ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 18.6.2024
COM(2024) 258 final

ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Νοεμβρίου 2019, για την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ και των οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών

1. Εισαγωγή

Η οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου, και των οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών[1] (στο εξής: οδηγία για τον εκσυγχρονισμό) εκδόθηκε στις 27 Νοεμβρίου 2019. Τροποποίησε τέσσερις ισχύουσες οδηγίες για το δίκαιο των καταναλωτών —την οδηγία 93/13/ΕΟΚ σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων[2] (στο εξής: οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες), την οδηγία 98/6/ΕΚ σχετικά με την αναγραφή των τιμών[3] (στο εξής: οδηγία για την αναγραφή των τιμών), την οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές[4] (στο εξής: οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές) και την οδηγία 2011/83/ΕΕ σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών[5] (στο εξής: οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών).

Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό ανταποκρίθηκε στις ελλείψεις που εντοπίστηκαν στον έλεγχο καταλληλότητας του 2017 και στην παράλληλη αξιολόγηση της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών[6]. Αποσκοπούσε στην ενίσχυση της επιβολής των κανόνων της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών και στην επικαιροποίηση των κανόνων ώστε να συμβαδίζουν με την ανάπτυξη της ψηφιοποίησης. Παράλληλα με την πρόταση οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υπέβαλε πρόταση σχετικά με τις αντιπροσωπευτικές αγωγές για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών. Η πρόταση αυτή μετατράπηκε σε νομική πράξη το 2020[7].

Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό έπρεπε να **μεταφερθεί στο εθνικό δίκαιο έως τις 28 Νοεμβρίου 2021 και να τεθεί σε εφαρμογή στα κράτη μέλη από τις 28 Μαΐου 2022**. Περιλαμβάνει ρήτρα επανεξέτασης που προβλέπει την υποβολή έκθεσης στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο σχετικά με την εφαρμογή της έως τον Μάιο του 2024. Η επανεξέταση έπρεπε να περιλαμβάνει αξιολόγηση των διατάξεων σχετικά με εκδηλώσεις που διοργανώνονται εκτός

[1] ΕΕ L 328 της 18.12.2019, σ. 7.
[2] Οδηγία 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 5ης Απριλίου 1993, σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές (ΕΕ L 95 της 21.4.1993, σ. 29).
[3] Οδηγία 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές (ΕΕ L 80 της 18.3.1998, σ. 27).
[4] 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 («Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές») (ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σ. 22).
[5] Οδηγία 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 304 της 22.11.2011, σ. 64).
[6] Για περισσότερες πληροφορίες: https://ec.europa.eu/newsroom/just/items/59332.
[7] Οδηγία (ΕΕ) 2020/1828 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Νοεμβρίου 2020, σχετικά με τις αντιπροσωπευτικές αγωγές για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών και για την κατάργηση της οδηγίας 2009/22/ΕΚ (ΕΕ L 409 της 4.12.2020, σ. 1).

εμπορικού καταστήματος, και σχετικά με περιπτώσεις εμπορίας αγαθών ως πανομοιότυπων, ενώ έχουν σαφώς διαφορετική σύσταση ή χαρακτηριστικά (εμπορική προώθηση προϊόντων «δύο ποιοτήτων»).

Η παρούσα έκθεση καλύπτει περίοδο 2 ετών από την ημερομηνία κατά την οποία έπρεπε να τεθούν σε εφαρμογή οι εθνικές νομοθετικές πράξεις για τη μεταφορά της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό (28 Μαΐου 2022). Στην πράξη, για πολλά κράτη μέλη, τα διαθέσιμα στοιχεία καλύπτουν μικρότερο χρονικό διάστημα, λόγω καθυστερήσεων στη μεταφορά στο εθνικό δίκαιο. Ως εκ τούτου, η οδηγία βρίσκεται ακόμη σε σχετικά πρώιμο στάδιο εφαρμογής, γεγονός που επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο θα πρέπει να ερμηνεύονται τα στοιχεία που παρουσιάζονται στην παρούσα έκθεση για την εφαρμογή. Ο αριθμός των επίσημων αποφάσεων ή διαδικασιών επιβολής της νομοθεσίας που σχετίζονται με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό είναι περιορισμένος. Μέχρι στιγμής δεν υπάρχει νομολογία του Δικαστηρίου της ΕΕ σχετικά με την εφαρμογή της, εκτός από μία υπόθεση αίτησης προδικαστικής απόφασης σχετικά με τη νέα διάταξη της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών που αφορά τις μειώσεις τιμών[8].

Η παρούσα έκθεση εκπονήθηκε παράλληλα με τον υπό εξέλιξη έλεγχο καταλληλότητας της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την ψηφιακή δικαιοσύνη (στο εξής: έλεγχος καταλληλότητας)[9], ο οποίος δρομολογήθηκε τον Μάιο του 2022 προκειμένου να διαπιστωθεί αν οι βασικές οριζόντιες νομοθετικές πράξεις για την προστασία των καταναλωτών εξακολουθούν να είναι επαρκείς για τη διασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών στο ψηφιακό περιβάλλον (ψηφιακή δικαιοσύνη). Το αποτέλεσμα του ελέγχου καταλληλότητας θα παρουσιαστεί σε χωριστή έκθεση, η οποία θα δημοσιευτεί το δεύτερο εξάμηνο του 2024.

2. Κύρια στοιχεία της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό

Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό επέφερε στοχευμένες τροποποιήσεις στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες, στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και στην οδηγία για την αναγραφή των τιμών. Με την οδηγία θεσπίστηκαν οι ακόλουθες κύριες τροποποιήσεις:

- **Ενίσχυση των κανόνων σχετικά με τις κυρώσεις** για παραβάσεις των τεσσάρων οδηγιών.
- Νέο δικαίωμα της ΕΕ σε **ατομικά μέσα έννομης προστασίας για τους καταναλωτές** που υφίστανται βλάβη από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές οι οποίες απαγορεύονται βάσει της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.
- Απαγόρευση συγκεκριμένων **αθέμιτων επιγραμμικών πρακτικών** [προσθήκες στο παράρτημα Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (στο εξής: μαύρη λίστα)] οι οποίες αφορούν:
    - αξιολογήσεις από καταναλωτές·
    - διαφημίσεις και επί πληρωμή τοποθετήσεις στα αποτελέσματα αναζήτησης·
    - μεταπώληση εισιτηρίων για εκδηλώσεις.

[8] Υπόθεση C-330/23, Aldi Süd.

[9] https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13413-Digital-fairness-fitness-check-on-EU-consumer-law_el.

- **Νέες απαιτήσεις διαφάνειας** (τροποποιήσεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών):
    - σχετικά με τις κύριες παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη των αποτελεσμάτων της επιγραμμικής αναζήτησης·
    - σχετικά με το αν η σύμβαση συνάπτεται με έμπορο ή φυσικό πρόσωπο σε επιγραμμική αγορά·
    - σχετικά με τα μέτρα που λαμβάνονται για να διασφαλιστεί ότι οι δημοσιευόμενες αξιολογήσεις προέρχονται από καταναλωτές που έχουν όντως χρησιμοποιήσει ή αγοράσει το προϊόν.
- Επέκταση της **εφαρμογής της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών σε «δωρεάν» ψηφιακές υπηρεσίες** για τις οποίες οι καταναλωτές δεν καταβάλλουν χρήματα αλλά παρέχουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, όπως η αποθήκευση στο υπολογιστικό νέφος, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- **Διαφάνεια της εξατομικευμένης τιμολόγησης**: υποχρέωση στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών να ειδοποιούνται οι καταναλωτές, όταν τους παρουσιάζεται τιμή εξατομικευμένη βάσει αυτοματοποιημένης επεξεργασίας.
- **Εμπορική προώθηση προϊόντων «δύο ποιοτήτων»**: τροποποίηση της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που απαγορεύει την παραπλανητική παρουσίαση αγαθών ως πανομοιότυπων με αγαθά που αποτελούν αντικείμενο εμπορίας σε άλλα κράτη μέλη, όταν τα εν λόγω αγαθά έχουν σημαντικές διαφορές στη σύσταση ή στα χαρακτηριστικά τους.
- **Διαφάνεια των μειώσεων τιμών**: τροποποίηση της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών που απαιτεί από τους πωλητές που ανακοινώνουν μείωση της τιμής να αναφέρουν επίσης τη χαμηλότερη τιμή τους τις τελευταίες 30 ημέρες.

Μετά την έκδοση της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό τον Δεκέμβριο του 2021, η Επιτροπή δημοσίευσε επικαιροποιημένες κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και την οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών που αφορούν τις τροποποιήσεις που επήλθαν, καθώς και χωριστή νέα ανακοίνωση κατευθυντήριων γραμμών σχετικά με τη νέα διάταξη της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών για τις μειώσεις τιμών[10].

3. Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο και αξιολόγηση της συμμόρφωσης

Σύμφωνα με το άρθρο 7 της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό, τα κράτη μέλη όφειλαν να θεσπίσουν και να δημοσιεύσουν τα μέτρα που ήταν αναγκαία για τη συμμόρφωση με την οδηγία έως τις 28 Νοεμβρίου 2021 και να εφαρμόσουν τα μέτρα από τις 28 Μαΐου 2022.

[10] Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθυντήριες γραμμές για την ερμηνεία και την εφαρμογή της οδηγίας 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (ΕΕ C 526 της 29.12.2021, σ. 1). Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθυντήριες γραμμές για την ερμηνεία και την εφαρμογή της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών (ΕΕ C 525 της 29.12.2021, σ. 1). Ανακοίνωση της Επιτροπής — Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την ερμηνεία και την εφαρμογή του άρθρου 6α της οδηγίας 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές (ΕΕ C 526 της 29.12.2021, σ. 130).

Κατά τη διάρκεια του 2020 η Επιτροπή διοργάνωσε τρία εργαστήρια για τη μεταφορά στο εθνικό δίκαιο για να βοηθήσει τα κράτη μέλη να θεσπίσουν την αναγκαία νομοθεσία. Πέντε κράτη μέλη θέσπισαν και κοινοποίησαν στην Επιτροπή εθνικά μέτρα για την πλήρη μεταφορά της οδηγίας πριν από την προθεσμία μεταφοράς της 28ης Νοεμβρίου 2021. Τον Ιανουάριο του 2022 η Επιτροπή κίνησε επίσημες διαδικασίες επί παραβάσει κατά 22 κρατών μελών που δεν είχαν κοινοποιήσει μέτρα μεταφοράς ή είχαν κοινοποιήσει μόνο μέτρα μερικής μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο. Κατά τη διάρκεια του 2022 ακολούθησε σειρά αιτιολογημένων γνωμών. Περισσότερα από τα μισά κράτη μέλη κοινοποίησαν την πλήρη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό τους δίκαιο μετά την ημερομηνία εφαρμογής τον Μάιο του 2022. Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2023, όλα τα κράτη μέλη πλην ενός είχαν κοινοποιήσει στην Επιτροπή την πλήρη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο. Το τελευταίο κράτος μέλος κοινοποίησε την πλήρη μεταφορά της οδηγίας στο εθνικό δίκαιο στις 29 Μαΐου 2024.

Η Επιτροπή αξιολόγησε τη συμμόρφωση με τη μεταφορά της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό στο εθνικό δίκαιο. Από το τέλος του 2023 η Επιτροπή έχει ξεκινήσει εννέα στοχευμένους διαλόγους[11] με τις αρμόδιες εθνικές αρχές για να αποσαφηνιστούν τα ζητήματα μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο που εντοπίστηκαν, ενώ σύντομα θα ξεκινήσουν διάλογοι με άλλα κράτη μέλη.

Από τα ζητήματα που εντοπίστηκαν, τα περισσότερα αφορούν τη μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των διατάξεων σχετικά με την ατομική έννομη προστασία των καταναλωτών στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και των ενισχυμένων κανόνων για τις κυρώσεις στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες, στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών. Σε αντίθεση με τις περισσότερες άλλες διατάξεις της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό που συνήθως μεταφέρονται κατά λέξη στους αντίστοιχους εθνικούς κανόνες, η μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των διατάξεων σχετικά με τα μέσα έννομης προστασίας και τις κυρώσεις σε πολλές περιπτώσεις επέφερε αλλαγές σε πολλαπλούς εθνικούς κανόνες. Επιπλέον, από τον έλεγχο της μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο προέκυψαν ορισμένα ζητήματα όσον αφορά τη μεταφορά του νέου άρθρου 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών σχετικά με τις ανακοινώσεις μείωσης της τιμής. Ορισμένα κράτη μέλη φαίνεται να έχουν επεκτείνει το πεδίο εφαρμογής των διατάξεων μεταφοράς τους ώστε να καλύπτουν όχι μόνο τα αγαθά αλλά και τις υπηρεσίες οι οποίες δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του νέου άρθρου 6α και της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών. Αυτά και άλλα ζητήματα μεταφοράς εξετάζονται λεπτομερέστερα στις ακόλουθες θεματικές ενότητες.

4. Εφαρμογή και επιβολή

Οι διερευνητικές δραστηριότητες σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τους σκοπούς της παρούσας έκθεσης πραγματοποιήθηκαν κυρίως το 2023, δηλαδή σε σχετικά πρώιμο στάδιο της εφαρμογής της. Ως εκ τούτου, δεν παρέχουν πλήρη και σαφή εικόνα. Επίσης η πείρα όσον αφορά την επιβολή της οδηγίας από τις εθνικές αρχές και τα εθνικά δικαστήρια είναι περιορισμένη.

Η ανάλυση της εφαρμογής βασίζεται σε διάφορες πηγές πληροφοριών. Όσον αφορά τη συμμόρφωση των εμπόρων, η έκθεση αναφέρεται στις σχετικές επιγραμμικές «σαρώσεις» που διενεργούνται από τις εθνικές αρχές επιβολής του νόμου και συντονίζονται από την Επιτροπή στο

[11] Υποθέσεις EU Pilot.

πλαίσιο του δικτύου συνεργασίας για την προστασία των καταναλωτών (ΣΠΚ) που θεσπίστηκε με τον κανονισμό (ΕΕ) 2017/2394[12] (στο εξής: δίκτυο ΣΠΚ). Στην έκθεση χρησιμοποιούνται επίσης οι δημόσια διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με τις συναφείς δραστηριότητες παρακολούθησης και τα επίσημα μέτρα επιβολής από τις εθνικές αρχές, καθώς και οι εκθέσεις και η έρευνα που υπέβαλαν τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Στο πλαίσιο εξωτερικής υποστηρικτικής μελέτης[13] (στο εξής: υποστηρικτική μελέτη) για τον έλεγχο καταλληλότητας και για την παρούσα έκθεση, διενεργήθηκε έρευνα μεταξύ των καταναλωτών σε δείγμα 10 000 ερωτηθέντων, η οποία κάλυψε 10 κράτη μέλη (Εσθονία, Γαλλία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ιταλία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Ισπανία και Σουηδία)[14]. Επιπλέον, διενεργήθηκε στοχευμένη έρευνα[15] στην οποία συγκεντρώθηκαν απόψεις διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών (επιχειρήσεις, ενώσεις καταναλωτών, υπουργεία και αρχές επιβολής του νόμου κ.λπ.) σε όλα τα κράτη μέλη (στο εξής: έρευνα μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών) σχετικά με συγκεκριμένα ερωτήματα. Πραγματοποιήθηκαν πρόσθετες συνεντεύξεις με επιλεγμένες ενώσεις καταναλωτών και επαγγελματικές ενώσεις, αρχές επιβολής του νόμου και υπουργεία. Η κατάρτιση της έκθεσης συζητήθηκε με τα κράτη μέλη στις συνεδριάσεις της ομάδας εμπειρογνωμόνων της Επιτροπής για το δίκαιο των καταναλωτών. Συγκεκριμένα θέματα της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό, ιδίως οι διατάξεις για τις μειώσεις τιμών και τις δύο ποιότητες,

[12] Κανονισμός (ΕΕ) 2017/2394 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2017, σχετικά με τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών που είναι αρμόδιες για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών και με την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 (ΕΕ L 345 της 27.12.2017, σ. 1). Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τις δραστηριότητες βάσει του κανονισμού ΣΠΚ κατά την περίοδο 2020-2021, βλ. τη διετή έκθεση για τη ΣΠΚ: https://commission.europa.eu/system/files/2022-04/swd_2022_108_f1_staff_working_paper_en_v3_p1_1903309.pdf.

[13] Μελέτη για την υποστήριξη του ελέγχου καταλληλότητας της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την ψηφιακή δικαιοσύνη και έκθεση σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας (ΕΕ) 2019/2161 για τον εκσυγχρονισμό. Η μελέτη εκπονήθηκε για λογαριασμό της ΓΔ Δικαιοσύνης και Καταναλωτών (ΓΔ JUST) βάσει της σύμβασης-πλαισίου JUST/2020/PR/03/0001 από το Κέντρο Υπηρεσιών Στρατηγικής και Αξιολόγησης (CSES), με την υποστήριξη των VVA (πλέον: Ernst & Young) και Tetra Tech. Επιπλέον, και άλλοι οργανισμοί παρείχαν στήριξη για την ανάλυση σε εξειδικευμένους τομείς (WIK και LE Europe).

[14] Τα αποτελέσματα μπορούν να θεωρηθούν αντιπροσωπευτικά όσον αφορά το μέγεθος του δείγματος, το οποίο καλύπτει διάφορες περιφέρειες της ΕΕ και επιτρέπει, στο μέτρο του δυνατού, την παρέκταση στην ΕΕ-27. Για την έρευνα μεταξύ των καταναλωτών επιλέχθηκε μια προκαθορισμένη ομάδα μεγάλης κλίμακας για να διασφαλιστεί ότι επιτυγχάνεται υψηλή συμμετοχή στην έρευνα με ισχυρή αντιπροσωπευτικότητα σύμφωνα με διάφορες παραμέτρους, όπως η ηλικία και το φύλο.

[15] Η στοχευμένη έρευνα (μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών) πραγματοποιήθηκε με τη χρήση επιγραμμικού εργαλείου έρευνας. Από το σύνολο των **164 απαντησάντων**, οι **επιχειρηματικές ενώσεις** (σε επίπεδο ΕΕ και σε εθνικό επίπεδο) αντιπροσώπευαν το 40,2 %, n=66· **οι ενώσεις καταναλωτών** (σε επίπεδο ΕΕ και σε εθνικό επίπεδο) — 17,7 %, n=29· **τα εθνικά υπουργεία** — 6,1 %, n=10· **οι εθνικές αρχές επιβολής του νόμου** — 12,2 %, n=20· **το ECC-Net**, 6,1 %, n = 10, **οι μεμονωμένοι έμποροι** — 10,4 %, n=17. Πανεπιστημιακοί ερευνητές και άλλοι συνεισέφεραν το υπόλοιπο 13,4 % (n=22). **Οι εθνικές αρχές επιβολής του νόμου και τα εθνικά υπουργεία** (σύνολο n=30) προέρχονταν από **18 κράτη μέλη:** 3 από την Αυστρία, 4 από τη Σλοβενία· 2 από το Βέλγιο, τη Βουλγαρία, τη Δανία, τις Κάτω Χώρες, τη Ρουμανία, τη Σλοβακία· και 1 από την Κροατία, την Κύπρο, την Τσεχία, τη Φινλανδία, την Ουγγαρία, την Ιρλανδία, τη Λιθουανία, την Πολωνία, την Ισπανία και τη Σουηδία· 1 προερχόταν από «Άλλη» χώρα. Στις **ενώσεις καταναλωτών** (n=19), 4 περιλαμβάνονταν ενώσεις σε επίπεδο ΕΕ και οι εθνικές ενώσεις προέρχονταν από **8 κράτη μέλη**: 6 από την Αυστρία, 3 από τη Γερμανία και 1 από καθεμία από τις Κροατία, Γαλλία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ρουμανία και Σλοβακία. Από τις **66 επιχειρηματικές ενώσεις,** οι 32 ήταν ενώσεις σε επίπεδο ΕΕ ενώ οι εθνικές ενώσεις προέρχονταν από **11 κράτη μέλη**: 12 από τη Γερμανία, 6 από το Βέλγιο, 5 από την Ιταλία, 2 από τη Γαλλία και τη Σουηδία και 1 από καθεμία από τις Αυστρία, Βουλγαρία, Τσεχία, Φινλανδία, Κάτω Χώρες, Ισπανία· 1 προερχόταν από «Άλλη» χώρα.

συζητήθηκαν σε αρκετές διμερείς και πολυμερείς συνεδριάσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη και τις εθνικές αρχές.

Τέλος, στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης, διενεργήθηκαν έλεγχοι συμμόρφωσης επιλεγμένων επιγραμμικών εμπόρων[16] σε θέματα που σχετίζονται με την οδηγία, συμπεριλαμβανομένης της διαφάνειας των επιγραμμικών αγορών, της διαφάνειας όσον αφορά την κατάταξη των αποτελεσμάτων αναζήτησης, της εξατομικευμένης τιμολόγησης, των επιγραμμικών αξιολογήσεων από τους καταναλωτές, των ανακοινώσεων για τις μειώσεις των τιμών και των τηλεφωνικών κλήσεων με βασική τιμή χρέωσης στις υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών. Οι έλεγχοι αυτοί κάλυπταν περιορισμένο αριθμό ιστότοπων και, ως εκ τούτου, διαφέρουν από τις μεγάλης κλίμακας «σαρώσεις» που διενεργούνται από τις εθνικές αρχές στο δίκτυο ΣΠΚ.

Επιπλέον, οι πίνακες αποτελεσμάτων του 2021 και του 2023 για τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές (στο εξής: «CCS του 2021» και «CCS του 2023»), οι οποίοι βασίστηκαν, αντίστοιχα, στις έρευνες του 2020 και του 2022 για τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές[17], παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τις αντιλήψεις των καταναλωτών όσον αφορά διάφορα θέματα που είναι συναφή με την παρούσα ανάλυση, πριν από την έναρξη εφαρμογής της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό και λίγο μετά την έναρξη εφαρμογής της (αν και όχι σε όλα τα κράτη μέλη), για παράδειγμα, σχετικά με εμπειρίες των καταναλωτών όσον αφορά την κατάταξη των αποτελεσμάτων αναζήτησης, τις αξιολογήσεις από τους καταναλωτές και τις μειώσεις τιμών.

Στις θεματικές ενότητες της παρούσας έκθεσης που ακολουθούν (ενότητες 5 έως 15) παρέχεται επισκόπηση της εφαρμογής των κύριων στοιχείων της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι δραστηριότητες συλλογής δεδομένων στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης για την παρούσα έκθεση πραγματοποιήθηκαν πριν αρχίσουν να εφαρμόζονται οι κανόνες της

[16] Οι εν λόγω έλεγχοι συμμόρφωσης διενεργήθηκαν σε δείγμα ιστότοπων ή εφαρμογών σε 10 κράτη μέλη (όπως και στην έρευνα μεταξύ των καταναλωτών) για την αξιολόγηση των επιδόσεών τους όσον αφορά συγκεκριμένες παραμέτρους και της συμμόρφωσής τους με τις απαιτήσεις της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό. Η επιλογή ιστότοπων και εφαρμογών βασίστηκε πρωτίστως στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του σχετικού υπό έρευνα θέματος και στη σχετική τους σημασία (π.χ., μηνιαίος όγκος κίνησης σε κάθε χώρα που καλύφθηκε) και κάλυψε επιγραμμικές αγορές, ιστότοπους ηλεκτρονικού εμπορίου, μετακίνηση και καταλύματα, ιστότοπους σύγκρισης τιμών κ.λπ. Στην πράξη, οι ερευνητές πλοηγήθηκαν σε ιστότοπους ή χρησιμοποίησαν εφαρμογές για να εκτελέσουν απλές κινήσεις, όπως η αναζήτηση προϊόντων για αγορά ή η απόπειρα εγγραφής για την παροχή υπηρεσίας. Συνέλεξαν δεδομένα σχετικά με τις πληροφορίες που τους παρουσιάστηκαν, καθώς και σχετικά με το περιεχόμενο και τη σαφήνεια τους. Οι έλεγχοι συμμόρφωσης παρείχαν μια ποιοτική αξιολόγηση των προβλημάτων, συμπεριλαμβανομένων των απόψεων των ερευνητών σχετικά με τη σαφήνεια των πληροφοριών, πρακτικά παραδείγματα των προβλημάτων που εντοπίστηκαν, υποστηριζόμενα από στιγμιότυπα οθόνης. Παρότι κάλυπτε αρκετούς επιλεγμένους ιστότοπους, κάθε έλεγχος συμμόρφωσης ήταν διαφορετικός ως προς το πεδίο εφαρμογής, τον στόχο και τη φύση του.

[17] Έρευνα του 2020 για τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, διαθέσιμη στη διεύθυνση https://commission.europa.eu/document/download/70d38b3e-58ee-4ed9-8017-77af2573bef4_en?filename=ccs_ppt_120321_final.pdf· έρευνα του 2022 για τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, διαθέσιμη στη διεύθυνση https://commission.europa.eu/document/download/ce4eda77-83bb-436a-baee-84e4b4c4f324_en?filename=ccs_2022_country_data.pdf.

πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες (στο εξής: πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες)[18]. Η πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες επέφερε σημαντικές εξελίξεις στις οποίες γίνεται αναφορά στις σχετικές θεματικές ενότητες.

5. Κυρώσεις

Για να ενισχυθεί η δημόσια επιβολή της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών σε ολόκληρη την ΕΕ και το αποτρεπτικό της αποτέλεσμα, η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό τροποποίησε τους υφιστάμενους κανόνες σχετικά με τις κυρώσεις στην οδηγία για την αναγραφή των τιμών, την οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και την οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών, οι οποίοι απαιτούσαν ήδη από τα κράτη μέλη να προβλέπουν αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές κυρώσεις. Επιπλέον, εισήγαγε νέα απαίτηση σύμφωνα με την οποία τα κράτη μέλη οφείλουν να προβλέπουν τέτοιες κυρώσεις στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες, καθώς δεν προβλεπόταν τέτοια απαίτηση στο παρελθόν.

Το κύριο νέο χαρακτηριστικό ήταν η προσθήκη στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες[19] της απαίτησης να προβλεφθούν πρόστιμα και να καθοριστεί το μέγιστο ποσό τους για **εκτεταμένες παραβάσεις και για εκτεταμένες παραβάσεις με ενωσιακή διάσταση**, όταν τα μέτρα επιβολής λαμβάνονται με συντονισμένο τρόπο δυνάμει του άρθρου 21 του κανονισμού ΣΠΚ[20]. Στις περιπτώσεις αυτές, τα κράτη μέλη πρέπει να προβλέπουν —ως υποχρεωτικό στοιχείο των κανόνων τους για τις κυρώσεις— πρόστιμα που ανέρχονται τουλάχιστον στο **4 % του ετήσιου κύκλου εργασιών του εμπόρου** ή στα **2 εκατ. EUR** για περιπτώσεις στις οποίες ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν μπορεί να προσδιοριστεί. Πρόκειται για ελάχιστες απαιτήσεις και τα κράτη μέλη έχουν τη δυνατότητα να διατηρήσουν ή να θεσπίσουν υψηλότερα μέγιστα πρόστιμα. Όσον αφορά την επιβολή κυρώσεων εν γένει, τα κράτη μέλη διατηρούν τη διακριτική ευχέρεια ως προς τη διαδικασία επιβολής των εν λόγω προστίμων, η οποία μπορεί να είναι διοικητική ή δικαστική.

Επιπλέον, με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό ενσωματώθηκαν στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες, στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και στην οδηγία για την αναγραφή των τιμών, μη εξαντλητικά και ενδεικτικά

[18] Κανονισμός (ΕΕ) 2022/2065 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 19ης Οκτωβρίου 2022, σχετικά με την ενιαία αγορά ψηφιακών υπηρεσιών και την τροποποίηση της οδηγίας 2000/31/ΕΚ (πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες) (ΕΕ L 277 της 27.10.2022, σ. 1). Από τις 17 Φεβρουαρίου 2024 οι κανόνες της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες εφαρμόζονται σε όλες τις πλατφόρμες. Από το τέλος Αυγούστου του 2023 οι κανόνες αυτοί εφαρμόζονταν ήδη σε χαρακτηρισμένες πλατφόρμες με περισσότερους από 45 εκατομμύρια χρήστες στην ΕΕ (10 % του πληθυσμού της ΕΕ), στις λεγόμενες πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες (VLOP) ή πολύ μεγάλες επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης (VLOSE). Ειδικότερα, επιγραμμικές αγορές όπως οι Amazon, Aliexpress, Apple AppStore, Google Play, Zalando και, πιο πρόσφατα, Shein και Temu, έχουν χαρακτηριστεί ως πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες.

[19] Ενώ στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και στην οδηγία για την προστασία των καταναλωτών, τα τροποποιημένα άρθρα σχετικά με τις κυρώσεις βασίστηκαν στην ισχύουσα γενική απαίτηση για την πρόβλεψη κυρώσεων, το άρθρο 8β σχετικά με τις κυρώσεις αποτελεί νέο χαρακτηριστικό της οδηγίας για τις καταχρηστικές ρήτρες.

[20] Ο κανονισμός ΣΠΚ επικεντρώνεται στη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών επιβολής του νόμου σε περιπτώσεις εκτεταμένων παραβάσεων που βλάπτουν τους καταναλωτές σε διάφορα κράτη μέλη και εκτεταμένων παραβάσεων με ενωσιακή διάσταση. Γι' αυτού του είδους τις εκτεταμένες παραβάσεις, οι εθνικές αρχές ενδέχεται να χρειάζεται να επιβάλουν αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές κυρώσεις με συντονισμένο τρόπο.

κριτήρια που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για την επιβολή κυρώσεων, τόσο σε εγχώριες όσο και σε διασυνοριακές υποθέσεις.

Η **αξιολόγηση της συμμόρφωσης** των μέτρων μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο που κοινοποιήθηκαν όσον αφορά τις εν λόγω διατάξεις αποδείχθηκε αρκετά περίπλοκη. Για παράδειγμα, αρκετά κράτη μέλη διέθεταν πολλαπλούς προϋπάρχοντες εθνικούς κανόνες για τις κυρώσεις ανάλογα με τη διάταξη της εν λόγω οδηγίας την οποία αφορούσε η παράβαση. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να απαιτούνται πολλαπλές διατάξεις μεταφοράς για την τροποποίησή τους.

Όσον αφορά τα πρόστιμα που μπορούν να επιβληθούν σε διασυνοριακές υποθέσεις στο πλαίσιο των συντονισμένων δράσεων βάσει του άρθρου 21 του κανονισμού ΣΠΚ, σχεδόν όλα τα κράτη μέλη έχουν μεταφέρει στο εθνικό τους δίκαιο την απαίτηση να προβλέπεται πρόστιμο που ανέρχεται τουλάχιστον στο 4 % του ετήσιου κύκλου εργασιών του εμπόρου ή, εναλλακτικά, σε 2 εκατ. EUR για παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένες δράσεις βάσει του κανονισμού ΣΠΚ. Η κατάσταση ορισμένων κρατών μελών που έθεσαν ζητήματα ή εξέφρασαν αβεβαιότητα αναλύεται ή θα αναλυθεί στο πλαίσιο των στοχευμένων διαλόγων με τα κράτη μέλη.

Ορισμένες χώρες **επιβάλλουν επίσης πρόστιμο έως 4 % ή έως 2 εκατ. EUR σε άλλα είδη παραβάσεων** (εγχώριων και διασυνοριακών): για παράδειγμα, για παραβάσεις της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, η Αυστρία επιβάλλει πρόστιμο ύψους έως 4 % του ετήσιου κύκλου εργασιών σε όλες τις παραβάσεις. Για παραβάσεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, η Πολωνία επιβάλλει πρόστιμο έως 2 εκατ. EUR σε όλες τις παραβάσεις, εάν δεν υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με τον κύκλο εργασιών, και η Λετονία επιβάλλει πρόστιμο ύψους έως 4 % του ετήσιου κύκλου εργασιών σε όλες τις παραβάσεις με ανώτατο όριο τις 300 000 EUR.

Ορισμένες χώρες έχουν **αυστηρότερους κανόνες που υπερβαίνουν τον κανόνα των 2 εκατ. EUR για παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένη δράση βάσει του κανονισμού ΣΠΚ**. Όταν δεν υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με τον ετήσιο κύκλο εργασιών, τα μέγιστα πρόστιμα για διασυνοριακές παραβάσεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που υπόκεινται σε τέτοιες συντονισμένες δράσεις μπορούν να ανέλθουν σε ποσά έως και 5 εκατ. EUR στην Ελλάδα ή 4 εκατ. EUR στη Δανία.

Επιπλέον, ορισμένες άλλες χώρες είχαν ήδη καθορίσει ή καθόρισαν **μέγιστα πρόστιμα για όλες τις παραβάσεις τα οποία είναι υψηλότερα από εκείνα που απαιτούνται από την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό** όσον αφορά τις διασυνοριακές παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένες δράσεις βάσει του κανονισμού ΣΠΚ (4 % / 2 εκατ. EUR). Για παράδειγμα, οι παραβάσεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές τιμωρούνται γενικά με πρόστιμο ύψους έως 10 % του ετήσιου κύκλου εργασιών του εμπόρου στις Κάτω Χώρες και την Πολωνία, έως 6 % στο Βέλγιο και έως 5 % στην Κύπρο. Για παραβάσεις της οδηγίας για τις καταχρηστικές ρήτρες, για παράδειγμα, η Πολωνία προβλέπει πρόστιμο ύψους έως 10 % του ετήσιου κύκλου εργασιών του εμπόρου· η Κύπρος προβλέπει πρόστιμο έως 5 %.

Οι νέοι κανόνες σχετικά με τα μέγιστα πρόστιμα για παραβάσεις σε διασυνοριακές υποθέσεις που υπόκεινται σε συντονισμένη επιβολή βάσει του κανονισμού ΣΠΚ δεν έχουν ακόμη εφαρμοστεί στην πράξη. Από τις παρατηρήσεις που ελήφθησαν στο πλαίσιο των συντονισμένων δράσεων βάσει του κανονισμού ΣΠΚ, προκύπτει ότι ορισμένες αρχές θα δυσκολευτούν να εφαρμόσουν τα εν λόγω πρόστιμα σε περιπτώσεις στις οποίες οι επιχειρήσεις δεν προτείνουν κατάλληλες δεσμεύσεις για την αντιμετώπιση των εικαζόμενων παραβάσεων. Ειδικότερα, ούτε ο κανονισμός ΣΠΚ ούτε οι διατάξεις για τις κυρώσεις που περιέχονται στις σχετικές οδηγίες προβλέπουν σαφείς

διαδικασίες για τον συντονισμό της επιβολής κυρώσεων και την αποφυγή του κινδύνου καταστάσεων «ne-bis-in idem», όταν τέτοια μέτρα λαμβάνονται παράλληλα σε διαφορετικά κράτη μέλη. Η Επιτροπή εξετάζει το ενδεχόμενο αναθεώρησης του κανονισμού ΣΠΚ, μεταξύ άλλων για να αυξήσει το αποτρεπτικό του αποτέλεσμα[21].

Τα κράτη μέλη έχουν υιοθετήσει διαφορετικές προσεγγίσεις όσον αφορά τη μεταφορά στο εθνικό δίκαιο των **μη εξαντλητικών και ενδεικτικών κριτηρίων για την επιβολή κυρώσεων** που προστέθηκαν από την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό και στις τέσσερις τροποποιημένες οδηγίες. Ορισμένα κράτη μέλη μετέφεραν στο εθνικό δίκαιο όλα τα κριτήρια του καταλόγου (σχεδόν) κατά λέξη, ενώ άλλα, δεδομένου του απλώς ενδεικτικού χαρακτήρα του καταλόγου, τα μετέφεραν μόνο εν μέρει ή βασίστηκαν στις ήδη υφιστάμενες σχετικές διατάξεις του εθνικού δικαίου, οι οποίες συχνά απαιτούν, για παράδειγμα, να λαμβάνονται υπόψη «επιβαρυντικά ή ελαφρυντικά στοιχεία» κατά την επιβολή κυρώσεων.

Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό παρέχει **ρυθμιστικές επιλογές** στα κράτη μέλη για την εφαρμογή των νέων κανόνων σχετικά με τις κυρώσεις στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες. Σύμφωνα με την **οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες** (άρθρο 8β παράγραφος 2), τα κράτη μέλη έχουν την επιλογή να εφαρμόζουν τους κανόνες σχετικά με τις κυρώσεις (συμπεριλαμβανομένης της ειδικής διάταξης σχετικά με τα πρόστιμα για παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένη δράση επιβολής βάσει του κανονισμού ΣΠΚ) μόνο σε μία ή και στις δύο ακόλουθες περιπτώσεις: α) όταν ο έμπορος χρησιμοποιεί συμβατικούς όρους που ορίζονται ρητώς ως καταχρηστικοί σε κάθε περίσταση από το εθνικό δίκαιο ή β) όταν ο έμπορος εξακολουθεί να χρησιμοποιεί συμβατικούς όρους που έχουν κριθεί καταχρηστικοί με οριστική απόφαση. Όσον αφορά την **οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές** (άρθρο 13 παράγραφος 3), τα κράτη μέλη μπορούν, για εθνικούς συνταγματικούς λόγους, να αποφασίσουν να μην εφαρμόσουν τους κανόνες σχετικά με τα πρόστιμα για παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένη δράση επιβολής βάσει του κανονισμού ΣΠΚ, όταν ο έμπορος έχει παραβεί μόνο το άρθρο 5 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές σχετικά με την επαγγελματική ευσυνειδησία για πρώτη φορά.

Η ρυθμιστική επιλογή στο πλαίσιο της οδηγίας για τις καταχρηστικές ρήτρες χρησιμοποιείται σε πολλά κράτη μέλη. Για παράδειγμα, η Κροατία, η Φινλανδία, η Γαλλία, η Γερμανία και η Πορτογαλία επιβάλλουν τις κυρώσεις και στις δύο περιπτώσεις που προβλέπονται στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες. Κυρώσεις επιβάλλονται μόνο σε περιπτώσεις στις οποίες ο έμπορος χρησιμοποιεί συμβατικούς όρους που ορίζονται ρητώς ως καταχρηστικοί σε όλες τις περιστάσεις στο εθνικό δίκαιο, για παράδειγμα στην Αυστρία, την Τσεχία και την Εσθονία. Τέλος, κυρώσεις επιβάλλονται μόνο όταν ο έμπορος εξακολουθεί να χρησιμοποιεί συμβατικούς όρους που έχουν κριθεί καταχρηστικοί με οριστική απόφαση, για παράδειγμα στη Βουλγαρία, τη Λιθουανία, το Λουξεμβούργο και τη Σουηδία.

[21] Βλ. «Final report: Information gathering for assisting the European Commission in complying with its obligations under Article 40 (‘reporting’) of Regulation (EU) 2017/2394 on Consumer Protection Cooperation» [Τελική έκθεση: Συλλογή πληροφοριών προς στήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη συμμόρφωσή της με τις υποχρεώσεις της βάσει του άρθρου 40 («υποβολή εκθέσεων») του κανονισμού (ΕΕ) 2017/2394 σχετικά με τη συνεργασία για την προστασία των καταναλωτών], διαθέσιμη στη διεύθυνση: https://op.europa.eu/el/publication-detail/-/publication/f3eb3b4c-e819-11ee-9ea8-01aa75ed71a1.

Η ρυθμιστική επιλογή στο πλαίσιο της **οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές** χρησιμοποιείται από λιγότερα κράτη μέλη, για παράδειγμα από την Αυστρία, την Κροατία, τη Φινλανδία, τη Γαλλία, τη Γερμανία και τη Σουηδία.

Εν κατακλείδι, ορισμένα κράτη μέλη χρησιμοποίησαν ρυθμιστικές επιλογές σχετικά με τους νέους κανόνες για τις κυρώσεις. Με λίγες εξαιρέσεις, η νέα απαίτηση σχετικά με τα πρόστιμα για παραβάσεις που υπόκεινται σε συντονισμένες δράσεις βάσει του κανονισμού ΣΠΚ έχουν μεταφερθεί ορθά με τους εθνικούς νόμους, οι οποίοι σε ορισμένες περιπτώσεις υπερβαίνουν τις ελάχιστες απαιτήσεις, π.χ. επεκτείνοντας την εφαρμογή τους σε όλες τις παραβάσεις — συμπεριλαμβανομένων των εγχώριων— των σχετικών οδηγιών. Οι κανόνες σχετικά με τα μέγιστα πρόστιμα για παραβάσεις σε διασυνοριακές υποθέσεις που υπόκεινται σε δράση συντονισμένης επιβολής βάσει του κανονισμού ΣΠΚ δεν έχουν ακόμη εφαρμοστεί στην πράξη.

6. Μέσα έννομης προστασίας για τους καταναλωτές βάσει της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές

Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό ενσωμάτωσε στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές το **δικαίωμα των καταναλωτών σε αναλογικά και αποτελεσματικά ατομικά μέσα έννομης προστασίας** όταν υφίστανται βλάβη από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Σύμφωνα με το άρθρο 11α απαιτείται πλέον από τα κράτη μέλη να διασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές που έχουν πέσει θύματα αθέμιτων πρακτικών έχουν στη διάθεσή τους τόσο συμβατικά όσο και εξωσυμβατικά μέσα έννομης προστασίας, δηλαδή αποζημίωση για την πρόκληση ζημιών, μείωση της τιμής και καταγγελία της σύμβασης. Τα κράτη μέλη έχουν τη διακριτική ευχέρεια να καθορίζουν τους όρους εφαρμογής και τις επιπτώσεις των μέσων έννομης προστασίας. Οι καταναλωτές μπορούν να επιβάλλουν τα εν λόγω μέσα έννομης προστασίας μέσω ατομικών αγωγών ή συλλογικών αγωγών στο πλαίσιο της νέας οδηγίας (ΕΕ) 2020/1828 για τις αντιπροσωπευτικές αγωγές, η οποία προβλέπει έναν διαδικαστικό μηχανισμό για την επιβολή των συλλογικών δικαιωμάτων των καταναλωτών.

Όπως και στην περίπτωση των κανόνων για τις κυρώσεις, ο έλεγχος συμμόρφωσης των εθνικών διατάξεων για τη μεταφορά του άρθρου 11α στο εθνικό δίκαιο αποδείχθηκε αρκετά περίπλοκος και οδήγησε σε ορισμένα ζητήματα που εξετάζονται ή θα εξεταστούν στο πλαίσιο των στοχευμένων διαλόγων με διάφορα κράτη μέλη. Η πολυπλοκότητα αυτή οφείλεται στο γεγονός ότι τα μέσα έννομης προστασίας των καταναλωτών εφαρμόστηκαν σε πολλά κράτη μέλη εν μέρει με τη θέσπιση νέων κανόνων και εν μέρει με τη χρήση προϋφιστάμενων διατάξεων αστικού δικαίου για τα μέσα έννομης προστασίας. Επιπλέον, το πεδίο εφαρμογής και το εύρος των μέσων έννομης προστασίας που είναι διαθέσιμα σε αρκετά κράτη μέλη δεν ήταν σαφή. Η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές έχει ευρύ πεδίο εφαρμογής, καθώς εφαρμόζεται σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που ασκούνται εκτός οιασδήποτε συμβατικής σχέσης μεταξύ ενός εμπόρου και ενός καταναλωτή ή μετά τη σύναψη της σύμβασης και κατά τη διάρκεια της εκτέλεσής της. Ως εκ τούτου, τα μέσα έννομης προστασίας των καταναλωτών πρέπει επίσης να είναι διαθέσιμα για παραβάσεις που αφορούν όλα αυτά τα στάδια και είδη σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών.

Τα κράτη μέλη υιοθέτησαν **διαφορετικές προσεγγίσεις για τη μεταφορά του άρθρου 11α της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές** στο εθνικό δίκαιο. Ορισμένα κράτη μέλη, π.χ. η Σλοβενία, η Ρουμανία και η Λετονία θέσπισαν (ή διέθεταν ήδη προϋπάρχουσες) ειδικές διατάξεις στη νομοθεσία τους για τη μεταφορά της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, οι οποίες

προβλέπουν ρητά το δικαίωμα των καταναλωτών σε μέσα έννομης προστασίας σε περίπτωση παράβασης των εν λόγω διατάξεων. Ορισμένα κράτη μέλη διαθέτουν ειδικές διατάξεις σχετικά με τα μέσα έννομης προστασίας στη νομοθεσία τους για τη μεταφορά της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, οι οποίες επίσης αναφέρονται ρητά σε πρόσθετους κανόνες του γενικού αστικού δικαίου, όπως οι αστικοί κώδικες, για παράδειγμα στην Αυστρία, την Κροατία, την Τσεχία, την Εσθονία και τη Γερμανία. Τέλος, ορισμένα κράτη μέλη έχουν κοινοποιήσει το οικείο γενικό αστικό δίκαιο ή άλλες διατάξεις σχετικά με τα μέσα έννομης προστασίας ως εφαρμοστέες σε παραβάσεις των εθνικών κανόνων μεταφοράς της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στο εθνικό δίκαιο, όπως για παράδειγμα η Γαλλία.

Ορισμένα κράτη μέλη κοινοποίησαν διατάξεις οι οποίες, εκτός από την παροχή ουσιαστικών δικαιωμάτων σε μέσα έννομης προστασίας, **διευκολύνουν επίσης την εφαρμογή τους**. Για παράδειγμα, στη Βουλγαρία, όταν οι καταναλωτές χρησιμοποιούν μέσα έννομης προστασίας βάσει του γενικού δικαίου ενώπιον πολιτικού δικαστηρίου, δεν χρειάζεται να αποδείξουν ότι η πρακτική είναι αθέμιτη όταν η εθνική αρχή επιβολής του νόμου (επιτροπή προστασίας των καταναλωτών) έχει ήδη διαπιστώσει, σε οριστική απόφαση, ότι μια συγκεκριμένη πρακτική είναι αθέμιτη. Η Ισπανία έχει θεσπίσει διατάξεις που προσδίδουν αποδεικτική ισχύ σε προηγούμενη διαπίστωση παράβασης της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές από την αρχή ή δικαστήριο.

Εν κατακλείδι, η νομοθεσία των περισσότερων κρατών μελών περιλαμβάνει πλέον κανόνες που παρέχουν στους καταναλωτές το δικαίωμα αποζημίωσης για πρόκληση ζημιών, μείωσης της τιμής ή καταγγελίας της σύμβασης όταν είναι θύματα αθέμιτων πρακτικών.

7. Ανακοινώσεις μείωσης των τιμών

Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό τροποποίησε την οδηγία για την αναγραφή των τιμών εισάγοντας ένα νέο άρθρο 6α σχετικά με τις μειώσεις των τιμών, με στόχο να διασφαλιστεί ότι οι καταναλωτές είναι καλύτερα ενημερωμένοι και μπορούν να αξιολογούν καλύτερα τους λόγους και το πραγματικό πλεονέκτημα της ανακοινωθείσας μείωσης. Απαιτεί από τους πωλητές αγαθών που ανακοινώνουν μείωση της τιμής να αναφέρουν την «προγενέστερη τιμή», δηλαδή τη **χαμηλότερη τιμή που εφάρμοσε ο ίδιος έμπορος κατά τη διάρκεια χρονικού διαστήματος όχι συντομότερου των 30 ημερών** πριν από την εφαρμογή της μείωσης της τιμής. Ως ειδικότερος κανόνας, το νέο άρθρο 6α υπερισχύει των γενικών διατάξεων της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές όσον αφορά, ιδίως, τα χαρακτηριστικά της τιμής αναφοράς στις μειώσεις τιμών. Ωστόσο, η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, με την κατά περίπτωση προσέγγισή της, εξακολουθεί να εφαρμόζεται για την αξιολόγηση άλλων πτυχών των μειώσεων τιμών που δεν ρυθμίζονται ρητά στο άρθρο 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών, όπως η διάρκεια της μείωσης της τιμής. Επιπλέον, η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές παραμένει η εφαρμοστέα νομική βάση για την αξιολόγηση των διαφόρων άλλων ειδών προσφορών τιμών που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 6α, όπως οι συγκρίσεις τιμών.

Οι παράγραφοι 3 έως 5 του άρθρου 6α προβλέπουν ρυθμιστικές επιλογές που **επιτρέπουν στα κράτη μέλη να παρεκκλίνουν από τον γενικό κανόνα** σε περίπτωση: α) αγαθών τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα («ευαλλοίωτα αγαθά»), β) αγαθών που κυκλοφορούν

στην αγορά για λιγότερο από 30 ημέρες (αγαθά «νέων αφίξεων»)· και γ) αγαθών για τα οποία η μείωση της τιμής αυξάνεται προοδευτικά («προοδευτικές εκπτώσεις»).

Όλα τα κράτη μέλη **μετέφεραν στο εθνικό δίκαιο τον γενικό κανόνα σχετικά με την «προγενέστερη τιμή»**, διατηρώντας τις 30 ημέρες ως περίοδο αναφοράς για τον καθορισμό της «προγενέστερης τιμής». Ωστόσο, μολονότι η οδηγία για την αναγραφή των τιμών και το άρθρο 6α εφαρμόζονται μόνο στην πώληση αγαθών, ορισμένα κράτη μέλη **επέκτειναν το πεδίο εφαρμογής των εθνικών διατάξεων για τις μειώσεις τιμών ώστε να καλύπτει και τις υπηρεσίες**. Η επέκταση του άρθρου 6α στις υπηρεσίες έχει εγείρει ανησυχίες στην πλευρά των ενδιαφερόμενων μερών του κλάδου (βλ. κατωτέρω) και η Επιτροπή αντιμετωπίζει τις ανησυχίες αυτές μέσω στοχευμένων διαλόγων με τα κράτη μέλη.

Οι ρυθμιστικές επιλογές του άρθρου 6α παρέχουν στα κράτη μέλη έναν βαθμό ευελιξίας όσον αφορά την προσαρμογή των εθνικών κανόνων στις συνθήκες της αγοράς για συγκεκριμένες κατηγορίες αγαθών. Πολλά κράτη μέλη, αλλά όχι όλα, αποφάσισαν να τις εφαρμόσουν, γεγονός που οδήγησε σε ορισμένες εθνικές διαφορές.

Η ρυθμιστική επιλογή σχετικά με τα **αγαθά που μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα («ευαλλοίωτα αγαθά»)** στο άρθρο 6α παράγραφος 3, επιτρέπει στα κράτη μέλη να προβλέπουν διαφορετικούς κανόνες για τα εν λόγω αγαθά ή να τα εξαιρούν από το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 6α.

Όλα τα κράτη μέλη έκαναν χρήση αυτής της ρυθμιστικής επιλογής εκτός από την Κροατία, την Ιρλανδία και το Λουξεμβούργο. Οι εθνικές διατάξεις για την εφαρμογή του άρθρου 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών δεν εφαρμόζονται στα «ευαλλοίωτα» αγαθά στην Αυστρία, το Βέλγιο, την Τσεχία, τη Φινλανδία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ελλάδα, την Ουγγαρία, την Ιταλία, τη Λετονία, τη Λιθουανία, την Ισπανία και τη Σουηδία. Στην Κύπρο, την Εσθονία, τη Μάλτα, τις Κάτω Χώρες, την Πολωνία και τη Σλοβενία, οι πωλητές πρέπει να αναφέρουν, ως τιμή αναφοράς στις μειώσεις τιμών, την τιμή που ίσχυε πριν από τη μείωση. Τέλος, ορισμένα κράτη μέλη εφαρμόζουν το άρθρο 6α στα ευαλλοίωτα αγαθά, αλλά έχουν προβλέψει μειωμένες περιόδους αναφοράς για τον καθορισμό της «προγενέστερης» τιμής, δηλαδή η Βουλγαρία (7 ημέρες), η Ρουμανία (10 ημέρες), η Δανία (14 ημέρες) και η Πορτογαλία (15 ημέρες).

Επιπλέον, οι **εθνικοί κανόνες διαφέρουν όσον αφορά τον ορισμό των αγαθών που θεωρείται ότι «μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα»**. Για παράδειγμα:

- Στην Αυστρία, η ρυθμιστική επιλογή εφαρμόζεται «*όταν η μείωση της τιμής εφαρμόζεται διότι παρήλθε η ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 2 στοιχείο ιη) του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1169/2011*»[22].
- Στη Φινλανδία, εφαρμόζεται στα «*άκρως ευαλλοίωτα τρόφιμα*».

[22] Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1169/2011 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές, την τροποποίηση των κανονισμών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΚ) αριθ. 1924/2006 και (ΕΚ) αριθ. 1925/2006 και την κατάργηση της οδηγίας 87/250/ΕΟΚ της Επιτροπής, της οδηγίας 90/496/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της οδηγίας 1999/10/ΕΚ της Επιτροπής, της οδηγίας 2000/13/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, των οδηγιών της Επιτροπής 2002/67/ΕΚ και 2008/5/ΕΚ και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 608/2004 της Επιτροπής (ΕΕ L 304 της 22.11.2011, σ. 18).

- Στη Γερμανία, εφαρμόζεται σε «*ευαλλοίωτα αγαθά ή αγαθά με περιορισμένη εναπομένουσα διάρκεια ζωής, εάν η αιτούμενη τιμή μειώνεται λόγω επικείμενου κινδύνου αλλοίωσης ή επικείμενης λήξης της διάρκειας ζωής και αυτό γνωστοποιείται στον καταναλωτή με κατάλληλο τρόπο*».
- Στην Ιταλία, εφαρμόζεται «*στα ευαλλοίωτα γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα*», όπως ορίζονται στην ειδική εθνική νομοθεσία.
- Στη Λιθουανία, εφαρμόζεται σε «*ευαλλοίωτα προϊόντα ή είδη τα οποία χάνουν γρήγορα την εμπορική τους αξία*».
- Στην Ισπανία, εφαρμόζεται σε «*πανομοιότυπα προϊόντα που πλησιάζουν την ημερομηνία λήξης τους ή την ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητάς τους*».
- Στη Βουλγαρία, εφαρμόζεται σε «*αγαθά που ενδέχεται να αλλοιωθούν γρήγορα ή έχουν σύντομη διάρκεια ζωής*».
- Στην Εσθονία, εφαρμόζεται σε «*αγαθά τα οποία, λόγω της φύσης ή του επιπέδου μεταποίησής τους, φθείρονται ή αλλοιώνονται γρήγορα και ενδέχεται να καταστούν ακατάλληλα για πώληση πριν παρέλθουν 30 ημέρες από το χρονικό σημείο κατά το οποίο προσφέρονται προς πώληση*».
- Στις Κάτω Χώρες, εφαρμόζεται σε αγαθά τα οποία «*αλλοιώνονται γρήγορα ή έχουν περιορισμένη διάρκεια ζωής*», όπως ορίζεται με υπουργική απόφαση.
- Στη Σλοβενία, εφαρμόζεται όταν πλησιάζει η ημερομηνία λήξης των αγαθών, καθώς και στα ευαλλοίωτα αγαθά.
- Στην Πορτογαλία, ως «ευαλλοίωτα γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα» νοούνται «*γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα, τα οποία από τη φύση τους ή στο στάδιο της μεταποίησής τους, ενδέχεται να καταστούν ακατάλληλα προς πώληση εντός 30 ημερών από τη συγκομιδή, την παραγωγή ή τη μεταποίηση*».

Με τη ρυθμιστική επιλογή που αφορά **τα αγαθά που διατίθενται προς πώληση για διάστημα μικρότερο των 30 ημερών** («**νέες αφίξεις**») στο άρθρο 6α παράγραφος 4 παρέχεται στα κράτη μέλη η δυνατότητα να επιτρέπουν ανακοινώσεις μείωσης της τιμής και σε σχέση με αγαθά τα οποία ο έμπορος διαθέτει προς πώληση για λιγότερο από 30 ημέρες πριν από την ανακοίνωση της μείωσης της τιμής. Στο πλαίσιο αυτό, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν συντομότερη προθεσμία από 30 ημέρες για τον καθορισμό της «προγενέστερης» τιμής. Πολλά κράτη μέλη επέλεξαν να χρησιμοποιήσουν αυτή τη δυνατότητα, εκτός από την Κροατία, τη Δανία, τη Φινλανδία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ιρλανδία, την Πορτογαλία και τη Σουηδία.

Μεταξύ των κρατών μελών που χρησιμοποιούν τη ρυθμιστική επιλογή, πολλά ορίζουν την «προγενέστερη τιμή» ως τη χαμηλότερη τιμή που εφάρμοσε ο έμπορος από τότε που τα αγαθά κυκλοφόρησαν στην αγορά, χωρίς να ορίζουν ελάχιστη περίοδο, δηλαδή η Αυστρία, η Κύπρος, η Τσεχία, η Ελλάδα, η Ιταλία, η Λιθουανία, το Λουξεμβούργο, η Μάλτα, οι Κάτω Χώρες, η Πολωνία, η Ρουμανία και η Σλοβενία. Ελάχιστες περίοδοι προβλέπονται στο Βέλγιο, στη Βουλγαρία, στην Εσθονία και στη Λετονία (σε όλες, περίοδος 7 ημερών) και στην Ουγγαρία (περίοδος 15 ημερών).

Τέλος, σύμφωνα με τη ρυθμιστική επιλογή **για τις περιπτώσεις στις οποίες η μείωση της τιμής αυξάνεται προοδευτικά** («**προοδευτικές εκπτώσεις**») στο άρθρο 6α παράγραφος 5, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν ότι, όταν η τιμή μειώνεται σταδιακά χωρίς διακοπές κατά τη διάρκεια της ίδιας εκστρατείας πωλήσεων, η χαμηλότερη τιμή κατά τις 30 ημέρες πριν από την

εφαρμογή της πρώτης ανακοίνωσης μείωσης της τιμής παραμένει η προγενέστερη τιμή για όλες τις μεταγενέστερες ανακοινώσεις μείωσης της τιμής κατά τη διάρκεια της εκστρατείας πωλήσεων. Η επιλογή αυτή χρησιμοποιείται από όλα σχεδόν τα κράτη μέλη, εκτός από την Πολωνία και την Ισπανία.

Η εφαρμογή του άρθρου 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών αποδείχθηκε ως η **πλέον συζητημένη πτυχή της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό**, καθώς απασχόλησε ιδιαίτερα τις αρχές των κρατών μελών και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Στο τέλος του 2021, η Επιτροπή εξέδωσε ειδική καθοδήγηση σχετικά με το άρθρο 6α. Επιπλέον, αρκετά κράτη μέλη έχουν εκδώσει **εθνικές κατευθυντήριες γραμμές** ή έγγραφα με ερωταπαντήσεις, π.χ. το Βέλγιο[23], η Δανία[24], η Εσθονία[25], η Φινλανδία[26], η Γαλλία[27], η Ιρλανδία[28], η Ιταλία[29], η Λιθουανία[30], η Πολωνία[31] και η Σουηδία[32].

Οι κατευθυντήριες γραμμές της Επιτροπής διευκρίνισαν, ειδικότερα, τη μη εφαρμογή της νέας απαίτησης στα συνεχή οφέλη που παρέχονται στο πλαίσιο **προγραμμάτων επιβράβευσης πελατών** (ενώ οι πρόσθετες ad hoc προσωρινές μειώσεις τιμών για τα μέλη τέτοιων προγραμμάτων θα υπόκεινται στο άρθρο 6α), καθώς και σε **πραγματικές εξατομικευμένες μειώσεις τιμών** οι οποίες από τη φύση τους δεν «ανακοινώνονται» στους καταναλωτές γενικότερα.

Η Επιτροπή κατέστησε επίσης σαφή τη θέση της ότι, ενώ οι **πωλητές παραμένουν ελεύθεροι (με την επιφύλαξη της τήρησης της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές) να αναγράφουν πρόσθετες τιμές αναφοράς** (όπως η κανονική τιμή πώλησης εκτός των περιόδων προώθησης) για την ενίσχυση του προωθητικού τους μηνύματος, **θα πρέπει να μην προβαίνουν σε χρήση τεχνικών που αποκρύπτουν την προγενέστερη τιμή**, εμποδίζοντας ή δυσκολεύοντας με τον τρόπο αυτόν τους καταναλωτές από το να εντοπίσουν επακριβώς την προγενέστερη τιμή. Ως εκ τούτου, τυχόν ποσοστιαίες μειώσεις (π.χ. «30 % έκπτωση») ή μειώσεις ποσών (π.χ. «έκπτωση 50 EUR») τις οποίες ο πωλητής μπορεί να επιλέξει να αναγράψει ως κύριο στοιχείο της ανακοίνωσης μείωσης της τιμής θα πρέπει να βασίζονται στην υποχρεωτική «προγενέστερη» τιμή. Ωστόσο, πολλά ενδιαφερόμενα μέρη του κλάδου αντιτίθενται στην ερμηνεία αυτή για την οποία επί του παρόντος εκδικάζεται στο ΔΕΕ αίτηση έκδοσης προδικαστικής απόφασης από γερμανικό δικαστήριο (υπόθεση C-330/23, Aldi Süd)[33].

---

[23] https://economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/guidance/pratiques-commerciales/annoncer-des-reductions-de.
[24] https://www.forbrugerombudsmanden.dk/longreads/forbrugerombudsmandens-retningslinjer-for-prismarkedsfoering/· https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/u1bbaaye/forbrugerombudsmandens-retningslinjer-for-prismarkedsfoering.pdf.
[25] https://www.ttja.ee/sites/default/files/documents/2022-05/2022.05.04%20-%20Juhend%20-%20Hinna%20avaldamise%20juhend%20%281%29.pdf.
[26] https://www.kkv.fi/en/consumer-affairs/marketing-sales-and-indicating-prices/discounts/. https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/alennus-ja-edullisuusilmaisut-markkinoinnissa/.
[27] https://www.medef.com/uploads/media/node/0019/100/14563-faq-annoncesreductionprix-medef-31052022.pdf?v=1708695236.
[28] https://www.ccpc.ie/business/help-for-business/guidelines-for-business/price-reductions/.
[29] https://www.mimit.gov.it/it/assistenza/domande-frequenti/annunci-di-riduzione-di-prezzo-domande-frequenti-faq.
[30] https://www.vvtat.lt/d.u.k./598#c-6/t-218.
[31] https://archiwum.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551.
[32] Ställningstagande angående information om prissänkningar (stpubshop.blob.core.windows.net).
[33] Curia — Πληροφορίες υπόθεσης (europa.eu).

Μετά την έκδοση των κατευθυντήριων γραμμών της Επιτροπής, οι συζητήσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη σχετικά με την εφαρμογή του άρθρου 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών, ιδίως στο πλαίσιο της ΣΠΚ, αφορούσαν π.χ. **προσφορές τιμών με βάση ελάχιστο ποσό αγορών**. Η Επιτροπή εξήγησε στο έγγραφο κατευθυντήριων γραμμών ότι το άρθρο 6α δεν εφαρμόζεται σε συνοδευόμενες ή αλληλένδετες υπό όρους προσφορές, όπως «αγοράστε δύο στην τιμή του ενός» ή «30 % έκπτωση με την αγορά τριών τεμαχίων». Οι εν λόγω υπό όρους προσφορές εξακολουθούν να υπόκεινται στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Δεδομένων των ανωτέρω, φαίνεται δικαιολογημένο **να αντιμετωπίζονται με παρόμοιο τρόπο οι προσφορές που βασίζονται σε ελάχιστο ποσό αγορών, υπό την προϋπόθεση ότι επιτυγχάνουν το ίδιο αποτέλεσμα με τις προσφορές που βασίζονται στην ποσότητα**, δηλαδή εφαρμόζονται στην πράξη σε αγορές περισσότερων του ενός τεμαχίου που προσφέρονται από το κατάστημα. Όπως και οι άλλες εναλλακτικές τεχνικές προώθησης, η προώθηση που βασίζεται σε ελάχιστο ποσό δεν πρέπει να χρησιμοποιείται απλώς και μόνο για την καταστρατήγηση της εφαρμογής του άρθρου 6α.

Μια άλλη σχετική πτυχή είναι η μη εφαρμογή του άρθρου 6α σε **μεμονωμένα τεμάχια αγαθών που πρόκειται να λήξουν άμεσα** και τα οποία, ως εκ τούτου, θα πρέπει να πωληθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα σε περιπτώσεις στις οποίες το εν λόγω αγαθό δεν είναι ευαλλοίωτο από τη φύση του (π.χ. ζυμαρικά, κονσέρβες ή καλλυντικά που έχουν γενικά μακροπρόθεσμες προθεσμίες λήξης). Το ζήτημα αυτό είναι σημαντικό για το κράτος μέλος που κάνει χρήση της ρυθμιστικής επιλογής να εξαιρέσει ή να προβλέψει διαφορετικούς κανόνες σχετικά με τις μειώσεις τιμών για «αγαθά που μπορούν να αλλοιωθούν ή λήγουν σύντομα». Δεδομένου ότι το άρθρο 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών δεν ορίζει την έννοια αυτή, φαίνεται δικαιολογημένο να εφαρμόζεται η εν λόγω εξαίρεση και σε **μεμονωμένα τεμάχια αγαθών τα οποία πρέπει αντικειμενικά να πωληθούν γρήγορα, ακόμη και αν το εν λόγω αγαθό δεν είναι γενικά «ευαλλοίωτο» από τη φύση του**. Στην πράξη, αυτό σημαίνει ότι οι πωλητές θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν σε έκπτωση συγκεκριμένα τεμάχια, για παράδειγμα, καλλυντικών που πρόκειται να λήξουν άμεσα, χωρίς η μείωση αυτή να επηρεάζει πιθανές μελλοντικές γενικές μειώσεις των τιμών των εν λόγω αγαθών.

Ένα άλλο σημαντικό ζήτημα για τα κράτη μέλη και τα ενδιαφερόμενα μέρη στο πλαίσιο του άρθρου 6α αφορά τις εξελίξεις της αγοράς όσον αφορά **άλλες μορφές προσφορών τιμών, ιδίως συγκρίσεις τιμών**. Οι συγκρίσεις τιμών δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του νέου άρθρου 6α και εξακολουθούν να υπόκεινται στις γενικές απαιτήσεις δικαιοσύνης της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Σύμφωνα με αρκετές εθνικές αρχές και ενώσεις καταναλωτών, η χρήση συγκρίσεων τιμών από τους πωλητές, ιδίως συγκρίσεων με τη συνιστώμενη τιμή λιανικής του κατασκευαστή, αυξήθηκε μετά την εφαρμογή των νέων κανόνων για τις μειώσεις τιμών στο πλαίσιο της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών.

Στο πλαίσιο της ΣΠΚ, όσον αφορά την τήρηση του άρθρου 6α, τον Νοέμβριο του 2022 **πραγματοποιήθηκε σάρωση των μειώσεων των τιμών**. Κατά τη διάρκεια της σάρωσης, 13 εθνικές αρχές ανέλυσαν 16 000 προϊόντα από 176 ιστότοπους, παρακολουθώντας τα σε διάστημα ενός μηνός για να διαπιστώσουν αν η αναγραφόμενη «προγενέστερη» τιμή ήταν σύμφωνη με τη νέα νομική απαίτηση βάσει της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών. Από τη σάρωση προέκυψε ότι σε περισσότερα από τα μισά προϊόντα που αποτέλεσαν αντικείμενο της παρακολούθησης

σημειώθηκε μείωση της τιμής. **Από τον αριθμό αυτόν, το 23 % των ανακοινώσεων μείωσης της τιμής παραβίαζε το άρθρο 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών**. Οι παραβάσεις αυτές διαπιστώθηκαν τουλάχιστον στο 43 % των ιστότοπων που ελέγχθηκαν. Πρέπει να σημειωθεί ότι, κατά τον χρόνο της σάρωσης, δεν είχαν μεταφέρει στο εθνικό δίκαιο ούτε είχαν εφαρμόσει όλα τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη το νέο άρθρο 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών, παρόλο που υποχρεούνταν να αρχίσουν να το εφαρμόζουν από τις 28 Μαΐου 2022[34].

Για να βοηθήσει τις εθνικές αρχές στις έρευνές τους, η Επιτροπή τους παρείχε ένα **ειδικό εργαλείο που βασίζεται στην ΤΝ στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εργαστηρίου της ΕΕ (EU e-Lab)** — ένα έργο που αποσκοπεί στην ανάπτυξη και την εφαρμογή προηγμένων ψηφιακών τεχνολογιών σε επιγραμμικές έρευνες καταναλωτών προς υποστήριξη του δικτύου ΣΠΚ. Το εργαλείο παρέχει στις αρχές τη δυνατότητα να παρακολουθούν το ιστορικό της τιμής επιλεγμένων προϊόντων και να διαπιστώνουν αν η προγενέστερη τιμή που αναφέρεται στην ανακοίνωση της έκπτωσης είναι πράγματι η χαμηλότερη τιμή που εφαρμόστηκε στο προϊόν κατά τις 30 ημέρες πριν από την ανακοίνωση της μείωσης της τιμής.

Αρκετές εθνικές αρχές επιβολής του νόμου έχουν **δρομολογήσει επίσημες δράσεις επιβολής σε σχέση με παραβάσεις που αφορούν μειώσεις τιμών**. Για παράδειγμα, το φθινόπωρο του 2023, η σουηδική υπηρεσία καταναλωτών (Konsumentverket)[35] παρακολούθησε τις τιμές περισσότερων από 1 700 προϊόντων σε διάφορους τομείς. Ο έλεγχος αφορούσε περίπου 100 εταιρείες, εκ των οποίων η πλειονότητα διέθετε στην αγορά προϊόντα σε μειωμένες τιμές κατά την περίοδο του ελέγχου. Από τον έλεγχο προέκυψε ότι το 70 % των εταιρειών που ελέγχθηκαν και που διέθεταν στο εμπόριο προϊόντα με μείωση τιμών παραβίαζαν το εφαρμοστέο δίκαιο. Συγκεκριμένα: 1) δεν ανέφεραν τη χαμηλότερη τιμή κατά τις τελευταίες 30 ημέρες, 2) ανέφεραν εσφαλμένη προγενέστερη χαμηλότερη τιμή και 3) χρησιμοποιούσαν διαφορετική τιμή αναφοράς από την προηγούμενη χαμηλότερη τιμή για τον υπολογισμό του μεγέθους της μείωσης της τιμής. Άλλα παραδείγματα είναι η πολωνική υπηρεσία ανταγωνισμού και προστασίας των καταναλωτών (UOKiK)[36], η ολλανδική αρχή για τους καταναλωτές και τις αγορές (ACM)[37] και η εσθονική αρχή προστασίας των καταναλωτών και τεχνική ρυθμιστική αρχή (TTJA)[38], οι οποίες έχουν αναφέρει σημαντικές παραβάσεις από εμπόρους και έχουν ανακοινώσει τη διεξαγωγή επίσημων ερευνών. Όσον αφορά την επιβολή του νόμου σε ιδιωτικό επίπεδο, τον Μάιο του 2023 η γαλλική ένωση καταναλωτών UFC Que Choisir δημοσίευσε έκθεση[39] σχετικά με τις πρακτικές σύγκρισης τιμών 8 μεγάλων πωλητών στη γαλλική αγορά και υπέβαλε καταγγελίες για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στον Procureur de la République de Paris.

---

[34] Τα αποτελέσματα της σάρωσης στο πλαίσιο της ΣΠΚ διατίθενται στη διεύθυνση: https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_el.

[35] Ο έλεγχος είναι διαθέσιμος στην ακόλουθη διεύθυνση: Konsumentverkets granskning 7 a § prisinformationslagen.

[36] https://archiwum.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19718.

[37] https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-pakt-webwinkels-aan-die-nepkortingen-gebruiken.

[38] https://ttja.ee/uudised/allahindluste-kuvamise-kontroll-e-poodides-pea-40-puhul-tuvastati-rikkumisi?utm_campaign=newsletter-04.06.2024&utm_medium=email&utm_source=sendsmaily.

[39] https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-fausses-promotions-l-ufc-que-choisir-depose-plainte-contre-8-sites-de-commerce-en-ligne-n108122/.

Όσον αφορά τις αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με την αξιοπιστία των μειώσεων των τιμών, οι **έρευνες του 2020 και του 2022 για τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές** περιλάμβαναν ένα ερώτημα σχετικά με το αν οι καταναλωτές είχαν συναντήσει εκπτώσεις που φαίνονταν υπερβολικά μεγάλες για να είναι γνήσιες κατά την αναζήτηση ή την αγορά προϊόντων μέσω διαδικτύου. Το ποσοστό των καταναλωτών που ανέφεραν ότι πάντα, τις περισσότερες φορές ή τουλάχιστον ορισμένες φορές συνάντησαν εκπτώσεις που κατά την άποψή τους ήταν υπερβολικά μεγάλες ήταν παρόμοιο και στις δύο έρευνες — 60 % το 2022 και 61 % το 2020.

Μεταξύ Ιανουαρίου και Οκτωβρίου 2023, στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης, διενεργήθηκε **έλεγχος συμμόρφωσης** περιορισμένης κλίμακας σε 95 ιστότοπους σε 10 κράτη μέλη, κατά τον οποίο αναλύθηκε ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται στους καταναλωτές οι μειώσεις τιμών και άλλες τεχνικές προώθησης[40]. Η διαδικασία αυτή επικεντρώθηκε στην παρουσίαση των πλεονεκτικών τιμών και δεν περιλάμβανε την παρακολούθηση της τιμής αναφοράς κατά τη διάρκεια της περιόδου των 30 ημερών για τη διαπίστωση της εγκυρότητας της «προγενέστερης» τιμής.

Από τα 475 προϊόντα που ελέγχθηκαν, εμφανίστηκαν μειώσεις τιμών ή άλλες προσφορές σχετικά με 360 προϊόντα (σε 75 από τους 95 ιστότοπους). Από τον έλεγχο προέκυψε επίσης ότι υπήρχαν *συνοδευόμενες προσφορές* σε 27 ιστότοπους για 88 προϊόντα. Τέλος, οι γενικές ποσοστιαίες μειώσεις ή οι ποσοστιαίες μειώσεις που συνδέονταν με *ελάχιστο ποσό αγορών* ήταν σχετικά συχνές (49,5 % των ιστότοπων που ελέγχθηκαν).

Όσον αφορά την παρουσίαση των μειώσεων τιμών/προσφορών για συγκεκριμένα προϊόντα (251 προϊόντα σε 42 ιστότοπους), στο 90 % περίπου των περιπτώσεων **η τιμή αναφοράς εμφανιζόταν *με διαγραμμένη μορφή*** για να δοθεί έμφαση στην έκπτωση. Στο 75,6 % των περιπτώσεων, **η πλεονεκτική τιμή παρουσιαζόταν ως *ποσοστό***. Συχνά, η διαγραμμένη τιμή αναφοράς και η έκπτωση σε ποσοστό ή σε απόλυτη τιμή χρησιμοποιούνταν μαζί για να αναδειχθεί η προσφορά.

Όσον αφορά τη **φύση της πλεονεκτικής τιμής**, στις περισσότερες περιπτώσεις (69,7 %) οι ερευνητές δεν εντόπισαν κάποιον χαρακτηρισμό ή επεξήγηση της παρεχόμενης (διαγραμμένης) τιμής αναφοράς. Αυτό υποδηλώνει ότι ο πωλητής προσέφερε μείωση της τιμής, το οποίο σημαίνει ότι η παρεχόμενη τιμή αναφοράς έπρεπε να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις για την «προγενέστερη τιμή» σύμφωνα με το άρθρο 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών. Οι υπόλοιπες προσφορές φάνηκε να αποτελούν **συγκρίσεις τιμών**. Στις περισσότερες από αυτές χρησιμοποιούνταν η συνιστώμενη τιμή λιανικής ως τιμή αναφοράς (25,8 %) και στις υπόλοιπες γινόταν αναφορά στην έννοια της «μέσης τιμής» (3,1 %) και σε τιμές σε άλλους ιστότοπους (1,4 %).

Από τα αποτελέσματα αυτά προκύπτει ότι οι μειώσεις των τιμών ήταν το κυρίαρχο είδος προσφοράς τιμών· ωστόσο, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι ο ειδικός χαρακτηρισμός της τιμής αναφοράς ενδέχεται να μην ήταν άμεσα ορατός και αισθητός σε όλες τις περιπτώσεις. Για παράδειγμα, στην προαναφερθείσα έκθεση της γαλλικής ένωσης καταναλωτών UFC Que Choisir του Μαΐου 2023, στην οποία αναλύθηκε δείγμα 6 586 προσφορών με τιμές αναφοράς με διαγραμμένη μορφή, διατυπωνόταν το συμπέρασμα ότι μόνο το 3,4 % των εν λόγω προσφορών

[40] Οι ιστότοποι επιλέχθηκαν με βάση τη δημοτικότητά τους στο SimilarWeb στην κατηγορία eCommerce and Shopping (ηλεκτρονικό εμπόριο και αγορές).

ήταν «μειώσεις τιμών» κατά την έννοια του άρθρου 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών. **Περισσότερες από 9 στις 10 αυτές προσφορές ήταν μάλλον συγκρίσεις τιμών**, στις οποίες χρησιμοποιούνταν πολλοί διαφορετικοί τρόποι παρουσίασης της τιμής αναφοράς, όπως: «συνιστώμενη τιμή λιανικής πώλησης», «αρχική τιμή», «πρώην τιμή», «μέση τιμή στην αγορά», «μέση τιμή σε ανταγωνιστικούς ιστότοπους», «τιμή παρεχόμενη από τρίτο πωλητή» κ.λπ.

Η έρευνα μεταξύ των καταναλωτών στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης συγκέντρωσε τις **αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με τα είδη προσφορών τιμών και την επικράτησή τους**. Ποσοστό μεταξύ 52 % και 66 % των απαντησάντων ανέφεραν ότι είχαν συναντήσει προσφορές τιμών τουλάχιστον «ορισμένες φορές» κατά τους τελευταίους 12 μήνες: μείωση της τιμής με αγορές περισσότερων του ενός τεμαχίου (66 %)· μείωση με αγορές που υπερβαίνουν ένα ορισμένο ποσό (60 %)· μείωση της τιμής (56 %)· μειωμένη τιμή για τα μέλη του «προγράμματος επιβράβευσης πελατών» (53 %)· συγκρίσεις με τη συνιστώμενη τιμή (52 %).

Στο πλαίσιο της διαβούλευσης με τα ενδιαφερόμενα μέρη, **οι εμπορικές ενώσεις και οι επιχειρήσεις της ΕΕ**, ενώ τάχθηκαν υπέρ της ιδέας της καλύτερης ενημέρωσης των καταναλωτών και της διαφάνειας των προσφορών τιμών, επέκριναν τις αποκλίνουσες μεθόδους εφαρμογής του νέου κανόνα μεταξύ των κρατών μελών, όπως η επέκτασή του πέραν της πώλησης αγαθών σε ορισμένα κράτη μέλη και η διαφορετική εφαρμογή της ρυθμιστικής επιλογής για τα ευαλλοίωτα αγαθά, που προκαλεί επίσης δυσκολίες στο διασυνοριακό εμπόριο. Ζητούν επίσης ισχυρότερη επιβολή των κανόνων για την εξασφάλιση ισότιμων όρων ανταγωνισμού, μεταξύ άλλων όσον αφορά τους εμπόρους εκτός ΕΕ που απευθύνονται στην αγορά της ΕΕ. Στο πλαίσιο αυτό, ο κλάδος ζητεί στενή συνεργασία μεταξύ των αρχών προστασίας των καταναλωτών σε ολόκληρη την ΕΕ στο πλαίσιο του δικτύου ΣΠΚ[41].

Για πολλά ενδιαφερόμενα μέρη του επιχειρηματικού κλάδου είναι σημαντικό να διατηρηθεί **η ισχύουσα ευελιξία όσον αφορά τις συγκρίσεις τιμών**. Οι συγκρίσεις τιμών είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τα δίκτυα δικαιόχρησης στα οποία ο δικαιοπάροχος ανακοινώνει προσφορές τιμών με βάση τη συνιστώμενη τιμή πώλησής του, και στον τομέα των εκπτωτικών καταστημάτων ένδυσης και υπόδησης. Τα ενδιαφερόμενα μέρη του επιχειρηματικού κλάδου θεωρούν ότι η τρέχουσα κατά περίπτωση προσέγγιση αξιολόγησης των συγκρίσεων τιμών στο πλαίσιο της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές θα πρέπει να διατηρηθεί, μεταξύ άλλων όσον αφορά τη χρήση της συνιστώμενης τιμής λιανικής ως τιμής αναφοράς και των τεχνικών εμπορικής προώθησης των ποσοστιαίων μειώσεων, των μειώσεων της απόλυτης τιμής και των τιμών αναφοράς που εμφανίζονται με διαγραμμένη μορφή. Κατά την άποψή τους, οι έμποροι που χρησιμοποιούν συγκρίσεις τιμών μπορούν να εξασφαλίσουν την αναγκαία διαφάνεια παρέχοντας την κατάλληλη ενημέρωση στους καταναλωτές· πιθανά προβλήματα μπορούν να αντιμετωπιστούν με την επέκταση των κατευθυντήριων γραμμών της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές σχετικά με τις συγκρίσεις τιμών, ώστε να προσδιοριστούν τα κριτήρια για δίκαιες συγκρίσεις (που θα διασφαλίζουν ότι η τιμή αναφοράς είναι πραγματική, αποτελεσματική

[41] Βλ., για παράδειγμα, Ecommerce Europe, EuroCommerce και Independent Retail Europe «Recommendations to improve the interpretation of and compliance with Article 6a of the 2019 Price Indication Directive» (Συστάσεις για τη βελτίωση της ερμηνείας και της συμμόρφωσης με το άρθρο 6α της οδηγίας του 2019 για την αναγραφή των τιμών), 29 Φεβρουαρίου 2024, διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.eurocommerce.eu/2024/02/recommendations-to-improve-the-interpretation-of-and-compliance-with-article-6a-of-the-2019-price-indication-directive/.

και αντιπροσωπευτική). Πολλά ενδιαφερόμενα μέρη του επιχειρηματικού κλάδου θα αντιταχθούν σε τυχόν περαιτέρω επίσημους κανόνες για τις συγκρίσεις τιμών, ζητώντας ταυτόχρονα την αποφυγή τυχόν διαφορετικών προσεγγίσεων από τις εθνικές αρχές στα διάφορα κράτη μέλη όσον αφορά τις συγκρίσεις τιμών κατά την επιβολή των γενικών κανόνων της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές σε μεμονωμένες περιπτώσεις στο πλαίσιο της κατά περίπτωση προσέγγισης.

Εν κατακλείδι, η εφαρμογή του νέου κανόνα της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών έχει εγείρει **σημαντικά ερωτήματα σχετικά με την ερμηνεία του, ιδίως δεδομένου του ευρύτατου φάσματος των διαφορετικών τεχνικών προσφορών τιμών που χρησιμοποιούν οι πωλητές**. Ορισμένα από το ερωτήματα αυτά αποσαφηνίζονται στην παρούσα έκθεση (επιπλέον των κατευθυντήριων γραμμών που παρέχονται ήδη στην ανακοίνωση της Επιτροπής του 2021), ενώ το σημαντικό ζήτημα σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ της ρυθμιζόμενης «προγενέστερης» τιμής και άλλων τιμών αναφοράς στις μειώσεις τιμών αποτελεί αντικείμενο επικείμενης απόφασης του ΔΕΕ στην υπόθεση C-330/23, Aldi Süd.

Η εφαρμογή του άρθρου 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών παρουσιάζει **ορισμένες αποκλίσεις μεταξύ των κρατών μελών** όσον αφορά το πεδίο εφαρμογής του και τις κατηγορίες αγαθών που υπόκεινται σε ρυθμιστικές επιλογές. Ειδικότερα, η διαφορετική εφαρμογή της ρυθμιστικής επιλογής για τα «ευαλλοίωτα αγαθά» εγείρει ανησυχίες σχετικά με την πιθανή έλλειψη ισότιμων όρων ανταγωνισμού και ασφάλειας δικαίου για τους καταναλωτές και τους εμπόρους. Θα πρέπει να διερευνηθεί εναλλακτική ρυθμιστική λύση για την αντιμετώπιση αυτών των κατηγοριών αγαθών με πιο εναρμονισμένο τρόπο μεταξύ των κρατών μελών.

Αρκετά κράτη μέλη όχι μόνο εξέδωσαν επίσημη καθοδήγηση προς τους εμπόρους τους, συμπληρώνοντας την ανακοίνωση της Επιτροπής, αλλά και ανέλαβαν δράσεις παρακολούθησης της αγοράς και επίσημες δράσεις επιβολής της νομοθεσίας, μεταξύ άλλων μέσω της συνεργασίας εντός του πλαισίου ΣΠΚ και της χρήσης των ψηφιακών εργαλείων που παρέχει. Η συνεχής αυστηρή επιβολή της νομοθεσίας θα εξακολουθήσει να διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στην εφαρμογή του άρθρου 6α της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών. Πολλοί εκπρόσωποι των εμπόρων ζητούν επίσης περισσότερο ομοιόμορφη εφαρμογή και αυστηρότερη επιβολή των κανόνων για τη διασφάλιση ισότιμων όρων ανταγωνισμού.

Πολλοί εκπρόσωποι των καταναλωτών και πολλά κράτη μέλη τονίζουν την ανάγκη να **αντιμετωπιστεί ο κίνδυνος να προκληθεί σύγχυση στους καταναλωτές** όσον αφορά τις «ρυθμιζόμενες» μειώσεις τιμών έναντι άλλων μορφών πλεονεκτικών τιμών που υπόκεινται μόνο στην κατά περίπτωση αξιολόγηση βάσει της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Οι εναλλακτικές αυτές μορφές φαίνεται ότι χρησιμοποιούνται ευρύτερα από την έναρξη εφαρμογής των κανόνων της οδηγίας για την αναγραφή των τιμών που αφορούν τις μειώσεις τιμών, ιδίως οι συγκρίσεις τιμών με χρήση της συνιστώμενης τιμής λιανικής ως τιμής αναφοράς. Αντιθέτως, οι εκπρόσωποι των εμπόρων ζητούν την αντιμετώπιση του ζητήματος των συγκρίσεων τιμών με πρόσθετη καθοδήγηση σχετικά με τις αρχές οι οποίες διέπουν τις συγκρίσεις στο πλαίσιο της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Κατά την άποψή τους, η ευέλικτη επιλογή των τεχνικών για τις συγκρίσεις τιμών θα πρέπει να διατηρηθεί με την κατά περίπτωση εφαρμογή της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Απαιτείται περαιτέρω έρευνα για να αξιολογηθεί αν οι τρέχουσες επιχειρηματικές πρακτικές όσον αφορά την εμπορική προώθηση μέσω

συγκρίσεων τιμών προκαλούν σύγχυση και παραπλανούν τους καταναλωτές όσον αφορά την πραγματική φύση των προσφορών τιμών και το πλεονέκτημα που αυτές συνεπάγονται.

8. Εμπορική προώθηση προϊόντων «δύο ποιοτήτων»

Ο όρος «δύο ποιότητες» είναι ο κοινώς χρησιμοποιούμενος όρος για την αναφορά στην πρακτική των εμπόρων να προβαίνουν σε **εμπορική προώθηση σε διαφορετικά κράτη μέλη αγαθών ως πανομοιότυπων**, παρά το γεγονός ότι έχουν σαφώς διαφορετική σύσταση ή χαρακτηριστικά. Οι διαφορές αυτές δεν σχετίζονται με την «ποιότητα» των αγαθών αυτή καθαυτή, αλλά με τις διαφορές στη σύσταση ή στα χαρακτηριστικά τους. Ως εκ τούτου, μολονότι χρησιμοποιείται ευρέως, ο όρος «δύο ποιότητες» δεν σημαίνει κατ' ανάγκη χαμηλότερη ποιότητα των αγαθών. Αναγνωρίζοντας τη σημασία του ζητήματος των «δύο ποιοτήτων», το οποίο τέθηκε στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου[42], του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου[43], καθώς και από ορισμένα κράτη μέλη και ενδιαφερόμενα μέρη, η Επιτροπή πρότεινε την ενίσχυση της προστασίας των καταναλωτών στις περιπτώσεις αυτές μέσω ειδικής τροποποίησης της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Το νέο άρθρο 6 παράγραφος 2 στοιχείο γ) της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές εξουσιοδοτεί ειδικά τις αρμόδιες αρχές να σταματούν και να απαγορεύουν πρακτικές «δύο ποιοτήτων», με την επιφύλαξη της κατά περίπτωση αξιολόγησης. Με βάση την αξιολόγηση της Επιτροπής σχετικά με τα μέτρα μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο, τα κράτη μέλη γενικά εφάρμοσαν ορθά στο εθνικό τους δίκαιο τη διάταξη που αφορά το ζήτημα των «δύο ποιοτήτων». Συζητήσεις σχετικά με πιθανό πρόβλημα μεταφοράς διεξάγονται με ένα μόνο κράτος μέλος.

Το άρθρο 6 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές αποσκοπεί στη **διασφάλιση της διαφάνειας**, ώστε οι καταναλωτές να μην παραπλανώνται από προϊόντα που παρουσιάζονται ως πανομοιότυπα σε ολόκληρη την ΕΕ ενώ δεν είναι. **Εφαρμόζεται όταν μια τέτοια πρακτική εμπορικής προώθησης μπορεί να οδηγήσει τους καταναλωτές να λάβουν αποφάσεις σχετικά με τις συναλλαγές τους τις οποίες δεν θα είχαν λάβει εάν γνώριζαν τη διαφορά στη σύσταση και στα χαρακτηριστικά του αγαθού**. Η νομοθεσία της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών δεν ασχολείται με τη σύσταση και τις συνταγές των προϊόντων. Ως εκ τούτου, η εν λόγω τροποποίηση της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές δεν αποσκοπεί ειδικά ούτε απαιτεί την εναρμόνιση των συνταγών προϊόντων σε ολόκληρη την ΕΕ.

Η Επιτροπή αποσαφήνισε την εφαρμογή του άρθρου 6 παράγραφος 2 στοιχείο γ) της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές σε ειδική ενότητα των κατευθυντήριων γραμμών της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στο τέλος του 2021. Στις κατευθυντήριες γραμμές επεξηγείται ότι, σύμφωνα με το ευρύ γενικό πεδίο εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, η «**εμπορική προώθηση**» καλύπτει τόσο την παρουσίαση των αγαθών στη συσκευασία τους, τη σχετική διαφήμιση όσο και την πώληση των αγαθών στους καταναλωτές. Η

[42] Βλ. συμπεράσματα του προέδρου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου του Μαρτίου 2017, διαθέσιμα στη διεύθυνση: https://www.consilium.europa.eu/media/24113/09-conclusions-pec.pdf και, πιο πρόσφατα, συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου του Απριλίου 2024, διαθέσιμα στη διεύθυνση: https://www.consilium.europa.eu/media/m5jlwe0p/euco-conclusions-20240417-18-en.pdf.

[43] Βλ. ερωτήσεις βουλευτών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου προς την Επιτροπή, διαθέσιμες στη διεύθυνση: https://www.europarl.europa.eu/plenary/el/parliamentary-questions.html#sidesForm.

διάταξη εφαρμόζεται σε όλους τους εμπόρους που συμμετέχουν στην προμήθεια των αγαθών στους καταναλωτές, **παρότι η κύρια ομάδα-στόχος είναι σαφώς οι κατασκευαστές** που αποφασίζουν σχετικά με τη σύσταση, τον σχεδιασμό και την παρουσίαση των αγαθών που διατίθενται στην αγορά σε διαφορετικά κράτη μέλη.

Στις κατευθυντήριες γραμμές της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές επεξηγούνται επίσης σημαντικές έννοιες, όπως η έκφραση **«ως πανομοιότυπου» και η «σαφήνεια» της διαφοράς** στη σύσταση ή στα χαρακτηριστικά. Ειδικότερα, διευκρινίζεται ότι η «σαφήνεια» αφορά την αντίληψη του μέσου καταναλωτή και, ως εκ τούτου, αποτελεί μέρος της γενικής κατά περίπτωση αξιολόγησης της επίπτωσης της εμπορικής προώθησης στην απόφαση συναλλαγής του μέσου καταναλωτή όσον αφορά την επιλογή μεταξύ αγαθών. Στις κατευθυντήριες γραμμές επεξηγείται επίσης ότι η εξαίρεση για **διαφορές που δικαιολογούνται από «θεμιτούς και αντικειμενικούς παράγοντες»,** όπως η γεωγραφική ή εποχική διαθεσιμότητα πρώτων υλών ή οι εθελοντικές πολιτικές αλλαγής της διατροφικής σύστασης των εμπόρων, οι οποίες δεν μπορούν να πραγματοποιηθούν ταυτόχρονα από τεχνική ή οικονομική άποψη σε όλες τις αγορές[44], πρέπει να ερμηνεύεται συσταλτικά. Επιπλέον, εάν οι έμποροι υποστηρίζουν ότι οι διαφορές στα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά ως πανομοιότυπα δικαιολογούνται από θεμιτούς και αντικειμενικούς παράγοντες, θα πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές για τις διαφορές αυτές με άλλα μέσα, για παράδειγμα σε σχετικές διαφημίσεις, πληροφορίες στο κατάστημα του εμπόρου λιανικής ή με εύκολα προσβάσιμα επιγραμμικά μέσα.

Η Επιτροπή παρακολουθεί ενεργά το ζήτημα των «δύο ποιοτήτων» σε όλα τα κράτη μέλη και θα συνεχίσει να το πράττει. Έχει επίσης διεξαγάγει διάφορες μελέτες σχετικά με το θέμα αυτό μέσω του Κοινού Κέντρου Ερευνών της.

Τον Ιούλιο του 2023 η Επιτροπή δημοσίευσε τα αποτελέσματα **δεύτερης μελέτης σχετικά με τη σύγκριση σε επίπεδο ΕΕ των χαρακτηριστικών και της παρουσίασης των επώνυμων τροφίμων**[45]. Η μελέτη αυτή κάλυψε 26 κράτη μέλη[46] (σε σύγκριση με 19 κράτη μέλη που είχαν καλυφθεί σε μια πρώτη μελέτη που δημοσιεύτηκε το 2019[47]). Από τη μελέτη προέκυψε το συμπέρασμα ότι το 6 % των τροφίμων που καλύφθηκαν είχαν διαφορετική σύσταση αλλά πανομοιότυπη εμφάνιση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας, ενώ στο 23 % των προϊόντων

[44] Στο πλαίσιο αυτό, η στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο» συνιστά την αλλαγή της σύστασης των τροφίμων σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές για μια υγιεινή και βιώσιμη διατροφή. Οι εν λόγω εθελοντικές στρατηγικές για τη μείωση, για παράδειγμα, των πρόσθετων σακχάρων, των κορεσμένων λιπαρών και του αλατιού, μπορούν να περιλαμβάνουν σταδιακή εφαρμογή αλλαγών σε συνταγές για οργανωτικούς λόγους και για τη διασφάλιση της αποδοχής από τους καταναλωτές.

[45] Διατίθεται στη διεύθυνση: https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC131303.

[46] Τα στοιχεία συλλέχθηκαν το 2021 σε όλα τα κράτη μέλη εκτός από τη Μάλτα, όπου η δειγματοληψία των αγαθών δεν ήταν δυνατή λόγω των ταξιδιωτικών περιορισμών που σχετίζονταν με τη νόσο COVID-19.

[47] Διατίθεται στη διεύθυνση: https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC117088.

υπήρχαν διαφορές ως προς τη σύσταση, οι οποίες και επισημαίνονταν σε έναν ορισμένο βαθμό μέσω παραλλαγών στον σχεδιασμό του μπροστινού μέρους της συσκευασίας[48].

Σε σύγκριση με την πρώτη μελέτη του 2019, το ποσοστό αυτό **αντιπροσωπεύει μείωση 7 εκατοστιαίων μονάδων[49] στα αγαθά με πανομοιότυπη ή παρόμοια εμφάνιση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας, αλλά με διαφορετική σύσταση ή χαρακτηριστικά**. Το αποτέλεσμα είναι ενθαρρυντικό, ιδίως δεδομένου ότι η συλλογή δειγμάτων για την ανάλυση πραγματοποιήθηκε πριν από την έναρξη εφαρμογής της νέας διάταξης της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Όπως και στην πρώτη μελέτη του 2019, το 2023 η Επιτροπή δεν εντόπισε στοιχεία που να αποδεικνύουν οποιαδήποτε συνεπή γεωγραφική τάση όσον αφορά τη σύσταση και τα χαρακτηριστικά των αγαθών. Ωστόσο, από την τελευταία αυτή μελέτη προέκυψε επίσης ότι εξακολουθούν να υπάρχουν περιπτώσεις προϊόντων με διαφορετική σύσταση τα οποία διατίθενται στην αγορά ως πανομοιότυπα. Η Επιτροπή θα συνεχίσει να παρακολουθεί το ζήτημα και τον αντίκτυπο της εφαρμογής της νέας διάταξης της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στα κράτη μέλη.

Επίσης, το 2023 η Επιτροπή δημοσίευσε σειρά άλλων σημαντικών αναλυτικών εγγράφων.

Πρώτον, στη μελέτη για τα τρόφιμα ενσωματώθηκε μια **έρευνα των παρασκευαστών των εν λόγω προϊόντων**[50]. Η πλειονότητα (60 %) των εταιρειών που διαπιστώθηκε ότι διαθέτουν στην αγορά αγαθά «δύο ποιοτήτων» ανέφεραν ότι έχουν λάβει μέτρα ή σχεδιάζουν να λάβουν μέτρα, μεταξύ άλλων αλλάζοντας την παρουσίαση του προϊόντος (δηλ. εμφάνιση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας), εναρμονίζοντας τις συνταγές, εφαρμόζοντας άλλα μέτρα (π.χ. ενημέρωση των καταναλωτών) ή συνδυάζοντας τις ενέργειες αυτές. Η νομοθεσία της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών ήταν ο λόγος που αναφέρθηκε συχνότερα από τις εταιρείες για την ανάληψη δράσης (το 47 % των συμμετεχόντων που παρείχαν απάντηση). Λόγοι όπως η αλλαγή στην επιχειρηματική στρατηγική (20 %), η παρέμβαση των εθνικών δημόσιων αρχών (7 %) και η αρνητική δημοσιότητα (7 %) αναφέρθηκαν επίσης ως λόγοι για την αντιμετώπιση του ζητήματος. Οι εταιρείες που δεν είχαν προγραμματίσει τη λήψη οποιουδήποτε μέτρου (40 % των απαντησάντων) ανέφεραν ότι η μη ανάληψη δράσης οφειλόταν σε διαφορές στους εθνικούς κανονισμούς (80 %). Ορισμένες επισήμαναν παράγοντες που σχετίζονται με την παραγωγή (40 %), όπως εκείνοι που συνδέονται με τη διαθεσιμότητα πρώτων υλών σε ολόκληρη την ΕΕ ή

[48] Σημαντικό μέρος των προϊόντων που συμπεριλήφθηκαν στην εκστρατεία ελέγχων της περιόδου 2018/2019 (καθώς και στην εκστρατεία ελέγχων του 2021) ήταν προϊόντα για τα οποία οι εθνικές αρχές προστασίας των καταναλωτών ή οι ενώσεις καταναλωτών είχαν λάβει καταγγελίες σχετικά με διαφορές μεταξύ των εγχώριων εκδόσεων και εκδόσεων που ήταν διαθέσιμες σε άλλα κράτη μέλη. Για τον λόγο αυτόν, το ποσοστό των προϊόντων «δύο ποιοτήτων» δεν είναι αντιπροσωπευτικό· ενδέχεται να αποτελεί υπερεκτίμηση του συνολικού ποσοστού των τροφίμων «δύο ποιοτήτων» στην ενιαία αγορά της ΕΕ.

[49] Και για τις δύο κατηγορίες μαζί (διαφορές στη σύσταση των προϊόντων με παρόμοια και ίδια παρουσίαση) στα ίδια 19 κράτη μέλη στα οποία διενεργήθηκε η μελέτη του 2019 (σε αντίθεση με τα 26 κράτη μέλη στη μελέτη του 2023), παρατηρείται μείωση κατά 7 εκατοστιαίες μονάδες από 31 % στη μελέτη του 2019 σε 24 % στη μελέτη του 2023.

[50] Στους παρασκευαστές τροφίμων περιλαμβάνονται παραγωγοί ευρέος φάσματος προϊόντων, όπως είδη ζαχαροπλαστικής, δημητριακά, σούπες, έτοιμα για κατανάλωση πρόχειρα φαγητά και σνακ, κρέας, γαλακτοκομικά προϊόντα, ψάρια, σάκχαρα, μη αλκοολούχα ποτά. Βλ. ειδικότερα, το παράρτημα 5 της έρευνας EU-wide comparison of the characteristics and presentation of branded food products (Σύγκριση σε επίπεδο ΕΕ των χαρακτηριστικών και της παρουσίασης επώνυμων τροφίμων) (2021) Παράρτημα 5 — Αποτελέσματα της έρευνας για τις εταιρείες, διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC131303.

λόγω του τεχνικού εξοπλισμού που χρησιμοποιείται στα εργοστάσια. Αναφέρθηκαν επίσης ως παράγοντες οι προτιμήσεις των καταναλωτών, όπως τα ειδικά γευστικά προφίλ (30 %), ή οι διαφορές στα εθελοντικά πρότυπα μεταξύ των κρατών μελών (20 %). Τέλος, οι «άλλοι λόγοι» περιλάμβαναν διαφορετικούς κανόνες στρογγυλοποίησης για την ένδειξη του ποσοστού συστατικών ή τη σύγκριση προϊόντων που δεν προέρχονταν από την ίδια περίοδο παραγωγής.

Δεύτερον, ολοκληρώθηκε εμπειρικός έλεγχος σχετικά με **τις αντιλήψεις των καταναλωτών όσον αφορά τις διαφορές στη συσκευασία και στις εκδόσεις προϊόντος** φαινομενικά πανομοιότυπων επώνυμων τροφίμων[51]. Η μελέτη διαπίστωσε ότι τα στοιχεία σχεδιασμού στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας έχουν αντίκτυπο στην αντίληψη των διαφορών όσον αφορά τη συσκευασία και το προϊόν, καθώς και στις επιλογές των καταναλωτών και ότι, δεδομένης της πολυπλοκότητας των στοιχείων σχεδιασμού, απαιτείται κατά περίπτωση αξιολόγηση του πραγματικού αντίκτυπού τους στην αντίληψη και στις επιλογές των καταναλωτών.

Τέλος, η Επιτροπή δημοσίευσε επίσης **μελέτη σχετικά με τον τομέα της προσωπικής και οικιακής φροντίδας** κατόπιν προσαρμογής της υφιστάμενης μεθοδολογίας που χρησιμοποιήθηκε προηγουμένως για τα τρόφιμα[52]. Από τη μελέτη διαπιστώθηκε ότι το 8 % των προϊόντων διέφερε ως προς τη σύσταση, αλλά χωρίς να διαφοροποιείται η εμφάνιση του μπροστινού μέρους της συσκευασίας σε τουλάχιστον ένα από τα 20 κράτη μέλη που συμμετείχαν στην έρευνα. Στο 25 % των προϊόντων υπήρχαν διαφορές ως προς τη σύσταση οι οποίες και επισημαίνονταν, σε ορισμένο βαθμό, με παραλλαγές στο γραφικό σχέδιο στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας. Οι ιδιοκτήτες των εμπορικών σημάτων υποστήριξαν ότι οι λόγοι για τις διαφορές αυτές ήταν ότι οι παρουσιάσεις των προϊόντων είχαν πραγματοποιηθεί σε διαφορετικές χρονικές στιγμές στους κύκλους αλλαγής της σύνθεσης των προϊόντων. Και πάλι, δεν υπήρχε καμία ένδειξη συνεπούς διαφοροποίησης των προϊόντων σε σχέση με συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές των συμμετεχόντων κρατών μελών.

Τα προκαταρκτικά αποτελέσματα των διαφόρων αυτών μελετών παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια εκδήλωσης των ενδιαφερόμενων μερών τον Οκτώβριο του 2022[53] και τα τελικά αποτελέσματα ενώπιον της Επιτροπής Εσωτερικής Αγοράς και Προστασίας των Καταναλωτών (επιτροπή IMCO) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου τον Σεπτέμβριο του 2023.

Σε προηγούμενη μελέτη της Επιτροπής το 2020[54] είχε διαπιστωθεί ότι η ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τη διαφοροποίηση των τροφίμων σε διάφορα κράτη μέλη με την προσθήκη ισχυρισμού «κατασκευασμένο για» είχε **διαφορετικές επιπτώσεις στις αποφάσεις αγοράς των καταναλωτών**, δηλαδή σε ορισμένες περιπτώσεις οδήγησε στην επιλογή των «εγχώριων» εκδόσεων, ενώ σε άλλες επιλέχθηκαν οι «ξένες» εκδόσεις. **Η συμπεριφορά του**

[51] Διατίθεται στη διεύθυνση: https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC130388.

[52] Διατίθεται στη διεύθυνση: https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC134346. Η μελέτη διενεργήθηκε σε 15 κράτη μέλη που εξέφρασαν ενδιαφέρον να συμμετάσχουν και σε άλλα 5 κράτη μέλη στα οποία το ίδιο το JRC συνέλεξε τα δεδομένα.

[53] Στους συμμετέχοντες περιλαμβάνονταν βιομηχανικές ενώσεις, εταιρείες τροφίμων/ποτών, εθνικές αρχές προστασίας των καταναλωτών και το BEUC.

[54] Έκθεση του JRC με τίτλο «Economic analyses of differences in composition of seemingly identical branded food products in the Single Market» (Οικονομικές αναλύσεις των διαφορών στη σύσταση φαινομενικά πανομοιότυπων επώνυμων τροφίμων στην ενιαία αγορά) (2020), διατίθεται στη διεύθυνση: https://op.europa.eu/el/publication-detail/-/publication/19769287-a153-11ea-9d2d-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-242563517. Στην έκθεση αναλύθηκε, μέσω εργαστηριακών και διαδικτυακών πειραμάτων, το αν η ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τις διαφορές των προϊόντων (οι οποίες επισημαίνονταν με την ένδειξη «κατασκευάστηκε για τη χώρα X») επηρεάζει την επιλογή συγκεκριμένης έκδοσης προϊόντος. Δεν υπήρχε σαφής προτίμηση για «εγχώριες» ή μη εγχώριες εκδόσεις στο διαδικτυακό πείραμα, ενώ στο εργαστηριακό πείραμα υπήρχε μεγαλύτερη προτίμηση για τις εγχώριες εκδόσεις.

καταναλωτή, όταν βρίσκεται αντιμέτωπος με τη διαφοροποίηση των αγαθών, εξαρτάται επίσης από το μέγεθος της διαφοράς. Η απόφαση συναλλαγής του μέσου καταναλωτή είναι πιθανότερο να επηρεαστεί εάν γνωρίζει ότι ένα ή περισσότερα βασικά συστατικά ή η περιεκτικότητα του προϊόντος σε ένα ή περισσότερα από αυτά διαφέρουν σημαντικά[55]. Επιπλέον, μεγαλύτερες διαφορές στη σύσταση είναι πιθανότερο να οδηγήσουν σε διαφορετικά οργανοληπτικά χαρακτηριστικά, με αποτέλεσμα η διαφορά να είναι περισσότερο εμφανής.

Τον Απρίλιο του 2023 η Επιτροπή, για να στηρίξει τις εθνικές αρχές στις δραστηριότητές τους σχετικά με το θέμα των «δύο ποιοτήτων», διοργάνωσε, από κοινού με τη ρουμανική αρχή προστασίας των καταναλωτών, **ειδικό εργαστήριο στο πλαίσιο της ΣΠΚ**. Το εργαστήριο προέβλεπε χρήσιμες ανταλλαγές μεταξύ των εκπροσώπων των κρατών μελών και της βιομηχανίας. Μολονότι συνολικά οι εθνικές αρχές θεώρησαν το θέμα σημαντικό, επισήμαναν επίσης ότι του αποδίδονται διαφορετικά επίπεδα προτεραιότητας, δεδομένου ότι η εμπορική προώθηση προϊόντων «δύο ποιοτήτων» δεν επηρεάζει τους καταναλωτές με τον ίδιο τρόπο σε όλα τα κράτη μέλη. Οι αρχές των κρατών μελών στην πλειονότητά τους τόνισαν τη σημασία της κατά περίπτωση αξιολόγησης και επισήμαναν ότι, επί του παρόντος, το πρόβλημα των «δύο ποιοτήτων» προκαλεί μικρότερη ανησυχία από ό,τι πριν από την έκδοση της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό, μεταξύ άλλων λόγω των εποικοδομητικών άτυπων διαλόγων με τους παρασκευαστές στο πλαίσιο της εφαρμογής του νέου κανόνα της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Η παρούσα έκθεση βασίστηκε σε σειρά επαφών με τα ενδιαφερόμενα μέρη οι οποίες επικεντρώθηκαν στο ζήτημα των «δύο ποιοτήτων». Οι συνεντεύξεις με εθνικά υπουργεία που επικεντρώθηκαν στην εφαρμογή της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό κάλυψαν όλα τα κράτη μέλη. Επιπλέον, μέσω του ευρύτερου προγράμματος συνεντεύξεων για τον έλεγχο καταλληλότητας, συγκεντρώθηκαν παρατηρήσεις σχετικά με το ζήτημα των «δύο ποιοτήτων» από ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων ενώσεων εμπόρων της ΕΕ. Ορισμένα εθνικά υπουργεία ανέφεραν ότι κατά την άποψή τους το ζήτημα των «δύο ποιοτήτων» έχει ήδη αντιμετωπιστεί μέσω της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό. Άλλα θεωρούσαν ότι έχει καταστεί ζήτημα συγκριτικά ήσσονος σημασίας σε σύγκριση με άλλες προβληματικές πρακτικές. Ωστόσο, υπήρχαν επίσης κράτη μέλη που εξέφρασαν συνεχιζόμενη ανησυχία για το ζήτημα των «δύο ποιοτήτων».

Σύμφωνα με συνεντεύξεις και γραπτές παρατηρήσεις που ελήφθησαν από τα εθνικά υπουργεία, μόνο **δύο κράτη μέλη έχουν διεξαγάγει επίσημες έρευνες σε υποθέσεις προϊόντων «δύο ποιοτήτων»**. Οι τσεχικές αρχές έχουν κινήσει μια υπόθεση «δύο ποιοτήτων» που αφορά τον παρασκευαστή τροφίμου το οποίο παρουσίαζε διαφορές στη σύσταση σε σύγκριση με ισοδύναμα προϊόντα που διατίθεντο στην αγορά άλλων κρατών μελών. Οι ρουμανικές αρχές διερεύνησαν υπόθεση που αφορούσε εταιρεία αναψυκτικών λόγω του ότι προϊόντα της που έφεραν το ίδιο ακριβώς εμπορικό σήμα είχαν διαφορετική σύσταση σε διαφορετικά κράτη μέλη. Τα συμπεράσματα των ερευνών αυτών δεν έχουν ανακοινωθεί δημόσια από τις ενδιαφερόμενες αρχές.

Επιπλέον, η Σλοβακία διεξήγαγε έρευνα αγοράς το 2024 και εντόπισε περιπτώσεις αγαθών που παρουσίαζαν διαφορές στη σύσταση, ιδίως στην περίπτωση αναψυκτικών, προϊόντων ζωικής

[55] Έκθεση του JCR με τίτλο «Differences in composition of seemingly identical branded products: Impact on consumer purchase decisions and welfare» (Διαφορές στη σύσταση φαινομενικά πανομοιότυπων επώνυμων προϊόντων: Αντίκτυπος στις αποφάσεις αγοράς και στην ευημερία των καταναλωτών) (2020), διατίθεται στη διεύθυνση: https://op.europa.eu/el/publication-detail/-/publication/98ecec80-a154-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.

προέλευσης και καρυκευμάτων. Η Σλοβακία παρουσίασε τα πορίσματα αυτά στο Συμβούλιο Γεωργίας και Αλιείας στις 27 Μαΐου 2024, καλώντας την Επιτροπή να συνεχίσει να δίνει τη δέουσα προσοχή στο πρόβλημα αυτό και όλα τα κράτη μέλη να επιβάλουν τη σχετική νομοθεσία της ΕΕ[56].

Η έρευνα μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών περιλάμβανε επίσης συγκεκριμένες ερωτήσεις σχετικά με την **αντίληψη της ζημίας που υφίστανται οι καταναλωτές** από πρακτικές «δύο ποιοτήτων», τις **απαραίτητες ενέργειες για την αντιμετώπισή της** και τα **είδη πιθανών νομοθετικών δράσεων**.

Όσον αφορά τη **ζημία των καταναλωτών**[57], 26 απαντήσαντες θεωρούσαν ότι οι καταναλωτές υφίστανται ζημία λόγω πρακτικών «δύο ποιοτήτων» σε μεγάλο ή μέτριο βαθμό. Μεταξύ των 26 απαντησάντων, 9 υπουργεία και αρχές επιβολής του νόμου από 6 κράτη μέλη και 7 ενώσεις καταναλωτών (εθνικές ενώσεις από 6 κράτη μέλη και μία ένωση σε επίπεδο ΕΕ) απάντησαν ότι υφίσταται ζημία για τους καταναλωτές. Καμία ένωση επιχειρήσεων δεν εξέφρασε την άποψη αυτή.

Όσον αφορά τα **αναγκαία μέτρα για την αντιμετώπιση των πρακτικών «δύο ποιοτήτων»** από τους εμπόρους[58], μεταξύ των αρχών των κρατών μελών (υπουργεία και αρχές επιβολής του νόμου), εκπρόσωποι 3 κρατών μελών απάντησαν ότι οι ισχύοντες κανόνες της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, βάσει κατά περίπτωση αξιολόγησης και λαμβανομένης υπόψη της επίπτωσης στους καταναλωτές, είναι επαρκείς και θα πρέπει να επιβάλλονται, ενώ οι εκπρόσωποι των άλλων 3 κρατών μελών απάντησαν ότι απαιτούνται αυστηρότεροι κανόνες. Μεταξύ των **ενώσεων καταναλωτών**, μία θεωρεί ότι οι κανόνες είναι επαρκείς, αλλά ότι θα πρέπει να εφαρμόζονται καλύτερα, ενώ οι ενώσεις που εκπροσωπούσαν 5 κράτη μέλη θεωρούσαν ότι απαιτούνται αυστηρότεροι κανόνες. Η μοναδική ένωση σε επίπεδο ΕΕ μεταξύ των απαντησάντων δεν απάντησε στο συγκεκριμένο ερώτημα.

Τέλος, ζητήθηκε από τους απαντήσαντες οι οποίοι ανέφεραν ότι απαιτούνται «αυστηρότεροι κανόνες» να αναφέρουν **τις επιλογές για την ενίσχυση του νομικού πλαισίου**[59]. Οι απαντήσαντες μπορούσαν να υποδείξουν περισσότερες από μία εκ των προδιατυπωμένων επιλογών και να προτείνουν τις δικές τους εναλλακτικές επιλογές.

Μεταξύ των τεσσάρων απαντησάντων που εκπροσωπούσαν **εθνικά υπουργεία και αρχές επιβολής του νόμου** (οι οποίοι εκπροσωπούσαν συνολικά τρία κράτη μέλη), τρεις (που εκπροσωπούσαν δύο κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ της απαγόρευσης των εν λόγω πρακτικών εμπορικής προώθησης σε όλες τις περιστάσεις και σε όλα τα επηρεαζόμενα κράτη μέλη, ανεξάρτητα από τον αντίκτυπό τους στους μεμονωμένους καταναλωτές σε μεμονωμένες χώρες. Και οι τέσσερις απαντήσαντες από τα τρία κράτη μέλη υποστήριξαν (επίσης) τις άλλες δύο

[56] Η μαγνητοσκοπημένη συζήτηση είναι διαθέσιμη στη διεύθυνση: https://video.consilium.europa.eu/event/el/27486.
[57] Ερώτηση 24 της έρευνας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών: «Θεωρείτε ότι οι καταναλωτές υφίστανται ζημία λόγω των πρακτικών των εμπόρων να προβαίνουν σε εμπορική προώθηση αγαθών (μέσω του σήματος και της παρουσίασής τους) ως πανομοιότυπων με τα αντίστοιχα αγαθά σε άλλες χώρες της ΕΕ, παρά τις διαφορές τους ως προς τη σύσταση και τα χαρακτηριστικά τους (το ζήτημα των "δύο ποιοτήτων");».
[58] Ερώτηση 26 της έρευνας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών: «Ποια είναι η γνώμη σας όσον αφορά τα μέτρα για την αντιμετώπιση των πρακτικών "δύο ποιοτήτων" που εφαρμόζουν οι έμποροι;».
[59] Ερώτηση 27 της έρευνας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών: «Κατά τη γνώμη σας, ποιοι από τους ακόλουθους κανόνες θα ενίσχυαν το νομικό πλαίσιο για τις πρακτικές "δύο ποιοτήτων";».

επιλογές: περιορισμός/προσδιορισμός του πεδίου εφαρμογής των «θεμιτών και αντικειμενικών» παραγόντων που θα μπορούσαν να δικαιολογήσουν τέτοιες πρακτικές εμπορικής προώθησης, και θέσπιση πρόσθετων κανόνων σχετικά με την ενημέρωση των καταναλωτών όταν οι εθνικές εκδόσεις προϊόντων διαφοροποιούνται λόγω «θεμιτών και αντικειμενικών» παραγόντων.

Από τις πέντε **ενώσεις καταναλωτών** (που εκπροσωπούσαν 5 κράτη μέλη), μία τάχθηκε υπέρ της απαγόρευσης των εμπορικών πρακτικών «δύο ποιοτήτων» σε όλες τις περιπτώσεις. Τρεις τάχθηκαν υπέρ των άλλων επιλογών — τον περιορισμό/προσδιορισμό του πεδίου εφαρμογής των «θεμιτών και αντικειμενικών» παραγόντων και τη θέσπιση πρόσθετων κανόνων για την ενημέρωση των καταναλωτών. Μία άλλη ένωση ήταν ανοιχτή σε όλες τις επιλογές.

Συμπερασματικά, η πείρα από την επιβολή της νομοθεσίας και οι έρευνες που διενεργήθηκαν για τους σκοπούς της παρούσας έκθεσης δείχνουν **διαφορετικές αντιλήψεις για τη σημασία των προβλημάτων που σχετίζονται με τις «δύο ποιότητες»**. Για ορισμένα κράτη μέλη, το θέμα εξακολουθεί να προκαλεί ανησυχία. Όσον αφορά τη σχετική τροποποίηση που εισήχθη με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό, τα κράτη μέλη παρουσιάζονται εν γένει ικανοποιημένα με τις δυνατότητες που έχουν πλέον βάσει της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές να **λαμβάνουν μέτρα σε περιπτώσεις πρακτικών εμπορικής προώθησης προϊόντων «δύο ποιοτήτων», όπου αυτό δικαιολογείται για την προστασία των καταναλωτών τους**, δηλαδή κατά περίπτωση. Αρκετές εθνικές αρχές εξέφρασαν την εκτίμησή τους για την άτυπη συνεργασία τους με τον κλάδο για την επίλυση των προβλημάτων που εντοπίστηκαν.

Από την τελευταία έρευνα της Επιτροπής για τα τρόφιμα σε επίπεδο ΕΕ προκύπτει ότι ο κλάδος λαμβάνει μέτρα είτε για την αλλαγή της παρουσίασης των διαφόρων εθνικών εκδόσεων, ώστε να αποφεύγεται η παραπλάνηση των καταναλωτών, είτε για την εναρμόνιση των συνταγών και της σύστασης σε όλα τα κράτη μέλη.

Δεδομένων των ανωτέρω, και καθώς η νέα νομοθεσία βρίσκεται σε ισχύ μόνο δύο έτη μέχρι στιγμής, κρίνεται αναγκαίο να δοθεί **έμφαση στην εφαρμογή και την επιβολή των νέων κανόνων**.

Λαμβάνοντας υπόψη τα συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της 17ης και 18ης Απριλίου 2024, η Επιτροπή θα συνεχίσει να συνδράμει τις προσπάθειες των κρατών μελών στην αντιμετώπιση περιπτώσεων «δύο ποιοτήτων» που προκαλούν ανησυχία, υποστηρίζοντας τη συνεργασία μέσω του δικτύου ΣΠΚ, προωθώντας την αποτελεσματική εφαρμογή και επιβολή της νέας νομοθεσίας και συνεχίζοντας την παρακολούθηση της κατάστασης στις αγορές.

9. Μη προγραμματισμένες κατ’ οίκον πωλήσεις, εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα και εκδηλώσεις πωλήσεων

Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό προσέθεσε στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (άρθρο 3 παράγραφος 5) ρυθμιστική επιλογή που επιτρέπει στα κράτη μέλη να θεσπίζουν αναλογικούς κανόνες που δεν εισάγουν διακρίσεις για την προστασία των νόμιμων συμφερόντων των καταναλωτών όσον αφορά ορισμένες επιθετικές ή παραπλανητικές πρακτικές εμπορικής προώθησης ή πώλησης στο πλαίσιο μη προγραμματισμένων επισκέψεων στην οικία καταναλωτή

(στο εξής: **μη προγραμματισμένες κατ' οίκον πωλήσεις**)[60] ή εκδρομές που διοργανώνει ένας έμπορος με στόχο ή αποτέλεσμα την προώθηση ή την πώληση προϊόντων στους καταναλωτές (στο εξής: **εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα**), όταν οι εν λόγω κανόνες αιτιολογούνται για λόγους προστασίας του καταναλωτή.

Η αιτιολογική σκέψη 55 της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό εξηγεί ότι τέτοιου είδους εθνικές διατάξεις **δεν θα πρέπει να απαγορεύουν τους εν λόγω διαύλους πωλήσεων αυτούς καθαυτούς**. Παρέχει επίσης παραδείγματα πιθανών εθνικών διατάξεων, για παράδειγμα, που απαγορεύουν τις μη προγραμματισμένες επισκέψεις όταν ο καταναλωτής έχει υποδείξει εμφανώς ότι οι εν λόγω επισκέψεις δεν είναι αποδεκτές ή που καθορίζουν τις ώρες της ημέρας κατά τις οποίες δεν επιτρέπονται οι επισκέψεις αυτές. Πρέπει να σημειωθεί ότι αυτές οι νέες ρυθμιστικές επιλογές δεν επηρεάζουν τα μέτρα των κρατών μελών για λόγους άλλους από την προστασία των καταναλωτών που δεν εμπίπτουν στο εναρμονισμένο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (για παράδειγμα, βλ. αιτιολογική σκέψη 7 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές σχετικά με τα μέτρα που βασίζονται στην καλαισθησία και την ευπρέπεια).

Επιπλέον, η οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών τροποποιήθηκε και παρέχει πλέον τη δυνατότητα στα κράτη μέλη να θεσπίσουν εθνικές διατάξεις που προβλέπουν ευνοϊκότερους κανόνες σχετικά με το **δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή**. Ως εκ τούτου, τα κράτη μέλη μπορούν να παρατείνουν το δικαίωμα υπαναχώρησης σε περίπτωση μη προγραμματισμένων επισκέψεων ή εκδρομών εμπορικού χαρακτήρα από 14 ημέρες σε 30 ημέρες (άρθρο 9 παράγραφος 1α της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών), και μπορούν να παρεκκλίνουν από τέσσερις από τις ειδικές εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης [άρθρο 16 πρώτο εδάφιο στοιχεία α), β), γ) και ε) της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών][61].

Αυτές οι ρυθμιστικές επιλογές δεν ισχύουν για άλλη κατηγορία πωλήσεων εκτός εμπορικού καταστήματος —**εκδηλώσεις πωλήσεων (επιδείξεις προϊόντων) που διοργανώνονται σε χώρους εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου**, όπως ιδιωτικές οικίες, καφετέριες ή εστιατόρια. Οι εν λόγω τεχνικές πώλησης εξακολουθούν να υπόκεινται στους γενικούς κανόνες της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. Η ρήτρα επανεξέτασης της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό απαιτεί συγκεκριμένα από την Επιτροπή να αξιολογήσει αν οι ισχύοντες κανόνες παρέχουν επαρκές επίπεδο προστασίας των καταναλωτών στο πλαίσιο τέτοιων εκδηλώσεων πωλήσεων.

[60] Σε συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν από τον ανάδοχο κατά τη διάρκεια της υποστηρικτικής μελέτης με τις ενώσεις απευθείας πωλήσεων σε επίπεδο ΕΕ, η Seldia και Direct Selling Europe (DSE) επισήμαναν ότι οι μη προγραμματισμένες επισκέψεις αντιπροσωπεύουν μικρό ποσοστό της συνολικής δραστηριότητας κατ' οίκον πωλήσεων, στην οποία πραγματοποιούνται κυρίως επισκέψεις κατά τις οποίες τα πρόσωπα έχουν συμφωνήσει εκ των προτέρων με την επίσκεψη.

[61] Συγκεκριμένα, η απαλλαγή από το δικαίωμα υπαναχώρησης για συμβάσεις υπηρεσιών μετά την πλήρη εκτέλεση της υπηρεσίας [στοιχείο α)], την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών η τιμή των οποίων εξαρτάται από διακυμάνσεις της χρηματαγοράς [στοιχείο β)], την προμήθεια αγαθών που κατασκευάζονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή ή σαφώς εξατομικευμένων [στοιχείο γ)] και 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 [στοιχείο ε)].

Αρκετά κράτη μέλη[62] έχουν χρησιμοποιήσει τις **ρυθμιστικές επιλογές για να ρυθμίσουν συγκεκριμένες πτυχές των μη προγραμματισμένων επισκέψεων και/ή εκδρομών εμπορικού χαρακτήρα στο πλαίσιο της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές** (Αυστρία, Βέλγιο, Κροατία, Τσεχία, Γαλλία, Γερμανία, Σλοβακία και Ισπανία). Για παράδειγμα, η κροατική νομοθεσία προβλέπει ότι οι μη προγραμματισμένες επισκέψεις στην οικία του καταναλωτή μπορούν να πραγματοποιούνται κατά τις εργάσιμες ημέρες μεταξύ 8.00 και 20.00. Στη Γερμανία, όταν συνάπτεται σύμβαση στο πλαίσιο μη προγραμματισμένης επίσκεψης στην οικία του καταναλωτή, απαγορεύεται να ζητηθεί από τον καταναλωτή να πληρώσει το αγαθό ή την υπηρεσία πριν από το τέλος της ημέρας σύναψης της σύμβασης (αυτό δεν ισχύει εάν το ποσό είναι μικρότερο των 50 EUR). Η Γαλλία απαγορεύει τις μη προγραμματισμένες επισκέψεις εμπόρου στην οικία καταναλωτή με σκοπό την πώληση αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών, όταν ο καταναλωτής έχει δηλώσει κατά τρόπο σαφή και αδιαμφισβήτητο ότι δεν επιθυμεί τέτοιου είδους επισκέψεις.

Αρκετά κράτη μέλη χρησιμοποιούν τις **ρυθμιστικές επιλογές της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης**. Για παράδειγμα, η Κύπρος, η Ελλάδα, η Ιταλία, η Μάλτα, η Πολωνία, η Ρουμανία και η Σλοβακία χρησιμοποιούν και τις δύο επιλογές, δηλαδή παρέτειναν την περίοδο υπαναχώρησης σε 30 ημέρες και δεν εφαρμόζουν όλες ή ορισμένες από τις εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης. Επιπλέον, η Τσεχία, η Ιρλανδία, η Πορτογαλία και η Ισπανία έκαναν χρήση μόνο της δυνατότητας παράτασης του δικαιώματος υπαναχώρησης σε 30 ημέρες, ενώ η Αυστρία, η Κροατία και η Φινλανδία δεν εφάρμοσαν όλες ή ορισμένες από τις τέσσερις εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη που εκπροσωπούν τον **τομέα των απευθείας πωλήσεων** (συμπεριλαμβανομένων των κατ' οίκον πωλήσεων και των πωλήσεων στο πλαίσιο εκδηλώσεων) δεν κοινοποίησαν στην Επιτροπή συγκεκριμένες ανησυχίες σχετικά με τη χρήση των εν λόγω ρυθμιστικών επιλογών από τα κράτη μέλη. Επίσης, δεν υπάρχουν ενδείξεις ουσιαστικού αντίκτυπου στο διασυνοριακό εμπόριο. Σύμφωνα με τους εκπροσώπους του κλάδου, οι κατ' οίκον πωλήσεις δεν χαρακτηρίζονται από ισχυρή διασυνοριακή διάσταση. Επιπλέον, πολλοί απευθείας πωλητές στρέφονται προς μεθόδους επιγραμμικών πωλήσεων, διατηρώντας παράλληλα το χαρακτηριστικό της προσωπικής αλληλεπίδρασης με τους πελάτες τους.

Σύμφωνα με την έρευνα της Ipsos του 2023 για τους απευθείας πωλητές[63], οι συνηθέστερες μέθοδοι πωλήσεων σε υφιστάμενους πελάτες είναι τα προσωπικά δίκτυα (54 %), οι συγκεντρώσεις σε σπίτια / επιδείξεις προϊόντων (39 %) και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (39 %)· ενώ οι συνηθέστερες μέθοδοι για την πραγματοποίηση πωλήσεων σε δυνητικούς νέους πελάτες είναι οι συστάσεις / από στόμα σε στόμα (64 %), τα προσωπικά δίκτυα (51 %) και οι συγκεντρώσεις σε σπίτια / επιδείξεις προϊόντων (43 %).

[62] Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα κράτη μέλη που χρησιμοποιούν τις ρυθμιστικές επιλογές βάσει της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών και τις σχετικές εθνικές διατάξεις είναι διαθέσιμες στις κοινοποιήσεις των κρατών μελών που δημοσιεύονται από την Επιτροπή στη διεύθυνση: https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_en?prefLang=el και https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive/regulatory-choices-under-unfair-commercial-practices-directive-200529ec_en?prefLang=el.

[63] Επιγραμμική έρευνα που διεξήγαγε η Ipsos μεταξύ 27 Μαρτίου και 21 Απριλίου 2023 σε 12 κράτη μέλη της ΕΕ (Τσεχία, Εσθονία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Κάτω Χώρες, Λετονία, Λιθουανία, Πολωνία, Σλοβακία, Ισπανία και Σουηδία), διαθέσιμη στη διεύθυνση https://directsellingeurope.eu/sites/default/files/2023-07/Ipsos%20Survey%202023%20-%20Full%20Visual.pdf.

Οι οργανωμένες εκδηλώσεις πωλήσεων (δηλαδή επίδειξη προϊόντος σε ιδιωτική οικία, ξενοδοχείο ή εστιατόριο που περιλαμβάνει την πώληση του προϊόντος) διέπονται από τις γενικές διατάξεις της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Οι εθνικές αρχές μπορούν να επιβάλλουν κυρώσεις για επιθετικές και παραπλανητικές πρακτικές στο πλαίσιο εκδηλώσεων πωλήσεων τέτοιου είδους βάσει κατά περίπτωση αξιολόγησης δυνάμει των άρθρων 5 έως 9 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Επιπλέον, στο παράρτημα Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές απαγορεύονται πρακτικές στις οποίες ο έμπορος δημιουργεί την εντύπωση ότι δεν ενεργεί για σκοπούς που σχετίζονται με το επάγγελμά του, καθώς και πρακτικές που δημιουργούν την εντύπωση ότι ο καταναλωτής δεν μπορεί να εγκαταλείψει τον χώρο έως ότου συναφθεί η σύμβαση. Επίσης, η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές δεν θίγει τα καθεστώτα αδειών και τα εθνικά μέτρα που λαμβάνονται για σκοπούς πέραν της προστασίας των καταναλωτών (όπως για πολιτιστικούς λόγους, λόγους ευπρέπειας κ.λπ.) και τα οποία, ως εκ τούτου, δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Η υποστηρικτική μελέτη για την παρούσα έκθεση δεν εντόπισε καμία εθνική υπόθεση ή δράση επιβολής που να αφορά ειδικά **εκδηλώσεις πωλήσεων**.

Στην έρευνα μεταξύ των καταναλωτών στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης, **μόνο ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών** ανέφερε ότι έχει παρευρεθεί, κατά τους τελευταίους 12 μήνες, σε **επίδειξη προϊόντος σε ιδιωτική οικία, ξενοδοχείο ή εστιατόριο** η οποία περιλάμβανε πώληση του προϊόντος — 16 % (κυμαινόμενο από 28 % στη Ρουμανία έως 11 % στην Πορτογαλία)[64]. Το ίδιο ποσοστό απαντησάντων (16 %) ανέφερε ότι έχει δεχθεί **μη προγραμματισμένη επίσκεψη κατ' οίκον με σκοπό την πώληση** (κυμαινόμενο από 23 % στη Σουηδία και τη Γαλλία έως 6 % στην Ουγγαρία). Ακόμη μικρότερος αριθμός είχε συμμετάσχει σε **εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα**: 11 % (κυμαινόμενο από 14 % στη Γαλλία έως 8 % στην Πορτογαλία και την Ουγγαρία).

Ωστόσο, μεταξύ εκείνων που είχαν έρθει αντιμέτωποι με αυτές τις τεχνικές πωλήσεων, η πλειονότητα (67 % σε περιπτώσεις κατ' οίκον πωλήσεων και εκδηλώσεων πωλήσεων και 70 % σε περιπτώσεις εκδρομών εμπορικού χαρακτήρα) ανέφερε ότι **είχαν αισθανθεί πίεση να προβούν σε αγορά**[65]. Το υψηλότερο ποσοστό καταναλωτών που αισθάνθηκαν πίεση κατά τη διάρκεια **μη προγραμματισμένων επισκέψεων** καταγράφηκε στην Εσθονία (81 %) και το χαμηλότερο στη Γαλλία (50 %). Όσον αφορά τις **εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα**, το υψηλότερο ποσοστό καταναλωτών που αισθάνθηκαν πίεση καταγράφηκε στην Πολωνία (78 %) και το χαμηλότερο στην Ιταλία (63 %). Στην περίπτωση των **επιδείξεων προϊόντων** σε ιδιωτική οικία, ξενοδοχείο ή εστιατόριο, το υψηλότερο ποσοστό καταναλωτών που αισθάνθηκαν πίεση καταγράφηκε στην Πορτογαλία (79 %) και το χαμηλότερο στη Γαλλία (59 %).

Η έρευνα μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με την **αντίληψη όσον αφορά τη ζημία που υφίστανται οι καταναλωτές** από πιθανές αθέμιτες πρακτικές, όπως

[64] Ερώτηση 15 της έρευνας μεταξύ των καταναλωτών: «Τους τελευταίους 12 μήνες έχετε συναντήσει οποιαδήποτε από τις ακόλουθες πρακτικές πωλήσεων;».

[65] Ερώτηση 15.1 της έρευνας μεταξύ των καταναλωτών: «Έχετε αισθανθεί πίεση να αγοράσετε το προϊόν ή την υπηρεσία στις καταστάσεις αυτές λόγω των πρακτικών πωλήσεων;».

οι πωλήσεις υπό πίεση, η παραπλανητική πληροφόρηση, οι οποίες χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο των εν λόγω τεχνικών πωλήσεων και τα αναγκαία μέτρα[66].

Όσον αφορά τις **κατ' οίκον πωλήσεις**, υπήρξαν 128 απαντήσεις μεμονωμένων ατόμων, από τα οποία 87 εξέφρασαν άποψη, ενώ 41 απάντησαν «δεν γνωρίζω». Από τους συνολικά 23 απαντήσαντες από τα **εθνικά υπουργεία και τις αρχές επιβολής του νόμου** (που εκπροσωπούσαν 17 κράτη μέλη), 17 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 12 κράτη μέλη) εξέφρασαν την άποψη ότι οι κατ' οίκον πωλήσεις προκαλούν ζημία στους καταναλωτές σε «μεγάλο βαθμό» ή σε «μέτριο βαθμό». Από τους συνολικά 13 απαντήσαντες από ενώσεις καταναλωτών (εθνικές ενώσεις από 8 κράτη μέλη και 2 ενώσεις σε επίπεδο ΕΕ), 12 απαντήσαντες εξέφρασαν την άποψη ότι οι κατ' οίκον πωλήσεις προκαλούν μεγάλη ή μέτρια ζημία στους καταναλωτές. Μεταξύ των απαντησάντων από **επιχειρηματικές ενώσεις** (28), κανένας δεν θεωρούσε ότι οι κατ' οίκον πωλήσεις προκαλούν μεγάλη ή μέτρια ζημία στους καταναλωτές.

Όσον αφορά τις **εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα**, 76 απαντήσαντες εξέφρασαν γνώμη, ενώ 52 απάντησαν «δεν γνωρίζω»). Από τους συνολικά 25 απαντήσαντες από τα **εθνικά υπουργεία και τις αρχές επιβολής του νόμου** (που εκπροσωπούν 16 κράτη μέλη), 12 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 10 κράτη μέλη) εξέφρασαν την άποψη ότι οι εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα προκαλούν ζημία στους καταναλωτές σε «μεγάλο βαθμό» ή σε «μέτριο βαθμό». Από τους συνολικά 13 απαντήσαντες από ενώσεις καταναλωτών (εθνικές ενώσεις από 8 κράτη μέλη και 2 ενώσεις σε επίπεδο ΕΕ), 11 απαντήσαντες εξέφρασαν την άποψη ότι οι κατ' οίκον πωλήσεις προκαλούν μεγάλη ή μέτρια ζημία στους καταναλωτές. Μεταξύ των απαντησάντων από 27 **επιχειρηματικές ενώσεις**, κανένας δεν θεωρούσε ότι οι κατ' οίκον πωλήσεις προκαλούν μεγάλη ή μέτρια ζημία στους καταναλωτές.

Τέλος, όσον αφορά τις οργανωμένες **εκδηλώσεις πωλήσεων**, από το σύνολο των 127 απαντησάντων, 78 εξέφρασαν γνώμη, ενώ 49 απάντησαν «δεν γνωρίζω». Από τους συνολικά 19 απαντήσαντες από τα **εθνικά υπουργεία και τις αρχές επιβολής του νόμου** (που εκπροσωπούσαν 13 κράτη μέλη), 14 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 11 κράτη μέλη) εξέφρασαν την άποψη ότι οι εκδηλώσεις πωλήσεων προκαλούν ζημία στους καταναλωτές σε «μεγάλο βαθμό» ή σε «μέτριο βαθμό». Από τους συνολικά 14 απαντήσαντες από ενώσεις καταναλωτών (εθνικές ενώσεις από 8 κράτη μέλη και 3 ενώσεις σε επίπεδο ΕΕ), 11 απαντήσαντες εξέφρασαν την άποψη ότι οι εκδηλώσεις πωλήσεων προκαλούν ζημία στους καταναλωτές σε «μεγάλο βαθμό» ή σε «μέτριο βαθμό». Μεταξύ των 27 απαντησάντων από **επιχειρηματικές ενώσεις**, κανένας δεν απάντησε ότι οι εν λόγω εκδηλώσεις προκαλούν μεγάλη ή μέτρια ζημία.

Οι **απαντήσαντες** που εξέφρασαν την άποψη ότι οι εν λόγω τεχνικές πωλήσεων προκαλούν **μεγάλη ή μέτρια ζημία** κλήθηκαν να διατυπώσουν τις απόψεις τους σχετικά με **τα μέτρα που θα μπορούσαν να ληφθούν για την καλύτερη προστασία των καταναλωτών**[67]. Υποβλήθηκαν 40 τέτοιες απαντήσεις για τις κατ' οίκον πωλήσεις, 31 για τις εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα και 34 για οργανωμένες εκδηλώσεις πωλήσεων.

Όσον αφορά τις **κατ' οίκον πωλήσεις**, μεταξύ των 16 απαντησάντων από **εθνικά υπουργεία και αρχές επιβολής του νόμου** (που εκπροσωπούσαν 10 κράτη μέλη), 8 απαντήσαντες (που

[66] Ερώτηση 22 της έρευνας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών: «Θεωρείτε ότι οι καταναλωτές υφίστανται ζημία λόγω αθέμιτων εμπορικών πρακτικών (δηλαδή πωλήσεις υπό πίεση, παραπλανητική πληροφόρηση) στο πλαίσιο των ακόλουθων τεχνικών πωλήσεων που εφαρμόζονται εκτός του συνήθους εμπορικού καταστήματος του πωλητή;».

[67] Ερώτηση 23 της έρευνας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών: «Ποια μέτρα απαιτούνται για την καλύτερη προστασία των καταναλωτών σε τέτοιες περιπτώσεις;».

εκπροσωπούσαν 6 κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ της **βελτίωσης της επιβολής** των ισχυόντων κανόνων, 2 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν το ίδιο κράτος μέλος) τάχθηκαν υπέρ **αυστηρότερων προσαρμοσμένων εθνικών κανόνων** και 4 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 3 κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ **αυστηρότερων κανόνων σε επίπεδο ΕΕ**.

Όσον αφορά τις **εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα**, μεταξύ των 16 απαντησάντων από **εθνικά υπουργεία και αρχές επιβολής του νόμου** (που εκπροσωπούσαν 10 κράτη μέλη), 7 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 3 κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ της **βελτίωσης της επιβολής** των ισχυόντων κανόνων, 1 απαντήσας τάχθηκε υπέρ **αυστηρότερων προσαρμοσμένων εθνικών κανόνων** και 2 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 2 κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ **αυστηρότερων κανόνων σε επίπεδο ΕΕ**.

Όσον αφορά τις οργανωμένες **εκδηλώσεις πωλήσεων**, μεταξύ των 16 απαντησάντων από **εθνικά υπουργεία και αρχές επιβολής του νόμου** (που εκπροσωπούσαν 10 κράτη μέλη), 4 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 4 κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ της **βελτίωσης της επιβολής** των ισχυόντων κανόνων, 2 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 2 κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ **αυστηρότερων προσαρμοσμένων εθνικών κανόνων** και 4 απαντήσαντες (που εκπροσωπούσαν 4 κράτη μέλη) τάχθηκαν υπέρ **αυστηρότερων κανόνων σε επίπεδο ΕΕ**.

Σε εθνικό επίπεδο, η ολλανδική αρχή για τους καταναλωτές και τις αγορές (ACM)[68] εκπόνησε μελέτη για τους καταναλωτές το 2022. Κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι κατ' οίκον πωλήσεις αφορούσαν κυρίως συμβάσεις στον τομέα της ενέργειας, καθώς και λαχειοφόρους αγορές, προγράμματα τηλεφωνίας και ευρυζωνικής σύνδεσης και δωρεές σε φιλανθρωπικές οργανώσεις. Η μελέτη επισήμανε ότι πολλοί καταναλωτές υφίστανται πίεση να προβούν στη σύναψη σύμβασης στο πλαίσιο των κατ' οίκον πωλήσεων.

Συμπερασματικά, με βάση τα στοιχεία που συλλέχθηκαν για 10 κράτη μέλη, μόνο ένα σχετικά μικρό ποσοστό καταναλωτών είναι εκτεθειμένο στις εν λόγω τρεις τεχνικές πωλήσεων. Ωστόσο, μεταξύ αυτών των καταναλωτών που έχουν έρθει αντιμέτωποι με τις πρακτικές αυτές στην πράξη, ένα μεγάλο ποσοστό αναφέρει ότι υπέστη τεχνικές πωλήσεων υπό πίεση, γεγονός που εγείρει ανησυχίες σχετικά με τον δίκαιο χαρακτήρα των εμπορικών πρακτικών που εφαρμόζουν οι αντίστοιχοι πωλητές. Αρκετά κράτη μέλη έχουν εφαρμόσει τις νέες ρυθμιστικές επιλογές στο πλαίσιο της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών για επιβολή ειδικών πρόσθετων κανόνων και περιορισμών και/ή για ενίσχυση του δικαιώματος υπαναχώρησης του καταναλωτή σε κατ' οίκον πωλήσεις και εκδρομές εμπορικού χαρακτήρα. Είναι πολύ νωρίς για να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με τον αντίκτυπο αυτών των μέτρων.

Όσον αφορά τις **εκδηλώσεις πωλήσεων** (επιδείξεις προϊόντων), από την έρευνα για την παρούσα έκθεση δεν προέκυψε ισχυρή έκκληση από τα κράτη μέλη ή τα ενδιαφερόμενα μέρη για ανάληψη ρυθμιστικής δράσης. Η κατάσταση των εκδηλώσεων πωλήσεων δεν αναδείχθηκε επίσης ως μείζον ζήτημα στα έγγραφα θέσης που ελήφθησαν (είτε στο πλαίσιο της δημόσιας διαβούλευσης[69] είτε των στοχευμένων διαβουλεύσεων). Η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές παρέχει στα κράτη μέλη τη δυνατότητα να περιορίσουν τις αθέμιτες πρακτικές στο πλαίσιο εκδηλώσεων

[68] Διατίθεται στη διεύθυνση: https://www.acm.nl/en/publications/acm-study-reveals-doorstep-selling-major-nuisance-consumers.

[69] Δημόσια διαβούλευση με θέμα «Ψηφιακή δικαιοσύνη — Έλεγχος καταλληλότητας της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών», διατίθεται στη διεύθυνση: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13413-Digital-fairness-fitness-check-on-EU-consumer-law/public-consultation_el.

πωλήσεων εφαρμόζοντας τις γενικές διατάξεις κατά των παραπλανητικών και επιθετικών πρακτικών, καθώς και τις ειδικές σχετικές απαγορεύσεις στη μαύρη λίστα.

10. Διαφάνεια στις επιγραμμικές αναζητήσεις

Με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό προστέθηκε στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (άρθρο 7 παράγραφος 4α) η απαίτηση **ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με τις βασικές παραμέτρους που καθορίζουν την κατάταξη των αποτελεσμάτων επιγραμμικής αναζήτησης σε ένα περιβάλλον μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C)**. Η απαίτηση αυτή συμπλήρωσε την παράλληλη υποχρέωση που θεσπίστηκε με τον κανονισμό για τις σχέσεις μεταξύ πλατφορμών και επιχειρήσεων[70] στο περιβάλλον μεταξύ επιχειρήσεων (B2B). Σύμφωνα με την οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, οι εν λόγω απαιτήσεις ισχύουν για τις επιγραμμικές αγορές και τα εργαλεία σύγκρισης που παρέχουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να αναζητούν προϊόντα τα οποία προσφέρονται από τρίτους [δηλαδή από άλλους εμπόρους, αλλά και από καταναλωτές που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες σε πλατφόρμες που διαμεσολαβούν σε πωλήσεις μεταξύ καταναλωτών (C2C)). Παρόμοια απαίτηση περιλαμβάνεται επίσης στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών (άρθρο 6α), η οποία εφαρμόζεται μόνο στις επιγραμμικές αγορές. Επιπλέον, στο παράρτημα Ι της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (σημείο 11α) προστέθηκε ειδική απαγόρευση για τη μη κοινοποίηση διαφήμισης και προώθησης προϊόντων στα αποτελέσματα αναζήτησης (σημείο 11α).

Επιπλέον, στην περίπτωση συστημάτων συστάσεων, η πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες απαιτεί μεγαλύτερη διαφάνεια στους όρους και τις προϋποθέσεις σχετικά με τις κύριες παραμέτρους που χρησιμοποιούνται, καθώς και πληροφορίες και λειτουργίες σχετικά με τις επιλογές με τις οποίες οι καταναλωτές μπορούν να τροποποιήσουν ή να επηρεάσουν τις παραμέτρους αυτές. Η πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες θεσπίζει επίσης την υποχρέωση των επιγραμμικών πλατφορμών να παρέχουν σαφή και ειδική αιτιολόγηση στους θιγόμενους αποδέκτες της υπηρεσίας για τυχόν περιορισμούς της προβολής συγκεκριμένων πληροφοριακών στοιχείων που παρέχονται από τον αποδέκτη της υπηρεσίας, συμπεριλαμβανομένων της απόσυρσης περιεχομένου, της απενεργοποίησης της πρόσβασης σε περιεχόμενο, ή του υποβιβασμού περιεχομένου. Στην περίπτωση πολύ μεγάλων επιγραμμικών πλατφορμών (VLOP) και πολύ μεγάλων επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης (VLOSE), η πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες απαιτεί τη διαθεσιμότητα τουλάχιστον μίας επιλογής μη εξατομικευμένου συστήματος συστάσεων.

Όσον αφορά τις **αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με τη διαφάνεια της επιγραμμικής κατάταξης**, το ποσοστό των καταναλωτών που ανέφεραν ότι δεν μπορούσαν να κατανοήσουν τη μέθοδο κατάταξης των αποτελεσμάτων αναζήτησης τουλάχιστον «ορισμένες φορές» ήταν 52 % στον CCS του 2023 (έναντι 54 % στον CCS του 2021). Στην έρευνα μεταξύ των καταναλωτών για την υποστηρικτική μελέτη, το 21 % των καταναλωτών ανέφεραν ότι κατά την εξέταση των αποτελεσμάτων αναζήτησης («συχνά» ή «τις περισσότερες φορές») δεν ήταν εύκολο να βρουν πληροφορίες σχετικά με τις παραμέτρους που χρησιμοποιήθηκαν για την κατάταξη των εν λόγω αποτελεσμάτων αναζήτησης, ενώ ένα επιπλέον 27 % των καταναλωτών ανέφεραν ότι «ορισμένες φορές» δυσκολεύονταν να αποκτήσουν πρόσβαση σε αυτές τις πληροφορίες. Όσον αφορά τις

[70] Κανονισμός (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Ιουνίου 2019, για την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης και της διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης (ΕΕ L 186 της 11.7.2019, σ. 57). Μεταξύ άλλων απαιτήσεων, ο κανονισμός για τις σχέσεις μεταξύ πλατφορμών και επιχειρήσεων καθορίζει απαιτήσεις διαφάνειας για τις επιγραμμικές πλατφόρμες και τις μηχανές αναζήτησης όσον αφορά τα κριτήρια κατάταξης στις σχέσεις τους με τους επιχειρηματικούς χρήστες.

διαφημίσεις ή την τοποθέτηση σε αποτελέσματα αναζήτησης επί πληρωμή, στον CCS του 2023 διαπιστώθηκε ότι το 75 % των καταναλωτών εντόπισαν κρυφές διαφημίσεις μεταξύ των αποτελεσμάτων αναζήτησης τουλάχιστον «ορισμένες φορές» (έναντι 78 % στον CCS του 2021).

Στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης για την αξιολόγηση διενεργήθηκε **έλεγχος συμμόρφωσης της ενημέρωσης των καταναλωτών** σχετικά με τις παραμέτρους κατάταξης των αποτελεσμάτων αναζήτησης και της **διαφάνειας των επί πληρωμή διαφημίσεων/τοποθετήσεων** σε 85 ιστότοπους και εφαρμογές σε 10 κράτη μέλη.

Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι μόνο στο 35 % των ιστότοπων (30 από τους 85 ιστότοπους) οι καταναλωτές ενημερώνονταν σχετικά με τις **παραμέτρους που επηρεάζουν τις προεπιλεγμένες κατατάξεις των αποτελεσμάτων αναζήτησης**. Όταν παρουσιάζονταν πληροφορίες σχετικά με την κατάταξη των αποτελεσμάτων, ήταν γενικά σαφείς, αλλά περιορίζονταν στην επεξήγηση των γενικών αρχών (δηλαδή ότι η κατάταξη βασίζεται σε αναζητήσεις προϊόντων, στη δημοτικότητα των προϊόντων ή σε αμοιβή που λαμβάνεται από τους εταίρους). Τα αποτελέσματα αυτά συνάδουν σε γενικές γραμμές με τα αποτελέσματα της προηγούμενης μελέτης για τη συμμόρφωση των επιγραμμικών πλατφορμών με τις απαιτήσεις διαφάνειας της κατάταξης αποτελεσμάτων στις σχέσεις τους με τους επιχειρηματικούς χρήστες, η οποία εκπονήθηκε για την έκθεση του 2023 της Επιτροπής σχετικά με τον κανονισμό για τις σχέσεις μεταξύ πλατφορμών και επιχειρήσεων. Στη μελέτη διαπιστώθηκε ότι μόνο το ένα τρίτο όλων των όρων και προϋποθέσεων των υπό εξέταση επιγραμμικών πλατφορμών περιείχε πληροφορίες σχετικά με τις κύριες παραμέτρους κατάταξης, και ακόμη και στις περιπτώσεις αυτές οι περιγραφές παρέχονταν με μάλλον γενικούς όρους[71].

Στο ένα πέμπτο των περιπτώσεων (19,7 % των αναζητήσεων, σε 15 από τους 85 ιστότοπους), τα αποτελέσματα της αναζήτησης περιλάμβαναν κορυφαία αποτελέσματα που αναφέρονταν ως **τοποθετήσεις (διαφημίσεις) επί πληρωμή**. Στην πλειονότητα των αποτελεσμάτων αυτών, η επί πληρωμή διαφήμιση ή τοποθέτηση έφερε την ένδειξη «χορηγούμενο» (37,7 %) ή «διαφήμιση» (33,3 %). Άλλες μέθοδοι επισήμανσης περιλάμβαναν εικονίδιο ή σύνδεσμο, μέσω του οποίου είτε ο χρήστης μεταβαίνει σε διαφορετική σελίδα στην οποία παρέχονται πληροφορίες, είτε εμφανίζεται κείμενο στο οποίο δηλώνεται ότι το αποτέλεσμα είναι χορηγούμενο όταν ο χρήστης τοποθετήσει το ποντίκι πάνω στο εικονίδιο (26,1 % των περιπτώσεων).

Όσον αφορά την επιβολή της νομοθεσίας σε επίπεδο ΕΕ σχετικά με την επισήμανση των διαφημίσεων επί πληρωμή, μετά τη συντονισμένη δράση βάσει του κανονισμού ΣΠΚ το 2022, η TikTok δεσμεύτηκε να προσδιορίζει τις διαφημίσεις επί πληρωμή σε βίντεο με νέο σήμα το οποίο θα ελεγχθεί ως προς την αποτελεσματικότητά του[72].

Συμπερασματικά, από τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν μέσω της έρευνας μεταξύ των καταναλωτών και του ελέγχου συμμόρφωσης σε επιλεγμένους ιστότοπους, καθώς και από τους πίνακες αποτελεσμάτων για τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, προκύπτει ότι η διαφάνεια σχετικά με τις παραμέτρους κατάταξης των αποτελεσμάτων αναζήτησης χρήζει βελτίωσης. Επιπλέον, οι πάροχοι λειτουργιών επιγραμμικής αναζήτησης που περιλαμβάνουν διαφημίσεις ή τοποθετήσεις επί πληρωμή στα αποτελέσματα αναζήτησης πρέπει να διασφαλίζουν

[71] Έκθεση της Επιτροπής σχετικά με την πρώτη προκαταρκτική επανεξέταση της εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150 [COM(2023) 525].
[72] Για περισσότερες πληροφορίες: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_22_3823.

ότι οι εν λόγω διαφημίσεις ή τοποθετήσεις είναι σαφώς ορατές για τους καταναλωτές και ότι διακρίνονται εύκολα από τα άλλα αποτελέσματα.

11. Αξιολογήσεις από καταναλωτές·

Με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό συμπεριλήφθηκε ειδική απαίτηση διαφάνειας στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (άρθρο 7 παράγραφος 6) — οι έμποροι που παρέχουν πρόσβαση σε αξιολογήσεις πρέπει να **ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με το αν και με ποιον τρόπο διασφαλίζουν ότι οι δημοσιευμένες αξιολογήσεις προέρχονται από καταναλωτές που έχουν όντως χρησιμοποιήσει ή αγοράσει το προϊόν**. Επιπλέον, προστέθηκαν ειδικές απαγορεύσεις για τις παραπλανητικές πρακτικές στο παράρτημα Ι (σημεία 23β και 23γ). Στις εν λόγω διατάξεις οι «αξιολογήσεις» θα πρέπει να ερμηνεύονται ευρέως υπό την έννοια ότι καλύπτουν τόσο τα γραπτά μηνύματα όσο και, για παράδειγμα, τις «αξιολογήσεις με αστέρια» και παρόμοια εργαλεία με τα οποία οι καταναλωτές εκφράζουν τις απόψεις τους σχετικά με ένα προϊόν ή τις επιδόσεις ενός εμπόρου.

Μια σημαντική πρόκληση στον τομέα των αξιολογήσεων αφορά **τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνουν οι έμποροι** που παρέχουν πρόσβαση σε αξιολογήσεις καταναλωτών, ιδίως οι επιγραμμικοί διαμεσολαβητές (π.χ. επιγραμμικές αγορές και ειδικές πλατφόρμες αξιολόγησης), προκειμένου να συμμορφωθούν με το νέο σημείο 23β του παραρτήματος Ι, το οποίο απαγορεύει να δηλώνεται 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 από τους εν λόγω καταναλωτές. Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή, **οι έμποροι που επιλέγουν να παρουσιάζουν αξιολογήσεις τις οποίες καθιστούν διαθέσιμες ως αξιολογήσεις από καταναλωτές, πρέπει να λαμβάνουν μέτρα** τα οποία —χωρίς να συνιστούν γενική υποχρέωση παρακολούθησης ή ενεργητικής αναζήτησης γεγονότων (βλ. άρθρο 8 της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες)— αυξάνουν την πιθανότητα οι εν λόγω αξιολογήσεις να αντικατοπτρίζουν τις πραγματικές εμπειρίες των χρηστών. Αφενός, η απαίτηση αυτή συνεπάγεται ελάχιστες υποχρεώσεις τις οποίες πρέπει να εκπληρώνουν όλοι οι έμποροι που παρέχουν πρόσβαση σε αξιολογήσεις από καταναλωτές, για παράδειγμα το να επιτρέπουν μόνο αξιολογήσεις από χρήστες που έχουν αγοράσει το εν λόγω προϊόν ή το να απαιτούν από τον χρήστη να αποδείξει ότι έχει χρησιμοποιήσει το προϊόν σε άλλες περιπτώσεις στις οποίες ο έμπορος που παρέχει πρόσβαση στις αξιολογήσεις δεν ελέγχει τις υποκείμενες συναλλαγές. Αφετέρου, το «αναλογικό και εύλογο» στοιχείο της εν λόγω απαίτησης συνεπάγεται την υποχρέωση των εν λόγω εμπόρων να λαμβάνουν **πρόσθετα μέτρα για την πρόληψη και την αφαίρεση ψευδών αξιολογήσεων τα οποία είναι αναλογικά προς το επιχειρηματικό τους μοντέλο και τους εντοπιζόμενους κινδύνους** (για παράδειγμα, όταν αποτελούν στόχο «μεσίτη» ψευδών αξιολογήσεων — βλ. κατωτέρω). Στα μέτρα αυτά μπορούν να περιλαμβάνονται, για παράδειγμα, η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και εργαλείων τεχνητής νοημοσύνης για την ανάλυση των αξιολογήσεων και την κατάργηση των ψευδών.

Όσον αφορά τους επιγραμμικούς διαμεσολαβητές, οι ψευδείς αξιολογήσεις συνιστούν παράνομο περιεχόμενο και υπόκεινται στις απαιτήσεις της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες που αφορούν την αφαίρεση παράνομου περιεχομένου. Επιπλέον, οι επιγραμμικοί διαμεσολαβητές απαλλάσσονται από την ευθύνη, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, όσον αφορά τον παράνομο χαρακτήρα ή πιθανές αξιώσεις αποζημίωσης που συνδέονται με τις εν λόγω αξιολογήσεις.

Έχουν αναφερθεί προβλήματα σχετικά με **τη γνησιότητα** των αξιολογήσεων από καταναλωτές, για παράδειγμα στη **σάρωση των αξιολογήσεων από καταναλωτές**[73] που πραγματοποίησαν οι αρχές ΣΠΚ το 2021 (δηλαδή πριν από την έναρξη εφαρμογής της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό): σχεδόν τα δύο τρίτα των επιγραμμικών καταστημάτων, αγορών, ιστότοπων ταξιδιωτικών κρατήσεων, μηχανών αναζήτησης και ιστότοπων σύγκρισης που εξετάστηκαν γέννησαν αμφιβολίες σχετικά με την αξιοπιστία των αξιολογήσεων.

Σύμφωνα με τον CCS του 2023, το 69 % των **καταναλωτών είχαν δει αξιολογήσεις από καταναλωτές** που δεν φαίνονταν πραγματικές τουλάχιστον «ορισμένες φορές» (σε σύγκριση με 67 % τον CCS του 2021). Όσον αφορά την υποχρέωση διαφάνειας των εμπόρων που παρέχουν στους καταναλωτές πρόσβαση σε αξιολογήσεις, στην έρευνα μεταξύ των καταναλωτών για την υποστηρικτική μελέτη, το 56 % των καταναλωτών ανέφεραν ότι τουλάχιστον «ορισμένες φορές» δεν μπόρεσαν να βρουν πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο συλλογής των αξιολογήσεων και το κατά πόσον η εταιρεία διασφαλίζει ότι οι δημοσιευμένες αξιολογήσεις προέρχονται από πραγματικούς πελάτες.

Η υποστηρικτική μελέτη περιλάμβανε επίσης ανάλυση της **συμμόρφωσης των εμπόρων** με τη νέα απαίτηση παροχής πληροφοριών βάσει της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Από τους 85 ιστότοπους ηλεκτρονικού εμπορίου και ταξιδιών που εξετάστηκαν σε 10 κράτη μέλη, αξιολογήσεις από καταναλωτές εντοπίστηκαν σε 52 ιστότοπους. Μόνο οι μισοί από αυτούς τους 52 ιστότοπους παρείχαν πληροφορίες σχετικά με τη χρήση και την επεξεργασία των αξιολογήσεων. Στις περιπτώσεις που οι πληροφορίες αυτές ήταν διαθέσιμες, παρουσιάζονταν στους όρους και τις προϋποθέσεις του ιστότοπου[74].

Αρκετοί οργανισμοί έχουν διερευνήσει το θέμα των αξιολογήσεων από καταναλωτές σε εθνικό επίπεδο. Το 2023 η σουηδική υπηρεσία καταναλωτών διενήργησε σάρωση[75] σχετικά με τις αξιολογήσεις από καταναλωτές στον τομέα των ασφαλίσεων, η οποία κάλυψε 20 εταιρείες που δημοσίευαν αξιολογήσεις από καταναλωτές. Από τη σάρωση συνάχθηκε το συμπέρασμα ότι σχεδόν όλες οι εταιρείες που συμπεριλήφθηκαν σε αυτήν δεν ανέφεραν μαζί με τις αξιολογήσεις αν οι αξιολογήσεις προέρχονταν από καταναλωτές που είχαν πράγματι χρησιμοποιήσει ή αγοράσει τα προϊόντα. Σύμφωνα με μελέτη της ομοσπονδίας οργανώσεων Γερμανών καταναλωτών (*Verbraucherzentrale Bundesverband* – VzBv) του 2023, η πλειονότητα των 30 παρόχων που αναλύθηκαν δεν πληρούσε ή δεν πληρούσε επαρκώς τις απαιτήσεις παροχής πληροφοριών για τις επιγραμμικές αξιολογήσεις[76]. Στην τελευταία αυτή μελέτη επισημάνθηκαν επίσης ανησυχίες σχετικά με τις πρακτικές διαχειριστών ιστότοπων που ενσωματώνουν στις σελίδες τους αξιολογήσεις από εξωτερικές διαδικτυακές πύλες αξιολογήσεων, ενίοτε χωρίς να παρέχουν πληροφορίες στους καταναλωτές σχετικά με την επαλήθευση της προέλευσης των εν λόγω εξωτερικών αξιολογήσεων.

Όσον αφορά την επιβολή του νόμου, σε επίπεδο ΕΕ οι εθνικές αρχές ολοκλήρωσαν το 2023 μια συντονισμένη δράση βάσει του κανονισμού ΣΠΚ σχετικά με διάφορες υπηρεσίες της Google

[73] https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_el#ref-2021--sweep-on-online-consumer-reviews.

[74] Στους ιστότοπους, ο σύνδεσμος προς τους όρους και τις προϋποθέσεις ήταν προσβάσιμος είτε μέσω συνδέσμου που βρισκόταν κοντά στις αξιολογήσεις είτε από τα γενικά «μικρά γράμματα» των ιστότοπων (δηλαδή με κύλιση στο τέλος της σελίδας και με κλικ στην ενότητα για τους όρους και τις προϋποθέσεις).

[75] https://www.konsumentverket.se/contentassets/ce53a8b52bad4bf6b0e9138487ab4302/pm---granskning-av-konsumentrecensioner-pa-forsakringsomradet.pdf.

[76] https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/online-bewertungen-null-sterne-beim-marktcheck.

(Google Store, Google Play Store, Google ads and search, Google flights και Google Hotels), η οποία κάλυψε, μεταξύ άλλων ζητημάτων, πρακτικές που σχετίζονταν με τις αξιολογήσεις από καταναλωτές στην υπηρεσία Google Hotels. Η Google συμφώνησε να επιφέρει αλλαγές διευκρινίζοντας ότι δεν επαληθεύει τις αξιολογήσεις στην υπηρεσία Google Hotels[77].

Τα τελευταία χρόνια, **αρκετές αρχές επιβολής της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών** έχουν προβεί σε ενέργειες σχετικές με τις αξιολογήσεις από καταναλωτές. Για παράδειγμα, το 2022 η ολλανδική αρχή για τους καταναλωτές και τις αγορές (ACM) επέβαλε πρόστιμο σε επιγραμμικό κατάστημα[78] για παραπλάνηση των καταναλωτών κατά την πώληση διαφόρων καταναλωτικών προϊόντων. Το επιγραμμικό κατάστημα αναρτούσε ψευδείς θετικές αξιολογήσεις και απέκρυπτε τις αρνητικές αξιολογήσεις. Το 2021 η ACM προέβη σε ενέργειες κατά επηρεαστών γνώμης που χρησιμοποιούσαν ψευδή «likes» και ψευδείς ακολούθους[79]. Η πολωνική υπηρεσία ανταγωνισμού και προστασίας των καταναλωτών (UOKiK) έλαβε μέτρα το 2023 κατά εταιρειών που επιδίδονταν στην πώληση ψευδών αξιολογήσεων από καταναλωτές[80]. Γερμανικό δικαστήριο αποφάνθηκε σε απόφαση του 2022 ότι ο συνολικός αριθμός αξιολογήσεων που περιλαμβάνονται σε μια μέση βαθμολογία και η χρονική περίοδος κατά την οποία υποβλήθηκαν οι αξιολογήσεις συνιστούν «ουσιώδεις πληροφορίες» κατά την έννοια του άρθρου 7 παράγραφος 1 της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές[81].

Πολλά προβλήματα σχετικά με την απάτη που αφορά αξιολογήσεις οφείλονται στις ενέργειες των **«μεσιτών» ψευδών αξιολογήσεων** — εξειδικευμένων παράνομων επιχειρήσεων που οργανώνουν (ιδίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) την ανάρτηση ψευδών αξιολογήσεων από χρήστες (οι οποίοι μπορεί να είναι πραγματικοί χρήστες ή αγοραστές των εν λόγω προϊόντων) προς όφελος επιχειρήσεων που προσλαμβάνουν τους εν λόγω μεσίτες για να προωθήσουν την επιχείρησή τους σε επιγραμμικές αγορές ή εξειδικευμένα εργαλεία αξιολογήσεων. Επιπλέον, έχουν υποβληθεί καταγγελίες σχετικά με μεσίτες αξιολογήσεων οι οποίοι προσφέρθηκαν να οργανώσουν για λογαριασμό επιχειρήσεων την παροχή ψευδών θετικών αξιολογήσεων σε ιστοτόπους αξιολογήσεων και στη συνέχεια προέβησαν σε αντίποινα κατά των επιχειρήσεων που αρνήθηκαν την προσφορά οργανώνοντας την ανάρτηση ψευδών αρνητικών αξιολογήσεων. Ορισμένες από τις σχετικές επιχειρήσεις στην ΕΕ αναφέρουν ότι υποβάλλουν μηνύσεις και προβαίνουν σε ιδιωτικές ενέργειες επιβολής κατά των μεσιτών ψευδών αξιολογήσεων. Μια άλλη πρόκληση στον τομέα αυτόν είναι οι αξιολογήσεις που παράγονται από την ΤΝ, οι οποίες είναι ενδεχομένως δυσκολότερο να εντοπιστούν.

[77] https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions/social-media-and-search-engines_el#google.
[78] https://www.acm.nl/en/publications/acm-fines-online-store-trendx-having-misled-consumers.
[79] https://www.acm.nl/en/publications/influencers-stop-using-fake-likes-and-fake-followers-following-warning-issued-acm.
[80] https://archiwum.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=20066.
[81] Η υπόθεση αφορούσε εναγόμενο ο οποίος εκμεταλλευόταν ιστότοπο που προσέφερε υπηρεσίες κτηματομεσιτών. Σύμφωνα με διαφήμιση του εναγομένου, οι πελάτες του είχαν, κατά μέσο όρο, βαθμολογήσει τους κτηματομεσίτες του με 4,7 στα 5 αστέρια αλλά δεν παρέχονταν τυχόν περαιτέρω σχετικές πληροφορίες. Διατίθεται στη διεύθυνση: Hamburg - 315 O 160/21 | LG Hamburg 15. Zivilkammer | Urteil | Wettbewerbsverstoß im Internet: Irreführung bei Werbung mit Kundenbewertungen in einem ... (landesrecht-hamburg.de).

Εκτός από τις δραστηριότητες επιβολής του νόμου, ορισμένα κράτη μέλη **εξέδωσαν κατευθυντήριες γραμμές** ώστε να συμβάλουν στην ευαισθητοποίηση σχετικά με τους εφαρμοστέους κανόνες στον εν λόγω τομέα[82].

Η Επιτροπή προωθεί επίσης **εθελοντικά μέτρα από τους φορείς της αγοράς**. Τον Νοέμβριο του 2023, 11 επιγραμμικές πλατφόρμες που δραστηριοποιούνται στην ΕΕ (Allegro, AliExpress, Amazon, bol.com, CDiscount, eBay, eMAG, Etsy, Joom, Rakuten France και Wish) υπέγραψαν το έγγραφο Consumer Protection Pledge (δέσμευση για την προστασία των καταναλωτών). Οι εθελοντικές δεσμεύσεις ισχύουν από τον Ιούλιο του 2024 και περιλαμβάνουν μέτρα που αποσκοπούν στην αύξηση της διαφάνειας και της αξιοπιστίας των αξιολογήσεων από καταναλωτές, για παράδειγμα παρουσιάζοντας σαφώς στους χρήστες τις αξιολογήσεις που υποβάλλονται βάσει κινήτρων[83]. Οι υπογράφοντες θα υποβάλλουν έκθεση κάθε 6 μήνες σχετικά με την εφαρμογή των δεσμεύσεων. Ειδικά για τα τουριστικά καταλύματα, η Επιτροπή καταρτίζει επίσης κώδικα δεοντολογίας για επιγραμμικές διαβαθμίσεις και ανασκοπήσεις. Αναμένεται να αυξήσει τη συνέπεια στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών παροχής καταλύματος και να βελτιώσει τη συγκρισιμότητα και τη διαφάνεια για τους καταναλωτές σε ολόκληρη την ΕΕ[84].

Εν κατακλείδι, **οι προκλήσεις που σχετίζονται με ψευδείς αξιολογήσεις, είτε πρόκειται για «θετικές» είτε «αρνητικές», αυξάνονται.** Οι έμποροι που παρέχουν πρόσβαση σε αξιολογήσεις τις οποίες επιλέγουν να παρουσιάσουν ως αξιολογήσεις από καταναλωτές, ιδίως οι έμποροι που είναι ιδιαίτερα εκτεθειμένοι στις παράνομες δραστηριότητες των μεσιτών ψευδών αξιολογήσεων, πρέπει να επενδύσουν περισσότερο στην καταπολέμηση των ψευδών αξιολογήσεων. Οι επιγραμμικές πλατφόρμες πρέπει επίσης να συμμορφώνονται με τους κανόνες της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες ώστε να περιοριστεί το παράνομο περιεχόμενο. Οι έμποροι που παρέχουν πρόσβαση σε αξιολογήσεις πρέπει επίσης να εξασφαλίζουν τη διαφάνεια έναντι των καταναλωτών, ώστε οι καταναλωτές να σχηματίζουν μια ισορροπημένη και ρεαλιστική εικόνα των συνθηκών υπό τις οποίες συλλέγονται οι αξιολογήσεις και των περιορισμών όσον αφορά την αξιοπιστία τους. Οι εθνικές αρχές επιβολής του νόμου θα πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στον τομέα αυτόν και, κατά περίπτωση, να χρησιμοποιούν το σύστημα συνεργασίας ΣΠΚ, ιδίως όσον αφορά την παράνομη δραστηριότητα μεσιτών ψευδών αξιολογήσεων οι οποίοι ενεργούν παραβιάζοντας κατάφωρα την οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Στο πλαίσιο αυτό, η συνεργασία με τον κλάδο είναι σημαντική.

12. Διαφάνεια των αγορών σχετικά με τα συμβαλλόμενα μέρη

Με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό προστέθηκαν στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές [άρθρο 7 παράγραφος 4 στοιχείο στ)] και στην οδηγία για τα δικαιώματα των

[82] Για παράδειγμα, το Βέλγιο (https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Entreprises/guidelines-avis-en-ligne.pdf).

[83] https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/consumers/consumer-protection-policy/consumer-protection-pledge_en?prefLang=el#:~:text=The%20Consumer%20Protection%20Pledge%20sets,and%20Digital%20Consumer%20Rights%20Commitments.

[84] Ο κώδικας δεοντολογίας για τις επιγραμμικές διαβαθμίσεις και ανασκοπήσεις για τα τουριστικά καταλύματα αποτελεί σύσταση που διατυπώθηκε στο έγγραφο «Study on the feasibility of possible initiatives at EU level and establishment of a multistakeholder platform on quality of tourism accommodation» (Μελέτη σχετικά με τη σκοπιμότητα πιθανών πρωτοβουλιών σε επίπεδο ΕΕ και τη δημιουργία πολυσυμμετοχικής πλατφόρμας για την ποιότητα των τουριστικών καταλυμάτων). Συνοπτική παρουσίαση είναι διαθέσιμη στη διεύθυνση: https://op.europa.eu/el/publication-detail/-/publication/957eef55-24e8-11ed-8fa0-01aa75ed71a1.

καταναλωτών [άρθρο 6α παράγραφος 1 στοιχείο β)] νέες διατάξεις σχετικά με τη διαφάνεια όσον αφορά τα συμβαλλόμενα μέρη στις επιγραμμικές αγορές. Οι πάροχοι επιγραμμικών αγορών υποχρεούνται να παρέχουν στους καταναλωτές πληροφορίες σχετικά με την ιδιότητα του τρίτου που προσφέρει τα αγαθά, τις υπηρεσίες ή το ψηφιακό περιεχόμενο, σχετικά με το αν εφαρμόζεται η νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών και σχετικά με το ποιος έμπορος (τρίτος προμηθευτής ή επιγραμμική αγορά) είναι υπεύθυνος για την εγγύηση των δικαιωμάτων των καταναλωτών που σχετίζονται με τη σύμβαση (όπως η παράδοση των αγαθών ή το δικαίωμα υπαναχώρησης).

Επιπλέον, η πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες υποχρεώνει τις επιγραμμικές αγορές να συλλέγουν πληροφορίες σχετικά με την ταυτότητα του εμπόρου, να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια για να αξιολογούν αν οι πληροφορίες είναι αξιόπιστες και πλήρεις, να προβάλλουν τις εν λόγω πληροφορίες στους καταναλωτές και, όταν τους ζητείται, να παρέχουν τις εν λόγω πληροφορίες στις αρχές, καθώς και να αναστέλλουν τις συμβατικές σχέσεις με εμπόρους που παρέχουν ανακριβείς ή ελλιπείς πληροφορίες [η λεγόμενη αρχή της πληροφόρησης για τους επιχειρηματικούς πελάτες (Know-Your-Business Customer ή KYBC)].

Ο έλεγχος συμμόρφωσης και η έρευνα καταναλωτών στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης, καθώς και ο CCS του 2023 διερεύνησαν τη συμμόρφωση των εμπόρων με την εν λόγω απαίτηση διαφάνειας και τις αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με τη διαφάνεια στις αγορές.

Όσον αφορά τις **αντιλήψεις των καταναλωτών**, στον CCS του 2023, το 7 % των καταναλωτών που συμμετείχαν στην έρευνα ανέφεραν ότι είχαν αντιμετωπίσει προβλήματα μετά την αγορά ενός προϊόντος σε επιγραμμική αγορά και αφού διαπίστωσαν ότι το είχαν αγοράσει από ιδιώτη και όχι από επαγγελματία πωλητή. Στην έρευνα μεταξύ των καταναλωτών που διενεργήθηκε για την υποστηρικτική μελέτη, το 47 % των καταναλωτών, τουλάχιστον ορισμένες φορές, είχαν θεωρήσει ότι, κατά την πραγματοποίηση επιγραμμικών αγορών, δεν ήταν σαφές ποιος ήταν ο πωλητής και ποιος θα ήταν υπεύθυνος για την παράδοση των προϊόντων, ενώ το 35 % ανέφεραν ότι δεν είχαν έρθει ποτέ ή είχαν έρθει σπάνια αντιμέτωποι με τέτοιου είδους ασάφεια.

Ο **έλεγχος συμμόρφωσης** 50 επιγραμμικών αγορών σε 10 κράτη μέλη στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης εξέτασε επίσης ζητήματα διαφάνειας για τους καταναλωτές σχετικά με τα συμβαλλόμενα μέρη (συνολικά εξετάστηκαν 212 προϊόντα). Στο 65,6 % των περιπτώσεων, στη σελίδα αποτελεσμάτων αναζήτησης περιλαμβάνονταν πληροφορίες σχετικά με το αν ο πωλητής ήταν η ίδια η αγορά ή άλλο μέρος. Στη σελίδα για τα προϊόντα, το ποσοστό των προϊόντων που φέρουν ένδειξη σχετικά με το ποιος είναι ο έμπορος αυξήθηκε στο 85 % των προϊόντων σε 46 ιστότοπους, στοιχείο που υποδεικνύει αρκετά υψηλό επίπεδο διαφάνειας. Επιπλέον, σε αυτές τις περιπτώσεις ελέγχου, οι πληροφορίες σχετικά με την ιδιότητα του πωλητή —επαγγελματίας ή ιδιώτης— ήταν σαφείς και ευδιάκριτες για τους ερευνητές στο 65 % των περιπτώσεων.

Εν κατακλείδι, από την έρευνα σχετικά με τις επιγραμμικές αγορές προκύπτει ότι οι εν λόγω αγορές έχουν εφαρμόσει σε σημαντικό βαθμό τη νέα απαίτηση παροχής πληροφοριών σχετικά με την ιδιότητα των τρίτων προμηθευτών. Το ποσοστό των καταναλωτών που ανέφεραν ότι αντιμετώπισαν προβλήματα λόγω του ότι δεν συνειδητοποίησαν τη μη επαγγελματική ιδιότητα του πωλητή είναι σχετικά μικρό. Ταυτόχρονα, πολλοί επιγραμμικοί αγοραστές αναφέρουν ότι έχουν αισθανθεί αβεβαιότητα όσον αφορά την ταυτότητα του πωλητή και τις ρυθμίσεις για τη συναλλαγή τους.

13. Εξατομικευμένη τιμολόγηση

Οι έμποροι μπορούν να εξατομικεύουν την τιμή των προσφορών τους για συγκεκριμένους καταναλωτές ή ομάδες καταναλωτών βάσει αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων και κατάρτισης προφίλ των καταναλωτών. Με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό προστέθηκε στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών μια νέα απαίτηση παροχής πληροφοριών για τους εμπόρους σύμφωνα με την οποία οφείλουν να ενημερώνουν τους καταναλωτές που πραγματοποιούν αγορές επιγραμμικά ότι η τιμή εξατομικεύτηκε βάσει αυτοματοποιημένης λήψης αποφάσεων [άρθρο 6 παράγραφος 1 στοιχείο εα)]. Αυτή η απαίτηση διαφάνειας στο σημείο πώλησης συμπληρώνει τον γενικό κανονισμό για την προστασία δεδομένων[85], ο οποίος καθορίζει τους κανόνες για την υποκείμενη συλλογή και επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Τα στοιχεία σχετικά με την πρακτική της εξατομικευμένης τιμολόγησης τώρα κάνουν την εμφάνισή τους. Από τις μελέτες της Επιτροπής του 2018 και του 2022[86] δεν προέκυψαν συνεπή και συστηματικά αποδεικτικά στοιχεία εξατομικευμένων τιμών ή προσφορών. Η μελέτη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου του 2022 σχετικά με την εξατομικευμένη τιμολόγηση διαπίστωσε ότι από τα εμπειρικά στοιχεία δεν είναι δυνατή η εξαγωγή οριστικών συμπερασμάτων σχετικά με την κλίμακα της εξατομικευμένης τιμολόγησης[87]. Από έρευνες που διεξήγαγαν οργανώσεις καταναλωτών προέκυψαν στοιχεία που αποδεικνύουν εξατομίκευση των τιμών στους τομείς των επιγραμμικών υπηρεσιών γνωριμιών, των καταλυμάτων και των αεροπορικών εταιρειών[88].

Οι πρόσφατες έρευνες μεταξύ των καταναλωτών παρέχουν πρόσθετες πληροφορίες σχετικά με τις **αντιλήψεις των καταναλωτών** όσον αφορά την εξατομικευμένη τιμολόγηση. Στην έρευνα μεταξύ των καταναλωτών για την υποστηρικτική μελέτη, οι απαντήσαντες ερωτήθηκαν σχετικά με τις εμπειρίες που είχαν τους τελευταίους 12 μήνες κατά τη λήψη έκπτωσης ή τιμής που παρουσιάστηκε ως «εξατομικευμένη» για αυτούς, είτε μέσω ιστότοπου είτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Περίπου οι μισοί (55 %) απαντήσαντες θεωρούσαν ότι είχαν συναντήσει αυτού του είδους την εξατομίκευση τουλάχιστον «μερικές φορές». Στο πλαίσιο του CCS του 2023, οι καταναλωτές ερωτήθηκαν σχετικά με τις εμπειρίες τους από τις επιγραμμικές αγορές κατά τους τελευταίους 12 μήνες, ιδίως όσον αφορά τη συχνότητα με την οποία διαπίστωσαν διαφορετικές τιμές για αγαθά ή υπηρεσίες σε σύγκριση με τους ομοτίμους τους. Από τα αποτελέσματα προέκυψε ότι το 39 % των καταναλωτών που συμμετείχαν στην έρευνα πίστευαν ότι είχαν αντιμετωπίσει μια τέτοια κατάσταση τουλάχιστον «ορισμένες φορές» (έναντι 38 % στον CCS του 2021).

---

[85] Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων) (ΕΕ L 119 της 4.5.2016, σ. 1).

[86] Μελέτη εξατομίκευσης του 2018, Μελέτη σκοτεινών μοτίβων του 2022, διαθέσιμες στη διεύθυνση: https://commission.europa.eu/publications/consumer-market-study-online-market-segmentation-through-personalised-pricingoffers-european-union_en?prefLang=el και https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/consumers/consumer-protection-policy/evidence-based-consumer-policy/behavioural-research_en?prefLang=el.

[87] Βλ. σ. 12 της μελέτης, διαθέσιμη στη διεύθυνση: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2022/734008/IPOL_STU(2022)734008_EN.pdf.

[88] «Each Consumer a Separate Market? – BEUC position paper on personalised pricing» (Κάθε καταναλωτής είναι μια ξεχωριστή αγορά; — Έγγραφο θέσης του BEUC σχετικά με την εξατομικευμένη τιμολόγηση) (2023), διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.beuc.eu/position-papers/each-consumer-separate-market-beuc-position-paper-personalised-pricing.

Όσον αφορά **τη συμμόρφωση των εμπόρων με τη νέα υποχρέωση παροχής πληροφοριών βάσει της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών**, στον έλεγχο συμμόρφωσης για την υποστηρικτική μελέτη αναλύθηκαν συνολικά 207 προϊόντα σε 85 ιστότοπους/εφαρμογές. Σε καμία περίπτωση οι ερευνητές δεν εντόπισαν σαφή ένδειξη ότι η τιμή ήταν εξατομικευμένη βάσει αυτοματοποιημένης επεξεργασίας. Επιπλέον, οι ερευνητές προσπάθησαν να εντοπίσουν τις πιθανές διαφορές τιμών μέσω της πρόσβασης στον ιστότοπο με τον συνήθη φυλλομετρητή τους και έναν «καθαρό» φυλλομετρητή από τον οποίο είχαν αφαιρεθεί τα μέσα παρακολούθησης[89]. Με τον τρόπο αυτόν, εντόπισαν διαφορές στις τιμές σε 10 από τους 85 ιστότοπους/εφαρμογές, ή στο 6 % του συνόλου των 207 προϊόντων. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι, στις περισσότερες περιπτώσεις στις οποίες εντοπίστηκε διαφορά τιμής από τους ερευνητές, από την αναζήτηση με τη χρήση φυλλομετρητή που ενσωματώνει προσωπικές πληροφορίες προέκυψε χαμηλότερη τιμή από εκείνη που προέκυψε από αναζήτηση η οποία πραγματοποιήθηκε με τη χρήση «καθαρού» φυλλομετρητή από τον οποίο είχαν αφαιρεθεί τα μέσα παρακολούθησης.

Όσον αφορά την **επιβολή της νομοθεσίας σε επίπεδο ΕΕ**, οι εθνικές αρχές εντός του δικτύου ΣΠΚ, στη συντονισμένη δράση του 2022 υπό την καθοδήγηση της ολλανδικής αρχής σχετικά με την επιγραμμική αγορά Wish.com, διαπίστωσαν ότι δεν ήταν σαφές αν και με ποιον τρόπο ο έμπορος εφάρμοζε εξατομίκευση των τιμών. Η Wish αποφάσισε να σταματήσει τις τεχνικές εξατομικευμένης τιμολόγησης στην ΕΕ[90]. Το 2024, μετά από διάλογο με την Επιτροπή και τις εθνικές αρχές προστασίας των καταναλωτών στο δίκτυο ΣΠΚ, η Tinder δεσμεύτηκε να ενημερώνει τους καταναλωτές ότι οι εκπτώσεις που προτείνει για προνομιακές υπηρεσίες έχουν εξατομικευτεί με αυτοματοποιημένα μέσα[91]. Εκτός από αυτές τις συντονισμένες δράσεις, μέχρι στιγμής, τα κράτη μέλη δεν έχουν αναφέρει περαιτέρω μέτρα επιβολής όσον αφορά τις απαιτήσεις παροχής πληροφοριών της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών που αφορούν την εξατομικευμένη τιμολόγηση.

Εν κατακλείδι, οι πωλητές στην ΕΕ δεν φαίνεται να προσδιορίζουν ότι οι προσφορές τιμών τους βασίζονται σε αυτοματοποιημένη επεξεργασία του προφίλ του στοχευόμενου πελάτη. Αυτό προφανώς δεν αποκλείει την πιθανότητα να πραγματοποιείται τέτοιου είδους εξατομίκευση των τιμών· επίσης, οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται διαφορές τιμών που θα μπορούσαν να βασίζονται σε αυτοματοποιημένη επεξεργασία και, ως εκ τούτου, να υπόκεινται στη νέα απαίτηση παροχής πληροφοριών της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών. Ο μικρής κλίμακας έλεγχος που διενεργήθηκε για την παρούσα έκθεση δείχνει ότι θα μπορούσε να λαμβάνει χώρα εξατομίκευση των τιμών στην περίπτωση ορισμένων εμπόρων, αλλά τα αποτελέσματα αυτά δεν επιτρέπουν την εξαγωγή γενικών συμπερασμάτων, μεταξύ άλλων όσον αφορά το πλεονέκτημα ή το μειονέκτημα της πρακτικής για τους σχετικούς καταναλωτές.

[89] Η πρώτη αναζήτηση πραγματοποιήθηκε από τους ερευνητές μέσω του συνήθους φυλλομετρητή τους, ενώ ήταν συνδεδεμένοι στους λογαριασμούς και στους ιστότοπους που χρησιμοποιούν σε τακτική βάση. Για τη δεύτερη «καθαρή» αναζήτηση, οι ερευνητές χρησιμοποίησαν VPN που τους τοποθετούσε στην ίδια χώρα, διασφαλίζοντας ότι είχαν αποσυνδεθεί από όλους τους λογαριασμούς, και πραγματοποίησαν τις αναζητήσεις σε φυλλομετρητή που δεν χρησιμοποιούν ποτέ ενώ καθάριζαν τα cookies πριν από κάθε αναζήτηση.

[90] https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions/market-places-and-digital-services_el#aliexpress-and-wish.

[91] https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/ip_24_1344.

14. Μεταπώληση εισιτηρίων εκδηλώσεων που αποκτήθηκαν με αυτοματοποιημένα μέσα

Τα «scalper bot» (διαδικτυακά ρομπότ που χρησιμοποιούνται για τη μαζική αγορά εισιτηρίων εκδηλώσεων με σκοπό τη μεταπώλησή τους σε υψηλότερη τιμή) μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αυτόματη αγορά προϊόντων με υψηλή ζήτηση με σκοπό τη μεταπώλησή τους σε υψηλότερη τιμή. Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό προσέθεσε στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ένα νέο σημείο 23α στο παράρτημα Ι[92], το οποίο απαγορεύει στους εμπόρους να μεταπωλούν στους καταναλωτές εισιτήρια για πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις τα οποία έχουν αποκτήσει με τη χρήση εξειδικευμένου λογισμικού («bot») για να παρακάμψουν τα τεχνικά όρια που επιβάλλουν οι αρχικοί πωλητές εισιτηρίων. Άλλες διατάξεις της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό αφορούν επίσης τις δευτερογενείς αγορές εισιτηρίων, π.χ. η νέα απαίτηση (στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και στην οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών) σύμφωνα με την οποία οι επιγραμμικές αγορές πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές σχετικά με το αν το πρόσωπο που πωλεί τα εισιτήρια είναι έμπορος ή καταναλωτής.

Οι διοργανωτές εκδηλώσεων διαμαρτύρονται για τις πρακτικές των μεταπωλητών και των πλατφορμών μεταπώλησης που διογκώνουν τις τιμές των εισιτηρίων, ενώ στις πλατφόρμες μεταπώλησης εκδηλώνονται ανησυχίες για την επέκταση των αρχικών πωλητών στη δευτερογενή αγορά μεταπώλησης και την παρεμπόδιση της μεταπώλησης εισιτηρίων μέσω ανταγωνιστικών δευτερογενών πλατφορμών. Η νέα απαγόρευση της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές εφαρμόζεται όταν οι αρχικοί πωλητές εισιτηρίων έχουν εφαρμόσει τεχνικά μέτρα για να περιορίσουν τη μαζική αγορά των εισιτηρίων τους με σκοπό τη μεταπώληση. Η απαγόρευση μπορεί να επιβληθεί μόνο εάν οι εν λόγω αρχικοί πωλητές εντοπίζουν και καταγγέλλουν περιπτώσεις παράνομης απόκτησης εισιτηρίων. Η υποστηρικτική μελέτη δεν εντόπισε παραδείγματα νομολογίας και μέτρων επιβολής που έχουν ληφθεί μέχρι στιγμής από εθνικές αρχές ή ιδιωτικούς οργανισμούς κατά μεταπωλητών εισιτηρίων εκδηλώσεων που αποκτήθηκαν με τη χρήση scalper bot.

Όσον αφορά τις πρακτικές μεταπώλησης εισιτηρίων γενικότερα, στο πλαίσιο **συντονισμένης δράσης βάσει του κανονισμού ΣΠΚ**, έπειτα από διάλογο με την Επιτροπή και τις εθνικές αρχές προστασίας των καταναλωτών, το 2024 η Viagogo, μια επιγραμμική δευτερογενής αγορά εισιτηρίων για ζωντανές εκδηλώσεις, δεσμεύτηκε να ενημερώνει καλύτερα τους καταναλωτές σχετικά με τους όρους υπό τους οποίους μεταπωλούνται τα εισιτήρια[93]. Υπήρξαν επίσης ορισμένες αναφορές εθνικών υποθέσεων που αφορούν (αθέμιτες) πρακτικές μεταπώλησης εισιτηρίων[94].

Σύμφωνα με την **έρευνα μεταξύ των καταναλωτών** που πραγματοποιήθηκε για την υποστηρικτική μελέτη, το 33 % των καταναλωτών ανέφεραν ότι τουλάχιστον «ορισμένες φορές» αντιμετώπισαν μια κατάσταση κατά την οποία επιθυμούσαν να αγοράσουν εισιτήριο για μια

[92] Η απαγόρευση αυτή δεν θίγει τυχόν άλλα εθνικά μέτρα για την προστασία των έννομων συμφερόντων των καταναλωτών και τη διασφάλιση της πολιτικής στον τομέα του πολιτισμού και της πρόσβασης σε εκδηλώσεις, όπως η ρύθμιση της τιμής μεταπώλησης των εισιτηρίων. Ορισμένα κράτη μέλη, π.χ. η Ιρλανδία, έχουν θεσπίσει ειδικούς κανόνες για το θέμα αυτό.

[93] https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions/market-places-and-digital-services_el#viagogo.

[94] Για παράδειγμα, μέτρα επιβολής κατά εταιρείας μεταπώλησης εισιτηρίων στη Γαλλία, αναφέρονται στη διεύθυνση: https://www.prodiss.org/sites/default/files/atoms/files/presse_release_prodiss_gsc_20220203.pdf.

εκδήλωση, αλλά βρήκαν διαθέσιμα εισιτήρια μόνο από δευτερεύοντες πωλητές σε υψηλότερη τιμή[95]. Οι μισοί από τους απαντήσαντες δεν είχαν αντιμετωπίσει τέτοια κατάσταση ή δεν μπορούσαν να θυμηθούν αντίστοιχο περιστατικό. Στον CCS του 2023, στο πλαίσιο της απάντησης σε γενικότερη ερώτηση σχετικά με τις πρακτικές μεταπώλησης που δεν περιοριζόταν στα εισιτήρια εκδηλώσεων, το 21 % των καταναλωτών ανέφεραν ότι είχαν αγοράσει, τουλάχιστον «ορισμένες φορές», ένα καινούργιο προϊόν σε υψηλότερη τιμή από μεταπωλητή, καθώς είχε εξαντληθεί στον επίσημο ιστότοπο του εμπορικού σήματος.

Κατά τη **στοχευμένη διαβούλευση στο πλαίσιο της υποστηρικτικής μελέτης**, αρκετά ενδιαφερόμενα μέρη επισήμαναν προβλήματα σχετικά με τη μεταπώληση εισιτηρίων εν γένει και πρότειναν πρόσθετα ρυθμιστικά μέτρα, όπως η υποχρέωση των μεταπωλητών εισιτηρίων να δημοσιοποιούν πρόσθετες πληροφορίες (π.χ. την αρχική ονομαστική αξία του εισιτηρίου, τυχόν πρόσθετα τέλη ή επιβαρύνσεις και το σημείο όπου βρίσκεται η θέση), ο καθορισμός ορίων στις τιμές μεταπώλησης (π.χ. όχι περισσότερο από την τιμή του αρχικού πωλητή του εισιτηρίου ή την επιβολή ανώτατου ορίου).

Εν κατακλείδι, η τροποποίηση που επέφερε η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό στην οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές αφορά μια συγκεκριμένη πτυχή της μεταπώλησης εισιτηρίων, η οποία δεν έχει ακόμη αποτελέσει αντικείμενο συγκεκριμένων δράσεων επιβολής. Για την πρακτική εφαρμογή της απαιτείται η στενή συνεργασία και το ενδιαφέρον των αρχικών πωλητών ώστε να αντιμετωπιστεί η μαζική αγορά εισιτηρίων με σκοπό τη μεταπώλησή τους. Η επιβολή της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και, κατά περίπτωση, της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, παραμένει ιδιαίτερα σημαντική για τα ευρύτερα ζητήματα που σχετίζονται με τη μεταπώληση εισιτηρίων, όπως η αντιμετώπιση παραπλανητικών πληροφοριών ή η παράλειψη πληροφοριών σχετικά με τη φύση της προσφοράς μεταπώλησης.

15. Τηλεφωνικές κλήσεις με βασική τιμή χρέωσης στις υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών

Το άρθρο 21 της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών προστατεύει τους καταναλωτές από πρόσθετες χρεώσεις εάν χρειαστεί να καλέσουν τον έμπορο για συναφθείσα σύμβαση. Οι κλήσεις αυτές δεν πρέπει να υποχρεώνουν τον καταναλωτή να πληρώσει περισσότερο από τη «βασική τιμή χρέωσης»[96]. Η οδηγία για τον εκσυγχρονισμό επέκτεινε το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 21, το οποίο περιλαμβάνει πλέον και τις υπηρεσίες μεταφοράς επιβατών.

Ο **έλεγχος συμμόρφωσης** για την υποστηρικτική μελέτη παρέχει ορισμένες πληροφορίες σχετικά με τη συμμόρφωση των εμπόρων που ελέγχθηκαν με την εν λόγω απαίτηση. Στον έλεγχο εξετάστηκαν τα είδη των αριθμών τηλεφώνου που χρησιμοποιούν οι εταιρείες μεταφοράς επιβατών (αεροπορικές εταιρείες, εταιρείες λεωφορείων και σιδηροδρομικές επιχειρήσεις και ενδιάμεσοι πωλητές εισιτηρίων, συνολικά 50 ιστότοποι), δηλαδή αν οι αριθμοί αυτοί είναι

[95] Ερώτηση 5.1 της έρευνας μεταξύ των καταναλωτών: «Έχετε βρεθεί αντιμέτωποι με τις ακόλουθες καταστάσεις κατά τους τελευταίους 12 μήνες, όταν αγοράσατε ή επιχειρήσατε να αγοράσετε οποιοδήποτε είδος προϊόντων ή υπηρεσιών επιγραμμικά, συμπεριλαμβανομένου ψηφιακού περιεχομένου / ψηφιακών υπηρεσιών/συνδρομών;».

[96] Όπως διευκρινίστηκε από το ΔΕΕ στην υπόθεση C-568/15, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV κατά comtech GmbH, η έννοια της «βασικής τιμής χρέωσης» σημαίνει ότι οι χρεώσεις για κλήσεις που σχετίζονται με σύμβαση συναφθείσα με έμπορο προς τηλεφωνική γραμμή βοήθειας του εμπόρου δεν μπορούν να υπερβαίνουν το κόστος κλήσης σε τυπική γεωγραφική γραμμή σταθερής ή κινητής τηλεφωνίας.

κανονικοί αριθμοί σταθερής/κινητής τηλεφωνίας, αριθμοί υψηλότερης χρέωσης ή σύντομοι/δωρεάν αριθμοί. Συνολικά, από τον έλεγχο προέκυψε ότι οι περισσότερες γραμμές επικοινωνίας των ιστότοπων που ελέγχθηκαν (69 %) εφάρμοζαν κανονική εγχώρια χρέωση (δηλαδή κανονική χρέωση σταθερής/κινητής τηλεφωνίας), το ένα τέταρτο πρόσφερε τηλεφωνική υπηρεσία με υψηλότερη χρέωση (στις περισσότερες περιπτώσεις, η χρέωση γνωστοποιούνταν με διαφάνεια στον καταναλωτή) και περίπου το 6 % προσέφερε δωρεάν τηλεφωνική γραμμή. Επιπλέον, σε αυτές τις περιπτώσεις ελέγχου, οι αριθμοί με υψηλότερη χρέωση αφορούσαν συνήθως υπηρεσίες διαφορετικές από τις υπηρεσίες καταναλωτών μετά τη σύναψη της σύμβασης που προσφέρονται από την εταιρεία μεταφορών (όπως πωλήσεις).

Συμπερασματικά, από τα μέχρι στιγμής διαθέσιμα στοιχεία προκύπτει ότι οι εταιρείες μεταφοράς επιβατών έχουν συμμορφωθεί σε μεγάλο βαθμό με τη νέα απαίτηση.

16. Συμπεράσματα

Η παρούσα έκθεση αντικατοπτρίζει τα αποτελέσματα των διαβουλεύσεων και της συλλογής δεδομένων σχετικά με τη μεταφορά της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό στο εθνικό δίκαιο και την πείρα από την εφαρμογή και την επιβολή της οδηγίας εντός σχετικά σύντομου χρονικού διαστήματος από την έναρξη εφαρμογής της.

Όσον αφορά τη **μεταφορά στο εθνικό δίκαιο**, τα αποτελέσματα είναι αρκετά ενθαρρυντικά. Οι περισσότερες από τις διατάξεις έχουν μεταφερθεί στο εθνικό δίκαιο με σχετικά σαφή τρόπο, σε πολλές περιπτώσεις κατά λέξη. Τα προβλήματα που εντοπίστηκαν αφορούν κυρίως διατάξεις που απαιτούν πιο σύνθετη ενσωμάτωση στο εθνικό νομικό πλαίσιο, ιδίως τους κανόνες σχετικά με τις κυρώσεις για παραβάσεις και τα μέσα έννομης προστασίας των καταναλωτών σε περιπτώσεις αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.

Η παρούσα έκθεση επικεντρώθηκε στους βασικούς ειδικούς θεματικούς τομείς που καλύπτονται από την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό, παρουσιάζοντας τα διαθέσιμα στοιχεία και εξάγοντας συμπεράσματα σχετικά με τους εν λόγω ειδικούς τομείς στο μέτρο του δυνατού στο παρόν στάδιο. Η σύντομη περίοδος αναφοράς δεν επιτρέπει την εξαγωγή οριστικών συμπερασμάτων όσον αφορά την **αποτελεσματικότητα** των αλλαγών που θεσπίστηκαν με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό. Ωστόσο, υπάρχουν θετικές ενδείξεις ότι οι αλλαγές αυτές, οι οποίες ενίσχυσαν το νομικό πλαίσιο, συμβάλλουν στη βελτίωση της προστασίας των καταναλωτών.

Η **πείρα όσον αφορά την επιβολή**, αν και επί του παρόντος περιορισμένη, αναπτύσσεται τουλάχιστον στους περισσότερο σύνθετους τομείς με ισχυρό άμεσο πρακτικό αντίκτυπο στους καταναλωτές και στους εμπόρους, π.χ. όσον αφορά τις προσφορές τιμών και τις αξιολογήσεις από τους καταναλωτές, μεταξύ άλλων μέσω συντονισμένων δράσεων στο δίκτυο ΣΠΚ. Αντιθέτως, οι νέοι κανόνες σχετικά με τα πρόστιμα για παραβάσεις σε διασυνοριακές υποθέσεις που υπόκεινται σε συντονισμένες δράσεις βάσει του κανονισμού ΣΠΚ ή οι κανόνες για τα μέσα έννομης προστασίας της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές δεν έχουν ακόμη εφαρμοστεί στην πράξη, σύμφωνα με τα διαθέσιμα δεδομένα.

Η εφαρμογή διαφόρων κανόνων της οδηγίας για τον εκσυγχρονισμό χρήζει περαιτέρω προσοχής. Όσον αφορά τις **προσφορές τιμών**, πέραν των ζητημάτων μεταφοράς σε ορισμένα κράτη μέλη

και της αποκλίνουσας εφαρμογής από τα κράτη μέλη της εξαίρεσης για τα ευαλλοίωτα αγαθά, οι αγορές φαίνεται ότι αντέδρασαν στον νέο κανονισμό μεταβαίνοντας σε συγκρίσεις τιμών και δημιουργώντας με τον τρόπο αυτόν νέους τύπους προβλημάτων διαφάνειας. Είναι σαφές ότι τα προβλήματα με τις **ψευδείς αξιολογήσεις** αυξάνονται. Οι έμποροι που παρέχουν πρόσβαση σε αξιολογήσεις τις οποίες παρουσιάζουν ως αξιολογήσεις από καταναλωτές, ιδίως οι έμποροι που είναι ιδιαίτερα εκτεθειμένοι στις παράνομες δραστηριότητες των μεσιτών ψευδών αξιολογήσεων, πρέπει να επενδύσουν περισσότερο στην καταπολέμηση των ψευδών αξιολογήσεων. Οι αξιολογήσεις θα πρέπει επίσης να αποτελέσουν ισχυρότερη προτεραιότητα για τις αρχές επιβολής του νόμου, μεταξύ άλλων στο πλαίσιο της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες.

Όσον αφορά την **εμπορική προώθηση «δύο ποιοτήτων»**, η εγκριθείσα νομοθετική λύση που βασίζεται σε κατά περίπτωση αξιολόγηση επιτρέπει την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος, λαμβανομένων υπόψη των διαφορετικών καταστάσεων των καταναλωτών και των κρατών μελών. Κρίνεται αναγκαίο να δοθεί έμφαση στην εφαρμογή και την επιβολή των νέων κανόνων. Η Επιτροπή θα συνεχίσει να παρακολουθεί την κατάσταση και να διευκολύνει τη διασυνοριακή επιβολή στο δίκτυο ΣΠΚ, όταν προκύπτουν προβλήματα κοινού ενδιαφέροντος.

Όσον αφορά τις **εκδηλώσεις πωλήσεων** (επιδείξεις προϊόντων), ενώ οι αντιλήψεις των καταναλωτών προκαλούν ανησυχίες όσον αφορά τον δίκαιο χαρακτήρα των εμπορικών πρακτικών στο πλαίσιο αυτής της σχετικά χαμηλής χρήσης τεχνικής πώλησης, από τις διαβουλεύσεις που πραγματοποιήθηκαν για την παρούσα έκθεση δεν προέκυψαν έντονες εκκλήσεις για νομοθετική δράση της ΕΕ. Αντιθέτως, θα πρέπει να επιβληθούν οι ισχύοντες κανόνες της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που εφαρμόζονται πλήρως στις εκδηλώσεις πωλήσεων.

Συνολικά, είναι προφανές ότι η **εξέλιξη των επιγραμμικών αγορών καταναλωτών και των νέων τεχνολογιών** δημιουργεί προκλήσεις και απαιτεί στενή παρακολούθηση. Στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα έκθεση συμπληρώνει τον υπό εξέλιξη έλεγχο καταλληλότητας της νομοθεσίας της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών σχετικά με την ψηφιακή δικαιοσύνη, στο πλαίσιο του οποίου αξιολογείται με ευρύτερο τρόπο η καταλληλότητα των ισχυόντων κανόνων προστασίας των καταναλωτών στον ψηφιακό τομέα. Επιπλέον, η **αποτελεσματική επιβολή** έχει καίρια σημασία για την πλήρη αξιοποίηση του δυναμικού των αλλαγών που επήλθαν με την οδηγία για τον εκσυγχρονισμό.