Αλλαγές στον Νόμο προστασίας καταναλωτή και στους Κανόνες ρύθμισης της αγοράς προς εναρμόνιση με την Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161

Ο Νόμος 4933/2022, ΦΕΚ Α 99/20.05.2022 (εφεξής ο «Νόμος») προς εναρμόνιση με την Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 («*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*») δημοσιεύθηκε την 20η Μαΐου 2022 και εισάγει πληθώρα νέων ρυθμίσεων στο ισχύον πλαίσιο για την Προστασία του Καταναλωτή. Συγκεκριμένα, ο Νόμος τροποποιεί τις ισχύουσες διατάξεις των άρθρων 15 & 21(3) του Ν. 4177/2013 (Κανόνες ρύθμισης της αγοράς προϊόντων & της παροχής υπηρεσιών), καθώς και διατάξεις του ισχύοντος Νόμου 2251/1994 περί Προστασίας του Καταναλωτή (Άρθρα 1, 3, 4, 7, 9, 13), ενισχύοντας τη διαφάνεια στο ευρύτερο πλαίσιο των συμβάσεων που συνάπτονται με τους καταναλωτές.

Οι εν λόγω αλλαγές συνοψίζονται ως εξής:

I. Αυστηροποίηση κυρώσεων για εκπτώσεις, προσφορές & λειτουργία καταστημάτων τις Κυριακές (άρθρο 21 Ν. 4177/2013)

Σύμφωνα με τη νέα ρύθμιση, διπλασιάζεται το ελάχιστο ποσό που επιβάλλεται ως πρόστιμο στους εμπόρους/προμηθευτές που συναλλάσσονται με καταναλωτές σε περιπτώσεις παραβιάσεων του Ν. 4177/2013, ενώ εισάγονται ορισμένες επιβαρυντικές & ελαφρυντικές περιστάσεις οι οποίες θα πρέπει να συνεκτιμώνται πριν από την επιβολή προστίμου.

II. Διευκρίνιση έννοιας προγενέστερης τιμής στις ανακοινώσεις προσφορών/ εκπτώσεων (άρθρο 15 Ν. 4177/2013)

Σε περίπτωση ανακοινώσεων προσφορών ή εκπτώσεων διενεργηθέντων από τον προμηθευτή, ως χαμηλότερη τιμή ορίζεται η χαμηλότερη ανακοινωθείσα τιμή εντός των τελευταίων 30 ημερών. Η παρούσα διάταξη εισάγει, επίσης, την περίπτωση των διαδοχικών/αλλεπάλληλων εκπτώσεων, για την οποία ορίζεται ότι ως «προγενέστερη/αρχική τιμή» θα αναγράφεται η πρώτη τιμή που ίσχυε πριν από τις διαδοχικές μειώσεις.

III. Νέοι Ορισμοί (άρθρο 9α Ν. 2251/1994)

Εισάγεται η έννοια της *επιγραμμικής αγοράς* (marketplace), του *προϊόντος* - στο οποίο περιλαμβάνεται πλέον η ψηφιακή υπηρεσία και το ψηφιακό προϊόν -, καθώς και η έννοια της *κατάταξης* των προϊόντων στην επιγραμμική αγορά.

IV. Παραπλανητικές πρακτικές (άρθρο 9δ Ν. 2251/1994)

Προστίθεται ως παραπλανητική πρακτική η περίπτωση των «*Dual Quality Products*», κατά την οποία το εμπορικό προϊόν προωθείται ως πανομοιότυπο με αγαθό που αποτελεί αντικείμενο εμπορίας σε άλλα Κράτη Μέλη, ενώ

το εν λόγω αγαθό έχει σαφώς διαφορετική σύσταση ή χαρακτηριστικά. Ωστόσο, η εν λόγω προώθηση είναι επιτρεπτή σε περίπτωση που αιτιολογείται από θεμιτούς και αντικειμενικούς παράγοντες.

V. Παραπλανητικές παραλείψεις (άρθρο 9ε Ν. 2251/1994)

Στις ισχύουσες παραπλανητικές παραλείψεις εκ μέρους των εμπόρων/προμηθευτών προστίθενται νέες υποχρεώσεις ενημέρωσης προς τους καταναλωτές, με τις οποίες ενισχύεται το ευρύτερο πλαίσιο διαφάνειας. Συγκεκριμένα, ο προμηθευτής οφείλει πλέον να ενημερώνει τον εκάστοτε καταναλωτή σχετικά με την ταυτότητα του αντισυμβαλλομένου του, δηλαδή για το κατά πόσο ο τελευταίος είναι έμπορος ή καταναλωτής (σχέση B2C ή C2C) οπότε και θα ισχύσουν τα αντίστοιχα δικαιώματα περί προστασίας του καταναλωτή στην περίπτωση που ο αντισυμβαλλόμενός του είναι έμπορος.

Επιπροσθέτως, ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται σχετικά με τις παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη των προϊόντων που παρουσιάζονται στην επιγραμμική αγορά (marketplace), καθώς και για το αν ο εκάστοτε προμηθευτής έχει λάβει μέτρα σχετικά με τον έλεγχο της προέλευσης των αξιολογήσεων που εμφανίζονται στον καταναλωτή. Για παράδειγμα, θα πρέπει ο προμηθευτής να ενημερώνει σχετικά με το αν χρησιμοποιεί ορισμένο μηχανισμό ώστε να ελέγχει αν οι προβαλλόμενες αξιολογήσεις προέρχονται από καταναλωτές οι οποίοι έχουν πράγματι χρησιμοποιήσει το προϊόν ή αναρτώνται επειδή έχουν λάβει τυχόν χορηγία.

VI. Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές (άρθρο 9στ Ν. 2251/1994)

Προστίθεται η χρήση σήματος αξιοπιστίας (trustmark), ποιοτικού σήματος ή αντίστοιχου διακριτικού χωρίς την αντίστοιχη άδεια, καθώς και η παροχή αποτελεσμάτων αναζήτησης μετά την υποβολή ερωτήματος επιγραμμικής αναζήτησης («search») εκ μέρους καταναλωτή, χωρίς να κοινοποιείται σαφώς τυχόν διαφήμιση επί πληρωμή ή καταβολή τιμήματος ειδικά για την επίτευξη υψηλότερης κατάταξης προϊόντων μεταξύ των αποτελεσμάτων αναζήτησης.

Επιπροσθέτως, ως παραπλανητική εμπορική πρακτική ορίζεται πλέον ρητά η υποβολή ή ανάθεση σε άλλο νομικό ή φυσικό πρόσωπο της υποβολής ψευδών αξιολογήσεων ή θετικών κριτικών καταναλωτών ή η διαστρέβλωση των αξιολογήσεων ή των θετικών κριτικών καταναλωτών, με σκοπό την προώθηση προϊόντων.

VII. Συμβάσεις σε επιγραμμικές αγορές, εκτός εμπορικού καταστήματος & από απόσταση (άρθρα 3-3ιβ Ν. 2251/1994)

Στο ισχύον πλαίσιο προστίθενται με τον Νόμο ενισχυμένες υποχρεώσεις ενημέρωσης από τον προμηθευτή προς τους καταναλωτές σε επιγραμμικές αγορές (marketplaces). Οι τελευταίοι πρέπει σύμφωνα με τον Νόμο να ενημερώνονται σχετικά με τα δικαιώματα τους αναλόγως αν υφίσταται σχέση B2C ή C2C, καθώς και σχετικά με τον τρόπο επιμερισμού των υποχρεώσεων που σχετίζονται με τη σύμβαση μεταξύ του τρίτου και του παρόχου της επιγραμμικής αγοράς (marketplace). Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί πως με τις εν λόγω τροποποιητικές διατάξεις παρατείνεται η περίοδος του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή από 14 σε 30 ημέρες για συμβάσεις που έχουν συναφθεί στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων από τον προμηθευτή στην οικία καταναλωτή ή προωθητικών εκδρομών.

VIII. Αυστηροποίηση των κυρώσεων (άρθρο 13α Ν. 2251/1994)

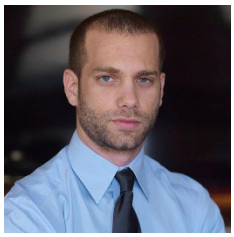
Με τον νέο Νόμο εισάγονται αυστηρότερα πρόστιμα τα οποία επιβάλλονται σε περιπτώσεις παραβιάσεων του Νόμου 2251/1994 περί Προστασίας του Καταναλωτή. Τα εν λόγω πρόστιμα που κυμαίνονταν από 1.500 έως 1.000.000 Ευρώ ορίζονται πλέον σε 5.000 έως 1.500.000 Ευρώ. Επιπλέον, προστίθεται κατάλογος ενδεικτικών κριτηρίων σχετικά με τις επιβαρυντικές και ελαφρυντικές περιστάσεις που

θα πρέπει στο εξής να λαμβάνονται υπόψιν για την επιβολή των προστίμων.

IX. Προστασία ανήλικων καταναλωτών (άρθρο 7α Ν. 2251/1994)

Ο νέος νόμος ρυθμίζει, τέλος, διάφορα θέματα σχετικά με την προστασία των ανήλικων καταναλωτών. Με τη νέα εξουσιοδοτική διάταξη της παραγράφου 4α του άρθρου 7α του Ν. 2251/1994, ρυθμίζεται η έκδοση Κώδικα Δεοντολογίας για τις επιχειρήσεις που διαθέτουν τη χρήση ηλεκτρονικών παιχνιδιών και λοιπών ψηφιακών εφαρμογών σε χώρους όπου έχουν πρόσβαση ανήλικοι, η πιθανή επιβολή κυρώσεων σε περίπτωση παράβασης του εν λόγω Κώδικα Δεοντολογίας, καθώς και ο ορισμός οργάνων διενέργειας ελέγχων και επιβολής κυρώσεων.

Για περισσότερες πληροφορίες



Αντώνης Γιαννακόδημος
Senior Associate

a.giannakodimos@zeya.com

Νεφέλη Αποστολοπούλου
Associate

n.apostolopoulou@zeya.com

Με την επιφύλαξη παντός δικαιώματος. Απαγορεύεται η άνευ πρότερης αδείας αναπαραγωγή και η μετάδοση του παρόντος υπό οποιαδήποτε μορφή και με οποιονδήποτε τρόπο, καθώς και η αποθήκευσή του σε οποιοδήποτε σύστημα το οποίο επιτρέπει την ανάκτησή του. Αιτήματα για την εξουσιοδότηση άλλης χρήσης υλικού που προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, συμπεριλαμβανομένης της άδειας αναπαραγωγής αποσπασμάτων αυτού σε άλλες δημοσιεύσεις, θα απευθύνονται στους εκδότες. Θα γίνεται πλήρης αναφορά στον συγγραφέα, στον εκδότη και στην πηγή.
Κανένα σημείο του παρόντος ενημερωτικού δελτίου δεν θα ερμηνεύεται ως παροχή νομικής συμβουλής. Το ενημερωτικό δελτίο είναι αναγκαστικά γενικής φύσης. Ως εκ τούτου πρέπει να ζητούνται επαγγελματικές συμβουλές προτού γίνει οποιαδήποτε ενέργεια βάσει του παρόντος.

Η Ζέπος και Γιαννόπουλος ιδρύθηκε το 1893 και είναι μια από τις μεγαλύτερες ελληνικές δικηγορικές εταιρείες που παρέχουν ολοκληρωμένες νομικές και φορολογικές υπηρεσίες προς εταιρείες οι οποίες δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.

Λ. Κηφισίας 280, 152 32, Χαλάνδρι, Αθήνα, Ελλάδα
newsletters@zeya.com
Τηλ.: (+30) 210 696.70.00 | Fax: (+30) 210 699.46.40

www.zeya.com
Subscribe
LinkedIn