, ορισμένες από αυτές επιτρέπουν στον αποστολέα, όπως ο έμπορος στο πλαίσιο συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C), να διαγράψει, επίσης από τη συσκευή του παραλήπτη, είτε από προεπιλογή είτε χειροκίνητα, τα μηνύματα που έχει αποστείλει εντός ορισμένου (σύντομου) χρονικού διαστήματος μετά την παράδοσή τους. Κατά συνέπεια, τα εν λόγω μέσα επικοινωνίας δεν παρέχουν ουσιαστικά στον καταναλωτή τη δυνατότητα να αποθηκεύσει το μήνυμα που έλαβε. Ο παραλήπτης μπορεί να είναι σε θέση να αποθηκεύσει ή να δημιουργήσει αντίγραφο ασφαλείας των μηνυμάτων του, αλλά αυτό θα απαιτούσε πρόσθετες τεχνικές δεξιότητες και γνώσεις που δεν μπορούν να αναμείνουν από τον μέσο καταναλωτή. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να αξιολογείται χωριστά κάθε εφαρμογή αποστολής μηνυμάτων προκειμένου να διαπιστωθεί αν συμμορφώνεται με τα καθορισμένα κριτήρια, λαμβανομένης επίσης υπόψη της συνεχούς εξέλιξης των εν λόγω εφαρμογών.

Το Δικαστήριο επισήμανε συγκεκριμένα στην υπόθεση C-649/17 Amazon EU ότι η δυνατότητα του καταναλωτή να επικοινωνήσει με τον έμπορο γρήγορα και αποτελεσματικά έχει θεμελιώδη σημασία για τη διαφύλαξη και την αποτελεσματική εφαρμογή των δικαιωμάτων του <sup>(80)</sup>. Κατά συνέπεια, κάθε μέσο επικοινωνίας που χρησιμοποιεί ο έμπορος πρέπει να είναι ικανό να πληροί τα κριτήρια της γρήγορης και αποτελεσματικής επικοινωνίας.

Με την απόφαση αυτή, το Δικαστήριο επιβεβαίωσε ότι το άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο γ), **δεν απαγορεύει τη χρήση από τον έμπορο άλλων μέσων επικοινωνίας που διασφαλίζουν τη γρήγορη και αποτελεσματική επικοινωνία**, πέραν όσων απαριθμούνται στη διάταξη <sup>(81)</sup>.

Η ερμηνεία αυτή εξακολουθεί να ισχύει και μετά τις τροποποιήσεις που εισήγαγε η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161. Μολονότι ο έμπορος οφείλει να ενημερώνει τον καταναλωτή, πριν από τη σύναψη της σύμβασης, σχετικά με τα μέσα επικοινωνίας που απαριθμούνται και πληρούν τα κριτήρια που ορίζονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο γ), **ο έμπορος δεν εμποδίζεται να διαθέσει και εναλλακτικά μέσα επικοινωνίας**. Αυτά μπορεί να είναι, για παράδειγμα, αυτοματοποιημένοι βοηθοί φωνής ή μέσα επιγραμμικής γραπτής επικοινωνίας (διαλογικά ρομπότ) που δεν έχουν τα χαρακτηριστικά που ορίζονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο γ). Οι γενικοί κανόνες της ΟΑΕΠ θα εφαρμόζονται σε αυτά τα πρόσθετα μέσα. Ειδικότερα, οι έμποροι θα πρέπει να ενημερώνουν με σαφή τρόπο και εγκαίρως τους καταναλωτές για το αν αυτά τα εναλλακτικά μέσα δίνουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να παρακολουθούν τη γραπτή επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της ημερομηνίας και της ώρας.

Ο έμπορος πρέπει επίσης να διασφαλίζει ότι κάθε επιγραμμικό μέσο επικοινωνίας, για το οποίο ο καταναλωτής έχει ενημερωθεί πριν από τη σύναψη της σύμβασης (και κατά την επιβεβαίωση της σύμβασης) σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο γ), είναι εύκολα προσβάσιμο στη διεπαφή του εμπόρου. Τυχόν πρόσθετα μέσα επικοινωνίας δεν θα πρέπει να παρουσιάζονται και να προωθούνται κατά τρόπο που καθιστά δύσκολη, για τους καταναλωτές, την πρόσβαση και τη χρήση των μέσων επικοινωνίας που παρέχονται σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο γ).

Ο σκοπός της παροχής μέσων επικοινωνίας είναι ο καταναλωτής να μπορεί να επικοινωνήσει με τον έμπορο γρήγορα και αποτελεσματικά. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να γίνουν ρυθμίσεις για να εξασφαλιστεί, για παράδειγμα, ότι οι τηλεφωνικές κλήσεις θα απαντώνται κατά τη διάρκεια των ωρών γραφείου και ότι τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου θα απαντώνται αμέσως.

### 3.2.2.3. Τόπος εγκατάστασης

Η έννοια της «εγκατάστασης» σε αυτήν την υποχρέωση ενημέρωσης είναι η ίδια με εκείνη που χρησιμοποιείται, για παράδειγμα, στην οδηγία 2006/123/ΕΚ για τις υπηρεσίες, όπου ορίζεται (άρθρο 4) ως «η πραγματική άσκηση οικονομικής δραστηριότητας, κατά το άρθρο 43 της συνθήκης, από τον πάροχο για αόριστο χρονικό διάστημα και με τη δημιουργία σταθερής εγκατάστασης, από την οποία διεξάγεται όντως η επιχειρηματική δραστηριότητα της παροχής υπηρεσιών». Η αιτιολογική σκέψη 37 της εν λόγω οδηγίας εξηγεί ότι «[α]ν υπάρχουν περισσότεροι του ενός τόποι εγκατάστασης του ίδιου φορέα, είναι σημαντικό να προσδιοριστεί από ποιον τόπο εγκατάσταση παρέχεται η εν λόγω υπηρεσία [...]».

Η ίδια προσέγγιση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προσδιοριστεί ο τόπος του οποίου η γεωγραφική διεύθυνση θα πρέπει να αναφέρεται δυνάμει της παρούσας οδηγίας. Δεδομένου ότι είναι υποχρεωτική η αναφορά των πληροφοριών σχετικά με τη «γεωγραφική» διεύθυνση, θα πρέπει να αναφέρεται μια φυσική τοποθεσία:

— Για παράδειγμα, δεν αρκεί να αναφέρεται απλώς ο αριθμός ταχυδρομικής θυρίδας ως διεύθυνση του εμπόρου.

<sup>(80)</sup> C-649/17, Amazon EU, ECLI:EU:C:2019:576, σκέψη 41.

<sup>(81)</sup> Ό.π., σκέψη 52.

#### 3.2.2.4. Εμπορική έδρα

Ως «εμπορική έδρα» νοείται ο τόπος στον οποίο λαμβάνονται οι ουσιώδεις αποφάσεις σχετικά με τη γενική διεύθυνση του εμπόρου και όπου ασκούνται τα καθήκοντα της κεντρικής διοίκησής του. Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει, για παράδειγμα, από την απόφαση του Δικαστηρίου στην υπόθεση C-73/06 Planzer:

«Ο προσδιορισμός του τόπου της έδρας της οικονομικής δραστηριότητας μιας εταιρείας συνεπάγεται τη συνεκτίμηση δέσμης παραγόντων, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται πρωτίστως η καταστατική έδρα, ο τόπος της κεντρικής διοικήσεως, ο τόπος συνεδριάσεως των διαχειριστών της εταιρείας και εκείνος, συνήθως ο ίδιος, όπου αποφασίζεται η γενική πολιτική της εταιρείας αυτής. Άλλα στοιχεία, όπως η κατοικία των κύριων διαχειριστών, ο τόπος όπου συνέρχονται οι γενικές συνελεύσεις, η τήρηση των διοικητικών και λογιστικών εγγράφων καθώς και η κύρια διενέργεια των οικονομικών δραστηριοτήτων, ειδικότερα τραπεζικών, μπορούν επίσης να ληφθούν υπόψη.»<sup>(82)</sup>.

#### 3.2.3. Τιμή

##### Άρθρο 5 παράγραφος 1

γ) τη συνολική τιμή των αγαθών ή των υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ή αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή και, κατά περίπτωση, όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις·

##### Άρθρο 6 παράγραφος 1

ε) τη συνολική τιμή των αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ή αν, λόγω της φύσεως των αγαθών ή των υπηρεσιών, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να υπολογιστεί η τιμή, καθώς και, όπου ενδείκνυται, όλες τις πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου και κάθε άλλη δαπάνη ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις δεν μπορούν ευλόγως να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις. **Σε περίπτωση σύμβασης αορίστου χρόνου ή σύμβασης που περιλαμβάνει συνδρομή, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης. Εάν οι συμβάσεις αυτές επιβαρύνονται με σταθερή τιμή, η συνολική τιμή σημαίνει επίσης τη συνολική μηνιαία δαπάνη.** Εάν η συνολική δαπάνη δεν μπορεί ευλόγως να υπολογιστεί εκ των προτέρων, περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η τιμή πρόκειται να υπολογιστεί·

Τα υπογραμμισμένα σημεία του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ε) αποτελούν τις συμπληρωματικές υποχρεώσεις ενημέρωσης που εφαρμόζονται μόνο σε εξ αποστάσεως/εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις σε σχέση με εκείνες του άρθρου 5 παράγραφος 1 στοιχείο γ) για εντός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις. Ειδικότερα, για τις εξ αποστάσεως/εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις απαιτείται ειδική ενημέρωση για **τις συνδρομές και τις συμβάσεις αορίστου χρόνου**.

Εάν το προϊόν (ή ένα από τα προϊόντα) που παρέχεται στο πλαίσιο σύμβασης αορίστου χρόνου ή με συνδρομή χρεώνεται με ένα σταθερό ποσό, θα πρέπει να παρέχονται πληροφορίες σχετικά με τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης **και** για τη συνολική μηνιαία δαπάνη.

— Για παράδειγμα, οι συνδρομές σε υπηρεσίες διαδικτύου ή οπτικοακουστικών μέσων χρεώνονται συνήθως με σταθερό ποσό ανά μήνα/δίμηνο/τρίμηνο, ανεξάρτητα από τη χρήση. Ως εκ τούτου, η μηνιαία δαπάνη και, σε περίπτωση διαφορετικής περιόδου τιμολόγησης, η δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης θα πρέπει να αναφέρεται στον καταναλωτή που επιθυμεί να συνάψει μια συνδρομή μέσω διαδικτύου ή εκτός εμπορικού καταστήματος.

Αν μια σύμβαση καλύπτει ή περιλαμβάνει ένα προϊόν η συνολική δαπάνη του οποίου δεν μπορεί να υπολογιστεί εκ των προτέρων, ο έμπορος θα πρέπει να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με τον τρόπο υπολογισμού των μεταβλητών δαπανών:

— Για παράδειγμα, για τις υπηρεσίες φωνητικής τηλεφωνίας, το κόστος των οποίων εξαρτάται από την πραγματική χρήση, ο έμπορος θα πρέπει να παραπέμπει τον καταναλωτή σε έναν λεπτομερή κατάλογο τιμών για τις τηλεφωνικές κλήσεις<sup>(83)</sup>.

<sup>(82)</sup> C-73/06, Planzer, ECLI:EU:C:2007:397, σκέψη 61.

<sup>(83)</sup> Για τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, βλέπε επίσης το άρθρο 102 παράγραφος 1 και το παράρτημα VIII της οδηγίας 2018/1972 (Ευρωπαϊκός Κώδικας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών), καθώς και το υπόδειγμα συνοπτικής σύμβασης και τις λεπτομερείς του σχετικά με την τιμή των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όπως προβλέπεται στον εκτελεστικό κανονισμό (ΕΕ) 2019/2243.

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 6 για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, οι καταναλωτές δεν πρέπει να χρεώνονται με οποιοδήποτε πρόσθετες επιβαρύνσεις ή άλλες δαπάνες για τις οποίες δεν έχουν ενημερωθεί από τον έμπορο. Αυτό αντικατοπτρίζει την υποχρέωση του εμπόρου να ενημερώνει τον καταναλωτή για την πλήρη τιμή, συμπεριλαμβανομένων όλων των εφαρμοστέων φόρων, δασμών και πρόσθετων επιβαρύνσεων, ιδίως τυχόν ΦΠΑ κατά την εισαγωγή, τελωνειακών δασμών, εκτελωνισμού κ.λπ. που εφαρμόζονται σε αγορές από εμπόρους τρίτων χωρών <sup>(84)</sup>.

Όταν το ψηφιακό προϊόν ή η ψηφιακή υπηρεσία περιλαμβάνει **προαιρετικές πρόσθετες και ενσωματωμένες αγορές**, ο καταναλωτής θα πρέπει να ενημερώνεται δεόντως ότι ενδέχεται να προσφέρονται τέτοιου είδους πρόσθετες δυνατότητες αγορών, προτού προβεί στην απόκτηση του ψηφιακού προϊόντος. Η υποχρέωση αυτή μπορεί να ισχύει, για παράδειγμα, για:

- εφαρμογές που περιλαμβάνουν αγορές εντός της εφαρμογής (in-app), όπως προσθήκες (add-ons) ή επιπλέον επίπεδα σε ένα βιντεοπαιχνίδι·
- συνδρομές σε υπηρεσίες οπτικοακουστικού περιεχομένου που περιλαμβάνουν προαιρετικό περιεχόμενο πληρωμής ανά θέαμα (ταινίες) που προσφέρονται έναντι πληρωμής επιπλέον ποσού.

### 3.2.4. Παράδοση και εκτέλεση της σύμβασης

Άρθρο 5 παράγραφος 1

δ) κατά περίπτωση, τις ρυθμίσεις για την πληρωμή, την παράδοση, την εκτέλεση, την προθεσμία εντός της οποίας ο έμπορος αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει την υπηρεσία και την πολιτική που εφαρμόζει ο έμπορος για την αντιμετώπιση των παραπόνων·

Άρθρο 6 παράγραφος 1

ζ) τις ρυθμίσεις για την πληρωμή, την παράδοση, την εκτέλεση, την προθεσμία εντός της οποίας ο έμπορος αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει την υπηρεσία και, κατά περίπτωση, την πολιτική που εφαρμόζει ο έμπορος για την αντιμετώπιση των παραπόνων·

Η εν λόγω απαίτηση ενημέρωσης είναι παρόμοια για τις εντός και εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις με την εξαίρεση ότι για τις **συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος**, θα πρέπει να παρέχονται όλες οι σχετικές πληροφορίες μόνο «κατά περίπτωση», ενώ για τις εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις θα πρέπει να παρέχονται σε όλες τις περιπτώσεις, εκτός από τις πληροφορίες σχετικά με την πολιτική που εφαρμόζει ο έμπορος για την αντιμετώπιση των παραπόνων, οι οποίες απαιτούνται μόνο «κατά περίπτωση».

Η εν λόγω απαίτηση ενημέρωσης είναι παρόμοια με εκείνη του άρθρου 7 παράγραφος 4 στοιχείο δ) της ΟΑΕΠ. Ωστόσο, σύμφωνα με την ΟΑΕΠ, οι πληροφορίες σχετικά με τους όρους πληρωμής, παράδοσης και εκτέλεσης πρέπει να παρέχονται στην πρόσκληση για αγορά μόνο όταν είναι δυσμενείς για τον καταναλωτή συγκρινόμενες με τις δέουσες πρακτικές της αγοράς.

Ο έμπορος εκπληρώνει επίσης τις απαιτήσεις του άρθρου 5 παράγραφος 1 στοιχείο δ) ή του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ζ) σχετικά με τον χρόνο παράδοσης ή εκτέλεσης, αν αναφέρεται **διάστημα (όπως «10 ημέρες» ή «δύο εβδομάδες») από τη σύναψη της σύμβασης** (υποβολή της παραγγελίας από τον καταναλωτή). Ο έμπορος δεν είναι απαραίτητο να αναφέρει μια συγκεκριμένη ημερομηνία, καθώς αυτό μπορεί να μην είναι πάντα πρακτικά δυνατό.

Για τις **συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος**, η υποχρέωση ενημέρωσης σχετικά με τον χρόνο εντός του οποίου ο έμπορος αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραδώσει τα αγαθά ή να εκτελέσει την υπηρεσία δεν ισχύουν **αν η παράδοση ή η εκτέλεση πραγματοποιείται αμέσως**.

Για τις **συμβάσεις πώλησης εντός εμπορικού καταστήματος**, η υποχρέωση αναφοράς του χρόνου παράδοσης «κατά περίπτωση» θα πρέπει να ερμηνεύεται επίσης υπό το πρίσμα του άρθρου 18. Συγκεκριμένα, ο έμπορος δεν υποχρεούται να ενημερώσει σχετικά με τον χρόνο παράδοσης των αγαθών, αν προτίθεται να τα παραδώσει εντός της **προκαθορισμένης προθεσμίας των 30 ημερών που ορίζεται στο άρθρο 18**. Αυτό δεν εμποδίζει ασφαλώς τον έμπορο να ανακοινώσει στον καταναλωτή (διαφορετικό) χρόνο παράδοσης ή τον έμπορο και τον καταναλωτή να συμφωνήσουν διαφορετική ημερομηνία. Η συμφωνηθείσα ημερομηνία θα αποτελέσει, στη συνέχεια, τον «συμφωνημένο» χρόνο παράδοσης, όπως αναφέρεται στο άρθρο 18 (βλέπε επίσης τμήμα 6 σχετικά με την παράδοση).

Το άρθρο 7 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/644 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(85)</sup> σχετικά με τις υπηρεσίες **διασυνοριακής παράδοσης δεμάτων**, όλοι οι έμποροι που συνάπτουν συμβάσεις πώλησης με καταναλωτές οι οποίες περιλαμβάνουν την αποστολή διασυνοριακών δεμάτων καθιστούν διαθέσιμες κατά το προσυμβατικό στάδιο, όπου αυτό είναι δυνατό και εφαρμόσιμο, πληροφορίες σχετικά με τις επιλογές διασυνοριακής παράδοσης σε σχέση με την ειδική σύμβαση πώλησης και για τα τέλη που καταβάλλονται από τους καταναλωτές για τις διασυνοριακές υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων, καθώς και, κατά περίπτωση, τις πολιτικές τους για την εξέταση καταγγελιών.

<sup>(84)</sup> Για πληροφορίες σχετικά με την αγορά μέσω διαδικτύου αγαθών που προέρχονται από χώρα εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, βλέπε: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/buying-goods-online-coming-non-european-union-country\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/buying-goods-online-coming-non-european-union-country_en).

<sup>(85)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) 2018/644 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 18ης Απριλίου 2018, σχετικά με τις υπηρεσίες διασυνοριακής παράδοσης δεμάτων (ΕΕ L 112 της 2.5.2018, σ. 19).

Όσον αφορά **το επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο και τις ψηφιακές υπηρεσίες**, θα πρέπει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με το άρθρο 5 παράγραφος 1 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο, ο έμπορος πρέπει να τα προμηθεύει στον καταναλωτή **χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση** μετά τη σύναψη της σύμβασης, εκτός εάν συμφωνηθεί διαφορετικά. Ωστόσο, σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3 και το άρθρο 8 παράγραφος 8 της ΟΔΚ σχετικά με τις συμβάσεις για (ψηφιακές) υπηρεσίες (βλέπε τμήμα 5.6) και το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ) της ΟΔΚ σχετικά με τις συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο (βλέπε τμήμα 5.7), ο προμηθευτής θα πρέπει να αποκτή **το προηγούμενο ρητό αίτημα/συγκατάθεση** του καταναλωτή για την παροχή ψηφιακής υπηρεσίας ή επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου πριν από τη λήξη του δικαιώματος υπαναχώρησης. Διαφορετικά, ο καταναλωτής θα μπορούσε να υπαναχωρήσει από τις αντίστοιχες συμβάσεις και θα είχε το δικαίωμα να μην πληρώσει (ή να ζητήσει επιστροφή) για την ψηφιακή υπηρεσία ή το επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο που έλαβε σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 4 της ΟΔΚ (βλέπε τμήμα 5.8).

Επιπλέον, το άρθρο 5 παράγραφος 2 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο διευκρινίζει ότι ο έμπορος έχει συμμορφωθεί με την υποχρέωση προμήθειας όταν:

- α) το ψηφιακό περιεχόμενο ή οποιοδήποτε μέσο που είναι κατάλληλο για την προσπέλαση ή καταφόρτωση ψηφιακού περιεχομένου καθίσταται διαθέσιμο ή προσβάσιμο από τον καταναλωτή ή από τη φυσική ή εικονική εγκατάσταση που έχει επιλέξει ο καταναλωτής για τον σκοπό αυτόν·
- β) η ψηφιακή υπηρεσία καθίσταται διαθέσιμη στον καταναλωτή ή σε φυσική ή εικονική εγκατάσταση που έχει επιλέξει ο καταναλωτής για τον σκοπό αυτόν.

### 3.2.5. Διευθετήσεις πληρωμής

Παραδείγματα **διευθετήσεων πληρωμής**, οι οποίες θα πρέπει να επεξηγούνται με ιδιαίτερη σαφήνεια στον καταναλωτή, είναι:

- η πληρωμή μέσω του λογαριασμού τηλεφώνου του καταναλωτή·
- στις συνδρομητικές συμβάσεις, όπως για επιγραμμικά βιντεοπαιχνίδια, η ρύθμιση με την οποία ο έμπορος χρησιμοποιεί τα στοιχεία σχετικά με τα μέσα πληρωμής (όπως στοιχεία πιστωτικών καρτών) που παρέχονται από τους καταναλωτές κατά τη στιγμή της αρχικής εγγραφής επίσης για τη χρέωση επόμενων αγορών χωρίς να ζητείται από τον καταναλωτή να καταχωρίσει εκ νέου τα στοιχεία αυτά.

Οι πληρωμές υπόκεινται στην οδηγία (ΕΕ) 2015/2366 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(86)</sup> για τις υπηρεσίες πληρωμών (βλέπε επίσης τμήμα 8 σχετικά με το άρθρο 19 για τα έξοδα για χρήση μέσων πληρωμής). Το άρθρο 64 παράγραφος 1 ορίζει ότι «[τ]α κράτη μέλη μεριμνούν ώστε η πράξη πληρωμής να θεωρείται εγκεκριμένη μόνον εάν ο πληρωτής έχει συναινέσει να εκτελεσθεί η πράξη πληρωμής. Η πράξη πληρωμής μπορεί να εγκρίνεται από τον πληρωτή πριν ή, εφόσον έχουν συμφωνήσει ο πληρωτής και ο οικείος του πάροχος υπηρεσιών πληρωμών, μετά την εκτέλεσή της».

Επιπλέον, οι καταναλωτές θα πρέπει να ενημερώνονται σαφώς, εκ των προτέρων και με ευκρινή τρόπο, σχετικά με τις **διευθετήσεις πληρωμής** για τις πρόσθετες αυτές αγορές προτού υπογράψουν για το κύριο ψηφιακό προϊόν στο οποίο προσφέρονται.

Η προεπιλεγμένη ρύθμιση για τις πληρωμές δεν θα πρέπει να επιτρέπει την πραγματοποίηση πρόσθετων αγορών χωρίς τη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή (π.χ. μέσω κωδικού πρόσβασης ή άλλων κατάλληλων μέσων). Όσον αφορά τις αγορές εντός της εφαρμογής, όταν το σύστημα προβλέπει ορισμένο χρονικό διάστημα για την εγκυρότητα της συναλλαγής (π.χ. 15 λεπτά), οι έμποροι δεν θα πρέπει να εφαρμόζουν αυτόματα προεπιλεγμένες ρυθμίσεις, αλλά θα πρέπει να ζητούν τη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και σε σχέση με τη διάρκεια ισχύος <sup>(87)</sup>.

### 3.2.6. Εγγυήσεις και εξυπηρέτηση μετά την πώληση

Άρθρο 5 παράγραφος 1

ε) επιπλέον της υπενθύμισης περί ύπαρξης της νομικής εγγύησης για τη συμμόρφωση αγαθών, ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών, την υπενθύμιση περί ύπαρξης εξυπηρέτησης μετά την πώληση και, κατά περίπτωση, εμπορικών εγγυήσεων, μαζί με τους σχετικούς όρους εφαρμογής·

Άρθρο 6 παράγραφος 1

ιβ) υπενθύμιση της ύπαρξης νομικής εγγύησης για τη συμμόρφωση των αγαθών, του ψηφιακού περιεχομένου και των ψηφιακών υπηρεσιών·

ιγ) κατά περίπτωση, την ύπαρξη και τους όρους εφαρμογής υπηρεσιών υποστήριξης του πελάτη μετά την πώληση, εξυπηρέτησης μετά την πώληση και εμπορικών εγγυήσεων·

<sup>(86)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2015/2366 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Νοεμβρίου 2015, σχετικά με υπηρεσίες πληρωμών στην εσωτερική αγορά, την τροποποίηση των οδηγιών 2002/65/ΕΚ, 2009/110/ΕΚ και 2013/36/ΕΕ και του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1093/2010 και την κατάργηση της οδηγίας 2007/64/ΕΚ (ΕΕ L 337 της 23.12.2015, σ. 35).

<sup>(87)</sup> Βλέπε δελτίο τύπου IP/14/187 της 27ης Φεβρουαρίου 2014 και την κοινή θέση των εθνικών αρχών επιβολής για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά «αγορές εντός εφαρμογής» για επιγραμμικά παιχνίδια, που είναι διαθέσιμα στη διεύθυνση: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP\\_14\\_187](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_14_187) και [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/common-position\\_of\\_national\\_authorities\\_within\\_cpc\\_2013\\_en\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/common-position_of_national_authorities_within_cpc_2013_en_0.pdf).



Παρά το γεγονός ότι παρουσιάζονται λίγο διαφορετικά, οι συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος και οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις υπόκεινται στις ίδιες σχεδόν απαιτήσεις όσον αφορά την ενημέρωση σχετικά με τη **νομική εγγύηση και την πιθανή εξυπηρέτηση μετά την πώληση**.

Οι ουσιαστικοί κανόνες σχετικά με τη **νομική εγγύηση** καθορίζονται στο άρθρο 10 της οδηγίας για την πώληση αγαθών και στο άρθρο 11 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο. Οι κανόνες αυτοί προβλέπουν:

- στην περίπτωση **αγαθών**, η ευθύνη του πωλητή για την έλλειψη συμμόρφωσης (ελάττωμα) που υπήρχε κατά τον χρόνο της παράδοσης και κατέστη εμφανής εντός δύο ετών από την παράδοση (ή μεγαλύτερης περιόδου ευθύνης, όπως ισχύει βάσει της σχετικής εθνικής νομοθεσίας)·
- στην περίπτωση **ψηφιακού περιεχομένου ή ψηφιακής υπηρεσίας**, η ευθύνη του προμηθευτή για την έλλειψη συμμόρφωσης που υπήρχε κατά τον χρόνο της προμήθειας και καθίσταται προφανής εντός δύο ετών από την προμήθεια (ή μεγαλύτερης περιόδου ευθύνης, όπως ισχύει βάσει της σχετικής εθνικής νομοθεσίας), όταν παρέχεται με μία μόνο πράξη προμήθειας, ή εντός της συμβατικής περιόδου προμήθειας στην περίπτωση ψηφιακού περιεχομένου ή ψηφιακής υπηρεσίας που παρέχεται αδιαλείπτως.

Το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιβ) της ΟΔΚ χρησιμοποιεί τον όρο «υπενθύμηση της ύπαρξης» και, ως εκ τούτου, δεν είναι αναγκαίο να παρασχεθούν λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τη νομική εγγύηση. Ωστόσο, για να συμμορφωθεί με τις απαιτήσεις ενημέρωσης, ο έμπορος πρέπει τουλάχιστον να ενημερώσει τους καταναλωτές ότι υπάρχει νομική εγγύηση και να αναφέρει τη διάρκειά της.

Καταρχήν, η οδηγία για την πώληση αγαθών και η οδηγία για το ψηφιακό περιεχόμενο εναρμονίζουν πλήρως τους κανόνες στο πεδίο εφαρμογής τους. Μόνο σε ορισμένες πτυχές, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν ισχυρότερη προστασία των καταναλωτών, ειδικότερα, μεγαλύτερες περιόδους ευθύνης <sup>(88)</sup>.

Οι έμποροι, ιδίως οι διασυνοριακοί επιγραμμικοί έμποροι, μπορούν να στοχεύουν, με τις προσφορές τους, στις αγορές αρκετών κρατών μελών χωρίς να προσαρμόζουν τις πληροφορίες για κάθε στοχευμένη αγορά. Ως εκ τούτου, για να καλύψουν τις πιθανές διαφορές στις εθνικές νομικές απαιτήσεις, οι εν λόγω έμποροι θα πρέπει επίσης να αναγνωρίσουν τους ενδεχόμενους αυστηρότερους κανόνες που ενδέχεται να υπάρχουν σε διάφορα κράτη μέλη στα οποία στοχεύουν. Ειδικότερα, θα πρέπει να αναφέρονται στο γεγονός ότι **τα δύο έτη είναι η ελάχιστη διάρκεια της νομικής εγγύησης και ότι το εθνικό δίκαιο της χώρας διαμονής του καταναλωτή μπορεί να προβλέπει ισχυρότερα δικαιώματα των καταναλωτών**.

Εκτός από την υπενθύμιση της νομικής εγγύησης, ο έμπορος που παρέχει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες πρέπει επίσης να παρέχει πληροφορίες σχετικά με τυχόν **οφέλη μετά την πώληση** που παρέχονται οικειοθελώς από τον προμηθευτή των αγαθών ή των υπηρεσιών ή άλλους σχετικούς εμπόρους, όπως ο κατασκευαστής των αγαθών.

Πληροφορίες σχετικά με την ύπαρξη και τους όρους εφαρμογής **υπηρεσιών υποστήριξης του πελάτη μετά την πώληση, υπηρεσιών εξυπηρέτησης μετά την πώληση και/ή εμπορικών εγγυήσεων** πρέπει να παρέχονται μόνο εάν αυτά τα πρόσθετα οφέλη προσφέρονται πράγματι.

Η **εμπορική εγγύηση** ορίζεται ευρέως στο άρθρο 2 σημείο 14 της οδηγίας ως ανάληψη της υποχρέωσης για επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος ή για αντικατάσταση, επισκευή ή συντήρηση αγαθών σε περίπτωση που αυτά δεν συμμορφώνονται ή δεν ικανοποιούν άλλες απαιτήσεις. Δεν υπάρχουν ορισμοί για τις άλλες μορφές οφελών. Στην πράξη, το ίδιο είδος οφέλους θα μπορούσε να διατεθεί στην αγορά με διαφορετικές ονομασίες από διαφορετικούς εμπόρους.

Η οδηγία για την πώληση αγαθών καθιστά νομικά δεσμευτική —για τον εκδότη της εγγύησης— την εμπορική εγγύηση, την οποία μπορεί να παράσχει ο πωλητής ή άλλο συμβαλλόμενο μέρος, όπως ο κατασκευαστής. Παρά ταύτα, τα δικαιώματα των καταναλωτών στο πλαίσιο της εμπορικής εγγύησης καθορίζονται συμβατικά και, ως εκ τούτου, θα διαφέρουν από τον έναν έμπορο στον άλλο ή ακόμη και για διαφορετικά προϊόντα που προσφέρονται από τον ίδιο έμπορο <sup>(89)</sup>. Όταν, σύμφωνα με το άρθρο 17 της οδηγίας για την πώληση αγαθών, ο παραγωγός εκδίδει «**εμπορική εγγύηση όσον αφορά την ανθεκτικότητα**» για ορισμένο χρονικό διάστημα, ο καταναλωτής έχει δικαίωμα επισκευής και αντικατάστασης, όπως ορίζεται στην οδηγία για την πώληση αγαθών.

Οι πληροφορίες σχετικά με τα εν λόγω οφέλη μετά την πώληση θα πρέπει ιδίως να εξηγούν πού θα παρασχεθεί η υπηρεσία και ποιος αναλαμβάνει το κόστος μεταφοράς (κατά περίπτωση). Η εσφαλμένη ή παραπλανητική πληροφόρηση σχετικά με τα οφέλη μετά την πώληση μπορεί να ισοδυναμεί με παραπλανητική πρακτική βάσει της ΟΑΕΠ. Η ΟΑΕΠ απαγορεύει την «παρουσίαση των δικαιωμάτων που παρέχει ο νόμος στον καταναλωτή ως ειδικό χαρακτηριστικό της προσφοράς του εμπορευόμενου» [βλέπε άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ζ) και το σημείο 10 του παραρτήματος Ι] <sup>(90)</sup>.

<sup>(88)</sup> Βλέπε, για παράδειγμα, το άρθρο 11 παράγραφος 2 δεύτερο εδάφιο της οδηγίας για την πώληση αγαθών.

<sup>(89)</sup> Σύμφωνα με το άρθρο 17 παράγραφος 1 της οδηγίας για την πώληση αγαθών, κάθε εμπορική εγγύηση είναι δεσμευτική για τον εγγυητή υπό τις προϋποθέσεις που ορίζονται στη δήλωση εμπορικής εγγύησης και στη σχετική διαφήμιση που υπήρχε κατά τον χρόνο σύναψης της σύμβασης πώλησης ή πριν από αυτή.

<sup>(90)</sup> Ο βαθμός στον οποίο ο έμπορος πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή σχετικά με την εμπορική εγγύηση που παρέχεται από τρίτον (κατασκευαστή) αποτελεί αντικείμενο της εκκρεμούσας υπόθεσης C-179/21, *Victorinox*.

## 3.2.7. Διάρκεια και λήξη της σύμβασης

Άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο στ) και άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιε)  
 τη διάρκεια της σύμβασης, κατά περίπτωση, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τη λήξη της σύμβασης·  
 Άρθρο 6 παράγραφος 1  
 ιστ) κατά περίπτωση, την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης·

Οι πληροφορίες σχετικά με τους όρους για τη λήξη μιας σύμβασης αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης (απαιτείται τόσο για τις συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος όσο και για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος/εξ αποστάσεως συμβάσεις) θα πρέπει να περιλαμβάνουν ιδίως πληροφορίες σχετικά με:

- τις ισχύουσες χρεώσεις·
- τις διαδικασίες λήξης, ιδίως την περίοδο προειδοποίησης και τα μέσα με τα οποία θα πρέπει να κοινοποιηθεί η λήξη (π.χ., ηλεκτρονικό μήνυμα ή ταχυδρομική διεύθυνση).

Για τις **εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις**, το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιστ) απαιτεί επιπλέον πληροφορίες σχετικά με την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή, δηλαδή, το ελάχιστο χρονικό διάστημα πληρωμής για το οποίο δεσμεύεται ο καταναλωτής με βάση τους όρους και τις προϋποθέσεις που ορίζει ο έμπορος:

- Για παράδειγμα, ένα συμβόλαιο κινητής τηλεφωνίας 24 μηνών μπορεί να περιλαμβάνει μια ελάχιστη περίοδο υποχρεωτικής καταβολής 6 μηνών σε περίπτωση πρόωρης λήξης <sup>(91)</sup>.

Οποιαδήποτε τέτοια ελάχιστη περίοδος κατά την οποία δεν επιτρέπεται η λήξη της σύμβασης, θα πρέπει να αντιμετωπίζεται επίσης ως μία από τις **σημαντικότερες προϋποθέσεις για τη λήξη της σύμβασης** αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης κατά την έννοια του άρθρου 5 παράγραφος 1 στοιχείο στ). Ως εκ τούτου, θα πρέπει να παρέχονται πληροφορίες σχετικά με την ελάχιστη διάρκεια και για τις συμβάσεις αορίστου χρόνου και αυτόματης παράτασης, οι οποίες συνάπτονται εντός εμπορικού καταστήματος και υπόκεινται στο άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο στ).

Η οδηγία καθορίζει μόνο τις απαιτήσεις ενημέρωσης σχετικά με τη λήξη και την παράταση των συμβάσεων. Η εκτίμηση του δικαιού χαρακτήρα των αντίστοιχων συμβατικών ρητρών υπόκειται στην οδηγία 93/13/ΕΟΚ για τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων <sup>(92)</sup>. Ειδικοί κανόνες σχετικά με τη διάρκεια, την παράταση και τη λύση των συμβάσεων μπορούν να καθοριστούν στη σχετική τομεακή νομοθεσία της ΕΕ <sup>(93)</sup>.

## 3.2.8. Δυνατότητες λειτουργίας, συμβατότητα και διαλειτουργικότητα

Σύμφωνα με τις τροποποιήσεις που εισήγαγε η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161, οι έμποροι που προσφέρουν αγαθά με ψηφιακά στοιχεία («έξυπνες» συσκευές), ψηφιακό περιεχόμενο και ψηφιακές υπηρεσίες πρέπει να ενημερώνουν επίσης τον καταναλωτή σχετικά με τις **δυνατότητες λειτουργίας, τη συμβατότητα και τη διαλειτουργικότητά** τους. Οι αντίστοιχες απαιτήσεις ορίζονται με πανομοιότυπους όρους στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχεία ιη) και ιθ) για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις και στο άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχεία ζ) και η) για τις συμβάσεις εντός εμπορικού καταστήματος.

Άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο ζ) και άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιη)  
 κατά περίπτωση, τις δυνατότητες λειτουργίας, μαζί με τα ισχύοντα τεχνικά μέτρα προστασίας, των αγαθών με ψηφιακά στοιχεία, του ψηφιακού περιεχομένου και των ψηφιακών υπηρεσιών·  
 Άρθρο 5 παράγραφος 1 στοιχείο η) και άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιθ)  
 κατά περίπτωση, κάθε αξιολογία συμβατότητα και διαλειτουργικότητα αγαθών με ψηφιακά στοιχεία, ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών της οποίας ο έμπορος έχει γνώση ή ευλόγως αναμένεται να έχει γνώση·

Οι έννοιες της δυνατότητας λειτουργίας, της συμβατότητας και της διαλειτουργικότητας ορίζονται στο άρθρο 2 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο.

<sup>(91)</sup> Βλέπε άρθρο 105 παράγραφος 1 και άρθρο 107 του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών.

<sup>(92)</sup> Βλέπε επίσης την ανακοίνωση της Επιτροπής «Κατευθυντήριες γραμμές για την ερμηνεία και την εφαρμογή της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές» (ΕΕ C 323 της 27.9.2019, σ. 4).

<sup>(93)</sup> Για παράδειγμα, στα άρθρα 105 και 107 της οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972 (Ευρωπαϊκός Κώδικας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών) όσον αφορά τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Τα «αγαθά με ψηφιακά στοιχεία» (δηλαδή «έξυπνες» συσκευές) αποτελούν υποκατηγορία στον επικαιροποιημένο ορισμό των «αγαθών» στην οδηγία για τις πωλήσεις αγαθών, η οποία εφαρμόζεται επίσης στο πλαίσιο της ΟΔΚ. Η αιτιολογική σκέψη 14 της οδηγίας για την πώληση αγαθών εξηγεί ότι «τα αγαθά με ψηφιακά στοιχεία» ενσωματώνουν ή διασυνδέονται με ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία κατά τρόπο ώστε η απουσία του εν λόγω ψηφιακού περιεχομένου ή της εν λόγω ψηφιακής υπηρεσίας να εμποδίζει τα αγαθά να εκτελούν τις λειτουργίες τους. Το ψηφιακό περιεχόμενο που ενσωματώνεται σε αγαθό ή διασυνδέεται με αυτό μπορεί να είναι οποιαδήποτε δεδομένα που παράγονται ή παρέχονται σε ψηφιακή μορφή, όπως τα λειτουργικά συστήματα, οι εφαρμογές και οποιοδήποτε άλλο λογισμικό. Το ψηφιακό περιεχόμενο μπορεί να είναι προεγκατεστημένο κατά τον χρόνο σύναψης της σύμβασης πώλησης ή, όταν το προβλέπει η σύμβαση, μπορεί να εγκατασταθεί στη συνέχεια. Στις ψηφιακές υπηρεσίες που διασυνδέονται με ένα αγαθό μπορούν να περιλαμβάνονται υπηρεσίες που επιτρέπουν τη δημιουργία, την επεξεργασία ή την αποθήκευση δεδομένων σε ψηφιακή μορφή, ή την πρόσβαση σε αυτά, όπως το λογισμικό ως υπηρεσία που παρέχεται σε περιβάλλον υπολογιστικού νέφους, η συνεχόμενη παροχή δεδομένων κίνησης σε σύστημα πλοήγησης, ή η συνεχής παροχή εξατομικευμένων προγραμμάτων εκγύμνασης στην περίπτωση ενός έξυπνου ρολογιού (smart watch).

Ο έμπορος θα πρέπει να αξιολογεί την ανάγκη παροχής πληροφοριών σχετικά με τα χαρακτηριστικά των αγαθών με ψηφιακά στοιχεία, ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Ο ακόλουθος ενδεικτικός και μη εξαντλητικός κατάλογος στοιχείων, ο οποίος καλύπτει επίσης πτυχές **της δυνατότητας λειτουργίας, της συμβατότητας και της διαλειτουργικότητας**, μπορεί να χρησιμοποιείται ως κατάλογος σημείων ελέγχου όταν αποφασίζεται ποιες πληροφορίες πρέπει να παρέχονται για συγκεκριμένο αγαθό με ψηφιακά στοιχεία, ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία (βλέπε επίσης τμήμα 3.2.1 σχετικά με τις πληροφορίες για τα κύρια χαρακτηριστικά):

- 1) η γλώσσα ή οι γλώσσες της διεπαφής των αγαθών με ψηφιακά στοιχεία, ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία και, εάν διαφέρει, η γλώσσα ή οι γλώσσες τυχόν οδηγιών χρήσης για τη λειτουργία τους·
- 2) η μέθοδος παροχής του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας: π.χ. ροή δεδομένων, μέσω διαδικτύου, μία και μόνη καταφόρτωση, παροχή πρόσβασης για καταφόρτωση εντός ορισμένου χρονικού διαστήματος·
- 3) για αρχεία βίντεο ή ήχου: η διάρκεια αναπαραγωγής του περιεχομένου·
- 4) για αρχεία με δυνατότητα καταφόρτωσης: το είδος και το μέγεθος του αρχείου·
- 5) εάν ο έμπορος ή τρίτος δεσμεύεται ή όχι να συντηρεί ή να ενημερώνει τα αγαθά με ψηφιακά στοιχεία, ψηφιακό περιεχόμενο ή ψηφιακή υπηρεσία·
- 6) προϋποθέσεις που δεν συνδέονται άμεσα με τη διαλειτουργικότητα, όπως:
  - α) παρακολούθηση και/ή εξατομίκευση·
  - β) η ανάγκη σύνδεσης στο διαδίκτυο και οι τεχνικές απαιτήσεις της (όπως ελάχιστη ταχύτητα καταφόρτωσης και αναφόρτωσης)·
  - γ) η ανάγκη εγκατάστασης ειδικού λογισμικού από άλλους χρήστες (π.χ. λογισμικό επικοινωνίας).
- 7) οι περιορισμοί στη χρήση, όπως:
  - α) όρια για το πόσες φορές ή το χρονικό διάστημα στο οποίο ένα ψηφιακό περιεχόμενο ή μια ψηφιακή υπηρεσία μπορεί να προβληθεί, να διαβαστεί ή να χρησιμοποιηθεί·
  - β) όρια επαναχρησιμοποίησης, για σκοπούς όπως η δημιουργία ιδιωτικών αντιγράφων·
  - γ) περιορισμοί με βάση την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται η συσκευή του καταναλωτή·
  - δ) οποιοδήποτε δυνατότητες λειτουργίας που εξαρτώνται από πρόσθετες αγορές, όπως περιεχόμενο επί πληρωμή, εγγραφή μέλους σε λέσχες ή πρόσθετο υλικό ή λογισμικό.
- 8) οι συσκευές με τις οποίες το ψηφιακό περιεχόμενο ή η ψηφιακή υπηρεσία μπορούν να χρησιμοποιηθούν και, κατά περίπτωση, το απαραίτητο λειτουργικό σύστημα και πρόσθετο λογισμικό, συμπεριλαμβανομένου του αριθμού έκδοσης, και του υλικού, όπως η ταχύτητα του επεξεργαστή και τα χαρακτηριστικά της κάρτας γραφικών.
- 9) οποιαδήποτε ιδιαιτερότητα που σχετίζεται με τις δυνατότητες λειτουργίας του «Διαδικτύου των πραγμάτων» των αγαθών με ψηφιακά στοιχεία.

### 3.3. Πρόσθετες υποχρεώσεις για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις

#### 3.3.1. Εξατομικευμένη τιμή

Άρθρο 6 παράγραφος 1

εα) κατά περίπτωση, ότι η τιμή εξατομικεύτηκε βάσει αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων·

Η εν λόγω υποχρέωση ενημέρωσης που θεσπίστηκε με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 ισχύει για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις και τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος. Στην πράξη, θα είναι σχετική μόνο για τις συμβάσεις που συνάπτονται επιγραμμικά και επιτρέπουν τη χρήση αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων και κατάρτισης προφίλ της συμπεριφοράς των καταναλωτών για την εξατομίκευση της τιμής για συγκεκριμένους καταναλωτές ή συγκεκριμένες κατηγορίες καταναλωτών.

Όταν οι τεχνικές αυτές χρησιμοποιούνται για την εξατομίκευση της τιμής, οι καταναλωτές θα πρέπει να ενημερώνονται με σαφή και εμφανή τρόπο, ώστε να μπορούν να λαμβάνουν υπόψη τους δυνητικούς κινδύνους κατά την απόφαση αγοράς τους.

Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 45 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161, «[η] εν λόγω υποχρέωση ενημέρωσης δεν θα πρέπει να ισχύει για τεχνικές όπως η “δυναμική” τιμολόγηση ή η τιμολόγηση “σε πραγματικό χρόνο” οι οποίες συνεπάγονται τη διαφοροποίηση της τιμής με πολύ ευέλικτο και γρήγορο τρόπο ως ανταπόκριση στις απαιτήσεις της αγοράς, όταν οι εν λόγω τεχνικές δεν συνεπάγονται εξατομίκευση βάσει αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων».

Η δυναμική τιμολόγηση αναφέρεται στη μεταβολή των τιμών λόγω μεταβλητών που δεν σχετίζονται με τον πελάτη, όπως η ώρα της ημέρας, η διαθέσιμη προσφορά, οι τιμές των ανταγωνιστών. Όταν χρησιμοποιείται δυναμική τιμολόγηση χωρίς εξατομίκευση τιμών, διαφορετικοί καταναλωτές ή ομάδες καταναλωτών θα πρέπει να βλέπουν την ίδια τιμή εάν πραγματοποιούν αγορές για το ίδιο προϊόν ταυτόχρονα, ανεξάρτητα από το προφίλ και τα ατομικά χαρακτηριστικά τους.

Οι διαφορές τιμών λόγω των διακυμάνσεων των φόρων ή των εφαρμοστέων επιβαρύνσεων (π.χ. διαφορά στους συντελεστές ΦΠΑ μεταξύ των κρατών μελών) επίσης δεν αποτελούν εξατομικευμένη τιμολόγηση. Ομοίως, οι μειώσεις τιμών που εφαρμόζονται γενικά και δεν στοχεύουν σε συγκεκριμένο άτομο ή ομάδα που επιλέγεται μέσω της αυτοματοποιημένης κατάρτισης προφίλ επίσης δεν εμπίπτουν στην κατηγορία της εξατομικευμένης τιμολόγησης.

Η εξατομικευμένη τιμολόγηση αφορά την προσαρμογή. Οι έμποροι συλλέγουν δεδομένα σχετικά με μεμονωμένους καταναλωτές με τη χρήση της αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων για τη δημιουργία προφίλ συμπεριφοράς των καταναλωτών. Τα δεδομένα σχετικά με το ιστορικό αναζήτησης ή την υπολογιστική συσκευή είναι ορισμένα στοιχεία που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τον προσδιορισμό του προφίλ του καταναλωτή.

Για παράδειγμα, ένας έμπορος που δραστηριοποιείται μέσω του διαδικτύου θα μπορούσε να αυξήσει την τιμή όταν διαπιστώνει αυξημένη επισκεψιμότητα ιστοτόπου ως μορφή δυναμικής τιμολόγησης. Ωστόσο, ο «αριθμός κλικ» του καταναλωτή σε συγκεκριμένη ιστοσελίδα μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί από τον αλγόριθμο για την κατάρτιση του προφίλ συμπεριφοράς του καταναλωτή και την εξατομίκευση της τιμής για τον εν λόγω καταναλωτή.

Η απαίτηση της ΟΔΚ περιορίζεται σε πληροφορίες σχετικά με το γεγονός της εξατομίκευσης. Πρόκειται για πρόσθετη απαίτηση πληροφοριών που θα πρέπει να τηρείται κατά τη στιγμή της προσφοράς της εξατομικευμένης τιμής και η οποία «δεν θίγει τον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679, ο οποίος προβλέπει, μεταξύ άλλων, το δικαίωμα ενός ατόμου να μην υπόκειται σε αυτοματοποιημένη ατομική λήψη αποφάσεων, συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης προφίλ» [αιτιολογική σκέψη 45 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161]. Η εξατομικευμένη τιμολόγηση μπορεί να εμπίπτει στους ειδικούς κανόνες για την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων του άρθρου 22 του ΓΚΠΔ<sup>(94)</sup>. Άλλες απαιτήσεις του ΓΚΠΔ που σχετίζονται με αυτό το πλαίσιο περιλαμβάνουν την απαίτηση για νομική βάση σύμφωνα με το άρθρο 6, καθώς και τις υποχρεώσεις ενημέρωσης βάσει των άρθρων 12 έως 14.

Η παροχή ενημέρωσης σχετικά με την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων στην πολιτική του εμπόρου για την προστασία της ιδιωτικής ζωής δεν επαρκεί για τη συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης σχετικά με την εξατομίκευση των τιμών στο πλαίσιο της ΟΔΚ. Οι πληροφορίες σχετικά με την εξατομίκευση των τιμών θα πρέπει να παρέχονται πριν από κάθε συναλλαγή και όχι απλώς ως μέρος των γενικών πληροφοριών σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τον έμπορο.

#### 3.3.2. Κόστος χρήσης μέσων εξ αποστάσεως επικοινωνίας

Άρθρο 6 παράγραφος 1

στ) το κόστος χρησιμοποίησης του μέσου επικοινωνίας εξ αποστάσεως για τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτό υπολογίζεται με βάση άλλη εκτός των βασικών τιμολογίων·

<sup>(94)</sup> Για περαιτέρω καθοδήγηση, βλέπε ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία των δεδομένων: Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την αυτοματοποιημένη ατομική λήψη αποφάσεων και την κατάρτιση προφίλ για τους σκοπούς του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679.

Η εν λόγω ενημέρωση εφαρμόζεται ειδικότερα σε περιπτώσεις στις οποίες ο έμπορος διαφημίζει έναν αριθμό υπηρεσιών πρόσθετου τέλους που πρέπει να καλέσει ο καταναλωτής για να συνάψει τη σύμβαση για τα προσφερόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες.

### 3.3.3. Κατάθεση χρημάτων και χρηματοοικονομικές εγγυήσεις

Άρθρο 6 παράγραφος 1

ιζ) κατά περίπτωση, την ύπαρξη και τους όρους κατάθεσης χρημάτων ή άλλων χρηματοοικονομικών εγγυήσεων που πρέπει να καταβληθούν ή να παρασχεθούν από τον καταναλωτή όποτε το ζητήσει ο έμπορος·

Η κατάθεση χρημάτων και οι χρηματοοικονομικές εγγυήσεις αποτελούν τυπικούς όρους στις συμβάσεις μίσθωσης βάσει των οποίων κάποιο αντικείμενο αξίας τίθεται στη διάθεσή του καταναλωτή, όπως η ενοικίαση αυτοκινήτου. Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 33: «Ο έμπορος θα πρέπει να υποχρεωθεί να ενημερώνει τον καταναλωτή εκ των προτέρων για τυχόν ρυθμίσεις που έχουν ως αποτέλεσμα να καταβάλλει ο καταναλωτής ένα ποσό στον έμπορο, συμπεριλαμβανομένων των ρυθμίσεων που προβλέπουν την παρακράτηση ενός ποσού στην πιστωτική ή χρεωστική κάρτα του καταναλωτή.».

— Για παράδειγμα, οι πληροφορίες σχετικά με τους όρους της εγγύησης θα πρέπει ειδικότερα να εξηγούν αν το εν λόγω ποσό θα δεσμευτεί από ή θα χρεωθεί στον λογαριασμό του καταναλωτή, καθώς και πότε και υπό ποιες προϋποθέσεις θα αποδεσμευτεί ή θα επιστραφεί στον καταναλωτή.

### 3.3.4. Εξωδικαστικοί μηχανισμοί επανόρθωσης

Άρθρο 6 παράγραφος 1

κ) κατά περίπτωση, τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης, στον οποίο υπάγεται ο έμπορος, καθώς και τους τρόπους πρόσβασης σε αυτόν.

Η ανωτέρω υποχρέωση ενημέρωσης αναφέρεται σε κάθε εξωδικαστικό μηχανισμό υποβολής καταγγελιών και επανόρθωσης στον οποίο υπόκειται ο έμπορος, συμπεριλαμβανομένων μηχανισμών οι οποίοι εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 2013/11/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(95)</sup> για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών (στο εξής: οδηγία ΕΕΚΔ).

Η οδηγία ΕΕΚΔ διασφαλίζει ότι οι κάτοικοι της ΕΕ έχουν πρόσβαση σε μηχανισμούς εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών για την επίλυση των διαφορών τους με εμπόρους εγκατεστημένους στην ΕΕ. Προβλέπει ειδικές απαιτήσεις ποιότητας για τους φορείς και τις διαδικασίες εναλλακτικής επίλυσης διαφορών. Μόνο οι φορείς εναλλακτικής επίλυσης διαφορών που έχουν αξιολογηθεί από τα κράτη μέλη με βάση τις απαιτήσεις αυτές και έχουν κοινοποιηθεί στην Επιτροπή αναγνωρίζονται ως «φορείς ΕΕΔ» βάσει της οδηγίας ΕΕΚΔ.

Η οδηγία ΕΕΚΔ εφαρμόζεται σε εγχώριες και διασυνοριακές διαφορές σχετικά με συμβατικές υποχρεώσεις που απορρέουν από συμβάσεις πώλησης ή συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, ανεξάρτητα από το προϊόν ή την υπηρεσία που αγόρασε ένας καταναλωτής (εξαιρούνται μόνο οι διαφορές που αφορούν την υγεία και την τριτοβάθμια εκπαίδευση <sup>(96)</sup>), από το αν το προϊόν ή η υπηρεσία αγοράστηκε μέσω διαδικτύου ή εκτός διαδικτύου και από το αν ο έμπορος είναι εγκατεστημένος στο κράτος μέλος του καταναλωτή ή σε άλλο κράτος μέλος.

Κατά συνέπεια, όταν ο εξωδικαστικός μηχανισμός για τον οποίο ο έμπορος ενημερώνει τον καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο κ) της ΟΔΚ είναι «φορέας ΕΕΔ», όπως ορίζεται στο άρθρο 4 παράγραφος 1 στοιχείο η) της οδηγίας ΕΕΚΔ, ο έμπορος πρέπει επίσης να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις που ορίζονται στο άρθρο 13 της εν λόγω οδηγίας. Απαιτεί από τους εμπόρους να ενημερώνουν σχετικά με τον φορέα ή τους φορείς ΕΕΔ από τους οποίους καλύπτονται, όταν οι εν λόγω έμποροι δεσμεύονται ή είναι υποχρεωμένοι να χρησιμοποιούν εναλλακτική επίλυση διαφορών για την επίλυση διαφορών με καταναλωτές. Στις πληροφορίες αυτές περιλαμβάνεται η διεύθυνση του ιστοτόπου του αρμόδιου φορέα ή φορέων ΕΕΔ. Σύμφωνα με το άρθρο 13 παράγραφος 2 της οδηγίας ΕΕΚΔ, οι πληροφορίες αναγράφονται με σαφή, ευνόητο και εύκολα προσβάσιμο τρόπο στον ιστοτόπο του εμπόρου, αν υπάρχει, και, αν συντρέχει περίπτωση, στους γενικούς όρους και προϋποθέσεις των συμβάσεων πώλησης ή παροχής υπηρεσιών μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή.

<sup>(95)</sup> Οδηγία 2013/11/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 21ης Μαΐου 2013, για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (οδηγία ΕΕΚΔ), (ΕΕ L 165 της 18.6.2013, σ. 63).

<sup>(96)</sup> Βλέπε άρθρο 2 παράγραφος 2 της οδηγίας ΕΕΚΔ για τις εξαιρέσεις από το πεδίο εφαρμογής της.

Το Δικαστήριο διευκρίνισε συναφώς ότι, υπό το πρίσμα τόσο του άρθρου 13 παράγραφος 2 της οδηγίας ΕΕΚΔ όσο και του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο κ) της ΟΔΚ, δεν αρκεί να λαμβάνει ο καταναλωτής μόνον κατά το χρονικό σημείο σύναψης της σύμβασης με τον έμπορο τις σχετικές με την εναλλακτική επίλυση διαφορών πληροφορίες περί των οποίων γίνεται λόγος στις εν λόγω διατάξεις, είτε με τους γενικούς όρους της σύμβασης είτε με χωριστό σε σχέση με τους εν λόγω γενικούς όρους έγγραφο. Αντίθετα, ο καταναλωτής πρέπει να τις λαμβάνει σε εύθετο χρόνο πριν από τη σύναψη σύμβασης και όχι μόνο στο στάδιο της σύναψης της σύμβασης <sup>(97)</sup>.

Επιπλέον, το άρθρο 14 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 524/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(98)</sup> για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών (κανονισμός για την ΗΕΚΔ) απαιτεί από τους εμπόρους που είναι εγκατεστημένοι στην Ένωση και συμμετέχουν σε επιγραμμικές συμβάσεις πώλησης ή παροχής υπηρεσιών, καθώς και σε επιγραμμικές αγορές που είναι εγκατεστημένες εντός της Ένωσης, να παρέχουν στους ιστοτόπους τους ηλεκτρονικό σύνδεσμο προς την πλατφόρμα ΗΕΚΔ <sup>(99)</sup>.

#### 3.4. Πρόσθετες υποχρεώσεις για τις επιγραμμικές αγορές

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποιεί τόσο την ΟΔΚ όσο και την ΟΑΕΠ, με τη θέσπιση υποχρεώσεων ενημέρωσης για τις «**επιγραμμικές αγορές**». Οι επιγραμμικές αγορές ορίζονται στο άρθρο 2 σημείο 17) της ΟΔΚ <sup>(100)</sup>.

##### Άρθρο 2

17) «**επιγραμμική αγορά**»: υπηρεσία η οποία χρησιμοποιεί λογισμικό, συμπεριλαμβανομένου ιστοτόπου, μέρους ιστοτόπου ή εφαρμογής, το οποίο διαχειρίζεται έμπορος ή άλλος εξ ονόματος του εμπόρου, και η οποία επιτρέπει στους καταναλωτές να συνάπτουν εξ αποστάσεως συμβάσεις με άλλους εμπόρους ή καταναλωτές·

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 πρόσθεσε στην ΟΚΔ ένα νέο άρθρο 6α «Πρόσθετες ειδικές υποχρεώσεις ενημέρωσης για συμβάσεις που συνάπτονται σε επιγραμμικές αγορές».

Το άρθρο 6α αρχίζει με μια γενική ρήτρα που ορίζει απαιτήσεις σχετικά με τη δυνατότητα πρόσβασης στις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται από την επιγραμμική αγορά —οι εν λόγω τυπικές απαιτήσεις αντιστοιχούν στις υφιστάμενες απαιτήσεις του άρθρου 6 παράγραφος 1 και του άρθρου 8 παράγραφος 1 για όλες τις εξ αποστάσεως συμβάσεις:

##### Άρθρο 6α

1. Πρωτόυ ο καταναλωτής δεσμευτεί από εξ αποστάσεως σύμβαση ή οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά σε επιγραμμική αγορά, ο πάροχος της επιγραμμικής αγοράς, με την επιφύλαξη της οδηγίας 2005/29/ΕΚ, παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με τρόπο σαφή και κατανοητό, αλλά και κατάλληλο για τα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως:

Οι ειδικές υποχρεώσεις ενημέρωσης προβλέπονται στο άρθρο 6α παράγραφος 1. Το στοιχείο α) απαιτεί διαφάνεια των παραμέτρων κατάταξης, ενώ οι υποχρεώσεις των στοιχείων β), γ) και δ) απαιτούν πληροφορίες σχετικά με το καθεστώς του άλλου συμβαλλόμενου μέρους, τη δυνατότητα εφαρμογής των δικαιωμάτων των καταναλωτών και το ποιος είναι υπεύθυνος για την εκτέλεση της σύμβασης.

#### 3.4.1. Κριτήρια κατάταξης

##### Άρθρο 6α παράγραφος 1

α) γενικές πληροφορίες, που είναι διαθέσιμες σε ειδικό τμήμα της επιγραμμικής διεπαφής, άμεσα και εύκολα προσβάσιμο από τη σελίδα όπου παρουσιάζονται οι προσφορές, σχετικά με τις βασικές παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη, όπως ορίζεται στο άρθρο 2 παράγραφος 1 στοιχείο ιγ) της οδηγίας 2005/29/ΕΚ, των προσφορών που παρουσιάζονται στον καταναλωτή ως αποτέλεσμα του ερωτήματος αναζήτησης, και τη σχετική σημασία των εν λόγω παραμέτρων έναντι άλλων·

<sup>(97)</sup> C-380/19 Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, EU:C:2020:498, σκέψεις 34 – 35.

<sup>(98)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 524/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 21ης Μαΐου 2013, για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών και για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (κανονισμός για την ΗΕΚΔ) (ΕΕ L 165 της 18.6.2013, σ. 1).

<sup>(99)</sup> <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=EL>.

<sup>(100)</sup> Η πρόταση της Επιτροπής για κανονισμό του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με διεκδικήσιμες και δίκαιες αγορές στον ψηφιακό τομέα, COM(2020) 842 final της 15ης Δεκεμβρίου 2020, 2020/0374(COD), (πράξη για τις ψηφιακές αγορές) προβλέπει πρόσθετες υποχρεώσεις για ορισμένες αγορές τις οποίες διαχειρίζονται οι λεγόμενοι ρυθμιστές της πρόσβασης.

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 πρόσθεσε παρόμοια υποχρέωση ενημέρωσης και στην ΟΑΕΠ, ως νέα παράγραφος 4α στο άρθρο 7 σχετικά με τις παραπλανητικές παραλείψεις. Πρόσθεσε επίσης ένα νέο σημείο 11α στη «μαύρη λίστα» του παραρτήματος Ι της ΟΑΕΠ, το οποίο απαγορεύει τις μη αποκαλυφθείσες διαφημίσεις και την αμειβόμενη προώθηση στα αποτελέσματα αναζήτησης.

Η υποχρέωση που προβλέπεται στην ΟΔΚ ισχύει για τις επιγραμμικές αγορές που επιτρέπουν την άμεση σύναψη συμβάσεων καταναλωτών με τρίτους (τόσο συμβάσεις μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή όσο και συμβάσεις μεταξύ καταναλωτών). Αντίθετα, δεν εφαρμόζεται στα εργαλεία σύγκρισης τιμών και στις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης, όταν δεν ενεργούν ως επιγραμμικές αγορές — οι εν λόγω ενδιάμεσοι φορείς υπόκεινται μόνο στις απαιτήσεις της ΟΑΕΠ.

Η κατάταξη ορίζεται στο άρθρο 2 στοιχείο ιγ) της ΟΑΕΠ ως «η σχετική προβολή που δίδεται σε προϊόντα όπως παρουσιάζονται, οργανώνονται ή κοινοποιούνται από τον έμπορο, ανεξαρτήτως των τεχνολογικών μέσων που χρησιμοποιούνται για την εν λόγω παρουσίαση, οργάνωση ή κοινοποίηση». Ο ίδιος ορισμός ισχύει και στο πλαίσιο της ΟΔΚ.

Η αιτιολογική σκέψη 19 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 εξηγεί περαιτέρω ότι «[...] μεταξύ άλλων όπως προκύπτουν από τη χρήση αλγοριθμικών αλληλουχιών, μηχανισμών αξιολόγησης ή γνωμοδότησης, οπτικών επισημάνσεων ή άλλων μέσων προεκβολής ή συνδυασμών τους».

Η υποχρέωση ενημέρωσης σχετικά με τις παραμέτρους κατάταξης προκύπτει όταν η αγορά παρέχει, μετά από υποβολή ερωτήματος αναζήτησης εκ μέρους του καταναλωτή, αποτελέσματα αναζήτησης που αναφέρονται σε προϊόντα που προσφέρονται από διαφορετικούς εμπόρους ή καταναλωτές που φιλοξενούνται στην αγορά. Αντίθετα, **δεν εφαρμόζεται στην προεπιλεγμένη οργάνωση της επιγραμμικής διεπαφής που εμφανίζεται στον καταναλωτή και η οποία δεν είναι αποτέλεσμα συγκεκριμένου ερωτήματος αναζήτησης στην εν λόγω επιγραμμική διεπαφή.**

Όσον αφορά το περιεχόμενο των πληροφοριών, η αγορά πρέπει να παρέχει «γενικές» πληροφορίες όσον αφορά τις βασικές παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη των προϊόντων και όσον αφορά τη «σχετική σημασία» των εν λόγω παραμέτρων έναντι άλλων.

Σύμφωνα με την αιτιολογική σκέψη 22 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 «[ω]ς παράμετροι που καθορίζουν την κατάταξη νοούνται τυχόν γενικά κριτήρια, διαδικασίες, συγκεκριμένα σήματα που ενσωματώνονται σε αλγόριθμους ή άλλοι μηχανισμοί προσαρμογής ή υποβάθμισης που χρησιμοποιούνται σε σχέση με την κατάταξη».

Οι πληροφορίες σχετικά με την κατάταξη δεν θίγουν την οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(101)</sup> σχετικά με το εμπορικό απόρρητο. Όπως εξηγείται στην υποχρέωση διαφάνειας παράλληλης κατάταξης για όλες τις επιγραμμικές πλατφόρμες και τις επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης που ορίζονται στο άρθρο 5 του κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(102)</sup> (στο εξής: κανονισμός P2B), αυτό σημαίνει ότι η συνεκτίμηση των εμπορικών συμφερόντων των σχετικών παρόχων δεν θα πρέπει ποτέ να οδηγήσει σε άρνηση αποκάλυψης των βασικών παραμέτρων που καθορίζουν την κατάταξη. Ταυτόχρονα, ούτε η οδηγία (ΕΕ) 2016/943 ούτε ο κανονισμός P2B απαιτούν αποκάλυψη της λεπτομερούς λειτουργίας των μηχανισμών κατάταξης των σχετικών παρόχων, συμπεριλαμβανομένων των αλγορίθμων τους <sup>(103)</sup>. Η ίδια προσέγγιση ισχύει και για την απαίτηση ενημέρωσης βάσει της ΟΔΚ.

Η περιγραφή των προεπιλεγμένων παραμέτρων κατάταξης μπορεί να παραμείνει σε γενικό επίπεδο και δεν είναι απαραίτητο να παρουσιάζεται με εξατομικευμένο τρόπο για κάθε επιμέρους ερώτημα αναζήτησης <sup>(104)</sup>. Εκτός από τις γενικές απαιτήσεις όσον αφορά την προσβασιμότητά τους, οι πληροφορίες σχετικά με τις παραμέτρους κατάταξης πρέπει να διατίθενται σε ειδικό τμήμα της επιγραμμικής διεπαφής που είναι άμεσα και εύκολα προσβάσιμο από τη σελίδα στην οποία παρουσιάζονται οι προσφορές <sup>(105)</sup>.

Η υποχρέωση ενημέρωσης ισχύει επίσης όταν ένας έμπορος παρέχει τη δυνατότητα για αναζητήσεις σε επιγραμμική διεπαφή μέσω **φωνητικών εντολών** (μέσω «**ψηφιακών βοηθών**»), και όχι μέσω πληκτρολόγησης. Επίσης, στην περίπτωση αυτή, οι πληροφορίες πρέπει να διαθέσιμες προς ενημέρωση στον ιστότοπο/στην εφαρμογή του εμπόρου σε «ειδικό τμήμα της επιγραμμικής διεπαφής».

Οι κανόνες για τη διαφάνεια της κατάταξης έναντι των καταναλωτών (στην ΟΔΚ και στην ΟΑΕΠ) ορίζουν την «κατάταξη» με ουσιαστικά παρόμοιους όρους με τον κανονισμό P2B. Ο κανονισμός P2B απαιτεί από τις πλατφόρμες να ενημερώνουν τους επιχειρηματικούς τους χρήστες μέσω πληροφοριών στους όρους και στις προϋποθέσεις της πλατφόρμας μεταξύ επιχειρήσεων, ή να καθιστούν διαθέσιμες τις πληροφορίες στο προσυμβατικό στάδιο.

<sup>(101)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2016, περί προστασίας της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί (εμπορικό απόρρητο) από την παράνομη απόκτηση, χρήση και αποκάλυψη τους (ΕΕ L 157 της 15.6.2016, σ. 1).

<sup>(102)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Ιουνίου 2019, για την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης και της διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης (ΕΕ L 186 της 11.7.2019, σ. 57).

<sup>(103)</sup> Βλέπε αιτιολογική σκέψη 23 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 και αιτιολογική σκέψη 27 του κανονισμού P2B.

<sup>(104)</sup> Βλέπε αιτιολογική σκέψη 23 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161.

<sup>(105)</sup> Βλέπε άρθρο 7 παράγραφος 4α της ΟΑΕΠ.

Μολονότι οι αντίστοιχες απαιτήσεις ενημέρωσης είναι παρόμοιες, τα «κοινά» στα οποία απευθύνονται είναι διαφορετικά. Για τον λόγο αυτό, η ΟΔΚ (και η ΟΑΕΠ) απαιτούν μόνο «γενικές» πληροφορίες όσον αφορά τις βασικές παραμέτρους κατάταξης και τη σχετική σημασία τους. Η διαφορά αυτή σε σχέση με τον κανονισμό P2B αντικατοπτρίζει τις ανάγκες ενημέρωσης των **καταναλωτών που απαιτούν συνοπτικές και εύκολα κατανοητές πληροφορίες**. Για τον ίδιο λόγο, οι κανόνες της ΟΔΚ (και της ΟΑΕΠ) επίσης δεν απαιτούν επεξήγηση των «λόγων» για τη σχετική σημασία των βασικών παραμέτρων κατάταξης που απαιτούνται από τον κανονισμό P2B.

Πρακτικά, οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης θα μπορούν να χρησιμοποιούν τις λεπτομερέστερες πληροφορίες που παρέχουν στους επιχειρηματικούς τους χρήστες βάσει του κανονισμού P2B ως βάση για τον σχεδιασμό επεξήγησης των παραμέτρων κατάταξης με γνώμονα τον καταναλωτή. Η Επιτροπή εξέδωσε κατευθυντήριες γραμμές για τη διαφάνεια της κατάταξης σύμφωνα με τον κανονισμό P2B <sup>(106)</sup>. Οι εν λόγω κατευθυντήριες γραμμές αφορούν διάφορα ζητήματα τα οποία είναι επίσης έμμεσα σχετικά με την εφαρμογή των κανόνων της ΟΔΚ και της ΟΑΕΠ σχετικά με τη διαφάνεια της κατάταξης, όπως η έννοια των «βασικών παραμέτρων», η «σχετική προβολή» και η «άμεση και έμμεση αμοιβή».

#### 3.4.2. Ιδιότητα του αντισυμβαλλόμενου μέρους

Άρθρο 6α παράγραφος 1

β) κατά πόσον ο τρίτος που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο είναι έμπορος ή όχι, με βάση τη δήλωση του εν λόγω τρίτου στον πάροχο της επιγραμμικής αγοράς,

Παρόμοια απαίτηση όσον αφορά την ιδιότητα του τρίτου προμηθευτή ορίζεται στο πρόσθετο στοιχείο στ) του άρθρου 7 παράγραφος 4 της ΟΑΕΠ που αφορά την πρόσκληση για αγορά.

Σκοπός της εν λόγω απαίτησης ενημέρωσης ειδικά για τις επιγραμμικές αγορές είναι να διασφαλιστεί ότι οι καταναλωτές γνωρίζουν πάντα από ποιον αγοράζουν ένα αγαθό ή μια υπηρεσία στην επιγραμμική αγορά —είτε από έμπορο είτε από άλλον καταναλωτή. Η εσφαλμένη υπόθεση ότι ο τρίτος προμηθευτής είναι έμπορος μπορεί να προκαλέσει προβλήματα στον καταναλωτή εάν κάτι δεν πάει καλά με την επιγραμμική αγορά (π.χ. μη συμμόρφωση των αγαθών) και εάν αποδειχτεί ότι οι κανόνες προστασίας των καταναλωτών, όπως το δικαίωμα υπαναχώρησης εντός 14 ημερών ή η νομική εγγύηση, στην πραγματικότητα δεν εφαρμόζονται στη σύμβαση.

Και οι δύο διατάξεις της ΟΔΚ και της ΟΑΕΠ διευκρινίζουν ότι οι πληροφορίες σχετικά με την ιδιότητα του τρίτου προμηθευτή θα πρέπει να βασίζονται σε δήλωση του εν λόγω προμηθευτή την οποία η επιγραμμική αγορά διαβιβάζει στη συνέχεια στον καταναλωτή. Ως εκ τούτου, η επιγραμμική αγορά μπορεί να βασίζεται πρωτίστως στη δήλωση που παρέχεται από τον τρίτο προμηθευτή. Η προσέγγιση αυτή συνάδει με την απαγόρευση επιβολής γενικών υποχρεώσεων παρακολούθησης στους επιγραμμικούς ενδιάμεσους φορείς δυνάμει της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο <sup>(107)</sup>, στον βαθμό που οι σχετικές διατάξεις της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο εφαρμόζονται στην επιγραμμική αγορά. Ταυτόχρονα, δεν θίγει τις υποχρεώσεις της αγοράς όσον αφορά το παράνομο περιεχόμενο, όπως η ενέργεια βάσει ανακοίνωσης που ενημερώνει την πλατφόρμα για συγκεκριμένες δόλιες προσφορές εμπόρων <sup>(108)</sup>.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι το άρθρο 6α παράγραφος 1 στοιχείο β) προβλέπει απαίτηση ενημέρωσης για την προώθηση της σαφήνειας όσον αφορά τους καταναλωτές που πραγματοποιούν αγορές σε επιγραμμικές αγορές. Η υπεύθυνη δήλωση αποτελεί καλό δείκτη του νομικού καθεστώτος του προμηθευτή, αλλά δεν αντικαθιστά τον ορισμό του «εμπόρου» που εξακολουθεί να εφαρμόζεται σύμφωνα με τα καθορισμένα κριτήρια. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να γίνει αναφορά στο σημείο 22 της «μαύρης λίστας» του παραρτήματος I της ΟΑΕΠ, το οποίο απαγορεύει στους εμπόρους να προσποιούνται ότι δεν είναι έμποροι. Η απαγόρευση αυτή ισχύει για κάθε εσφαλμένη ή ανακριβή δήλωση ότι δεν είναι έμποροι βάσει του νέου αυτού κανόνα ενημέρωσης.

#### 3.4.3. Πληροφορίες σχετικά με τη μη εφαρμογή του δικαίου της ΕΕ για τους καταναλωτές

Το άρθρο 6α παράγραφος 1 στοιχείο γ) αποσκοπεί στο να ενθαρρύνει τους εμπόρους να δηλώνουν σωστά την ιδιότητά τους. Απαιτεί από τον πάροχο της επιγραμμικής αγοράς να προειδοποιεί τους καταναλωτές ότι δεν επωφελούνται από τα δικαιώματα των καταναλωτών όταν ο τρίτος προμηθευτής έχει δηλώσει την ιδιότητα του μη εμπόρου.

<sup>(106)</sup> Κατευθυντήριες γραμμές – για τη διαφάνεια της κατάταξης δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ C 424 της 8.12.2020, σ. 1).

<sup>(107)</sup> Ο ίδιος κανόνας προβλέπεται στην πρόταση της Επιτροπής για τον νόμο για τις ψηφιακές υπηρεσίες, βλ. [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_el](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_el)

<sup>(108)</sup> Βλ. άρθρο 14 παράγραφος 2 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο.



## Άρθρο 6α παράγραφος 1

γ) όταν ο τρίτος που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο δεν είναι έμπορος, ότι τα δικαιώματα των καταναλωτών που απορρέουν από το δίκαιο της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών δεν εφαρμόζονται στη σύμβαση.

Οι πληροφορίες ότι τα δικαιώματα των καταναλωτών της ΕΕ δεν ισχύουν για τη σύμβαση πρέπει να συνοδεύουν, κατά τρόπο συνοπτικό και όσο το δυνατόν εμφανή, την πληροφόρηση ότι ο τρίτος προμηθευτής έχει δηλώσει την ιδιότητα του μη εμπορεύ. Κύριος σκοπός αυτής της κοινοποίησης είναι να προειδοποιήσει τους καταναλωτές ότι δεν μπορούν να βασιστούν στη νομική προστασία που θα ανέμεναν κανονικά, όπως το δικαίωμα υπαναχώρησης ή νομικής εγγύησης, ώστε να συνάψουν τη σύμβαση έχοντας πλήρη επίγνωση των περιορισμών αυτών.

## 3.4.4. Κατανομή ευθυνών για τη σύμβαση

## Άρθρο 6α παράγραφος 1

δ) κατά περίπτωση, 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 έμπορος που αποτελεί τον τρίτο.

Οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν επιγραμμική αγορά συνάπτουν συμβάσεις είτε με τον πάροχο της αγοράς είτε με τον τρίτο προμηθευτή για την προμήθεια συγκεκριμένων προϊόντων που προσφέρονται στην αγορά. Επιπλέον, ο καταναλωτής έχει επίσης σύμβαση (πλαίσιο) με τον πάροχο της επιγραμμικής αγοράς και ο τελευταίος έχει συμβάσεις με τους προμηθευτές στην αγορά. Οι συμβάσεις αυτές ρυθμίζουν τους όρους χρήσης της υπηρεσίας αγοράς για τους χρήστες, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών που προσφέρει η αγορά στον καταναλωτή σε σχέση με τις συμβάσεις του με τους προμηθευτές για συγκεκριμένα προϊόντα.

Το άρθρο 6α παράγραφος 1 στοιχείο δ) αποσκοπεί στη διασφάλιση σαφήνειας για τους καταναλωτές όσον αφορά «τον τρόπο επιμερισμού των υποχρεώσεων που σχετίζονται με τη σύμβαση» μεταξύ του τρίτου προμηθευτή και του παρόχου της αγοράς κατά τη σύναψη συμβάσεων με τρίτους προμηθευτές στην αγορά. Απαιτεί από την αγορά να υπενθυμίζει στον καταναλωτή τυχόν ευθύνες που η αγορά μπορεί να έχει αναλάβει όσον αφορά τις σχετικές συμβάσεις έναντι του καταναλωτή.

Η πληροφόρηση αυτή σχετικά με την κατανομή των ευθυνών μεταξύ του παρόχου επιγραμμικών αγορών και του τρίτου προμηθευτή πρέπει να παρέχεται σε «κατά περίπτωση» βάση. Συγκεκριμένα, η απαίτηση αυτή ισχύει μόνο όταν υπάρχουν κοινές ευθύνες έναντι των καταναλωτών μεταξύ της επιγραμμικής αγοράς και του τρίτου προμηθευτή. Για παράδειγμα, η επιγραμμική αγορά θα μπορούσε να αναλάβει την ευθύνη για την παράδοση των αγαθών, ενώ ο τρίτος προμηθευτής παραμένει υπεύθυνος για τη συμμόρφωση των αγαθών.

Η ΟΔΚ δεν ρυθμίζει τον τρόπο κατανομής των ευθυνών μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών. Εναπόκειται στην επιγραμμική αγορά και στον τρίτο έμπορο να συμφωνήσουν σχετικά με τις αντίστοιχες ευθύνες τους όσον αφορά τις συμβάσεις που συνάπτονται στην αγορά, με την επιφύλαξη του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου, και η αγορά πρέπει να ενημερώνει σχετικά τους καταναλωτές.

Η αιτιολογική σκέψη 27 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 παρουσιάζει τον τρόπο με τον οποίο η επιγραμμική αγορά θα μπορούσε να εφαρμόσει αυτήν τη νέα υποχρέωση ενημέρωσης: «Ο πάροχος επιγραμμικής αγοράς θα μπορούσε να επισημαίνει ότι τρίτος έμπορος είναι αποκλειστικά υπεύθυνος για τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των καταναλωτών ή να περιγράφει τις συγκεκριμένες ευθύνες του όταν ο εν λόγω πάροχος αναλαμβάνει την ευθύνη για ορισμένες πτυχές της σύμβασης, όπως η παράδοση ή η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.» Η αιτιολογική σκέψη 27 αναφέρει επίσης ότι η ενημέρωση θα πρέπει να παρέχεται με σαφή και κατανοητό τρόπο και όχι μόνο στους γενικούς όρους και προϋποθέσεις ή σε παρόμοια συμβατικά έγγραφα.

## 3.4.5. Δυνατότητα επιβολής πρόσθετων υποχρεώσεων ενημέρωσης

Το άρθρο 6α παράγραφος 2 επιτρέπει στα κράτη μέλη να επιβάλλουν πρόσθετες υποχρεώσεις ενημέρωσης για τις επιγραμμικές αγορές, λαμβάνοντας υπόψη τους κανόνες της οδηγίας 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

## Άρθρο 6α

2. Με την επιφύλαξη της οδηγίας 2000/31/EK, το παρόν άρθρο δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να επιβάλλουν πρόσθετες υποχρεώσεις ενημέρωσης για τους παρόχους επιγραμμικών αγορών. Οι εν λόγω διατάξεις είναι αναλογικές, δεν εισάγουν διακρίσεις και αιτιολογούνται για λόγους προστασίας των καταναλωτών.

Ως εκ τούτου, η εν λόγω ρυθμιστική επιλογή είναι παρόμοια με τη γενικότερη επιλογή του άρθρου 6 παράγραφος 8, το οποίο επιτρέπει στα κράτη μέλη να επιβάλλουν πρόσθετες υποχρεώσεις ενημέρωσης (όπως αναλύεται στο τμήμα 3.1.5 ανωτέρω).

#### 4. Ειδικές απαιτήσεις για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις

##### 4.1. Ορισμός της εξ αποστάσεως σύμβασης

Το άρθρο 2 ορίζει τις εξ αποστάσεως συμβάσεις ως εξής: «7) “εξ αποστάσεως σύμβαση”: κάθε σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του εμπόρου και του καταναλωτή, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης».

Η αιτιολογική σκέψη 20 επεξηγεί περαιτέρω την έννοια αυτή, ενώ παρέχει επίσης παραδείγματα των μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως: «Ο ορισμός της σύμβασης που συνάπτεται εξ αποστάσεως θα πρέπει να καλύπτει όλες τις περιπτώσεις κατά τις οποίες συνάπτεται σύμβαση μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ αποστάσεως (όπως π.χ. παραγγελία με ταχυδρομείο, Διαδίκτυο, τηλέφωνο ή φαξ), έως τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης. Ο εν λόγω ορισμός θα πρέπει επίσης να καλύπτει καταστάσεις όπου ο καταναλωτής επισκέπτεται τον χώρο της επιχείρησης με σκοπό και μόνο να συγκεντρώσει πληροφορίες για τα αγαθά ή για τις υπηρεσίες και στη συνέχεια διαπραγματεύεται και συνάπτει τη σύμβαση εξ αποστάσεως. Κατ’ αντιδιαστολή, μια σύμβαση για την οποία έγινε διαπραγμάτευση στον επαγγελματικό χώρο του εμπόρου και τελικά συνήφθη με μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως δεν θα πρέπει να θεωρείται σύμβαση συναφθείσα εξ αποστάσεως. Ούτε και μια σύμβαση που ξεκίνησε με εξ αποστάσεως επικοινωνία αλλά τελικά συνήφθη στον επαγγελματικό χώρο του εμπόρου θα πρέπει να θεωρείται σύμβαση εξ αποστάσεως. Ομοίως, η έννοια της εξ αποστάσεως σύμβασης δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει τις κρατήσεις που έκανε ένας καταναλωτής με μέσα εξ αποστάσεως επικοινωνίας για να ζητήσει την παροχή μιας υπηρεσίας από έναν επαγγελματία, όπως στην περίπτωση ενός καταναλωτή που τηλεφωνεί για να ζητήσει ραντεβού σε κομμωτή. [...]».

Κατά τη σύναψη μιας εξ αποστάσεως σύμβασης, τα συμβαλλόμενα μέρη μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν έναν **συνδυασμό πολλών διαφορετικών μέσων εξ αποστάσεως επικοινωνίας** (π.χ. Ιστότοπο, εφαρμογή για κινητά ή τηλεφωνική κλήση). Το γεγονός ότι τα συμβαλλόμενα μέρη πρέπει να συναντηθούν μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης, συνήθως κατά τον χρόνο της παράδοσης ή πληρωμής, δεν θα πρέπει να αλλάζει τον χαρακτηρισμό της ως εξ αποστάσεως σύμβασης. Εάν ο καταναλωτής έχει απλώς επισκεφθεί τον χώρο της επιχείρησης με σκοπό και μόνο να συγκεντρώσει πληροφορίες σχετικά με τα αγαθά ή τις υπηρεσίες, η σύμβαση που στη συνέχεια διαπραγματεύεται και συνάπτει με τον έμπορο εξ αποστάσεως θα πρέπει να θεωρείται εξ αποστάσεως σύμβαση. Παρόλο που η συνάντηση και μόνο με τον έμπορο δεν θεωρείται εξ αποστάσεως σύμβαση, μια δεσμευτική κράτηση που γίνεται, για παράδειγμα, μέσω τηλεφώνου όσον αφορά την παραλαβή των αγαθών ή τη λήψη των υπηρεσιών σε έναν ορισμένο χρόνο είναι πιθανό να αποτελέσει εξ αποστάσεως σύμβαση για τους σκοπούς της οδηγίας.

Η οδηγία εφαρμόζεται μόνο στις εξ αποστάσεως συμβάσεις που συνάπτονται στο πλαίσιο **ενός οργανωμένου συστήματος εξ αποστάσεως πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών**. Για παράδειγμα, εάν ένας έμπορος συνάψει μόνο κατ’ εξαίρεση μια σύμβαση με έναν καταναλωτή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφώνου, αφού επικοινωνήσει μαζί του ο καταναλωτής, η σύμβαση αυτή δεν πρέπει να θεωρείται εξ αποστάσεως σύμβαση βάσει της οδηγίας. Ωστόσο, δεν είναι απαραίτητο ο έμπορος να δημιουργήσει έναν πολύπλοκο οργανισμό, όπως επιγραμμική διεπαφή, για τις εξ αποστάσεως πωλήσεις. Επίσης, απλούστερες ρυθμίσεις, όπως η προώθηση της χρήσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφώνου για τη σύναψη συμβάσεων με τους καταναλωτές, θα ενεργοποιούσαν την εφαρμογή των απαιτήσεων της ΟΔΚ.

Ο έμπορος μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιγραμμική αγορά για τη σύναψη συμβάσεων που επιπίπτουν στην οδηγία. Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 20: «[...] Η έννοια ενός οργανωμένου συστήματος εξ αποστάσεως πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών θα πρέπει να περιλαμβάνει τα συστήματα εκείνα που προσφέρονται από έναν τρίτο, διάφορο του εμπόρου αλλά χρησιμοποιούμενο από τον έμπορο, όπως είναι μια επιγραμμική πλατφόρμα. Αλλά δεν θα πρέπει να καλύπτει περιπτώσεις όπου ιστοσελίδες απλά προσφέρουν ενημέρωση για τον έμπορο, για τα αγαθά και/ή τις υπηρεσίες του και για τα στοιχεία επικοινωνίας του.»

Η εφαρμογή της ΟΔΚ δεν εξαρτάται από την τεχνολογία που χρησιμοποιεί ο έμπορος. Δεν έχει σημασία αν ένας καταναλωτής συνάπτει «κανονική» εξ αποστάσεως σύμβαση μέσω του Διαδικτύου ή χρησιμοποιεί τεχνολογία εκτέλεσης της αλυσίδας συστοιχιών (blockchain) <sup>(109)</sup>.

#### 4.2. Προσυμβατική ενημέρωση

##### 4.2.1. Πληροφορίες που πρέπει να υποβάλλονται απευθείας πριν από την υποβολή της παραγγελίας

###### Άρθρο 8

2. Εάν μια εξ αποστάσεως σύμβαση που πρόκειται να συναφθεί με ηλεκτρονικό μέσο επιβάλλει στον καταναλωτή την υποχρέωση να πληρώσει, ο έμπορος οφείλει να παράσχει στον καταναλωτή με σαφή και ευκρινή τρόπο και αμέσως προτού ο καταναλωτής υποβάλει την παραγγελία του τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχεία α), ε), ιε) και ιστ).

Το άρθρο 8 παράγραφος 2 αναφέρεται σε πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στους καταναλωτές απευθείας πριν από τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα και οι οποίες περιλαμβάνουν την καταβολή τιμήματος.

Η οδηγία δεν ορίζει τα «ηλεκτρονικά μέσα», αλλά, με βάση την εξήγηση που παρέχεται στην αιτιολογική σκέψη 39, ο όρος αυτός θα πρέπει να ερμηνεύεται ως αναφερόμενος στις **συμβάσεις που συνάπτονται μέσω ιστοσελίδων και άλλων επιγραμμικών διεπαφών**: «Είναι σημαντικό να διασφαλιστεί για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις που συνάπτονται μέσω ιστοσελίδων ότι ο καταναλωτής θα μπορεί να διαβάσει και να κατανοήσει πλήρως τα βασικά στοιχεία της σύμβασης προτού κάνει την παραγγελία του. Προς τον σκοπό αυτό, θα πρέπει να προβλεφθεί διάταξη στην παρούσα οδηγία βάσει της οποίας τα εν λόγω στοιχεία θα εμφανίζονται πολύ κοντά στην επιβεβαίωση που απαιτείται για την υποβολή της παραγγελίας [...]». Επιπλέον, βάσει του ορισμού των «ηλεκτρονικών μέσων» στην οδηγία (ΕΕ) 2015/1535 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(110)</sup>, το άρθρο 8 παράγραφος 2 μπορεί να ισχύει και για άλλες τεχνολογίες, όπως το ψηφιακό περιεχόμενο που παρέχεται μέσω περιφερειακών συσκευών τηλεόρασης.

Το άρθρο 8 παράγραφος 2 της ΟΔΚ θα πρέπει να εξεταστεί στο πλαίσιο των εθνικών κανόνων που μεταφέρουν τις διατάξεις της οδηγίας 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο σχετικά με τη διαμόρφωση των συμβάσεων, οι οποίες εφαρμόζονται αν η σύμβαση εμπίπτει στον ορισμό της «υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας», δηλαδή, κάθε υπηρεσία που συνήθως παρέχεται έναντι αμοιβής, από απόσταση, με ηλεκτρονικά μέσα και κατόπιν προσωπικού αιτήματος του αποδέκτη της υπηρεσίας.

Το άρθρο 8 παράγραφος 9 της ΟΔΚ επιβεβαιώνει ρητά ότι θα πρέπει να τηρούνται οι διατάξεις που προβλέπονται στα άρθρα 9 και 11 της οδηγίας 2000/31/ΕΚ, σύμφωνα με τις οποίες ο έμπορος οφείλει **να επιτρέψει στον καταναλωτή να ελέγξει την ηλεκτρονική παραγγελία προτού την υποβάλει**.

Ως εκ τούτου, το άρθρο 8 παράγραφος 2 της ΟΔΚ εφαρμόζεται στην πράξη τη στιγμή κατά την οποία ο καταναλωτής καλείται να ελέγξει την παραγγελία σύμφωνα με την οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, δηλαδή να ελέγξει το περιεχόμενο του καλαθιού αγορών, προτού κάνει κλικ στο κουμπί «αγορά» <sup>(111)</sup>.

<sup>(109)</sup> Η αρχή αυτή ισχύει επίσης για συναλλαγές στις οποίες χρησιμοποιούνται οι λεγόμενες «έξυπνες συμβάσεις». Ο όρος «έξυπνη σύμβαση» περιγράφει ένα πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή ή ένα πρωτόκολλο συναλλαγής, το οποίο αποσκοπεί στην αυτόματη εκτέλεση, τον έλεγχο ή την τεκμηρίωση γεγονότων και ενεργειών που έχουν νομική σημασία. Δεν έχει ακόμη επιτευχθεί συναινετικός ορισμός των «έξυπνων συμβάσεων». Σύμφωνα με την έκθεση σχετικά με το νομικό και κανονιστικό πλαίσιο των αλυσίδων συστοιχιών και των έξυπνων συμβάσεων, που εκπονήθηκε από την ConsenSys AG εξ ονόματος του παρατηρητηρίου – φόρουμ της ΕΕ για την τεχνολογία αλυσίδας συστοιχιών «European Union Blockchain Observatory», ο όρος σημαίνει γενικά κώδικας υπολογιστή που είναι αποθηκευμένος σε αλυσίδα συστοιχιών και στον οποίο μπορούν να έχουν πρόσβαση ένα ή περισσότερα μέρη ([https://www.eublockchainforum.eu/sites/default/files/reports/report\\_legal\\_v1.0.pdf](https://www.eublockchainforum.eu/sites/default/files/reports/report_legal_v1.0.pdf)). Τα προγράμματα αυτά εκτελούνται συχνά αυτόματα και κάνουν χρήση των ιδιοτήτων της αλυσίδας συστοιχιών όπως η προστασία από την παραποίηση, αποκεντρωμένη επεξεργασία και παρόμοια. Ως εκ τούτου, μολονότι μια «έξυπνη σύμβαση» λειτουργεί σύμφωνα με τους όρους ειδικής σύμβασης την οποία εκτελεί, ο όρος δεν πρέπει να χρησιμοποιείται ως συνώνυμο της ίδιας της σύμβασης.

<sup>(110)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2015/1535 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 9ης Σεπτεμβρίου 2015, για την καθιέρωση μιας διαδικασίας πληροφόρησης στον τομέα των τεχνικών προδιαγραφών και των κανόνων σχετικά με τις υπηρεσίες της κοινωνίας των πληροφοριών (ΕΕ L 241 της 17.9.2015, σ. 1). Άρθρο 1 στοιχείο β) σημείο ii): «**με ηλεκτρονικά μέσα**: υπηρεσία που παρέχεται στην αφετηρία της και γίνεται αποδεκτή στον προορισμό της μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας (συμπεριλαμβανομένης της ψηφιακής συμπίεσης) ή αποθήκευσης δεδομένων και η οποία παρέχεται, διαβιβάζεται και λαμβάνεται εξολοκλήρου μέσω τηλεφωνικής γραμμής, ραδιοφωνικής μετάδοσης, οπτικής ίνας ή με άλλα ηλεκτρομαγνητικά μέσα.

<sup>(111)</sup> Ορισμένοι έμποροι παρουσιάζουν άλλα προϊόντα τα οποία «μπορεί να αρέσουν» στους καταναλωτές κατά το τελικό στάδιο της διαδικασίας υποβολής της παραγγελίας και αυτό μπορεί να δυσχεράνει τους καταναλωτές να ελέγξουν την παραγγελία τους και να βεβαιωθούν ότι όλα είναι σωστά. Όταν η παρουσίαση θα μπορούσε να προκαλέσει σύγχυση στον καταναλωτή και να εμποδίσει την ορθή κατανόηση των βασικών στοιχείων της σύμβασης πριν από την υποβολή της παραγγελίας, μια τέτοια πρακτική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί παραπλανητική βάσει του άρθρου 6 ή 7 της ΟΑΕΠ.

Οι όροι «αμέσως προτού» στο άρθρο 8 παράγραφος 2 θα πρέπει να καλύπτουν, καταρχάς, τη **χρονική πτυχή** και θα πρέπει να ερμηνεύονται ως «ακριβώς προτού». Επιπλέον, οι όροι «ευκρινή τρόπο» του άρθρου 8 παράγραφος 2 και «πολύ κοντά» στην αιτιολογική σκέψη 39 εισάγουν αυστηρότερες απαιτήσεις για την **παρουσίαση των πληροφοριών** σε σχέση με τις γενικές απαιτήσεις που προβλέπονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 και στο άρθρο 8 παράγραφος 1. Οι πληροφορίες θα πρέπει να παρουσιάζονται με τρόπο ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να τις δει και να τις διαβάσει προτού υποβάλει την παραγγελία, χωρίς να είναι υποχρεωμένος να απομακρυνθεί από τη σελίδα που χρησιμοποίησε για να υποβάλει την παραγγελία.

Οι συγκεκριμένες υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης που αναφέρονται στο άρθρο 8 παράγραφος 2 είναι:

- 1) τα κύρια χαρακτηριστικά [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο α)]·
- 2) η συνολική τιμή [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ε)]·
- 3) η διάρκεια της σύμβασης και οι όροι λήξης της [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιε)]·
- 4) κατά περίπτωση, η ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιστ)].

#### 4.2.2. Διακόπτης επιβεβαίωσης παραγγελίας

Άρθρο 8

2. [...]

Ο έμπορος οφείλει να μεριμνήσει ώστε ο καταναλωτής, υποβάλλοντας την παραγγελία του, να αναγνωρίσει ρητώς ότι η παραγγελία συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής. Εάν η υποβολή παραγγελίας απαιτεί την ενεργοποίηση ενός διακόπτη ή ανάλογη λειτουργία, ο διακόπτης ή η ανάλογη λειτουργία πρέπει να φέρουν ευανάγνωστη σήμανση που να αναγράφει τις λέξεις «παραγγελία με υποχρέωση πληρωμής» ή μια ανάλογη σαφή διατύπωση που να δείχνει ότι η υποβολή παραγγελίας συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής στον έμπορο. Εάν ο έμπορος δεν συμμορφωθεί με το παρόν εδάφιο, ο καταναλωτής δεν δεσμεύεται από τη σύμβαση ή την παραγγελία.

Το δεύτερο εδάφιο του άρθρου 8 παράγραφος 2 προβλέπει ότι ο διακόπτης που χρησιμοποιείται για την υποβολή της παραγγελίας στην ιστοσελίδα πρέπει να φέρει ευανάγνωστη σήμανση. Η αντίστοιχη αναγραφή (σήμανση) πρέπει να βρίσκεται πάνω στον ίδιο διακόπτη ή αμέσως δίπλα σε αυτόν. Η αναγραφή αυτή μπορεί να έχει σχεδιαστεί με διάφορους τρόπους, αρκεί να καθιστά σαφή την υποχρέωση πληρωμής <sup>(112)</sup>:

- Για παράδειγμα, όροι όπως «αγοράστε τώρα», «πληρώστε τώρα» ή «επιβεβαίωση αγοράς» μεταφέρουν το μήνυμα που απαιτεί η διάταξη αυτή·
- Αντίθετα, φράσεις όπως «εγγραφείτε», «επιβεβαιώστε» ή «παραγγίλτε τώρα», καθώς και αδικαιολόγητα μακροσκελείς φράσεις που μπορεί να αποκρύψουν αποτελεσματικά το μήνυμα σχετικά με την υποχρέωση πληρωμής, είναι λιγότερο πιθανό να είναι σύμφωνες με την απαίτηση αυτή·

Η απαίτηση αυτή ισχύει επίσης εάν ο έμπορος έχει σχεδιάσει την παρουσίαση των προσυμβατικών πληροφοριών για τον καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 4.

#### 4.2.3. Πληροφορίες σχετικά με τους περιορισμούς παράδοσης και τα μέσα πληρωμής

Άρθρο 8

3. Οι εμπορικές ιστοσελίδες οφείλουν να αναγράφουν σαφώς και ευανάγνωστα το αργότερο με την έναρξη της διαδικασίας υποβολής παραγγελίας κατά πόσον ισχύουν περιορισμοί στην παράδοση και ποια μέσα πληρωμής είναι δεκτά.

Σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 3, οι ιστοσελίδες διαπραγμάτευσης πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με τους περιορισμούς παράδοσης, συμπεριλαμβανομένων των γεωγραφικών περιορισμών, παρέχοντας εύκολα κατανοητές πληροφορίες κατά τρόπο ώστε να είναι ευδιάκριτες. Για παράδειγμα, οι πληροφορίες αυτές δεν θα πρέπει να αναφέρονται μόνο στους γενικούς όρους και προϋποθέσεις του εμπόρου ή μόνο σε χωριστές ιστοσελίδες που δεν φέρουν σαφή επισήμανση και στις οποίες, κατά συνέπεια, οι καταναλωτές δεν είναι πιθανό να έχουν πρόσβαση κατά τη διάρκεια της περιόδου των αγορών τους.

Οι πληροφορίες σχετικά με τους «περιορισμούς παράδοσης» που παρέχονται βάσει του άρθρου 8 παράγραφος 3 πρέπει να αντιστοιχούν σε πληροφορίες σχετικά με τις ρυθμίσεις παράδοσης που παρέχονται σύμφωνα με το άρθρο 6 στοιχείο ζ) της ΟΔΚ.

<sup>(112)</sup> Περαιτέρω καθοδήγηση σχετικά με την ερμηνεία της «ανάλογης σαφούς διατύπωσης» μπορεί να αναμένεται στην εκκρεμούσα υπόθεση C-249/21, Fuhmann-2, η οποία εξέτασε το ζήτημα αν μια τέτοια διατύπωση πρέπει να αξιολογηθεί λαμβανομένων υπόψη όλων των περιστάσεων που πλαισιώνουν τη διαδικασία παραγγελίας ή κράτησης, ειδικότερα του τρόπου με τον οποίο διαρθρώνεται η διαδικασία παραγγελίας, ή μόνο της γλώσσας που χρησιμοποιείται για την επισήμανση του διακόπτη/παρόμοιας λειτουργίας.

Οι περιορισμοί παράδοσης και πληρωμής υπόκεινται στον κανονισμό (ΕΕ) 2018/302 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(113)</sup> για τον γεωγραφικό αποκλεισμό. Ειδικότερα, η αυτόματη τροποποίηση των πληροφοριών σχετικά με τους περιορισμούς παράδοσης με βάση τον γεωγραφικό εντοπισμό του χρήστη θα μπορούσε να συνεπάγεται παράβαση του άρθρου 4 του κανονισμού για τον γεωγραφικό αποκλεισμό, ιδίως όταν εμποδίζει την πρόσβαση σε αγαθά σε περιοχή που συνήθως εξυπηρετείται από τον έμπορο.

— Για παράδειγμα, ένας έμπορος που προσφέρει παράδοση σε ένα συγκεκριμένο κράτος μέλος σύμφωνα με τους ισχύοντες γενικούς όρους στον διεθνή δικτυακό τόπο του «.com» δεν πρέπει να αποκλείει αυτόματα την εν λόγω επιλογή παράδοσης όταν εντοπίζει έναν καταναλωτή που συνδέεται με το εν λόγω κράτος μέλος και για τον οποίο διατίθεται επίσης ειδικός εθνικός ιστότοπος.

Όσον αφορά τα μέσα πληρωμής, το άρθρο 5 του κανονισμού για τον γεωγραφικό αποκλεισμό απαγορεύει στους εμπόρους να περιορίζουν την αποδοχή τους με βάση την ιθαγένεια, τον τόπο διαμονής ή τον τόπο εγκατάστασης του πελάτη εντός της ΕΕ, όπως ο τόπος έκδοσης της τραπεζικής κάρτας.

#### 4.2.4. Συμβάσεις που συνάπτονται με μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως που παρέχουν περιορισμένο χώρο ή χρόνο

Το άρθρο 8 παράγραφος 4 αφορά τα μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως τα οποία παρέχουν περιορισμένο χρόνο ή χώρο για την απεικόνιση των πληροφοριών:

##### Άρθρο 8

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.

Κατά συνέπεια, το άρθρο 8 παράγραφος 4 περιλαμβάνει τις ίδιες απαιτήσεις ενημέρωσης με το άρθρο 8 παράγραφος 2, στο οποίο προσθέτει πληροφορίες σχετικά με:

- 1) την ταυτότητα του εμπόρου που αναφέρεται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β)·
- 2) το δικαίωμα υπαναχώρησης που αναφέρεται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η), δηλαδή πληροφορίες σχετικά με τους όρους, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος αυτού.

Το άρθρο 8 παράγραφος 4 δεν περιλαμβάνει την απαίτηση δυνάμει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιστ) για την παροχή πληροφοριών σχετικά με την «ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης». Ωστόσο, όπως εξηγείται παραπάνω στο τμήμα 3.2.7, οποιαδήποτε τέτοια ελάχιστη διάρκεια αποτελεί επίσης μία από τις σημαντικότερες προϋποθέσεις λήξης της σύμβασης αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ιε). Ως εκ τούτου, στην πράξη, η πληροφορία αυτή θα πρέπει επίσης να καλύπτεται από το άρθρο 8 παράγραφος 4.

Το άρθρο 8 παράγραφος 4 εφαρμόζεται στις συμβάσεις που συνάπτονται με τη χρήση τεχνολογιών όπως μέσω **τηλεφώνου, φωνητικών υπηρεσιών υποβοήθησης**, σύντομου μηνύματος (SMS), ή με τη χρήση άλλων μέσων εξ αποστάσεως επικοινωνίας τα οποία επιβάλλουν τεχνικά όρια στην ποσότητα των πληροφοριών που μπορούν να παρουσιαστούν στον καταναλωτή <sup>(114)</sup>. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η οδηγία επιτρέπει στον έμπορο να παρέχει στον καταναλωτή ένα πιο περιορισμένο εύρος πληροφοριών πριν από τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης, ενώ οι λοιπές πληροφορίες που απαιτούνται βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 πρέπει να παρέχονται από άλλη πηγή σε απλή και κατανοητή γλώσσα. (βλέπε επίσης αιτιολογική σκέψη 36, η οποία αναφέρεται στην «[παροχή] τηλεφωνικού αριθμού χωρίς χρέωση ή υπερκειμενικού συνδέσμου σε ιστοσελίδα»).

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε το άρθρο 8 παράγραφος 4 της ΟΔΚ, εξαιρώντας από τις υποχρεώσεις ενημέρωσης την υποχρέωση παροχής του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης, που παρατίθεται στο παράρτημα Ι τμήμα Β. Επομένως, αρκεί η παροχή του εν λόγω υποδείγματος από άλλη πηγή σε απλή και κατανοητή γλώσσα <sup>(115)</sup>. Μετά τη σύναψη της σύμβασης, οι πλήρεις πληροφορίες θα πρέπει να περιλαμβάνονται στην επιβεβαίωση της σύμβασης που παρέχεται σε σταθερό μέσο, σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 7.

<sup>(113)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) 2018/302 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 28ης Φεβρουαρίου 2018, για την αντιμετώπιση του αδικαιολόγητου γεωγραφικού αποκλεισμού και άλλων μορφών διακριτικής μεταχείρισης με βάση την ιθαγένεια, τον τόπο διαμονής ή τον τόπο εγκατάστασης των πελατών εντός της εσωτερικής αγοράς και για την τροποποίηση των κανονισμών (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 και (ΕΕ) 2017/2394 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (ΕΕ L 601 της 2.3.2018, σ. 1).

<sup>(114)</sup> Βλέπε επίσης αιτιολογική σκέψη 41 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161.

<sup>(115)</sup> C-430/17, Walbusch Walter Busch, ECLI:EU:C:2019:47, σκέψη 46.

Το Δικαστήριο ασχολήθηκε με την εφαρμογή του άρθρου 8 παράγραφος 4 στην υπόθεση C-430/17, Walbusch Walter Busch, η οποία αφορούσε τις πωλήσεις εξ αποστάσεως μέσω ταχυδρομικής παραγγελίας (κάρτα παραγγελίας που διανέμεται μέσω εφημερίδων και περιοδικών).

Το Δικαστήριο έκρινε ότι «το ζήτημα αν, σε συγκεκριμένη περίπτωση, το μέσο επικοινωνίας παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών, κατά την έννοια του άρθρου 8, παράγραφος 4, πρέπει να εκτιμάται **με γνώμονα το σύνολο των τεχνικών χαρακτηριστικών της εμπορικής επικοινωνίας του εμπόρου**. Συναφώς πρέπει να εξακριβωθεί, λαμβανομένων υπόψη του χώρου και χρόνου που καταλαμβάνει η επικοινωνία αυτή καθώς και του ελάχιστου μεγέθους του τυπογραφικού στοιχείου που θα ήταν κατάλληλο για τον μέσο καταναλωτή αποδέκτη της επικοινωνίας αυτής, αν **όλες οι πληροφορίες του άρθρου 6, παράγραφος 1, της ΟΔΚ θα μπορούσαν αντικειμενικά να παρασχεθούν** στο πλαίσιο της εν λόγω επικοινωνίας».

Αντίθετα, «**οι επιλογές του ως άνω εμπόρου όσον αφορά την κατανομή και χρήση του χώρου και χρόνου που έχει στη διάθεσή του βάσει του μέσου επικοινωνίας το οποίο επέλεξε να χρησιμοποιήσει δεν ασκούν επιρροή στην εκτίμηση αυτή**»<sup>(116)</sup>.

Στην πράξη, «τ[α] μέσ[α] επικοινωνίας εξ αποστάσεως τ[α] οποί[α] παρέχ[ουν] περιορισμένο χώρο ή χρόνο» που αναφέρονται στο άρθρο 8 παράγραφος 4 είναι **εκείνα που δεν επιτρέπουν την πολυεπίπεδη παροχή πληροφοριών** (π.χ. μέσω επεκτάσιμων τίτλων ή υπερσυνδέσμων, που κατευθύνουν τους καταναλωτές σε λεπτομερέστερη παρουσίαση των σχετικών πληροφοριών) — βλέπε σχετικά το τμήμα 3.1.1 για την παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές με σαφή και κατανοητό τρόπο.

Τα **έξυπνα τηλέφωνα** δεν χαρακτηρίζονται ως «μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών», δεδομένου ότι πρόσθετες πληροφορίες μπορούν πάντα να παρέχονται και στους χρήστες των εν λόγω οθονών μέσω της επέκτασης δέντρων περιεχομένου ή πρόσθετων σελίδων. Σε περίπτωση που ο έμπορος έχει προσαρμόσει το περιεχόμενο και την παρουσίαση της επιγραμμικής διεπαφής για τις εν λόγω συσκευές, μπορεί να χρησιμοποιήσει το άρθρο 8 παράγραφος 4 και τη σχετική νομολογία ως κατευθυντήρια γραμμή για την επιλογή πληροφοριών που θα πρέπει να παρέχονται κατά κύριο λόγο. Στις περιπτώσεις αυτές, ο έμπορος μπορεί να επικεντρωθεί στις πληροφορίες που απαιτούνται από το άρθρο 8 παράγραφος 4, κατά περίπτωση σε επεκτάσιμη<sup>(117)</sup> μορφή, και να παράσχει τις υπόλοιπες υποχρεωτικές πληροφορίες μέσω πρόσθετων σελίδων.

#### 4.3. Συμβάσεις που συνάπτονται μέσω τηλεφώνου

##### Άρθρο 8

5. Με την επιφύλαξη της παραγράφου 4, εάν ο έμπορος προβεί σε τηλεφωνική κλήση προς τον καταναλωτή με σκοπό τη σύναψη εξ αποστάσεως σύμβασης, οφείλει, στην αρχή της συνομιλίας με τον καταναλωτή, να δηλώσει την ταυτότητά του και, όπου τούτο έχει εφαρμογή, την ταυτότητα του προσώπου εξ ονόματος του οποίου τηλεφωνεί και τον εμπορικό σκοπό της επικοινωνίας.

Το άρθρο 8 παράγραφος 5 περιέχει μια ειδική διάταξη για τις συμβάσεις που συνάπτονται μέσω τηλεφώνου, σύμφωνα με την οποία η ταυτότητα του εμπόρου και ο εμπορικός σκοπός της κλήσης πρέπει να δηλώνονται κατά την έναρξη της συνομιλίας. Δεδομένου ότι αυτός ο κανόνας ισχύει «με την επιφύλαξη της παραγράφου 4», **οι έμποροι μπορούν να περιορίζουν τις πληροφορίες που παρέχουν κατά τη διάρκεια της τηλεφωνικής κλήσης, σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 4.**

##### Άρθρο 8

6. Εάν πρόκειται να συναφθεί σύμβαση εξ αποστάσεως μέσω τηλεφώνου, τα κράτη μέλη δύνανται να ορίσουν την υποχρέωση του εμπόρου να επιβεβαιώσει την προσφορά του προς τον καταναλωτή ο οποίος δεσμεύεται μόνον όταν υπογράψει την προσφορά ή έχει στείλει τη γραπτή συγκατάθεσή του. Τα κράτη μέλη δύνανται επίσης να ορίσουν την υποχρέωση κοινοποίησης αυτών των επιβεβαιώσεων πάνω σε σταθερό μέσο.

Το άρθρο 8 παράγραφος 6 περιέχει μια άλλη ρυθμιστική επιλογή που διατίθεται στα κράτη μέλη. Ορισμένα κράτη μέλη έχουν κάνει χρήση της ρυθμιστικής αυτής επιλογής με πιο περιορισμένο τρόπο, δηλαδή, εφάρμοσαν τις αντίστοιχες πρόσθετες απαιτήσεις μόνο στις συμβάσεις που συνάπτονται κατόπιν τηλεφωνικής κλήσης που πραγματοποιείται **με πρωτοβουλία** του εμπόρου.

<sup>(116)</sup> Ό.π., σκέψη 39.

<sup>(117)</sup> Οι έμποροι θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν την προσέγγιση των «πινάκων περιεχομένου» με τη χρήση επεκτάσιμων τίτλων. Στο ανώτατο επίπεδο, οι καταναλωτές θα μπορούσαν να βρουν τα κύρια θέματα, καθένα από τα οποία μπορεί να διευρυνθεί κάνοντας κλικ σε αυτό, έτσι ώστε οι καταναλωτές να κατευθύνονται σε μια λεπτομερέστερη παρουσίαση των σχετικών πληροφοριών. Κατ' αυτόν τον τρόπο, οι καταναλωτές έχουν στη διάθεσή τους όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες σε ένα μέρος, διατηρώντας παράλληλα τον έλεγχο του τι πρέπει να επανεξετάσουν και πότε.

Ο όρος «σταθερό μέσο» στη διάταξη αυτή αναφέρεται στο χαρτί και στα άλλα σταθερά μέσα που εξηγούνται στην αιτιολογική σκέψη 23: «Τα σταθερά μέσα θα πρέπει να επιτρέπουν στον καταναλωτή να αποθηκεύει τις πληροφορίες για όσο καιρό είναι απαραίτητο γι' αυτόν προκειμένου να προστατεύσει τα συμφέροντά του εκείνα που απορρέουν από τη σχέση του με τον έμπορο. Τέτοια μέσα θα πρέπει να είναι ειδικότερα το χαρτί, τα κλειδιά USB, τα CD-ROM, τα DVD, οι κάρτες μνήμης ή οι σκληροί δίσκοι υπολογιστών, όπως και τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.» Ως εκ τούτου, τα κράτη μέλη δύνανται να απαιτούν τόσο η επιβεβαίωση της προσφοράς από τον έμπορο όσο και η συγκατάθεση του καταναλωτή να είναι σε σταθερό μέσο, τα οποία δεν χρειάζεται κατ' ανάγκη να πραγματοποιούν εγγράφως, αλλά, για παράδειγμα, και μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων.

#### 4.4. Επιβεβαίωση της σύμβασης

##### Άρθρο 8

7. Ο έμπορος παρέχει στον καταναλωτή την επιβεβαίωση της συναφθείσας σύμβασης, σε σταθερό μέσο σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης και το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας. Η εν λόγω επιβεβαίωση περιλαμβάνει:

- α) το σύνολο των πληροφοριών που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1, εκτός εάν ο έμπορος έχει ήδη παράσχει τις πληροφορίες στον καταναλωτή πριν από τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης σε σταθερό μέσο, και
- β) κατά περίπτωση, την επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αναγνώρισης του καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 16 στοιχείο γ).

Ο έμπορος θα πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή επιβεβαίωση της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων όλων των πληροφοριών που απαιτούνται δυνάμει του άρθρου 6 παράγραφος 1, εκτός εάν έχουν ήδη παρασχεθεί σε σταθερό μέσο [μόνιμο υπόθεμα], όπως μέσω καταλόγου παραγγελιών με ταχυδρομείο, SMS ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, προτού συναφθεί η σύμβαση.

Ο ορισμός του «σταθερού μέσου» εξετάστηκε από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υπόθεση C-49/11, Content Services, σχετικά με την οδηγία 97/7/EK για τις πωλήσεις εξ αποστάσεως, στο άρθρο 5 παράγραφος 1 της οποίας απαιτείται επίσης επιβεβαίωση μιας εξ αποστάσεως σύμβασης σε σταθερό μέσο. Σύμφωνα με την απόφαση του Δικαστηρίου, η απλή παροχή πληροφοριών σε έναν δικτυακό τόπο δεν αποτελεί σταθερό μέσο: «Το άρθρο 5, παράγραφος 1, της οδηγίας 97/7/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 1997, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, έχει την έννοια ότι **εμπορική πρακτική με την οποία καθίσταται δυνατή η πρόσβαση στις προβλεπόμενες από τη διάταξη αυτή πληροφορίες μόνο μέσω υπερσυνδεδεμένου ευρισκόμενου σε ιστοσελίδα της οικείας επιχειρήσεως δεν πληροί τις απαιτήσεις της εν λόγω διατάξεως, καθόσον οι πληροφορίες αυτές ούτε έχουν “δοθεί” από την επιχείρηση αυτή ούτε έχουν “ληφθεί” από τον καταναλωτή κατά την έννοια της ίδιας διατάξεως, και ότι ιστοσελίδα όπως η επίμαχη στην κύρια δίκη δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «μόνιμο υπόθεμα» κατά την έννοια του εν λόγω άρθρου 5, παράγραφος 1.**»<sup>(118)</sup>.

Ταυτόχρονα, το Δικαστήριο δεν απέκλεισε το ενδεχόμενο ορισμένες ιστοσελίδες να θεωρούνται σταθερά μέσα, εφόσον πληρούν τις απαιτήσεις: «Δεν προκύπτει, όμως, από τη δικογραφία ότι η ιστοσελίδα του πωλητή, στην οποία παραπέμπει ο σύνδεσμος που επισημαίνεται στον καταναλωτή, παρέχει δυνατότητα αποθηκεύσεως των πληροφοριών που του απευθύνονται προσωπικώς κατά τρόπο ώστε να μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτές και να τις αναπαραγάγει καθαυτές για ικανό χρονικό διάστημα χωρίς να υπάρχει δυνατότητα μονομερούς τροποποιήσεως του περιεχομένου τους από τον πωλητή.»<sup>(119)</sup>.

Η έννοια του «σταθερού μέσου» αναλύθηκε περαιτέρω στην υπόθεση C-375/15, BAWAG, σε σχέση με την οδηγία 2007/64/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου<sup>(120)</sup> για τις υπηρεσίες πληρωμών, η οποία περιείχε παρόμοιο ορισμό του «σταθερού μέσου». Το Δικαστήριο έκρινε ότι ορισμένοι ιστότοποι μπορούν να χαρακτηριστούν ως «μέσα ανθεκτικά στον χρόνο», υπό ειδικές προϋποθέσεις:

- ο ιστότοπος παρέχει στον καταναλωτή την ευχέρεια να αποθηκεύσει τις πληροφορίες που του έχουν απευθυνθεί προσωπικά, με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτές και να τις αναπαραγάγει ακριβώς ως έχουν, για όσο χρόνο χρειάζεται, **χωρίς να είναι δυνατή η μονομερής τροποποίηση του περιεχομένου τους είτε από τον ίδιο τον πάροχο είτε από άλλο επαγγελματία, και**
- να μην ο καταναλωτής είναι υποχρεωμένος να ανατρέξει στον συγκεκριμένο ιστότοπο προκειμένου να λάβει γνώση των εν λόγω πληροφοριών, **πλην όμως η διαβίβαση των πληροφοριών αυτών συνοδεύεται από ενεργή συμπεριφορά του παρόχου η οποία έχει ως σκοπό να θέσει υπόψη του καταναλωτή ότι οι πληροφορίες υπάρχουν και είναι διαθέσιμες στον ιστότοπο**<sup>(121)</sup>.

<sup>(118)</sup> C-49/11, Content Services Ltd, ECLI:EU:C:2012:419, σκέψη 51.

<sup>(119)</sup> Ό.π., σκέψη 46.

<sup>(120)</sup> Οδηγία 2007/64/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 13ης Νοεμβρίου 2007, για τις υπηρεσίες πληρωμών στην εσωτερική αγορά, την τροποποίηση των οδηγιών 97/7/EK, 2002/65/EK, 2005/60/EK και 2006/48/EK, και την κατάργηση της οδηγίας 97/5/EK (EE L 319 της 5.12.2007, σ. 1).

<sup>(121)</sup> C-375/15, BAWAG, EU:C:2017:38, σκέψεις 43-45.

Κατά συνέπεια, ο ιδιωτικός επιγραμμικός λογαριασμός ενός πελάτη στον έμπορο, όπου ο έμπορος αναφορτώνει τις πληροφορίες που απευθύνονται στον καταναλωτή και δεν μπορεί να τις αφαιρέσει και να τις αλλάξει μονομερώς, θα μπορούσε να θεωρηθεί σταθερό μέσο για τους σκοπούς της οδηγίας. Αν ο λογαριασμός αυτός αποτελεί τον μοναδικό τρόπο που έχει ο έμπορος για την επιβεβαίωση της σύμβασης, θα πρέπει να εξασφαλίσει τη **συνεχή πρόσβαση του καταναλωτή** σε αυτόν για επαρκές χρονικό διάστημα και μετά τη λήξη της σύμβασης του καταναλωτή με τον έμπορο.

Όσον αφορά το τι συνιστά «ενεργή συμπεριφορά» για να επιστήσει την προσοχή στη νέα ανακοίνωση, το ΔΕΕ επιβεβαίωσε στην υπόθεση BAWAG ότι η αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην προσωπική ηλεκτρονική θυρίδα του καταναλωτή μπορεί να είναι επαρκής, υπό τον όρο ότι: i) η αντίστοιχη ηλεκτρονική θυρίδα χρησιμοποιείται τακτικά από τον καταναλωτή για να επικοινωνεί με άλλα πρόσωπα και ii) τα συμβαλλόμενα μέρη συμφώνησαν να τη χρησιμοποιήσουν στην αντίστοιχη σύμβαση παροχής υπηρεσιών που έχει συναφθεί μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή. Ωστόσο, η κατ' αυτόν τον τρόπο επιλεγείσα διεύθυνση δεν μπορεί να είναι η ηλεκτρονική θυρίδα που έχει δοθεί στον καταναλωτή στον ιστότοπο τον οποίο διαχειρίζεται ο έμπορος <sup>(122)</sup>.

Ο έμπορος θα πρέπει να εξακολουθεί να υπόκειται στην υποχρέωση που απορρέει από το άρθρο 8 παράγραφος 7 για την παροχή της επιβεβαίωσης της σύμβασης σε σταθερό μέσο και σε περίπτωση παροχής των προσυμβατικών πληροφοριών στον καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 4. Η υποχρέωση αυτή μπορεί να θεωρηθεί ότι εκπληρώνεται δεόντως, μεταξύ άλλων, όταν, με τη σύμφωνη γνώμη του καταναλωτή, ο έμπορος αποστέλλει επιβεβαίωση της σύμβασης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Όσον αφορά το **χρονικό διάστημα για την επιβεβαίωση**, το άρθρο 8 παράγραφος 7 προβλέπει ότι πρέπει να αποσταλεί «σε εύλογο χρονικό διάστημα μετά τη σύναψη της εξ αποστάσεως σύμβασης». Επιπλέον, η επιβεβαίωση πρέπει να παρέχεται το αργότερο κατά τη στιγμή της παράδοσης των αγαθών ή προτού αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας.

Για τις **υπηρεσίες**, δεν υπάρχει απαίτηση παροχής της επιβεβαίωσης πριν από τη λήξη της προθεσμίας υπαναχώρησης (αν η εκτέλεση της σύμβασης αρχίσει μετά την πάροδο της εν λόγω περιόδου). Ωστόσο, η απαίτηση αποστολής της επιβεβαίωσης μέσα σε «εύλογο χρονικό διάστημα» σημαίνει ότι θα πρέπει να αποσταλεί αρκετά νωρίς ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης. Αν μια καθυστερημένη επιβεβαίωση θα πρέπει να θεωρηθεί αδικαιολόγητη υπό την έννοια του άρθρου 8 παράγραφος 7 θα πρέπει να αποφασίζεται για κάθε περίπτωση χωριστά.

Δεν υπάρχει ρητή καταληκτική προθεσμία για την επιβεβαίωση των συμβάσεων **στην περίπτωση της παροχής υπηρεσιών κοινής ωφελείας και των συμβάσεων επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου**. Κατ' αναλογία, οι κανόνες σχετικά με τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών θα πρέπει να εφαρμόζονται στις συμβάσεις αυτές, δηλαδή, η επιβεβαίωση θα πρέπει να παρέχεται το αργότερο προτού αρχίσει να εκτελείται η σύμβαση. Η αναλογία αυτή φαίνεται να ενισχύεται από τους κοινούς κανόνες στο πλαίσιο της οδηγίας σχετικά με τον υπολογισμό της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης για τις συμβάσεις αυτές, σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχεία α) και γ).

Οι συμβάσεις για **επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο** συνήθως εκτελούνται αμέσως, δηλαδή, πριν λήξει η προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης και το συνηθέστερο μέσο επιβεβαίωσης είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Στο πλαίσιο αυτό, ένα κρίσιμο ερώτημα που τίθεται είναι αν οι ενδιαφερόμενοι έμποροι πρέπει να βεβαιωθούν ότι ο καταναλωτής έχει λάβει πράγματι την επιβεβαίωση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου προτού αρχίσει η καταφόρτωση ή η μετάδοση του ψηφιακού περιεχομένου, ή αν αρκεί η αποστολή του μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από τον έμπορο προτού αρχίσει να εκτελείται η σύμβαση.

Θα πρέπει να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι το άρθρο 8 παράγραφος 7 δεν αναφέρεται στην «παραλαβή» της επιβεβαίωσης από τον καταναλωτή, αλλά αντίθετα απαιτεί την «παροχή» της από τον έμπορο. Η έννοια των όρων «παροχή» και «λαμβάνει» στο πλαίσιο της οδηγίας 97/7/ΕΚ για τις πωλήσεις εξ αποστάσεως, εξετάστηκε από το ΔΕΕ στην υπόθεση C-49/11, Content Services. Το άρθρο 5 παράγραφος 1 της οδηγίας για τις πωλήσεις εξ αποστάσεως αναφέρει ότι ο καταναλωτής πρέπει να **λαμβάνει** επιβεβαίωση με έγγραφο ή σε άλλο μόνιμο μέσο στη διάθεσή του και στο οποίο έχει πρόσβαση εγκαίρως, εκτός εάν οι πληροφορίες αυτές έχουν ήδη **δοθεί** σε αυτόν πριν από τη σύναψη της σύμβασης, με έγγραφο ή άλλο σταθερό μέσο.

Το Δικαστήριο επισήμανε στην απόφασή του ότι οι έννοιες «δοθεί» και «ληφθεί» είναι διαφορετικές από την έννοια «διαθέτει» που χρησιμοποιείται σε άλλες διατάξεις της οδηγίας και την οποία το Δικαστήριο θεώρησε ως «ουδέτερη» διατύπωση: «Επίσης, επιβάλλεται συναφώς η επισήμανση ότι, ενώ ο νομοθέτης της Ένωσης επέλεξε, στο άρθρο 4 της οδηγίας 97/7/ΕΚ, στη μεγάλη πλειονότητα των γλωσσικών αποδόσεων, **ουδέτερη διατύπωση κατά την οποία ο καταναλωτής πρέπει να «διαθέτει» τις αναγκαίες πληροφορίες**, αντιθέτως, στο άρθρο 5, παράγραφος 1, της οδηγίας αυτής, επέλεξε έναν αυστηρότερο όρο για τον επιχειρηματία κατά τον οποίο ο καταναλωτής πρέπει να «λαμβάνει» την επιβεβαίωση των εν λόγω πληροφοριών. [...]» <sup>(123)</sup>.

<sup>(122)</sup> Ό.π., σκέψεις 51 και 53.

<sup>(123)</sup> C-49/11, Content Services Ltd, ECLI:EU:C:2012:419, σκέψη 35.



Θα πρέπει επίσης να αναγνωριστεί ότι ο έμπορος δεν έχει τον έλεγχο της διαδικασίας μετάδοσης του ηλεκτρονικού μηνύματος επιβεβαίωσης. Υπό το πρίσμα αυτό, οι απαιτήσεις του άρθρου 8 παράγραφος 7 πληρούνται εάν το ηλεκτρονικό μήνυμα επιβεβαίωσης αποστέλλεται **ακριβώς πριν** από την παροχή του ψηφιακού περιεχομένου, δηλαδή, προτού ξεκινήσει η μετάδοση ή καταφόρτωση.

## 5. Το δικαίωμα υπαναχώρησης

### 5.1. Υπολογισμός της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης

#### 5.1.1. Εισαγωγή

#### Άρθρο 9

1. Εκτός εάν ισχύουν οι εξαιρέσεις που προβλέπονται στο άρθρο 16, ο καταναλωτής διαθέτει προθεσμία 14 ημερών για να υπαναχωρήσει από την εξ αποστάσεως σύμβαση ή τη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος χωρίς να αναφέρει τους λόγους και χωρίς καμία επιβάρυνση πέρα από τις προβλεπόμενες στο άρθρο 13 παράγραφος 2 και στο άρθρο 14.

1α. Τα κράτη μέλη μπορούν να θεσπίζουν κανόνες σύμφωνα με τους οποίους η περίοδος υπαναχώρησης των 14 ημερών που αναφέρεται στην παράγραφο 1 παρατείνεται σε 30 ημέρες για τις συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων από τον έμπορο στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές, [...].

Το άρθρο 9 παρέχει στον καταναλωτή **14 ημέρες για να υπαναχωρήσει** από την εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος σύμβαση χωρίς να αναφέρει τους λόγους. Τα κράτη μέλη μπορούν να παρατείνουν την προθεσμία υπαναχώρησης των 14 ημερών σε 30 ημέρες για τις συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων εμπόρου στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές. Η εφαρμογή των ρυθμιστικών επιλογών σε περίπτωση μη προγραμματισμένων επισκέψεων ή εκδρομών εξετάζεται στο τμήμα 5.9.

Η αιτιολογική σκέψη 41 ορίζει ότι «όλες οι προθεσμίες που περιέχονται στην παρούσα οδηγία θα πρέπει να νοείται ότι εκφράζονται σε **ημερολογιακές ημέρες**. Εάν προθεσμία εκπεφρασμένη σε ημέρες θα πρέπει να υπολογισθεί από τη στιγμή που επισυμβαίνει κάποιο γεγονός ή πραγματοποιείται κάποια ενέργεια, η ημέρα κατά την οποία επισυμβαίνει το γεγονός αυτό ή πραγματοποιείται η ενέργεια αυτή δεν θα πρέπει να συνυπολογίζεται στη σχετική προθεσμία».

Κατά συνέπεια, «14 ημέρες»/«30 ημέρες» στη διάταξη αυτή θα πρέπει να σημαίνει 14 ή, αντίστοιχα, 30 ημερολογιακές ημέρες από την επομένη της ημέρας κατά την οποία λαμβάνει χώρα το σχετικό συμβάν (δηλαδή, η σύναψη της σύμβασης ή η παράδοση των αγαθών):

— Για παράδειγμα, αν τα αγαθά παραδόθηκαν ή η σύμβαση παροχής υπηρεσιών συνήφθη την 1η Μαρτίου, η τελευταία μέρα άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης θα πρέπει να είναι η 15η Μαρτίου ή, στις περιπτώσεις που προβλέπονται στην παράγραφο 1α, η 31η Μαρτίου.

Η αιτιολογική σκέψη 41 επισημαίνει ότι ο κανονισμός (ΕΟΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1182/71 του Συμβουλίου <sup>(124)</sup> ισχύει για την οδηγία. Σύμφωνα με τον εν λόγω κανονισμό (άρθρο 3 παράγραφος 3): «Οι προθεσμίες περιλαμβάνουν τις αργίες, τα Σάββατα και τις Κυριακές, εκτός αν αυτές εξαιρούνται ρητά ή αν οι προθεσμίες προσδιορίζονται κατά εργάσιμες ημέρες.»

Άρα, οι αργίες, οι Κυριακές και τα Σάββατα **περιλαμβάνονται** στις 14 ημέρες/30 ημέρες.

Ωστόσο, εάν η προθεσμία υπαναχώρησης **λήγει** σε μία από τις ημέρες αυτές, θα πρέπει να παραταθεί μέχρι την επόμενη εργάσιμη ημέρα, διότι το άρθρο 3 παράγραφος 4 του κανονισμού 1182/71 ορίζει ότι: «Αν η τελευταία ημέρα προθεσμίας που δεν προσδιορίζεται κατά ώρες είναι αργία, Κυριακή ή Σάββατο, η **προθεσμία λήγει με την παρέλευση της τελευταίας ώρας της επομένης εργάσιμης ημέρας**.».

Οι κατάλογοι των ημερών που χαρακτηρίζονται ως αργίες από τα κράτη μέλη για τους σκοπούς του κανονισμού 1182/71 δημοσιεύονται στην ΕΕ <sup>(125)</sup>.

— Για παράδειγμα, εάν η 14η ημέρα της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης για μια σύμβαση που έχει συναφθεί με Ρουμάνο καταναλωτή λήγει στις 25 Δεκεμβρίου 2021, θα πρέπει να παραταθεί μέχρι τις 27 Δεκεμβρίου, διότι η 25η και η 26η Δεκεμβρίου θεωρούνται δημόσιες αργίες στη Ρουμανία το 2021.

Παρά το γεγονός ότι οι έμποροι θα πρέπει να αποδέχονται το δικαίωμα του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση κατά την παράταση της προθεσμίας υπαναχώρησης, δεν έχουν ρητή υποχρέωση να ενημερώσουν τον καταναλωτή ότι είναι δυνατή η παράταση (βλέπε επίσης το «Υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση» στο παράρτημα της οδηγίας).

<sup>(124)</sup> Κανονισμός (ΕΟΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1182/71 του Συμβουλίου, της 3ης Ιουνίου 1971, περί καθορισμού των κανόνων που εφαρμόζονται στις προθεσμίες, ημερομηνίες και διορίες (ΕΕ L 124 της 8.6.1971, σ. 1).

<sup>(125)</sup> Για παράδειγμα, ο κατάλογος για το 2021 διατίθεται στη διεύθυνση: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3AC2020%2F451%2F02&qid=1617356863154..>

## 5.1.2. Έναρξη της προθεσμίας υπαναχώρησης

## Άρθρο 9

2. Με την επιφύλαξη του άρθρου 10, η περίοδος υπαναχώρησης που αναφέρεται στην παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου λήγει μετά από 14 ημέρες ή, σε περιπτώσεις κατά τις οποίες τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει κανόνες σύμφωνα με την παράγραφο 1α του παρόντος άρθρου, 30 ημέρες από:

- α) από την ημερομηνία σύναψης της σύμβασης, για τις συμβάσεις υπηρεσιών·
- β) για τις συμβάσεις πώλησης, από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή των αγαθών ή:
  - i) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή του τελευταίου αγαθού, σε περίπτωση πολλών αγαθών παραγγελθέντων από τον καταναλωτή με μια παραγγελία και παραδιδόμενων χωριστά,
  - ii) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή της τελευταίας παρτίδας ή του τελευταίου τεμαχίου, σε περίπτωση παράδοσης αγαθού αποτελούμενου από πολλές παρτίδες ή πολλά τεμάχια,
  - iii) από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής ή ένα τρίτο μέρος το οποίο υποδεικνύεται από αυτόν, διαφορετικό από τον μεταφορέα, αποκτά τη φυσική κατοχή του πρώτου αγαθού, σε περίπτωση σύμβασης τακτικής παράδοσης αγαθών σε καθορισμένη χρονική περίοδο·
- γ) από την ημέρα σύναψης της σύμβασης, σε περίπτωση συμβάσεων παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα, παροχής τηλεθέρμανσης ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται πάνω σε σταθερό μέσο.

Η ημερομηνία από την οποία υπολογίζεται η προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης 14/30 ημερών εξαρτάται από το αν η σύμβαση είναι σύμβαση πώλησης, σύμβαση παροχής υπηρεσιών, σύμβαση παροχής επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου ή σύμβαση παροχής υπηρεσιών κοινής ωφέλειας. Η οδηγία προβλέπει δύο χρονικά σημεία έναρξης της προθεσμίας:

- **την ημέρα σύναψης της σύμβασης** —για τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών κοινής ωφέλειας και τις συμβάσεις επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου·
- **την ημέρα κατά την οποία αποκτάται η φυσική κατοχή των αγαθών (παράδοση)** —για τις συμβάσεις πώλησης, αλλά με την επιφύλαξη ορισμένων ειδικών κανόνων όσον αφορά: 1) πολλά αγαθά που παραγγέλθηκαν με μία παραγγελία και παραδόθηκαν χωριστά· 2) αγαθά που αποτελούνται από πολλές παρτίδες ή τεμάχια και παραδίδονται χωριστά· και 3) συμβάσεις τακτικής παράδοσης αγαθών σε καθορισμένη χρονική περίοδο:

Για τα αγαθά που παραδίδονται, η προθεσμία υπαναχώρησης αρχίζει από την ημέρα που θα περιέλθουν στη φυσική κατοχή του καταναλωτή ή άλλου προσώπου που υποδεικνύεται από τον καταναλωτή, διαφορετικό από τον μεταφορέα [άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο β)]. Στο σημείο αυτό υπάρχει διαφορά σε σχέση με το άρθρο 20, το οποίο προβλέπει ότι ο κίνδυνος μετατίθεται στον καταναλωτή από τη στιγμή που τα αγαθά θα παραδοθούν στον μεταφορέα, εάν ο μεταφορέας έχει ενταλθεί από τον καταναλωτή και η εν λόγω επιλογή δεν προσφέρθηκε από τον έμπορο.

Εάν υπάρχουν περισσότερες από μία παραδόσεις, η προθεσμία υπαναχώρησης αρχίζει από την ημέρα μετά την παράδοση του **τελευταίου από τα προϊόντα που παραγγέλθηκαν με μία παραγγελία αλλά παραδόθηκαν χωριστά** [άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο β) περίπτωση i)]. Ο κανόνας αυτός αιτιολογείται από το θεμιτό συμφέρον του καταναλωτή να λάβει όλα τα μέρη μιας ενιαίας παραγγελίας, πριν αποφασίσει εάν θα υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, για παράδειγμα, όσον αφορά:

- ένα βασικό αγαθό και τα εξαρτήματά του, όπως μια φωτογραφική μηχανή και τον φακό, ή
- ενδύματα, όπως σακάκι και παντελόνι, τα οποία παραγγέλθηκαν μαζί και προορίζονται να φορεθούν μαζί.

Στις περιπτώσεις αυτές, η ενιαία προθεσμία υπαναχώρησης θα πρέπει να ισχύει από την ημέρα μετά την παράδοση του τελευταίου προϊόντος.

Όπως αναφέρεται στην αιτιολογική σκέψη 40: «[...] ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης προτού τα αγαθά επέλθουν στη φυσική κατοχή του». Εξάλλου, τίποτα δεν εμποδίζει τον καταναλωτή να αρνηθεί να πάρει στην κατοχή του τα αγαθά σε αυτήν την περίπτωση:

- Για παράδειγμα, αφού παράγγειλε ένα προϊόν από τον έμπορο X, ο καταναλωτής βρήκε μια καλύτερη προσφορά για το ίδιο προϊόν από τον έμπορο Y. Ο καταναλωτής ειδοποιεί, επομένως, τον έμπορο X ότι θα ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης και δεν θα παραλάβει το προϊόν από το ταχυδρομείο.

## 5.2. Πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης

Το άρθρο 6 παράγραφος 1 προβλέπει ότι οι έμποροι οφείλουν να παρέχουν ορισμένες πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και τις εξ αποστάσεως συμβάσεις.

Άρθρο 6 παράγραφος 1

- η) όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 1, καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο παράρτημα I τμήμα Β·
- θ) κατά περίπτωση, ότι ο καταναλωτής θα επιβαρυνθεί με τη δαπάνη επιστροφής των αγαθών σε περίπτωση υπαναχώρησης και, για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, εάν τα αγαθά από τη φύση τους δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικώς, τη δαπάνη επιστροφής τους·
- ι) σε περίπτωση που ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού το ζητήσει δυνάμει του άρθρου 7 παράγραφος 3 ή του άρθρου 8 παράγραφος 8, ότι ο καταναλωτής δεσμεύεται να καταβάλει το λογικό κόστος στον έμπορο σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 3·
- ια) όταν δεν παρέχεται δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 16, την πληροφορία ότι ο καταναλωτής δεν θα έχει δικαίωμα υπαναχώρησης ή, κατά περίπτωση, τις περιστάσεις υπό τις οποίες ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμά του υπαναχώρησης [...]

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1, οι πληροφορίες πρέπει να είναι σαφείς και κατανοητές. Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 4, ο έμπορος μπορεί να χρησιμοποιεί το υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση που προβλέπονται στο **παράρτημα I τμήμα Α** της οδηγίας για να παρέχει τις πληροφορίες που αναφέρονται στα στοιχεία η), θ) και ι). Εάν οι πληροφορίες έχουν συμπληρωθεί σωστά και έχουν παρασχεθεί στον καταναλωτή, ο έμπορος έχει εκπληρώσει αυτές τις υποχρεώσεις ενημέρωσης.

Ωστόσο, το εν λόγω **υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση** που παρατίθεται στο παράρτημα I τμήμα Α **δεν είναι υποχρεωτικό** και ο έμπορος μπορεί να προσαρμόσει τη διατύπωσή τους, για παράδειγμα, χρησιμοποιώντας τους όρους «εγώ/εμένα» αντί «εμείς/εμάς», αν ο έμπορος είναι ιδιώτης επιχειρηματίας, ή αναγράφοντας την ταυτότητα και τα στοιχεία επικοινωνίας του εμπόρου στην κεφαλίδα του εντύπου και παραπέμποντας στα στοιχεία αυτά μέσα στο κείμενο.

Αντίθετα, εάν ισχύει το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η), ο έμπορος θα πρέπει πάντα να παρέχει στον καταναλωτή το **υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης** που παρατίθεται στο παράρτημα I τμήμα Β, ακόμη και αν ο έμπορος παρέχει **επίσης** στον καταναλωτή τη δυνατότητα να συμπληρώσει και να αποστείλει ένα **έντυπο στον δικτυακό τόπο** του σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 3. Ισχύουν διαφορετικοί κανόνες όσον αφορά την παροχή του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης όταν οι συμβάσεις συνάπτονται με μέσα επικοινωνίας εξ αποστάσεως τα οποία παρέχουν περιορισμένο χώρο ή χρόνο σύμφωνα με το άρθρο 8 παράγραφος 4 —βλέπε τμήμα 4.2.4.

Το πρόσθετο έντυπο υπαναχώρησης που ο έμπορος μπορεί να επιλέξει να παράσχει στον δικτυακό τόπο του σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 3 μπορεί να **διαφέρει από το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης** που παρατίθεται στο παράρτημα I τμήμα Β της ΟΔΚ. Αλλά αν ο έμπορος επιθυμεί να χρησιμοποιήσει διαφορετικό επιγραμμικό έντυπο για να συλλέξει περισσότερες πληροφορίες από τον καταναλωτή, όπως είναι οι λόγοι υπαναχώρησης, τυχόν άλλες τέτοιου είδους ερωτήσεις θα πρέπει να υποβάλλονται χωριστά και θα πρέπει να είναι δυνατή η αποστολή του εντύπου, χωρίς οι ερωτήσεις αυτές να έχουν απαντηθεί.

Κατά την παροχή πληροφοριών σχετικά με τις προθεσμίες που προβλέπονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η) για την υπαναχώρηση από τις συμβάσεις πώλησης σύμφωνα με το άρθρο 9 (εκτός από τις συμβάσεις για την τακτική παράδοση αγαθών), εάν ο ακριβής τρόπος παράδοσης (απλή ή πολλαπλή) δεν είναι γνωστός εκ των προτέρων, ο έμπορος μπορεί να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 14/30 ημέρες από την ημέρα που ο καταναλωτής, ή ένας τρίτος —άλλος από τον μεταφορέα— ο οποίος έχει υποδειχθεί από τον καταναλωτή, θα αποκτήσει **τη φυσική κατοχή του τελευταίου αγαθού ή της παρτίδας της παραγγελίας**.

Σε περίπτωση που ισχύει μία από τις **εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης** που προβλέπονται στο άρθρο 16, ο καταναλωτής θα πρέπει να ενημερώνεται σχετικά με την εξαίρεση του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ια).

Εάν **ισχύει μία από τις άνευ όρων εξαιρέσεις**, πρέπει να παρέχονται μόνο οι πληροφορίες που απαιτούνται βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ια), και όχι οι πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχεία η) και θ):

— Για παράδειγμα, για αγαθά όπως τα λουλούδια, που καλύπτονται από την εξαίρεση του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο δ), πρέπει να παρέχονται μόνο οι πληροφορίες που απαιτούνται από το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ια), δηλαδή ο έμπορος θα πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή ότι δεν υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση, διότι τα αγαθά αυτά αλλοιώνονται ή λήγουν σύντομα.

Αντίθετα, για **τις εξαιρέσεις που ισχύουν μόνο σε ορισμένες περιπτώσεις**, οι πληροφορίες που απαιτούνται από το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ια) θα πρέπει να παρέχονται **επιπλέον** των πληροφοριών που απαιτούνται βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχεία η) και ι):

- Για παράδειγμα, όταν προσφέρει φακούς επαφής ή βούρτσα δοντιών, των οποίων η συσκευασία συνιστά «σφραγίδα» κατά την έννοια του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ε), ο έμπορος θα πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή για τους όρους, τις προθεσμίες κ.λπ. για την υπαναχώρηση, όπως απαιτείται από το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η). Ο έμπορος θα πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή ότι, για λόγους προστασίας της υγείας και υγιεινής, ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης εάν οι συσκευασίες των αγαθών έχουν ανοιχτεί.

Το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο θ) απαιτεί από τον έμπορο να αναφέρει τη **δαπάνη επιστροφής των αγαθών** τα οποία δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικά:

- Για παράδειγμα, αυτό ισχύει για ογκώδη αντικείμενα, όπως έπιπλα και μεγάλες συσκευές (ψυγεία, πλυντήρια κ.λπ.), τα οποία συνήθως παραδίδονται από πόρτα σε πόρτα, αντί να αποσταλούν μέσω ταχυδρομείου.

Η αιτιολογική σκέψη 36 εξηγεί ότι αυτή η υποχρέωση ενημέρωσης πληρούται, για παράδειγμα, εάν ο έμπορος διευκρινίσει έναν μεταφορέα (π.χ. εκείνον που όρισε για την παράδοση του αγαθού) και μια τιμή για την επιστροφή του αγαθού.

Η αιτιολογική σκέψη 36 αναφέρει επίσης ότι «[ε]άν το κόστος επιστροφής του αγαθού δεν μπορεί ευλόγως να υπολογιστεί εκ των προτέρων από τον έμπορο, π.χ. επειδή ο έμπορος δεν προσφέρει να μεριμνήσει ο ίδιος για την επιστροφή του αγαθού, τότε ο έμπορος θα πρέπει να παράσχει δήλωση ότι το κόστος αυτό θα είναι πληρωτέο κι ότι το κόστος αυτό μπορεί να είναι υψηλό, **μαζί με μια λογική εκτίμηση του μέγιστου κόστους, που θα μπορούσε να υπολογιστεί βάσει του κόστους παράδοσης στον καταναλωτή**».

Εάν ο έμπορος προσφέρει διαφορετικούς τρόπους παράδοσης, το κόστος επιστροφής μπορεί να εκτιμηθεί με βάση το κόστος του συγκεκριμένου τρόπου παράδοσης που επιλέγεται από τον καταναλωτή:

- Για παράδειγμα, αν η παράδοση πρόκειται να πραγματοποιηθεί στη διεύθυνση του καταναλωτή, τότε και το κόστος επιστροφής μπορεί να βασιστεί στο κόστος παραλαβής των αγαθών από την ίδια διεύθυνση.

Στο πλαίσιο της υποχρέωσης να δηλώνεται το κόστος επιστροφής ή να παρέχεται εκτίμηση, ο έμπορος δεν θα πρέπει να υποχρεούται να παρέχει τις πληροφορίες αυτές για τα διάφορα πιθανά σενάρια επιστροφής (όπως επιστροφή σε συναρμολογημένη μορφή επίπλων που είχαν παραδοθεί μη συναρμολογημένα σε πακέτο).

### 5.3. Άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης

Το άρθρο 11 της οδηγίας προβλέπει ότι ο καταναλωτής μπορεί να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, είτε χρησιμοποιώντας το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης είτε κάνοντας οποιαδήποτε άλλη σαφή δήλωση. Η σχετική αιτιολογική σκέψη 44 αναφέρεται στην «επιστροφή των αγαθών μαζί με μια σαφή δήλωση»: «[...] Ωστόσο, ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να υπαναχωρήσει χρησιμοποιώντας δική του διατύπωση, υπό τον όρο ότι η δήλωσή του προς τον έμπορο όπου αναφέρεται η απόφασή του για υπαναχώρηση από τη σύμβαση θα είναι σαφής. Μια επιστολή, μια τηλεφωνική κλήση ή η επιστροφή των αγαθών μαζί με μια σαφή δήλωση θα μπορούν να εκπληρώσουν αυτή την απαίτηση, αλλά το βάρος της απόδειξης ότι υπαναχώρησε εντός των χρονικών προθεσμιών που προβλέπει η παρούσα οδηγία θα πρέπει να φέρει ο καταναλωτής. Για τον λόγο αυτό, είναι προς συμφέρον του καταναλωτή να χρησιμοποιήσει ένα σταθερό μέσο όταν κοινοποιήσει την υπαναχώρησή του στον έμπορο».

Κατά συνέπεια, δεν θα πρέπει να είναι δυνατόν να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση απλώς και μόνο επιστρέφοντας τα αγαθά, χωρίς καμία ρητή δήλωση προς τούτο. Η άρνηση της παράδοσης ή η μη παραλαβή των αγαθών από το ταχυδρομείο δεν θα μπορούσε, επομένως, να θεωρηθεί έγκυρη έκφραση υπαναχώρησης. Με τον τρόπο αυτό, η οδηγία διασφαλίζει ότι ο έμπορος δεν θα θεωρήσει εσφαλμένα την επιστροφή ενός πακέτου ως υπαναχώρηση, όταν αυτό δεν είχε παραδοθεί στον πελάτη για κάποιον τεχνικό λόγο.

Από την άλλη πλευρά, η δήλωση που χρησιμοποιείται από τον καταναλωτή για να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση δεν χρειάζεται απαραίτητα να αναφέρεται στο «δικαίωμα υπαναχώρησης» με νομικούς όρους:

- Για παράδειγμα, μια δήλωση «λήξης» ή «απόσυρσης» από τη σύμβαση ή η χρήση παρόμοιων λέξεων θα πρέπει επίσης να θεωρηθεί επαρκώς «αδιαμφισβήτητη», εφόσον ο καταναλωτής και η εν λόγω σύμβαση προσδιορίζονται.

Δεδομένου ότι ο καταναλωτής φέρει το βάρος της απόδειξης σχετικά με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, η αιτιολογική σκέψη 44 της ΟΔΚ επισημαίνει τα οφέλη της χρήσης σταθερού μέσου σε περίπτωση που υπάρχει οποιαδήποτε διαφορά. Επιπλέον, οποιοδήποτε αποδείξεις αποστολής της ειδοποίησης αποτελούν προφανώς επιπλέον εγγύηση ότι ο καταναλωτής θα είναι σε θέση να αποδείξει τον ισχυρισμό του:

- Για παράδειγμα, ο καταναλωτής μπορεί να κρατήσει ένα αντίγραφο του σταλθέντος μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή την απόδειξη της συστημένης επιστολής.

#### 5.4. Συνέπειες της υπαναχώρησης όσον αφορά τα δεδομένα

Το άρθρο 13 της ΟΔΚ ορίζει τις υποχρεώσεις του εμπόρου σε περίπτωση υπαναχώρησης. Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε το εν λόγω άρθρο εισάγοντας διατάξεις σχετικά με τις συνέπειες του δικαιώματος υπαναχώρησης όσον αφορά τον χειρισμό των δεδομένων.

##### Άρθρο 13

4. Όσον αφορά τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα του καταναλωτή, ο έμπορος συμμορφώνεται με τις ισχύουσες υποχρεώσεις βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679.

5. Ο έμπορος δεν χρησιμοποιεί κανένα περιεχόμενο, εκτός από δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, που παρασχέθηκε ή δημιουργήθηκε από τον καταναλωτή κατά τη χρήση του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας που παρέχεται από τον έμπορο, εκτός εάν το εν λόγω περιεχόμενο:

- α) δεν έχει καμία χρησιμότητα εκτός του πλαισίου του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας που παρέχεται από τον έμπορο,
- β) αφορά μόνο τη δραστηριότητα του καταναλωτή κατά τη χρήση του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας που παρέχεται από τον έμπορο,
- γ) έχει ομαδοποιηθεί με άλλα δεδομένα από τον έμπορο και δεν μπορεί να διαχωριστεί ή μπορεί να διαχωριστεί μόνο με δυσανάλογες προσπάθειες ή
- δ) έχει δημιουργηθεί από τον καταναλωτή από κοινού με άλλα πρόσωπα και άλλοι καταναλωτές είναι σε θέση να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν το περιεχόμενο.

6. Με την εξαίρεση των περιπτώσεων που αναφέρονται στην παράγραφο 5 στοιχείο α), β) ή γ), ο έμπορος, κατόπιν αιτήματος του καταναλωτή, θέτει στη διάθεση του καταναλωτή οποιοδήποτε περιεχόμενο, εκτός από δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, το οποίο παρασχέθηκε ή δημιουργήθηκε από τον καταναλωτή κατά τη χρήση του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας που παρέχεται από τον έμπορο.

7. Ο καταναλωτής δικαιούται να ανακτήσει το εν λόγω ψηφιακό περιεχόμενο δωρεάν, χωρίς να παρεμποδίζεται από τον έμπορο, σε εύλογο χρονικό διάστημα και σε κοινώς χρησιμοποιούμενο και αναγνώσιμο από μηχάνημα μορφότυπο.[...]

Οι διατάξεις αυτές είναι πανομοιότυπες με το άρθρο 16 παράγραφοι 2 έως 4 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο. Αμφότερες αντιμετωπίζουν τις συνέπειες της καταγγελίας της σύμβασης —η ΟΔΚ εξετάζει την καταγγελία της σύμβασης βάσει του δικαιώματος υπαναχώρησης, ενώ η οδηγία για το ψηφιακό περιεχόμενο εξετάζει την καταγγελία της σύμβασης λόγω έλλειψης συμμόρφωσης.

Ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων (ΓΚΠΔ) ρυθμίζει τις συνέπειες της καταγγελίας της σύμβασης όσον αφορά τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα. Οι νέες διατάξεις του άρθρου 13 της ΟΔΚ (και του άρθρου 16 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο) αφορούν τα δεδομένα που ο καταναλωτής αναφορτώνει ή παράγει μέσω της χρήσης της ψηφιακής υπηρεσίας και τα οποία δεν είναι δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.

Ειδικότερα, σύμφωνα με το άρθρο 13 παράγραφος 6 της ΟΔΚ, ο έμπορος, ανταποκρινόμενος στο αίτημα του καταναλωτή, υποχρεούται να παρέχει τα δεδομένα σε αναγνώσιμο από μηχάνημα μορφότυπο που χρησιμοποιείται συνήθως κατά τον χρόνο καταγγελίας της σύμβασης μετά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Εάν οι καταναλωτές ασκούν το δικαίωμα υπαναχώρησης βάσει της ΟΔΚ (ή τον τρόπο επανόρθωσης που συνίσταται στην καταγγελία της σύμβασης βάσει της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο), **εναπόκειται στον ΓΚΠΔ να αξιολογήσει αν η υπαναχώρηση από τη σύμβαση συνιστά επίσης ανάκληση της νομικής βάσης για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.** Σε πολλές περιπτώσεις, είναι πολύ πιθανό ότι η δήλωση του καταναλωτή να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης και να καταγγείλει τη σύμβαση μπορεί να ερμηνευτεί **ότι περιλαμβάνει και την ανάκληση της νομικής βάσης,** συμπεριλαμβανομένης της ανάκλησης της συγκατάθεσης για άλλη επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που δεν ήταν αναγκαία για την εκτέλεση της σύμβασης κατά την έννοια του ΓΚΠΔ. Στην περίπτωση αυτή, ο έμπορος/υπεύθυνος επεξεργασίας πρέπει να αξιολογήσει αν εξακολουθεί να υπάρχει έγκυρη νομική βάση για την εν λόγω άλλη επεξεργασία των εν λόγω δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, όπως, για παράδειγμα, η συμμόρφωση με νομική υποχρέωση. Ελλείψει έγκυρης νομικής βάσης, η επεξεργασία θα πρέπει να διακοπεί.

Επιπλέον, η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 πρόσθεσε στους ειδικούς κανόνες της ΟΔΚ σχετικά με **τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του εμπόρου σε περίπτωση υπαναχώρησης.** Οι εν λόγω διατάξεις του άρθρου 13 παράγραφος 8 και του άρθρου 14 παράγραφος 2α είναι πανομοιότυπες με το άρθρο 16 παράγραφος 5 και το άρθρο 17 παράγραφος 1 της οδηγίας για το ψηφιακό περιεχόμενο.

## Άρθρο 13

8. Σε περίπτωση υπαναχώρησης από τη σύμβαση, ο έμπορος μπορεί να εμποδίζει κάθε περαιτέρω χρήση του ψηφιακού περιεχομένου ή της ψηφιακής υπηρεσίας από τον καταναλωτή, συγκεκριμένα καθιστώντας το ψηφιακό περιεχόμενο ή την ψηφιακή υπηρεσία μη προσβάσιμα στον καταναλωτή ή απενεργοποιώντας τον λογαριασμό χρήστη του καταναλωτή, με την επιφύλαξη της παραγράφου 6.

## Άρθρο 14

2α. Σε περίπτωση υπαναχώρησης από τη σύμβαση, ο καταναλωτής αποφεύγει να χρησιμοποιεί το ψηφιακό περιεχόμενο ή την ψηφιακή υπηρεσία και να τα θέτει στη διάθεση τρίτων.

## 5.5. Δικαίωμα υπαναχώρησης όσον αφορά τα αγαθά

## 5.5.1. Πολλά ή ελαττωματικά αγαθά

Ο καταναλωτής μπορεί να θέλει να υπαναχωρήσει εν μέρει από μια σύμβαση για πολλά αγαθά, αν επιθυμεί να ακυρώσει την αγορά ενός ή μερικών μόνο από αυτά.

Παρά το γεγονός ότι η οδηγία δεν προβλέπει ρητώς τέτοιο δικαίωμα, αυτό επίσης δεν εμποδίζει τον έμπορο και τον καταναλωτή να συμφωνήσουν για τη **μερική υπαναχώρηση** από τη σύμβαση με την επιστροφή ενός μόνο μεμονωμένου αγαθού ή περισσότερων αγαθών που πωλήθηκαν σε μία παραγγελία. Σε μια τέτοια περίπτωση, όταν τα αγαθά που παρασχέθηκαν στο πλαίσιο της ίδιας σύμβασης περιλαμβάνουν διαφημιστικά αντικείμενα, ο έμπορος δεν υποχρεούται να συμφωνήσει με την επιστροφή μόνο εκείνων που πωλήθηκαν στο ακέραιο της τιμής.

Η κατάσταση θα είναι διαφορετική αν ο καταναλωτής δεν έχει συμφωνήσει να λάβει ένα δώρο που ο έμπορος του έχει, ωστόσο, προσφέρει. Τα δώρα αυτά μπορούν να αντιμετωπιστούν ως παροχή μη παραγγελθέντων αγαθών και, στην περίπτωση αυτή, εμπίπτουν στους κανόνες περί παροχής μη παραγγελθέντων. Το άρθρο 27 της ΟΔΚ και το σημείο 29 του παραρτήματος I της οδηγίας 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές απαγορεύουν την «[α]παίτηση άμεσης ή μεταγενέστερης **πληρωμής ή επιστροφής ή φύλαξης για προϊόντα που έχει προμηθεύσει ο εμπορευόμενος αλλά δεν έχουν παραγγελθεί από τον καταναλωτή [...]**».

Εάν ο καταναλωτής έχει στη διάθεσή του ένα ελαττωματικό προϊόν, το οποίο δεν είναι σύμφωνο με τη σύμβαση, όπως προβλέπεται στην οδηγία για την πώληση αγαθών, ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα, στο πλαίσιο του δικαιώματος υπαναχώρησης, είτε να επικαλεστεί τους τρόπους επανόρθωσης που προβλέπονται στην εν λόγω οδηγία είτε να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

## 5.5.2. Επιστροφή των αγαθών

## Άρθρο 14

1. Εκτός εάν ο έμπορος έχει προσφερθεί να παραλάβει τα αγαθά ο ίδιος, ο καταναλωτής επιστρέφει τα αγαθά ή τα μεταβιβάζει στον έμπορο ή σε άτομο εξουσιοδοτημένο από τον έμπορο να λάβει τα αγαθά, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός 14 ημερών από την ημέρα κατά την οποία ανακοίνωσε στον έμπορο την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση σύμφωνα με το άρθρο 11. Η προθεσμία τηρείται εάν ο καταναλωτής στείλει πίσω τα αγαθά πριν από την εκπνοή της προθεσμίας των 14 ημερών.

Ο καταναλωτής επιβαρύνεται μόνο με το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός εάν ο έμπορος έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί ο ίδιος με το εν λόγω κόστος ή εάν ο έμπορος έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι ο καταναλωτής οφείλει να επιβαρυνθεί με αυτό.

Στην περίπτωση συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος, εφόσον τα αγαθά έχουν παραδοθεί στην οικία του καταναλωτή τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης, ο έμπορος συλλέγει με δικά του έξοδα τα αγαθά, εφόσον πρόκειται για αγαθά που από τη φύση τους δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς.

Το άρθρο 14 παράγραφος 1 προβλέπει ότι ο καταναλωτής οφείλει να επιστρέψει τα αγαθά στον έμπορο εντός 14 ημερών από την ημέρα κατά την οποία ανακοίνωσε στον έμπορο την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Ωστόσο, καθώς ο καταναλωτής είναι υπεύθυνος για τη μεταχείριση των αγαθών και τη μείωση της αξίας τους κατά τη διάρκεια της περιόδου ισχύος του δικαιώματος υπαναχώρησης (βλέπε επίσης τμήμα 5.5.4), θα πρέπει να είναι προς το εύλογο συμφέρον του καταναλωτή να τα επιστρέψει το συντομότερο δυνατό, αντί να περιμένει έως τη λήξη της προθεσμίας.

Υπάρχει μια εξαίρεση για τις **συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος**. Εφόσον τα αγαθά έχουν παραδοθεί στην οικία του καταναλωτή τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης, **ο έμπορος πρέπει να συλλέξει** με δικά του έξοδα τα αγαθά, εφόσον πρόκειται για αγαθά που από τη φύση τους «δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς».

Η απαίτηση αυτή αποτελεί, κατά συνέπεια, εξαίρεση από τον γενικό κανόνα του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο θ) που υποχρεώνει τους εμπόρους **να ενημερώνουν τον καταναλωτή** για το κόστος επιστροφής των αγαθών τα οποία «δεν μπορούν υπό κανονικές συνθήκες να επιστραφούν ταχυδρομικώς» (βλέπε τμήμα 5.2).

Το **άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών** καταβάλλεται από τον καταναλωτή, εκτός εάν ο έμπορος έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή για την εν λόγω υποχρέωση βάσει του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο θ) ή έχει συμφωνήσει να αναλάβει το κόστος. Αυτά τα δύο στοιχεία περιλαμβάνονται επίσης στο υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση του παραρτήματος I τμήμα Α, το οποίο οι έμποροι μπορούν να χρησιμοποιούν για να εκπληρώσουν την υποχρέωσή τους να ενημερώνουν τον καταναλωτή. Η έννοια του «άμεσου κόστους» δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει οποιοδήποτε κόστος διαχείρισης, διεκπεραίωσης ή «αναπλήρωσης» που επιβαρύνει τον έμπορο σε σχέση με την επιστροφή των αγαθών.

Οποιαδήποτε προσφορά του εμπόρου **«να παραλάβει τα αγαθά ο ίδιος»** θα πρέπει να δεσμεύει τον καταναλωτή μόνο εάν ο έμπορος έχει, επίσης, προσφερθεί **να αναλάβει το κόστος**. Εάν δεν συμβαίνει αυτό και ο καταναλωτής βρει πιο οικονομικό και αξιόπιστο τρόπο επιστροφής προσφερόμενο από αναγνωρισμένο πάροχο υπηρεσιών, ο καταναλωτής δεν θα πρέπει να υποχρεούται βάσει της οδηγίας να αποδεχτεί την προσφορά του εμπόρου για την παραλαβή των αγαθών.

### 5.5.3. Επιστροφή των πληρωμών που ελήφθησαν από τον καταναλωτή

#### Άρθρο 13

1. Ο έμπορος επιστρέφει κάθε πληρωμή που έλαβε από τον καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των δαπανών παράδοσης, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός 14 ημερών από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση δυνάμει του άρθρου 11.

Ο έμπορος προβαίνει στην προβλεπόμενη στο πρώτο εδάφιο επιστροφή χρημάτων χρησιμοποιώντας τα ίδια μέσα πληρωμής με εκείνα που ο καταναλωτής χρησιμοποίησε για την αρχική συναλλαγή, εκτός κι αν ο καταναλωτής έχει ρητώς συμφωνήσει διαφορετικά και υπό τον όρο να μην επιβαρυνθεί ο καταναλωτής με δαπάνες προκύπτουσες από την επιστροφή των χρημάτων.

2. Κατά παρέκκλιση από την παράγραφο 1, ο έμπορος δεν απαιτείται να επιστρέψει πρόσθετες δαπάνες παράδοσης, εάν ο καταναλωτής ρητώς είχε επιλέξει τρόπο παράδοσης άλλο από τον φθηνότερο τυποποιημένο τρόπο παράδοσης που προσφέρει ο έμπορος.

3. Εκτός εάν ο έμπορος προσφέρθηκε να παραλάβει ο ίδιος τα αγαθά, όσον αφορά τις συμβάσεις πώλησης, ο έμπορος μπορεί να παρακρατήσει την επιστροφή του τιμήματος μέχρι να λάβει πίσω τα αγαθά ή μέχρι ο καταναλωτής να παράσχει αποδείξεις ότι έστειλε πίσω τα αγαθά, όποιο από τα δύο συμβεί πρώτο.

Το άρθρο 13 παράγραφος 1 προβλέπει ότι ο έμπορος οφείλει να πραγματοποιήσει την επιστροφή χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και **το αργότερο εντός 14 ημερών** από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Όσον αφορά τις συμβάσεις πώλησης, σύμφωνα με το άρθρο 13 παράγραφος 3, ο έμπορος μπορεί **να παρακρατήσει την επιστροφή του τιμήματος πέραν της προθεσμίας** μέχρι να λάβει πίσω τα αγαθά ή μέχρι ο καταναλωτής να παράσχει αποδείξεις ότι έστειλε πίσω τα αγαθά.

Εάν τα αγαθά ή οι αποδείξεις ληφθούν μετά την πάροδο της προθεσμίας των 14 ημερών, ο έμπορος θα πρέπει να επιστρέψει στον καταναλωτή το τίμημα χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση. Τι συνιστά «αδικαιολόγητη καθυστέρηση» θα πρέπει να αξιολογείται για κάθε περίπτωση χωριστά. Ωστόσο, υπό κανονικές συνθήκες, η επεξεργασία της επιστροφής δεν θα πρέπει να διαρκεί περισσότερο από λίγες εργάσιμες ημέρες.

Η φράση **«αποδείξεις ότι έστειλε πίσω τα αγαθά»** είναι προφανώς πολύ σημαντική για την εφαρμογή του άρθρου 13 παράγραφος 3. Καταρχήν, ο όρος «αποδείξεις» θα πρέπει να γίνεται αντιληπτός ως μια γραπτή δήλωση από μια αναγνωρισμένη εταιρεία μεταφορών ή ταχυδρομικών υπηρεσιών, όπου προσδιορίζεται ο αποστολέας και ο παραλήπτης.

Καταρχήν, οι αποδείξεις αυτές δεν χρειάζεται να περιλαμβάνουν απαραίτητως εγγυήσεις τρίτων ότι τα εν λόγω προϊόντα έχουν ελεγχθεί και επαληθευθεί. Οι πρόσθετες αυτές υπηρεσίες είναι πιθανό να είναι δαπανηρές και θα μπορούσαν να αποθαρρύνουν τον καταναλωτή από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, το οποίο απαγορεύεται ρητά από την οδηγία (βλέπε αιτιολογική σκέψη 47: «[...] Οι υποχρεώσεις του καταναλωτή σε περίπτωση υπαναχώρησης δεν θα πρέπει να αποθαρρύνουν τον καταναλωτή από την άσκηση του δικαιώματός του να υπαναχωρήσει»).

Παρά το γεγονός ότι το άρθρο 14 παράγραφος 2 επιτρέπει στον έμπορο να θεωρήσει τον καταναλωτή υπεύθυνο για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών λόγω κακής διαχείρισης κατά τη διάρκεια της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, σύμφωνα με το άρθρο 13 παράγραφος 3, ο έμπορος πρέπει να επιστρέψει στον καταναλωτή το τίμημα, αφού λάβει απόδειξη ότι τα εμπορεύματα έχουν επιστραφεί.

Εάν ο καταναλωτής δεχθεί την προσφορά του εμπόρου να παραλάβει τα αγαθά, ή εάν ο έμπορος προσφερθεί να τα παραλάβει με δικά του έξοδα, ο έμπορος δεν θα πρέπει να είναι σε θέση να επικαλεστεί το δικαίωμα να παρακρατήσει την επιστροφή του τιμήματος σύμφωνα με το άρθρο 13 παράγραφος 3. Αυτό θα πρέπει να παρέχει πρόσθετο κίνητρο στον έμπορο ώστε να μεριμνήσει για την επιστροφή των αγαθών το συντομότερο δυνατόν.

Το άρθρο 13 παράγραφος 1 απαιτεί ειδικά από τον έμπορο να χρησιμοποιεί **τα ίδια μέσα πληρωμής** για την επιστροφή με εκείνα που ο καταναλωτής χρησιμοποίησε για την αρχική συναλλαγή. Ειδικότερα, ο έμπορος θα πρέπει να επιστρέψει στο ακέραιο το ποσό που κατέβαλε ο καταναλωτής στο νόμισμα της πληρωμής:

- Για παράδειγμα, εάν ο καταναλωτής κατέβαλε με έμβασμα 50 EUR στον τραπεζικό λογαριασμό του εμπόρου, ο έμπορος θα πρέπει να επιστρέψει στον καταναλωτή το ίδιο ποσό με έμβασμα, καθώς και τυχόν έξοδα που χρεώθηκαν για το τελευταίο έμβασμα από την τράπεζα του καταναλωτή.
- Ωστόσο, ο έμπορος δεν θα πρέπει να καλύπτει τυχόν τραπεζικά έξοδα που κατέβαλε ο καταναλωτής για την αρχική πληρωμή.
- Εάν ο τραπεζικός λογαριασμός του καταναλωτή είναι σε ένα νόμισμα, αλλά η πληρωμή και επιστροφή πραγματοποιούνται σε άλλο, ο έμπορος δεν θα είναι υπεύθυνος για οποιαδήποτε ζημία λόγω της συναλλαγματικής ισοτιμίας που χρησιμοποίησε η τράπεζα του καταναλωτή κατά την επιστροφή.

Το άρθρο 13 παράγραφος 1, επιτρέπει, επίσης, στον έμπορο και τον καταναλωτή να συμφωνήσουν ρητά σε **διαφορετικό μέθοδο**, όπως η επιστροφή με τραπεζική επιταγή, αντί εμβάσματος ή σε νόμισμα διαφορετικό από το νόμισμα της πληρωμής, υπό την προϋπόθεση ότι ο καταναλωτής δεν θα επιβαρυνθεί με έξοδα λόγω της χρήσης διαφορετικού τρόπου:

- Για παράδειγμα, εάν ο έμπορος εξασφαλίσει τη συγκατάθεση του καταναλωτή να δεχθεί να γίνει η επιστροφή με τραπεζική επιταγή αντί τραπεζικού εμβάσματος, ο έμπορος θα πρέπει να αναλάβει τις πρόσθετες χρεώσεις με τις οποίες θα επιβαρυνθεί ο καταναλωτής, για παράδειγμα, τα έξοδα συναλλάγματος ή τα τραπεζικά έξοδα που θα προκύψουν λόγω χρήσης από τον έμπορο διαφορετικού τρόπου πληρωμής.

Η αιτιολογική σκέψη 46 αναφέρει σχετικά με τη χρήση των **κουπονιών**: «Η επιστροφή δεν θα πρέπει να πραγματοποιείται με κουπόνι, εκτός εάν ο καταναλωτής έχει χρησιμοποιήσει κουπόνια κατά την αρχική συναλλαγή ή τα έχει αποδεχθεί ρητά».

#### 5.5.4. Ευθύνη του καταναλωτή για κακή διαχείριση των αγαθών

##### Άρθρο 14

2. Ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλην εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών. Ο καταναλωτής δεν ευθύνεται σε καμία περίπτωση για οποιαδήποτε μείωση της αξίας των αγαθών όταν ο έμπορος δεν έχει παράσχει κοινοποίηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η) [...]

5. Εκτός αν άλλως ορίζεται στο άρθρο 13 παράγραφος 2 και στο παρόν άρθρο, ο καταναλωτής δεν φέρει καμία ευθύνη αν ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης.

Όπως εξηγείται στην αιτιολογική σκέψη 47, οι καταναλωτές μπορούν να υπαναχωρήσουν από τη σύμβαση, ανεξάρτητα από τον τρόπο διαχείρισης των αγαθών κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης: «Ορισμένοι καταναλωτές ασκούν το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού έχουν χρησιμοποιήσει τα αγαθά σε βαθμό μεγαλύτερο από αυτόν που είναι αναγκαίος για να προσδιοριστούν η φύση, τα χαρακτηριστικά και η λειτουργία των αγαθών. Στην περίπτωση αυτή, ο καταναλωτής δεν θα πρέπει να χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης, αλλά θα πρέπει να είναι υπεύθυνος για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών. [...]».

Ωστόσο, στις περιπτώσεις αυτές, το άρθρο 14 παράγραφος 2 καθιστά τον καταναλωτή υπεύθυνο «για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλην εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών». Η αιτιολογική σκέψη 47 εξηγεί περαιτέρω την υποχρέωση αυτή: «[...] Προκειμένου να προσδιοριστούν η φύση, τα χαρακτηριστικά και η λειτουργία των αγαθών, ο καταναλωτής θα πρέπει να τα χειρίζεται και να τα εξετάζει με τον ίδιο τρόπο με τον οποίο θα του επιτρεπόταν να το πράξει σε κάποιο κατάστημα. Παραδείγματος χάριν, ο καταναλωτής θα πρέπει μόνο να δοκιμάσει κάποιο ρούχο και δεν θα πρέπει να του επιτραπεί να το φορέσει. Κατά συνέπεια, ο καταναλωτής θα πρέπει να χειρίζεται και να εξετάζει τα αγαθά με τη δέουσα προσοχή στη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης».

Η μείωση της αξίας των αγαθών μπορεί να συνίσταται, ιδίως, στα έξοδα καθαρισμού και επισκευής και, αν τα αγαθά δεν μπορούν πλέον να πωληθούν ως καινούργια, στην αντικειμενικά αιτιολογημένη απώλεια εισοδήματος για τον έμπορο σε περίπτωση πώλησης του επιστραφέντος αγαθού ως μεταχειρισμένου.

Κατά πόσον ο έλεγχος των αγαθών από τον καταναλωτή υπερβή το αναγκαίο προκειμένου να καθορίσει τη φύση, τα χαρακτηριστικά και τη λειτουργία τους θα πρέπει να αξιολογείται κατά περίπτωση σε περίπτωση διαφοράς. Η σύγκριση με το τι μπορεί κανονικά να κάνει ο καταναλωτής σε ένα παραδοσιακό κατάστημα αποτελεί χρήσιμο σημείο αναφοράς, για παράδειγμα:

- προτού προβεί στην αγορά κάποιας συσκευής ηχογράφησης/βιντεοσκόπησης, ο καταναλωτής θα πρέπει κανονικά να είναι σε θέση να ελέγξει την ποιότητα της εικόνας ή του ήχου·



- για να δοκιμάσει κάποιος ένα ρούχο σε ένα κατάστημα δεν χρειάζεται να αφαιρέσει τις ετικέτες του κατασκευαστή·
- ο καταναλωτής δεν μπορεί κανονικά να δοκιμάσει στην πράξη οικιακές συσκευές, όπως ηλεκτρικά είδη κουζίνας, η χρήση των οποίων μπορεί αναπόφευκτα να αφήσει ίχνη·
- Ο καταναλωτής δεν θα είναι σε θέση να ρυθμίσει λογισμικό σε υπολογιστή· ως εκ τούτου, το εύλογο κόστος για τυχόν επανατοποθέτηση του εν λόγω εξοπλισμού θα συνιστούσε επίσης μειωμένη αξία.
- Ο καταναλωτής θα μπορούσε να δοκιμάσει αρώματα και παρόμοια καλλυντικά προϊόντα, τα οποία μπορεί κανονικά να δοκιμάσει σε καταστήματα, μέσω ενός δωρεάν δείγματος που ο έμπορος θα μπορούσε να συμπεριλάβει μαζί με το προϊόν. Κατ' αυτόν τον τρόπο, οι καταναλωτές δεν χρειάζεται να ανοίξουν τη συσκευασία του προϊόντος προκειμένου να ασκήσουν το δικαίωμά τους να διαπιστώσουν τη φύση και τα χαρακτηριστικά του εν λόγω προϊόντος (ορισμένα καλλυντικά προϊόντα μπορούν να σφραγιστούν για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής —βλέπε τμήμα 5.11.4).

Θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι «η διαπίστωση της λειτουργίας» των αγαθών στο πλαίσιο αυτό διαφέρει από τον έλεγχο ότι δεν φέρουν κάποιο ελάττωμα από οποιαδήποτε άποψη. Εάν τα αγαθά αποδειχτούν ελαττωματικά σε μεταγενέστερη χρήση, ο καταναλωτής προστατεύεται από την οδηγία (ΕΕ) 2019/771 για την πώληση των αγαθών.

Καταρχήν, ο καταναλωτής θα πρέπει να είναι σε θέση **να ανοίξει τη συσκευασία** για να αποκτήσει πρόσβαση στο εσωτερικό περιεχόμενο (ή στα εσωτερικά περιεχόμενα), εφόσον στα καταστήματα εμφανίζονται κανονικά παρόμοια αγαθά ασυσκευάστα. Ως εκ τούτου, η ζημία που προκαλείται στη συσκευασία απλώς για να ανοιχτεί δεν αποτελεί αιτία αποζημίωσης. **Ωστόσο, οποιεσδήποτε προστατευτικές ταινίες που έχουν τοποθετηθεί στο προϊόν θα πρέπει να αφαιρούνται μόνο όταν αυτό είναι απολύτως αναγκαίο για τη δοκιμή του.**

Η επιστροφή των αγαθών χωρίς την αρχική συσκευασία <sup>(126)</sup> (π.χ. το κουτί που περιέχει ηλεκτρονική συσκευή) ή με ασυνήθιστη μείωση της αξίας της συσκευασίας, θα μπορούσε να θεωρηθεί μείωση της αξίας των αγαθών.

Στην υπόθεση C-681/17 *slewo*, το ΔΕΕ αποφάσισε ότι τα **στρώματα** που καλύπτονται με προστατευτικό περιτύλιγμα δεν εμπίπτουν στην εξαίρεση του δικαιώματος υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 16 στοιχείο ε) όσον αφορά αγαθά που έχουν σφραγιστεί για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής και αποσφραγίζονται από τον καταναλωτή. Το Δικαστήριο έκρινε ότι τα στρώματα μπορούν να εξομοιωθούν με τα ενδύματα για τα οποία επιτρέπεται ρητώς η χρήση τους. Ως εκ τούτου, τα στρώματα των οποίων το προστατευτικό περιτύλιγμα έχει αφαιρεθεί και ενδεχομένως χρησιμοποιηθεί από τον καταναλωτή κρίθηκαν κατάλληλα για να πωληθούν εκ νέου και να χρησιμοποιηθούν από νέο αγοραστή, **στο μέτρο που ο έμπορος είναι σε θέση να καταστήσει στρώματα (ή ενδύματα) κατάλληλα για νέα χρήση από τρίτον, με την επιφύλαξη των απαιτήσεων προστασίας της υγείας ή υγιεινής**, μέσω εργασίας όπως είναι ο καθαρισμός ή η απολύμανση <sup>(127)</sup>.

Ταυτόχρονα, το Δικαστήριο αναφέρθηκε συγκεκριμένα στην ύπαρξη αγοράς μεταχειρισμένων στρωμάτων <sup>(128)</sup>. Ακόμη πιο σημαντικό, το Δικαστήριο αναφέρθηκε επίσης στην **ευθύνη του καταναλωτή για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών** μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλην εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 2.

Υπό το πρίσμα των διαπιστώσεων αυτών, η ευθύνη αυτή μπορεί να προκύψει εάν **είναι αναγκαίο, για λόγους προστασίας της υγείας ή υγιεινής, να καθαριστεί το στρώμα (ή τα ενδύματα και τα συγκρίσιμα αγαθά)** προκειμένου να πωληθεί εκ νέου σε νέο αγοραστή. Μπορεί επίσης να προκύψει όταν **τα εν λόγω καθαρισμένα αγαθά δεν μπορούν να πωληθούν ως νέα αγαθά, αλλά μόνο ως μεταχειρισμένα αγαθά** σε (σημαντικά) χαμηλότερη τιμή. Από την άποψη αυτή, ο έμπορος δεν πρέπει να παραπλανήσει τον νέο αγοραστή των καθαρισμένων αγαθών όσον αφορά τις προδιαγραφές τους (νέα ή «μεταχειρισμένα»), δεδομένου ότι αυτό αποτελεί σημαντικό μέρος των χαρακτηριστικών των προϊόντων, και στο πλαίσιο της ΟΑΕΠ.

Σε σχέση με το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με την αντικατασταθείσα οδηγία 97/7/ΕΚ για τις πωλήσεις εξ αποστάσεως, το Δικαστήριο αποφάνθηκε στην υπόθεση C-489/07, *Ria Messner* <sup>(129)</sup>, ότι εάν η εθνική νομοθεσία **επέβαλλε στον καταναλωτή το βάρος να αποδείξει** ότι δεν χρησιμοποίησε το αγαθό αυτό κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης κατά τρόπο βαιίνοντα πέραν του απαιτούμενου για την αποτελεσματική άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, αυτό θα περιόριζε τη χρησιμότητα και την αποτελεσματικότητα του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 5, ο καταναλωτής δεν φέρει καμία ευθύνη αν ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης εκτός από τις περιπτώσεις που προβλέπονται στην οδηγία. Στο πλαίσιο αυτό, η απόφαση στην υπόθεση *Messner* επιβεβαίωσε επίσης ότι ο πωλητής δεν μπορεί να αξιώσει αποζημίωση για την αξία της χρήσης που προκύπτει από τον καταναλωτή από τα αγαθά κατά τη μεταβατική περίοδο πριν από την επιστροφή τους στον έμπορο <sup>(130)</sup>.

<sup>(126)</sup> Αυτό αφορά συσκευασίες σχεδιασμένες για το εν λόγω προϊόν, οι οποίες αποτελούν μέρος της εμπορικής παρουσίας του. Οι καταναλωτές θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να αντικαθιστούν κάθε πανταχού παρούσα συσκευασία που παρέχεται μόνο για την προστασία των υπό διαμετακόμιση αγαθών.

<sup>(127)</sup> C-681/17, *slewo*, ECLI:EU:C:2019:255, σκέψεις 43-46.

<sup>(128)</sup> Ό.π., σκέψη 42.

<sup>(129)</sup> C-489/07, *Messner*, ECLI:EU:C:2009:502, σκέψη 27.

<sup>(130)</sup> Ό.π., σκέψεις 22 - 24.

Η ΟΔΚ δεν ρυθμίζει την **επιβολή της υποχρέωσης του καταναλωτή** για τη μείωση της αξίας των αγαθών. Συγκεκριμένα, δεν αναφέρει αν αυτή η ευθύνη συνεπάγεται απλώς ότι ο έμπορος δύναται να ασκήσει αγωγή κατά του καταναλωτή ή ότι ο έμπορος δύναται να χρεώσει μονομερώς τον καταναλωτή για τη ζημία ή να μειώσει το ποσό της τυχόν επιστροφής που οφείλεται στον καταναλωτή ώστε να αντισταθμίσει την καθ' ύποθεση μείωση της αξίας των αγαθών.

Ως εκ τούτου, τα ζητήματα αυτά εμπίπτουν στο γενικό δίκαιο των συμβάσεων και το δικονομικό δίκαιο των κρατών μελών, όπως αναφέρεται στο άρθρο 3 παράγραφος 5. Για παράδειγμα, τα κράτη μέλη μπορούν να επιτρέπουν στους εμπόρους να μειώσουν το επιστρεφόμενο ποσό για τα αγαθά που επιστρέφονται ώστε να καλύψουν τη μείωση της αξίας τους λόγω κακής διαχείρισης κατά τη διάρκεια της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 2, «ο καταναλωτής δεν ευθύνεται σε καμία περίπτωση για οποιαδήποτε μείωση της αξίας των αγαθών όταν ο έμπορος δεν έχει παράσχει κοινοποίηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η)».

Μια άλλη συνέπεια της μη παροχής της εν λόγω κοινοποίησης δυνάμει του άρθρου 10 της οδηγίας είναι ότι η **προθεσμία υπαναχώρησης παρατείνεται έως 12 μήνες**. Αυτό σημαίνει ότι ο καταναλωτής μπορεί να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση έπειτα από αρκετό χρονικό διάστημα, κατά το οποίο πράγματι έκανε χρήση των αγαθών, χωρίς να φέρει οποιαδήποτε ευθύνη για τη φθορά που θα έχει προκύψει (βλέπε τμήμα 5.3 σχετικά με τις συνέπειες της μη ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης).

Το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η) δεν περιέχει καμία ειδική απαίτηση για ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με την ευθύνη για τη μείωση της αξίας των αγαθών κατά την άσκηση του δικαιώματος επιστροφής. Ωστόσο, η ενημέρωση σχετικά με τη μείωση της αξίας των αγαθών περιλαμβάνεται στο υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση που παρατίθεται στο παράρτημα Ι τμήμα Α. Η παροχή των σχετικών πληροφοριών θα μπορούσε να είναι χρήσιμη τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους εμπόρους, ακόμη και όταν ο έμπορος δεν ακολουθεί αυτό το υπόδειγμα οδηγιών.

#### 5.5.5. Κίνδυνος κατά την επιστροφή των προϊόντων στον έμπορο

Η οδηγία δεν ρυθμίζει ποιος αναλαμβάνει τον κίνδυνο για την **τυχαία ζημία ή απώλεια κατά την επιστροφή των αγαθών**, όταν ο καταναλωτής υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Ως εκ τούτου, το ζήτημα αυτό αποτελεί επίσης αντικείμενο της εθνικής νομοθεσίας, η οποία μπορεί, για παράδειγμα, να προβλέπει ότι ο κίνδυνος κατά την επιστροφή των αγαθών αναλαμβάνεται από τον καταναλωτή άμα την παραδώσει, σύμφωνα με το άρθρο 20.

Καταρχήν, κατά την επιστροφή των αγαθών, ο καταναλωτής θα πρέπει να επιδεικνύει τη δέουσα επιμέλεια, για παράδειγμα, επιλέγοντας μια αναγνωρισμένη μεταφορική ή ταχυδρομική εταιρεία, ώστε να εξασφαλίσει ότι τα αγαθά θα φθάσουν στον έμπορο και ότι δεν θα έχουν υποστεί ζημία κατά τη μεταφορά.

Σε περίπτωση που ο καταναλωτής **δεν έχει αποκτήσει ποτέ τη φυσική κατοχή των αγαθών**, π.χ. αρνείται να δεχτεί την παράδοση, είτε χωρίς καμία ρητή δήλωση είτε με δήλωση προς τον έμπορο σχετικά με την υπαναχώρησή του από τη σύμβαση, ο έμπορος θα συνεχίσει να αναλαμβάνει τον κίνδυνο απώλειας ή ζημίας, δεδομένου ότι ο κίνδυνος δεν έχει μετατεθεί στον καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 20.

#### 5.6. Δικαίωμα υπαναχώρησης από συμβάσεις παροχής υπηρεσιών και υπηρεσιών κοινής ωφέλειας

##### 5.6.1. Συγκατάθεση του καταναλωτή στην άμεση εκτέλεση

Το άρθρο 7 παράγραφος 3 και το άρθρο 8 παράγραφος 8 της ΟΔΚ θεσπίζουν τυπικές απαιτήσεις που εφαρμόζονται όταν οι καταναλωτές επιθυμούν να αρχίσουν την εκτέλεση εκτός εμπορικού καταστήματος και εξ' αποστάσεως συμβάσεων παροχής υπηρεσιών ή συμβάσεων παροχής υπηρεσιών κοινής ωφέλειας πριν από τη λήξη της περιόδου του δικαιώματος υπαναχώρησης. Οι δύο διατάξεις παρουσιάζονται με ταυτόσημους όρους, με τη διαφορά ότι το άρθρο 7 παράγραφος 3 απαιτεί από τον έμπορο να λάβει την αίτηση του καταναλωτή για άμεση εκτέλεση πάνω σε σταθερό μέσο:

Άρθρο 7 παράγραφος 3 και άρθρο 8 παράγραφος 8

Εφόσον ο καταναλωτής επιθυμεί η εκτέλεση υπηρεσιών ή η προμήθεια νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή η παροχή τηλεθέρμανσης να άρχεται στη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 και η σύμβαση υποχρεώνει τον καταναλωτή να καταβάλει τίμημα, ο έμπορος απαιτεί από τον καταναλωτή να καταθέσει τη ρητή αίτησή [του] (\*) [πάνω σε σταθερό μέσο] (\*) και ζητεί από τον καταναλωτή να αναγνωρίσει ότι, μόλις η σύμβαση εκτελεσθεί πλήρως από τον έμπορο, ο καταναλωτής θα απολέσει το δικαίωμα υπαναχώρησης.

(\*) να αναφερθούν πρόσθετα στοιχεία στο άρθρο 7 παράγραφος 3

Συνεπώς, οι διατάξεις αυτές εφαρμόζονται μόνο αν ο καταναλωτής επιθυμεί οι υπηρεσίες κοινής ωφέλειας ή άλλες υπηρεσίες να ξεκινήσουν κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης. Ωστόσο, οι κανόνες αυτοί δεν θα πρέπει να εμποδίζουν τον έμπορο να προτείνει ενεργά στον καταναλωτή να καταθέσει μια τέτοια αίτηση. Παράλληλα, ο έμπορος δεν υποχρεούται ούτε να προσφέρει την επιλογή αυτή ούτε να αποδεχτεί την αίτηση του καταναλωτή.

Το άρθρο 14 παράγραφος 3 επιτρέπει στον καταναλωτή να υπαναχωρήσει από την παροχή υπηρεσιών κοινής ωφέλειας ή άλλων, **ακόμη και έπειτα από ρητή αίτηση**. Αυτό επιβεβαιώνεται και στην αιτιολογική σκέψη 50: «ο καταναλωτής θα πρέπει να χρησιμοποιεί το δικαίωμά του υπαναχώρησης ακόμα και σε περίπτωση που έχει ζητήσει την παροχή υπηρεσιών πριν από τη λήξη της περιόδου υπαναχώρησης».

Ωστόσο, όσον αφορά τις **συμβάσεις παροχής υπηρεσιών**, κατά το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α), ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης κατά την πλήρη παροχή της υπηρεσίας, υπό ορισμένες προϋποθέσεις:

#### Άρθρο 16

«Τα κράτη μέλη δεν παρέχουν το δικαίωμα υπαναχώρησης που προβλέπεται στα άρθρα 9 έως 15 για τις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις, όσον αφορά τα ακόλουθα:

- α) συμβάσεις υπηρεσιών μετά την πλήρη εκτέλεση της υπηρεσίας αλλά, εφόσον προβλέπεται στη σύμβαση η υποχρέωση του καταναλωτή να καταβάλει τίμημα, μόνο εάν η εκτέλεση άρχισε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και με την εκ μέρους του αναγνώριση ότι θα απολέσει το δικαίωμά του υπαναχώρησης μόλις η σύμβαση εκτελεστεί πλήρως από τον έμπορο»

Το άρθρο 7 παράγραφος 3 και το άρθρο 8 παράγραφος 8 της ΟΔΚ τροποποιήθηκαν με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161. Η τροπολογία εξασφάλισε την εναρμόνιση με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α). Συγκεκριμένα, το άρθρο 7 παράγραφος 3 και το άρθρο 8 παράγραφος 8 περιέχουν πλέον τις ίδιες δύο απαιτήσεις με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α): 1) αίτηση του καταναλωτή για άμεση εκτέλεση και 2) αναγνώριση από τον καταναλωτή ότι, μετά την πλήρη εκτέλεση της σύμβασης από τον έμπορο, ο καταναλωτής δεν θα έχει πλέον το δικαίωμα υπαναχώρησης.

Οι τροποποιήσεις διευκρίνισαν επίσης ότι οι απαιτήσεις αυτές ισχύουν μόνο για τις πληρωμένες υπηρεσίες. Αυτό ήταν αναγκαίο στο πλαίσιο της επέκτασης του πεδίου εφαρμογής της ΟΔΚ στον τομέα των ψηφιακών υπηρεσιών σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 1α <sup>(131)</sup>.

Η μη συμμόρφωση του εμπόρου με την απαίτηση να λάβει την αίτηση του καταναλωτή για άμεση εκτέλεση έχει συνέπειες που προβλέπονται στο άρθρο 14 παράγραφος 4 στοιχείο α), δηλαδή το δικαίωμα του καταναλωτή να μην επωμιστεί το κόστος των υπηρεσιών κοινής ωφέλειας ή άλλων —βλέπε περαιτέρω τμήμα 5.8.

Η φράση «*ρητή συγκατάθεση*» του καταναλωτή στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α) θα πρέπει να ερμηνεύεται ως «*ρητή αίτηση*» που απαιτείται σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3 και το άρθρο 8 παράγραφος 8.

Κατ' αναλογία με τους κανόνες για τις πρόσθετες πληρωμές που προβλέπονται στο άρθρο 22, οι όροι «*ρητή αίτηση/συγκατάθεση*» σε αυτό το πλαίσιο θα πρέπει να ερμηνεύονται ως **θετική ενέργεια εκ μέρους του καταναλωτή**, όπως η συμπλήρωση ενός τετραγωνιδίου στην ιστοσελίδα. Η χρήση προσυμπληρωμένων τετραγωνιδίων ή μιας ρήτρας στους γενικούς όρους και τις προϋποθέσεις για τον σκοπό αυτόν δεν θα ικανοποιούσε τις απαιτήσεις αυτές <sup>(132)</sup>.

Η ρητή συγκατάθεση και αναγνώριση του καταναλωτή **μπορεί να αποκτηθεί πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά τη σύναψη της σύμβασης**, εφόσον αυτό συμβαίνει πριν από την έναρξη της εκτέλεσης. Η αίτηση και αποδοχή του καταναλωτή μπορεί να εκφράζεται με μία κίνηση. Οι απαιτήσεις του άρθρου 7 παράγραφος 3 και του άρθρου 8 παράγραφος 8 και του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α) μπορούν να εκπληρωθούν, για παράδειγμα, με την ακόλουθη διατύπωση:

— [...] Με την παρούσα αιτούμαι [την άμεση εκτέλεση ή την εκτέλεση σε/από συγκεκριμένη ημερομηνία κατά την περίοδο υπαναχώρησης] της σύμβασης παροχής υπηρεσιών και αποδέχομαι ότι θα απωλέσω το δικαίωμά μου υπαναχώρησης από τη σύμβαση, μόλις η σύμβαση παροχής υπηρεσιών εκτελεστεί πλήρως.

Για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος που υπόκεινται στο άρθρο 7 παράγραφος 3, η απαίτηση για «σταθερό μέσο» πληρούται όταν το αίτημα και η αναγνώριση του καταναλωτή καταγράφονται σε μέσο που επιτρέπει στα μέρη να αποθηκεύουν τις πληροφορίες κατά τρόπο προσβάσιμο για μελλοντική αναφορά και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή (για περισσότερες πληροφορίες, βλέπε τμήμα 4.4). Γενικά, η συμπλήρωση ενός τετραγωνιδίου από τον καταναλωτή στο έγγραφο παραγγελίας αρκεί εάν η αίτηση και η αναγνώριση αναπαράγονται επαρκώς στο αντίγραφο που παρέχεται στον καταναλωτή.

<sup>(131)</sup> Βλέπε αιτιολογική σκέψη 42 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 όσον αφορά την ανάγκη εναρμόνισης.

<sup>(132)</sup> Για παράδειγμα, στην υπόθεση C-673/17, Planet49, ECLI:EU:C:2019:801, σκέψη 65, σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, το Δικαστήριο έκρινε ότι οι απαιτήσεις για τη συγκατάθεση δεν πληρούνται όταν το σχετικό τετραγωνίδιο έχει προσυμπληρωθεί από τον υπεύθυνο επεξεργασίας.

## 5.6.2. Υποχρέωση αποζημίωσης του καταναλωτή

## Άρθρο 14

3. Εάν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης αφού έχει κάνει αίτηση σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3 ή το άρθρο 8 παράγραφος 8, οφείλει ο καταναλωτής να καταβάλει στον έμπορο, σε σύγκριση με την πλήρη κάλυψη της σύμβασης, ένα ποσό ανάλογο προς τα παρασχεθέντα μέχρι τη στιγμή που ο καταναλωτής ενημέρωσε τον έμπορο ότι θα ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης. Το ανάλογο ποσό που ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει στον έμπορο υπολογίζεται βάσει της συνολικής τιμής που είχε συμφωνηθεί στη σύμβαση. Εάν η συνολική τιμή είναι υπερβολική, το ανάλογο ποσό θα πρέπει να υπολογιστεί βάσει της αγοραίας αξίας των παρασχεθέντων.

Εάν ο καταναλωτής υπαναχωρήσει από τη σύμβαση κατά τη διάρκεια της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης αφού έχει ζητήσει την άμεση εκτέλεσή της, το άρθρο 14 παράγραφος 3 προβλέπει ότι ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει στον έμπορο **ένα ποσό ανάλογο** προς τα παρασχεθέντα με βάση το συνολικό τίμημα που συμφωνήθηκε:

— Για παράδειγμα, ένας καταναλωτής ο οποίος υπαναχωρεί από σύμβαση για παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας, έχοντας κάνει χρήση της υπηρεσίας για 10 ημέρες, θα πρέπει να καταβάλει στον έμπορο το ένα τρίτο της μηνιαίας συνδρομής <sup>(133)</sup> συν το τίμημα τυχόν επιπλέον υπηρεσιών που έλαβε κατά τη διάρκεια εκείνης της περιόδου.

Σε περίπτωση που για την παροχή υπηρεσιών ο καταναλωτής έχει χρεωθεί κάποιο εφάπαξ ποσό από τον έμπορο ώστε να τις θέσει στη διάθεση του καταναλωτή, ο έμπορος μπορεί να το συμπεριλάβει στον υπολογισμό της αποζημίωσης:

— Για παράδειγμα, ο έμπορος μπορεί να συμπεριλάβει το κόστος των εργασιών εγκατάστασης στον τόπο διαμονής του καταναλωτή που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο σύμβασης για παροχή υπηρεσιών ενσύρματης τηλεφωνικής γραμμής προτού ο καταναλωτής υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Ωστόσο, η αποζημίωση θα πρέπει να βασίζεται στην **αγοραία αξία** των παρασχεθέντων, εάν η συνολική τιμή είναι υπερβολική. Χρήσιμες διευκρινίσεις για τον τρόπο καθορισμού της αγοραίας αξίας παρέχονται στην αιτιολογική σκέψη 50, η οποία αναφέρει: «[...] Ο υπολογισμός του αναλογούντος ποσού θα πρέπει να στηρίζεται στη συμφωνημένη στη σύμβαση τιμή, εκτός κι αν ο καταναλωτής αποδείξει ότι η συνολική αυτή τιμή είναι αφ' εαυτής δυσανάλογη, οπότε το προς πληρωμή ποσό θα πρέπει να υπολογισθεί βάσει της αγοραίας αξίας της υπηρεσίας που παρασχεθήκε. Η αγοραία αξία θα πρέπει να προσδιορίζεται μέσω της σύγκρισης της τιμής μιας ισοδύναμης υπηρεσίας που προσφέρθηκε από άλλους παρόχους την εποχή που συνήφθη η σύμβαση. [...]»

Η αιτιολογική σκέψη 14 αναφέρεται στην εφαρμογή των «κανόνων» των κρατών μελών σχετικά με τις «υπερβολικές ή εκβιαστικές τιμές», οι οποίοι ενδέχεται να είναι χρήσιμοι για την εφαρμογή του άρθρου 14 παράγραφος 3.

Στην υπόθεση C-641/19, PE Digital, το ΔΕΕ διευκρίνισε ότι, κατά την εφαρμογή του άρθρου 14 παράγραφος 3, για τον καθορισμό του αναλογούντος ποσού που πρέπει να καταβάλει ο καταναλωτής στον έμπορο, όταν ο καταναλωτής αυτός υπαναχωρεί από την εν λόγω σύμβαση αφού έχει ρητώς ζητήσει να αρχίσει η εκτέλεση της υπηρεσίας κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης, είναι σκόπιμο, καταρχήν, να λαμβάνεται υπόψη το συμφωνημένο στην εν λόγω σύμβαση τίμημα για το σύνολο της διάρκειάς της και **να υπολογίζεται το οφειλόμενο ποσό pro rata temporis**.

Μόνον όταν η σύμβαση προβλέπει ρητώς ότι: i) μία ή περισσότερες από τις υπηρεσίες πρέπει **να παρέχονται εξολοκλήρου από την έναρξη** της εκτέλεσης της σύμβασης ii) έναντι τιμήματος που πρέπει να **καταβάλλεται χωριστά**, ότι πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το σύνολο της τιμής που προβλέπεται για μια τέτοια παροχή κατά τον υπολογισμό του ποσού που οφείλεται στον έμπορο κατ' εφαρμογήν του άρθρου 14, παράγραφος 3 <sup>(134)</sup>.

Το Δικαστήριο διευκρίνισε περαιτέρω στην υπόθεση PE Digital ότι το **κριτήριο για τον υπερβολικό χαρακτήρα της αποζημίωσης που ζητεί ο έμπορος βασίζεται στην αγορά**. Σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 3 της ΟΔΚ, σε συνδυασμό με την αιτιολογική σκέψη 50 αυτής, στην εν λόγω ανάλυση θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η τιμή της υπηρεσίας που προσφέρει ο έμπορος σε άλλους καταναλωτές υπό τις ίδιες συνθήκες και η τιμή ισοδύναμης υπηρεσίας που παρέχεται από άλλους εμπόρους κατά τον χρόνο σύναψης της σύμβασης <sup>(135)</sup>.

<sup>(133)</sup> Βλέπε επίσης το άρθρο 3 παράγραφος 2 στοιχείο δ) του κανονισμού (ΕΟΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1182/71, το οποίο ορίζει ότι «αν προθεσμία περιλαμβάνει τμήματα μηνών, για τον υπολογισμό των τμημάτων αυτών, θεωρείται ότι ο μήνας έχει **τριάντα ημέρες**».

<sup>(134)</sup> C-641/19 PE Digital, ECLI:EU:C:2020:808, σκέψεις 29 και 32.

<sup>(135)</sup> Ό.π., σκέψη 37.

Σε περίπτωση που υπηρεσίες **παρέχονται στο πλαίσιο σύμβασης πώλησης**, η αιτιολογική σκέψη 50 αναφέρει τα εξής: «[...] Για συμβάσεις έχουσες ως αντικείμενό τους μαζί και προϊόντα και υπηρεσίες, οι κανόνες της παρούσας οδηγίας που διέπουν την επιστροφή αγαθών θα πρέπει να ισχύουν για το σκέλος των αγαθών, το δε **καθεστώς αποζημιώσεων για υπηρεσίες θα πρέπει να ισχύει για το σκέλος των υπηρεσιών**».

Το καθεστώς αποζημιώσεων για υπηρεσίες που παρέχονται κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης ορίζεται στο άρθρο 14 παράγραφος 3 και παράγραφος 4 στοιχείο α) —βλέπε επίσης τμήμα 5.8.2. Επομένως, σε περιπτώσεις στις οποίες η υπηρεσία παρέχεται κατά τη διάρκεια του δικαιώματος της προθεσμίας υπαναχώρησης από τη σύμβαση πώλησης (π.χ., η υπηρεσία εγκατάστασης παρέχεται αμέσως μετά την παράδοση των αγαθών), ο έμπορος θα πρέπει επίσης να λάβει τη **ρητή αίτηση του καταναλωτή για την εκτέλεση της υπηρεσίας** κατά τη διάρκεια της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, αν επιθυμεί να αποζημιωθεί για την εν λόγω υπηρεσία, σε περίπτωση που ο καταναλωτής υπαναχωρήσει από τη σύμβαση:

— Για παράδειγμα, μια εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος σύμβαση πώλησης μπορεί να προβλέπει την παράδοση και την εγκατάσταση οικιακής συσκευής. Εάν ο καταναλωτής ζητήσει ρητά από τον έμπορο να εγκαταστήσει τη συσκευή αμέσως μετά την παράδοσή της, αλλά στη συνέχεια αποφασίσει να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση στο πλαίσιο του δικαιώματος υπαναχώρησης (14 ημέρες από την παράδοση), ο έμπορος θα δικαιούται αποζημίωση για το κόστος εγκατάστασης (επιπλέον τυχόν αποζημίωσης για τη μειωμένη αξία της συσκευής, κατά περίπτωση).

**Η υποχρέωση του εμπόρου να ζητήσει από τον καταναλωτή να αναγνωρίσει** ότι, αφού ο έμπορος εκτελέσει πλήρως τη σύμβαση, ο καταναλωτής δεν θα έχει πλέον το δικαίωμα υπαναχώρησης, το οποίο προστέθηκε στο άρθρο 7 παράγραφος 3 και άρθρο 8 παράγραφος 8 με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161, **δεν ισχύει στην περίπτωση υπηρεσιών που παρέχονται στο πλαίσιο συμβάσεων πώλησης**. Η υποχρέωση αυτή αφορά μόνο τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, δεδομένου ότι μόνο οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών υπόκεινται στην εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α).

#### 5.7. Δικαίωμα υπαναχώρησης από συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο

Το δικαίωμα υπαναχώρησης από τις συμβάσεις για ψηφιακές υπηρεσίες εξετάζεται σε προηγούμενο τμήμα 5.6 που αφορούσε γενικά τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών.

Οι ειδικοί περιορισμοί του δικαιώματος υπαναχώρησης από **συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο** καθορίζονται στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ).

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε τη διάταξη αυτή με την προσθήκη τρίτης προϋπόθεσης που πρέπει να πληροί ο έμπορος ώστε οι καταναλωτές να χάσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση. Αυτό συνάδει με τις προϋποθέσεις του άρθρου 14 παράγραφος 4 στοιχείο β) που αφορούν τις συνέπειες της μη τήρησης των απαιτήσεων ενημέρωσης/τυπικών απαιτήσεων.

#### Άρθρο 16

Τα κράτη μέλη δεν παρέχουν το δικαίωμα υπαναχώρησης που προβλέπεται στα άρθρα 9 έως 15 για τις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις, όσον αφορά τα ακόλουθα:

[...] ιγ) συμβάσεις προμήθειας ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο, εφόσον η εκτέλεση έχει ξεκινήσει, και, εφόσον προβλέπεται στη σύμβαση η υποχρέωση του καταναλωτή να καταβάλει τίμημα, σε περίπτωση που:

- i) ο καταναλωτής έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του ώστε να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης στη διάρκεια της περιόδου ισχύος του δικαιώματος υπαναχώρησης,
- ii) ο καταναλωτής αναγνώρισε ότι χάνει συνεπακόλουθα το δικαίωμά του υπαναχώρησης και
- iii) ο έμπορος πρόεβη στην παροχή της επιβεβαίωσης που προβλέπεται στο άρθρο 7 παράγραφος 2 ή στο άρθρο 8 παράγραφος 7.

Το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ) επιδιώκει παρόμοιο στόχο με εκείνον του κανόνα του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο θ), εξαιρώντας τα σφραγισμένα υλικά μέσα μεταφοράς δεδομένων (CD, DVD κ.λπ.) από το δικαίωμα υπαναχώρησης, εάν ο καταναλωτής τα αποσφραγίσει. Αυτό σημαίνει ότι και στις δύο αυτές περιπτώσεις, σε αντίθεση με εκείνη της υπαναχώρησης από την παροχή των υπηρεσιών (βλέπε τμήμα 5.6), ο **καταναλωτής δεν έχει το δικαίωμα να «δοκιμάσει» το ψηφιακό περιεχόμενο** κατά τη διάρκεια της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Κατά συνέπεια, ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης μόλις αρχίσει να εκτελείται η σύμβαση με τη συγκατάθεσή του και την αναγνώριση από τον εν λόγω καταναλωτή της απώλειας του δικαιώματός του, εάν ο έμπορος έχει παράσχει την επιβεβαίωση της σύμβασης. Όπως προβλέπεται στο άρθρο 7 παράγραφος 2 σχετικά με τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και στο άρθρο 8 παράγραφος 7 σχετικά με τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, η επιβεβαίωση αυτή πρέπει επίσης να περιλαμβάνει την επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αναγνώρισης του καταναλωτή (βλέπε επίσης τμήμα 4.4 σχετικά με την επιβεβαίωση της σύμβασης).

Η εκτέλεση ξεκινά με την καταφόρτωση ή τη μετάδοση ροής ενός αρχείου βίντεο ή ήχου. Εάν ένας έμπορος παράσχει διαδικτυακό σύνδεσμο για να ξεκινήσει η μετάδοση ροής ή η καταφόρτωση, ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης μόνο μετά την ενεργοποίηση του συνδέσμου αυτού.

Η ρητή συγκατάθεση και αναγνώριση του καταναλωτή μπορεί να αποκτηθεί πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά τη σύναψη της σύμβασης, εφόσον αυτό συμβαίνει πριν από την έναρξη της εκτέλεσης. Το άρθρο 7 παράγραφος 2 και το άρθρο 8 παράγραφος 7 της ΟΔΚ απαιτούν ρητά η επιβεβαίωση της σύμβασης να περιλαμβάνει την επιβεβαίωση της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αναγνώρισης του καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ). Ως εκ τούτου, όταν ο καταναλωτής παρέχει τη συγκατάθεσή του για άμεση εκτέλεση και αναγνώριση μετά την αποστολή επιβεβαίωσης της σύμβασης από τον έμπορο, ο έμπορος πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή χωριστή πρόσθετη επιβεβαίωση της εν λόγω συγκατάθεσης και αναγνώρισης πριν από την έναρξη της εκτέλεσης.

Ο όρος «ρητή» συγκατάθεση και αναγνώριση για τους σκοπούς του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ) θα πρέπει να ερμηνεύεται κατ' αναλογία προς τους κανόνες σχετικά με τη ρητή συγκατάθεση που προβλέπονται στο άρθρο 22 για τις πρόσθετες πληρωμές για συμπληρωματικές υπηρεσίες. Αυτό σημαίνει ότι ο καταναλωτής οφείλει να προβεί σε μια **θετική ενέργεια**, όπως να συμπληρώσει κάποιο τετραγωνίδιο στην ιστοσελίδα του εμπόρου. Η έκφραση της συγκατάθεσης και αναγνώρισης μέσω προσυμπληρωμένου τετραγωνιδίου ή της αποδοχής των γενικών όρων και προϋποθέσεων πιθανόν να μην πληροί τις απαιτήσεις του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ).

Η ρητή συγκατάθεση και αναγνώριση του καταναλωτή μπορεί να παρέχεται σε μία δήλωση, η οποία παρέχει επίσης πληροφορίες σχετικά με την εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης, όπως απαιτείται από το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ια), για παράδειγμα:

— [...] Με την παρούσα συγκατάθεμαι στην άμεση εκτέλεση της σύμβασης και αποδέχομαι ότι θα απωλέσω το δικαίωμά μου υπαναχώρησης από τη σύμβαση, μόλις αρχίσει η καταφόρτωση ή η μετάδοση ροής του ψηφιακού περιεχομένου.

Ο έμπορος πρέπει να συμμορφώνεται με τις υποχρεώσεις ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η). Μόνο στην περίπτωση συμβάσεων για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο που **εκτελούνται αμέσως** όταν ο καταναλωτής παρέχει συγκατάθεση και αναγνώριση που **ενεργοποιεί την έναρξη της εκτέλεσης** της σύμβασης, ο έμπορος δεν χρειάζεται να παράσχει την ενημέρωση σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η), συμπεριλαμβανομένου του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο παράρτημα Ι τμήμα Β.

### 5.8. Συνέπειες της μη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης

Κατά το άρθρο 6 παράγραφος 1, ο έμπορος πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή προσυμβατική ενημέρωση με σαφή και κατανοητό τρόπο. Ειδικότερα, όταν υφίσταται δικαίωμα υπαναχώρησης, το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η) απαιτεί από τον έμπορο να ενημερώνει τον καταναλωτή σχετικά με τους όρους, την προθεσμία και τις διαδικασίες για την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος και το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο παράρτημα Ι τμήμα Β <sup>(136)</sup>. Η μη τήρηση των υποχρεώσεων αυτών επιφέρει τις συνέπειες του άρθρου 10 παράγραφος 1, το οποίο προβλέπει **επέκταση της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης** για όλες τις συμβάσεις. Εάν ο έμπορος δεν παράσχει την εν λόγω ενημέρωση, η προθεσμία υπαναχώρησης παρατείνεται κατά 12 μήνες.

#### Άρθρο 10

1. Εάν ο έμπορος δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης όπως απαιτείται από το 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 2.

Το άρθρο 10 παράγραφος 2 αφορά την κατάσταση κατά την οποία ο έμπορος παρέχει τις πληροφορίες που απαιτούνται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η) με καθυστέρηση **εντός 12 μηνών** από τη λήξη της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης που υπολογίζεται σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 2. Στην περίπτωση αυτή, η προθεσμία υπαναχώρησης **λήγει 14 ημέρες μετά την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής λαμβάνει τις πληροφορίες αυτές**.

#### Άρθρο 10

2. 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 ή, σε περιπτώσεις κατά τις οποίες τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει κανόνες σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 1α, 30 ημέρες μετά την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής λαμβάνει τις εν λόγω πληροφορίες.

<sup>(136)</sup> Με την επιφύλαξη των ειδικών κανόνων του άρθρου 8 παράγραφος 4 —βλέπε τμήμα 5.2.3.

### 5.8.1. Συνέπειες όσον αφορά τα αγαθά

Εκτός από την προαναφερθείσα παράταση της προθεσμίας υπαναχώρησης, **στην περίπτωση των αγαθών**, το άρθρο 14 παράγραφος 2 προβλέπει ότι οι καταναλωτές **δεν ευθύνονται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών**, εάν ο έμπορος δεν τους έχει ενημερώσει σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η).

#### Άρθρο 14

2. Ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλιν εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών. Ο καταναλωτής δεν ευθύνεται σε καμία περίπτωση για οποιαδήποτε μείωση της αξίας των αγαθών όταν ο έμπορος δεν έχει παράσχει κοινοποίηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο η).

Όσον αφορά εξατομικευμένα αγαθά ή αλλοιώσιμα αγαθά (βλέπε τμήματα 5.11.2 και 5.11.3), τα οποία **εξαιρούνται άνευ όρων από το δικαίωμα υπαναχώρησης βάσει του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχεία γ) και δ)**, η ΟΔΚ δεν ορίζει τις συνέπειες της μη συμμόρφωσης του εμπόρου με την απαίτηση ενημέρωσης σχετικά με την απουσία δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ια). Ωστόσο, η μη ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με την απουσία δικαιώματος υπαναχώρησης σε μια τέτοια περίπτωση θα μπορούσε να ισοδυναμεί με αθέμιτη εμπορική πρακτική (παραπλανητική παράλειψη) που απαγορεύεται από την οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, εάν οδηγεί τον καταναλωτή στη λήψη απόφασης συναλλαγής την οποία δεν θα είχε λάβει διαφορετικά.

### 5.8.2. Συνέπειες όσον αφορά τις υπηρεσίες και τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας

**Για τις υπηρεσίες (συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών υπηρεσιών) και τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας**, το άρθρο 14 παράγραφος 4 στοιχείο α) προβλέπει ότι ο καταναλωτής δεν αναλαμβάνει κανένα κόστος, δηλαδή ο καταναλωτής έχει δικαίωμα είτε να του επιστραφεί το ποσό που κατέβαλε είτε να μην πληρώσει καθόλου, **αν ο έμπορος δεν έχει παράσχει τις απαιτούμενες πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχεία η) ή ι)**, ή αν ο καταναλωτής **δεν έχει ζητήσει ρητά η υπηρεσία να αρχίσει κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3 ή το άρθρο 8 παράγραφος 8.**

#### Άρθρο 14

4. Ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται:

- α) για την παροχή υπηρεσιών, την παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, εάν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή για παροχή τηλεθέρμανσης, εν μέρει ή εν όλω, κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης, εφόσον:
- i) ο έμπορος έχει παραλείψει να παράσχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχεία η) ή ι) ή
- ii) ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης στη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 7 παράγραφος 3 και στο άρθρο 8 παράγραφος 8, ή [...]

Ως εκ τούτου, στις περιπτώσεις αυτές, ο καταναλωτής μπορεί να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση παροχής υπηρεσιών ή τη σύμβαση για υπηρεσίες κοινής ωφέλειας των οποίων **η εκτέλεση έχει αρχίσει** και εξακολουθεί να βρίσκεται σε εξέλιξη κατά τη διάρκεια της παραταθείσας προθεσμίας των **12 μηνών** από τη λήξη της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης που υπολογίζεται σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 2 και **δεν θα επιβαρυνθεί με δαπάνες** για τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Εάν ο έμπορος ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης εντός **12 μηνών** από τη λήξη της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης που υπολογίζεται σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 2, ο καταναλωτής μπορεί να υπαναχωρήσει εντός 14 ημερών από την ημέρα που έλαβε τις πληροφορίες, **χωρίς να επιβαρύνεται με δαπάνες για τις παρεχόμενες υπηρεσίες έως τη στιγμή που ενημερώθηκε για το δικαίωμα υπαναχώρησης.**

Ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται με καμία δαπάνη για ό,τι έχει παρασχεθεί, ακόμη και όταν η παροχή υπηρεσιών ή υπηρεσιών κοινής ωφέλειας **έχει ολοκληρωθεί (πλήρης εκτέλεση)** πριν από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, συμπεριλαμβανομένης της παράτασης της προθεσμίας που προβλέπεται στο άρθρο 10, εκτός εάν ο έμπορος έχει συμμορφωθεί με τις τυπικές απαιτήσεις του άρθρου 7 παράγραφος 3 ή του άρθρου 8 παράγραφος 8, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης από τον καταναλωτή σύμφωνα με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α) (για περισσότερες πληροφορίες, βλέπε τμήμα 5.6.1).

### 5.8.3. Συνέπειες όσον αφορά το επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο

Όσον αφορά τις συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο, εάν δεν πληρούνται οποιαδήποτε από τις τρεις προϋποθέσεις που προβλέπονται στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιγ) (βλέπε τμήμα 5.7), και ο καταναλωτής ασκεί το δικαίωμα υπαναχώρησης, εφαρμόζεται το άρθρο 14 παράγραφος 4 στοιχείο β) και παρέχει στον καταναλωτή το δικαίωμα είτε να μην πληρώσει για το περιεχόμενο που έλαβε είτε να του επιστραφούν τα καταβληθέντα ποσά:

#### Άρθρο 14

#### 4. Ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται:

[...]

β) για την εν όλω ή εν μέρει παροχή ψηφιακού περιεχομένου που δεν παραδίδεται πάνω σε υλικό μέσο, εφόσον:

- i) ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης πριν από το τέλος της 14ήμερης περιόδου που προβλέπεται στο άρθρο 9,
- ii) ο καταναλωτής δεν αναγνώρισε ότι χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης όταν έδινε τη συγκατάθεσή του ή
- iii) ο έμπορος έχει παραλείψει να παράσχει την επιβεβαίωση που προβλέπεται στο άρθρο 7 παράγραφος 2 ή στο άρθρο 8 παράγραφος 7.

### 5.9. Καταγγελία της σύμβασης έπειτα από άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης

#### Άρθρο 12

Η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης τερματίζει τις υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων μερών:

- a) να εκτελέσουν την εξ αποστάσεως σύμβαση ή τη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος ή
- β) να συνάψουν σύμβαση εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος σε περιπτώσεις που υποβλήθηκε προσφορά από τον καταναλωτή.

Το άρθρο 12 ορίζει ότι η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης τερματίζει τις υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων μερών να εκτελέσουν τη σύμβαση, ιδίως την υποχρέωση του καταναλωτή να καταβάλει ή να συνάψει τη σύμβαση, εάν ο καταναλωτής έχει υποβάλει την προσφορά.

Ωστόσο, σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 2, ο κανόνας αυτός δεν επηρεάζει άλλους ειδικούς τομειακούς κανόνες της ΕΕ όσον αφορά την καταγγελία των συμβάσεων.

— Για παράδειγμα, η οδηγία (ΕΕ) 2019/944 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(137)</sup> για την εσωτερική αγορά ηλεκτρικής ενέργειας και η οδηγία 2009/73/ΕΚ για την εσωτερική αγορά φυσικού αερίου <sup>(138)</sup> προβλέπουν ότι εάν ένας πελάτης, ενώ τηρεί τους συμβατικούς όρους, επιθυμεί να αλλάξει προμηθευτή, ο/οι ενδιαφερόμενος/-οι διαχειριστής/-ές πρέπει να κάνει/-ουν την αλλαγή μέσα σε τρεις εβδομάδες.

Επομένως, αν ο καταναλωτής αποφασίσει να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση παροχής ηλεκτρικής ενέργειας ή φυσικού αερίου και να μεταβεί σε νέο πάροχο, ο προηγούμενος προμηθευτής και ο καταναλωτής μπορεί να συνεχίσουν να δεσμεύονται από τη σύμβασή τους για έως και τρεις εβδομάδες, κατά παρέκκλιση από τις διατάξεις του άρθρου 14 παράγραφος 3 σχετικά με την καταβολή αποζημίωσης για τα όσα παρασχέθηκαν έως την υπαναχώρηση.

<sup>(137)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2019/944 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 5ης Ιουνίου 2019, σχετικά με τους κοινούς κανόνες για την εσωτερική αγορά ηλεκτρικής ενέργειας και την τροποποίηση της οδηγίας 2012/27/ΕΕ (ΕΕ L 158 της 14.6.2019, σ. 125), άρθρο 12 παράγραφος 1: «Η αλλαγή προμηθευτών ή συμμετεχόντων στην αγορά που δραστηριοποιούνται στη σωρευτική εκπροσώπηση πραγματοποιείται εντός του συντομότερου δυνατού χρονικού διαστήματος. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι οι πελάτες που επιθυμούν να αλλάξουν προμηθευτές ή συμμετέχοντα στην αγορά που δραστηριοποιείται στη σωρευτική εκπροσώπηση, εφόσον τηρούν τους συμβατικούς όρους, δικαιούνται μια τέτοια αλλαγή εντός τριών εβδομάδων κατά μέγιστο από την ημερομηνία της αίτησης.[...]»

<sup>(138)</sup> Οδηγία 2009/73/ΕΚ, άρθρο 3 παράγραφος 6: «Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι:  
a) όταν ένας πελάτης, ενώ τηρεί τους συμβατικούς όρους, επιθυμεί να αλλάξει προμηθευτή, η αλλαγή θα πραγματοποιείται από τον ενδιαφερόμενο ή τους ενδιαφερόμενους διαχειριστές εντός τριών εβδομάδων και  
β) οι πελάτες έχουν δικαίωμα να λαμβάνουν όλα τα σχετικά στοιχεία για την κατανάλωση.»



## 5.10. Συνδεδεμένες [δευτερεύουσες] συμβάσεις

### Άρθρο 15

1. Με την επιφύλαξη του άρθρου 15 της οδηγίας 2008/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Απριλίου 2008, για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης, εάν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμά του υπαναχώρησης από εξ αποστάσεως σύμβαση ή σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος σύμφωνα με τα άρθρα 9 έως 14 της παρούσας οδηγίας, τυχόν συνδεδεμένες συμβάσεις λήγουν αυτομάτως, χωρίς κανένα κόστος για τον καταναλωτή, εκτός όπως προβλέπεται στο άρθρο 13 παράγραφος 2 και στο άρθρο 14 της παρούσας οδηγίας.
2. Τα κράτη μέλη ορίζουν λεπτομερείς κανόνες για την καταγγελία αυτών των συμβάσεων.

Το άρθρο 2 σημείο 15 ορίζει τη συνδεδεμένη [δευτερεύουσα] σύμβαση ως: «μια σύμβαση με την οποία ο καταναλωτής αποκτά αγαθά ή υπηρεσίες που συνδέονται με εξ αποστάσεως σύμβαση ή με σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος και όπου τα εν λόγω αγαθά ή οι υπηρεσίες παρέχονται από τον έμπορο ή από ένα τρίτο μέρος με βάση μια ρύθμιση μεταξύ του εν λόγω τρίτου μέρους και του εμπόρου», για παράδειγμα:

- σύμβαση παράδοσης, συντήρησης ή εγκατάστασης,
- σύμβαση ασφάλισης και πίστωσης για τη χρηματοδότηση της αγοράς·
- πρόσθετη εμπορική εγγύηση.

Μολονότι, κατά γενικό κανόνα, αποκλείονται από το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας βάσει του άρθρου 3 παράγραφος 3 στοιχείο δ), οποιοδήποτε συνδεδεμένες [δευτερεύουσες] συμβάσεις ασφάλισης και πίστωσης θα πρέπει να λήξουν σύμφωνα με το άρθρο 15.

Η σχέση μεταξύ των χωριστών συνδεδεμένων [δευτερευουσών] συμβάσεων θα πρέπει να αξιολογείται ώστε να προσδιοριστεί ποια είναι η κύρια σύμβαση και ποια η συνδεδεμένη [δευτερεύουσα]:

- Για παράδειγμα, εάν, μέσω χωριστών συμβάσεων με τον ίδιο έμπορο, ένας καταναλωτής αγοράσει υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και ένα κινητό έξυπνο τηλέφωνο το οποίο έχει πληρωθεί σε δόσεις, τιμολογηθεί σε μηνιαία βάση μαζί με τη βασική τιμή συνδρομής, η σύμβαση παροχής υπηρεσιών θα πρέπει να θεωρείται ως η κύρια σύμβαση. Αυτό δεν θα πρέπει να εμποδίζει τον καταναλωτή να υπαναχωρήσει χωριστά μόνο από τη δευτερεύουσα σύμβαση πώλησης, διατηρώντας παράλληλα τη σύμβαση παροχής υπηρεσιών.

Σε περίπτωση που η συνδεδεμένη [δευτερεύουσα] σύμβαση υπόκειται στην οδηγία (για παράδειγμα, σύμβαση παράδοσης ή εγκατάστασης), ο καταναλωτής θα πρέπει να αποζημιώσει τον έμπορο για το κόστος των παρασχεθέντων σύμφωνα με το άρθρο 13 παράγραφος 2 και το άρθρο 14.

Από την άλλη πλευρά, αν η συνδεδεμένη [δευτερεύουσα] σύμβαση δεν εμπίπτει κατά γενικό κανόνα στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας (όπως σύμβαση ασφάλισης ή πίστωσης), οι συνέπειες της καταγγελίας θα υπόκεινται στους ειδικούς τομεακούς κανόνες ή στους κανόνες του γενικού δικαίου των συμβάσεων των κρατών μελών.

Οι λεπτομερείς κανόνες για την καταγγελία των συνδεδεμένων [δευτερευουσών] συμβάσεων πρέπει να καθορίζονται από τα κράτη μέλη. Αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, την υποχρέωση του εμπόρου να ενημερώσει οποιονδήποτε άλλο εμπλεκόμενο έμπορο όταν πληροφορηθεί από έναν καταναλωτή για την απόφασή του να υπαναχωρήσει από την κύρια σύμβαση.

## 5.11. Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης

Το πρώτο εδάφιο του άρθρου 16 αναφέρει 13 συμβάσεις/περιπτώσεις στις οποίες ο καταναλωτής δεν έχει δικαίωμα υπαναχώρησης ή χάνει το δικαίωμα αυτό, υπό ορισμένες προϋποθέσεις.

Επιπλέον, η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 εισήγαγε δύο ρυθμιστικές επιλογές για τα κράτη μέλη σε περίπτωση συμβάσεων που συνάπτονται στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων που διοργανώνονται από έμπορο στην οικία του καταναλωτή ή εκδρομών και σε περίπτωση επισκευών που ζητούνται ειδικά από τον καταναλωτή.

Οι παρακάτω περιπτώσεις ή συμβάσεις αξίζουν ιδιαίτερης αναφοράς στο σημείο αυτό. Οι εξαιρέσεις όσον αφορά τις πλήρως εκτελεσθείσες συμβάσεις παροχής υπηρεσιών και τις συμβάσεις για επιγραμμικό ψηφιακό περιεχόμενο εξετάζονται χωριστά στα τμήματα 5.6 και 5.7, αντίστοιχα.

### 5.11.1. Αγαθά ή υπηρεσίες για τα οποία η τιμή εξαρτάται από διακυμάνσεις στη χρηματοπιστωτική αγορά

#### Άρθρο 16

- β) την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο έμπορος και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης·

Η αιτιολογική σκέψη 43 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 διευκρίνισε ότι οι συμβάσεις μεμονωμένων παραδόσεων ενέργειας εκτός δικτύου θα πρέπει να εξαιρούνται από το δικαίωμα υπαναχώρησης βάσει του άρθρου 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο β), δεδομένου ότι «η τιμή της εξαρτάται από διακυμάνσεις στις αγορές πρώτων υλών ή των αγορών ενέργειας τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο έμπορος και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της περιόδου υπαναχώρησης».

#### 5.11.2. Αγαθά που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή είναι σαφώς εξατομικευμένα

##### Άρθρο 16

γ) την προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων·

Ο όρος «αγαθό κατασκευασμένο σύμφωνα με τις προδιαγραφές του πελάτη» ορίζεται στο άρθρο 2 της ΟΔΚ ως «κάθε αγαθό το οποίο δεν είναι προκατασκευασμένο και κατασκευάζεται βάσει της ατομικής επιλογής ή απόφασης του πελάτη». Η αιτιολογική σκέψη 49 της ΟΔΚ αναφέρεται σε «πετάσματα κατασκευασμένα κατόπιν παραγγελίας» ως παράδειγμα αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή τα οποία είναι σαφώς εξατομικευμένα.

Δεδομένου ότι ο κανόνας αυτός αποτελεί εξαίρεση από τον γενικότερο κανόνα της ΟΔΚ που παρέχει στους καταναλωτές το δικαίωμα υπαναχώρησης από τις εξ αποστάσεως/εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις, θα πρέπει να ερμηνεύεται κατά τρόπο περιοριστικό.

Επομένως, η εξαίρεση αυτή θα πρέπει να καλύπτει, για παράδειγμα:

- αγαθά, για τα οποία ο καταναλωτής έχει παράσχει προδιαγραφές, όπως μετρήσεις για επίπλα ή το μέγεθος ενός υφάσματος·
- αγαθά, για τα οποία ο καταναλωτής έχει ζητήσει ειδικά, εξατομικευμένα χαρακτηριστικά, όπως ένα συγκεκριμένο σχέδιο για ένα αυτοκίνητο που παρέχεται κατά παραγγελία ή ένα συγκεκριμένο εξάρτημα για έναν υπολογιστή, το οποίο πρέπει να παρασχεθεί χωριστά για τη συγκεκριμένη παραγγελία και το οποίο δεν αποτελούσε μέρος της γενικής προσφοράς του εμπόρου προς το ευρύ κοινό·
- ετικέτες διεύθυνσης με τα στοιχεία επικοινωνίας του καταναλωτή.

Ο όρος «ειδικά/εξατομικευμένα» στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να σημαίνει ότι τα αγαθά είναι, καταρχήν, μοναδικά και παράγονται σύμφωνα με τις προσωπικές επιθυμίες και απαιτήσεις που έχει διατυπώσει ο καταναλωτής και έχουν συμφωνηθεί με τον έμπορο.

Αντίθετα, εάν ο καταναλωτής αρκестεί στο να συνθέσει ένα προϊόν επιλέγοντας από τις τυποποιημένες (προκαθορισμένες) επιλογές που παρέχει ο έμπορος, δεν θα πρέπει να γίνεται αναφορά σε «ειδικά/εξατομικευμένα» χαρακτηριστικά με τη στενή έννοια της διάταξης αυτής. Ως εκ τούτου, η εξαίρεση δεν θα εφαρμόζεται στα ακόλουθα παραδείγματα:

- επιλογή επίπλων με συγκεκριμένο χρώμα ή υφή με επιλογή από τον κατάλογο του κατασκευαστή·
- αυτοκίνητο με πρόσθετο εξοπλισμό, επιλεγμένο από τον κατάλογο του κατασκευαστή·
- ένα σύνολο επίπλων με βάση τα τυποποιημένα στοιχεία.

Επιπλέον, η εξαίρεση δεν ισχύει για τις **συμβάσεις παροχής υπηρεσιών που οδηγούν σε απτά αποτελέσματα**. Στην υπόθεση C-208/19, NK, (σχέδιο μονοκατοικίας), το Δικαστήριο έκρινε ότι η σύμβαση μεταξύ αρχιτέκτονα και καταναλωτή, σύμφωνα με την οποία ο πρώτος υποχρεούται να εκπονήσει τα σχέδια για την κατασκευή νέου κτιρίου, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι εμπίπτει στο άρθρο 16 στοιχείο γ) της ΟΔΚ. Μολονότι τα σχέδια θα μπορούσαν να παρέχονται σε υλική μορφή (σε χαρτί ή σε ψηφιακή μορφή), το αντικείμενο της σύμβασης είναι μια διανοητική υπηρεσία —αρχιτεκτονικός σχεδιασμός, και η επακόλουθη παράδοση έχει μόνο παρεπόμενο χαρακτήρα <sup>(139)</sup>.

Το σκεπτικό αυτό του ΔΕΕ επισημαίνει τη σημασία της δημιουργικής διαδικασίας για την επέλευση του απτού αποτελέσματος ως καθοριστικού παράγοντα για τον χαρακτηρισμό της σύμβασης. Παρόμοιο σκεπτικό θα μπορούσε να εφαρμοστεί και σε άλλες υπηρεσίες διανοητικής φύσης (π.χ. παροχή λογιστικών ή νομικών συμβουλών ή φωτογραφία οικογενειακών εκδηλώσεων) των οποίων τα αποτελέσματα θα μπορούσαν να παρουσιαστούν σε υλική μορφή.

Αντίθετα, όταν εφαρμόζεται η εξαίρεση, ο περιορισμός της υπαναχώρησης από τις συμβάσεις για την προμήθεια αγαθών τα οποία κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή είναι σαφώς εξατομικευμένα είναι απόλυτος και **δεν εξαρτάται από το αν ο έμπορος άρχισε να επεξεργάζεται την παραγγελία ή όχι**. Αυτό επιβεβαιώθηκε στην υπόθεση C-529/19, Möbel Kraft, όπου το Δικαστήριο παρατήρησε ότι αυτή είναι η μόνη ερμηνεία του άρθρου 16 στοιχείο γ) της ΟΔΚ που θα μπορούσε να διασφαλίσει την ασφάλεια δικαίου, η οποία αποτελεί έναν από τους στόχους της οδηγίας, όπως επισημαίνεται στις αιτιολογικές σκέψεις 7 και 40 της οδηγίας <sup>(140)</sup>. Η ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή θα μπορούσε να

<sup>(139)</sup> C-208/19, NK (σχέδιο μονοκατοικίας), ECLI:EU:C:2020:382, σκέψεις 58 – 59.

<sup>(140)</sup> C-529/19, Möbel Kraft, ECLI:EU:C:2020:846, σκέψεις 27 – 29.

τεθεί υπό αμφισβήτηση αν εξαρτιόταν από την εκ μέρους του εμπόρου πρόοδο στην εκτέλεση της σύμβασης, κατάσταση προόδου ως προς την οποία ο καταναλωτής, κατά κανόνα, δεν ενημερώνεται και στην οποία δεν μπορεί, κατά μείζονα λόγο, να ασκήσει επιρροή. Επιπλέον, μια τέτοια ερμηνεία δεν θα συμβιβαζόταν με την υποχρέωση του εμπόρου να παρέχει σαφείς πληροφορίες πριν από τη σύναψη της σύμβασης.

#### 5.11.3. Αγαθά τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα

Άρθρο 16

δ) την προμήθεια αγαθών τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα·

Η «δυνατότητα να αλλοιωθεί ή να λήγει σύντομα» αποτελεί αντικειμενικό χαρακτηριστικό του σχετικού αγαθού. Ορισμένα από τα χαρακτηριστικά παραδείγματα αγαθών που μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα και αναφέρονται στο στοιχείο δ) μπορεί να είναι:

- τρόφιμα και ποτά με σύντομη ημερομηνία λήξης, συμπεριλαμβανομένων όσων πρέπει να διατηρούνται στο ψυγείο·
- παραδόσεις εστιατορίων σε πακέτο·
- φρέσκα λουλούδια.

Ωστόσο, στην περίπτωση **συμβάσεων συνδρομής για τακτικές παραδόσεις εστιατορίων σε πακέτο**, ενώ δεν υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης από την πραγματική παράδοση, ο καταναλωτής μπορεί ωστόσο να ακυρώσει τη συνδρομή βάσει των κανόνων του δικαιώματος υπαναχώρησης για «τακτική παράδοση αγαθών» σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο β) σημείο iii), δηλαδή 14 ημέρες από την παραλαβή της πρώτης παράδοσης.

Τα **φυτά** από τη φύση τους έχουν περιορισμένη διάρκεια ζωής κατά την οποία διατηρούνται τα χαρακτηριστικά τους. Καταρχήν, η απαίτηση ενεργού παρέμβασης από κάποιον (π.χ. εταιρεία παράδοσης, καταναλωτή) ώστε να διατηρηθούν τα χαρακτηριστικά τους, καθιστά τα φυτά αυτά αντικειμενικά διαφορετικά από άλλα αγαθά (κλωστούφαντουργικά προϊόντα, ηλεκτρονικός εξοπλισμός κ.λπ.). Τα λοιπά αυτά προϊόντα δεν «μπορούν να αλλοιωθούν ή να λήξουν σύντομα», εφόσον αποθηκεύονται υπό κατάλληλες συνθήκες και ο καταναλωτής υποχρεούται απλώς να μην τα εκθέτει σε ασυνήθεις συνθήκες πριν από την επιστροφή τους, προκειμένου να αποφύγει την ευθύνη που συνεπάγεται το άρθρο 14 παράγραφος 2.

Ως εκ τούτου, απαιτείται κατά περίπτωση αξιολόγηση, λαμβανομένης υπόψη της φροντίδας που απαιτείται ώστε τα φυτά να διατηρήσουν τα χαρακτηριστικά τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, μεταξύ άλλων σε περίπτωση επιστροφής από τον καταναλωτή. Επομένως, θα πρέπει να ισχύει το δικαίωμα υπαναχώρησης μόνο όταν τα αντίστοιχα φυτά δεν «μπορούν να αλλοιωθούν ή να λήξουν σύντομα».

#### 5.11.4. Αγαθά που σφραγίζονται για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής

Άρθρο 16

ε) την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση·

Για να εξαιρεθεί ένα είδος από το δικαίωμα υπαναχώρησης βάσει του στοιχείου ε), θα πρέπει να υπάρχουν σοβαροί λόγοι προστασίας της υγείας ή λόγοι υγιεινής για τη χρήση σφραγίδας, η οποία μπορεί να συνίσταται σε προστατευτικό περιτύλιγμα ή μεμβράνη. Η εξαίρεση αυτή μπορεί να ισχύει, για παράδειγμα, για τα ακόλουθα αγαθά, εφόσον αποσφραγιστούν από τον καταναλωτή μετά την παράδοση:

- καλλυντικά προϊόντα, όπως κραγιόν·
- οδοντόβουρτσες, ξυριστικές μηχανές και παρόμοια είδη προσωπικής υγιεινής.

Το Δικαστήριο αποφάνθηκε στην υπόθεση C-681/17 *slewo* ότι η εξαίρεση αυτή δεν ισχύει για τα στρώματα. Ειδικότερα, το Δικαστήριο διευκρίνισε ότι η φύση ενός αγαθού είναι εκείνη που μπορεί να δικαιολογήσει τη σφράγιση της συσκευασίας του για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής και ότι, ως εκ τούτου, η αποσφράγιση της συσκευασίας αυτής συνεπάγεται ότι παύει να διασφαλίζεται η προστασία της υγείας ή η υγιεινή όσον αφορά το αγαθό που αυτή περιέχει <sup>(141)</sup>.

(141) C-681/17, *slewo*, ECLI:EU:C:2019:255, σκέψη 37.

Κατά συνέπεια, η προβλεπόμενη με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ε) εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης τυγχάνει εφαρμογής μόνον αν, άπαξ αποσφραγιστεί η συσκευασία του, το αγαθό που αυτή περιέχει **παύει οριστικά πλέον να βρίσκεται σε κατάσταση κατάλληλη προς διάθεση στην αγορά, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής**, δεδομένου ότι αυτή καθαυτή η φύση του αγαθού καθιστά αδύνατη ή υπερβολικά δυσχερή για τον έμπορο τη λήψη μέτρων χάρη στα οποία το αγαθό θα μπορούσε να διατεθεί εκ νέου προς πώληση χωρίς να θιγεί καμία από τις δύο προαναφερθείσες επιταγές <sup>(142)</sup>.

#### 5.11.5. Αγαθά που αναμειγνύονται αναπόσπαστα με άλλα στοιχεία

##### Άρθρο 16

στ) την προμήθεια αγαθών τα οποία, μετά την παράδοση, λόγω της φύσης τους, είναι αναπόσπαστα αναμειγμένα με άλλα στοιχεία·

Η αιτιολογική σκέψη 49 της ΟΔΚ αναφέρει την παροχή «καυσίμου» ως παράδειγμα αγαθού που είναι αναπόσπαστα αναμειγμένο με άλλα στοιχεία.

#### 5.11.6. Συμβάσεις με συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης

##### Άρθρο 16

ιβ) την παροχή στέγασης πλην για σκοπούς κατοικίας, μεταφοράς αγαθών, υπηρεσιών ενοικίασης αυτοκινήτων, εστίασης ή υπηρεσιών σχετιζόμενων με δραστηριότητες αναψυχής εάν η σύμβαση προβλέπει συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης·

Η εξαίρεση αυτή εφαρμόζεται μόνο εάν η σύμβαση θα πρέπει να ορίζει «συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης». Και στην περίπτωση αυτή, δεδομένου ότι αποτελεί εξαίρεση, θα πρέπει να ερμηνεύεται κατά τρόπο περιοριστικό <sup>(143)</sup>. Θα πρέπει, συνεπώς, να εφαρμόζεται λαμβάνοντας υπόψη τους λόγους που αναφέρονται στην αιτιολογική σκέψη 49: «[...] Η παροχή δικαιώματος υπαναχώρησης στον καταναλωτή θα μπορεί επίσης να αντενδείκνυται στην περίπτωση ορισμένων υπηρεσιών όπου **η σύμβαση συνεπάγεται την κράτηση χωρητικότητας** την οποία, εάν ασκούταν δικαίωμα υπαναχώρησης, ο έμπορος ενδέχεται να δυσκολευόταν να καλύψει. Αυτό ισχύει για παράδειγμα όταν γίνονται κρατήσεις σε ξενοδοχεία ή σε αγροικίες διακοπών ή σε πολιτιστικές ή αθλητικές εκδηλώσεις.» Ως εκ τούτου, ο περιορισμός του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιβ) δεν θα πρέπει να εφαρμόζεται στις συμβάσεις για δραστηριότητες αναψυχής που δεν έχουν περιορισμό χωρητικότητας.

Στην αιτιολογική σκέψη 49 παρατίθενται τα ακόλουθα παραδείγματα όπου εφαρμόζεται η εξαίρεση που προβλέπεται στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιβ):

- κρατήσεις σε ξενοδοχεία και αγροικίες κατοικιών·
- πολιτιστικές ή αθλητικές εκδηλώσεις, καθώς και θεατρικές παραστάσεις σε συγκεκριμένη ημερομηνία·
- υπηρεσίες εστίασης σε πάρτι γενεθλίων ή γάμου σε μια συγκεκριμένη ημερομηνία.

Ομοίως, η φράση «μεταφορά αγαθών» θα πρέπει να ερμηνεύεται ευρέως. Στην υπόθεση C-336/03, *easyCar*, σχετικά με την οδηγία 97/7/ΕΚ για τις πωλήσεις εξ αποστάσεως, το ΔΕΕ αποφάνθηκε ότι ο όρος «μεταφορά» περιλαμβάνει επίσης τη θέση των μέσων μεταφοράς στη διάθεση του καταναλωτή <sup>(144)</sup>. Σύμφωνα με την ερμηνεία αυτή, η ενοικίαση φορτηγών για τη μεταφορά αγαθών σε μια συγκεκριμένη ημερομηνία θα μπορούσε να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της εξαίρεσης που προβλέπεται στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιβ) όσον αφορά τη «μεταφορά αγαθών».

Παρά το γεγονός ότι το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ιβ) καλύπτει τις συμβάσεις για τη μεταφορά αγαθών, δεν εφαρμόζεται στις υπηρεσίες αποθήκευσης, ακόμη και στην περίπτωση που οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται σε συγκεκριμένες ημερομηνίες.

<sup>(142)</sup> Ό.π., σκέψη 40. Βλέπε επίσης τμήμα 6.5.4 με λεπτομέρειες σχετικά με την υπόθεση C-681/17.

<sup>(143)</sup> Περαιτέρω καθοδήγηση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης όσον αφορά τις δραστηριότητες αναψυχής αναμένεται από την εκκρεμούσα υπόθεση C-96/21, *CTS Eventim*, η οποία ασχολείται με την περίπτωση κατά την οποία ο έμπορος δεν παρέχει άμεσα στον καταναλωτή την υπηρεσία σχετιζόμενη με δραστηριότητες αναψυχής, αλλά μόνο μεταπωλεί στον καταναλωτή το δικαίωμα πρόσβασης σε τέτοια υπηρεσία.

<sup>(144)</sup> Υπόθεση C-336/03, *easyCar*, ECLI:EU:C:2005:150, ειδικότερα σκέψεις 26 και 31.

## 5.11.7. Επισκευές που ζητούνται από τον καταναλωτή

## Άρθρο 16

η) συμβάσεις κατά τις οποίες ο καταναλωτής έχει ζητήσει ειδικά επίσκεψη από τον έμπορο με σκοπό να πραγματοποιήσει επείγουσες επιδιορθώσεις ή την εκτέλεση εργασιών συντήρησης. Εάν, στην περίπτωση τέτοιας επίσκεψης, ο έμπορος παράσχει υπηρεσίες επιπλέον εκείνων που ζητήθηκαν συγκεκριμένα από τον καταναλωτή ή αγαθά πέρα από τα ανταλλακτικά που χρησιμοποιήθηκαν υποχρεωτικά κατά την εκτέλεση εργασιών συντήρησης ή κατά τις επιδιορθώσεις, το δικαίωμα υπαναχώρησης εφαρμόζεται στις εν λόγω πρόσθετες υπηρεσίες ή αγαθά.

Η εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης που προβλέπεται στο άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο η) της ΟΔΚ καλύπτει τις επείγουσες επιδιορθώσεις και εργασίες συντήρησης.

Για όλες τις άλλες επιδιορθώσεις που δεν είναι «επείγουσες», οι καταναλωτές έχουν το δικαίωμα υπαναχώρησης και οι έμποροι πρέπει να τους ενημερώνουν, μεταξύ άλλων, για το δικαίωμα αυτό. Εάν οι έμποροι δεν έχουν παράσχει στους καταναλωτές πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης ή τις έχουν παράσχει με καθυστέρηση, εφαρμόζονται το άρθρο 10 και το άρθρο 14 παράγραφος 4 στοιχείο α). Οι καταναλωτές μπορούν να ασκήσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης εντός 14 ημερών μετά τη σύναψη της σύμβασης. Ωστόσο, σύμφωνα με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α), ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης κατά την πλήρη εκτέλεση της υπηρεσίας (επιδιόρθωσης). Για να εφαρμοστεί ο περιορισμός αυτός, ο έμπορος πρέπει να λάβει: 1) την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και 2) την αναγνώριση από τον καταναλωτή της απώλειας του δικαιώματος υπαναχώρησης μετά την πλήρη εκτέλεση. Οι δύο αυτοί όροι για την έναρξη της εκτέλεσης της υπηρεσίας πριν από την εκπνοή της προθεσμίας υπαναχώρησης καθορίζονται στο άρθρο 7 παράγραφος 3 για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και στο άρθρο 8 παράγραφος 8 για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις.

## Άρθρο 16

Στην περίπτωση συμβάσεων παροχής υπηρεσιών που επιβάλλουν στον καταναλωτή την υποχρέωση να καταβάλει τίμημα όταν ο καταναλωτής έχει ζητήσει ειδικά επίσκεψη από τον έμπορο με σκοπό την πραγματοποίηση επιδιορθώσεων, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν ότι ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης μετά την πλήρη παροχή της υπηρεσίας, υπό την προϋπόθεση ότι η εκτέλεση ξεκίνησε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή.

Αυτή η ρυθμιστική επιλογή στο άρθρο 16 τρίτο εδάφιο που εισάγεται με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 <sup>(145)</sup> παρέχει στα κράτη μέλη τη δυνατότητα να παρεκκλίνουν από τις προϋποθέσεις απώλειας του δικαιώματος υπαναχώρησης σύμφωνα με το άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α), ορίζοντας ότι, για τις επιδιορθώσεις που καλύπτονται από το άρθρο 16 τρίτο εδάφιο, αρκεί ο έμπορος να λάβει την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή για την έναρξη της εκτέλεσης. Ως εκ τούτου, στην προκειμένη περίπτωση, ο έμπορος δεν υποχρεούται να αποκτήσει και την αναγνώριση από τον καταναλωτή για την απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης βάσει του άρθρου 7 παράγραφος 3 ή του άρθρου 8 παράγραφος 8.

## 5.12. Ρυθμιστικές επιλογές σε περίπτωση μη προγραμματισμένων επισκέψεων ή εκδρομών

## 5.12.1. Εισαγωγή

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε τόσο την ΟΑΕΠ όσο και την ΟΔΚ επιτρέποντας στα κράτη μέλη να θεσπίζουν διατάξεις για την προστασία των θεμιτών συμφερόντων των καταναλωτών όσον αφορά ορισμένες επιθετικές και παραπλανητικές πρακτικές εμπορικής προώθησης ή πώλησης στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων ενός εμπόρου στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει ένας έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές, όταν οι διατάξεις αυτές είναι αναλογικές, δεν εισάγουν διακρίσεις και αιτιολογούνται για λόγους προστασίας των καταναλωτών. Το σκεπτικό των διατάξεων εξηγείται στις αιτιολογικές σκέψεις 54-57 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161, όπου επισημαίνεται η αρχή της επικουρικότητας και ο στόχος της διευκόλυνσης της επιβολής.

Η ΟΑΕΠ περιλαμβάνει γενική διάταξη που επιτρέπει στα κράτη μέλη να θεσπίζουν εθνικές διατάξεις που είναι αναλογικές, δεν εισάγουν διακρίσεις και αιτιολογούνται για την προστασία των καταναλωτών από επιθετικές ή παραπλανητικές μη προγραμματισμένες επισκέψεις και/ή εκδρομές που διοργανώνονται από έμπορο (για περισσότερες λεπτομέρειες, βλέπε τμήμα 1.1 των κατευθυντήριων γραμμών για την ΟΑΕΠ).

<sup>(145)</sup> Βλέπε αιτιολογική σκέψη 42 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161.

Εκτός από τη γενική διάταξη της ΟΑΕΠ, η τροποποιημένη ΟΔΚ επιτρέπει στα κράτη μέλη να θεσπίζουν εθνικές διατάξεις που προβλέπουν ευνοϊκότερους κανόνες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης. Για τον σκοπό αυτόν, στο πλαίσιο του άρθρου 9 παράγραφος 1α, του άρθρου 10 παράγραφος 2, του άρθρου 14 παράγραφος 4 και του άρθρου 16 της ΟΔΚ, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν μεγαλύτερη προθεσμία υπαναχώρησης 30 ημερών (αντί 14 ημερών) ή να παρεκκλίνουν από αρκετές από τις υφιστάμενες εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης σε περίπτωση μη προγραμματισμένης επίσκεψης ή εκδρομών.

Το άρθρο 29 παράγραφος 1 της ΟΔΚ απαιτεί από τα κράτη μέλη να κοινοποιούν στην Επιτροπή μέχρι τις 28 Νοεμβρίου 2021 τους εθνικούς κανόνες που παρεκκλίνουν από το δικαίωμα υπαναχώρησης και κάθε επακόλουθη τροποποίηση, δηλαδή μέσω ειδικής κοινοποίησης στην οποία θα εξηγούνται επακριβώς οι σχετικές εθνικές διατάξεις και όχι ως απλώς μέρος της γενικής κοινοποίησης των μέτρων μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο.

#### 5.12.2. Παράταση της προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης

Το άρθρο 9 παράγραφος 1α προβλέπει ότι τα κράτη μέλη μπορούν να παρατείνουν την περίοδο υπαναχώρησης των 14 ημερών σε 30 ημέρες για τις συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων από έμπορο στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές.

#### Άρθρο 9

1α. Τα κράτη μέλη μπορούν να θεσπίζουν κανόνες σύμφωνα με τους οποίους η περίοδος υπαναχώρησης των 14 ημερών που αναφέρεται στην παράγραφο 1 παρατείνεται σε 30 ημέρες για τις συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων από τον έμπορο στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές, με σκοπό την προστασία των θεμιτών συμφερόντων των καταναλωτών έναντι επιθετικών ή παραπλανητικών πρακτικών εμπορικής προώθησης ή πώλησης. Οι εν λόγω κανόνες είναι αναλογικοί, δεν εισάγουν διακρίσεις και αιτιολογούνται για λόγους προστασίας των καταναλωτών.

Το άρθρο 6 παράγραφος 4, το άρθρο 9 παράγραφος 2, το άρθρο 10 παράγραφος 2 και το άρθρο 14 παράγραφος 4 που αναφέρονται στην προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης τροποποιήθηκαν επίσης με την οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 ώστε να αντικατοπτρίζουν την πιθανή παράταση της εν λόγω περιόδου σε 30 ημέρες.

#### Άρθρο 6 παράγραφος 4

4. Οι πληροφορίες που αναφέρονται στα στοιχεία η), θ) και ι) της παραγράφου 1 του παρόντος άρθρου μπορούν να παρέχονται με το υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση που παρατίθεται στο παράρτημα I τμήμα Α. Ο έμπορος έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις παροχής πληροφοριών που ορίζονται στα στοιχεία η), θ) και ι) της παραγράφου 1 του παρόντος άρθρου, εφόσον έχει παράσχει τις εν λόγω οδηγίες, σωστά συμπληρωμένες, στον καταναλωτή. **Οι αναφορές στην περίοδο υπαναχώρησης 14 ημερών στο υπόδειγμα οδηγιών για την υπαναχώρηση που παρατίθεται στο παράρτημα I τμήμα Α αντικαθίστανται από αναφορές σε περίοδο υπαναχώρησης 30 ημερών σε περιπτώσεις κατά τις οποίες τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει κανόνες σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 1α.**

#### Άρθρο 9 παράγραφος 2

2. Με την επιφύλαξη του άρθρου 10, η περίοδος υπαναχώρησης που αναφέρεται στην παράγραφο 1 του παρόντος άρθρου λήγει μετά από 14 ημέρες ή, σε περιπτώσεις κατά τις οποίες τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει κανόνες σύμφωνα με την παράγραφο 1α του παρόντος άρθρου, 30 ημέρες από:

#### Άρθρο 10 παράγραφος 2

2. 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 ή, σε περιπτώσεις κατά τις οποίες τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει κανόνες σύμφωνα με το άρθρο 9 παράγραφος 1α, 30 ημέρες μετά την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής λαμβάνει τις εν λόγω πληροφορίες.

#### Άρθρο 14 παράγραφος 4

4. Ο καταναλωτής δεν επιβαρύνεται:

- β) για την εν όλω ή εν μέρει παροχή ψηφιακού περιεχομένου που δεν παραδίδεται πάνω σε υλικό μέσο, εφόσον:
  - ι) ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή συγκατάθεσή του για να αρχίσει η εκτέλεση της σύμβασης πριν από το τέλος της δεκατετραήμερης ή της τριανταήμερης περιόδου που προβλέπεται στο άρθρο 9·

## 5.12.3. Παρεκκλίσεις από τις εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης

## Άρθρο 16

Τα κράτη μέλη μπορούν να παρεκκλίνουν από τις εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης που ορίζονται στο πρώτο εδάφιο στοιχεία α), β), γ) και ε) για τις συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων εμπόρου στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές, με σκοπό την προστασία των θεμιτών συμφερόντων των καταναλωτών έναντι επιθετικών ή παραπλανητικών πρακτικών εμπορικής προώθησης ή πώλησης. Οι εν λόγω διατάξεις είναι αναλογικές, δεν εισάγουν διακρίσεις και αιτιολογούνται για λόγους προστασίας των καταναλωτών.

Σε περίπτωση συμβάσεων που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων εμπόρου στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές, τα κράτη μέλη μπορούν να παρεκκλίνουν από τις ακόλουθες εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης:

- συμβάσεις παροχής υπηρεσιών μετά την πλήρη εκτέλεση της υπηρεσίας [άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο α)].
- την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο έμπορος και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης [άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο β)].
- την προμήθεια αγαθών που πραγματοποιούνται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων [άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο γ)].
- την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση [άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχείο ε)].

Η παρέκκλιση **δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκη πλήρη μη εφαρμογή της εξαίρεσης** από το δικαίωμα υπαναχώρησης. Μπορεί επίσης να συνίσταται σε τροποποίηση της υφιστάμενης εξαίρεσης ώστε να καταστεί ευνοϊκότερη για τον καταναλωτή, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι είναι αναλογική (σε σχέση επίσης με τα θεμιτά συμφέροντα των εμπόρων), δεν εισάγει διακρίσεις και αιτιολογείται για λόγους προστασίας των καταναλωτών.

6. **Παράδοση**

## Άρθρο 18

1. Εκτός εάν τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν συμφωνήσει διαφορετικά ως προς τον χρόνο παράδοσης, ο έμπορος παραδίδει τα αγαθά με τη μεταβίβαση της φυσικής κατοχής ή ελέγχου των αγαθών στον καταναλωτή χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, αλλά οπωσδήποτε εντός 30 ημερών από τη σύναψη της σύμβασης.

2. Όταν ο έμπορος δεν εκπληρώνει την υποχρέωσή του να παραδώσει τα αγαθά τη χρονική στιγμή που συμφώνησε με τον καταναλωτή ή εντός της προθεσμίας που ορίζεται στην παράγραφο 1, ο καταναλωτής πρέπει να του ζητήσει να πραγματοποιήσει την παράδοση εντός επιπλέον προθεσμίας ανάλογης των περιστάσεων. Εάν ο έμπορος δεν παραδώσει τα αγαθά εντός αυτής της επιπλέον προθεσμίας, ο καταναλωτής δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση.

Το πρώτο εδάφιο δεν εφαρμόζεται σε συμβάσεις πωλήσεων εάν ο έμπορος έχει αρνηθεί να παραδώσει τα αγαθά ή εάν η παράδοση εντός της συμφωνημένης προθεσμίας παράδοσης είναι σημαντική, λαμβανομένων υπόψη όλων των περιστάσεων που περιέβαλαν τη σύναψη της σύμβασης, ή εάν ο καταναλωτής έχει ενημερώσει τον έμπορο, πριν από τη σύναψη της σύμβασης, ότι η παράδοση απαιτείται να γίνει σε ή μέχρι μία ορισμένη ημερομηνία. Σε αυτές τις περιπτώσεις, εάν ο έμπορος παραλείψει να παραδώσει τα αγαθά κατά τη χρονική στιγμή που συμφώνησε με τον καταναλωτή ή εντός της προθεσμίας που ορίζεται στην παράγραφο 1, ο καταναλωτής δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση αμέσως.

3. Μόλις καταγγελθεί η σύμβαση, ο έμπορος οφείλει να επιστρέψει, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, όλα τα χρήματα που είχαν πληρωθεί βάσει της σύμβασης.

4. Επιπλέον της καταγγελίας της σύμβασης δυνάμει της παραγράφου 2, ο καταναλωτής μπορεί να χρησιμοποιήσει τα άλλα μέσα που του παρέχει η εθνική νομοθεσία.

Το άρθρο 18 εφαρμόζεται μόνο στις συμβάσεις πώλησης, όπως αναφέρεται ρητά στο άρθρο 17 παράγραφος 1. Οι διατάξεις του άρθρου 18 σχετικά με τον χρόνο παράδοσης συνδέονται με την απαίτηση του άρθρου 5 παράγραφος 1 στοιχείο δ) και του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ζ) για τον προσδιορισμό του χρόνου παράδοσης των αγαθών.

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο ζ) σχετικά με τις **εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις**, ο έμπορος πρέπει να ενημερώνει τον καταναλωτή για «τη[ν] προθεσμία εντός της οποίας ο έμπορος αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραδώσει τα αγαθά». Για τις **εντός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις** βάσει του άρθρου 5 παράγραφος 1 στοιχείο δ), οι πληροφορίες αυτές πρέπει να παρέχονται «κατά περίπτωση».

Κατά συνέπεια, στις **εντός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις**, δεν χρειάζεται να παρέχονται οι εν λόγω πληροφορίες εάν τα αγαθά παραδίδονται ή η υπηρεσία εκτελείται αμέσως. Για τις εντός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις πώλησης, οι πληροφορίες αυτές επίσης δεν θα πρέπει χρειάζονται να παρέχονται, εφόσον ο πωλητής προτίθεται να παραδώσει τα αγαθά εντός της προθεσμίας των 30 ημερών που ορίζεται στο άρθρο 18 παράγραφος 1 (βλέπε επίσης τμήμα 3 σχετικά με τις υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης).

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η οδηγία δεν προβλέπει συγκεκριμένους κανόνες σχετικά με τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, εάν ο έμπορος παραλείψει να αναφέρει τον χρόνο εκτέλεσης των υπηρεσιών. Οι συνέπειες της παράλειψης αυτής μπορεί να ρυθμίζονται από την εθνική νομοθεσία.

Σύμφωνα με το άρθρο 18 παράγραφος 2, εάν ο έμπορος δεν παραδώσει εντός της προθεσμίας αυτής ή εντός της προθεσμίας που έχει δηλωθεί στον καταναλωτή, ο καταναλωτής πρέπει να συμφωνήσει με τον έμπορο για την παράταση της προθεσμίας παράδοσης. Εάν ο έμπορος εξακολουθεί να μην έχει παραδώσει πριν από τη λήξη της παράτασης, ο καταναλωτής δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση.

Ωστόσο, εάν η δηλωθείσα προθεσμία παράδοσης ή η προκαθορισμένη προθεσμία 30 ημερών είναι σημαντική (π.χ. για την παράδοση ενός νυφικού —βλέπε αιτιολογική σκέψη 52) και ο έμπορος δεν παραδώσει τα αγαθά εγκαίρως, ο καταναλωτής θα πρέπει να δικαιούται να καταγγείλει τη σύμβαση αμέσως μετά τη λήξη της αρχικά συμφωνηθείσας προθεσμίας.

Οι εθνικές νομοθεσίες δύνανται να ρυθμίζουν τον τρόπο με τον οποίο ο καταναλωτής θα πρέπει να ενημερώνει τον έμπορο για την καταγγελία της σύμβασης (βλέπε αιτιολογική σκέψη 52).

Σύμφωνα με το άρθρο 18 παράγραφος 4, η εθνική νομοθεσία μπορεί να παρέχει στον καταναλωτή άλλα έννομα μέσα, παραδείγματα των οποίων παρατίθενται στην αιτιολογική σκέψη 53: «*Επιπλέον του δικαιώματος του καταναλωτή να καταγγείλει τη σύμβαση όταν ο έμπορος δεν έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του περι παράδοσης των αγαθών σύμφωνα με την παρούσα οδηγία, ο καταναλωτής δύναται, σύμφωνα με την ισχύουσα εθνική νομοθεσία, έχοντας προσφύγει σε άλλα έννομα μέσα, όπως να χορηγήσει στον έμπορο πρόσθετη προθεσμία παράδοσης, να επιβάλει την εκτέλεση της σύμβασης, να παρακρατήσει την πληρωμή και να ζητήσει αποζημίωση.*».

Σύμφωνα με το άρθρο 18 παράγραφος 3, εάν η σύμβαση καταγγελθεί, ο έμπορος πρέπει να επιστρέψει όλα τα χρήματα που καταβλήθηκαν χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση. Η οδηγία δεν ορίζει προθεσμία για την επιστροφή. Σε περίπτωση διαφωνίας μεταξύ του καταναλωτή και του εμπόρου σχετικά με τον χρόνο που θα λάβει χώρα η επιστροφή, θα πραγματοποιείται κατά περίπτωση εκτίμηση από τους αρμόδιους εθνικούς φορείς και τα δικαστήρια. Κατά κανόνα, λίγες εργάσιμες ημέρες είναι αρκετές για να διεκπεραιώσει ο έμπορος την επιστροφή.

## 7. Μετάθεση κινδύνου

### Άρθρο 20

Στις συμβάσεις κατά τις οποίες ο έμπορος αποστέλλει τα προϊόντα στον καταναλωτή, ο κίνδυνος απώλειας ή βλάβης των αγαθών μετατίθεται στον καταναλωτή, όταν αυτός ή κάποιο τρίτο μέρος το οποίο ορίζεται σχετικά από τον καταναλωτή και είναι διάφορο του μεταφορέα έχει αποκτήσει τη φυσική κατοχή των αγαθών. Εντούτοις, ο κίνδυνος μετατίθεται στον καταναλωτή άμα την παράδοση στον μεταφορέα, εάν ο μεταφορέας έχει ενταλθεί από τον καταναλωτή να μεταφέρει τα αγαθά και η εν λόγω επιλογή δεν προσφέρθηκε από τον έμπορο, με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων του καταναλωτή έναντι του μεταφορέα.

Σύμφωνα με το άρθρο 20, ο κίνδυνος μετατίθεται επίσης στον καταναλωτή κατά την παράδοση σε μεταφορέα, εάν ο μεταφορέας έχει επιλεγεί από τον καταναλωτή και δεν προσφέρθηκε από τον έμπορο.

Η τακτική παράδοση των αγαθών που παραγγέλθηκαν μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου, διά αλληλογραφίας κ.λπ. συχνά λαμβάνει χώρα χωρίς άμεσο έλεγχο από τον καταναλωτή των προϊόντων που παραδίδονται. Σύμφωνα με την οδηγία, ο κίνδυνος μετατίθεται στον καταναλωτή κατά την απόκτηση της φυσικής κατοχής των αγαθών, ανεξάρτητα από το αν τα έχει ελέγξει για ελαττώματα. Ωστόσο, η οδηγία (ΕΕ) 2019/771 για την πώληση αγαθών προβλέπει ότι τα αγαθά που παραδίδονται πρέπει να μην φέρουν ελαττώματα. Το άρθρο 11 της οδηγίας αυτής θεσπίζει τους κανόνες σχετικά με το βάρος αποδείξεως όσον αφορά οποιαδήποτε έλλειψη συμμόρφωσης.



## 8. Έξοδα για χρήση μέσων πληρωμής

### Άρθρο 19

Τα κράτη μέλη απαγορεύουν στους εμπόρους να χρεώνουν στους καταναλωτές για τη χρήση ενός συγκεκριμένου μέσου πληρωμής δαπάνη υπερβαίνουσα το κόστος χρήσης αυτού του μέσου από τον έμπορο.

### 8.1. Εισαγωγή

Το άρθρο 19 εφαρμόζεται για τη χρήση των «μέσων πληρωμής». Δεδομένου ότι ο όρος αυτός δεν ορίζεται με οποιονδήποτε τρόπο, το άρθρο 19 πρέπει να εφαρμόζεται σε οποιοδήποτε μέσο πληρωμής, συμπεριλαμβανομένων των μετρητών.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι «υπηρεσίες πληρωμών» αυτές καθαυτές εμπίπτουν στην κατηγορία των «χρηματοοικονομικών υπηρεσιών» που εξαιρούνται από το πεδίο εφαρμογής της ΟΔΚ σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 3 στοιχείο δ). Ως εκ τούτου, οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών δεν υπόκεινται στις απαιτήσεις της οδηγίας. Η υποχρέωση βάσει του άρθρου 19 δεν απευθύνεται στους παρόχους υπηρεσιών πληρωμών αλλά σε άλλους εμπόρους που συνάπτουν συμβάσεις με καταναλωτές που καλύπτονται από την ΟΔΚ. Η διάταξη απαγορεύει στους εμπόρους να χρεώνουν στους καταναλωτές για τη χρήση ενός συγκεκριμένου μέσου πληρωμής δαπάνη που υπερβαίνει τη δαπάνη που συνήθως καταβάλλεται για τη χρήση αυτού του μέσου.

Το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 19 έχει μειωθεί σημαντικά με την αναθεωρημένη οδηγία για τις υπηρεσίες πληρωμών (στο εξής: PSD2) που εφαρμόζεται από τις 13 Ιανουαρίου 2018. Το άρθρο 62, παράγραφος 4 της οδηγίας PSD2 απαγορεύει ειδικά την επιβολή πρόσθετων χρεώσεων για:

- μέσα πληρωμών για τα οποία οι διατραπεζικές προμήθειες <sup>(146)</sup> ρυθμίζονται βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2015/751 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(147)</sup> σχετικά με τις διατραπεζικές προμήθειες για πράξεις πληρωμών με κάρτα· η απαγόρευση αυτή αφορά πληρωμές με καταναλωτικές χρεωστικές και πιστωτικές κάρτες που χρησιμοποιούνται σε ποσοστό άνω του 95 % των συναλλαγών στην αγορά καρτών της ΕΕ·
- υπηρεσίες πληρωμών στις οποίες εφαρμόζεται ο κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 260/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(148)</sup>, δηλαδή μεταφορές πίστωσης και άμεσες χρεώσεις σε ευρώ·

Ως εκ τούτου, το άρθρο 19 της ΟΔΚ εξακολουθεί να έχει σημασία μόνο για τις κάρτες «χωρίς ανώτατο όριο», δηλαδή για τις εμπορικές κάρτες, όπως οι εταιρικές κάρτες και οι κάρτες που εκδίδονται από τα λεγόμενα τριμερή συστήματα, στο πλαίσιο των οποίων οι κάρτες εκδίδονται από το ίδιο το σύστημα, το οποίο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ταυτόχρονα ως τράπεζα, και για τις πληρωμές σε μετρητά.

Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι το άρθρο 62 παράγραφος 5 της οδηγίας PSD2 παρέχει στα κράτη μέλη τη δυνατότητα να απαγορεύουν ή να περιορίζουν τις πρόσθετες χρεώσεις για τα συγκεκριμένα μέσα πληρωμών που δεν καλύπτονται από τον κανονισμό σχετικά με τις διατραπεζικές προμήθειες για πράξεις πληρωμών με κάρτες, όπως οι προαναφερθείσες εμπορικές κάρτες και οι κάρτες που εκδίδονται από τριμερή συστήματα.

### 8.2. Ορισμός των «έξοδων»

Το άρθρο 19 πρέπει να εφαρμόζεται σε όλα τα είδη των εξόδων που συνδέονται με ένα μέσο πληρωμής, ανεξάρτητα από τον τρόπο που παρουσιάζονται στους καταναλωτές.

- Για παράδειγμα, τα έξοδα που αναφέρονται ως **έξοδα διαχείρισης, κράτησης ή διεκπεραίωσης** θα πρέπει να καλύπτονται από το άρθρο 19, εάν μπορούν να αποφευχθούν με τη χρήση συγκεκριμένου μέσου πληρωμής.

Οι εκπτώσεις που χορηγούνται στους καταναλωτές για τη χρήση ενός συγκεκριμένου μέσου πληρωμής, συνήθως την άμεση χρέωση, δεν θα πρέπει να θεωρούνται αυτομάτως «έξοδα» που χρεώνονται για τη χρήση άλλων διαθέσιμων μέσων πληρωμής κατά την έννοια του άρθρου 19. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η «έκπτωση» μπορεί να βασίζεται στο έννομο συμφέρον του εμπόρου να ενθαρρύνει τη χρήση ορισμένων μέσων πληρωμής που είναι πιο αποτελεσματικά σε σχέση με την επιχειρηματική του δομή <sup>(149)</sup>.

<sup>(146)</sup> Οι πολυμερείς διατραπεζικές προμήθειες είναι πολυμερώς συμφωνημένες προμήθειες που καταβάλλονται μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών πληρωμών του πληρωτή/καταναλωτή και του δικαιούχου/εμπόρου.

<sup>(147)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) 2015/751 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29ης Απριλίου 2015, σχετικά με τις διατραπεζικές προμήθειες για πράξεις πληρωμών με κάρτες (ΕΕ L 123 της 19.5.2015, σ. 1).

<sup>(148)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 260/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Μαρτίου 2012, σχετικά με την καθιέρωση τεχνικών απαιτήσεων και επιχειρηματικών κανόνων για τις μεταφορές πίστωσης και τις άμεσες χρεώσεις σε ευρώ και με την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 924/2009 (ΕΕ L 94 της 30.3.2012, σ. 22).

<sup>(149)</sup> Ειδικότερα, η άμεση χρέωση επιτρέπει στον έμπορο να προβλέψει την ταμειακή ροή. Η έκπτωση για τη χρήση της άμεσης χρέωσης μπορεί, ως εκ τούτου, να χορηγείται όχι τόσο για τη χρήση του συγκεκριμένου μέσου πληρωμής, αλλά μάλλον για να ενθαρρυνθεί ο καταναλωτής να πληρώνει τακτικά σε μια συγκεκριμένη ημερομηνία.

Ωστόσο, δεν μπορεί να αποκλειστεί το γεγονός ότι μπορεί να υπάρξει πρόσθετη χρέωση, κατά την έννοια του άρθρου 19, με την παροχή ιδίων ή διαφορετικών εκπτώσεων για διάφορα μέσα πληρωμής και με παράλληλη εξαίρεση, για παράδειγμα, 1 ή 2 μόνο τρόπων πληρωμής από το καθεστώς εκπτώσεων. Κάθε καθεστώς εκπτώσεων θα πρέπει να αξιολογείται ως προς τη συμβατότητά του με το άρθρο 19 για κάθε περίπτωση χωριστά.

Το άρθρο 19 ρυθμίζει τις «χρεώσεις» που επιβάλλονται για τη χρήση συγκεκριμένου μέσου πληρωμής. Δεν εμποδίζει τους εμπόρους να χρεώνουν διαφορετικές τιμές για τα ίδια αγαθά ή υπηρεσίες, όταν πωλούνται μέσω διαφορετικών διαύλων πώλησεων.

— Για παράδειγμα, μπορεί να χρεώνεται υψηλότερη τιμή για ένα εισιτήριο συναυλίας που εκδίδεται απευθείας στο θέατρο και χαμηλότερη τιμή σε άλλους χώρους πώλησης εισιτηρίων.

### 8.3. Ορισμός του «κόστους» που βαρύνει τον έμπορο

#### 8.3.1. Η επιβάρυνση του εμπόρου για την παρεχόμενη υπηρεσία και άλλα άμεσα κόστη

Η οδηγία δεν καθορίζει ούτε παρέχει λεπτομέρειες για την έννοια του «[δαπάνη υπερβαίνουσα] το κόστος χρήσης [αυτού του μέσου] από τον έμπορο» που αναφέρεται στο άρθρο 19.

Για τους περισσότερους εμπόρους, η **επιβάρυνση του εμπόρου για την παρεχόμενη υπηρεσία** είναι το μεγαλύτερο τμήμα της δαπάνης κόστους για την αποδοχή πληρωμών με κάρτα. Η επιβάρυνση αυτή περιλαμβάνει γενικά:

- 1) τη διαπραγματευτική προμήθεια που καταβάλλεται από την τράπεζα του εμπόρου (αποδέκτρια τράπεζα) στον εκδότη της κάρτας <sup>(150)</sup>.
- 2) τις χρεώσεις που καταβάλλονται από την τράπεζα του εμπόρου στο σύστημα (π.χ. Visa ή MasterCard) και
- 3) το περιθώριο που παρακρατείται από την τράπεζα του εμπόρου για την κάλυψη του κόστους και του κέρδους.

Για συναλλαγές με πιστωτική κάρτα, η επιβάρυνση του εμπόρου για την παρεχόμενη υπηρεσία καθορίζεται συνήθως ως ποσοστό επί της αξίας της συναλλαγής, ενώ για τις συναλλαγές με χρεωστική κάρτα είναι συνήθως περισσότερο, παρότι όχι καθολικά, ένα σταθερό ποσό. Η επιβάρυνση του εμπόρου για την παρεχόμενη υπηρεσία ποικίλλει σημαντικά ανάλογα με τον κύκλο εργασιών, τον επιχειρηματικό κλάδο και άλλα χαρακτηριστικά του εμπόρου.

Επιπλέον, **μπορεί να υπάρχουν έξοδα συναλλαγής ή γενικά έξοδα που καταβάλλονται από τον έμπορο στην αποδέκτρια τράπεζα ή σε ενδιάμεσους φορείς παροχής υπηρεσιών πληρωμών.**

Οι ενδιάμεσοι φορείς παροχής υπηρεσιών πληρωμών βοηθούν ορισμένους εμπόρους λιανικής να αποδέχονται ασφαλείς πληρωμές και δύνανται να χρεώνουν για την παροχή λειτουργιών πληρωμής, τον εντοπισμό περιστατικών απάτης και την παροχή υπηρεσιών διαχείρισης και/ή υπηρεσιών που παρέχονται συνήθως από την αποδέκτρια τράπεζα <sup>(151)</sup>.

#### 8.3.2. Γενικές δαπάνες λειτουργίας επιχείρησης

Οι έμποροι συνήθως επιβαρύνονται και με άλλες δαπάνες της επιχείρησης, οι οποίες μπορεί να συνδέονται έμμεσα με την αποδοχή ή την επεξεργασία των πληρωμών με βάση τα μέσα που χρησιμοποιούνται. Αυτές αφορούν κυρίως διοικητικές δαπάνες, δαπάνες εγκατάστασης και ρύθμισης εξοπλισμού και τις δαπάνες που προκύπτουν από περιστατικά απάτης και τη διαχείριση κινδύνων.

#### 8.3.3. Επιλέξιμες δαπάνες που δικαιολογούν την επιβολή εξόδων για τη χρήση μέσων πληρωμής

Μόνο **τα έξοδα που χρεώνονται άμεσα στον έμπορο** για τη χρήση ενός μέσου πληρωμής θα πρέπει να θεωρούνται ως «κόστος» για τα εν λόγω μέσα πληρωμής κατά την έννοια του άρθρου 19.

Οι δαπάνες για τον έμπορο που μπορούν νομίμως να ληφθούν υπόψη ώστε να δικαιολογηθούν τα έξοδα που επιβάλλονται στους καταναλωτές είναι η **επιβάρυνση του εμπόρου για την παρεχόμενη υπηρεσία και είναι επίσης τα έξοδα συναλλαγής ή τα γενικά έξοδα που καταβάλλονται σε ενδιάμεσους φορείς για μέρος ή το σύνολο των υπηρεσιών εμπόρων που συνήθως παρέχονται από τις αποδέκτριες τράπεζες**. Στις περιπτώσεις αυτές, ο ενδιάμεσος φορέας συνήθως αναλαμβάνει την επικοινωνία με την αποδέκτρια τράπεζα και ενεργεί ως σημείο επαφής για τους εμπόρους λιανικής, χρεώνοντας μια προσαύξηση επί των εξόδων που επιβάλλει η αποδέκτρια τράπεζα για τις σχετικές υπηρεσίες.

<sup>(150)</sup> Ο κανονισμός (ΕΕ) 2015/751 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29ης Απριλίου 2015, σχετικά με τις διαπραγματευτικές προμήθειες για πράξεις πληρωμών με κάρτες (ΕΕ L 123 της 19.5.2015, σ. 1) ορίζει ανώτατα όρια στις διαπραγματευτικές προμήθειες στο 0,2 % της αξίας της συναλλαγής για τις καταναλωτικές χρεωστικές κάρτες και στο 0,3 % για τις καταναλωτικές πιστωτικές κάρτες. Αυτό καθορίζει σαφώς ένα μέρος του κόστους με το οποίο επιβαρύνεται ο έμπορος.

<sup>(151)</sup> Οι ενδιάμεσοι φορείς παροχής υπηρεσιών πληρωμών βοηθούν ορισμένους εμπόρους λιανικής να αποδέχονται ασφαλείς πληρωμές μέσω διαδικτύου ή σε άλλες περιπτώσεις όπου ο κάτοχος της κάρτας δεν είναι παρών, όπως μέσω τηλεφωνικών κέντρων ή ταχυδρομικής παραγγελίας. Οι ενδιάμεσοι φορείς μπορούν να χρεώνουν για: i) την παροχή του εξοπλισμού και των υπηρεσιών που απαιτούνται για την αποδοχή επικοινωνιών και άλλων εξ αποστάσεως πληρωμών, όπως η λειτουργία πληρωμών για τους δικτυακούς τόπους των εμπόρων λιανικής και/ή ii) την παροχή υπηρεσιών εντοπισμού και διαχείρισης περιστατικών απάτης (στις οποίες ειδικεύονται ορισμένοι ενδιάμεσοι φορείς) και/ή την παροχή μέρους ή του συνόλου των υπηρεσιών εμπόρων οι οποίες παρέχονται συνήθως από τις αποδέκτριες τράπεζες, μέχρι την πλήρη επεξεργασία των συναλλαγών. Στις περιπτώσεις αυτές, ο ενδιάμεσος φορέας συνήθως αναλαμβάνει την επικοινωνία με την αποδέκτρια τράπεζα και ενεργεί ως σημείο επαφής για τους εμπόρους λιανικής, χρεώνοντας μια προσαύξηση επί των σχετικών εξόδων που επιβάλλει η αποδέκτρια τράπεζα.

Εναπόκειται στον έμπορο να αποφασίσει αν θα αναθέσει σε υπεργολάβο, για παράδειγμα, την παροχή των ακόλουθων ενεργειών/υπηρεσιών:

- την απόκτηση και τη διατήρηση εξοπλισμού καταστημάτων, όπως συσκευές με μικροεπεξεργαστή και κωδικό αναγνώρισης PIN (chip-and-pin)·
- την παρακολούθηση περιπτώσεων απάτης και τη διατήρηση της συμμόρφωσης με τα πρότυπα ασφάλειας δεδομένων καρτών πληρωμών (Payment Card Industry Data Security Standards, PCI DSS) με σκοπό την πρόληψη της απάτης, όπως απαιτείται από όλα τα μεγάλα δίκτυα καρτών·
- την ανάπτυξη και τη λειτουργία υποδομών για τη διαχείριση πληρωμών με κάρτα, όπως η δυνατότητα διενέργειας πληρωμών για ιστοτόπους ή τηλεφωνικά κέντρα· και
- την εκπαίδευση του προσωπικού.

Οι δαπάνες για τον εξοπλισμό πληρωμών, τον εντοπισμό περιστατικών απάτης και τις υπηρεσίες διαχείρισης (ή συναφείς υπηρεσίες) θα πρέπει να θεωρούνται μάλλον γενικές δαπάνες της λειτουργίας μιας επιχείρησης, ανεξάρτητα από το αν αυτές πραγματοποιούνται από τον έμπορο απευθείας ή μέσω τρίτων. Εάν ανατεθούν σε τρίτους, συνήθως χρεώνονται χωριστά από τα βασικά «γενικά έξοδα» ή την επιβάρυνση του εμπόρου για την παρεχόμενη υπηρεσία.

Η επεξεργασία των πληρωμών και η διαχείριση των μετρητών συνεπάγεται **δαπάνες προσωπικού** που είναι δύσκολο να ποσοτικοποιηθούν, καθώς συχνά περιλαμβάνονται στις συνολικές διοικητικές δαπάνες. Οι δαπάνες που προκύπτουν από τα **περιστατικά απάτης και τη διαχείριση κινδύνων** διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τομέων και εμπόρων, αλλά γενικά θεωρείται ότι μειώνονται χάρη στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών ηλεκτρονικής πληρωμής. Δεδομένου ότι οι δαπάνες αυτές είναι εγγενείς στην αντίστοιχη επιχειρηματική δραστηριότητα (ακόμη και όταν πραγματοποιούνται για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις κανονιστικές ρυθμίσεις), δεν θα πρέπει να περιλαμβάνονται στην έννοια του «κόστους για τη χρήση συγκεκριμένου μέσου πληρωμής» σύμφωνα με το άρθρο 19 και θα πρέπει να θεωρούνται αντ' αυτού μέρος των γενικών δαπανών λειτουργίας μιας επιχείρησης.

Το επιχείρημα αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις επιχειρήσεις που πωλούν αγαθά ή παρέχουν υπηρεσίες αποκλειστικά μέσω διαδικτύου και δέχονται μόνο ηλεκτρονικά μέσα πληρωμής. Για τις επιχειρήσεις αυτές, οι δαπάνες προσωπικού που πραγματοποιούνται για την επεξεργασία μιας ηλεκτρονικής πληρωμής και οι δαπάνες που προκύπτουν από περιστατικά απάτης και τη διαχείριση κινδύνων αποτελούν θεμελιώδη στοιχεία του ίδιου του επιχειρηματικού τους μοντέλου.

Επιπλέον, από πιο πρακτική άποψη, καθώς και υπό την έννοια του «κόστους», όλα τα πιθανά στοιχεία που μπορεί να συνδέονται, έστω και έμμεσα, με κάποιο μέσο πληρωμής, **καθιστούν δύσκολη την εφαρμογή του άρθρου 19 και δεν του επιτρέπουν να έχει κανένα πρακτικό αποτέλεσμα («effet utile»)**. Αυτό είναι γεγονός, δεδομένου ότι, για παράδειγμα, ελάχιστες πληροφορίες είναι γνωστές σχετικά με τις διοικητικές δαπάνες και για το ότι η ακριβής δαπάνη του εξοπλισμού και/ή της εγκατάστασης μπορεί να υπολογιστεί μόνο με την κατανομή του ποσού σε άγνωστο αριθμό συναλλαγών. Ως εκ τούτου, οι έμποροι θα πρέπει να ανακτούν τις δαπάνες αυτές μέσω της τιμής των αγαθών ή των υπηρεσιών τους και όχι με την επιβολή στους καταναλωτές πρόσθετων χρεώσεων για τη χρήση μέσου πληρωμής.

#### 8.4. Πληρωμές με μετρητά σε συνάλλαγμα

Η πληρωμή με μετρητά σε συνάλλαγμα αποτελεί επίσης «μέσο πληρωμής» κατά την έννοια του άρθρου 19. Επομένως, ένας έμπορος δεν θα πρέπει να χρησιμοποιεί τη μετατροπή συναλλάγματος αυτή καθαυτή για την επιβολή πρόσθετων επιβαρύνσεων στους καταναλωτές, οι οποίες δεν δικαιολογούνται από τις πραγματικές δαπάνες που συνεπάγεται η προσφορά της δυνατότητας πληρωμής σε συνάλλαγμα (ειδικότερα, τις δαπάνες που επιβαρύνουν τον έμπορο για τη μετατροπή των μετρητών που έχει εισπράξει).

- Για παράδειγμα, όταν ένας έμπορος που εκμεταλλεύεται εστιατόριο σε απομακρυσμένη περιοχή δέχεται, κατ' εξαίρεση, πληρωμή σε μετρητά από τουρίστα σε ξένο νόμισμα, η συναλλαγματική ισοτιμία που εφαρμόζεται μπορεί να είναι ελαφρώς υψηλότερη από την πραγματική, για την κάλυψη του έκτακτου κόστους του ταξιδιού του εμπόρου στην πλησιέστερη τράπεζα και των τυχόν προμηθειών που εφαρμόζει η τράπεζα για την ανταλλαγή.
- Ωστόσο, η εφαρμογή υπερβολικής συναλλαγματικής ισοτιμίας στο ανωτέρω σενάριο θα παραβίαζε το άρθρο 19, δεδομένου ότι τα έσοδα από μια τέτοια συναλλαγή θα υπερέβαιναν σημαντικά τις έκτακτες δαπάνες.
- Αντίθετα, εάν η αποδοχή συναλλάγματος ως μέσου πληρωμής αποτελεί συνήθη εμπορική πρακτική του εμπόρου, μόνο τα ισχύοντα έξοδα μετατροπής συναλλάγματος είναι πιθανό να αποτελούν επιλέξιμες δαπάνες. Αυτό θα είναι, για παράδειγμα, μια κατάσταση ενός εστιατορίου που βρίσκεται σε ένα θέρετρο το οποίο συχνά εξυπηρετεί τουρίστες που πληρώνουν σε ξένο χρήμα.

## 9. Τηλεφωνική επικοινωνία

### Άρθρο 21

Τα κράτη μέλη οφείλουν να μεριμνήσουν ώστε όταν ο έμπορος χρησιμοποιεί τηλεφωνική γραμμή για τηλεφωνική επικοινωνία μαζί του σχετικά με τις συναπτόμενες συμβάσεις, ο καταναλωτής —τη στιγμή που επικοινωνεί με τον έμπορο— δεν υποχρεούται να πληρώσει παραπάνω από τη βασική τιμή χρέωσης.

Το πρώτο εδάφιο ισχύει με την επιφύλαξη του δικαιώματος των παρόχων των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών να επιβάλλουν χρέωση για αυτές τις κλήσεις.

Ο στόχος της διάταξης αυτής είναι η προστασία των καταναλωτών έναντι της επιβολής πρόσθετων τελών σε περίπτωση που χρειαστεί να καλέσουν τον έμπορο με τον οποίο έχουν συνάψει σύμβαση, για παράδειγμα, αν έχουν κάποια καταγγελία. Ο καταναλωτής δεν πρέπει να υποχρεούται να πληρώσει για αυτές τις τηλεφωνικές κλήσεις παραπάνω από τη «βασική τιμή χρέωσης». Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 τροποποίησε το άρθρο 3 παράγραφος 3 στοιχείο ια) της ΟΔΚ, επεκτείνοντας το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 21 ώστε να καλύπτονται και οι υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών.

Μολονότι η ΟΔΚ δεν παρέχει σαφή ορισμό για τη βασική τιμή χρέωσης, το σκεπτικό της είναι να υποχρεώσει τους εμπόρους να διασφαλίσουν ότι οι καταναλωτές δεν θα πληρώσουν παραπάνω από το **καθαρό κόστος** της παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών για τις κλήσεις που υπόκεινται στο άρθρο 21. Αυτό επιβεβαιώθηκε από το Δικαστήριο στην υπόθεση C-568/15, επισημαίνοντας ότι η «βασική τιμή χρέωσης» αντιστοιχεί στο τυποποιημένο κόστος μιας συνήθους επικοινωνιακής συνδέσεως το οποίο ευλόγως μπορεί να αναμένει ο καταναλωτής και για το οποίο δεν συντρέχει ανάγκη ενημερώσεώς του από τον έμπορο <sup>(152)</sup>. Με άλλα λόγια, οι χρεώσεις κλήσης δεν πρέπει να υπερβαίνουν το κόστος μιας κλήσης σε **τυπικό (γεωγραφικό) αριθμό σταθερής ή κινητής τηλεφωνίας**.

Οι μη γεωγραφικοί αριθμοί που περιλαμβάνουν συνήθως οι πάροχοι υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών στις προσφορές τους για πακέτα ομιλίας δωρεάν για ορισμένο αριθμό λεπτών σε μια σταθερή μηνιαία τιμή, και οι αριθμοί που χρεώνονται όχι παραπάνω από τις χρεώσεις για κλήσεις προς γεωγραφικούς αριθμούς αποτελούν επίσης παραδείγματα αριθμών που χρεώνονται στη βασική τιμή χρέωσης.

Αντίθετα, τα πεδία αριθμοδότησης που κανονικά υπόκεινται σε **ειδικό τιμολογιακό καθεστώς** πιθανότατα δεν θα συμμορφώνονται με την απαίτηση της «βασικής τιμής χρέωσης». Κατά κανόνα, οι αποκαλούμενοι αριθμοί **υπηρεσίας πρόσθετου τέλους** δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες τους (εμπόρους) να χρηματοδοτούν ή να συνεισφέρουν στο κόστος των τηλεφωνικών κέντρων ή να αντλούν πρόσθετα έσοδα από αυτές τις τηλεφωνικές κλήσεις μέσω επιμερισμού των εσόδων με τους φορείς εκμετάλλευσης τηλεπικοινωνιών. Στην πράξη, οι κλήσεις προς τους αριθμούς τηλεφώνου της υπηρεσίας πρόσθετου τέλους είναι πολύ απίθανο να χρεώνονται με τη «βασική τιμή χρέωσης». Ταυτόχρονα, το Δικαστήριο διευκρίνισε επίσης στην υπόθεση C-568/15 ότι, εφόσον τηρείται ο κανόνας της «βασικής τιμής χρέωσης», δεν έχει σημασία αν ο έμπορος πραγματοποιεί κέρδη μέσω τέτοιων κλήσεων <sup>(153)</sup>.

Μολονότι το άρθρο 21 περιορίζει το κόστος των τηλεφωνικών κλήσεων, η πραγματική τιμή για τις κλήσεις που πραγματοποιούνται στους εμπόρους για τους σκοπούς που αναφέρονται στο άρθρο 21 θα συνεχίσει να ποικίλλει μεταξύ των διαφόρων καταναλωτών ανάλογα με τον πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών που έχει επιλεγεί για την κλήση.

Η έννοια της «βασικής τιμής χρέωσης» για τους σκοπούς της ΟΔΚ δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι υποχρεώνει τους εμπόρους να χρησιμοποιούν τις λεγόμενες «δωρεάν γραμμές επικοινωνίας», οι οποίες γενικά διατίθενται δωρεάν στους καλούντες. Ούτε πρέπει να ερμηνεύεται ότι υποχρεώνει τους εμπόρους να επιλέξουν έναν συγκεκριμένο τηλεπικοινωνιακό πάροχο ή να καλέσουν από σταθερό σε κινητό και το αντίστροφο.

Το άρθρο 21 δεν θα πρέπει να επηρεάζει τις υπάρχουσες διαφορές μεταξύ των χρεώσεων περιαγωγής για εγχώριες κλήσεις, διεθνείς κλήσεις και κλήσεις προς κινητά που χρεώνονται από τους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Επομένως, ένας καταναλωτής που καλεί έναν πωλητή ο οποίος εδρεύει σε διαφορετικό κράτος μέλος μπορεί να πληρώσει παραπάνω για την κλήση αυτή από τους εγχώριους πελάτες του εμπόρου αυτού.

Η απόφαση του Δικαστηρίου στην υπόθεση C-332/17, *Starman* <sup>(154)</sup>, αφορούσε την περίπτωση κατά την οποία ο έμπορος θέτει στη διάθεση των καταναλωτών του, για τους σκοπούς που καλύπτονται από το άρθρο 21, τόσο έναν αριθμό που χρεώνεται με τη βασική τιμή χρέωσης όσο και έναν συντομευμένο αριθμό εξυπηρέτησης πελατών που χρεώνεται σε τιμή υψηλότερη από τη βασική τιμή χρέωσης κατά την κλήση από κινητά τηλέφωνα. Το Δικαστήριο έκρινε ότι, και σε μια τέτοια περίπτωση, το άρθρο 21 απαγορεύει στον έμπορο να επιβάλλει στον καταναλωτή υψηλότερη τιμή από τη βασική τιμή χρέωσης. Αυτό ισχύει ανεξάρτητα από το αν ο έμπορος έχει ενημερώσει τον καταναλωτή με κατανοητό και εύκολα προσβάσιμο τρόπο σχετικά με την ύπαρξη εναλλακτικού τηλεφωνικού αριθμού που χρεώνεται με τη βασική τιμή χρέωσης και, ωστόσο, ο καταναλωτής έχει επιλέξει οικειοθελώς να χρησιμοποιήσει άλλον αριθμό για τους σκοπούς του άρθρου 21:

<sup>(152)</sup> C-586/15, *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main*, ECLI:EU:C:2017:154, σκέψη 22.

<sup>(153)</sup> Ο.π., σκέψεις 31 και 32.

<sup>(154)</sup> C-332/17, *Starman*, ECLI:EU:C:2018:721.

«Το άρθρο 21, πρώτο εδάφιο, της οδηγίας 2011/83/ΕΕ [...] έχει την έννοια ότι, εφόσον ένας έμπορος έχει θέσει στη διάθεση του συνόλου της πελατείας του έναν ή περισσότερους συντομευμένους αριθμούς τηλεφώνου για τους οποίους ισχύει υψηλότερη τιμή χρέωσης από τη βασική, οι καταναλωτές που έχουν συνάψει σύμβαση με τον έμπορο αυτόν δεν επιτρέπεται να καταβάλλουν τιμή χρέωσης υψηλότερη από τη βασική, όταν επικοινωνούν τηλεφωνικώς με τον εν λόγω έμπορο σε σχέση με τη σύμβαση αυτή.»<sup>(155)</sup>.

Ως εκ τούτου, ακόμη και αν ο καταναλωτής χρησιμοποίησε (εσφαλμένως) τον ακριβότερο εναλλακτικό αριθμό τηλεφώνου και όχι τον αριθμό που χρεώνεται με τη «βασική τιμή χρέωσης», ο καταναλωτής αυτός εξακολουθεί να δικαιούται να καταβάλει μόνο τη «βασική τιμή χρέωσης» για την εν λόγω κλήση. Για να διασφαλιστεί η άσκηση του δικαιώματος που προβλέπεται στο άρθρο 21 στην περίπτωση αυτή, ο καταναλωτής πρέπει να έχει πρόσβαση, σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο του οικείου κράτους μέλους, σε κατάλληλα έννομα μέσα, δηλαδή τη δυνατότητα να απαιτήσει αποζημίωση για το καταβληθέν τίμημα που υπερβαίνει τη βασική τιμή χρέωσης.

Η απόφαση του Δικαστηρίου δεν απαγορεύει καθαυτή στους εμπόρους να χρησιμοποιούν διαφορετικά είδη αριθμών για σκοπούς άλλους από εκείνους που καλύπτονται από το άρθρο 21, π.χ. για τη διατύπωση επιφυλάξεων. Ωστόσο, όταν το πράττουν, οι εν λόγω έμποροι θα πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στη διασφάλιση ότι οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τον κατάλληλο αριθμό, δηλαδή τον αριθμό που χρεώνεται με τη βασική τιμή χρέωσης κατά την πραγματοποίηση κλήσης για σκοπούς που καλύπτονται από το άρθρο 21.

## 10. Πρόσθετες πληροφορίες

### Άρθρο 22

Προτού ο καταναλωτής δεσμευθεί από τη σύμβαση ή προσφορά, ο έμπορος επιδιώκει τη ρητή συναίνεση του καταναλωτή για κάθε πρόσθετη πληρωμή επιπλέον της αμοιβής που συμφωνείται για την κύρια συμβατική υποχρέωση του εμπόρου. Εάν ο έμπορος δεν έχει λάβει τη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, αλλά την έχει συναγάγει, χρησιμοποιώντας τις προκαθορισμένες επιλογές τις οποίες ο καταναλωτής απαιτείται να απορρίψει προκειμένου να αποφύγει την πρόσθετη πληρωμή, ο καταναλωτής δικαιούται την επιστροφή αυτής της πληρωμής.

Δυνάμει του άρθρου 3 παράγραφος 3 στοιχείο ια), η απαγόρευση του άρθρου 22 για τη χρήση προσυμπληρωμένων τετραγωνιδίων όσον αφορά την παροχή και τη χρέωση επιπλέον αγαθών/υπηρεσιών ισχύει επίσης και για τις υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών. Επιπλέον, ισχύει ανεξάρτητα από το αν η ίδια η πρόσθετη υπηρεσία υπόκειται γενικά στην οδηγία. Τα προσυμπληρωμένα τετραγωνίδια που απαγορεύονται από το άρθρο 22 θα μπορούσαν να αφορούν, για παράδειγμα:

- επιλογή επείγουσας παράδοσης ή σύμβαση συντήρησης κατά την αγορά εξοπλισμού πληροφορικής·
- ασφάλιση κατά την αγορά αεροπορικών εισιτηρίων.

## 11. Εφαρμογή

### 11.1. Δημόσια και ιδιωτική εφαρμογή του νόμου

Σύμφωνα με το άρθρο 23, τα κράτη μέλη πρέπει να μεριμνούν ώστε να υπάρχουν **κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα** προκειμένου να διασφαλίσουν τη συμμόρφωση με τις διατάξεις της οδηγίας.

### Άρθρο 23

1. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν την ύπαρξη κατάλληλων και αποτελεσματικών μέσων για την τήρηση των διατάξεων της παρούσας οδηγίας.

2. Τα μέσα που αναφέρονται στην παράγραφο 1 περιλαμβάνουν διατάξεις, οι οποίες επιτρέπουν σε έναν ή περισσότερους από τους ακόλουθους οργανισμούς, όπως καθορίζονται από την εθνική νομοθεσία, να προσφεύγουν, σύμφωνα με την εθνική τους νομοθεσία, στα δικαστήρια ή στους αρμόδιους διοικητικούς οργανισμούς, ώστε να επιτυγχάνουν την εφαρμογή των εθνικών διατάξεων για τη μεταφορά της παρούσας οδηγίας:

- α) δημόσιοι οργανισμοί ή εκπρόσωποί τους·
- β) οργανώσεις καταναλωτών που έχουν έννομο συμφέρον στην προστασία των καταναλωτών·
- γ) επαγγελματικές οργανώσεις που έχουν έννομο συμφέρον να ενεργήσουν.

<sup>(155)</sup> Ό.π., σκέψη 33.

Διάφορες διατάξεις της ΟΔΚ προβλέπουν άμεσα ένομα μέσα σε περίπτωση που ο έμπορος δεν συμμορφώνεται με τις αντίστοιχες υποχρεώσεις. Ειδικότερα, το άρθρο 6 παράγραφος 6, το άρθρο 10, το άρθρο 18 παράγραφος 2 και το άρθρο 22 της ΟΔΚ προβλέπουν ειδικά ένομα μέσα για τους καταναλωτές, ενώ το άρθρο 21 απαγορεύει στον έμπορο να ζητήσει από τον καταναλωτή να καταβάλει ποσό μεγαλύτερο από τη «βασική τιμή χρέωσης» για τηλεφωνικές ερωτήσεις μετά τη σύναψη της σύμβασης και το άρθρο 27 απαλλάσσει τον καταναλωτή από την υποχρέωση να παρέχει οποιοδήποτε αντάλλαγμα σε περίπτωση παροχής μη παραγγελθέντων. Όπως ορίζεται στην αιτιολογική σκέψη 14 της ΟΔΚ, δεν θίγει την εθνική νομοθεσία σε θέματα δικαίου των συμβάσεων για ζητήματα σχετιζόμενα με το δίκαιο των συμβάσεων που δεν ρυθμίζονται από την εν λόγω οδηγία, συμπεριλαμβανομένης της εθνικής νομοθεσίας σε σχέση με τα γενικά συμβατικά ένδικα μέσα. Ως εκ τούτου, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν στην εθνική νομοθεσία πρόσθετα συμβατικά ένδικα μέσα.

Οι καταναλωτές μπορούν να προσφύγουν σε αυτά τα ένδικα μέσα μέσω ατομικών αγωγών. Επιπλέον, η οδηγία (ΕΕ) 2020/1828 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (<sup>156</sup>) σχετικά με τις αντιπροσωπευτικές αγωγές για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών εισήγαγε σε όλα τα κράτη μέλη τη δυνατότητα επιβολής της ΟΔΚ μέσω **αντιπροσωπευτικών αγωγών**. Οι αγωγές αυτές θα μπορούσαν να ασκηθούν από νομιμοποιούμενους φορείς, με αίτημα την έκδοση απαγορευτικών διαταγμάτων και τη λήψη μέτρων επανόρθωσης και/ή αποκατάστασης για λογαριασμό των θιγόμενων καταναλωτών (<sup>157</sup>).

### 11.2. Εφαρμογή σε εμπόρους τρίτων χωρών

Η εφαρμογή της ΟΔΚ σε εμπόρους τρίτων χωρών υπόκειται στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 864/2007 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (<sup>158</sup>) για το εφαρμοστέο δίκαιο στις εξωσυμβατικές ενοχές (στο εξής: κανονισμός «Ρώμη II») και στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 593/2008 για το εφαρμοστέο δίκαιο στις συμβατικές ενοχές (στο εξής: κανονισμός «Ρώμη I»). Οι κανονισμοί «Ρώμη I» και «Ρώμη II» εφαρμόζονται αμφοτέρωθεν σε αστικές ή εμπορικές διαφορές. Η ΟΔΚ προβλέπει τόσο τις εξωσυμβατικές ενοχές (ειδικότερα τις υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης, την απαγόρευση των «προσυμπληρωμένων» τετραγωνιδίων κ.λπ.) όσο και τις συμβατικές υποχρεώσεις (ειδικότερα, το δικαίωμα υπαναχώρησης, τους κανόνες για την παράδοση των αγαθών και την επιβεβαίωση της σύμβασης).

**Όσον αφορά τις εξωσυμβατικές ενοχές**, και ειδικότερα τις υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης βάσει της ΟΔΚ, το εφαρμοστέο δίκαιο, όπως ορίζεται στον κανονισμό «Ρώμη II», θα ήταν το δίκαιο της σύμβασης που θα ήταν εφαρμοστέο στη σύμβαση, εάν αυτή είχε συναφθεί (<sup>159</sup>). Ως εκ τούτου, για τον καθορισμό του εφαρμοστέου δικαίου στις εξωσυμβατικές ενοχές χρησιμοποιείται το ίδιο σύνολο κριτηρίων όπως και για τις συμβατικές ενοχές αστικού και εμπορικού δικαίου βάσει του κανονισμού «Ρώμη I». **Αυτό σημαίνει ότι το εφαρμοστέο δίκαιο τόσο για τις συμβατικές όσο και για τις εξωσυμβατικές ενοχές θα είναι το ίδιο**, εκτός αν συμφωνηθεί διαφορετικά μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών. Ωστόσο, οι συμφωνίες επιλογής δικαίου υπόκεινται σε περιορισμούς όπως ορίζονται στους κανονισμούς «Ρώμη I» και «Ρώμη II».

Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο β) του κανονισμού «Ρώμη I», όταν ένας καταναλωτής συνάπτει σύμβαση με έμπορο σε άλλη χώρα ο οποίος κατευθύνει, με οποιοδήποτε μέσο, τις εμπορικές του δραστηριότητες στη χώρα διαμονής του καταναλωτή, η σύμβαση διέπεται γενικά από το δίκαιο της χώρας στην οποία ο καταναλωτής έχει τη συνήθη διαμονή του. Η έννοια της «κατεύθυνσης» των εμπορικών ή επαγγελματικών δραστηριοτήτων ενός εμπόρου στη χώρα του καταναλωτή επεξηγείται περαιτέρω στο τμήμα 3.1.8 των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών.

Κατά το άρθρο 6 παράγραφος 2 του κανονισμού «Ρώμη I», εάν τα συμβαλλόμενα μέρη επιλέξουν διαφορετικό εφαρμοστέο δίκαιο, η επιλογή δεν μπορεί να στερήσει τον καταναλωτή από την προστασία που του εξασφαλίζουν οι νομικές διατάξεις της χώρας συνήθους διαμονής του καταναλωτή από τις οποίες τα συμβαλλόμενα μέρη δεν μπορούν να παρεκκλίνουν με τη σύμβασή τους.

Τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις που προβλέπονται στην ΟΔΚ συνιστούν «υποχρεωτικές διατάξεις», καθώς το άρθρο 25 ορίζει ότι οι καταναλωτές δεν μπορούν να παραιτηθούν από τα δικαιώματα που τους παραχωρούνται με τα εθνικά μέτρα μεταφοράς της εν λόγω οδηγίας στην εθνική νομοθεσία. Ως εκ τούτου, κάθε φορά που έμπορος τρίτης χώρας απευθύνεται σε καταναλωτές σε ένα ή περισσότερα κράτη μέλη της ΕΕ, ο εν λόγω έμπορος πρέπει να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις της ΟΔΚ, ιδίως με τις υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης και το δικαίωμα υπαναχώρησης από μια σύμβαση.

<sup>(156)</sup> Οδηγία (ΕΕ) 2020/1828 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Νοεμβρίου 2020, σχετικά με τις αντιπροσωπευτικές αγωγές για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών και για την κατάργηση της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (ΕΕ L 409 της 4.12.2020, σ. 1).

<sup>(157)</sup> Βλέπε άρθρο 4 της οδηγίας (ΕΕ) 2020/1828.

<sup>(158)</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 864/2007 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Ιουλίου 2007, για το εφαρμοστέο δίκαιο στις εξωσυμβατικές ενοχές («Ρώμη II») (ΕΕ L 199 της 31.7.2007, σ. 40).

<sup>(159)</sup> Άρθρο 12 παράγραφος 1 του κανονισμού «Ρώμη I».

### 11.3. Κυρώσεις

Το άρθρο 24 της ΟΔΚ αφορά τις κυρώσεις για την παράβαση των εθνικών κανόνων μεταφοράς της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο. Σύμφωνα με την παράγραφο 1, τα κράτη μέλη πρέπει να ορίσουν τους κανόνες για τις κυρώσεις που επιβάλλονται σε περίπτωση παράβασης των εθνικών διατάξεων που θεσπίζονται δυνάμει της ΟΔΚ. Καταλείπει στα κράτη μέλη τη δυνατότητα να αποφασίζουν σχετικά με το είδος των διαθέσιμων κυρώσεων και να καθορίζουν τις διαδικασίες επιβολής κυρώσεων, εφόσον είναι αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές.

Οι κανόνες σχετικά με τις κυρώσεις είναι διαφορετικοί και συμπληρωματικοί προς τους προαναφερθέντες κανόνες για τα ατομικά συμβατικά έννομα μέσα για τους μεμονωμένους θιγόμενους καταναλωτές.

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 πρόσθεσε στο άρθρο 24 πρόσθετες απαιτήσεις. Πρώτον, παρέχει μη εξαντλητικό ενδεικτικό κατάλογο κριτηρίων για την επιβολή των κυρώσεων (παράγραφος 2). Δεύτερον, ορίζει ειδικότερους κανόνες (παράγραφοι 3 και 4) σχετικά με τα πρόστιμα για μεγάλες διασυνοριακές παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένες δράσεις επιβολής δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2017/2394 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου <sup>(160)</sup> για τη συνεργασία όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών (στο εξής: κανονισμός ΣΠΚ).

Η αιτιολογική σκέψη 15 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 ενθαρρύνει τα κράτη μέλη «να εξετάζουν τις δυνατότητες ενίσχυσης της προστασίας του γενικού συμφέροντος των καταναλωτών, καθώς και άλλων προστατευόμενων δημόσιων συμφερόντων» κατά την απόδοση των εσόδων από την επιβολή προστίμων.

Η παράγραφος 5 απαιτεί από τα κράτη μέλη να κοινοποιούν στην Επιτροπή τους εθνικούς κανόνες για τις κυρώσεις και κάθε επακόλουθη τροποποίηση, δηλαδή μέσω ειδικής κοινοποίησης στην οποία θα εξηγούνται επακριβώς οι σχετικές εθνικές διατάξεις και όχι απλώς στο πλαίσιο της γενικής κοινοποίησης των μέτρων μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο.

#### 11.3.1. Κριτήρια για την επιβολή κυρώσεων

Στο άρθρο 24 παράγραφος 2 παρατίθεται κατάλογος έξι μη εξαντλητικών και ενδεικτικών κριτηρίων τα οποία θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη οι αρμόδιες αρχές και τα δικαστήρια των κρατών μελών κατά την επιβολή των κυρώσεων. Τα κριτήρια αυτά εφαρμόζονται «κατά περίπτωση» σε όλες τις παραβάσεις, τόσο σε εγχώριο επίπεδο όσο και σε διασυνοριακές καταστάσεις.

##### Άρθρο 24

2. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι για την επιβολή κυρώσεων λαμβάνονται υπόψη τα ακόλουθα μη εξαντλητικά και ενδεικτικά κριτήρια, κατά περίπτωση:

- α) η φύση, η βαρύτητα, η έκταση και η διάρκεια της παράβασης,
- β) τυχόν ενέργειες του εμπόρου με σκοπό τον μετριασμό ή την επανόρθωση της ζημίας που υπέστησαν οι καταναλωτές,
- γ) τυχόν προηγούμενες παραβάσεις του εμπόρου,
- δ) τα οικονομικά οφέλη που αποκόμισε ή τις ζημιές που απέφυγε ο έμπορος λόγω της παράβασης, εφόσον είναι διαθέσιμα τα σχετικά στοιχεία,
- ε) οι κυρώσεις που επιβλήθηκαν στον έμπορο για την ίδια παράβαση σε άλλα κράτη μέλη σε διασυνοριακές υποθέσεις, όπου οι πληροφορίες σχετικά με τις εν λόγω κυρώσεις είναι διαθέσιμες μέσω του μηχανισμού που θεσπίστηκε με τον κανονισμό (ΕΕ) 2017/2394 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου,
- στ) κάθε άλλο επιβαρυντικό ή ελαφρυντικό στοιχείο που προκύπτει από τις περιστάσεις της υπόθεσης.

Η αιτιολογική σκέψη 7 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 εξηγεί ορισμένα από τα κριτήρια. Η αιτιολογική σκέψη 8 διευκρινίζει ότι «ενδέχεται να μην είναι κατάλληλα όσον αφορά τις αποφάσεις επιβολής κυρώσεων για κάθε παράβαση, ιδίως σχετικά με ήσσονες παραβάσεις». Επιπλέον, «[τ]α κράτη μέλη θα πρέπει επίσης να λάβουν υπόψη και άλλες γενικές αρχές δικαίου που ισχύουν στην επιβολή κυρώσεων, όπως η αρχή *non bis in idem*».

Ο εκ προθέσεως χαρακτήρας της παράβασης έχει σημασία για την εφαρμογή των κριτηρίων που καθορίζονται στα στοιχεία α) και στ). Ωστόσο, η πρόθεση **δεν** αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την επιβολή κυρώσεων σε περίπτωση παράβασης.

Το κριτήριο που τίθεται στο στοιχείο γ) καλύπτει τις ίδιες ή διαφορετικές προηγούμενες παραβάσεις του οικείου εμπόρου όσον αφορά την ΟΔΚ.

<sup>(160)</sup> Κανονισμός (ΕΕ) 2017/2394 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2017, σχετικά με τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών που είναι αρμόδιες για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών και με την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 (ΕΕ L 345 της 27.12.2017, σ. 1).

Το κριτήριο που αναφέρεται στο στοιχείο ε) αφορά περιπτώσεις στις οποίες η ίδια παράβαση έχει διαπραχθεί σε διάφορα κράτη μέλη. Εφαρμόζεται μόνο όταν οι πληροφορίες σχετικά με τις κυρώσεις που επιβλήθηκαν από άλλα κράτη μέλη για την ίδια παράβαση είναι διαθέσιμες μέσω του μηχανισμού συνεργασίας που θεσπίστηκε βάσει του κανονισμού ΣΠΚ.

Ανάλογα με τις περιστάσεις της υπόθεσης, η κύρωση ή οι κυρώσεις που επιβλήθηκαν στον ίδιο έμπορο σε άλλο ή άλλα κράτη μέλη για την ίδια παράβαση θα μπορούσαν να υποδηλώνουν μεγαλύτερη έκταση και βαρύτητα σύμφωνα με το στοιχείο α) και/ή να χαρακτηριστούν ως «προηγούμενη παράβαση» βάσει του στοιχείου γ). Ως εκ τούτου, οι κυρώσεις που επιβλήθηκαν για την ίδια παράβαση σε άλλα κράτη μέλη θα μπορούσαν να αποτελέσουν επιβαρυντικό παράγοντα. Η επιβολή κυρώσεων σε άλλα κράτη μέλη για την ίδια παράβαση θα μπορούσε επίσης να εξεταστεί σε συνδυασμό με άλλες «επιβαρυντικές» περιστάσεις που καλύπτονται από τα άλλα κριτήρια που αναφέρονται στο στοιχείο στ), το οποίο αναφέρεται γενικά σε «κάθε άλλ[η]» επιβαρυντική ή ελαφρυντική περίπτωση. Ωστόσο, κύρωση που επιβλήθηκε από άλλο κράτος μέλος στον ίδιο έμπορο για την ίδια παράβαση μπορεί να είναι επίσης σημαντική για την εφαρμογή της αρχής non bis in idem σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο και το άρθρο 10 παράγραφος 2 του κανονισμού ΣΠΚ <sup>(161)</sup>.

### 11.3.2. Κυρώσεις στο πλαίσιο συντονισμένων δράσεων επιβολής βάσει του κανονισμού ΣΠΚ

Το άρθρο 24 παράγραφοι 3 και 4 προβλέπει πρόσθετους, πιο περιοριστικούς κανόνες (σε σύγκριση με τον γενικό κανόνα της παραγράφου 1) σχετικά με τις κυρώσεις που πρέπει να είναι διαθέσιμες βάσει της εθνικής νομοθεσίας για **παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένες δράσεις βάσει του κανονισμού ΣΠΚ**.

Το άρθρο 21 του κανονισμού ΣΠΚ απαιτεί από τις αρμόδιες αρχές των κρατών μελών τις οποίες αφορά η συντονισμένη δράση να **λαμβάνουν κάθε μέτρο εκτέλεσης, συμπεριλαμβανομένης της επιβολής κυρώσεων, κατά τρόπο αποτελεσματικό, αποδοτικό και συντονισμένο, σε βάρος του εμπόρου που ευθύνεται για την εκτεταμένη παράβαση ή την εκτεταμένη παράβαση με ενωσιακή διάσταση**. Οι «εκτεταμένες παραβάσεις» και οι «εκτεταμένες παραβάσεις με ενωσιακή διάσταση» είναι διασυνοριακές παραβάσεις που ορίζονται στο άρθρο 3 σημεία 3 και 4 του κανονισμού ΣΠΚ <sup>(162)</sup>.

Για αυτήν την κατηγορία παραβάσεων, το άρθρο 24 παράγραφος 3 απαιτεί από τα κράτη μέλη να προβλέπουν **τη δυνατότητα επιβολής προστίμων, το μέγιστο ύψος των οποίων να είναι τουλάχιστον ίσο με το 4 % του ετήσιου κύκλου εργασιών του εμπόρου**. Ως εκ τούτου, τα κράτη μέλη μπορούν να καθορίζουν το κατώτατο όριο του μέγιστου προστίμου σε ποσοστό που υπερβαίνει το 4 % του ετήσιου κύκλου εργασιών του εμπόρου. Μπορούν επίσης να επιλέξουν να επιβάλουν το πρόστιμο βάσει μεγαλύτερου κύκλου εργασιών αναφοράς, όπως ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών του εμπόρου. Ομοίως, μπορούν να επεκτείνουν τις κυρώσεις που είναι διαθέσιμες στην περίπτωση συντονισμένων δράσεων στο πλαίσιο του κανονισμού ΣΠΚ σε άλλα είδη παραβάσεων, όπως οι εγχώριες.

Όταν δεν υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με τον ετήσιο κύκλο εργασιών του εμπόρου, για παράδειγμα, στην περίπτωση νεοσύστατων εταιρειών, το άρθρο 24 παράγραφος 4 απαιτεί από τα κράτη μέλη να προβλέπουν τη δυνατότητα επιβολής **μέγιστου προστίμου τουλάχιστον άνω των 2 εκατομμυρίων EUR**. Και σε αυτήν την περίπτωση, τα κράτη μέλη μπορούν να καθορίζουν το κατώτατο όριο του μέγιστου προστίμου επίσης σε ποσό που υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια EUR.

Η εναρμόνιση των εθνικών κανόνων για τα πρόστιμα έχει ως στόχο να διασφαλίσει ότι είναι δυνατή η λήψη μέτρων εκτέλεσης και ότι τα μέτρα αυτά είναι συνεκτικά σε όλα τα κράτη μέλη που συμμετέχουν σε μια συντονισμένη δράση βάσει του κανονισμού ΣΠΚ.

<sup>(161)</sup> Άρθρο 10 σημείο 2 του κανονισμού ΣΠΚ: «Η εφαρμογή και η άσκηση των εξουσιών που αναφέρονται στο άρθρο 9 δυνάμει του παρόντος κανονισμού έχει αναλογικό χαρακτήρα και συμμορφώνεται με το ενωσιακό και το εθνικό δίκαιο, συμπεριλαμβανομένων των εφαρμοστέων διαδικαστικών εγγυήσεων και των αρχών του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα μέτρα έρευνας και τα μέτρα επιβολής που λαμβάνονται κατ'εφαρμογή του παρόντος κανονισμού πρέπει να είναι ενδεδειγμένα για τη φύση και τη συνολική πραγματική ή δυνητική βλάβη από την παράβαση της ενωσιακής νομοθεσίας για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών.»

<sup>(162)</sup> Άρθρο 3 σημείο 3 του κανονισμού ΣΠΚ: «“εκτεταμένη παράβαση”: α) κάθε πράξη ή παράλειψη που είναι αντίθετη προς την ενωσιακή νομοθεσία για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών, η οποία έβλαψε, βλάπτει ή ενδέχεται να βλάψει τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών που κατοικούν σε δύο τουλάχιστον κράτη μέλη εκτός από το κράτος μέλος: ι) από το οποίο προήλθε ή στο οποίο πραγματοποιήθηκε η πράξη ή η παράλειψη· ii) στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο έμπορος που είναι υπεύθυνος για την πράξη ή την παράλειψη· ή iii) στο οποίο μπορούν να βρεθούν αποδείξεις ή περιουσιακά στοιχεία του εμπόρου που συνδέονται με την πράξη ή την παράλειψη· ή β) οποιοδήποτε πράξεις ή παραλείψεις που είναι αντίθετες προς την ενωσιακή νομοθεσία για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών, οι οποίες έχουν βλάβει, βλάπτουν ή ενδέχεται να βλάψουν τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών και έχουν κοινά χαρακτηριστικά, περιλαμβανομένων της ίδιας παράνομης πρακτικής, της προσβολής του ίδιου συμφέροντος, διαπράττονται δε ταυτόχρονα από τον ίδιο έμπορο, σε τρία τουλάχιστον κράτη μέλη».

Άρθρο 3 σημείο 4 του κανονισμού ΣΠΚ: «“εκτεταμένη παράβαση με ενωσιακή διάσταση”: εκτεταμένη παράβαση που έβλαψε, βλάπτει ή ενδέχεται να βλάψει τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών τουλάχιστον στα δύο τρίτα των κρατών μελών, τα οποία συνολικά αντιπροσωπεύουν τουλάχιστον τα δύο τρίτα του πληθυσμού της Ένωσης».



Η επιβολή προστίμων σύμφωνα με το άρθρο 24 παράγραφοι 3 και 4 υπόκειται στα κοινά κριτήρια που ορίζονται στο άρθρο 24 παράγραφος 2, συμπεριλαμβανομένων ιδίως «της φύσης, της βαρύτητας και της διάρκειας ή των διαχρονικών αποτελεσμάτων της παράβασης». **Το πραγματικό πρόστιμο που επιβάλλεται από την αρμόδια αρχή ή δικαστήριο σε μια συγκεκριμένη περίπτωση μπορεί να είναι χαμηλότερο** από τα μέγιστα ποσά που περιγράφονται ανωτέρω, ανάλογα με τη φύση, τη βαρύτητα και άλλα σχετικά χαρακτηριστικά της παράβασης.

Με την επιφύλαξη των υποχρεώσεων συντονισμού βάσει του κανονισμού ΣΠΚ, η αρμόδια αρχή ή το δικαστήριο μπορεί να αποφασίσει την επιβολή περιοδικών προστίμων (όπως ημερήσια πρόστιμα) έως ότου ο έμπορος παύσει την παράβαση. Θα μπορούσε επίσης να αποφασίσει να επιβάλει το πρόστιμο υπό όρους εάν ο έμπορος δεν παύσει την παράβαση εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας παρά τη σχετική διαταγή.

Ο **σχετικός κύκλος εργασιών** που πρέπει να ληφθεί υπόψη για τον υπολογισμό του προστίμου είναι ο κύκλος εργασιών που πραγματοποιήθηκε στο κράτος μέλος που επιβάλλει το πρόστιμο. Ωστόσο, το άρθρο 24 παράγραφος 3 καθιστά επίσης δυνατό τον καθορισμό του προστίμου βάσει του κύκλου εργασιών που πραγματοποιήθηκε **σε όλα τα κράτη μέλη τα οποία αφορά η συντονισμένη δράση**, εάν ο συντονισμός στο πλαίσιο του κανονισμού ΣΠΚ έχει ως αποτέλεσμα την επιβολή προστίμου σε ένα μόνο κράτος μέλος για λογαριασμό των συμμετεχόντων κρατών μελών.

Η αιτιολογική σκέψη 10 της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 διευκρινίζει ότι «[σ]ε ορισμένες περιπτώσεις, ο έμπορος μπορεί επίσης να είναι όμιλος εταιρειών». Ως εκ τούτου, όταν ο **έμπορος που ευθύνεται για την παράβαση είναι όμιλος εταιρειών**, για τον υπολογισμό του προστίμου λαμβάνεται υπόψη ο συνδυασμένος κύκλος εργασιών του ομίλου στα οικεία κράτη μέλη.

Η οδηγία δεν ορίζει το έτος αναφοράς για τον ορισμό του ετήσιου κύκλου εργασιών. Ως εκ τούτου, για τον καθορισμό του προστίμου, οι εθνικές αρχές μπορούν να χρησιμοποιούν, για παράδειγμα, τα **τελευταία διαθέσιμα στοιχεία ετήσιου κύκλου εργασιών** κατά τον χρόνο λήψης της απόφασης σχετικά με την κύρωση (δηλαδή του προηγούμενου οικονομικού έτους).

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

**Κατάλογος δικαστικών υποθέσεων που αναφέρονται στην παρούσα ανακοίνωση  
(διατάχθηκε κατά το έτος έκδοσης της απόφασης)**

Αριθμός υπόθεσης και ονόματα διαδίκων	Θέμα/-τα	Τμήμα/-τα της ανακοίνωσης
1999		
C-423/97 — Travel-Vac	Οδηγία 85/577/ΕΟΚ — Πεδίο εφαρμογής — Συμβάσεις χρονομεριστικής χρήσεως — Δικαίωμα υπαναχωρήσεως	2.1. Συμβάσεις που συνάπτονται εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου
2005		
C-20/03 — Burmanjer	Πώληση από πλανόδιο πωλητή — Εγγραφή συνδρομητών σε περιοδικά — Προηγούμενη άδεια	1.4. Συμβάσεις μεικτού σκοπού
2009		
C-489/07 — Messner	Οδηγία 97/7/ΕΚ — Προστασία των καταναλωτών — Συμβάσεις εξ αποστάσεως — Άσκηση δικαιώματος υπαναχωρήσεως εκ μέρους του καταναλωτή — Καταβολή αποζημιώσεως στον πωλητή	5.5.4. Ευθύνη του καταναλωτή για κακή διαχείριση των αγαθών
2012		
C-49/11 — Content Services	Οδηγία 97/7/ΕΚ — Προστασία των καταναλωτών — Εξ αποστάσεως συμβάσεις — Ενημέρωση των καταναλωτών — Πληροφορίες που έχουν δοθεί ή ληφθεί — Μόνιμο υπόθεμα — Έννοια — Υπερσύνδεσμος στον δικτυακό τόπο του προμηθευτή — Δικαίωμα υπαναχωρήσεως	4.4. Επιβεβαίωση της σύμβασης
2016		
C-149/15 — Wathélet	Οδηγία 1999/44/ΕΚ — Πώληση καταναλωτικών αγαθών και σχετικές εγγυήσεις — Πεδίο εφαρμογής — Έννοια του «πωλητή» — Ενδιάμεσος — Εξαιρετικές περιστάσεις	3.2.2. Στοιχεία ταυτότητας και επικοινωνίας του εμπόρου
2017		
C-375/15 — BAWAG	Οδηγία 2007/64/ΕΚ — Υπηρεσίες πληρωμών στην εσωτερική αγορά — Συμβάσεις-πλαίσια — Προηγούμενη γενική ενημέρωση — Υποχρέωση παροχής των σχετικών πληροφοριών σε έντυπο ή σε άλλο μέσο ανθεκτικό στον χρόνο — Διαβίβαση των πληροφοριών μέσω θυρίδας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ενσωματωμένης σε ιστότοπο ηλεκτρονικής τραπεζικής	4.4. Επιβεβαίωση της σύμβασης
C-586/15 — Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 21 — Τηλεφωνική επικοινωνία — Χρησιμοποίηση τηλεφωνικής γραμμής από έμπορο προκειμένου να έχει ο καταναλωτής δυνατότητα επικοινωνίας μαζί του σχετικά με συναπτόμενες συμβάσεις — Απαγόρευση εφαρμογής χρέωσης υψηλότερης από τη βασική τιμή χρέωσης — Έννοια του όρου «βασική τιμή χρέωσης»	9. Τηλεφωνική επικοινωνία
2018		
C-105/17 — Kamenova	Οδηγία 2005/29/ΕΚ — Άρθρο 2, στοιχεία β' και δ' — Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 2, σημείο 2 — Έννοιες του «εμπορευομένου/εμπόρου» και των «εμπορικών πρακτικών»	1.1. Οι ορισμοί του «εμπορευομένου/εμπόρου» και του «καταναλωτή»  3.4.2. Ιδιότητα του αντισυμβαλλόμενου μέρους

C-332/17 — Starman	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 21 — Συμβάσεις που συνάπτονται με τους καταναλωτές — Τηλεφωνικές συνδιαλέξεις — Πρακτική ενός παρόχου υπηρεσιών τηλεπικοινωνίας στο πλαίσιο της οποίας ο εν λόγω πάροχος προσφέρει στους πελάτες που έχουν ήδη συνάψει σύμβαση ένα συντομευμένο αριθμό εξυπηρέτησης πελατών για τον οποίον ισχύει υψηλότερη τιμή χρέωσης από τη βασική	9. Τηλεφωνική επικοινωνία
C-485/17 — Verbraucherzentrale Berlin	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 2, σημείο 9 — Έννοια του «εμπορικού καταστήματος» — Κριτήρια — Σύμβαση πώλησης συναφείσα στο εκθεσιακό περίπτερο που διατηρεί έμπορος σε εμπορική έκθεση	2.1. Συμβάσεις που συνάπτονται εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου
2019		
C-430/17 — Walbusch Walter Busch	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Εξ αποστάσεως συναπτόμενες συμβάσεις — Άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο η' — Υποχρέωση ενημέρωσης για το δικαίωμα υπαναχώρησης — Άρθρο 8, παράγραφος 4 — Σύμβαση που συνάπτεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών — Έννοια του «περιορισμένου χώρου ή χρόνου για την απεικόνιση των πληροφοριών» — Ένθετο σε περιοδικό — Ταχυδρομική κάρτα παραγγελίας περιέχουσα υπερκειμενικό σύνδεσμο ο οποίος παραπέμπει στις πληροφορίες για το δικαίωμα υπαναχώρησης	4.2.2. Απαιτήσεις για τον διακόπτη επιβεβαίωσης της παραγγελίας 5.2. Πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης
C-649/17 — Amazon EU	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο γ' — Υποχρεώσεις πληροφόρησης στο πλαίσιο συμβάσεων εξ αποστάσεως και συμβάσεων που συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος — Υποχρέωση του εμπόρου να γνωστοποιεί, «εάν υπάρχει», αριθμό τηλεφώνου και αριθμό τηλεομοιοτυπίας — Περιεχόμενο	3.1.2. Σαφήνεια των πληροφοριών και σύνδεσμος με την ΟΑΕΠ 3.2.2. Στοιχεία ταυτότητας και επικοινωνίας του εμπόρου 5.2. Πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης
C-681/17 — slewo	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο ια', και άρθρο 16, στοιχείο ε' — Σύμβαση εξ αποστάσεως — Δικαίωμα υπαναχώρησης — Εξαιρέσεις — Έννοια της φράσεως «σφραγισμέν[α] αγαθ[ά] τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση» — Στρώματα των οποίων το προστατευτικό περιτύλιγμα αφαιρέθηκε από τον καταναλωτή μετά την παράδοση	5.4.4. Ευθύνη του καταναλωτή για κακή διαχείριση των αγαθών
C-465/19 — B & L Elektrogeräte	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 2, σημείο 8, στοιχείο γ', και σημείο 9 — Σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος — Έννοια του «εμπορικού καταστήματος» — Σύμβαση συναφείσα στο περίπτερο εμπορικής εκθέσεως αμέσως μετά την εκ μέρους του εμπόρου προσέγγιση του καταναλωτή ο οποίος βρίσκεται σε κοινόχρηστο χώρο της εκθέσεως	2.2. Συμβάσεις που συνάπτονται έπειτα από προσέγγιση του καταναλωτή εκτός εμπορικού καταστήματος
C-673/17 — Planet49	Οδηγία 95/46/ΕΚ — Οδηγία 2002/58/ΕΚ — Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 — Επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών — Cookies — Έννοια της συγκατάθεσης του υποκειμένου των δεδομένων — Δήλωση συγκατάθεσης μέσω προσυμπληρωμένου τετραγωνιδίου	5.6.1. Συγκατάθεση του καταναλωτή στην άμεση εκτέλεση

2020		
C-583/18 — DB Vertrieb GmbH	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Πεδίο εφαρμογής — Σύμβαση παροχής υπηρεσιών — Άρθρο 2, σημείο 6 — Σύμβαση για υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών — Άρθρο 3, παράγραφος 3, στοιχείο ια' — Κάρτες που παρέχουν το δικαίωμα εκπτώσεως επί του τιμήματος κατά τη μελλοντική σύναψη συμβάσεων μεταφοράς επιβατών — Διαδικτυακή πώληση τέτοιων καρτών χωρίς ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης	1.7.5. Μεταφορά επιβατών
C-208/19 — NK (σχέδιο μονοκατοικίας)	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Πεδίο εφαρμογής — Άρθρο 3, παράγραφος 3, στοιχείο στ' — Έννοια των «συμβάσεων για την κατασκευή νέων κτηρίων» — Άρθρο 16, στοιχείο γ' — Έννοια των «αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων» — Σύμβαση μεταξύ αρχιτέκτονα και καταναλωτή για την εκπόνηση σχεδίου νέας μονοκατοικίας	1.7.1. Συμβάσεις μίσθωσης και κατασκευής 5.11.2. Αγαθά που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή είναι σαφώς εξατομικευμένα
C-266/19 — EIS	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχεία γ' και η', και παράγραφος 4 — Παράρτημα I, τμήμα Α — Δικαίωμα υπαναχώρησης — Πληροφορίες που πρέπει να παρέχει ο έμπορος σχετικά με τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τη διαδικασία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης — Υποχρέωση του εμπόρου να γνωστοποιεί τον αριθμό τηλεφώνου του «εάν υπάρχει» — Περιεχόμενο	5.2. Πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης
C-329/19 — Condominio di Milano, via MEDA	Οδηγία 93/13/ΕΟΚ — Καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές — Άρθρο 1, παράγραφος 1 — Άρθρο 2, στοιχείο β' — Έννοια του όρου «καταναλωτής» — Ένωση συνιδιοκτητών επί οροφокτησίας	1.1. Οι ορισμοί του «εμπορευμένου/εμπόρου» και του «καταναλωτή»
C-380/19 — Deutsche Apotheker	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Εναλλακτική επίλυση διαφορών — Άρθρο 13, παράγραφοι 1 και 2 — Υποχρεωτικές πληροφορίες — Δυνατότητα πρόσβασης στις πληροφορίες	3.3.4. Εξωδικαστικοί μηχανισμοί επανόρθωσης
C-529/19 — Möbel Kraft	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 16, στοιχείο γ' — Δικαίωμα υπαναχώρησης — Εξαιρέσεις — Αγαθά κατασκευαζόμενα σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένα — Αγαθά των οποίων η παραγωγή έχει αρχίσει από τον έμπορο	5.11.2. Αγαθά που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή είναι σαφώς εξατομικευμένα
C-641/19 — PE Digital	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 2, σημείο 11, άρθρο 14, παράγραφος 3, και άρθρο 16, στοιχείο ιγ' — Εξ αποστάσεως σύμβαση — Παροχή ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών — Δικαίωμα υπαναχώρησης — Υποχρεώσεις του καταναλωτή σε περίπτωση υπαναχώρησης — Προσδιορισμός του καταβλητέου από τον καταναλωτή ποσού για τις παροχές οι οποίες πραγματοποιήθηκαν πριν από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης — Εξαιρέση από το δικαίωμα υπαναχώρησης σε περίπτωση παροχής ψηφιακού περιεχομένου	1.5. Διάκριση μεταξύ ψηφιακών υπηρεσιών και επιγραμμικού ψηφιακού περιεχομένου 5.6.2. Υποχρέωση αποζημίωσης του καταναλωτή
2021		
C-922/19 — Stichting Waternet	Οδηγία 97/7/ΕΚ — Άρθρο 9 — Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 27 — Οδηγία 2005/29/ΕΚ — Άρθρο 5, παράγραφος 5 — Παράρτημα I, σημείο 29 — Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές — Έννοια της «παροχής μη παροχή μη παραγελθέντων» — Παροχή πόσιμου νερού	1.2. Η έννοια της «σύμβασης»

C-536/20 — Tiketa	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 2, σημείο 2 — έννοια του εμπόρου — Άρθρο 8, παράγραφος 1 — Υποχρέωση ενημέρωσης	3.1.2. Σαφήνεια των πληροφοριών και σύνδεσμος με την ΟΑΕΠ 3.2.2. Στοιχεία ταυτότητας και επικοινωνίας του εμπόρου
C-96/21 — CTS Eventim	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 16, παράγραφος 1 — Δικαίωμα υπαναχώρησης από πολιτιστική εκδήλωση — Επιγραμμικός ενδιάμεσος φορέας	5.11.6. Συμβάσεις με συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης
C-179/21 — Victorinox	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 6, παράγραφος 1, στοιχείο ιγ) — πληροφορίες σχετικά με την εμπορική εγγύηση	3.2.6. Εγγυήσεις και εξυπηρέτηση μετά την πώληση
C-249/21 — Fuhrmann-2	Οδηγία 2011/83/ΕΕ — Άρθρο 8 παράγραφος 2 δεύτερο εδάφιο — «σήμανση» του διακόπτη επιβεβαίωσης της παραγγελίας ή παρόμοιας λειτουργίας	4.2.1. Πληροφορίες που πρέπει να υποβάλλονται απευθείας πριν από την υποβολή της παραγγελίας