



CONSUMER**PRO**

BOOSTING PROFESSIONALS  
IN CONSUMER PROTECTION

# Δικαιώματα Καταναλωτή

Θεωρητικό πλαίσιο για τις νομοθεσίες που  
ρυθμίζουν τα δικαιώματα των καταναλωτών

General Consumer Law - Cyprus  
November 2022 - version 1



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
Τι είναι το ConsumerPRO.....	5
1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ .....	6
2. ΒΑΣΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ .....	7
2.1. Απαιτήσεις προσυμβατικής ενημέρωσης.....	7
2.1.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία.....	7
2.1.2 Εθνική νομοθεσία .....	9
2.1.3 Προσυμβατική ενημέρωση, εντός εμπορικού καταστήματος.....	10
2.1.4 Προσυμβατική ενημέρωση εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος.....	11
2.1.5 Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος .....	13
2.1.6 Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως.....	13
2.1.7 Εξαίρεσεις από την προσυμβατική ενημέρωση .....	15
2.1.8 Αποτελέσματα μη εφαρμογής της νομοθεσίας.....	16
3.1 Δικαίωμα υπαναχώρησης.....	16
3.1.1 Το δικαίωμα υπαναχώρησης γενικά.....	16
3.1.2 Πως ασκείται το δικαίωμα υπαναχώρησης.....	17
3.1.3 Υποχρεώσεις προμηθευτή και καταναλωτή .....	17
3.1.4 Εξαίρεσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης.....	18
3.1.5 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών.....	20
3.2 Πώληση καταναλωτικών προϊόντων και εγγυήσεις .....	20
3.2.1 Ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο.....	20
3.2.2 Εγγυήσεις: Συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών ..	22
3.2.3 Εγγυήσεις: Συμβάσεις πώλησης αγαθών .....	27
3.2.4 Νόμιμη εγγύηση στις πωλήσεις αγαθών .....	27
3.2.5 Εμπορική εγγύηση στις πωλήσεις αγαθών.....	30
3.2.6 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών.....	31
3.3 Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.....	31
3.3.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία .....	31
3.3.2 Εθνική νομοθεσία .....	32
3.3.3 Διαφήμιση.....	32
3.3.4 Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές γενικά .....	33
3.3.5 Παραπλανητικές πράξεις .....	34
3.3.6 Παραπλανητικές παραλήψεις.....	34
3.3.7 Επιθετικές εμπορικές πρακτικές .....	36
3.3.8 Ποιες παραπλανητικές πρακτικές απαγορεύονται; .....	36

3.3.9 Ποιες επιθετικές πρακτικές απαγορεύονται; .....	38
3.3.10 Κυρώσεις .....	39
3.3.11 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών .....	40
3.4 Καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων .....	40
3.4.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία .....	40
3.4.2 Εθνική νομοθεσία .....	40
3.4.3 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών.....	41
4. Κυρώσεις για παραβίαση του Ν. 2251/1994 .....	41
5. ΤΙ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ εάν ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΟΥΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑ;.....	42
5.1. Προκλήσεις για τους καταναλωτές.....	42
5.2. Που μπορούν οι καταναλωτές να υποβάλλουν καταγγελία, παράπονο, ή να λάβουν συμβουλές .	42
5.2.1 Ενώσεις Καταναλωτών .....	43
5.2.2 Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτών .....	43
5.2.3 Εναλλακτική Επίλυση Διαφορών (Ε.Ε.Δ.).....	43
5.2.4 Ηλεκτρονική Επίλυση Διαφορών (Η.Ε.Δ.) .....	44
5.2.5 Παράπονα σε δημόσιες αρχές .....	44
5.2.6 Δικαστήρια Μικροδιαφορών .....	45
5.2.7 Προσφυγή στα δικαστήρια .....	45
5.2.8 Συλλογικές αγωγές.....	46
6. ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ .....	47
7. ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ .....	47
7.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία .....	47
7.2 Εθνική νομοθεσία .....	48
7.3 Διάφορα χρήσιμα και ενδιαφέροντα.....	49

Αυτό το υλικό έχει δημιουργηθεί στο πλαίσιο του προγράμματος ConsumerPro, το οποίο είναι μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής υπό το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Καταναλωτών. Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δε συνιστά αποδοχή του περιεχομένου το οποίο εκφράζει τις απόψεις των συντακτών του. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση μπορεί να γίνει στις πληροφορίες που συμπεριλαμβάνονται σε αυτό.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ



### Αγαπητοί,

Το εγχειρίδιο αυτό είναι μέρος των εκπαιδευτικών εργαλείων, για το πρόγραμμα Consumer PRO, μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που στόχο έχει να εξοπλίσει καλύτερα τις Οργανώσεις Καταναλωτών και άλλους φορείς που εμπλέκονται, στην προστασία των καταναλωτών, στην Κύπρο.

Ο σκοπός αυτού του εγχειρίδιου είναι να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες στους αναγνώστες σε σχέση με τις νομοθεσίες που αφορούν τα δικαιώματα των καταναλωτών. Το περιεχόμενο έχει σχεδιαστεί από εμπειρογνώμονες στα δικαιώματα των καταναλωτών της ΒΕUC σε συνεργασία με τον Κυπριακό Σύνδεσμο Καταναλωτών. Δίνει μια εικόνα της Ευρωπαϊκής και Εθνικής νομοθεσίας ως ισχύει. Στοχεύει να μας βοηθήσει:

- Να παρέχουμε επαρκή εκπαίδευση στους συμμετέχοντες.
- Να εντοπίζουμε εύκολα τις πληροφορίες που χρειαζόμαστε.
- Να βοηθήσουμε τους συμμετέχοντες στην κατανόηση του νομικού πλαισίου που διέπει τα δικαιώματα των καταναλωτών ώστε με την σειρά τους να ενημερώνουν καλύτερα τους καταναλωτές, για τα δικαιώματά τους.
- Να ενημερώνουμε τα υπουργεία και τις αρχές της χώρας μας, για τα δικαιώματα των καταναλωτών και τυχόν προβλήματα.

Αυτό το εγχειρίδιο βασίζεται, σε προηγούμενη έκδοση και έχει επικαιροποιηθεί, αφού η Οδηγία 2011/83/EK (για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών) και η Οδηγία 2005/29/EK (για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές) έχουν τροποποιηθεί, από την Οδηγία 2019/2161/ΕΕ της 27<sup>ης</sup> Νοεμβρίου 2019, για την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών. Επιπλέον, το νέο εγχειρίδιο λαμβάνει υπόψη του, την Οδηγία 2019/770/ΕΕ σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις, για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών και η οποία εισάγει τη νομική εγγύηση για το ψηφιακό περιεχόμενο και τις ψηφιακές υπηρεσίες καθώς και την Οδηγία 2019/771/ΕΕ σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών, η οποία εκσυγχρονίζει τις εγγυήσεις για τα αγαθά.

Το εγχειρίδιο αυτό αποτελεί τμήμα της εκπαίδευσης, που παρέχεται στο πρόγραμμα Consumer PRO, μαζί με άλλα παρόμοια εγχειρίδια, που είναι προσβάσιμα, [διαδικτυακά](#), αλληλοσυμπληρώνονται και αναλύουν τα πιο κάτω θέματα:

- Ψηφιακά δικαιώματα καταναλωτών,
- Βιώσιμη κατανάλωση,
- Συλλογικές αγωγές,

Τα εγχειρίδια είναι διαθέσιμα στα αγγλικά, στα ελληνικά καθώς και σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές γλώσσες.

## Τι είναι το Consumer PRO

Το **Consumer Pro** αποτελεί πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Προγράμματος Καταναλωτών και υλοποιείται από την BEUC (Ευρωπαϊκός Οργανισμός για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών).

Ενέχει ως απώτερο σκοπό την ενδυνάμωση των Ενώσεων, Οργανώσεων και Συνδέσμων Καταναλωτών καθώς και άλλων δημόσιων φορέων που εμπλέκονται στην πολιτική του καταναλωτή, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στο πλαίσιο διαδικτυακής εκπαίδευσης αυτών και ανταλλαγής απόψεων.

Το πρόγραμμα καλύπτει τις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την Ισλανδία και τη Νορβηγία.

Περισσότερες πληροφορίες: [info@consumer-pro.eu](mailto:info@consumer-pro.eu).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, επίσης, προσφέρει εκπαίδευση, σε Μ.Μ.Ε. (μικρομεσαίες επιχειρήσεις), που θέλουν να κατανοήσουν τις υποχρεώσεις τους, όταν συναλλάσσονται με καταναλωτές στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στο πλαίσιο εθνικών εκπαιδεύσεων που πραγματοποιούνται από τις Οργανώσεις Καταναλωτών στην κάθε χώρα.

Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πρόγραμμα και τους τοπικούς εκπαιδευτές της χώρας σας, παρακαλώ επισκεφθείτε τον ακόλουθο σύνδεσμο: <https://www.consumerlawready.eu>

## 1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Μετά τη δημιουργία της Ευρωπαϊκής Ενιαίας Αγοράς, ήταν σημαντικό να θεσμοθετηθούν κανόνες υψηλής προστασίας των καταναλωτών, να εφαρμοστεί η πολιτική προστασίας των καταναλωτών, και τα 500 εκατομμύρια καταναλωτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης να αποκτήσουν ισχυρά δικαιώματα.

Η προστασία των καταναλωτών αναγνωρίζεται από τη Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) όπου το άρθρο 12 αυτής προβλέπει ότι: *«απαιτήσεις προστασίας του καταναλωτή λαμβάνονται υπόψη κατά τον καθορισμό και την εφαρμογή άλλων πολιτικών και δραστηριοτήτων της Ένωσης»*. Σύμφωνα με το άρθρο 169 της Συνθήκης: *«... για να προαχθούν τα συμφέροντα των καταναλωτών και για να διασφαλιστεί ένα υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών, η Ένωση επιδιώκει να προασπίσει την υγεία, την ασφάλεια και τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών καθώς και τα δικαιώματά τους στην ενημέρωση, στην εκπαίδευση και στην οργάνωσή τους, ώστε να υπερασπίζονται τα συμφέροντά τους»*.

Αυτές οι πολιτικές έχουν υλοποιηθεί, σε μεγάλο βαθμό, αν λάβουμε υπόψη τις εξελίξεις στην αγορά. Το δίκαιο του καταναλωτή της Ε.Ε. συνίσταται σε μια σειρά κανόνων. Αυτοί οι κανόνες αφορούν τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, τις καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων, τις απαιτήσεις προ συμβατικής ενημέρωσης, το δικαίωμα του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από την σύμβαση και άλλους κανόνες προστασίας του καταναλωτή για συγκεκριμένου τύπου συμβάσεις (π.χ. συμβάσεις που συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος, συμβάσεις που συνάπτονται εξ αποστάσεως, π.χ. ηλεκτρονικά) και/ή ειδικές ανά τομέα (π.χ. συμβάσεις καταναλωτικής πίστης, συμβάσεις οργανωμένων πακέτων ταξιδιών, συμβάσεις χρονομίσθωσης κ.λπ.).

Οι καταναλωτές, στην Ε.Ε, προστατεύονται, πλέον, από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, από καταχρηστικούς συμβατικούς όρους και πρέπει να λαμβάνουν σαφή και κατανοητή πληροφόρηση, πριν την σύναψη και ολοκλήρωση των συμβάσεών τους κ.λπ.

Το Δίκαιο του Καταναλωτή έχει οικοδομηθεί, τις τελευταίες τρεις δεκαετίες, πάνω σε ευρωπαϊκές οδηγίες, που εναρμόνιζαν διάφορες πλευρές της προστασίας των καταναλωτών. Τα κεφάλαια, που ακολουθούν δίνουν μια συνοπτική εικόνα των βασικών δικαιωμάτων των καταναλωτών, όπως τα έχει διαμορφώσει ο ευρωπαίος νομοθέτης. Σήμερα, τα περισσότερα τμήματα του Ενωσιακού Δικαίου των Καταναλωτών, είναι πλήρως εναρμονισμένα, δηλαδή τα κράτη – μέλη δε μπορούν να διατηρήσουν, ή να υιοθετήσουν υψηλότερα επίπεδα προστασίας, από αυτά που ορίζονται στις Οδηγίες. Όμως, σε κάποιες περιπτώσεις, οι Οδηγίες επιτρέπουν στους νομοθέτες των κρατών – μελών να αποκλίνουν, από τους ευρωπαϊκούς κανόνες (π.χ. εισάγοντας επιπλέον απαιτήσεις, για την προσυμβατική ενημέρωση των καταναλωτών, κατά τις αγορές τους, στα συμβατικά καταστήματα). Ό, τι δεν προβλέπεται από το Ευρωπαϊκό Δίκαιο Καταναλωτών, ανήκει στη δικαιοδοσία των κρατών – μελών και επομένως, μπορούν να υπάρχουν διαφορές, ανάμεσα στα κράτη – μέλη (π.χ. όσον αφορά τους κανόνες για τη μορφή των συμβάσεων) με την προϋπόθεση ότι τα μέτρα που λαμβάνονται δεν θα πρέπει να είναι αντίθετα από τον σκοπό της οδηγίας.

## 2. ΒΑΣΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

### 2.1. Απαιτήσεις προ συμβατικής ενημέρωσης

#### 2.1.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία

Πριν δεσμευτεί ένας καταναλωτής, σε μια σύμβαση, πρέπει να λάβει συγκεκριμένη πληροφόρηση, ώστε να μπορέσει να κάνει συνειδητή επιλογή, βασισμένος σε αυτήν την πληροφόρηση, κατά τη σύναψη της σύμβασης. Η προσυμβατική πληροφόρηση πρέπει να είναι τόσο ευανάγνωστη όσο και κατανοητή, από το μέσο καταναλωτή και να παρέχεται σε απλή γλώσσα και με τρόπο κατάλληλο, για την εξ αποστάσεως επικοινωνία.

Η προσυμβατική ενημέρωση ορίζεται από την Οδηγία 2011/83/Ε.Ε., «Οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών», η οποία ενσωματώθηκε στην κυπριακή νομοθεσία, στον «Ο περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμος του 2021» Ν. 112(I)/2021. Τόσο οι σχετική οδηγία όσο και η κυπριακή νομοθεσία προβλέπουν έναν κατάλογο, με τις πληροφορίες, που πρέπει να λαμβάνει ο καταναλωτής, πριν την υπογραφή-αποδοχή μιας σύμβασης, είτε εντός εμπορικού καταστήματος, είτε εκτός εμπορικού καταστήματος, είτε εξ αποστάσεως.

Η Οδηγία, για τα δικαιώματα των καταναλωτών 2011/83/ΕΚ, τροποποιήθηκε με την Οδηγία 2019/2161, για την καλύτερη επιβολή και των κανόνων της Ένωσης, για την προστασία των καταναλωτών. Η νέα Οδηγία είναι γνωστή, ως «Οδηγία εκμοντερνισμού» καθώς και «Οδηγία Omnibus» ενσωματώθηκε στη κυπριακή έννομη τάξη στο νόμο «Ο περί Προστασίας του Καταναλωτή (Τροποποιητικός) (Αρ. 2)» Νόμος του 2022 (166(I)/2022).

Οι έμποροι είναι υποχρεωμένοι να παρέχουν στους καταναλωτές, τον αριθμό του τηλεφώνου τους και τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού τους ταχυδρομείου (email). Μπορούν, επίσης, να χρησιμοποιήσουν εναλλακτικές μεθόδους επικοινωνίας (π.χ. chat, αυτόματους φωνητικούς βοηθούς, κλπ.), που μπορούν να διασφαλίσουν αποτελεσματική επικοινωνία. Ο έμπορος πρέπει να ενημερώσει τον καταναλωτή, με τρόπο ξεκάθαρο και έγκαιρα ότι κρατάει το περιεχόμενο και την ημερομηνία και ώρα της αλληλογραφίας του, μαζί του. Οι έμποροι πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές, όταν η τιμή, στην οποία τους προσφέρουν τα αγαθά τους, είναι αποτέλεσμα αυτοματοποιημένης απόφασης.

Επιπρόσθετα δε με την νέα οδηγία, θα ισχύουν νέες απαιτήσεις ενημέρωσης, για συμβάσεις με διαδικτυακές αγορές (ηλεκτρονικές πλατφόρμες). Πριν την υπογραφή μιας σύμβασης, ο πάροχος της ηλεκτρονικής αγοράς πρέπει να ενημερώσει τους καταναλωτές, για τις βασικές παραμέτρους, που διαμορφώνουν τη σειρά κατάταξης των προσφορών, όπως αυτές παρουσιάζονται, ως αποτελέσματα αναζήτησης και τη βαρύτητα κάθε παραμέτρου, στη διαμόρφωση του αποτελέσματος. Οι καταναλωτές, επίσης, πρέπει να ενημερωθούν:

- Εάν αυτός, που πουλάει τα αγαθά, είναι έμπορος ή όχι, με βάση τη δήλωσή του προς την ηλεκτρονική αγορά.
- Εάν ο πωλητής δεν είναι έμπορος, ότι δεν ισχύουν τα δικαιώματα του καταναλωτή, για τον καταναλωτή.



- Τον τρόπο, με τον οποίο επιμερίζεται η ευθύνη ανάμεσα στον πωλητή των αγαθών, του ψηφιακού περιεχομένου και των ψηφιακών αυθαιρεσιών και την ψηφιακή αγορά.

Επίσης, η Οδηγία προβλέπει τους τρόπους με τους οποίους παρέχεται αυτή η πληροφόρηση. Για παράδειγμα, η προσυμβατική πληροφόρηση για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος πρέπει να δίνεται γραπτώς, ή σε σταθερό μέσο, ώστε να μπορεί να αναπαραχθεί, ανά πάσα στιγμή.

Οι υποχρεωτικές προσυμβατικές πληροφορίες πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες και εύκολα ορατές, από τους καταναλωτές. Η παροχή μόνο της υποχρεωτικής πληροφόρησης δεν επαρκεί. Για συμβάσεις, που ολοκληρώνονται ηλεκτρονικά και επιφέρουν, στους καταναλωτές, την υποχρέωση να πληρώσουν, η Οδηγία προβλέπει επιπλέον απαιτήσεις προσυμβατικής ενημέρωσης. Για αυτές τις συμβάσεις, οι έμποροι πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές, με ξεκάθαρο τρόπο, πριν ολοκληρώσουν την παραγγελία τους, για:

- Τα βασικά χαρακτηριστικά των αγαθών,
- Τη συνολική τιμή των αγαθών,
- Τη διάρκεια του συμβολαίου,
- Τους όρους, για τη διακοπή ενός συμβολαίου αόριστης διάρκειας,
- Την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων που απορρέουν, για το καταναλωτή, από τη σύμβαση.

Οι καταναλωτές, πριν την ολοκλήρωση της σύμβασης, πρέπει να ενημερωθούν, με τρόπο ξεκάθαρο ότι πρέπει να καταβάλουν αντίτιμο διαφορετικά, δε δεσμεύονται από τη σύμβαση. *Δηλαδή, το ίδιο «κουμπί», που χρησιμοποιείται, για την κατάθεση της παραγγελίας, πρέπει να αναφέρει, καθαρά, την υποχρέωση πληρωμής.*

Εάν η σύμβαση ολοκληρώνεται μέσω ηλεκτρονικής επικοινωνίας, που επιβάλλει περιορισμούς, στην έκταση της πληροφόρησης, όπως μέσω τηλεφωνικών κλήσεων, SMS κλπ., η Οδηγία επιτρέπει μεν την ολοκλήρωση της σύμβασης, αλλά επιβάλλει, στον έμπορο, να αποστείλει την υπόλοιπη πληροφόρηση, με άλλο τρόπο, σε γλώσσα απλή και κατανοητή (π.χ. με ένα email, ή με ένα σύνδεσμο στην ιστοσελίδα του).

Με βάση τη νέα Οδηγία, οι καταναλωτές απολαμβάνουν τα δικαιώματα αυτά, ακόμα και όταν δεν καταβάλουν χρήματα, για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά δίνουν τα προσωπικά τους δεδομένα, για να λάβουν μια ψηφιακή υπηρεσία, ή κάποιο ψηφιακό περιεχόμενο. Όμως, αυτός ο κανόνας δεν εφαρμόζεται, όταν τα προσωπικά δεδομένα είναι απαραίτητα για την ολοκλήρωση μιας σύμβασης, ή για τη συμμόρφωση με τη νομοθεσία. *Για παράδειγμα, η παροχή της διεύθυνσης email του καταναλωτή είναι απαραίτητη, για να λάβει σε αυτή το ψηφιακό περιεχόμενο που τον ενδιαφέρει. Ή ακόμα, όταν η εγγραφή του καταναλωτή είναι απαραίτητη, για λόγους ασφάλειας και ταυτοποίησης.*

## 2.1.2 Κυπριακή νομοθεσία

Σύμφωνα με το άρθρο 14 (1)(α) του Ν.112(I)/2021, η προσυμβατική ενημέρωση εφαρμόζεται στις εξ αποστάσεως, εκτός καταστήματος και άλλες, πλην των εξ αποστάσεως και εκτός καταστήματος, συναπτόμενες συμβάσεις μεταξύ ενός εμπορευόμενου και ενός καταναλωτή και αφορούν επίσης συμβάσεις προμήθειας νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας ή τηλεθέρμανσης, μεταξύ άλλων και από δημόσιους παρόχους, στο βαθμό που τα αγαθά αυτά παρέχονται σε συμβατική βάση.

Ενώ οι διατάξεις του άρθρου αυτού δεν εφαρμόζονται στις ακόλουθες περιπτώσεις:

(α) για κοινωνικές υπηρεσίες που σχετίζονται με την κοινωνική στέγαση, την παιδική μέριμνα και τη στήριξη των οικογενειών και των ατόμων που έχουν μονίμως ή προσωρινώς ανάγκη, περιλαμβανομένης της μακροπρόθεσμης μέριμνας·

(β) για υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης όπως ορίζεται στις διατάξεις του άρθρου 2 του περί Εφαρμογής των Δικαιωμάτων των Ασθενών στο πλαίσιο της Διασυνοριακής Υγειονομικής Περίθαλψης Νόμου, είτε παρέχονται μέσω υγειονομικών εγκαταστάσεων είτε όχι·

(γ) για δραστηριότητες τζόγου, που περιλαμβάνουν τυχερά παιχνίδια στα οποία ο παίκτης στοιχηματίζει χρηματικά ποσά, περιλαμβανομένων λαχειοφόρων αγορών, παιχνιδιών σε καζίνα και συναλλαγών που αφορούν στοιχήματα·

(δ) για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες·

(ε) για τη δημιουργία, απόκτηση ή μεταβίβαση δικαιωμάτων επί ακινήτων ή δικαιωμάτων εντός ακίνητης περιουσίας·

(στ) για την κατασκευή νέων κτιρίων, τη ριζική μετατροπή υφιστάμενων κτιρίων και τη μίσθωση στέγης ως κατοικίας·

(ζ) σχετικά με τα «πακέτα» που αφορούν «ταξιδιώτες», όπως οι έννοιες αυτές ορίζονται στις διατάξεις του άρθρου 2 του περί των Οργανωμένων Ταξιδιών και Συνδεδεμένων Ταξιδιωτικών Διακανονισμών Νόμου, με εξαίρεση·

(η) οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του περί της Χρονομεριστικής Σύμβασης, Μακροπρόθεσμων Προϊόντων Διακοπών, Μεταπώλησης και Ανταλλαγής Νόμου·

(θ) οι οποίες καταρτίζονται από πρόσωπο εντεταλμένο από αρχή δημόσιου τομέα, η οποία έχει 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·

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

(ια) για υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών, με εξαίρεση·

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

(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· και

(ιδ) οι οποίες συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος για τις οποίες ο καταναλωτής καταβάλλει ποσό που δεν υπερβαίνει τα είκοσι ευρώ (€20).

### 2.1.3 Προσυμβατική ενημέρωση, εντός εμπορικού καταστήματος

Σύμφωνα με το άρθρο 16(Ι) του Ν. 112(Ι)/2021 πριν δεσμευθεί ο καταναλωτής από σύμβαση που δε συνάπτεται εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος, ή από οποιαδήποτε αντίστοιχη πρόταση για κατάρτιση σύμβασης, ο εμπορευόμενος παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με ευκρινή και κατανοητό τρόπο, εάν οι εν λόγω πληροφορίες δεν είναι ήδη εμφανείς υπό τις περιστάσεις:

(α) Τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, στο βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και τα αγαθά ή τις υπηρεσίες·

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

(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·

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

(ε) επιπλέον της υπενθύμισης για την ύπαρξη νόμιμης εγγύησης για τη συμμόρφωση των αγαθών, την υπενθύμιση περί ύπαρξης εξυπηρέτησης μετά την πώληση και, κατά περίπτωση, εμπορικών εγγυήσεων, μαζί με τις σχετικές προϋποθέσεις·

(στ) τη διάρκεια της σύμβασης, όπου ενδείκνυται, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τον τερματισμό της σύμβασης·

(ζ) κατά περίπτωση, τις δυνατότητες λειτουργίας του ψηφιακού περιεχομένου, μαζί με τα ισχύοντα τεχνικά μέτρα προστασίας·

(η) κατά περίπτωση, κάθε αξιολογη διαλειτουργικότητα ψηφιακού περιεχομένου με υλισμικό και λογισμικό της οποίας ο εμπορευόμενος έχει γνώση ή ευλόγως αναμένεται να έχει γνώση·

(θ) κατά περίπτωση, τη δυνατότητα προσφυγής σε εξωδικαστικό μηχανισμό παραπόνων και επανόρθωσης, στον οποίο υπάγεται ο εμπορευόμενος, καθώς και τους τρόπους πρόσβασης σε αυτόν·

(ι) τυχόν άλλους συμβατικούς όρους και προϋποθέσεις.

Οι παραπάνω πληροφορίες πρέπει να παρέχονται και για συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου, ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δε διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο, ή καθορισμένη ποσότητα, συμβάσεις παροχής τηλεθέρμανσης, ή παροχής ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται πάνω σε υλικό μέσο. Δεν εφαρμόζεται, όμως, σε συμβάσεις που αφορούν καθημερινές συναλλαγές και που εκτελούνται, αμέσως μόλις συναφθούν.

#### 2.1.4 Προσυμβατική ενημέρωση εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος

Το άρθρο 17(1) του Ν. 112/2021 προβλέπει τις απαιτήσεις προσυμβατικής ενημέρωσης, για συμβάσεις εξ αποστάσεως και τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος. Οι πληροφορίες αυτές αφορούν:

(α) Τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, στο βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και τα αγαθά ή τις υπηρεσίες·

(β) την ταυτότητα του εμπορευόμενου, ιδίως την εμπορική επωνυμία του·

(γ) τη γεωγραφική διεύθυνση όπου ο εμπορευόμενος είναι εγκατεστημένος και τον αριθμό τηλεφώνου του εμπορευόμενου, τον αριθμό τηλεομοιοτυπίας και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του, εάν υπάρχει, ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να επικοινωνήσει με τον εμπορευόμενο γρήγορα και αποτελεσματικά και, κατά περίπτωση, τη γεωγραφική διεύθυνση και την ταυτότητα του εμπορευόμενου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί·

(δ) εάν διαφέρει από τη διεύθυνση που παρέχεται βάσει των διατάξεων της παραγράφου (γ), τη γεωγραφική διεύθυνση της εμπορικής έδρας του εμπορευόμενου και, όπου ενδείκνυται, τη διεύθυνση του εμπορευόμενου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί, όπου ο καταναλωτής μπορεί να απευθύνει τυχόν παράπονά του·

(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 και σε περίπτωση σύμβασης αορίστου χρόνου ή σύμβασης που περιλαμβάνει συνδρομή, η συνολική τιμή περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη ανά περίοδο χρέωσης και εάν οι συμβάσεις αυτές επιβαρύνονται με σταθερή

τιμή, η συνολική τιμή σημαίνει επίσης τη συνολική μηνιαία δαπάνη και εάν η συνολική δαπάνη δεν μπορεί ευλόγως να υπολογισθεί εκ των προτέρων, περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η τιμή πρόκειται να υπολογιστεί·

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

(ζ) τις διευθετήσεις πληρωμής, παράδοσης, εκτέλεσης, της προθεσμίας εντός της οποίας ο εμπορευόμενος αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παράσχει τις υπηρεσίες και, κατά περίπτωση, της πολιτικής που εφαρμόζει ο εμπορευόμενος για την αντιμετώπιση των παραπόνων·

(η) όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος σύμφωνα με τις διατάξεις του εδαφίου (1) του άρθρου 22 καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο Τμήμα Β του Παραρτήματος ΙΙΙ·

(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 των διατάξεων του εδαφίου (3) του άρθρου 18 ή του εδαφίου (8) του άρθρου 19, ότι ο καταναλωτής δεσμεύεται να καταβάλει το λογικό κόστος στον εμπορευόμενο σύμφωνα με τις διατάξεις του εδαφίου (3) του άρθρου 25·

(ια) όταν δεν παρέχεται δικαίωμα υπαναχώρησης, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 27, την πληροφορία ότι ο καταναλωτής δεν θα έχει δικαίωμα υπαναχώρησης ή, κατά περίπτωση, τις περιστάσεις υπό τις οποίες ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμά υπαναχώρησής του·

(ιβ) υπενθύμιση της ύπαρξης νόμιμης εγγύησης για τη συμμόρφωση των αγαθών·

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

(ιδ) κατά περίπτωση, την ύπαρξη σχετικών κωδίκων δεοντολογίας και του τρόπου απόκτησης αντιγράφων τους·

(ιε) τη διάρκεια της σύμβασης, κατά περίπτωση, ή, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου ή αυτόματης παράτασης, τους όρους για τον τερματισμό της σύμβασης·

(ιστ) κατά περίπτωση, την ελάχιστη διάρκεια των υποχρεώσεων του καταναλωτή βάσει της σύμβασης·

(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 εμπορευόμενος·

(ιη) κατά περίπτωση, τις δυνατότητες λειτουργίας του ψηφιακού περιεχομένου, μαζί με τα ισχύοντα τεχνικά μέτρα προστασίας·

(ιθ) κατά περίπτωση, κάθε αξιολογη διαλειτουργικότητα ψηφιακού περιεχομένου με υλισμικό και λογισμικό της οποίας ο εμπορευόμενος έχει γνώση ή ευλόγως αναμένεται να έχει γνώση·

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

(7) Οι πληροφορίες που αναφέρονται στις διατάξεις του εδαφίου (1), συντάσσονται σε τουλάχιστον μια από τις επίσημες γλώσσες της Δημοκρατίας, νοουμένου ότι πρόκειται για επίσημη γλώσσα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ή στη γλώσσα επιλογής του καταναλωτή, εφόσον ο εμπορευόμενος και ο καταναλωτής συμφωνούν προς τούτο.

### 2.1.5 Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος

Σύμφωνα με το άρθρο 18(1) του Ν. 112/2021, σε σχέση με τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, ο εμπορευόμενος παρέχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στις διατάξεις του εδαφίου (1) του άρθρου 17 στον καταναλωτή σε χαρτί ή, εάν συμφωνεί ο καταναλωτής, σε άλλο σταθερό μέσο και οι πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι ευανάγνωστες και διατυπωμένες σε απλή και κατανοητή γλώσσα.

Ο εμπορευόμενος παρέχει στον καταναλωτή αντίγραφο της υπογεγραμμένης σύμβασης ή την επιβεβαίωση της σύμβασης σε χαρτί ή, εάν συμφωνεί ο καταναλωτής, σε άλλο σταθερό μέσο, συμπεριλαμβανομένης, κατά περίπτωση, της επιβεβαίωσης της προηγούμενης ρητής συγκατάθεσης και αποδοχής του καταναλωτή.

Εφόσον ο καταναλωτής επιθυμεί η παροχή υπηρεσιών ή η παροχή νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, όταν δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή σε καθορισμένη ποσότητα, ή η παροχή τηλεθέρμανσης να αρχίζει στη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης που προβλέπεται στις διατάξεις του εδαφίου (2) του άρθρου 20, ο εμπορευόμενος απαιτεί από τον καταναλωτή να καταθέσει τη ρητή αίτησή του πάνω σε σταθερό μέσο.

Όσον αφορά τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, εάν ο καταναλωτής έχει ζητήσει ρητώς τις υπηρεσίες του εμπορευόμενου για την εκτέλεση επισκευών ή συντήρησης για την οποία ο εμπορευόμενος και ο καταναλωτής αμέσως εκτελούν τις συμβατικές υποχρεώσεις τους και εάν το ποσό που πρέπει να καταβάλει ο καταναλωτής δεν υπερβαίνει τα διακόσια ευρώ (€200).

### 2.1.6 Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως

Όσον αφορά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις, ο εμπορευόμενος παρέχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στις διατάξεις του εδαφίου (1) του άρθρου 17 ή θέτει αυτές τις πληροφορίες στη διάθεση του καταναλωτή με τρόπο κατάλληλο για το μέσο της επικοινωνίας εξ αποστάσεως που χρησιμοποιείται σε απλή και κατανοητή γλώσσα, και οι εν λόγω πληροφορίες που παρέχονται πάνω σε σταθερό μέσο, είναι ευανάγνωστες.

Εάν μια εξ αποστάσεως σύμβαση που πρόκειται να συναφθεί με ηλεκτρονικό μέσο επιβάλλει στον καταναλωτή την υποχρέωση να πληρώσει, ο εμπορευόμενος παρέχει στον καταναλωτή με σαφή και ευκρινή τρόπο και αμέσως προτού ο καταναλωτής υποβάλει την παραγγελία του τις πληροφορίες που προβλέπονται στις διατάξεις των παραγράφων (α), (ε), (ιε) και (ιστ) του εδαφίου (1) του άρθρου 17, ο εμπορευόμενος μεριμνά ώστε ο καταναλωτής, υποβάλλοντας την παραγγελία του, να αναγνωρίσει ρητώς ότι η παραγγελία συνεπάγεται υποχρέωση πληρωμής, και σε περίπτωση που η υποβολή παραγγελίας απαιτεί την ενεργοποίηση ενός πλήκτρου ή ανάλογη λειτουργία, το πλήκτρο 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 εμπορευόμενο και εάν ο εμπορευόμενος δεν συμμορφωθεί με το παρόν εδάφιο, ο καταναλωτής δεν δεσμεύεται από τη σύμβαση ή την παραγγελία.

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

Εάν η σύμβαση συνάπτεται με μέσο επικοινωνίας εξ αποστάσεως το οποίο παρέχει περιορισμένο χώρο ή χρόνο για την απεικόνιση των πληροφοριών, ο εμπορευόμενος παρέχει, πάνω στο συγκεκριμένο μέσο πριν από τη σύναψη αυτής της σύμβασης, τουλάχιστον τις προσυμβατικές πληροφορίες που αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά των αγαθών ή των υπηρεσιών, την ταυτότητα του εμπορευόμενου, τη συνολική τιμή, το δικαίωμα υπαναχώρησης, τη διάρκεια της σύμβασης και, εάν η σύμβαση είναι αορίστου χρόνου, τις προϋποθέσεις τερματισμού της σύμβασης, κατά τα οριζόμενα στις διατάξεις των παραγράφων (α), (β), (ε), (η) και (ιε) του εδαφίου (1) του άρθρου 17 και οι λοιπές πληροφορίες που αναφέρονται στις διατάξεις του εδαφίου (1) του άρθρου 17 παρέχονται από τον εμπορευόμενο στον καταναλωτή κατά κατάλληλο τρόπο σύμφωνα με τις διατάξεις του εδαφίου (1).

Με την επιφύλαξη των διατάξεων του εδαφίου (4), εάν ο εμπορευόμενος προβεί σε τηλεφωνική κλήση προς τον καταναλωτή με σκοπό τη σύναψη εξ αποστάσεως σύμβασης, στην αρχή της συνομιλίας με τον καταναλωτή, δηλώνει την ταυτότητά του και, όπου τούτο έχει εφαρμογή, την ταυτότητα του προσώπου εξ ονόματος του οποίου τηλεφωνεί και τον εμπορικό σκοπό της επικοινωνίας.

Εάν πρόκειται να συναφθεί εξ αποστάσεως σύμβαση μέσω τηλεφώνου, ο εμπορευόμενος υποχρεούται να επιβεβαιώσει την προσφορά του σε χαρτί ή σταθερό μέσο προς τον καταναλωτή, ο οποίος δεσμεύεται μόνον όταν υπογράψει την προσφορά ή έχει στείλει τη γραπτή συγκατάθεσή του.

Ο εμπορευόμενος παρέχει στον καταναλωτή την επιβεβαίωση της συναφθείσας σύμβασης, σε χαρτί ή 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 και η εν λόγω επιβεβαίωση περιλαμβάνει-

(α) το σύνολο των πληροφοριών που αναφέρονται στις διατάξεις του εδαφίου (1) του άρθρου 17, εκτός εάν ο εμπορευόμενος 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 τις διατάξεις της παραγράφου (ιγ) του άρθρου 27.

### 2.1.7 Εξαιρέσεις από την προσυμβατική ενημέρωση

Το άρθρο 14(3) του Ν. 112/2021 προβλέπει ότι οι υποχρεώσεις προσυμβατικής ενημέρωσης δεν εφαρμόζονται για:

(α) για κοινωνικές υπηρεσίες που σχετίζονται με την κοινωνική στέγαση, την παιδική μέριμνα και τη στήριξη των οικογενειών και των ατόμων που έχουν μονίμως ή προσωρινώς ανάγκη, περιλαμβανομένης της μακροπρόθεσμης μέριμνας·

(β) για υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης όπως ορίζεται στις διατάξεις του άρθρου 2 του περί Εφαρμογής των Δικαιωμάτων των Ασθενών στο πλαίσιο της Διασυνοριακής Υγειονομικής Περίθαλψης Νόμου, είτε παρέχονται μέσω υγειονομικών εγκαταστάσεων είτε όχι·

(γ) για δραστηριότητες τζόγου, που περιλαμβάνουν τυχερά παιχνίδια στα οποία ο παίκτης στοιχηματίζει χρηματικά ποσά, περιλαμβανομένων λαχειοφόρων αγορών, παιχνιδιών σε καζίνο και συναλλαγών που αφορούν στοιχήματα·

(δ) για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες·

(ε) για τη δημιουργία, απόκτηση ή μεταβίβαση δικαιωμάτων επί ακινήτων ή δικαιωμάτων εντός ακίνητης περιουσίας·

(στ) για την κατασκευή νέων κτιρίων, τη ριζική μετατροπή υφιστάμενων κτιρίων και τη μίσθωση στέγης ως κατοικίας·

(ζ) σχετικά με τα «πακέτα» που αφορούν «ταξιδιώτες», όπως οι έννοιες αυτές ορίζονται στις διατάξεις του άρθρου 2 του περί των Οργανωμένων Ταξιδιών και Συνδεδεμένων Ταξιδιωτικών Διακανονισμών Νόμου,

(η) οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του περί της Χρονομεριστικής Σύμβασης, Μακροπρόθεσμων Προϊόντων Διακοπών, Μεταπώλησης και Ανταλλαγής Νόμου·

(θ) οι οποίες καταρτίζονται από πρόσωπο εντεταλμένο από αρχή δημόσιου τομέα, η οποία έχει 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·

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



(ια) για υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών, με εξαίρεση τις διατάξεις του εδαφίου (2) του άρθρου 19 και των άρθρων 30 και 32.

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

(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· και

Επιπλέον, σύμφωνα με τις διατάξεις της Οδηγίας για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών, κάποια κράτη – μέλη έχουν υιοθετήσει εθνικούς κανόνες, που εξαιρούν εμπόρους, από τις υποχρεώσεις, προσυμβατικής πληροφόρησης, στην περίπτωση των «συμβάσεων χαμηλής αξίας».

Στην Κύπρο, η εξαίρεση αυτή ισχύει, για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, για ποσά μικρότερα των 20 ευρώ.

### 2.1.8 Αποτελέσματα μη εφαρμογής της νομοθεσίας

Εάν ο προμηθευτής δεν τηρήσει τις τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εξ αποστάσεως και συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος οι συμβάσεις είναι άκυρες, υπέρ του καταναλωτή.

## 3.1 Δικαίωμα υπαναχώρησης

### 3.1.1 Το δικαίωμα υπαναχώρησης γενικά

Το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι ένα δυνατό εργαλείο που παρέχει η Ε.Ε. στον καταναλωτή.

Επιτρέπει στον καταναλωτή να ακυρώσει, χωρίς να αιτιολογήσει, την καταναλωτική σύμβαση, εντός 14 ημερών από την παραλαβή του αγαθού, ή μετά την ολοκλήρωση της σύμβασης για υπηρεσίες.

Το άρθρο 9 της Οδηγίας για τα δικαιώματα του καταναλωτή και αντιστοίχως το άρθρο 20 του κυπριακού νόμου με αρ. 112/2021 προβλέπει ότι οι καταναλωτές έχουν το δικαίωμα να υπαναχωρήσουν από την εξ αποστάσεως σύμβαση, ή τη σύμβαση που συνάπτεται εκτός εμπορικού καταστήματος. Σε αυτούς τους δύο τύπους σύμβασης, το δικαίωμα παρέχεται καθώς θεωρείται ότι η «αδυναμία» του καταναλωτή σε αυτές τις περιπτώσεις έχει μεγαλύτερη βαρύτητα, σε σχέση με άλλες συμβάσεις, γιατί, στην περίπτωση των εξ αποστάσεως συμβάσεων, ο καταναλωτής δεν έχει τη δυνατότητα να εξακριβώσει τα «υλικά» χαρακτηριστικά του προϊόντος και στην περίπτωση των συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος, ο καταναλωτής μπορεί να βρεθεί σε μια κατάσταση, όπου είναι πιο ευάλωτος στις εξωτερικές πιέσεις. Το δικαίωμα υπαναχώρησης υφίσταται ανεξάρτητα από το αν η σύμβαση αφορά την παροχή αγαθών, υπηρεσιών, ή ψηφιακού περιεχομένου.

Ανάλογα με τον τρόπο παράδοσης του ψηφιακού περιεχομένου, ισχύουν δύο τρόποι υπαναχώρησης:

- Για το ψηφιακό περιεχόμενο που παραδίδεται σε σταθερό μέσο, ακολουθεί τους κανόνες, που ισχύουν για τα προϊόντα, π.χ. για ένα DVD με μια κινηματογραφική ταινία, ή ένα βιντεοπαιχνίδι, μπορούμε να υπαναχωρήσουμε, εντός 14 ημερών, από την παραλαβή του.
- Για ψηφιακό περιεχόμενο, που κατεβάζουμε διαδικτυακά, δεν έχουμε δικαίωμα υπαναχώρησης, εφόσον έχουμε ζητήσει, εγγράφως, την έναρξη της παραλαβής, πριν την παρέλευση των 14 ημερών και έχουμε αποδεχτεί την απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης.

### 3.1.2 Πως ασκείται το δικαίωμα υπαναχώρησης

Οι καταναλωτές, πριν τη λήξη της περιόδου υπαναχώρησης ενημερώνουν τον προμηθευτή, για την απόφασή τους να υπαναχωρήσουν, από τη σύμβαση. Οι καταναλωτές μπορούν να επιλέξουν τον τρόπο με τον οποίο θα ενημερώσουν για την απόφασή τους να υπαναχωρήσουν από τη σύμβαση. Η δήλωση της απόφασης υπαναχώρησης από τη σύμβαση πρέπει, να είναι ξεκάθαρη. Απλά επιστρέφοντας τα αγαθά, χωρίς κάποια προηγούμενη δήλωση σχετικά με την υπαναχώρηση από τη σύμβαση, δεν αρκεί. Οι καταναλωτές μπορούν να χρησιμοποιήσουν το πρότυπο έντυπο υπαναχώρησης που τους έχει παράσχει ο έμπορος πριν τη σύναψη της σύμβασης, αλλά δεν είναι υποχρεωμένοι. Καθώς ο καταναλωτής φέρει το βάρος απόδειξης της υπαναχώρησης εντός της προθεσμίας των 14 ημερών, το συμφέρει να χρησιμοποιήσει ένα σταθερό μέσο. Ο έμπορος δε μπορεί να αρνηθεί την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης κατά τη διάρκεια της προκαθορισμένης προθεσμίας. Ο καταναλωτής δεν υποχρεούται να αιτιολογήσει την υπαναχώρηση από τη σύμβαση και δεν απαιτείται να πληρώσει κάποιο κόστος πέραν του κόστους επιστροφής των αγαθών εφόσον τον έχει ενημερώσει ο έμπορος ότι φέρει ο καταναλωτής αυτό το κόστος. Αν ο προμηθευτής δεν ενημερώσει για το δικαίωμα υπαναχώρησης, η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά το τέλος της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης. Ο προμηθευτής υποχρεούται να επιστρέψει τα χρήματα εντός 14 ημερών από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Ωστόσο, 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.

### 3.1.3 Υποχρεώσεις προμηθευτή και καταναλωτή

Τα άρθρα 24 και 25 του Ν. 112/2021 προβλέπουν τις υποχρεώσεις του προμηθευτή και του καταναλωτή, σε περίπτωση υπαναχώρησης:

Ο εμπορευόμενος επιστρέφει κάθε πληρωμή που έλαβε από τον καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των δαπανών παράδοσης, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός δεκατεσσάρων (14) ημερών από την ημέρα κατά την οποία ενημερώθηκε για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση χρησιμοποιώντας τα ίδια μέσα πληρωμής με εκείνα που ο καταναλωτής χρησιμοποίησε για την

αρχική συναλλαγή, εκτός και αν ο καταναλωτής έχει ρητώς συμφωνήσει διαφορετικά και υπό τον όρο να μην επιβαρυνθεί ο καταναλωτής με δαπάνες προκύπτουσες από την επιστροφή των χρημάτων.

Σε περίπτωση που ο εμπορευόμενος έχει προσφερθεί να παραλάβει τα αγαθά ο ίδιος, ο καταναλωτής επιστρέφει τα αγαθά ή τα μεταβιβάζει στον εμπορευόμενο ή σε άτομο εξουσιοδοτημένο από τον εμπορευόμενο να λάβει τα αγαθά, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και οπωσδήποτε εντός δεκατεσσάρων (14) ημερών από την ημέρα κατά την οποία ανακοίνωσε στον εμπορευόμενο την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση και η προθεσμία τηρείται εάν ο καταναλωτής στείλει πίσω τα αγαθά πριν από την εκπνοή της προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερών και ο καταναλωτής επιβαρύνεται μόνο με το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός εάν ο εμπορευόμενος έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί ο ίδιος με το εν λόγω κόστος ή εάν ο εμπορευόμενος έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι ο καταναλωτής επιβαρύνεται με αυτό και στην περίπτωση συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος, εφόσον τα αγαθά έχουν παραδοθεί στην οικία του καταναλωτή τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης, ο εμπορευόμενος παραλαμβάνει με δικά του έξοδα τα αγαθά, εφόσον πρόκειται για αγαθά που από τη φύση τους δεν μπορούν κανονικά να επιστραφούν ταχυδρομικώς.

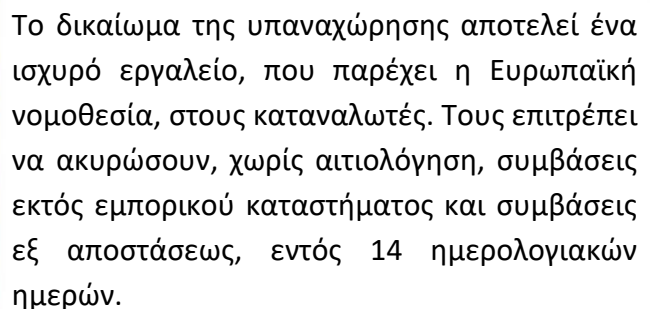
Ο καταναλωτής ευθύνεται για τυχόν μείωση της αξίας των αγαθών μόνο ως αποτέλεσμα της διαχείρισης των αγαθών άλλης πλην εκείνης που είναι αναγκαία για τη διαπίστωση της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας των αγαθών και ο καταναλωτής δεν ευθύνεται σε καμία περίπτωση για οποιαδήποτε μείωση της αξίας των αγαθών σε περίπτωση που ο εμπορευόμενος δεν κοινοποίησε το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με τις διατάξεις της παραγράφου (η) του εδαφίου (1) του άρθρου 17.

### 3.1.4 Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης

Η νομοθεσία, τόσο η Ευρωπαϊκή, όσο και η Κυπριακή δεν προβλέπουν το δικαίωμα της υπαναχώρησης, για όλες τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και εξ αποστάσεως. Έτσι εξαιρούνται, με βάση το άρθρο 27 του Ν. 112/2021, οι παρακάτω συμβάσεις:

- υπηρεσιών μετά την πλήρη παροχή της υπηρεσίας, εάν η εκτέλεση άρχισε με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και με την εκ μέρους του αναγνώριση ότι θα απολέσει το δικαίωμα της υπαναχώρησης μόλις η σύμβαση εκτελεσθεί πλήρως από τον προμηθευτή και εφόσον προβλέπεται, στη σύμβαση, η υποχρέωση του καταναλωτή να καταβάλει τίμημα,
- για την προμήθεια αγαθών, ή την παροχή υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς, τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο προμηθευτής και οι οποίες ενδέχεται να συμβούν εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης,
- για την προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων αγαθών,

- για την προμήθεια αγαθών τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν, ή λήγουν σύντομα,
- για 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 την προμήθεια αγαθών τα οποία, μετά την παράδοση, λόγω της φύσης τους, είναι αναπόσπαστα αναμεμειγμένα με άλλα στοιχεία,
- για την προμήθεια οινοπνευματωδών ποτών, η τιμή των οποίων έχει συμφωνηθεί κατά τη στιγμή της σύναψης της σύμβασης πώλησης, η παράδοση των οποίων μπορεί όμως να πραγματοποιηθεί μόνο μετά από 30 ημέρες και η πραγματική τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις στην αγορά, τις οποίες δεν είναι δυνατόν να ελέγξει ο προμηθευτής,
- κατά τις οποίες ο καταναλωτής έχει ζητήσει, ειδικά, επίσκεψη, από τον προμηθευτή με σκοπό να πραγματοποιήσει επείγουσες επιδιορθώσεις, ή την εκτέλεση εργασιών συντήρησης. Εάν, στην περίπτωση τέτοιας επίσκεψης, ο προμηθευτής 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 μόνο στις εν λόγω πρόσθετες υπηρεσίες ή αγαθά,
- για την προμήθεια σφραγισμένων ηχητικών εγγραφών, ή σφραγισμένων εγγραφών βίντεο, ή σφραγισμένου λογισμικού για υπολογιστές, που αποσφραγίστηκαν μετά την παράδοση,
- για την προμήθεια εφημερίδων και παντός είδους περιοδικών, εξαιρουμένων των συνδρομητικών συμβάσεων για την προμήθεια αυτών των εντύπων,
- συναφθείσες σε δημόσιο πλειστηριασμό,
- για 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,
- για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο, εάν η εκτέλεση έχει ξεκινήσει με την προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή και την επιβεβαίωση εκ μέρους του ότι χάνει έτσι το δικαίωμα της υπαναχώρησης, εφόσον η σύμβαση προβλέπει την υποχρέωση του καταναλωτή να καταβάλει τίμημα και εφόσον ο προμηθευτής έχει παράσχει την επιβεβαίωση της υπογεγραμμένης σύμβασης.



Το δικαίωμα της υπαναχώρησης αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο, που παρέχει η Ευρωπαϊκή νομοθεσία, στους καταναλωτές. Τους επιτρέπει να ακυρώσουν, χωρίς αιτιολόγηση, συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος και συμβάσεις εξ αποστάσεως, εντός 14 ημερολογιακών ημερών.

### 3.1.5 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών

Δυστυχώς, πολλοί καταναλωτές αντιμετωπίζουν προβλήματα, όταν προσπαθούν να εφαρμόσουν το δικαίωμά τους στην υπαναχώρηση:

- Προμηθευτές – πωλητές αρνούνται την εφαρμογή της νομοθεσίας.
- Κάποιοι προμηθευτές-πωλητές αρνούνται την επιστροφή των χρημάτων, σε περίπτωση υπαναχώρησης.
- Πολλές φορές, οι καταναλωτές λαμβάνουν μερική επιστροφή χρημάτων, με τους προμηθευτές-πωλητές να προβάλλουν τη δικαιολογία ότι οι καταναλωτές κακομεταχειρίστηκαν το προϊόν, χωρίς, όμως, να φέρουν καμία απόδειξη.
- Κάποιοι προμηθευτές ισχυρίζονται, ψευδώς, ότι δεν παρέλαβαν το επιστραφέν προϊόν.
- Κάποιοι προμηθευτές-πωλητές αρνούνται να αποζημιώσουν τους καταναλωτές, με τον ίδιο τρόπο, που πληρώθηκαν και δίνουν κουπόνια.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, για να αντιμετωπίσει τα παραπάνω προβλήματα, θέσπισε την Οδηγία 2019/2161, για την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών.

## 3.2 Πώληση καταναλωτικών προϊόντων και εγγυήσεις

### 3.2.1 Ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο

Οι Ευρωπαϊκές Οδηγίες 2019/2161/ΕΕ για την καλύτερη επιβολή και τον κανόνων της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών, η Οδηγία 2019/771/ΕΕ σχετικά με ορισμένες πτυχές, που αφορούν συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών και η Οδηγία 2019/770/ΕΕ σχετικά με ορισμένες πτυχές, που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου, είναι σημαντικά εργαλεία, για την προστασία των καταναλωτών σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Προβλέπουν την υποχρεωτική νομική εγγύηση, για τη συμμόρφωση των αγαθών, του ψηφιακού περιεχομένου και των υπηρεσιών, με διάρκεια δύο έτη.

Η Οδηγία 2019/770/ΕΕ εφαρμόζεται, σε κάθε σύμβαση, με την οποία ο έμπορος προμηθεύει, ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να προμηθεύσει ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία στον καταναλωτή και ο καταναλωτής καταβάλλει, ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να καταβάλει ένα τίμημα.

Εφαρμόζεται, επίσης, όταν ο έμπορος προμηθεύει, ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να προμηθεύσει ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία, στον καταναλωτή και ο καταναλωτής παρέχει, ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να παράσχει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, στον έμπορο, εξαιρουμένης της περίπτωσης όπου τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, που παρέχει ο καταναλωτής, υποβάλλονται, σε επεξεργασία, από τον έμπορο, αποκλειστικά, για την προμήθεια του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, ή προκειμένου ο έμπορος να συμμορφωθεί, προς τις νομικές απαιτήσεις, στις οποίες υπόκειται και ο έμπορος δεν επεξεργάζεται τα δεδομένα αυτά, για οποιονδήποτε άλλον σκοπό.

Η Οδηγία εφαρμόζεται, όταν το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία σχεδιάζεται, σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή.

Η Οδηγία εφαρμόζεται, σε κάθε ενσώματο μέσο, που χρησιμεύει, αποκλειστικά, ως φορέας, για τη μεταφορά ψηφιακού περιεχομένου.

Η Οδηγία 2019/771 ισχύει, για τις συμβάσεις πώλησης, μεταξύ καταναλωτή και πωλητή, για την προμήθεια αγαθών. Ισχύει και για το ψηφιακό, ή τις ψηφιακές υπηρεσίες, που ενσωματώνονται, σε αγαθά, ή διασυνδέονται με αυτά, και παρέχονται, με τα αγαθά, στο πλαίσιο της σύμβασης πώλησης, ανεξάρτητα από το αν το εν λόγω ψηφιακό περιεχόμενο, ή η εν λόγω ψηφιακή υπηρεσία, παρέχεται, από τον πωλητή, ή από τρίτο. Σε περίπτωση αμφιβολίας, για το αν η παροχή ενσωματωμένου, ή διασυνδεδεμένου ψηφιακού περιεχομένου, ή ενσωματωμένης, ή διασυνδεδεμένης ψηφιακής υπηρεσίας αποτελεί μέρος της σύμβασης πώλησης, τεκμαίρεται ότι το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία καλύπτεται από τη σύμβαση πώλησης. (π.χ. έξυπνα πλυντήρια κλπ.) . Η Οδηγία ισχύει, για συμβάσεις πώλησης αγαθών, που ολοκληρώνονται, με φυσική παρουσία σε συμβατικό κατάστημα, εξ αποστάσεως, εκτός εμπορικού καταστήματος.

Ο πωλητής ευθύνεται, έναντι του καταναλωτή, για κάθε έλλειψη συμμόρφωσης, η οποία υφίσταται, κατά τον χρόνο παράδοσης των αγαθών και η οποία καθίσταται εμφανής, εντός δύο ετών από τη στιγμή αυτή.

Στην περίπτωση αγαθών, με ψηφιακά στοιχεία, για τα οποία η σύμβαση πώλησης προβλέπει συνεχή παροχή του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, σε χρονική διάρκεια, ο πωλητής ευθύνεται, επίσης, για κάθε έλλειψη συμμόρφωσης του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, που προκύπτει, ή καθίσταται εμφανής εντός δύο ετών, από τον χρόνο παράδοσης των αγαθών με ψηφιακά στοιχεία. Όταν η σύμβαση προβλέπει συνεχή παροχή για πάνω από δύο έτη, ο πωλητής ευθύνεται, για κάθε έλλειψη συμμόρφωσης του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, που προκύπτει, ή καθίσταται εμφανής, εντός της περιόδου κατά την οποία πρέπει να παρέχεται το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία, βάσει της σύμβασης πώλησης.

Τα κράτη – μέλη μπορούν να προβλέψουν ότι, στην περίπτωση των μεταχειρισμένων αγαθών, ο πωλητής και ο καταναλωτής δύνανται να συμφωνήσουν, επί συμβατικών όρων, ή συμφωνιών, με συντομότερη περίοδο ευθύνης, ή προθεσμία παραγραφής, σε σχέση με τις παραπάνω αναφερόμενες, υπό τον όρο ότι οι εν λόγω συντομότερες περίοδοι, ή προθεσμίες δεν είναι βραχύτερες του ενός έτους.

Κάθε έλλειψη συμμόρφωσης, η οποία καθίσταται εμφανής, εντός ενός έτους, από τον χρόνο παράδοσης των αγαθών, τεκμαίρεται ότι υφίστατο κατά τον χρόνο παράδοσης των αγαθών, εκτός αποδείξεως του αντιθέτου, ή εκτός εάν το τεκμήριο αυτό είναι ασυμβίβαστο, με τη φύση των αγαθών, ή με τη φύση της έλλειψης συμμόρφωσης. Η παρούσα παράγραφος εφαρμόζεται, επίσης, σε αγαθά με ψηφιακά στοιχεία.

Στην περίπτωση αγαθών, με ψηφιακά στοιχεία, για τα οποία η σύμβαση πώλησης προβλέπει συνεχή παροχή του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, σε χρονική διάρκεια, το

βάρος απόδειξης όσον αφορά τη συμμόρφωση του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, καθ' όλη τη διάρκεια της χρονικής περιόδου των δύο χρόνων το φέρει ο πωλητής, για κάθε έλλειψη συμμόρφωσης, που καθίσταται εμφανής.

### 3.2.2 Εγγυήσεις: Συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών

Με τη σύμβαση παροχής ψηφιακού περιεχομένου, ή ψηφιακής υπηρεσίας, ο προμηθευτής έχει υποχρέωση να παράσχει, στο λήπτη, ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία και ο λήπτης έχει υποχρέωση να καταβάλει το συμφωνημένο αντάλλαγμα.

Σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου 155(Ι)/2021 «Περί Ορισμένων Πτυχών που αφορούν τις Συμβάσεις για την Προμήθεια Ψηφιακού Περιεχομένου και Ψηφιακών Υπηρεσιών», ο οποίος υιοθετεί το κείμενο της Οδηγίας 2019/770/ΕΕ, ο νόμος αυτός εφαρμόζεται:

- Όταν, με τη σύμβαση παροχής ψηφιακού περιεχομένου, ή ψηφιακής υπηρεσίας, ο προμηθευτής έχει υποχρέωση να παράσχει, στο λήπτη, ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία και ο λήπτης έχει υποχρέωση να παρέχει δικά του δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, εκτός αν τα δεδομένα αυτά υποβάλλονται, σε επεξεργασία, από τον προμηθευτή, αποκλειστικά, για την παροχή του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, ή προκειμένου ο προμηθευτής να συμμορφωθεί, προς νομικές υποχρεώσεις και ο προμηθευτής δεν επεξεργάζεται τα δεδομένα αυτά, για οποιονδήποτε άλλο σκοπό.
- Όταν το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία, σχεδιάζεται, σύμφωνα με τις προδιαγραφές του λήπτη.
- Όταν το υλικό μέσο χρησιμεύει, αποκλειστικά, ως φορέας, για τη μεταφορά ψηφιακού περιεχομένου.
- Όταν παρέχεται ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία ακόμα και όταν το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία παρέχεται, στο πλαίσιο μικτής σύμβασης.

Οι διατάξεις αυτού του νόμου περιλαμβάνουν αρκετές εξαιρέσεις, οι οποίες αναλύονται στο άρθρο 3(3).

Σύμφωνα με το άρθρο 4 του Νόμου:

- Ο προμηθευτής έχει την υποχρέωση να παράσχει το ψηφιακό περιεχόμενο, ή την ψηφιακή υπηρεσία, στο λήπτη. Εάν τα μέρη δεν έχουν συμφωνήσει διαφορετικά, ο προμηθευτής υποχρεούται να παράσχει το ψηφιακό περιεχόμενο, ή την ψηφιακή υπηρεσία, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, μετά από τη σύναψη της σύμβασης.
- Ο προμηθευτής ανταποκρίνεται, στην υποχρέωση παροχής, όταν:
  - το ψηφιακό περιεχόμενο, ή οποιοδήποτε μέσο κατάλληλο, για την προσπέλαση, ή μεταφόρτωση ψηφιακού περιεχομένου, καθίσταται διαθέσιμο, ή προσβάσιμο, από το λήπτη, ή από τη φυσική, ή εικονική εγκατάσταση, που έχει επιλέξει ο λήπτης, για το σκοπό αυτόν,

- ο η ψηφιακή υπηρεσία καθίσταται διαθέσιμη, στο λήπτη, ή στη φυσική, ή εικονική εγκατάσταση, που έχει επιλέξει ο λήπτης, για τον σκοπό αυτόν.

Σύμφωνα με το άρθρο 10 του νόμου αυτού, ο προμηθευτής ευθύνεται, ανεξάρτητα από υπαιτιότητά του, αν δεν παράσχει το ψηφιακό περιεχόμενο/υπηρεσία, όπως περιγράφεται, παραπάνω. Επίσης, ο προμηθευτής φέρει το βάρος της απόδειξης, για την παροχή περιεχομένου/υπηρεσίας.

Στο άρθρο 13 του νόμου, αναφέρονται τα δικαιώματα του λήπτη, σε περίπτωση που ο προμηθευτής δεν εκπληρώσει την παροχή ψηφιακού περιεχομένου/υπηρεσίας:

- Ο λήπτης δικαιούται να απαιτήσει, από τον προμηθευτή, την εκπλήρωση. Αν και πάλι, ο προμηθευτής δεν παράσχει το ψηφιακό περιεχόμενο, ή την ψηφιακή υπηρεσία, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, ή εντός της πρόσθετης χρονικής περιόδου, που έχει ρητώς συμφωνηθεί από τα μέρη, ο λήπτης έχει το δικαίωμα να λύσει τη σύμβαση.

Επίσης, ο λήπτης δικαιούται να λύσει τη σύμβαση όταν:

- Είναι σαφές, ή έχει δηλωθεί από τον προμηθευτή ότι δε θα παράσχει το ψηφιακό περιεχόμενο/υπηρεσία.
- Ενώ έχει συμφωνηθεί συγκεκριμένη προθεσμία παροχής, αυτή δεν τηρείται.

Ο προμηθευτής υποχρεούται να παράσχει, στο λήπτη, ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία, που ανταποκρίνεται στη σύμβαση. Δηλαδή:

- Αντιστοιχεί, στην περιγραφή, στην ποσότητα και στην ποιότητα και διαθέτει τη λειτουργικότητα, τη συμβατότητα, τη διαλειτουργικότητα και τα λοιπά χαρακτηριστικά, που προβλέπονται στη σύμβαση.
- Είναι κατάλληλο, για την ειδική χρήση, που προβλέπεται στη σύμβαση.
- Παρέχεται, με όλα τα εξαρτήματα και τις οδηγίες, συμπεριλαμβανομένων των οδηγιών εγκατάστασης, και τις υπηρεσίες υποστήριξης, που προβλέπονται στη σύμβαση.
- Επικαιροποιείται, με ενημερώσεις, κατά τα προβλεπόμενα στη σύμβαση.
- Είναι κατάλληλο, για τους σκοπούς, για τους οποίους χρησιμοποιείται, συνήθως, ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία ίδιας κατηγορίας, λαμβάνοντας υπόψη, κατά περίπτωση, την υφιστάμενη εθνική και ενωσιακή νομοθεσία, τα τεχνικά πρότυπα ή, σε περίπτωση απουσίας τους, εφαρμοστέους ανά τομέα κώδικες δεοντολογίας.
- Ανταποκρίνεται, προς δοκιμαστική έκδοση, ή προεπισκόπηση του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, την οποία ο προμηθευτής είχε παρουσιάσει στο λήπτη.
- Συνοδεύεται, από εξαρτήματα και οδηγίες, που είναι εύλογο να αναμένει να λάβει ο λήπτης.
- Αντιστοιχεί, στην ποσότητα και διαθέτει τα ποιοτικά και άλλα χαρακτηριστικά, ιδίως τη λειτουργικότητα, τη συμβατότητα, την προσβασιμότητα, τη συνέχεια και την ασφάλεια, που είναι συνήθη για ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία της ίδιας κατηγορίας και τα οποία είναι εύλογο να αναμένει ο λήπτης.



Για τον προσδιορισμό των εύλογων προσδοκιών του λήπτη, λαμβάνονται υπόψη η φύση του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, καθώς και οι δημόσιες δηλώσεις του προμηθευτή, ή του αντιπροσώπου του, ή άλλων προσώπων σε προηγούμενα στάδια της αλυσίδας συναλλαγών, ιδίως στο πλαίσιο διαφήμισης, ή επισήμανσης. Ο προμηθευτής δε δεσμεύεται, από δημόσιες δηλώσεις, εάν αποδείξει ότι δε γνώριζε, ούτε μπορούσε, ευλόγως, να γνωρίζει τη σχετική δημόσια δήλωση, ή ότι, κατά τον χρόνο σύναψης της σύμβασης, η δημόσια δήλωση είχε διορθωθεί, με τον ίδιο, ή παρόμοιο τρόπο, με αυτόν, που είχε πραγματοποιηθεί, ή ότι η απόφαση του λήπτη δεν μπορούσε να επηρεαστεί, από τη δημόσια δήλωση.

Επιπρόσθετα δε:

- Ο προμηθευτής ευθύνεται, ανεξάρτητα από υπαιτιότητά του, αν κατά τον χρόνο παροχής το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση.
- Αν η σύμβαση είναι εκτελεστέα, με διαρκή παροχή, ο προμηθευτής ευθύνεται, για την έλλειψη συμμόρφωσης του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας καθ' όλο το χρονικό διάστημα της υποχρέωσης παροχής.
- Ο προμηθευτής δεν ευθύνεται, αν ο λήπτης, κατά τον χρόνο σύναψης της σύμβασης, έλαβε ειδική ενημέρωση ότι ένα συγκεκριμένο χαρακτηριστικό του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας αποκλίνει, από τις αντικειμενικές απαιτήσεις ανταπόκρισης και το αποδέχθηκε, ρητώς.
- Ο προμηθευτής δεν ευθύνεται για έλλειψη συμμόρφωσης του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας στη σύμβαση, όταν αυτή απορρέει αποκλειστικά, από την απουσία συγκεκριμένης ενημέρωσης, την οποία δεν εγκατέστησε ο λήπτης, εντός εύλογου χρονικού διαστήματος, από την παροχή της, εφόσον:
  - ο προμηθευτής ενημέρωσε το λήπτη, σχετικά με τη διαθεσιμότητα της ενημέρωσης και τις συνέπειες της μη εγκατάστασής της και
  - η αδυναμία του λήπτη να εγκαταστήσει την ενημέρωση, ή η εσφαλμένη εγκατάστασή, της από αυτόν, δεν οφειλόταν, σε ατελείς οδηγίες εγκατάστασης που παρασχέθηκαν στο λήπτη.

Έλλειψη συμμόρφωσης, που εμφανίζεται, μέσα σε ένα (1) έτος, από την παροχή του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, τεκμαίρεται ότι υπήρχε, κατά την παροχή. Αν η σύμβαση είναι εκτελεστέα, με διαρκή παροχή του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, η έλλειψη συμμόρφωσης, που διαπιστώνεται, κατά τη διάρκεια της σύμβασης, τεκμαίρεται ότι υπήρχε, καθ' όλο το χρονικό διάστημα που μεσολάβησε.

Τα προαναφερόμενα δεν ισχύουν, όταν ο προμηθευτής αποδεικνύει ότι το ψηφιακό περιβάλλον του λήπτη δεν είναι συμβατό, με τις τεχνικές απαιτήσεις του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας και ο προμηθευτής είχε ενημερώσει το λήπτη, σχετικά με αυτές τις απαιτήσεις, με σαφή και κατανοητό τρόπο, πριν από τη σύναψη της σύμβασης. Το βάρος της απόδειξης μεταφέρεται στο λήπτη, εάν δε συνεργαστεί, με τον προμηθευτή, προκειμένου, να εξακριβωθεί, αν η αιτία της έλλειψης συμμόρφωσης, εντοπίζεται, στο ψηφιακό περιβάλλον του χρήστη.

Όταν ο προμηθευτής ευθύνεται, για έλλειψη συμμόρφωσης, ο λήπτης δικαιούται, να: α) απαιτήσει αποκατάσταση της ανταπόκρισης του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, β) μειώσει το αντάλλαγμα, γ) λύσει τη σύμβαση και δ) απαιτήσει αποζημίωση:

- Ο λήπτης δικαιούται να ζητήσει αποκατάσταση της ανταπόκρισης του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, εκτός αν αυτό θα ήταν αδύνατο, ή θα επέφερε δυσανάλογες δαπάνες, για τον προμηθευτή, αφού ληφθούν υπόψη όλες οι περιστάσεις της εκάστοτε περίπτωσης και ιδίως:
  - η αξία, που θα είχε το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία, αν δεν υπήρχε έλλειψη συμμόρφωσης,
  - η βαρύτητα της έλλειψης συμμόρφωσης.
- Ο προμηθευτής οφείλει να πραγματοποιήσει την αποκατάσταση, σε εύλογο χρόνο, χωρίς οικονομική επιβάρυνση και χωρίς σημαντική ενόχληση του λήπτη.
- Ο λήπτης δικαιούται να μειώσει το αντάλλαγμα, ή να λύσει τη σύμβαση, μόνο αν:
  - Ο προμηθευτής είτε αρνείται, νομίμως, να προβεί, στην αποκατάσταση της έλλειψης συμμόρφωσης, είτε δηλώνει, ή συνάγεται από τις περιστάσεις ότι δεν πρόκειται να προβεί, ολοσχερώς και προσηκόντως, στην αποκατάσταση της έλλειψης συμμόρφωσης.
  - Ο προμηθευτής δεν πραγματοποιεί, ολοσχερώς και προσηκόντως, την αποκατάσταση της έλλειψης συμμόρφωσης.
  - Παρά την προσπάθεια εκ μέρους του προμηθευτή να αποκαταστήσει την έλλειψη συμμόρφωσης, εμφανίζεται, εκ νέου η ίδια, ή διαφορετική έλλειψη συμμόρφωσης.
  - Η έλλειψη συμμόρφωσης είναι τόσο σοβαρή, ώστε να δικαιολογεί την άμεση μείωση του ανταλλάγματος, ή τη λύση της σύμβασης.
- Σε περίπτωση παροχής του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, έναντι ανταλλάγματος, ο λήπτης δικαιούται να λύσει τη σύμβαση, μόνο αν η έλλειψη συμμόρφωσης είναι ουσιώδης.
- Η απόδειξη ότι η έλλειψη συμμόρφωσης δεν είναι ουσιώδης βαρύνει τον προμηθευτή.
- Αν ο λήπτης μειώσει το αντάλλαγμα, ο προμηθευτής υποχρεούται να επιστρέψει, εντόκως, μέρος του ανταλλάγματος, που είναι ανάλογο της μείωσης της αξίας του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, που δεν ανταποκρίνεται στη σύμβαση, σε σύγκριση με την αξία, που θα είχε το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία αν ανταποκρινόταν στη σύμβαση. Αν η σύμβαση είναι εκτελεστέα, με περισσότερες διαδοχικές παροχές, ή με διαρκή παροχή, το αντάλλαγμα μειώνεται, για το χρονικό διάστημα, κατά το οποίο το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία δεν τελούσε, σε ανταπόκριση.
- Αν ο λήπτης λύσει τη σύμβαση, ο προμηθευτής υποχρεούται να του επιστρέψει, εντόκως, το σύνολο του ποσού, που έχει καταβληθεί, στο πλαίσιο της σύμβασης. Αν η σύμβαση είναι εκτελεστέα με περισσότερες διαδοχικές παροχές, ή με διαρκή παροχή του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, ο προμηθευτής οφείλει να επιστρέψει, εντόκως, στο λήπτη μέρος του ανταλλάγματος, που αντιστοιχεί στο χρονικό διάστημα, κατά το οποίο

το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία δεν ανταποκρινόταν, στη σύμβαση, καθώς και μέρος του ανταλλάγματος, που τυχόν έχει καταβληθεί, από τον λήπτη, προκαταβολικά και αντιστοιχεί στο χρονικό διάστημα, που θα απέμενε, έως τη λήξη της σύμβασης.

- Αν ο λήπτης λύσει τη σύμβαση, υποχρεούται να απέχει, από τη χρήση του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας και από τη διάθεσή του, σε τρίτους. Εάν το ψηφιακό περιεχόμενο έχει παρασχεθεί, σε υλικό μέσο, ο λήπτης, κατόπιν αιτήματος και με δαπάνες του προμηθευτή, οφείλει να επιστρέψει το υλικό μέσο, στον προμηθευτή, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση. Εάν ο προμηθευτής ζητήσει την επιστροφή του υλικού μέσου, η αίτηση υποβάλλεται, εντός δεκατεσσάρων (14) ημερών, από την ημέρα κατά την οποία ο προμηθευτής ενημερώθηκε, για την απόφαση του λήπτη να λύσει τη σύμβαση.
- Η επιστροφή χρημάτων που οφείλονται, από τον προμηθευτή, στο λήπτη πραγματοποιείται χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και σε κάθε περίπτωση, εντός δεκατεσσάρων (14) ημερών, από την ημερομηνία προέλευσης, στον προμηθευτή της δήλωσης του λήπτη. Ο προμηθευτής επιστρέφει τα χρήματα, χρησιμοποιώντας τα ίδια μέσα πληρωμής, που χρησιμοποίησε ο λήπτης, εκτός αν ο λήπτης συμφωνήσει, ρητώς, για τη χρήση διαφορετικού μέσου και υπό τον όρο να μην επιβαρυνθεί, με δαπάνες, που προκύπτουν, από την επιστροφή των χρημάτων. Ο προμηθευτής δεν επιβάλλει, στο λήπτη, τέλη επιστροφής.

Το άρθρο 18 του νόμου προβλέπει τις προϋποθέσεις για την τροποποίηση ψηφιακού περιεχομένου/ υπηρεσίας, από τον προμηθευτή:

- Ο προμηθευτής μπορεί να τροποποιήσει το ψηφιακό περιεχόμενο, ή την ψηφιακή υπηρεσία, πέραν του αναγκαίου, για τη διατήρηση της ανταπόκρισης στη σύμβαση εφόσον:
  - Η σύμβαση επιτρέπει και παρέχει βάσιμους λόγους, για μια τέτοια τροποποίηση.
  - Η εν λόγω τροποποίηση πραγματοποιείται, χωρίς πρόσθετο κόστος για τον λήπτη.
  - Ο λήπτης ενημερώνεται, με σαφή και κατανοητό τρόπο, σχετικά με την τροποποίηση.
  - Ο λήπτης ενημερώνεται προκαταβολικά, εντός εύλογης προθεσμίας, σε σταθερό μέσο, σχετικά με τα χαρακτηριστικά και τον χρόνο της τροποποίησης και σχετικά με το δικαίωμα λύσης της σύμβασης, ή την ευχέρεια διατήρησης του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας, χωρίς την εν λόγω τροποποίηση, όταν η τροποποίηση επηρεάζει, αρνητικά τη χρήση του περιεχομένου υπηρεσίας.
- Εάν η τροποποίηση επηρεάζει αρνητικά, κατά τρόπο ουσιώδη, την πρόσβαση, ή τη χρήση, ο λήπτης δικαιούται να λύσει τη σύμβαση, χωρίς επιβάρυνση, εντός τριάντα (30) ημερών, από την ενημέρωσή του, ή από τη χρονική στιγμή, κατά την οποία το ψηφιακό περιεχόμενο, ή η ψηφιακή υπηρεσία τροποποιείται, από τον προμηθευτή, ανάλογα με το ποια ημερομηνία είναι μεταγενέστερη.

Συμφωνία, που εισάγει παρέκκλιση, από τις διατάξεις του παρόντος, σε βάρος του καταναλωτή, είναι άκυρη, εφόσον καταρτίστηκε, πριν από τον χρόνο, που η μη εκπλήρωση, η έλλειψη συμμόρφωσης, ή η τροποποίηση του ψηφιακού περιεχομένου, ή της ψηφιακής υπηρεσίας έγινε γνωστή, σε αυτόν. Έγκυρη είναι κάθε συμφωνία, που εισάγει παρέκκλιση, υπέρ του καταναλωτή.

Αρμόδια αρχή, για την εφαρμογή των παραπάνω διατάξεων, εφόσον ο λήπτης είναι καταναλωτής, ορίζεται η Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας.

### 3.2.3 Εγγυήσεις: Συμβάσεις πώλησης αγαθών

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Ν. 154(Ι)/2021, το οποίο υιοθετεί το κείμενο της Οδηγίας 2019/771/ΕΕ: «Σύμβαση πώλησης» είναι κάθε σύμβαση, δυνάμει της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει την υποχρέωση να μεταβιβάσει την κυριότητα αγαθών, στον καταναλωτή, καθώς και κάθε σύμβαση, που έχει ως αντικείμενο, την παροχή αγαθών και υπηρεσιών ταυτόχρονα.

Επιπρόσθετα, «αγαθά» είναι κάθε ενσώματο κινητό αντικείμενο. Το νερό, το αέριο και η ηλεκτρική ενέργεια θεωρούνται αγαθά, όταν προσφέρονται, προς πώληση, σε περιορισμένο όγκο, ή καθορισμένη ποσότητα. Επίσης, αγαθό είναι κάθε ενσώματο κινητό αντικείμενο, που ενσωματώνει, ή διασυνδέεται, με ψηφιακό περιεχόμενο, ή ψηφιακή υπηρεσία, κατά τέτοιο τρόπο, ώστε η απουσία του εν λόγω ψηφιακού περιεχομένου, ή της εν λόγω ψηφιακής υπηρεσίας να παρεμποδίζει τα αγαθά να εκτελούν τις λειτουργίες τους («αγαθά με ψηφιακά στοιχεία»).

Η Ευρωπαϊκή και η Κυπριακή νομοθεσία προβλέπουν 2 είδη εγγυήσεων:

- Νομική εγγύηση: Η ευθύνη του πωλητή, για έλλειψη συμμόρφωσης του αγαθού στη σύμβαση και η οποία προβλέπεται, στο άρθρο 2 του Ν.154/2021.
- Εμπορική εγγύηση: Εθελοντική ανάληψη, εκ μέρους του πωλητή, ή του παραγωγού, κάθε μορφής υποχρέωσης έναντι του καταναλωτή, επιπλέον της νόμιμης εγγύησης, για έλλειψη συμμόρφωσης του αγαθού, στη σύμβαση και η οποία προβλέπεται, από το άρθρο 2 του Ν.154/2021.

### 3.2.4 Νομική εγγύηση στις πωλήσεις αγαθών

Ανατρέχοντας στις διατάξεις του άρθρου 6 του Ν.154/2021 γίνεται αντιληπτό ότι:

- Ο πωλητής υποχρεούται να παραδώσει το προϊόν στον καταναλωτή έτσι ώστε αυτό να ανταποκρίνεται στη σύμβαση, δηλαδή χωρίς πραγματικά ελαττώματα.
- Ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωσή του να παραδώσει το προϊόν, σύμφωνα με τη σύμβαση, όταν αυτό έχει τις ιδιότητες, που έχουν συμφωνήσει τα μέρη και ιδίως:
  - ✓ Αντιστοιχεί, στην περιγραφή, στο είδος, στην ποσότητα και στην ποιότητα και διαθέτει τη λειτουργικότητα και τα λοιπά χαρακτηριστικά, που προβλέπονται στη σύμβαση.
  - ✓ Είναι κατάλληλο, για την ειδική χρήση, που προβλέπεται στη σύμβαση.
  - ✓ Παραδίδεται, με όλα τα εξαρτήματα, τις συσκευασίες και τις οδηγίες, που προβλέπονται στη σύμβαση.
  - ✓ Διαθέτει την ικανότητα να λειτουργεί, με υλισμικό, ή λογισμικό, με το οποίο χρησιμοποιούνται, κατά κανόνα, τα πράγματα του ίδιου είδους, χωρίς να απαιτείται η μετατροπή των πραγμάτων, του υλισμικού, ή του λογισμικού

(συμβατότητα), καθώς και την ικανότητα να λειτουργεί, με υλισμικό, ή λογισμικό διαφορετικό από εκείνο με το οποίο χρησιμοποιούνται, κατά κανόνα τα πράγματα του ίδιου είδους (διαλειτουργικότητα), όπως προβλέπεται στη σύμβαση.

- ✓ Επικαιροποιείται, με τις ενημερώσεις, που προβλέπονται στη σύμβαση.
  - ✓ Είναι κατάλληλο, για τους σκοπούς, για τους οποίους χρησιμοποιούνται, συνήθως, πράγματα της ίδιας κατηγορίας.
  - ✓ Έχει την ποιότητα και ανταποκρίνεται, στο δείγμα, ή στο υπόδειγμα, το οποίο ο πωλητής είχε παρουσιάσει στον καταναλωτή.
  - ✓ Παραδίδεται, μαζί με τα εξαρτήματα, τις συσκευασίες και τις οδηγίες, που είναι εύλογο να αναμένει να λάβει ο καταναλωτής.
  - ✓ Διαθέτει την ικανότητα να διατηρεί τις απαιτούμενες λειτουργίες και επιδόσεις του, στο πλαίσιο της συνήθους χρήσης (ανθεκτικότητα), την οποία είναι εύλογο να αναμένει ο καταναλωτής.
  - ✓ Αντιστοιχεί, στην ποσότητα και διαθέτει τα ποιοτικά και άλλα χαρακτηριστικά, αναλόγως της φύσης του, ιδίως αναφορικά με τη λειτουργικότητα, τη συμβατότητα και την ασφάλεια, που είναι συνήθη για πράγματα της ίδιας κατηγορίας και που είναι εύλογο να αναμένει ο καταναλωτής. Για τον προσδιορισμό των εύλογων προσδοκιών του καταναλωτή, λαμβάνονται υπόψη οι δημόσιες δηλώσεις του πωλητή, ή του αντιπροσώπου του, ή άλλων προσώπων, συμπεριλαμβανομένου του παραγωγού, ιδίως στο πλαίσιο διαφήμισης, ή επισήμανσης. Ο πωλητής δε δεσμεύεται, από δημόσιες δηλώσεις, αν αποδείξει ότι δε γνώριζε, ούτε μπορούσε, ευλόγως, να γνωρίζει τη σχετική δημόσια δήλωση, ή ότι, κατά τον χρόνο σύναψης της σύμβασης, η δημόσια δήλωση είχε διορθωθεί, με τον ίδιο, ή παρόμοιο τρόπο με αυτόν, που είχε πραγματοποιηθεί, ή ότι η απόφαση του καταναλωτή δε μπορούσε να επηρεαστεί από τη δημόσια δήλωση.
- Το προϊόν δεν ανταποκρίνεται, στη σύμβαση, σε περίπτωση *πλημμελούς εγκατάστασής του*, αν η εγκατάσταση αποτελεί μέρος της σύμβασης και πραγματοποιήθηκε, από τον ίδιο τον πωλητή ή συνεργάτη αυτού. Το ίδιο ισχύει και όταν η πλημμέλεια της εγκατάστασης, που προοριζόταν να γίνει, από τον καταναλωτή και έγινε από αυτόν, οφείλεται, σε ατελείς οδηγίες εγκατάστασης, που παρασχέθηκαν, από τον πωλητή, ή, σε περίπτωση πώλησης πράγματος με ψηφιακά στοιχεία και από τον πάροχο των ψηφιακών στοιχείων.
  - Ο πωλητής προϊόντος, με ψηφιακά στοιχεία, υποχρεούται να διασφαλίσει ότι, στον καταναλωτή, κοινοποιείται και παρέχεται, εκτός από τις ενημερώσεις ασφαλείας, και κάθε άλλη ενημέρωση, που είναι απαραίτητη, προκειμένου το προϊόν να ανταποκρίνεται στη σύμβαση. Αν η σύμβαση πώλησης είναι εκτελεστέα, με μια, ή περισσότερες διαδοχικές παροχές των ψηφιακών στοιχείων, ο πωλητής ευθύνεται, για την παροχή ενημερώσεων, καθ' όλο το χρονικό διάστημα, που ο καταναλωτής δικαιούται, ευλόγως, να αναμένει την παροχή ενημερώσεων, δεδομένου του είδους και του σκοπού του πράγματος και των ψηφιακών στοιχείων, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων και της φύσης της σύμβασης. Αν η σύμβαση πώλησης είναι εκτελεστέα, με διαρκή παροχή των ψηφιακών

στοιχείων, ο πωλητής ευθύνεται, για την παροχή ενημερώσεων, καθ' όλο το χρονικό διάστημα της υποχρέωσης παροχής των ψηφιακών στοιχείων.

- Ο πωλητής δεν ευθύνεται, για έλλειψη συμμόρφωσης σε περίπτωση προϊόντων με ψηφιακά χαρακτηριστικά, όταν αυτή απορρέει, αποκλειστικά, από την απουσία συγκεκριμένης ενημέρωσης, την οποία δεν εγκατέστησε ο καταναλωτής, εντός εύλογου χρονικού διαστήματος, από την παροχή της, εφόσον:
  - Ο πωλητής ενημέρωσε τον καταναλωτή, σχετικά με τη διαθεσιμότητα της ενημέρωσης και τις συνέπειες της μη εγκατάστασής της.
  - Η αδυναμία του καταναλωτή να εγκαταστήσει την ενημέρωση, ή η εσφαλμένη εγκατάστασή της, από αυτόν, δεν οφειλόταν, σε ατελείς οδηγίες εγκατάστασης, που παρασχέθηκαν στον καταναλωτή.
- Η έλλειψη συμμόρφωσης, που εμφανίζεται, μέσα σε ένα (1) έτος, από την παράδοση του πράγματος, τεκμαίρεται ότι υπήρχε, κατά την παράδοση, εκτός αν αυτό δεν συμβιβάζεται με τη φύση του πράγματος, ή με τη φύση της έλλειψης. Αν η σύμβαση είναι εκτελεστέα με διαρκή παροχή των ψηφιακών στοιχείων, η έλλειψη συμμόρφωσης, που συνδέεται, με τα ψηφιακά στοιχεία και διαπιστώνεται, κατά τη διάρκεια της σύμβασης, τεκμαίρεται ότι υπήρχε καθ' όλο το χρονικό διάστημα που μεσολάβησε.
- Όταν ο πωλητής ευθύνεται για έλλειψη συμμόρφωσης, ο καταναλωτής δικαιούται, σύμφωνα με τους όρους των επόμενων άρθρων, να:
  - απαιτήσει αποκατάσταση του προϊόντος,
  - μειώσει το τίμημα,
  - υπαναχωρήσει από τη σύμβαση,
  - απαιτήσει αποζημίωση.
- Ο καταναλωτής δύναται, αν διαπιστωθεί μεταγενέστερα και άλλη έλλειψη συμμόρφωσης, να ασκήσει εκ νέου τα ανωτέρω δικαιώματα.
- Ο καταναλωτής δικαιούται να επιλέξει την επιδιόρθωση, ή την αντικατάσταση του προϊόντος, εκτός αν αυτή είναι αδύνατη, ή, σε σύγκριση με τον μη επιλεγέντα τρόπο αποκατάστασης, συνεπάγεται, για τον πωλητή, δυσανάλογες δαπάνες, αφού ληφθούν υπόψη ιδίως η αξία του πράγματος, η βαρύτητα της έλλειψης συμμόρφωσης και η δυνατότητα ολοκλήρωσης του μη επιλεγέντος τρόπου αποκατάστασης, χωρίς σημαντική ενόχληση του καταναλωτή. Ο πωλητής δικαιούται να αρνηθεί την αποκατάσταση της έλλειψης συμμόρφωσης του πράγματος, αν αυτή είναι αδύνατη, ή συνεπάγεται για αυτόν δυσανάλογες δαπάνες, ενόψει ιδίως της αξίας του πράγματος και της βαρύτητας της έλλειψης συμμόρφωσης.
- Ο πωλητής οφείλει να πραγματοποιήσει την αποκατάσταση, σε εύλογο χρόνο και χωρίς σημαντική ενόχληση του καταναλωτή. Με την αποκατάσταση ο καταναλωτής περιέρχεται, χωρίς οικονομική επιβάρυνση, στην κατάσταση, που θα βρισκόταν, εάν εξαρχής απουσίαζε η έλλειψη συμμόρφωσης.
- Ο καταναλωτής δικαιούται να μειώσει το τίμημα, ή, σε περίπτωση ουσιώδους έλλειψης συμμόρφωσης, να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, μόνο αν:

- Ο πωλητής είτε αρνείται, νομίμως, να προβεί, στην αποκατάσταση της έλλειψης συμμόρφωσης, είτε δηλώνει, ή συνάγεται από τις περιστάσεις ότι δεν πρόκειται να προβεί στην αποκατάσταση του προϊόντος.
- Παρά την προσπάθεια εκ μέρους του πωλητή να αποκαταστήσει την έλλειψη συμμόρφωσης, εμφανίζεται εκ νέου η ίδια, ή διαφορετική έλλειψη συμμόρφωσης.
- Η έλλειψη συμμόρφωσης είναι τόσο σοβαρή, ώστε να δικαιολογεί την άμεση μείωση του τιμήματος, ή την υπαναχώρηση.
- Η έλλειψη συμμόρφωσης εκδηλωθεί εντός τριάντα (30) ημερών, από την παράδοση του πράγματος και ο καταναλωτής έχει ειδοποιήσει τον πωλητή, για την έλλειψη συμμόρφωσης, χωρίς υπαίτια καθυστέρηση. Η απόδειξη ότι η έλλειψη συμμόρφωσης δεν είναι ουσιώδης βαρύνει τον πωλητή.
- Αν ο καταναλωτής μειώσει το τίμημα, ο πωλητής υποχρεούται να επιστρέψει, εντόκως, μέρος του τιμήματος, που είναι ανάλογο της μείωσης της αξίας του πράγματος, που δεν ανταποκρίνεται, στη σύμβαση, σε σύγκριση με την αξία, που θα είχε το πράγμα, αν ανταποκρινόταν στη σύμβαση. Αν ο καταναλωτής υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, υποχρεούται να αποδώσει το πράγμα ελεύθερο, από κάθε βάρος, που του προσέθεσε ο ίδιος καθώς και τα ωφελήματα, που αποκόμισε. Ο πωλητής υποχρεούται, μόλις παραλάβει το πράγμα, ή απόδειξη αποστολής του, να επιστρέψει το τίμημα, εντόκως, τα έξοδα της πώλησης και της επιστροφής του πράγματος καθώς και όσα ο καταναλωτής δαπάνησε, για το πράγμα.
- Ο καταναλωτής έχει δικαίωμα να ζητήσει αντικατάσταση, ή να υπαναχωρήσει, από τη σύμβαση, ή να μειώσει το τίμημα και αν ακόμη το πράγμα καταστράφηκε, ή χειροτέρευσε εξαιτίας της έλλειψης συμμόρφωσης.
- Αν από περισσότερα πράγματα, που πωλήθηκαν, μερικά μόνο δεν ανταποκρίνονται, στη σύμβαση, το δικαίωμα αντικατάστασης, ή υπαναχώρησης περιορίζεται σε αυτά, εκτός εάν δεν είναι εύλογο να αναμένεται, από τον καταναλωτή να δεχθεί να κρατήσει μόνο τα πράγματα, που ανταποκρίνονται στη σύμβαση.

### 3.2.5 Εμπορική εγγύηση στις πωλήσεις αγαθών

Η εμπορική εγγύηση δεν είναι υποχρεωτική, αλλά όταν παρέχεται, συνίσταται στην ανάληψη από μέρους του πωλητή, ή του παραγωγού κάθε μορφής υποχρέωσης έναντι του καταναλωτή, επιπλέον της νόμιμης εγγύησης.

Η εμπορική εγγύηση δίνει δικαίωμα στον καταναλωτή για επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος, αντικατάσταση, επισκευή, ή φροντίδα του καταναλωτικού αγαθού, χωρίς επιβάρυνση του καταναλωτή.

Η εγγύηση αυτή περιλαμβάνει, σε απλή και κατανοητή διατύπωση και στα ελληνικά, πληροφορίες για τον εγγυητή, το αγαθό, τη διάρκεια και την ένταση της εδαφικής της ισχύος καθώς και τη διαδικασία που πρέπει να ακολουθήσει ο καταναλωτής για να επιτύχει της εφαρμογή της εμπορικής εγγύησης. Δίνεται εγγράφως ή σε σταθερό μέσο.

Όταν ένας παραγωγός παρέχει, στον καταναλωτή, εμπορική εγγύηση, όσον αφορά την ανθεκτικότητα ορισμένων αγαθών, για ορισμένο χρονικό διάστημα, ο παραγωγός είναι άμεσα

υπεύθυνος, έναντι του καταναλωτή, καθ' όλη τη διάρκεια της εμπορικής εγγύησης, όσον αφορά την ανθεκτικότητα, για την επισκευή, ή την αντικατάσταση των αγαθών. Ο παραγωγός δύναται να προσφέρει, στον καταναλωτή, πιο ευνοϊκές συνθήκες, στη δήλωση εμπορικής εγγύησης, όσον αφορά την ανθεκτικότητα.

Εάν οι προϋποθέσεις, που ορίζονται, στη δήλωση εμπορικής εγγύησης είναι λιγότερο ευνοϊκές, για τον καταναλωτή, από τις προϋποθέσεις, που ορίζονται στη σχετική διαφήμιση, η εμπορική εγγύηση είναι δεσμευτική βάσει των προϋποθέσεων, που ορίζονται στη διαφήμιση, σχετικά με την εμπορική εγγύηση, εκτός εάν πριν από τη σύναψη της σύμβασης πώλησης η σχετική διαφήμιση είχε διορθωθεί, με τον ίδιο, ή παρόμοιο τρόπο, με αυτόν που πραγματοποιήθηκε.

### 3.2.6 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών

Οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν:

- Μεγάλη σύγχυση, ανάμεσα στη νομική και την εμπορική εγγύηση. Οι πωλητές πολύ συχνά δεν πληροφορούν τους καταναλωτές για την νόμιμη εγγύηση, αλλά μόνο για την εμπορική.
- Κάποιοι έμποροι αρνούνται να εφαρμόσουν τη νόμιμη εγγύηση και τότε απαιτείται εξειδικευμένη γνώση, από τους καταναλωτές, για να εφαρμόσουν τη νόμιμη εγγύηση.
- Κάποιοι έμποροι ζητούν από τους καταναλωτές να πληρώσουν για την επισκευή των προϊόντων, ενώ η νόμιμη εγγύηση δεν έχει λήξει και η νομοθεσία απαγορεύει αυτήν την πολιτική.
- Κάποιοι έμποροι επιβάλλουν στους καταναλωτές να πληρώσουν, για την επιστροφή των ελαττωματικών προϊόντων.
- Μετά την πάροδο της περιόδου κατά την οποία θεωρείται ότι το ελάττωμα προϋπήρχε της αγοράς του, είναι σχεδόν αδύνατο να αποδείξει ο καταναλωτής ότι το προϊόν ήταν ελαττωματικό τη στιγμή της αγοράς του.
- Η επιστροφή των χρημάτων στον καταναλωτή, μετά από αναστροφή πώλησης, αργεί πάρα πολύ.
- Η διαφορετική διάρκεια εγγύησης, για τα μεταχειρισμένα προϊόντα προκαλεί σύγχυση, στους καταναλωτές.

## 3.3 Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές

### 3.3.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία

Μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη, βάσει του δικαίου της Ε.Ε., όταν αποτρέπει τον καταναλωτή από το να λάβει μια πλήρως τεκμηριωμένη και ελεύθερη οικονομική απόφαση. Οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές απαγορεύονται σε όλη την Ε.Ε.

Η Οδηγία 2019/2161/Ε.Ε., με την οποία τροποποιήθηκε η Οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, προβλέπει μέγιστη εναρμόνιση, με εξαίρεση τις χρηματοοικονομικές



υπηρεσίες και τα ακίνητα, για τα οποία τα κράτη-μέλη μπορούν να επιβάλλουν αυστηρότερους όρους. Έτσι, όλα τα κράτη-μέλη εφαρμόζουν τους ίδιους κανόνες, εναντίον των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, σε όλη την Ε.Ε.

### 3.3.2 Κυπριακή νομοθεσία

Η Οδηγία 2005/29/ΕΚ, όπως τροποποιήθηκε, με την 2019/2161/Ε.Ε., ενσωματώθηκε, στη κυπριακή νομοθεσία στο νόμο 112(I)/2021.

### 3.3.3 Διαφήμιση

Το άρθρο 9 αναφέρεται στη διαφήμιση, δηλαδή σε κάθε ανακοίνωση, που γίνεται, με κάθε μέσο, στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής, ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση της διάθεσης αγαθών, ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των ακινήτων και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων. Καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις, υπό τους οποίους επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση, δηλαδή κάθε διαφήμιση που προσδιορίζει άμεσα, ή έμμεσα, ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή, ή τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αυτός προσφέρει.

Σύμφωνα με το άρθρο 9:

- Προμηθευτής είναι κάθε φυσικό, ή νομικό πρόσωπο, που ενεργεί, για σκοπούς, οι οποίοι σχετίζονται, με την εμπορική, βιοτεχνική, επιχειρηματική, ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα καθώς και κάθε πρόσωπο, το οποίο ενεργεί, στο όνομα, ή για λογαριασμό του προμηθευτή.
- Ιδιοκτήτης κώδικα, είναι κάθε οντότητα, συμπεριλαμβανομένων ενός προμηθευτή, ή ομάδας προμηθευτών, που είναι υπεύθυνοι, για τη διατύπωση και την αναθεώρηση ενός κώδικα συμπεριφοράς ή και για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης προς τον κώδικα, όσων αναλαμβάνουν να δεσμευτούν από αυτόν.
- Συγκριτική διαφήμιση είναι κάθε διαφήμιση, που προσδιορίζει άμεσα, ή έμμεσα, ή υπονοεί την ταυτότητα συγκεκριμένου ανταγωνιστή, ή τα προϊόντα, ή τις υπηρεσίες, που αυτός προσφέρει. Η διαφήμιση αυτή, όσον αφορά τη σύγκριση, επιτρέπεται εφόσον:
  - Δεν είναι παραπλανητική.
  - Συγκρίνει προϊόντα, ή υπηρεσίες, που ανταποκρίνονται, στις ίδιες ανάγκες, ή έχουν τους ίδιους στόχους.
  - Συγκρίνει, κατά τρόπο αντικειμενικό, ένα, ή περισσότερα χαρακτηριστικά, που είναι ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή.
  - Δεν έχει, ως συνέπεια, τη δυσφήμιση, ή την υποτίμηση των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή.
  - Όταν πρόκειται για προϊόντα με ονομασία προέλευσης, αφορά προϊόντα, με την ίδια ονομασία προέλευσης.

- Δεν επωφελείται, αθέμιτα, από τη φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας, ή άλλων διακριτικών σημείων ανταγωνιστή ή από τα δηλωτικά καταγωγής ανταγωνιστικών προϊόντων.
- Δεν παρουσιάζει ένα προϊόν, ή μία υπηρεσία, ως απομίμηση, ή αντίγραφο προϊόντος, ή υπηρεσίας, που φέρει σήμα κατατεθέν, ή εμπορική επωνυμία.
- Δε δημιουργεί σύγχυση, μεταξύ προμηθευτών, μεταξύ διαφημιστή και ανταγωνιστή, ή μεταξύ των εμπορικών σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών γνωρισμάτων, προϊόντων, ή υπηρεσιών του διαφημιστή και του ανταγωνιστή.

### 3.3.4 Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές γενικά

Σύμφωνα με το άρθρο 5 του Ν. 112(Ι)/2021, το οποίο αφορά τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές των επιχειρήσεων, προς τους καταναλωτές:

- Εμπορική πρακτική είναι κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς, τρόπος εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία (και με τη μορφή διαφήμισης και marketing) ενός προμηθευτή, που μπορούν να επηρεάσουν την οικονομική απόφαση του καταναλωτή να αγοράσει, ή όχι ένα προϊόν, ή να κάνει χρήση, ή μη μιας υπηρεσίας.
- Προϊόν είναι κάθε αγαθό, ή υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένης της ακίνητης περιουσίας, της ψηφιακής υπηρεσίας και του ψηφιακού περιεχομένου, καθώς και των συναφών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων.
- Πρόσκληση για αγορά είναι, η εμπορική επικοινωνία, στην οποία αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και η τιμή με τρόπο, που ενδείκνυται, για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας, τα οποία χρησιμοποιούνται, έτσι ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την αγορά.
- Κατάχρηση επιρροής είναι η εκμετάλλευση της θέσης ισχύος, σε σχέση με τον καταναλωτή για την άσκηση πίεσης, ακόμα και χωρίς τη χρήση, ή την απειλή σωματικής βίας, με τρόπο, που περιορίζει, σημαντικά, την ικανότητα του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση.
- Κατάταξη είναι η σχετική προβολή, που δίδεται, σε προϊόντα, όπως παρουσιάζονται, οργανώνονται, ή κοινοποιούνται, από τον προμηθευτή, ανεξαρτήτως των τεχνολογικών μέσων που χρησιμοποιούνται για την εν λόγω παρουσίαση, οργάνωση, ή κοινοποίηση.
- Επιγραμμική αγορά είναι η υπηρεσία, η οποία χρησιμοποιεί λογισμικό, συμπεριλαμβανομένου ιστοτόπου, μέρους ιστοτόπου, ή εφαρμογής, το οποίο διαχειρίζεται προμηθευτής, ή άλλος εξ ονόματος του προμηθευτή και η οποία επιτρέπει, στους καταναλωτές να συνάπτουν, εξ αποστάσεως συμβάσεις, με άλλους προμηθευτές, ή καταναλωτές, χρησιμοποιώντας λογισμικό, συμπεριλαμβανομένου ιστοτόπου, μέρους ιστοτόπου, ή εφαρμογής, το οποίο διαχειρίζεται ο προμηθευτής, ή άλλος εξ ονόματος του προμηθευτή.

Ο Ν. 112(Ι)/2021 απαγορεύει αυστηρά τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, γιατί μπορούν να στρεβλώσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών, οδηγώντας τους σε λάθος αγοραστικές

επιλογές. Διακρίνονται σε: παραπλανητικές πράξεις, παραπλανητικές παραλείψεις και επιθετικές εμπορικές πρακτικές.

### 3.3.5 Παραπλανητικές πράξεις

Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική, όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες, και είναι, συνεπώς, αναληθής, ή όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίασής της, παραπλανά, ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές, όσον αφορά ένα, ή περισσότερα από τα στοιχεία, τα οποία αναφέρονται παρακάτω και, ούτως, ή άλλως, τον οδηγεί, ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής, την οποία, διαφορετικά, δε θα ελάμβανε. Τα στοιχεία αυτά είναι:

- η ύπαρξη, ή η φύση του προϊόντος,
- τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως είναι η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι κίνδυνοι, η εκτέλεση, η σύνθεση, τα συνοδευτικά εξαρτήματα, η μετά την πώληση υποστήριξη προς τον καταναλωτή και η αντιμετώπιση των παραπόνων, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής, ή παροχής, η παράδοση, η καταλληλότητα, η χρήση, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική, ή εμπορική προέλευση, ή τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δοκιμών, ή ελέγχων του προϊόντος,
- η έκταση των δεσμεύσεων του προμηθευτή, τα κίνητρα για την εμπορική πρακτική και η φύση της διαδικασίας πωλήσεων, κάθε δήλωση, ή σύμβολο, που αφορά άμεση, ή έμμεση χορηγία, ή έγκριση του προμηθευτή, ή του προϊόντος,
- η τιμή, ή ο τρόπος υπολογισμού της, ή η ύπαρξη ειδικής συμφέρουσας τιμής,
- η ανάγκη υπηρεσίας, ανταλλακτικού, αντικατάστασης, ή επισκευής,
- η φύση, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του προμηθευτή, ή του αντιπροσώπου του, όπως είναι η ταυτότητα και τα περιουσιακά στοιχεία του, τα προσόντα του, η ιδιότητα, η έγκριση, η εταιρική σχέση, η σύνδεση και η κυριότητα δικαιωμάτων βιομηχανικής, εμπορικής, ή πνευματικής ιδιοκτησίας, ή τα βραβεία και οι διακρίσεις του,
- τα δικαιώματα του καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος αντικατάστασης, ή επιστροφής.

### 3.3.6 Παραπλανητικές παραλήψεις

Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες, που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής και ως εκ τούτου τον οδηγεί, ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής, την οποία διαφορετικά δε θα ελάμβανε.

Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο προμηθευτής αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες, ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο, ή εκτός χρόνου, ή όταν

δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι, ήδη, προφανής και όταν, και στις δύο αυτές περιπτώσεις, τούτο έχει, ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση, για συναλλαγή, την οποία, διαφορετικά, δε θα είχε λάβει.

Το άρθρο 7 του Ν. 112(Ι)/2021, καθορίζει ποιες πληροφορίες θεωρούνται ουσιώδεις, στην περίπτωση της πρόσκλησης, για αγορά:

- τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος,
- η διεύθυνση και η ταυτότητα του προμηθευτή, όπως η εμπορική επωνυμία του και όπου ενδείκνυται, η διεύθυνση και η ταυτότητα του προμηθευτή, για λογαριασμό του οποίου ενεργεί αντιπρόσωπός του,
- η τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ή αν, λόγω της φύσεως του προϊόντος, η τιμή δεν μπορεί, ευλόγως, να καθοριστεί, εκ των προτέρων, ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή και, όπου ενδείκνυται, όλες οι πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης, ή ταχυδρομείου, ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις, ευλόγως, δε μπορούν να υπολογιστούν, εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις,
- οι ρυθμίσεις για την πληρωμή, παράδοση και εκτέλεση, εφόσον αποκλίνουν από τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας,
- για προϊόντα και συναλλαγές, όπου υφίσταται δικαίωμα υπαναχώρησης, ή ακύρωσης, η ύπαρξη αυτού του δικαιώματος,
- 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.

Όταν παρέχεται, στους καταναλωτές, η δυνατότητα αναζήτησης προϊόντων, που προσφέρονται, από διαφορετικούς προμηθευτές, ή από καταναλωτές, βάσει ερωτήματος, υπό μορφή λέξης κλειδιού, φράσης, ή άλλου στοιχείου, ανεξαρτήτως του τόπου, στον οποίο ολοκληρώνονται, τελικά, οι εν λόγω συναλλαγές, θεωρείται ουσιώδους σημασίας η παροχή γενικών πληροφοριών, σε ειδικό τμήμα της επιγραμμικής διεπαφής. Το τμήμα αυτό είναι, άμεσα και εύκολα, προσβάσιμο, από τη σελίδα, όπου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αναζήτησης, όσον αφορά, στις βασικές παραμέτρους, που καθορίζουν την κατάταξη των προϊόντων, που παρουσιάζονται στον καταναλωτή, ως αποτέλεσμα του ερωτήματος αναζήτησης καθώς και τη σημασία των ως άνω παραμέτρων έναντι άλλων.

Οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών, που θεσπίζονται από το ενωσιακό δίκαιο, σχετικά με την εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης, ή του μάρκετινγκ, θεωρούνται ουσιώδεις.

Όταν ο προμηθευτής παρέχει πρόσβαση, σε αξιολογήσεις προϊόντων, από καταναλωτές, θεωρείται ουσιώδους σημασίας η παροχή πληροφοριών, σχετικά με το κατά πόσον και με ποιόν τρόπο ο προμηθευτής διασφαλίζει ότι οι δημοσιευμένες αξιολογήσεις προέρχονται, από καταναλωτές, που έχουν όντως χρησιμοποιήσει, ή αγοράσει το προϊόν.

Η παράλειψη όλων των παραπάνω ουσιαδών πληροφοριών θεωρείται παραπλανητική παράλειψη.

### 3.3.7 Επιθετικές εμπορικές πρακτικές

Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επιθετική, εάν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρηση επιρροής και, ως εκ τούτου, παρεμποδίζει, ή ενδέχεται να παρεμποδίσει, σημαντικά, την ελευθερία επιλογής, ή συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή, ως προς το προϊόν, με αποτέλεσμα να τον οδηγεί, ή να είναι πιθανόν να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής, που διαφορετικά δε θα ελάμβανε.

Για να κριθεί, εάν μια εμπορική πρακτική κάνει χρήση παρενόχλησης, καταναγκασμού, συμπεριλαμβανομένης της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρησης επιρροής, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως:

- η χρονική στιγμή, ο τόπος, η φύση, ή η επιμονή,
- η χρήση απειλητικών, ή προσβλητικών εκφράσεων, ή συμπεριφοράς,
- η εκμετάλλευση, από τον προμηθευτή, κάθε συγκεκριμένης ατυχίας, ή περίπτωσης, την οποία γνωρίζει και η οποία είναι τόσο σοβαρή, ώστε να διαταράσσει την κρίση του καταναλωτή, προκειμένου να επηρεάσει την απόφασή του, όσον αφορά το προϊόν,
- κάθε επαχθές, ή δυσανάλογο μη συμβατικό εμπόδιο, που επιβάλλει ο προμηθευτής, σε περίπτωση, που ο καταναλωτής επιθυμεί να ασκήσει τα δικαιώματά του, στο πλαίσιο της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων λύσης της σύμβασης, ή μετάβασης σε άλλο προϊόν, ή σε άλλον προμηθευτή,
- κάθε απειλή, για λήψη μέτρου, που δε μπορεί να ληφθεί, νομίμως.

### 3.3.8 Ποιες παραπλανητικές πρακτικές απαγορεύονται;

Οι παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές, που απαγορεύονται, σύμφωνα με το Παράρτημα Ι του Ν. 112(Ι)/2021, είναι:

- ισχυρισμός ότι πρόκειται για συμβαλλόμενο σε κώδικα συμπεριφοράς ενώ ο εμπορευόμενος δεν είναι συμβαλλόμενος,
- χρησιμοποίηση σήματος αξιοπιστίας (trust mark), ποιοτικού σήματος, ή αντίστοιχου διακριτικού χωρίς την αντίστοιχη άδεια,
- ισχυρισμός ότι ένας κώδικας συμπεριφοράς έχει την έγκριση δημόσιου, ή άλλου φορέα ενώ δεν την έχει,
- ισχυρισμός ότι ο προμηθευτής (συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών πρακτικών του), ή ένα προϊόν έχει την έγκριση, την επικύρωση, ή την άδεια δημόσιου, ή ιδιωτικού φορέα ενώ δεν την έχει, ή παρόμοιος ισχυρισμός ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης, της επικύρωσης, ή της άδειας,

- πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να γίνεται γνωστή η ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων μπορεί να έχει ο εμπορευόμενος να πιστεύει ότι δεν θα μπορέσει να προμηθεύσει, ή να αναθέσει σε άλλο εμπορευόμενο να προμηθεύσει, τα προϊόντα αυτά, ή ισοδύναμά τους, στην τιμή αυτή, μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένου υπόψη του προϊόντος της κλίμακας διαφήμισης του προϊόντος και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»),
- πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε καθορισμένη τιμή και στη συνέχεια:
  - ο άρνηση επίδειξης του διαφημιζόμενου προϊόντος στους καταναλωτές,
  - ο άρνηση λήψης παραγγελιών, για το προϊόν, ή παράδοσή τους, σε εύλογο χρόνο,
  - ο επίδειξη ενός ελαττωματικού δείγματός του, με πρόθεση προώθησης ενός άλλου προϊόντος («δόλωμα και μεταστροφή»),
- ψευδής δήλωση ότι το προϊόν θα είναι διαθέσιμο, για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, ή ότι θα διατίθεται μόνο υπό ειδικούς όρους, για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να προκληθεί η λήψη άμεσης απόφασης και να στερηθεί από τους καταναλωτές η δυνατότητα, ή ο χρόνος να προβούν σε τεκμηριωμένη επιλογή,
- ανάληψη της υποχρέωσης παροχής υπηρεσιών υποστήριξης, μετά την πώληση, σε καταναλωτές με τους οποίους ο εμπορευόμενος είχε επικοινωνήσει, πριν από τη συναλλαγή, σε γλώσσα που δεν είναι επίσημη γλώσσα του κράτους-μέλους στο οποίο βρίσκεται ο εμπορευόμενος και στη συνέχεια διάθεση αυτής της υπηρεσίας μόνο σε άλλη γλώσσα, χωρίς αυτό να έχει καταστεί γνωστό στον καταναλωτή πριν να δεσμευθεί για τη συναλλαγή,
- δήλωση, ή με άλλο τρόπο δημιουργία της εντύπωσης ότι ένα προϊόν μπορεί να πωλείται νόμιμα ενώ δεν μπορεί,
- παρουσίαση των δικαιωμάτων, που παρέχει ο νόμος στον καταναλωτή, ως ειδικό χαρακτηριστικό της προσφοράς του εμπορευόμενου,
- χρήση κειμένου στα μέσα, για την προώθηση ενός προϊόντος, πληρωμένου από τον εμπορευόμενο, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενο της ανακοίνωσης, ή από εικόνα, ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση),
- παροχή αποτελεσμάτων αναζήτησης, μετά την υποβολή ερωτήματος επιγραμμικής αναζήτησης, 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,
- διατύπωση ουσιωδώς ανακριβούς ισχυρισμού όσον αφορά στη φύση, ή στην έκταση του κινδύνου για την προσωπική ασφάλεια του καταναλωτή, ή της οικογένειάς του, αν ο καταναλωτής δεν αγοράσει το προϊόν,
- προώθηση παρόμοιου προϊόντος, με εκείνο που προσφέρει συγκεκριμένος κατασκευαστής, με τέτοιο τρόπο, ώστε να παραπλανάται σκόπιμα ο καταναλωτής ότι έχει κατασκευασθεί από τον συγκεκριμένο κατασκευαστή, ακόμα και όταν δεν συμβαίνει αυτό,
- δημιουργία, λειτουργία, ή προώθηση ενός πυραμιδωτού συστήματος πωλήσεων, όπου ο καταναλωτής θεωρεί ότι έχει την ευκαιρία για μεγαλύτερο όφελος με την εισαγωγή άλλων

καταναλωτών στο σύστημα, παρά με την ίδια την πώληση, ή την κατανάλωση των προϊόντων,

- ισχυρισμός ότι ο εμπορευόμενος πρόκειται να σταματήσει τη δραστηριότητά του, ή να μετακομίσει, ενώ αυτό δεν ισχύει,
- ισχυρισμός ότι τα προϊόντα μπορούν να διευκολύνουν το κέρδος, σε τυχερά παιχνίδια,
- αναληθής ισχυρισμός ότι προϊόν είναι σε θέση να θεραπεύει ασθένεια, δυσλειτουργίες, ή δυσμορφίες,
- διάδοση ουσιωδώς ανακριβών πληροφοριών, σχετικά με τις συνθήκες της αγοράς, ή τη δυνατότητα εύρεσης του προϊόντος, προκειμένου να παροτρυνθεί ο καταναλωτής να αποκτήσει το προϊόν υπό όρους λιγότερο ευνοϊκούς, από ό,τι στις κανονικές συνθήκες της αγοράς,
- ισχυρισμός σε μία εμπορική πρακτική διεξαγωγής διαγωνισμού, ή καταβολής επάθλων, χωρίς τη χορήγηση των περιγραφόμενων επάθλων, ή του ισοδυνάμου τους,
- περιγραφή του προϊόντος, ως «δωρεάν», «χωρίς επιβάρυνση», ή αντίστοιχη διατύπωση, αν ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει οποιαδήποτε άλλη πληρωμή, πλην του αναπόφευκτου κόστους, για την απάντηση στην εμπορική πρακτική, ή για την παραλαβή, ή την παράδοση του αντικειμένου,
- προσθήκη, στο υλικό μάρκετινγκ, τιμολογίου, ή αντίστοιχου εγγράφου, με το οποίο ζητείται πληρωμή και το οποίο παρέχει στον καταναλωτή την εντύπωση ότι έχει, ήδη, παραγγείλει το προϊόν, ενώ αυτό δεν ισχύει,
- ψευδής ισχυρισμός, ή δημιουργία εντύπωσης ότι ο εμπορευόμενος δεν ενεργεί για σκοπούς που συνδέονται με την εμπορική δραστηριότητά του, την επιχείρηση, την τέχνη, ή το επιτήδειμά του, ή υποδυόμενος ψευδώς τον καταναλωτή,
- δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι οι υπηρεσίες, μετά την πώληση του προϊόντος, διατίθενται σε κράτος-μέλος άλλο από αυτό στο οποίο πωλείται το προϊόν,
- μεταπώληση εισιτηρίων εκδηλώσεων, στους καταναλωτές, εάν ο προμηθευτής τα απέκτησε, χρησιμοποιώντας αυτοματοποιημένα μέσα, για να παρακάμψει οποιοδήποτε επιβαλλόμενο όριο, στον αριθμό των εισιτηρίων, που επιτρέπεται να αγοράσει κάποιος, ή οποιουσδήποτε άλλους κανόνες, που ισχύουν, για την αγορά εισιτηρίων,
- δήλωση ότι οι αξιολογήσεις ενός προϊόντος υποβάλλονται, από καταναλωτές, που έχουν πράγματι χρησιμοποιήσει, ή αγοράσει το προϊόν, χωρίς να έχουν ληφθεί, εύλογα και αναλογικά μέτρα, προκειμένου να ελεγχθεί ότι προέρχονται, πράγματι, από τους εν λόγω καταναλωτές,
- υποβολή, ή ανάθεση, σε άλλο νομικό, ή φυσικό πρόσωπο της υποβολής ψευδών αξιολογήσεων, ή θετικών κριτικών καταναλωτών, ή διαστρέβλωση των αξιολογήσεων, ή των θετικών κριτικών καταναλωτών, με σκοπό την προώθηση προϊόντων.

### 3.3.9 Ποιες επιθετικές πρακτικές απαγορεύονται;

Σύμφωνα με το Παράρτημα I του Ν. 112(Ι)/2021 οι επιθετικές εμπορικές πρακτικές, που απαγορεύονται, είναι:

- δημιουργία της εντύπωσης ότι ο καταναλωτής δε μπορεί να εγκαταλείψει το χώρο, έως ότου συναφθεί η σύμβαση,

- προσωπικές επισκέψεις στο σπίτι του καταναλωτή, κατά τις οποίες αγνοείται το αίτημα του καταναλωτή για αποχώρηση, ή μη επάνοδο, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας, για να επιβληθεί η εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης,
- συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών μέσω τηλεφώνου, φαξ, ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ή άλλων μέσων εξ αποστάσεως, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας, για να επιβληθεί εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης,
- απαίτηση από τον καταναλωτή, που επιθυμεί να προβάλει αξίωση δυνάμει ασφαλιστήριου συμβολαίου, να προσκομίσει έγγραφα που δε θα μπορούσαν εύλογα να θεωρηθούν συναφή για την απόδειξη της αξίωσης, ή συστηματική αποφυγή απάντησης στη σχετική αλληλογραφία, έτσι ώστε να αποθαρρυνθεί ο καταναλωτής από την άσκηση των συμβατικών του δικαιωμάτων,
- ένταξη σε διαφήμιση άμεσης πειστικής πρόσκλησης προς τα παιδιά να αγοράσουν, ή να πείσουν τους γονείς τους, ή άλλα ενήλικα άτομα να τους αγοράσουν διαφημιζόμενα προϊόντα,
- απαίτηση άμεσης, ή μεταγενέστερης πληρωμής, ή επιστροφής, ή φύλαξης για προϊόντα που έχει προμηθεύσει ο εμπορευόμενος αλλά δεν έχουν παραγγελθεί από τον καταναλωτή (παροχή μη παραγγελθέντων),
- ρητή ενημέρωση του καταναλωτή ότι αν δεν αγοράσει το προϊόν, ή την υπηρεσία τίθεται σε κίνδυνο το επάγγελμα, ή η ζωή του εμπορευόμενου,
- δημιουργία ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει, ή αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο, ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα, ή δεν υφίσταται έπαθλο, ή άλλο αντίστοιχο όφελος, ή η δυνατότητα διεκδίκησης του επάθλου, ή άλλου οφέλους προϋποθέτει την καταβολή χρημάτων από τον καταναλωτή, ή συνεπάγεται δαπάνη.

### 3.3.10 Κυρώσεις

Κάθε καταναλωτής ή Ένωση Καταναλωτών έχει το δικαίωμα, όταν παραβιάζονται οι διατάξεις για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές να ζητά τη δικαστική παύση κάθε αθέμιτης εμπορικής πρακτικής και την παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και αποζημίωση για τη ζημία που υπέστη εξαιτίας της πρακτικής αυτής. Ο καταναλωτής έχει, επιπλέον, το δικαίωμα να ζητήσει μείωση της τιμής, ή να καταγγείλει τη σύμβαση. Τα ένδικα βοηθήματα των προηγούμενων εδαφίων μπορεί να ασκούνται, χωριστά, ή από κοινού, κατά ενός ή περισσότερων προμηθευτών του ίδιου οικονομικού τομέα, ή κατά ιδιοκτήτη κώδικα, εφόσον αυτός προωθεί κώδικα, που ενθαρρύνει τη μη συμμόρφωση, με τις διατάξεις του παρόντος μέρους. Τα ένδικα βοηθήματα της παρούσας δε θίγουν την εφαρμογή άλλων μέσων έννομης προστασίας που είναι διαθέσιμα στους καταναλωτές βάσει του ενωσιακού και του εθνικού δικαίου.

Το Δικαστήριο μπορεί, μετά από σχετική αίτηση, να διατάξει, δια του τύπου, ή με άλλο πρόσφορο τρόπο, τη δημοσίευση της απόφασης που διατάσσει την παύση της αθέμιτης εμπορικής



πρακτικής, στο σύνολό της, ή εν μέρει, καθώς και τη δημοσίευση σχετικής επανορθωτικής δήλωσης του παραβάτη.

Επίσης, η Υπηρεσία Προστασίας του Καταναλωτή μπορεί να επιβάλλει κυρώσεις, σε παραγωγούς, προμηθευτές, πωλητές, διανομείς.

### 3.3.11 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών

Αν και η Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές διέπεται από μέγιστη εναρμόνιση, η εφαρμογή της απέχει πολύ από το να είναι ενιαία. Έτσι οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν:

- Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές σε όλους τους τομείς, αλλά όλο και περισσότερο στον ψηφιακό τομέα (κοινωνικά δίκτυα, επιγραμμικές αγορές κ.λπ.)
- Παραπλανητικούς πράσινους ισχυρισμούς. Αυτό το πρόβλημα λαμβάνει μεγαλύτερες διαστάσεις, τώρα με την Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία.
- Κρυπτοδιαφημίσεις, ή ψεύτικες αξιολογήσεις καταναλωτικών αγαθών, που παραπλανούν τους καταναλωτές και κοστίζουν χρήματα.

Ελπίζουμε η Οδηγία 2019/2161 να διορθώσει κάποια από τα παραπάνω προβλήματα, ιδίως αυτά που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, με τις online αγορές.

## 3.4 Καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων

### 3.4.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία

Η Οδηγία 93/13/ΕΟΚ της Ε.Ε., για τις καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων, η οποία τροποποιήθηκε με την Οδηγία 2019/2161, απαιτεί ότι οι όροι των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές πρέπει να πληρούν κάποια κριτήρια, ώστε να συμμορφώνονται με την αρχή της καλής πίστης και να μην προκαλούν σημαντική ανισορροπία, μεταξύ των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων των μερών της σύμβασης, εις βάρος του καταναλωτή.

Αυτοί οι κανόνες της Ε.Ε. καλύπτουν τους τυποποιημένους όρους και προϋποθέσεις συμβάσεων, π.χ. όροι σύμβασης, που έχουν συνταχθεί εκ των προτέρων και το περιεχόμενο των οποίων δεν έχει επηρεάσει/διαπραγματευθεί ατομικά ο καταναλωτής. Δεν καλύπτουν συμβατικούς όρους, που άμεσα ή έμμεσα εκφράζουν υποχρεωτικές νομοθετικές, ή κανονιστικές διατάξεις, καθώς και αρχές διεθνών συμβάσεων, στις οποίες έχουν προσχωρήσει, είτε η Ευρωπαϊκή Ένωση, είτε τα κράτη – μέλη, π.χ. οι όροι των συμβάσεων, στις μεταφορές.

### 3.4.2 Εθνική νομοθεσία

Με βάση το άρθρο 2 του Ν.112/2021 καταναλωτική σύμβαση είναι κάθε σύμβαση που καταρτίζει έμπορος με καταναλωτή, ανεξάρτητα αν αντικείμενό της είναι η προμήθεια αγαθών, υπηρεσιών και/ή ψηφιακού περιεχομένου. Οι συμβάσεις μπορούν να καταρτίζονται γραπτά και ηλεκτρονικά.

Οι περισσότερες συμβάσεις έχουν ως αναπόσπαστο τμήμα τους τυποποιημένους όρους και προϋποθέσεις (Τ&Cs), που ορίζουν τους τυποποιημένους (μη διαπραγματεύσιμους) κανόνες και

διαδικασίες με τους οποίους πρέπει να συμφωνήσει ο καταναλωτής. Συχνά συνίστανται σε περίπλοκα και μακροσκελή νομικά κείμενα. Έρευνες δείχνουν ότι οι περισσότεροι καταναλωτές δεν τους διαβάζουν, ειδικά όταν προβλέπονται ηλεκτρονικά. Ακόμη και όταν απαιτείται η τυπική αποδοχή των όρων και προϋποθέσεων στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, κάνοντας κλικ στο κουτάκι, αρκετοί καταναλωτές δεν δίνουν σημασία στο περιεχόμενό τους.

### 3.4.3 Προκλήσεις και προβλήματα καταναλωτών

Δυστυχώς, πολλοί καταναλωτές έρχονται αντιμέτωποι, στις συμβάσεις, που υπογράφουν με καταχρηστικούς όρους:

- που περιορίζουν, ή καταργούν το δικαίωμα του καταναλωτή να αποζημιωθεί, εάν ο έμπορος δεν εκτελέσει μέρος της σύμβασης,
- που προβλέπουν μονομερή, από την πλευρά του πωλητή, λύση της σύμβασης, χωρίς να έχει το ίδιο δικαίωμα και ο καταναλωτής,
- που δίνουν στον έμπορο το δικαίωμα να τροποποιήσει μονομερώς τη σύμβαση, χωρίς κάποιο σοβαρό λόγο και χωρίς ενημέρωση του καταναλωτή,
- που απαγορεύουν στον καταναλωτή να διακόψει μια σύμβαση έστω και αν ο έμπορος δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις του,
- που απαγορεύουν στον καταναλωτή την προσφυγή στα δικαστήρια.

## 4. ΚΥΡΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΑΡΑΒΙΑΣΗ ΤΟΥ Ν. 112(Ι)/2021

Οι καταγγελίες των καταναλωτών, εναντίον προμηθευτή, πωλητή, παραγωγού, ή διανομέα, που υποβάλλονται, στο Κυπριακό Σύνδεσμο Καταναλωτών, διαβιβάζονται στην Υπηρεσία Προστασίας του Καταναλωτή η οποία αναλαμβάνει την διερεύνηση αυτών.

Σε βάρος των προμηθευτών, πωλητών, παραγωγών, ή διανομέων, που παραβαίνουν τις διατάξεις του νόμου 112(Ι)/2021 επιβάλλεται, με απόφαση του αρμόδιου οργάνου, κατόπιν καταγγελίας, ή και αυτεπαγγέλτως, μια ή περισσότερες από τις παρακάτω κυρώσεις:

- σύσταση, για συμμόρφωση, εντός οριζόμενης προθεσμίας, άρση της προσβολής και παράλειψής της στο μέλλον, ή αν ο προμηθευτής, πωλητής, παραγωγός, ή διανομέας έχει, ήδη, συμμορφωθεί πριν από τη σύσταση, σύσταση παράλειψης της προσβολής στο μέλλον,
- πρόστιμο ύψους μέχρι 500.000 ευρώ ή ύψους μέχρι 5% του κύκλου εργασιών του παραβάτη.

Για την επιβολή κυρώσεων, λαμβάνεται υπόψη, κατά περίπτωση, κάθε επιβαρυντικό, ή ελαφρυντικό στοιχείο, που προκύπτει, από τις περιστάσεις της υπόθεσης και ιδίως:

- η φύση, η βαρύτητα, η έκταση και η διάρκεια της παράβασης,

- ενέργειες του πωλητή, προμηθευτή, παραγωγού, ή διανομέα, με σκοπό τον μετριασμό, ή την επανόρθωση της ζημίας, που υπέστησαν οι καταναλωτές,
- προηγούμενες παραβάσεις του πωλητή, προμηθευτή, παραγωγού, ή διανομέα,
- τα οικονομικά οφέλη, που αποκόμισε, ή τις ζημίες που απέφυγε ο πωλητής, προμηθευτής, παραγωγός, ή διανομέας, λόγω της παράβασης, εφόσον τα σχετικά στοιχεία είναι διαθέσιμα, και
- οι κυρώσεις, που επιβλήθηκαν στον πωλητή, προμηθευτή, παραγωγό, ή διανομέα, για την ίδια παράβαση, σε άλλα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε διασυνοριακές υποθέσεις

## 5. ΤΙ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΕΑΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΟΥΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑ;

### 5.1. Προκλήσεις για τους καταναλωτές

Επειδή, υπάρχουν πολλοί τρόποι για να επιλύσουν οι καταναλωτές τις διαφωνίες τους με τους εμπόρους, πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη τα παρακάτω προβλήματα:

- Οι καταναλωτές έχουν την τάση να εγκαταλείπουν τις προσπάθειές να επιλύσουν το πρόβλημά, μόλις αντιμετωπίσουν κάποιο εμπόδιο. Για αυτό πρέπει να επιλεγεί ο καταλληλότερος δρόμος από την αρχή.
- Οι περισσότεροι καταναλωτές δε θα πήγαιναν στο δικαστήριο, καθώς είναι και χρονοβόρα και ακριβή διαδικασία.
- Οι καταναλωτές πρέπει να κρατούν στο αρχείο τους όλη την αλληλογραφία με τον έμπορο, τις αποδείξεις κ.λπ., ώστε να επιλεγεί ο κατάλληλος τρόπος, για την επίλυση του προβλήματός τους.

### 5.2. Που μπορούν οι καταναλωτές να υποβάλλουν καταγγελία, παράπονο, ή να λάβουν συμβουλές

Για αρχή, συνήθως, οι καταναλωτές έρχονται σε επαφή με τον έμπορο και προσπαθούν να επιλύσουν το πρόβλημά, μαζί του. Κάποιοι καταναλωτές χρειάζονται οδηγίες και βοήθεια, για να εκφράσουν το παράπονό τους, ή για να καταλάβουν εάν η συμπεριφορά του εμπόρου παραβιάζει κάποια νομοθεσία.

Εάν η παραπάνω κίνηση δεν αποδώσει, οι καταναλωτές μπορούν να απευθυνθούν σε:

- Εθνικές Ενώσεις Καταναλωτών
- Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτών
- Όργανα Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών (είτε online, είτε offline)
- Δημόσιες αρχές
- Δικαστήρια μικροδιαφορών
- Δικαστήρια

### 5.2.1 Ενώσεις Καταναλωτών

Οι Ενώσεις Καταναλωτών παίζουν σημαντικό ρόλο στην επίλυση διαφορών ανάμεσα στους καταναλωτές και τους επαγγελματίες, γιατί:

- Γνωρίζουν καλύτερα ποιες είναι οι καλύτερες μέθοδοι, για να επιλυθεί μια διαφορά και να αποζημιωθεί ο καταναλωτής για τυχόν ζημιά που υπέστη.
- Οι μεγάλες Ενώσεις Καταναλωτών λειτουργούν συμβουλευτικά κέντρα για τους καταναλωτές, όπου οι καταναλωτές μπορούν να λάβουν βοήθεια, συνήθως τοπικά.

### 5.2.2 Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτών

Τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτή είναι αρμόδια για διασυνοριακές διαφορές ανάμεσα σε έναν καταναλωτή και έναν έμπορο.

Μπορούν να βοηθήσουν εάν ένας καταναλωτής αγόρασε κάποιο προϊόν από έναν έμπορο σε άλλο κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (είτε γιατί το επισκέφτηκε, είτε γιατί έκανε ηλεκτρονική αγορά).

Υπάρχει ένα Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή σε κάθε κράτος-μέλος, στη Νορβηγία και στην Ισλανδία.

### 5.2.3 Εναλλακτική Επίλυση Διαφορών (Ε.Ε.Δ.)

Η Εναλλακτική Επίλυση Διαφορών είναι μια εξωδικαστική διαδικασία επίλυσης διαφορών ανάμεσα στον καταναλωτή και τον έμπορο, με τη βοήθεια ενός οργάνου Ε.Ε.Δ. Είναι συνήθως, φθηνότερη, γρηγορότερη και λιγότερο επίσημη διαδικασία, από την ακρόαση ενώπιον δικαστηρίου. Είναι δωρεάν για τους καταναλωτές, στην Ελλάδα. Υπάρχουν μηχανισμοί Ε.Ε.Δ. σε όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. και για όλους τους τομείς.

Για την Ε.Ε.Δ. για καταναλωτικές διαφορές δεν απαιτείται παρουσία δικηγόρου.

Η Ε.Ε.Δ. είναι εύκολη στη χρήση, αμερόληπτη, ανέξοδη, αποτελεσματική, ιδιωτική, ευέλικτη, προωθεί την καλή θέληση.

Διαφορά που παραπέμπεται στην Ε.Ε.Δ. επιλύεται, εκτός εξαιρετικών περιπτώσεων, εντός 90 ημερών.

Οι φορείς της Ε.Ε.Δ., μπορεί να χρησιμοποιούν διάφορες τεχνικές επίλυσης διαφορών, όπως:

- Διαμεσολάβηση
- Διαιτησία
- Μεικτές μεθόδους

Οι προτεινόμενες λύσεις μπορεί να είναι δεσμευτικές, ή μη δεσμευτικές, αλλά στην αρχή της διαδικασίας ενημερώνονται τόσο ο έμπορος όσο και ο καταναλωτής. Αν ληφθεί δεσμευτική απόφαση, με την οποία διαφωνεί ένας εμπλεκόμενος, μπορεί να την προσβάλει ενώπιον των δικαστηρίων.

Οι φορείς Ε.Ε.Δ. ονομάζονται Σύμβουλοι Διαφωνιών, Διαιτητές, Συμφιλιωτές, Διαμεσολαβητές, Συνήγοροι και είναι εμπειρογνώμονες των διαδικασιών Ε.Ε.Δ. και του δικαίου του αντίστοιχου τομέα. Επίσης, δημοσιεύουν ετήσιες, αναφορές για το έργο τους, στο πλαίσιο της διαφάνειας.

Η Ε.Ε.Δ. δημιουργήθηκε με την Οδηγία 2013/11/ΕΚ. Στην Οδηγία 2009/22/ΕΚ περιέχεται πλήρης κατάλογος των σημείων Ε.Ε.Δ., στα κράτη-μέλη.

#### 5.2.4 Ηλεκτρονική Επίλυση Διαφορών (Η.Ε.Δ.)

Η [πλατφόρμα επίλυσης διαφορών](#) μπορεί να χρησιμοποιηθεί, για επίλυση διαφορών, που προκύπτουν, από ηλεκτρονικές αγορές. Δεν έχει σημασία, αν ο καταναλωτής κατοικεί, στο ίδιο κράτος-μέλος της Ε.Ε. όπου βρίσκεται η επιχείρηση ή σε διαφορετικό. Η πλατφόρμα δεν επιλύει διαφορές. Λειτουργεί, ως σύνδεσμος, ανάμεσα στον καταναλωτή, τον έμπορο και ένα σώμα Ε.Ε.Δ. Τους βοηθάει να επικοινωνήσουν, παρέχοντας, μεταφράσεις, συμβουλές και πληροφόρηση.

Η πλατφόρμα Η.Ε.Δ. παρέχεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, έχει δημιουργηθεί βάσει του Κανονισμού 524/2013 και λειτουργεί από το Φεβρουάριο του 2016. Η Οδηγία 2009/22/ΕΚ περιέχει ένα πλήρη κατάλογο με τα σημεία επαφής στα διάφορα κράτη-μέλη.

#### 5.2.5 Παράπονα σε δημόσιες αρχές

Εάν η παραβίαση των δικαιωμάτων των καταναλωτών είναι σοβαρή, μπορούν οι καταναλωτές να υποβάλλουν καταγγελία σε μια εθνική δημόσια αρχή. Η δημόσια αρχή θα επιληφθεί και θα λάβει τα απαραίτητα μέτρα, για σωστή εφαρμογή της νομοθεσίας.

Οι δημόσιες αρχές μπορούν να σταματήσουν την παραβίαση και να επιβάλλουν κυρώσεις στον έμπορο, πολλές φορές, όμως, δεν παρεμβαίνουν στην επίλυση του προβλήματος του καταναλωτή. Επίσης, δε δέχονται όλες οι δημόσιες αρχές καταγγελίες από καταναλωτές και δεν ασχολούνται με επανορθώσεις.

Όταν μια παραβίαση των δικαιωμάτων των καταναλωτών εκτείνεται σε πολλά κράτη-μέλη της Ε.Ε., οι Αρχές αυτών των χωρών συνεργάζονται και βοηθούν η μια την άλλη, ώστε να ελεγχθεί η παραβίαση σε όλη την Ε.Ε. Το δίκτυο αυτό ονομάζεται Ηλεκτρονικό Σύστημα Πληροφόρησης για την Εσωτερική Αγορά (Consumer Protection Cooperation) και υπάγεται στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή.

Στην Κύπρο δημόσιες αρχές είναι:

- [Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή](#)
- [Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή](#)
- [ΓΕΡΗΕΤ](#)

κ.λπ.

Ο Κανονισμός 2017/2394, σχετικά με τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών, που είναι αρμόδιες, για την επιβολή της νομοθεσίας, για την προστασία των καταναλωτών, καθορίζει τους όρους, υπό τους οποίους οι αρμόδιες αρχές, οι οποίες έχουν οριστεί, από τα κράτη – μέλη, ως αρμόδιες, για τη επιβολή της ενωσιακής νομοθεσίας, για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών, συνεργάζονται και συντονίζουν τις δράσεις, μεταξύ τους και με την Επιτροπή, προκειμένου να επιβάλλουν τη συμμόρφωση, με τη νομοθεσία αυτή, να εξασφαλίζουν την ομαλή

λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και να ενισχύουν την προστασία των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών.

### 5.2.6 Δικαστήρια Μικροδιαφορών

Με βάση τον Κανονισμό 861/2007 θεσμοθετείται διαδικασία διασυνοριακών μικροδιαφορών, που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι καταναλωτές, για να επιλύσουν τις διαφορές τους με τους εμπόρους, γρηγορότερα και με πιο εύκολες διαδικασίες.

Ισχύει για αστικές και εμπορικές διασυνοριακές διαφορές μέχρι 5000 ευρώ.

Ισχύει για όλα τα κράτη-μέλη εκτός Δανίας.

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι:

- Ο ενάγων συμπληρώνει τυποποιημένο έντυπο αγωγής και το καταθέτει στο δικαστήριο.
- Η διαδικασία είναι γραπτή και στα ελληνικά. Μόνο εφόσον το κρίνει το δικαστήριο, ή ζητηθεί από διάδικο, διεξάγεται προφορική διαδικασία.
- Ο εναγόμενος απαντά εντός 30 ημερών από την επίδοση των εντύπων αγωγής στο τυποποιημένο έντυπο απαντήσεων.
- Εντός 14 ημερών το δικαστήριο στέλνει την απάντηση στον ενάγοντα.
- Εντός 30 ημερών ο ενάγων πρέπει να απαντήσει.
- Το δικαστήριο ζητάει τα αποδεικτικά στοιχεία, με τη λιγότερο δαπανηρή μέθοδο.
- Το δικαστήριο μπορεί να προβεί σε εξέταση μαρτύρων.
- Η εκπροσώπηση των διαδίκων από δικηγόρο, ή νομικό δεν είναι υποχρεωτική.
- Η απόφαση εκδίδεται εντός 30 ημερών από την κατάθεση των απαντήσεων των διαδίκων.
- Η απόφαση είναι εκτελεστή. Υπάρχει η δυνατότητα άσκησης ένδικου μέσου.
- Η απόφαση αναγνωρίζεται σε όλα τα κράτη-μέλη.
- Ο ηττηθείς πληρώνει τα έξοδα.
- Εφαρμόζεται το δίκαιο του κράτους-μέλους, όπου διεξάγεται η διαδικασία.

Ο Κανονισμός 1215/2012 για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων, σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις, προβλέπει ότι αγωγή του καταναλωτή κατά του αντισυμβαλλόμενου ασκείται είτε ενώπιον των δικαστηρίων του κράτους-μέλους στο έδαφος του οποίου έχει την κατοικία του ο αντισυμβαλλόμενος, είτε ενώπιον των δικαστηρίων του τόπου κατοικίας του καταναλωτή. Αγωγή του αντισυμβαλλόμενου του καταναλωτή ασκείται μόνο ενώπιον δικαστηρίων του κράτους-μέλους στο έδαφος του οποίου έχει κατοικία ο καταναλωτής.

### 5.2.7 Προσφυγή στα δικαστήρια

Οι καταναλωτές μπορούν πάντοτε να προσφύγουν στα εθνικά δικαστήρια. Η προσφυγή στη δικαιοσύνη αποτελεί βασικό δικαίωμα των πολιτών. Όμως, στην πράξη, πολύ μικρός αριθμός καταναλωτών προσφεύγει στα δικαστήρια, καθώς αυτή η διαδικασία είναι πολύ μακροχρόνια και ακριβή.

## 5.2.8 Συλλογικές αγωγές

Οι συλλογικές αγωγές είναι ένα από τα εργαλεία, που διατίθενται, στην εργαλειοθήκη, για την επιβολή της νομοθεσίας, από τις δημόσιες αρχές, μαζί με την εξωδικαστική/εναλλακτική επίλυση διαφορών και διάφορες μορφές δικαστικών προσφυγών.

Ο όρος «συλλογική αγωγή» αναφέρεται, σε όλα τα είδη δικαστικών μηχανισμών, που επιτρέπουν στους καταναλωτές, να δρουν συλλογικά, ζητώντας την παύση μιας παράνομης πρακτικής και/ή την αποκατάσταση (συμπεριλαμβανομένης της οικονομικής αποζημίωσης), για ζημία, που υπέστησαν πολλοί καταναλωτές.

Η συλλογική αγωγή κατατίθεται, από ένα νομιμοποιούμενο φορέα, που εκπροσωπεί τα συλλογικά συμφέροντα των καταναλωτών. Κάποιοι νομιμοποιούμενοι φορείς μπορούν να καταθέσουν και διασυννοριακές συλλογικές αγωγές.

Μελέτες έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές συνήθως, αποφασίζουν να μην προχωρήσουν σε νομική διαδικασία, όταν πιστεύουν ότι θα διαρκέσει πολύ (41%), όταν τα ποσά της διαφοράς είναι πολύ μικρά (35%), όταν πιστεύουν ότι το παράπονό τους δε θα επιλυθεί ικανοποιητικά (34%), ή όταν δε γνωρίζουν πού και πώς να καταθέσουν το παράπονό τους (20,1%). Πολλοί καταναλωτές δεν τολμούν να καταθέσουν διεκδικήσεις, απέναντι σε πολυεθνικές εταιρείες, γιατί τις θεωρούν χαμένες, από την αρχή. Για να μιλήσουμε, με απλά λόγια, οι καταναλωτές, ίσως, δεν έχουν αρκετά κίνητρα, για να υπερασπιστούν το δίκαιό τους, γιατί πιστεύουν ότι η δικαστική διεκδίκηση απαιτεί πάρα πολλούς πόρους και/ή είναι μακροχρόνια διαδικασία και τελικά, ίσως, δεν αξίζει τον κόπο. Αυτή η κατάσταση είναι ιδιαίτερα προβληματική, όταν η συνολική ζημία, για όλους τους καταναλωτές, είναι σημαντικού ύψους, αλλά κάθε μεμονωμένος καταναλωτής έχει υποστεί μικρή ζημία. Σε αυτές τις περιπτώσεις, κανείς δεν είναι πρόθυμος να καταθέσει κάποια διεκδίκηση, επιτρέποντας, έτσι, σε κάποιους επιχειρηματίες να πραγματοποιούν παράνομα, αλλά σημαντικού ύψους κέρδη. Έτσι, οι μηχανισμοί συλλογικών αγωγών διευκολύνουν την πρόσβαση των καταναλωτών, στη δικαιοσύνη, τους δίνουν τη δυνατότητα να συγκεντρώσουν πληροφορίες και διευκολύνουν την οικονομία κλίμακας, ενώ συμβάλουν, στην εξισορρόπηση των ανισοτήτων, με τους εμπόρους.

Η Οδηγία 2020/1828, για τις αγωγές, για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών, χρησιμοποιεί τον όρο «αντιπροσωπευτικές αγωγές» και έχει, ως στόχο, να διασφαλίσει ότι, σε ενωσιακό και εθνικό επίπεδο, υπάρχει, στη διάθεση των καταναλωτών, τουλάχιστον ένας διαδικαστικός μηχανισμός αντιπροσωπευτικής αγωγής, για απαγορευτικά διατάγματα και για μέτρα επανόρθωσης και/ή αποκατάστασης, σε όλα τα κράτη μέλη. Η ύπαρξη τουλάχιστον ενός διαδικαστικού μηχανισμού αντιπροσωπευτικής αγωγής επιτυγχάνει την τόνωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών, την ενδυνάμωση των καταναλωτών προκειμένου να ασκούν τα δικαιώματά τους, τη συμβολή στο δικαιότερο ανταγωνισμό και τη δημιουργία ισότιμων όρων ανταγωνισμού για τους εμπόρους, που δραστηριοποιούνται στην εσωτερική αγορά.

Νομιμοποιούμενος φορέας σημαίνει μια οργάνωση, ή ένας φορέας, που εκπροσωπεί τα συμφέροντα των καταναλωτών και που έχει οριστεί, από ένα κράτος – μέλος, ότι έχει τη δυνατότητα να καταθέτει συλλογικές αγωγές. Οι αγωγές αυτές μπορεί να αναγκάσουν έναν έμπορο να σταματήσει μια αθέμιτη εμπορική πρακτική, ή να καταργήσει ένα καταχρηστικό όρο, στις συμβάσεις του. Μπορεί, επίσης, σε περίπτωση, που οι πρακτικές του εμπόρου έχουν προκαλέσει ζημία, στους καταναλωτές, να υποχρεώσει τον έμπορο να παρέχει, στους

καταναλωτές αποκατάσταση της ζημίας. Μέτρα αποκατάστασης μπορεί να είναι οικονομική αποζημίωση, διόρθωση, αντικατάσταση, μείωση τιμής, τερματισμός σύμβασης, επιστροφή τιμήματος.

Η Οδηγία, για τις συλλογικές αγωγές 2020/1828, που αντικαθιστά την Οδηγία 2009/22, θα αρχίσει να εφαρμόζεται στις 25 Ιουνίου 2023.

## 6. ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ

Το 2018 το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο εξέδωσε ένα φυλλάδιο (στα αγγλικά) με τις βασικές υποθέσεις που αφορούσαν το δίκαιο καταναλωτή.

Στη βάση δεδομένων του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου, που είναι διαθέσιμη σε όλες τις γλώσσες των χωρών μελών της Ε.Ε., μπορούν να αναζητηθούν οι υποθέσεις που αφορούν το Δίκαιο Καταναλωτή. Επίσης, μπορεί να αναζητηθεί νομολογία στην ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής EUR-LEX. Τέλος, η νομολογία JUREπου αφορά τη δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις, μπορεί να αναζητηθεί στην ιστοσελίδα της Ε.Ε., EUR-LEX.



## 7. ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

### 7.1 Ευρωπαϊκή νομοθεσία

- Συνθήκες Ε.Ε.: [https://europa.eu/european-union/law/treaties\\_en#:~:text=A%20treaty%20is%20a%20binding,EU%20and%20its%20member%20countries](https://europa.eu/european-union/law/treaties_en#:~:text=A%20treaty%20is%20a%20binding,EU%20and%20its%20member%20countries)
- Οδηγία 2011/83/ΕΚ σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011L0083&from=EL>
- Έγγραφο καθοδήγησης Οδηγίας 2011/83/ΕΚ: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd\\_guidance\\_el\\_updated.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_el_updated.pdf)
- Οδηγία 2019/770/ΕΚ σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0770&from=EL>
- Οδηγία 2019/771/ΕΚ σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0771&from=el>
- Οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0029&from=EL>



- Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την εκτέλεση / εφαρμογή της Οδηγίας 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016SC0163&from=EN>
- Οδηγία 93/13/EK σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31993L0013&from=EL>
- Οδηγία 2020/1828 σχετικά με τις αντιπροσωπευτικές αγωγές, για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών.
- Κανονισμός GDPR
- Οδηγία 2019/2161/EK όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L2161&from=EL>
- Οδηγία 2000/31/EK για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>
- Οδηγία 2013/11/EK για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013L0011&from=EL>
- Κανονισμός 524/2013 για την ηλεκτρονική επίλυση καταναλωτικών διαφορών: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:0904\\_2](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:0904_2)
- Κανονισμός 2017/2394 σχετικά με τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών που είναι αρμόδιες για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017R2394&from=el>
- Οδηγία 2009/22/EK περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0022&from=EL>
- Κανονισμός 861/2007 για τη θέσπιση ευρωπαϊκής διαδικασίας μικροδιαφορών: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32007R0861&from=EL>
- Κανονισμός 1215/2012 – «Βρυξέλλες Ι».
- Ευρωπαϊκή Νομολογία: <http://curia.europa.eu/juris/recherche.jsf?cid=3182802>
- Αναζήτηση Ευρωπαϊκής Νομολογίας: <https://eur-lex.europa.eu/collection/eu-law/eu-case-law.html>
- Νομολογία JURE: <https://eur-lex.europa.eu/collection/n-law/jure.html>

## 7.2 Κυπριακή νομοθεσία

- Ν. 112(I)/2021: <http://www.consumer.gov.cy>
- Ν. 154(I)/2021: [4857\\_5\\_11\\_2021\\_PARARTHMA\\_1o\\_MEROS\\_I.pdf \(consumer.gov.cy\)](https://www.consumer.gov.cy/4857_5_11_2021_PARARTHMA_1o_MEROS_I.pdf)
- Ν. 155(I)/2021: [www.consumer.gov.cy](http://www.consumer.gov.cy)

### 7.3 Διάφορα χρήσιμα και ενδιαφέροντα

- Πρακτικές πληροφορίες για τις εγγυήσεις και τις επιστροφές αγαθών:  
[https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index\\_el.htm](https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_el.htm)
- Πρακτικές πληροφορίες για τις καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων:  
[https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-contract-terms/index\\_el.htm](https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/unfair-treatment/unfair-contract-terms/index_el.htm)
- Πλατφόρμα Η.Ε.Δ.:  
<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=EL>
- Εθνικά σημεία επαφής Η.Ε.Δ.:  
<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.complaints.odrList>
- Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτών.
- Η πύλη για τα επικίνδυνα προϊόντα της Ε.Ε.: <https://ec.europa.eu/safety-gate-alerts/screen/webReport>
- Πίνακας ελέγχου για τις καταναλωτικές συνθήκες:  
[https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019\\_el.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019_el.pdf)
- Ευρωπαϊκή Διαδικτυακή πύλη για τις μικροδιαφορές: [https://e-justice.europa.eu/content\\_small\\_claims-42-el.do](https://e-justice.europa.eu/content_small_claims-42-el.do)
- Φυλλάδιο Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου:  
<https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2019-05/qd-05-17-118-en-n.pdf>





This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.