ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 14.3.2013
COM(2013) 138 final

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές

Επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών
Δημιουργία εμπιστοσύνης στην εσωτερική αγορά

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές

Επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών
Δημιουργία εμπιστοσύνης στην εσωτερική αγορά

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές[1] («η οδηγία») εκδόθηκε στις 11 Μαΐου 2005 για να βοηθήσει τους καταναλωτές να επωφεληθούν από την εσωτερική αγορά με την άρση των ρυθμιστικών εμποδίων που οφείλονται στις διαφορές αποκλίσεις μεταξύ των διαφόρων εθνικών κανόνων, τα οποία αποθάρρυναν τις εταιρείες να πραγματοποιούν πωλήσεις στο σύνολο της ΕΕ, ενώ παράλληλα υπονόμευαν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις αντίστοιχες αγορές.

Η οδηγία αποτελεί το κύριο γενικό σώμα νομοθεσίας της ΕΕ για τη ρύθμιση της παραπλανητικής διαφήμισης και άλλων αθέμιτων πρακτικών στις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών. Η εν λόγω οδηγία έχει ευρύ πεδίο εφαρμογής, καθώς εφαρμόζεται σε όλες τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών σε όλους τους τομείς. Εφαρμόζεται όχι μόνο στο στάδιο της διαφήμισης ή της εμπορίας της συναλλαγής αλλά και «*... κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή σχετιζόμενη με ένα συγκεκριμένο προϊόν*»[2].
Η οδηγία προβλέπει υψηλό επίπεδο προστασίας του καταναλωτών σε όλους τους τομείς. Λειτουργεί ως δίκτυ ασφάλειας που καλύπτει τα κενά που δεν ρυθμίζονται από άλλους κανόνες της ΕΕ ειδικούς για κάθε τομέα. Η οδηγία εξασφαλίζει ότι οι καταναλωτές δεν παραπλανούνται ούτε εκτίθενται σε επιθετικές μεθόδους εμπορίας και ότι οποιαδήποτε απαίτηση των εμπορευόμενων στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι σαφής, ακριβής και αιτιολογημένη, παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα στους καταναλωτές να προβαίνουν σε συνειδητές και ουσιαστικές επιλογές.

Μαζί με τις άλλες νομοθετικές πράξεις για την εσωτερική αγορά[3] και τον «κανονισμό (ΣΠΚ)» σχετικά με τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών που είναι αρμόδιες για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών[4], η οδηγία για τις αθέμιτες

---

1 Οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου

2 Βλέπε άρθρο 3 παράγραφος 1 της οδηγίας.

3 Παραδείγματος χάριν, η οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»)· και οδηγία 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, για τα δικαιώματα των καταναλωτών.

4 Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Οκτωβρίου 2004, σχετικά με τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών που είναι αρμόδιες για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών («κανονισμός για τη συνεργασία όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών»)

εμπορικές πρακτικές συμβάλλει στην επίτευξη διαφάνειας στην αγορά και στην αποτροπή του αθέμιτου ανταγωνισμού σε όλη την ΕΕ. Όλα τα κράτη μέλη έχουν εφαρμόσει τους κανόνες που προβλέπει η οδηγία στην εθνική τους νομοθεσία.

Η παρούσα ανακοίνωση παρουσιάζει τα κύρια συμπεράσματα τα οποία μπορούν να εξαχθούν βάσει της αρχικής περιόδου εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, όπως προβλέπεται στο άρθρο 18, και περιγράφει τη δράση που απαιτείται για τη μεγιστοποίηση των ωφελημάτων που απορρέουν από την οδηγία για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς και την προστασία των καταναλωτών.

Μαζί με την παρούσα ανακοίνωση δημοσιεύεται μια λεπτομερής έκθεση[5] σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας στα κράτη μέλη. Το έγγραφο αυτό εντάσσεται στο ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές[6], στόχος του οποίου είναι να μεγιστοποιηθεί η συμμετοχή των καταναλωτών καθώς και η πίστη τους στην αγορά, με αποτέλεσμα την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και την ανάπτυξης.

Οι δαπάνες των καταναλωτών αντιστοιχούν στο 56% του ΑΕγχΠ της ΕΕ και έχουν καίρια σημασία για την επίτευξη του στόχου για μια έξυπνη και αειφόρο ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς. Όπως περιγράφεται στο ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές, η τόνωση της ζήτησης αυτής μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην έξοδο της ΕΕ από την κρίση.

Για να συμβεί αυτό, πρέπει να υλοποιηθεί το δυναμικό της ενιαίας αγοράς.

Τα στοιχεία δείχνουν ότι οι καταναλωτές που πραγματοποιούν αγορές μέσω διαδικτύου σε όλη την ΕΕ έχουν δυνατότητα επιλογής μεταξύ έως και 16 φορές περισσότερων προϊόντων, αλλά το 60% των καταναλωτών δεν χρησιμοποιούν ακόμη την εν λόγω δυνατότητα. Λόγω της απροθυμίας αυτής οι καταναλωτές δεν επωφελούνται πλήρως από την ποικιλία επιλογής και τις διαφορές τιμών που παρέχει η ενιαία αγορά.

Οι ενέργειες πολιτικής που ενισχύουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις διασυνοριακές ηλεκτρονικές αγορές μπορούν να δώσουν σημαντική ώθηση στην οικονομική μεγέθυνση στην Ευρώπη.

2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΟΦΕΛΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ

2.1. Επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και ίσων όρων ανταγωνισμού για τους εμπόρους

Η πρώτη εμπειρία από την εφαρμογή της οδηγίας δείχνει ότι η προστασία των καταναλωτών στο εσωτερικό των κρατών μελών αλλά και σε διακρατικό επίπεδο έχει βελτιωθεί σημαντικά, ενώ, παράλληλα, προστατεύονται καλύτερα οι νομοταγείς επιχειρήσεις από τους ανταγωνιστές τους που δεν σέβονται τους κανόνες του παιχνιδιού.

Τα οφέλη της οδηγίας απορρέουν κυρίως από δύο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, συγκεκριμένα το οριζόντιου χαρακτήρα «δίκτυ ασφάλειας» και τον συνδυασμό κανόνων που βασίζονται σε αρχές με μια «μαύρη λίστα» συγκεκριμένων απαγορεύσεων ορισμένων αθέμιτων πρακτικών.

---

5 Βλ. την έκθεση που συνοδεύει την παρούσα ανακοίνωση «*Detailed information on the application of Directive 2005/29/EC concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market ('Unfair Commercial Practices Directive'* [«Λεπτομερή στοιχεία σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά («οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»)]».

6 Βλ. «Ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές – Προώθηση της εμπιστοσύνης και της ανάπτυξης», COM(2012) 225 τελικό της 22.05.2012 http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_en.htm.

Οι κανόνες βάσει αρχών που προβλέπονται στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές έχουν επιτρέψει στις εθνικές αρχές να προσαρμοστούν σε προϊόντα, υπηρεσίες και μεθόδους πώλησης που μεταβάλλονται τάχιστα. Λειτουργούν ως διατάξεις γενικού χαρακτήρα οι οποίες προβλέπουν τα κριτήρια που μπορούν να χρησιμοποιούνται, με ορισμένη ευελιξία, για την πρόληψη της αθέμιτης συμπεριφοράς που δεν καλύπτεται από συγκεκριμένες απαγορεύσεις.

Αντιστοίχως, η «μαύρη λίστα» πρακτικών που απαγορεύονται σε κάθε περίπτωση έχει προσφέρει στις εθνικές αρχές ένα αποτελεσματικό εργαλείο για την αντιμετώπιση κοινών αθέμιτων πρακτικών όπως η διαφήμιση «δόλωμα», οι ψευδείς δωρεάν προσφορές, η κρυφή διαφήμιση και η άμεση στοχοθέτηση των παιδιών.

Στη συνέχεια παρατίθενται ορισμένα παραδείγματα απαγορευμένων πρακτικών βάσει της οδηγίας.

Προσέλκυση των καταναλωτών στις εγκαταστάσεις του εμπόρου ή τον δικτυακό του τόπο με την προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών που δεν είναι δυνατόν να παρασχεθούν (διαφήμιση «δόλωμα»)

*Η Sabine από τη Γερμανία βρήκε μία διαφήμιση σε περιοδικό για μια ειδική προσφορά: «**Πετάξτε στη Βαρκελώνη με 1 μόλις ευρώ**» Όταν, όμως, προσπάθησε να αγοράσει το εισιτήριο ηλεκτρονικά, οι τιμές ήταν πολύ υψηλότερες. Όταν επικοινώνησε με το κέντρο εξυπηρέτησης πελατών της εταιρείας, πληροφορήθηκε ότι μόνο ένας μικρός αριθμός θέσεων προσφέρονταν στη μειωμένη τιμή. Οι περισσότεροι πελάτες δεν μπορούσαν να επωφεληθούν από την προσφορά αυτή.*

Η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές απαγορεύει την πρακτική της προσφοράς ενός προϊόντος σε συγκεκριμένη τιμή χωρίς να δηλώνεται σαφώς ότι η διαθεσιμότητά του είναι περιορισμένη σε σχέση με την κλίμακα της διαφήμισης και την προτεινόμενη τιμή.

Ψευδείς δωρεάν προσφορές

*Η Marit από την Εσθονία έλαβε το ακόλουθο ηλεκτρονικό μήνυμα από λιανικό πωλητή προϊόντων ομορφιάς μέσω διαδικτύου: «**Τηλεφωνήστε τώρα για να λάβετε ΔΩΡΕΑΝ το δώρο σας, ένα ζευγάρι επώνυμα γυαλιά ηλίου!**». Όταν τηλεφώνησε, την πληροφόρησαν ότι η προσφορά αυτή ισχύει μόνο εάν παραγγείλει προϊόντα αξίας 2.000 ευρώ και άνω.*

Η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές απαγορεύει στον έμπορο να περιγράφει ψευδώς ένα προϊόν ως δωρεάν εάν, στην πράξη, ο καταναλωτής πρέπει να προβεί σε δαπάνες άλλες από το κόστος που συνεπάγεται η ανταπόκριση στην εμπορική πρακτική ή από τα έξοδα παράδοσης του προϊόντος.

Εμπόδια όσον αφορά την αλλαγή του προϊόντος

Ο Filip αποφασίζει να αλλάξει ασφάλεια κατοικίας και να συνάψει ένα πιο ευνοϊκό συμβόλαιο με άλλη εταιρεία. Όταν τηλεφωνεί στην ασφαλιστική του εταιρεία, του λένε ότι πρέπει να συμπληρώσει διάφορα έντυπα για τον τερματισμό του ισχύοντος συμβολαίου. Δυστυχώς, θα χρειαστεί να περάσουν δύο εβδομάδες προτού μπορέσουν (ή θελήσουν) να του διαβιβάσουν τα έντυπα ενώ η κυρία με την οποία μίλησε στο τηλέφωνο του είπε επίσης ότι θα χρειαστούν 3 μήνες για την επεξεργασία του αιτήματος. Ο Filip εγκατέλειψε την προσπάθεια απελπισμένος. Δεν φθάνουν οι καλές προθέσεις.

Στο πλαίσιο της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, οι έμποροι δεν μπορούν να επιβάλουν δαπανηρά ή δυσανάλογα μη συμβατικά εμπόδια όταν ο καταναλωτής επιθυμεί να ασκήσει τα συμβατικά του δικαιώματα, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων να παύσει μια σύμβαση ή να περάσει σε άλλο προϊόν ή άλλον έμπορο.

Άμεση πιεστική πρόσκληση σε παιδιά

*Ο Alain εξεπλάγη όταν η κόρη του άρχισε ξαφνικά να τον πιέζει να αγοράσει μια συλλογή ταινιών με τον αγαπημένο της λογοτεχνικό ήρωα. Ο Alain κατάλαβε τι συνέβη όταν είδε μια τηλεοπτική διαφήμιση για την κυκλοφορία των ταινιών που έλεγε τα εξής: «**Το αγαπημένο σας βιβλίο τώρα σε DVD- ζητήστε από τον μπαμπά σας να σας το αγοράσει!**»*

Αποτελεί αθέμιτη πρακτική, βάσει της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, να παροτρύνουν οι πωλητές τα παιδιά να ζητήσουν από έναν ενήλικα να αγοράσει τα διαφημιζόμενα προϊόντα. Η απαγόρευση αυτή ισχύει για όλα τα μέσα, συμπεριλαμβανομένης της τηλεοπτικής διαφήμισης και της διαφήμισης στο διαδίκτυο.

Χάρη στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, οι εθνικοί φορείς εποπτείας για την προστασία των καταναλωτών μπόρεσαν να περιστείλουν και να τιμωρήσουν ένα μεγάλο φάσμα αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, συμπεριλαμβανομένων των *παραπλανητικών περιβαλλοντικών ισχυρισμών και των επιθετικών πρακτικών*[7]. Ωστόσο:

– Τα ενδιαφερόμενα μέρη αναφέρουν ότι, παρά το ισχύον νομικό πλαίσιο, οι πράσινοι ισχυρισμοί (όπως π.χ. «φιλικό για το περιβάλλον». «βιοαποδομήσιμο», «βιώσιμο» και «φυσικό») δεν χρησιμοποιούνται ακόμα υπεύθυνα και είναι συχνά πολύ γενικοί, αόριστοι και όχι ορθώς καθορισμένοι. Οι ενώσεις καταναλωτών υπογραμμίζουν ότι είναι επιπλέον δύσκολο να εξακριβωθεί ο αληθές των ισχυρισμών αυτών, ιδιαίτερα στους τομείς της ενέργειας, των καλλυντικών, των αυτοκινήτων και των απορρυπαντικών.

– Λίγα κράτη μέλη αναφέρουν επιθετικές πρακτικές με στόχο τα παιδιά, στον τομέα των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, και τους ηλικιωμένους. Πρέπει να καταβληθούν περαιτέρω προσπάθειες για την ενίσχυση της επιβολής της οδηγίας σε σχέση με αυτές της κατηγορίες ευπαθών καταναλωτών που βρίσκονται σε κατάσταση αδυναμίας. Ειδικότερα, πρέπει να διασφαλιστεί ότι, λαμβανομένης επίσης υπόψη της προοδευτικής γήρανσης του πληθυσμού, οι ευπαθείς καταναλωτές προστατεύονται από τους κινδύνους που απορρέουν από τα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης και από την πολυπλοκότητα των ψηφιακών αγορών.

2.2. Δημιουργία εμπιστοσύνης στην ενιαία αγορά

Αντικαθιστώντας τους αποκλίνοντες κανονισμούς των κρατών μελών σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές από ένα σύνολο κανόνων, η οδηγία έχει απλουστεύσει στο ρυθμιστικό περιβάλλον και έχει συμβάλει στην άρση των εμποδίων στο διασυνοριακό εμπόριο.

Η οδηγία χρησιμοποιείται επίσης ευρέως για τη ρύθμιση διασυνοριακών υποθέσεων. Περίπου το 50% των αιτημάτων αμοιβαίας συνδρομής που εξέτασε το δίκτυο ΣΠΚ[8] την τελευταία πενταετία (αιτήματα πληροφόρησης, ειδοποιήσεις και αιτήματα επιβολής) αφορούσαν παραβάσεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Επιπλέον, το δίκτυο ΣΠΚ είχε πραγματοποιήσει αρκετές ενέργειες κοινής εποπτείας («σαρώσεις») βάσει των διατάξεων της οδηγίας (ψηφιακά προϊόντα/υπηρεσίες, δικτυακοί τόποι πώλησης αεροπορικών εισιτηρίων, ηλεκτρονικές υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, δικτυακοί τόποι πώλησης καταναλωτικών ηλεκτρονικών αγαθών)[9].

---

7 Βλ. τμήμα 4 της συνοδευτικής έκθεσης σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας όσον αφορά την επιβολή.

8 Με τον κανονισμό ΣΠΚ αριθ. 2006/2004 θεσπίστηκε πλαίσιο που επιτρέπει στους φορείς επιβολής να συνεργάζονται για να βάζουν τέλος σε διασυνοριακές εμπορικές πρακτικές που παραβιάζουν τη νομοθεσία για τους καταναλωτές. Από το 2007 το δίκτυο ΣΔΣ ασχολείται με διασυνοριακές υποθέσεις που αφορούν παραβάσεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

9 http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm

Μεγάλο τμήμα της οδηγίας αποσκοπεί να διασφαλίσει ότι η ενημέρωση σχετικά με τα κύρια χαρακτηριστικά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, σχετικά με την τιμή και τους βασικούς όρους παρέχεται στους καταναλωτές αληθώς, με ολοκληρωμένο τρόπο και εγκαίρως. Αυτό διευκολύνει τους καταναλωτές να κατανοήσουν και να συγκρίνουν τις προσφορές και έχει άμεσο αντίκτυπο στις τεχνικές εμπορίας και διαφήμισης που αναπτύσσουν οι έμποροι.

Η διαφήμιση διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στη λειτουργία της ενιαίας αγοράς και αποτελεί βασικό εργαλείο για τις εταιρείες για να πωλήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους πέρα από τα σύνορα. Η διαφήμιση επιτρέπει στις εταιρείες να διαφοροποιηθούν ανοιχτά: τονώνει τον ανταγωνισμό, μειώνει τις τιμές και αυξάνει την ποιότητα.

Η ακριβής και πιο διαφανής ενημέρωση για εγχώριες και διασυνοριακές προσφορές έχει επίσης καθοριστεί στην πρόσφατη ανακοίνωση για το ηλεκτρονικό εμπόριο ως ένας από τους καθοριστικούς παράγοντες για την αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και την ενθάρρυνση των πωλητών λιανικής να πραγματοποιούν πωλήσεις στο διαδίκτυο[10].

Όπως αποκαλύπτουν πρόσφατα στοιχεία, περισσότεροι καταναλωτές εκδηλώνουν σήμερα ενδιαφέρον για διασυνοριακές αγορές (52%, +19 ποσοστιαίες μονάδες) και είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα πέραν των εθνικών συνόρων (18%, +5 ποσοστιαίες μονάδες) σε σύγκριση με το 2006, όταν η οδηγία δεν είχε ακόμα μεταφερθεί στα κράτη μέλη[11]. Η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές έχει επηρεάσει τη δημιουργία αυτής της πιο ανοιχτής αντιμετώπισης εκ μέρους των ευρωπαίων καταναλωτών, καθώς αποτελεί ένα από τα κύρια νομοθετικά εργαλεία της ΕΕ που έχουν σχεδιαστεί για την τόνωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και της ενίσχυσης του διασυνοριακού εμπορίου. Ωστόσο, πρέπει να αναγνωρίσουμε ότι η αύξηση των ηλεκτρονικών διασυνοριακών αγορών υπολείπεται της αύξησης των αντίστοιχων εγχώριων αγορών, γεγονός που υπογραμμίζει την ανάγκη για περισσότερη δράση.

Οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και η ακίνητη περιουσία είναι καθοριστικοί τομείς, εξαιτίας της πολυπλοκότητάς τους και των σοβαρών κινδύνων που ενέχουν. Στους τομείς αυτούς έχουν αναφερθεί αρκετές αθέμιτες πρακτικές, όπως η έλλειψη ουσιαστικής ενημέρωσης στο στάδιο της διαφήμισης και η παραπλανητική περιγραφή προϊόντων. Τα περισσότερα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει εθνικούς κανόνες που παρέχουν στους καταναλωτές διασφαλίσεις οι οποίες ενισχύουν και συμπληρώνουν τις διασφαλίσεις που προβλέπονται στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Τα αποτελέσματα της έρευνας αποδεικνύουν ότι δεν θα ήταν σκόπιμο, προς το παρόν, να απαλειφθεί η δυνατότητα, που προβλέπει η οδηγία, τα κράτη μέλη να μπορούν να υπερβαίνουν το επίπεδο εναρμόνισης που καθορίζεται από αυτήν σε αυτούς τους συγκεκριμένους τομείς[12].

---

10 Βλ. το έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής με τίτλο *Προσφέροντας στους καταναλωτές τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου*, έγγραφο που συνοδεύει την ανακοίνωση της Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών *Ένα συνεκτικό πλαίσιο για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης στην ενιαία ψηφιακή αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου και διαδικτυακών υπηρεσιών*, COM (2011) 942 τελικό της 11.01.2012 - http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm

11 Βλέπε Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 332, *Consumers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection (Στάση των καταναλωτών έναντι του διασυνοριακού εμπορίου και της προστασίας του καταναλωτή),* σ. 8. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές, το 50%, είναι πρόθυμοι να αγοράσουν αγαθά ή υπηρεσίες χρησιμοποιώντας άλλη γλώσσα της ΕΕ (+17 μονάδες σε σύγκριση με το 2006). Το ποσοστό αυτών που δεν θα ήθελαν με κανένα τρόπο να αγοράσουν σε διαφορετική γλώσσα μειώθηκε από 42% το 2008 σε 30% το 2011. Το ποσοστό των Ευρωπαίων που δηλώνουν ότι γνωρίζουν πού θα βρουν πληροφορίες και συμβουλές για το διασυνοριακό εμπόριο έχει επίσης αυξηθεί σημαντικά από 24% το 2006 σε 39% το 2011.

12 Βλέπε άρθρο 3 παράγραφος 9 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και το έγγραφο *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable*

2.3. Επαρκής και αποτελεσματική επιβολή της οδηγίας

Συνολικά, το νομικό πλαίσιο της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές αποδεικνύεται κατάλληλο για την αξιολόγηση του κατά πόσον είναι θεμιτές οι νέες ηλεκτρονικές πρακτικές, οι οποίες αναπτύσσονται παράλληλα με την εξέλιξη των διαφημιστικών τεχνικών, όπως οι δικτυακοί τόποι σύγκρισης τιμών και ομαδικών κρατήσεων ή σε σχέση, παραδείγματος χάριν, με την αυξανόμενη εμφάνιση της διαφήμισης στα κοινωνικά δίκτυα.

Φαίνεται ότι τα κράτη μέλη και οι ενδιαφερόμενοι θεωρούν την επιλογή της οδηγίας σε εθνικό επίπεδο επαρκή και αποτελεσματική σε γενικές γραμμές αλλά υπογραμμίζουν ότι η έλλειψη πόρων, η πολυπλοκότητα ή η διάρκεια των εσωτερικών διαδικασιών και η έλλειψη αποτρεπτικών κυρώσεων απειλούν να υπονομεύσουν τη σωστή εφαρμογή της.

Σε περιπτώσεις διασυνοριακών αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, η ταχεία και αποτελεσματική αντίδραση αποτελεί πραγματική πρόκληση για τους φορείς επιβολής της νομοθεσίας. Αυτό έχει επίσης αντίκτυπο στην επιβολή της νομοθεσίας σε διασυνοριακό επίπεδο και, όπως φαίνεται από τα πορίσματα της διαβούλευσης, το πρόβλημα αυτό έχει καταστεί εμφανές στο πλαίσιο της διοικητικής συνεργασίας που βασίζεται στον κανονισμό ΣΠΚ.

Η εμπειρία από την επιβολή της οδηγίας επιβεβαιώνει ότι ένα από τα βασικότερα προβλήματα που αφορούν τα εργαλεία αξιολόγησης που παρέχονται στους καταναλωτές και, ειδικότερα, τους δικτυακούς τόπους σύγκρισης τιμών είναι ότι δεν αποκαλύπτουν σαφώς την ταυτότητα του εμπόρου που διαχειρίζεται τον δικτυακό τόπο και/ή εάν οι λιανικοί πωλητές πληρώνουν για να εμφανίζονται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες τους (δηλ. εάν ο δικτυακός τόπος χρηματοδοτείται από χορηγό ή όχι).

Από την ανάδραση των ενδιαφερόμενων μερών φαίνεται ότι η υποχρέωση να παρέχεται σαφής και πλήρης ενημέρωση σχετικά με τις τιμές συχνά παραβλέπεται στις εμπορικές προσφορές, ιδίως στον ταξιδιωτικό τομέα και των τομέα των μεταφορών.

Και στις δύο περιπτώσεις, τα ενδιαφερόμενα μέρη δεν ζητούν τη λήψη νομοθετικών μέτρων, αλλά αυστηρότερη και συνεπέστερη επιβολή.

3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΔΡΑΣΗ

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στο ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές και στην ανακοίνωση της Επιτροπής για την καλύτερη λειτουργία της ενιαίας αγοράς[13], η καλύτερη εφαρμογή και επιβολή των υφιστάμενων κανόνων αποφέρει γρήγορα οφέλη για την ανάπτυξη και την απασχόληση.

Στο πλαίσιο αυτό, η οδηγία μπορεί να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο και η Επιτροπή έχει ορίσει το λιανικό εμπόριο (συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου), τον ταξιδιωτικό τομέα και τον τομέα των μεταφορών, τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, την ψηφιακή οικονομία, την ενέργεια και τη βιωσιμότητα ως τομείς βασικής προτεραιότητας για την αποδέσμευση του δυναμικού ανάπτυξης της ενιαίας αγοράς.[14]

---

property (Μελέτη σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και την ακίνητη περιουσία) που διενέργησε η Civic Consulting εξ ονόματος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ΓΔ Δικαιοσύνης 2012, η οποία είναι διαθέσιμη στην ηλεκτρονική διεύθυνση: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

13 Βλ. ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής *Καλύτερη διακυβέρνηση για την ενιαία αγορά*, COM(2012) 259/2. http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf

14 Βλ., το *Ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές.*

Για να διασφαλιστεί ότι η οδηγία διατηρεί υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών και αποδίδει οφέλη όσον αφορά την εσωτερική αγορά, απαιτείται να ενισχυθεί η επιβολή σε εθνικό επίπεδο και η συνεργασία για τη διασυνοριακή επιβολή. Αυτό ισχύει κυρίως στην περίπτωση αθέμιτων πρακτικών που εμφανίζονται ταυτόχρονα σε διάφορα κράτη μέλη. Σε τέτοιες περιπτώσεις, ο αποτελεσματικός συντονισμός μεταξύ της Επιτροπής, των εθνικών αρχών, των καταναλωτικών οργανώσεων και των επιχειρήσεων είναι καθοριστικός για την αντιμετώπιση πρακτικών που έχουν αντίκτυπο σε ολόκληρη την ΕΕ[15].

Εξαιτίας της ανάγκης να ενισχυθεί η επιβολή τόσο σε διασυνοριακό όσο και σε εθνικό επίπεδο, η Επιτροπή πρέπει να αναλάβει έναν πιο προβεβλημένο ρόλο, συμπράττοντας με τα κράτη μέλη και υποστηρίζοντάς τα στην εφαρμογή της οδηγίας στο σύνολο της ΕΕ. Από την άποψη αυτή, η Επιτροπή θα εξετάσει με ποιο τρόπο, σε συμφωνία με τις Συνθήκες, μπορεί να διαδραματίσει ενεργητικότερο ρόλο στην ενθάρρυνση της αποτελεσματικής εφαρμογής της οδηγίας, ιδιαίτερα όσον αφορά τις αθέμιτες πρακτικές που έχουν διασυνοριακή διάσταση όπως αυτές που λαμβάνουν χώρα ηλεκτρονικά και εγείρουν κοινά θέματα για τους φορείς επιβολής. Η προώθηση της σύγκλισης των πρακτικών όσον αφορά την εφαρμογή της οδηγίας αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τη διασφάλιση ισότιμων όρων για τους εμπόρους, κυρίως όταν αυτοί δραστηριοποιούνται σε διασυνοριακό πλαίσιο και, σε τελική ανάλυση, για τη διασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας για τους καταναλωτές σε ολόκληρη την Ευρώπη.

3.1. Διασφάλιση της πλήρους συμμόρφωσης των εθνικών κανόνων με την οδηγία

Η Επιτροπή, με την ιδιότητά της ως θεματοφύλακα των Συνθηκών, θα εξακολουθήσει να παρακολουθεί στενά τη σωστή μεταφορά και εφαρμογή της οδηγίας σε όλα τα κράτη μέλη. Θα διενεργεί ελέγχους συμμόρφωσης και θα πραγματοποιεί ενδελεχείς επανεξετάσεις για να διαπιστώνει με ποιο τρόπο λειτουργούν οι κανόνες στην πράξη και να καθορίζει διορθωτική δράση όπου απαιτείται. Από την τρέχουσα ανάλυση προκύπτει ότι σε αρκετά κράτη μέλη εξακολουθούν να υφίστανται διαφορές μεταξύ των εθνικών κανόνων και της οδηγίας. Για τον λόγο αυτό, οι υπηρεσίες της Επιτροπής βρίσκονται σε επαφή με τα οικεία κράτη μέλη. Η Επιτροπή θα λάβει τα αναγκαία μέτρα βάσει του άρθρου 258 της ΣΛΕΕ στην περίπτωση που κάποιο κράτος μέλος δεν συμμορφώνεται με τις υποχρεώσεις που υπέχει όσον αφορά την μεταφορά και την επιβολή της οδηγίας.

3.2. Διασφάλιση της ομοιόμορφης και ικανοποιητικής εφαρμογής της οδηγίας στα κράτη μέλη

Για να διασφαλιστεί η ικανοποιητική και συνεκτική εφαρμογή της οδηγίας η Επιτροπή:

- θα αναπτύξει περαιτέρω τις **κατευθυντήριες γραμμές** ανταποκρινόμενη στα στοιχεία που έχει λάβει από τους εθνικούς φορείς επιβολής και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, στην εμφάνιση νέων πρακτικών, μεταξύ άλλων και ηλεκτρονικών, και στην εξέλιξη της νομολογίας της ΕΕ καθώς και της εθνικής νομολογίας[16].

---

15 Βλ., τη συνοδευτική έκθεση σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας, τμήμα 3.3.3, για παράδειγμα σε σχέση με την απόφαση της ιταλικής αρχής κατά των συμπράξεων (AGCM) PS7256– *Comet-Apple Prodotti in Garanzia*, Provvedimento n. 23193 της 27ης Δεκεμβρίου 2011.

16 Μεταξύ άλλων, η Επιτροπή προτίθεται να αναπτύξει περαιτέρω τον οδηγία σχετικά με τους παραπλανητικούς περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς, με βάση τα αποτελέσματα της ειδικής μελέτης που θα διεξαχθεί το 2013 και τις υπό εξέλιξη εργασίες σχετικά με το πρόγραμμα δράσης για τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή.

- θα βελτιώσει, θα επεκτείνει και θα επικαιροποιήσει τη **βάση δεδομένων** σχετικά με τη οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές[17].

3.3. Ενίσχυση της επιβολής και της διοικητικής συνεργασίας των κρατών μελών

Η Επιτροπή, λαμβάνοντας υπόψη την ανάδραση που έχει λάβει από τα κράτη μέλη και τους ενδιαφερόμενους καθώς και τα διαθέσιμα στοιχεία, έχει εντοπίσει βασικούς τομείς στους οποίους διαπιστώθηκαν ζημίες και χαμένες ευκαιρίες για τους καταναλωτές και στους οποίους υπάρχει πλούσιο δυναμικό ανάπτυξης της ενιαίας αγοράς.

Στους εν λόγω τομείς, η Επιτροπή θα δρομολογήσει ειδικές πρωτοβουλίες με σκοπό την ενίσχυση της επιβολής στο πνεύμα των στόχων που καθορίζονται στο ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές.

Η Επιτροπή θα λάβει τα ακόλουθα μέτρα:

- *θα θεσπίσει τακτικά θεματικά **εργαστήρια** για τους εθνικούς φορείς επιβολής και θα οργανώσει **κατάρτιση** για τους φορείς επιβολής και τους δικαστικούς*
- *θα ενισχύσει την αποτελεσματικότητα του δικτύου ΣΠΚ και θα εξακολουθήσει να προωθεί τις συντονισμένες **δράσεις επιβολής («σαρώσεις»)***
- *θα επικουρεί τα κράτη μέλη στη διασφάλιση της **αποτελεσματικής εφαρμογής της οδηγίας** με περαιτέρω ανάπτυξη του εγγράφου με τις **κατευθυντήριες γραμμές** και την ανταλλαγή των βέλτιστων πρακτικών με τα κράτη μέλη*
- *θα αναπτύξει **δείκτες επιβολής,** σε συνεργασία με τα κράτη μέλη, ειδικούς για την εφαρμογή της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές οι οποίοι θα εντοπίζουν τυχόν ατέλειες και παραλείψεις που απαιτούν περαιτέρω διερευνητική και/ή διορθωτική δράση.*

Τα εν λόγω μέτρα θα επικεντρώνονται στους ακόλουθους βασικούς κλάδους/ τομείς:

- *Ταξίδια και μεταφορές*
- *Ψηφιακές/ηλεκτρονικές αγορές*
- *Περιβαλλοντικοί ισχυρισμοί*
- *Χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες*
- *Ακίνητη περιουσία*

*Σε όλους αυτούς τους τομείς, ιδιαίτερη προσοχή θα δοθεί στις πρακτικές που έχουν ως στόχο τους **ευάλωτους καταναλωτές**, ειδικότερα τους ηλικιωμένους και τους ανηλίκους.*

3.4. Παρακολούθηση των εξελίξεων της αγοράς και ευαισθητοποίηση

Η Επιτροπή θα παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις της αγοράς για να διασφαλίσει ότι το κανονιστικό πλαίσιο εξακολουθεί να παρέχει υψηλό επίπεδο προστασίας στους καταναλωτές στις εγχώριες και διασυνοριακές αγορές τους.

Ειδική έμφαση θα δοθεί στο κατά πόσο το νομικό πλαίσιο είναι κατάλληλο για να προσαρμόζεται στην ταχεία εξέλιξη των τεχνικών εμπορίας και πωλήσεων, των προϊόντων και των υπηρεσιών στην ηλεκτρονική σφαίρα.

Παράλληλα με την ενίσχυση της επιβολής, είναι σημαντικό να αναπτυχθούν πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης για να δοθεί στους καταναλωτές η δυνατότητα να ασκούν σωστά τα

[17] Βλέπε: https://webgate.ec.europa.eu/ucp/ Η εν λόγω βάση δεδομένων βασίζεται στην απόφαση αριθ. 1926/2006/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 18ης Δεκεμβρίου 2006, για τη θέσπιση προγράμματος κοινοτικής δράσης στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών (2007-2013).

δικαιώματά τους. Το 2013, στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Έτους των Πολιτών, θα δρομολογηθεί μια πανευρωπαϊκή εκστρατεία για την ενίσχυση της επίγνωσης όσον αφορά τα δικαιώματα των καταναλωτών, που απορρέουν, μεταξύ άλλων, και από την οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, σε στενή συνεργασία με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των επιχειρήσεων και των οργανώσεων καταναλωτών.

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές αποδεικνύεται πολύτιμο εργαλείο για την αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών. Έχει απλουστεύσει το ρυθμιστικό περιβάλλον και έχει συμβάλει στην άρση των εμποδίων στο διασυνοριακό εμπόριο Η εμπειρία έχει καταδείξει τη χρησιμότητα και την ευελιξία αυτής της νομοθετικής πράξης που βασίζεται σε αρχές και είναι οριζόντιου χαρακτήρα. Το απλουστευμένο κανονιστικό περιβάλλον καθιστά ευκολότερο για τις επιχειρήσεις να συμμετέχουν σε διασυνοριακές δραστηριότητες, παρέχοντας, παράλληλα, στους καταναλωτές και στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να επωφελούνται όλο και περισσότερο από το δυναμικό της εσωτερικής αγοράς που ακόμα δεν έχει αξιοποιηθεί.

Η Επιτροπή θεωρεί ότι δεν θα ήταν σκόπιμο να τροποποιηθεί η οδηγία στο παρόν στάδιο· ένας σημαντικός λόγος είναι ότι η εμπειρία που έχει αποκτηθεί από την επιβολή στα κράτη μέλη εξακολουθεί να είναι πολύ περιορισμένη χρονικά για ένα τόσο περιεκτικό σώμα της νομοθεσίας. Η Επιτροπή θα επικεντρωθεί τώρα στη συνεκτικότητα της εφαρμογής της οδηγίας, λαμβάνοντας συγκεκριμένα μέτρα για την εξασφάλιση καλύτερης επιβολής σε βασικούς τομείς προς όφελος της εμπιστοσύνης του καταναλωτή και της ανάπτυξης.