



Σιούφας και Συνεργάτες
Δικηγορική Εταιρεία

Ν. 4933/2022: ΟΙ ΝΕΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Ν. 4933/2022: ΟΙ ΝΕΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Την 20η/05/2022 δημοσιεύτηκε ο **ν. 4933/2022 (εφεξής «νέος Νόμος»)**, με τον οποίο πραγματοποιείται η προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς την **Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2019** για την τροποποίηση της Οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και των Οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών (γνωστή ως «Omnibus Directive»).

Αντικείμενό του είναι η ενσωμάτωση στο εθνικό δίκαιο για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών, των βελτιώσεων που επήλθαν στους αντίστοιχους ενωσιακούς κανόνες δικαίου μέσα από την αναθεώρηση των ανωτέρω Οδηγιών, για την





αντιμετώπιση ζητημάτων που ανέκυψαν από την εφαρμογή του προγράμματος βελτίωσης της καταλληλότητας και της αποδοτικότητας του κανονιστικού πλαισίου (REFIT) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Οι βασικές ρυθμίσεις που εισάγει ο νέος Νόμος συνοψίζονται στις ακόλουθες:

✓ Σε περίπτωση μείωσης της τιμής ενός προϊόντος, **ο έμπορος είναι υποχρεωμένος να ενημερώνει τον καταναλωτή για την προηγούμενη τιμή.** Ως προηγούμενη τιμή νοείται η χαμηλότερη τιμή στις τελευταίες τριάντα (30) ημέρες. Επίσης, **αυστηροποιούνται τα πρόστιμα** σε περίπτωση που υφίστανται ανακρίβειες ή παραπλάνηση κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, προσφορών ή σε οποιαδήποτε ανακοίνωση περί μείωσης τιμών, καθώς και στην περίπτωση που παραβιάζονται οι διατάξεις για τη λειτουργία των καταστημάτων τις Κυριακές. **Με αυτόν τον τρόπο, διασφαλίζεται η προστασία των καταναλωτών από παραπλανητικούς ισχυρισμούς του έμπορου στην περίπτωση ανακοίνωσης περί μείωσης των τιμών.**

✓ Στο **άρθρο 9α του ν. 2251/1994** (διαφήμιση και αθέμιτες εμπορικές πρακτικές) διευρύνεται ο ορισμός του προϊόντος και περιλαμβάνει πλέον την **έννοια της ψηφιακής υπηρεσίας και του ψηφιακού περιεχομένου.** Επίσης, προστίθενται οι ορισμοί δύο ακόμη εννοιών, εκείνων της **κατάταξης και της επιγραμμικής (online) αγοράς.** Η **έννοια της κατάταξης** αφορά στη σχετική προβολή των προϊόντων ή υπηρεσιών από έναν προμηθευτή, ανεξάρτητα από τα τεχνικά μέσα που χρησιμοποιούνται. Η **επιγραμμική αγορά** είναι ένας ψηφιακός τόπος αγορών που επιτρέπει στους καταναλωτές τη σύναψη συμβάσεων από απόσταση με άλλους εμπόρους ή καταναλωτές μέσω λογισμικού, το οποίο διαχειρίζεται ο ίδιος ο προμηθευτής ή άλλος εξ ονόματός του. **Με την εισαγωγή των ως άνω ορισμών ενισχύεται η διαφάνεια στις επιγραμμικές αγορές, ώστε να είναι δυνατή η ενημέρωση των καταναλωτών για τον τρόπο με τον οποίο καθορίζεται η κατάταξη των προσφορών που παρουσιάζονται σε μια επιγραμμική αγορά, ή η ταυτότητα του αντισυμβαλλόμενου με τον οποίο συνάπτουν σύμβαση.**

✓ Προστίθεται **νέα περίπτωση παραπλανητικής εμπορικής πρακτικής** (άρθρο 9δ§2γ ν. 2251/1994), ώστε τέτοια να θεωρείται και η εμπορική προώθηση αγαθού, ως πανομοιότυπου, με αγαθό που αποτελεί αντικείμενο εμπορίας σε άλλα κράτη μέλη, ενώ το



εν λόγω αγαθό έχει σαφώς διαφορετική σύσταση ή χαρακτηριστικά, εκτός εάν αιτιολογείται από θεμιτούς και αντικειμενικούς παράγοντες.¹

✓ Επιπλέον, στην περίπτωση της πρόσκλησης για αγορά, **θεωρούνται ουσιώδεις οι πληροφορίες για τα προϊόντα που προσφέρονται σε επιγραμμικές αγορές, κατά πόσον ο τρίτος που προσφέρει τα προϊόντα είναι προμηθευτής ή όχι, βάσει της δήλωσης του εν λόγω τρίτου στον πάροχο της επιγραμμικής αγοράς (αν δεν είναι ήδη προφανείς).** Στο πλαίσιο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό να γνωρίζει ο καταναλωτής, αν ο τρίτος είναι προμηθευτής, με δεδομένο ότι οι διατάξεις για την προστασία του καταναλωτή και τα σχετικά δικαιώματα που διαθέτει ο τελευταίος, κατά το ενωσιακό δίκαιο, προϋποθέτουν ότι ο αντισυμβαλλόμενος έχει την ιδιότητα του προμηθευτή (business to consumer – B2C) και όχι την ιδιότητα του καταναλωτή (consumer to consumer – C2C).²

✓ Επί αθέμιτων, ήτοι παραπλανητικών και επιθετικών εμπορικών πρακτικών, παρέχεται επιπλέον το δικαίωμα στον καταναλωτή να ζητήσει μείωση της τιμής ή να καταγγείλει τη σύμβαση.

✓ Προστίθεται νέο άρθρο 3βα στον ν. 2251/1994, το οποίο προβλέπει πρόσθετες ειδικές υποχρεώσεις ενημέρωσης για τον προμηθευτή για συμβάσεις που συνάπτονται σε επιγραμμικές αγορές.

✓ Η περίοδος υπαναχώρησης των δεκατεσσάρων (14) ημερολογιακών ημερών **παρεκτείνεται σε τριάντα (30) ημέρες** για τις συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων από τον προμηθευτή στην οικία καταναλωτή ή εκδρομών που διοργανώνει προμηθευτής με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές.

¹ Η αιτιολογική σκέψη 53 της οδηγίας «Omnibus» προσδιορίζει, ως ενδεχόμενους θεμιτούς και αντικειμενικούς παράγοντες, τις προβλέψεις του εθνικού δικαίου, τη διαθεσιμότητα ή την εποχικότητα των πρώτων υλών ή τις προαιρετικές στρατηγικές που αποσκοπούν στη βελτίωση της πρόσβασης σε υγιή και θρεπτικά τρόφιμα, καθώς και το δικαίωμα του εμπόρου να προσφέρει αγαθά της ίδιας εμπορικής επωνυμίας σε συσκευασίες διαφορετικού βάρους ή όγκου σε διαφορετικές γεωγραφικές αγορές.

² Ομοίως, με το νέο άρθρο 3βα του ν. 2251/1994, όπως προστίθεται με το άρθρο 14 του νέου Νόμου, εισάγονται ειδικές υποχρεώσεις για τις συμβάσεις που συνάπτονται σε επιγραμμικές αγορές, προβλέπεται η υποχρέωση του παρόχου επιγραμμικής αγοράς να ενημερώνει, μεταξύ άλλων, τον καταναλωτή, τόσο αναφορικά με το αν ο τρίτος που προσφέρει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες έχει την ιδιότητα του προμηθευτή, όσο και αναφορικά με το γεγονός ότι ο καταναλωτής δεν θα έχει τα δικαιώματα που προβλέπονται στο ενωσιακό δίκαιο για την προστασία του καταναλωτή, σε περίπτωση που ο τρίτος που προσφέρει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες είναι και αυτός καταναλωτής.



✓ **Αναφορικά με τις διοικητικές κυρώσεις, προστίθεται κατάλογος ενδεικτικών κριτηρίων, τα οποία λαμβάνονται υπόψη για την επιβολή των κυρώσεων που αφορούν σε κάθε παράβαση των διατάξεων για τις οποίες επιβάλλεται κύρωση με βάση το άρθρο 13α του ν. 2251/1994.**

✓ **Σχετικά με την ψυχική υγεία των ανήλικων καταναλωτών, παρέχεται η δυνατότητα πρόβλεψης διοικητικών κυρώσεων, καθορισμού των οργάνων διενέργειας των ελέγχων, καθώς και των οργάνων επιβολής των κυρώσεων, σε περίπτωση παράβασης του Κώδικα Δεοντολογίας για τις επιχειρήσεις που διαθέτουν δωρεάν ή έναντι αμοιβής τη χρήση ηλεκτρονικών παιχνιδιών και λοιπών ψηφιακών εφαρμογών στους καταναλωτές σε χώρους όπου έχουν πρόσβαση και ανήλικοι.**

Χριστίνα Ζήση

Δικηγόρος

Δ.Μ.Σ. Γενικού Αστικού Δικαίου Ε.Κ.Π.Α.

