

Η προστασία του καταναλωτή στην εξ αποστάσεως σύμβαση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η μέθοδος παράδοσης «click away».

Της Χριστίνας Ζήση

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) για το πρώτο τρίμηνο του 2020, ένας στους δύο (ποσοστό 47,8%) ηλικίας 16-74 ετών, που έχει οποτεδήποτε χρησιμοποιήσει, έστω και μία φορά, το διαδίκτυο, πραγματοποίησε το ανωτέρω διάστημα, κάποια ηλεκτρονική αγορά ή παραγγελία αγαθών ή υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου, για προσωπική χρήση (αύξηση 15,2% σε σύγκριση με το αντίστοιχο ποσοστό του 2019).¹ Ακολούθησε η εμφάνιση της πανδημίας του Covid-19, οι επιπτώσεις της οποίας δεν μπορούσαν να αφήσουν ανεπηρέαστο το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce). Η προσωρινή διακοπή λειτουργίας των περισσότερων επιχειρήσεων, με σκοπό την αποτροπή εξάπλωσης του κορονοϊού, είχε ως αποτέλεσμα οι καταναλωτές να στραφούν στις ηλεκτρονικές αγορές μέσω του διαδικτύου. Κατόπιν σχετικής έρευνας, που πραγματοποιήθηκε από τον Ελληνικό Σύνδεσμο Ηλεκτρονικού Εμπορίου-GR.EC.A, παρατηρήθηκε αύξηση έως και 171% εβδομαδιαίως, σε σχέση με την ίδια εβδομάδα του 2019, στην καταναλωτική δαπάνη προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα από Έλληνες τον Απρίλιο, δημιουργώντας νέο ρεκόρ μετά τον Μάρτιο που ξεκίνησε η περίοδος της καραντίνας.² Μερικούς μήνες αργότερα, φτάνοντας στον Ιανουάριο του επόμενου έτους και διανύοντας το δεύτερο κύμα της πανδημίας και τη δεύτερη περίοδο υποχρεωτικού εγκλεισμού, οι διαδικτυακές αγορές αποτελούν πλέον μονόδρομο για τον καταναλωτή.

Αναμφισβήτητα, οι αγορές μέσω e-shop αποφέρουν αρκετά οφέλη στον καταναλωτή (χρόνο, χρήμα, σύγκριση τιμών), καθώς και στις ίδιες τις επιχειρήσεις, για τις οποίες διευρύνεται η πελατεία και σε αρκετές περιπτώσεις μειώνεται το διαχειριστικό και λειτουργικό κόστος. Ωστόσο, οι λεγόμενες ηλεκτρονικές συμβάσεις (B2C- Business to Consumers), ως συμβάσεις από απόσταση³, ενέχουν αρκετούς κινδύνους για τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών, ιδίως, εξ αιτίας του «πληροφοριακού και διαπραγματευτικού ελλείμματος» των

¹ <https://www.statistics.gr/el/home>, Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από Νοικοκυριά και Άτομα, 2020

² <http://www.greekecommerce.gr/>

³ Άρθρο 3§1 ν.2251/1994: « σύμβαση από απόσταση: κάθε σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων από απόσταση ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων επικοινωνιών από απόσταση, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο, η τηλεομοιοτυπία ή το διαδίκτυο, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης»

τελευταίων. Επομένως, κρίνεται απαραίτητη η ενημέρωσή τους για τα δικαιώματά τους, όπως αυτά διαμορφώθηκαν τα τελευταία είκοσι χρόνια από την ενωσιακή και εγχώρια νομοθεσία.⁴

Κατ' αρχάς, χρήσιμο θα ήταν να δοθεί, εκ των προτέρων, ο ορισμός του «καταναλωτή», ήτοι του προσώπου που προστατεύεται: «κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν emπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα» (αρ. 1α ν. 2251/1994). Ουσιαστικό, δηλαδή, κριτήριο για τον χαρακτηρισμό ενός συμβαλλομένου ως «καταναλωτή» αποτελεί η κάλυψη ιδίων καταναλωτικών αναγκών και η ερασιτεχνική ιδιότητά του με την οποία συμβάλλεται.

Αναφορικά με την προστασία του, αυτή παρέχεται ήδη κατά το στάδιο προ της σύναψης της ηλεκτρονικής σύμβασης. Πιο συγκεκριμένα, όπως προκύπτει από τα άρθρα 3β και 3δ του ν.2251/1994, καθώς και από τα άρθρα 4 και 9 του π.δ. 131/2003, ο αντισυμβαλλόμενος προμηθευτής ή φορέας παροχής υπηρεσιών έχει την υποχρέωση να ενημερώσει τον καταναλωτή για τα στοιχεία που αφορούν στα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες, την ταυτότητα και τα στοιχεία επικοινωνίας του, την τιμή και άλλες χρεώσεις, το δικαίωμα υπαναχώρησης και τις συνέπειές της, θέματα ψηφιακού περιεχομένου, καθώς και για τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης. Σε περίπτωση μη τήρησης των ως άνω υποχρεώσεων από την πλευρά του προμηθευτή, η σύμβαση που συνήφθη είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή (άρθρο 3β §9 και 3δ§10 ν. 2251/1994).

Περαιτέρω, το ισχυρότερο μέσο προστασίας που παρέχει ο νόμος (άρθρο 3ε-3ιβ ν.2251/1994) στον καταναλωτή είναι το δικαίωμά του να υπαναχωρήσει αναιτιολόγητα και χωρίς καμία επιβάρυνσή του⁵ από την ηλεκτρονική σύμβαση, αλλά και από οποιαδήποτε σύμβαση εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος, εντός δεκατεσσάρων ημερών από την παράδοση του αγαθού ή τη σύναψη της σύμβασης για υπηρεσίες ψηφιακού περιεχομένου. Η παρεχόμενη προθεσμία λειτουργεί ως περίοδος διάσκεψης (cooling off period), ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να εξετάσει τα δεδομένα με ηρεμία και νηφαλιότητα. Πρόκειται για δικαίωμα που εμπεριέχει τη μονομερή και απευθυντέα δήλωση βούλησης του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, η οποία πρέπει να είναι ρητή. Όπως επισημάνθηκε και ανωτέρω, ο προμηθευτής είναι υποχρεωμένος να ενημερώσει τον αντισυμβαλλομένο του για το σημαντικό αυτό δικαίωμα, τον τρόπο και τις συνέπειες άσκησης του. Στην περίπτωση που δεν τον ενημερώσει σχετικά, η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει δώδεκα μήνες μετά το τέλος

⁴ ν. 2251/1994, οδηγία 2000/31/ΕΚ, π.δ. 131/2003, οδηγία 2011/83/Ε.Ε., Ζ1-891/2013, ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/679, ν. 3471/2006, ν. 4624/2019, Νόμος ΓΕΜΗ-Διατάξεις για ηλεκτρονικά καταστήματα, Ευρωπαϊκό Κανονισμό 524/2013 για την ηλεκτρονική επίλυση των καταναλωτικών διαφορών, ΚΥΑ Αριθ.70330οικ./2015 (ΦΕΚ Β' 1421), οι διατάξεις του Α.Κ. για τη σύμβαση πώλησης.

⁵ Ο καταναλωτής επιβαρύνεται μόνο με το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί ο ίδιος με το εν λόγω κόστος ή εάν ο προμηθευτής έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι ο καταναλωτής οφείλει να επιβαρυνθεί με αυτό.

της αρχικής προθεσμία των δεκατεσσάρων ημερών. Ακολούθως, η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης τερματίζει τις υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων μερών να εκτελέσουν την εξ αποστάσεως σύμβαση ή να συνάψουν αυτή, σε περιπτώσεις που υποβλήθηκε προσφορά από τον καταναλωτή.

Σε ό,τι αφορά την προσφάτως προβλεπόμενη, στη με αριθμό Δ1α/ΓΠ.οικ.80189/12.12.2020 (ΦΕΚ Β' 5486) Κοινή Υπουργική Απόφαση, μέθοδο παράδοσης εκτός καταστήματος «click away», δέον να σημειωθεί ότι ισχύουν τα ως άνω αναφερόμενα. Εφόσον, δηλαδή, ο καταναλωτής διενήργησε αγορά μέσω οργανωμένου ηλεκτρονικού καταστήματος και η σύμβαση συνήφθη από απόσταση με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας από απόσταση, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο, η τηλεομοιοτυπία ή το διαδίκτυο, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης, διαθέτει το δικαίωμα αναιτιολόγητης υπαναχώρησης εντός δεκατεσσάρων ημερών από την παραλαβή του προϊόντος, ανεξαρτήτως του τρόπου παραλαβής του (με courier ή αυτοπροσώπως) και χωρίς άλλη επιβάρυνση, εκτός από το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί ο ίδιος με το εν λόγω κόστος ή εάν ο προμηθευτής έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι ο καταναλωτής οφείλει να επιβαρυνθεί με αυτό.

Είναι γεγονός ότι τους τελευταίους μήνες έχουν διαμορφωθεί νέα καταναλωτικά πρότυπα, τα οποία, απ' ό,τι φαίνεται, θα διατηρηθούν, αν όχι στον ίδιο βαθμό, σε αρκετά υψηλά ποσοστά και στο μέλλον. Από πολλούς αναμένεται, αφενός περισσότεροι καταναλωτές να κάνουν τις αγορές τους μέσω διαδικτύου τα επόμενα χρόνια και αφετέρου περισσότερες εταιρείες, ειδικά τοπικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, να πωλούν μέσω ιστότοπων ηλεκτρονικού εμπορίου. Στα πλαίσια αυτά και για την αποφυγή κινδύνων και προβλημάτων, κρίσιμη κρίνεται η συχνότερη και εκτενέστερη, σύμφωνα πάντοτε με το νόμο, ενημέρωση των καταναλωτών για τα δικαιώματά τους, καθώς και η υπενθύμιση στις επιχειρήσεις της υποχρέωσής τους για τήρηση των κανόνων επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς απέναντι στους καταναλωτές.