

Πανεπιστήμιο Κύπρου- Τμήμα Νομικής
NOM 540 – Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία
Επιβλέπων : Δρ. Μ. Χατζηπαναγιώτης
Βαθμολογητής : Δρ. Ν. Χατζημιχαήλ

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΔΙΑΜΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Το Δικαίωμα Υπαναχώρησης στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο υπό το πρίσμα της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και η Δικαιοπολιτική Σκοπιμότητα αυτού.

Βιολέτα Πόποβα

Αριθμός λέξεων: 17.491

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1. ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΞ΄ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΟΔΗΓΙΑ 2011/83/ΕΕ	5
1.1 Γενικές Παρατηρήσεις	6
1.2 Νομικό Καθεστώς Δικαιώματος Υπαναχώρησης.....	7
1.3 Το ζήτημα της πλήρους εναρμόνισης	8
1.3.1 Αντιδράσεις για την επιλογή της πλήρους εναρμόνισης.....	8
1.3.2 Πλήρης εναρμόνιση και δικαίωμα υπαναχώρησης.....	10
1.4 Πεδίο εφαρμογής	12
1.4.1 Έμπορος.....	12
1.4.2 Καταναλωτής	13
1.4.3 Συμβάσεις εξ΄ αποστάσεως.....	14
1.4.4 Εξαιρέσεις	15
1.5 Το καθήκον ενημέρωσης του καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης	16
1.5.1 Επιπτώσεις από την παράλειψη ενημέρωσης του δικαιώματος υπαναχώρησης.....	17
1.6 Προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.....	19
1.6.1 Σύμβαση πώλησης και σύμβαση παροχής υπηρεσιών.....	21
1.6.2 Υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης.....	22
1.7 Άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης	25
1.7.1 Επιπτώσεις από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης	26
1.8 Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης	34
1.8.1 Απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης μόλις εκτελεστεί πλήρως η συναφθείσα σύμβαση.....	35
1.8.2 Προϊόντα που έχουν εξατομικευτεί με βάση τις προδιαγραφές του καταναλωτή, είτε έχουν αναμειχθεί άρρηκτα με άλλα στοιχεία.....	36
1.8.3 Προϊόντα που έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση και τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής.....	37
1.8.4 Προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο	39
1.8.5 Συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης σε συνδεδεμένες συμβάσεις	40
2. ΔΙΚΑΙΟΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΘΕΣΜΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΞ΄ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ	41
2.1 Επιχειρήματα θεμελίωσης του δικαιώματος υπαναχώρησης στις εξ΄ αποστάσεως συμβάσεις	41
2.2 Επικρίσεις κατά της θεμελίωσης του δικαιώματος Υπαναχώρησης.....	45
2.3 Εναλλακτικά καθεστώτα αναγνώρισης δικαιώματος υπαναχώρησης	50

2.3.1	Συμβατική πρακτική	50
2.3.2	Δικαίωμα υπαναχώρησης ως προκαθορισμένος κανόνας.....	50
2.3.3	Δικαίωμα υπαναχώρησης ως προαιρετικό καθεστώς	51
3.	ΝΕΟΤΕΡΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ.....	52
3.1	Κυριότερες τροποποιήσεις αναφορικά με την Οδηγία 2011/83/ΕΕ	53
3.1.1	Επέκταση πεδίου εφαρμογής της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.....	53
3.1.2	Δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα του καταναλωτή ως αντίτιμο της σύμβασης.....	54
3.1.3	Ειδικότερες τροποποιήσεις σε σχέση με το δικαίωμα υπαναχώρησης στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις.....	54
4.	ΕΝΑΡΜΟΝΙΣΤΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 2011/83/ΕΕ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΕΝΝΟΜΗ ΤΑΞΗ..	57
5.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ	60
6.	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	64

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αναμφίβολα, ο πιο σύγχρονος και ρηξικέλευθος τρόπος σύναψης των συμβάσεων εξ' αποστάσεως είναι μέσω του διαδικτύου. Η ραγδαία εξέλιξη της κοινωνίας της πληροφορίας καθώς επίσης και η διείσδυση στο διαδίκτυο έχουν επηρεάσει τον εθιμικό τρόπο αγοραπωλησίας των προϊόντων και υπηρεσιών. Ήδη, από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα το καθιερωμένο εμπόριο έχει επεκταθεί και διευρυνθεί με τη δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων. Η προστασία των καταναλωτών κατά την διενέργεια των εμπορικών τους συναλλαγών αποτελεί ένα διαχρονικό ζήτημα, το οποίο οξύνεται, ακόμα περισσότερο, κατά την διενέργεια συναλλαγών εξ' αποστάσεως, λόγω της διαπραγματευτικής ισχύος του εμπόρου που οδηγεί σε ασύμμετρη πληροφόρηση μεταξύ αυτού και του καταναλωτή.

Παρόλα τα οφέλη που επιφέρει η διενέργεια συναλλαγών με τη χρήση μέσων επικοινωνίας εξ' αποστάσεως, εντούτοις, το γεγονός πως δεν είναι αναγκαία η φυσική παρουσία του καταναλωτή εντός του καταστήματος του εμπόρου, για να ελέγξει εκ του σύνεγγυς την κατάσταση και την ποιότητα των προϊόντων του τελευταίου, δημιουργεί καινοφανείς κινδύνους. Συνεπεία τούτου, για να ενισχυθεί η προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών κατά την διενέργεια συμβάσεων εξ' αποστάσεως, ο Ευρωπαϊός Νομοθέτης θέσπισε την Οδηγία 2011/83/ΕΕ¹ σχετικά με τα δικαιώματα του καταναλωτή, με βασικό στόχο τον εκσυγχρονισμό, μεταξύ άλλων, της Οδηγίας 97/7/ΕΚ για τις εξ' αποστάσεως συμβάσεις². Η τροποποίηση των διατάξεων της σχετικής οδηγίας, που πραγματοποιήθηκε με την Οδηγία 2011/83/ΕΕ, ήταν αναγκαία, προκειμένου να απλοποιηθούν και να επικαιροποιηθούν οι κανόνες των συμβάσεων εξ' αποστάσεως, ώστε να καλυφθούν τα οποιαδήποτε κενά.

Γενικά, η προστασία των καταναλωτών όσον αφορά τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως επιτυγχάνεται, αφενός, με την υποχρέωση των εμπόρων να παρέχουν στους καταναλωτές ορισμένες πληροφορίες και αφετέρου, με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως. Ειδικότερα, το δικαίωμα υπαναχώρησης αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μέτρα προστασίας των καταναλωτών από την ασύμμετρη πληροφόρηση

¹ ΟΔΗΓΙΑ 2011/83/ΕΕ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΨ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ 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 (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ).

² Οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ής Μαΐου 1997 για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ' αποστάσεως συμβάσεις - Δήλωση του Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με το άρθρο 6 παράγραφος 1 - Δήλωση της Επιτροπής σχετικά με το άρθρο 3 παράγραφος 1 πρώτη περίπτωση.

μεταξύ του εμπόρου και καταναλωτή, καθώς, δίνει την δυνατότητα στον καταναλωτή να υπαναχωρήσει από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως ελεύθερα, εντός ορισμένου χρονικού διαστήματος και χωρίς την καταβολή οποιασδήποτε ποινής.

Με την παρούσα εργασία θα καταπιαστώ μόνο με το δικαίωμα υπαναχώρησης στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις. Αρχικά, στο Κεφάλαιο Πρώτο θα επεξηγήσω τον ορισμό του δικαιώματος υπαναχώρησης. Θα αναφερθώ, μετέπειτα, στην Οδηγία 2011/83/ΕΕ και στο πεδίο εφαρμογής αυτής. Θα επεξηγήσω τις τεχνικές πτυχές του δικαιώματος υπαναχώρησης, όπως είναι η διάρκεια, ο υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης και ο τρόπος άσκησης αυτού. Θα αναλύσω, την υποχρέωση του εμπόρου να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα, καθώς επίσης και τις έννομες συνέπειες από την παράλειψη αυτή. Περαιτέρω, θα εκθέσω τις υποχρεώσεις των μερών από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλά και τις περιπτώσεις εξαίρεσης από την άσκηση του σχετικού δικαιώματος με την παράθεση σχετικής νομολογίας. Εν συνεχεία, στο Κεφάλαιο Δεύτερο, θα αναφερθώ στην δικαιοπολιτική σκοπιμότητα και χρησιμότητα της θεσμοθέτησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Συγκεκριμένα, θα παρουσιάσω τους λόγους που προβάλλονται και δικαιολογούν, από πλευράς αποτελεσματικότητας, την καθιέρωση του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως. Στη συνέχεια, θα αντιπαραθέσω τις πιθανές συμπεριφορικές επιπτώσεις του εν λόγω δικαιώματος στους καταναλωτές, οι οποίες ενδεχομένως να υπονομεύσουν τη διατήρηση του δικαιώματος υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως, στην Ευρωπαϊκή νομοθεσία. Παράλληλα, επιχειρώ να παραθέσω ορισμένες εναλλακτικές ρυθμίσεις αντί του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης. Στο Τρίτο Κεφάλαιο θα προβώ σε μια γρήγορη αναφορά όσον αφορά τις νεότερες εξελίξεις που αφορούν το δικαίωμα υπαναχώρησης και συγκεκριμένα στην Οδηγία 2019/2161/ΕΕ και τέλος, στο Τέταρτο Κεφάλαιο θα παραθέσω περιληπτικά το σχετικό δικαίωμα στην Κυπριακή έννομη τάξη. Τέλος, στο Πέμπτο Κεφάλαιο θα εκθέσω τα συμπεράσματα όσον αφορά την σύνοψη της εργασίας.

1. ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΞ' ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΟΔΗΓΙΑ 2011/83/ΕΕ

1.1 Γενικές Παρατηρήσεις

Οι ηλεκτρονικές συμβάσεις³ που συνάπτονται με την χρήση του Διαδικτύου θεωρούνται ο βασικός τύπος των εξ' αποστάσεως συμβάσεων και σχετίζονται στενά με τη νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών⁴. Η μεγάλη ευκολία με την οποία οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να συνάψουν τις ηλεκτρονικές συμβάσεις, δημιουργεί εγγενείς κινδύνους όσον αφορά την προστασία των δικαιωμάτων τους⁵. Ο έμπορος λόγω της διαπραγματευτικής του υπεροχής δύναται να επηρεάσει τον εκάστοτε καταναλωτή εκμεταλλευόμενος τις ασυμμετρίες πληροφοριών και χρησιμοποιώντας τεχνικές μάρκετινγκ, με αποτέλεσμα ο τελευταίος να μην λάβει τεκμηριωμένη απόφαση σύναψης σύμβασης εξ' αποστάσεως⁶. Αυτή η ανισορροπία είναι ακόμα πιο έντονη στις διαδικτυακές συναλλαγές όπου ο καταναλωτής δεν έχει την ευκαιρία να αξιολογήσει την ποιότητα των προϊόντων που επιθυμεί να αγοράσει και βασιζόμενος στις πληροφορίες που παρέχονται από τον πωλητή, καταβάλλει το τίμημα των σχετικών προϊόντων⁷. Σημειωτέον, πως με αυτόν τον τρόπο προωθείται και η ανταγωνιστική οικονομία⁸.

Δεδομένης της ανισορροπίας αυτής και της ανάγκης της καλύτερης προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών εκδόθηκε η Οδηγία 2011/83/ΕΕ. Η εν λόγω Οδηγία αποτελεί, ουσιαστικά, την κατ' εξοχήν οδηγία που ρυθμίζει τα δικαιώματα των καταναλωτών στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις, μετά την κατάργηση και αντικατάσταση της Οδηγίας 85/577/ΕΟΚ για τις πωλήσεις που πραγματοποιούνται εκτός του εμπορικού καταστήματος του πωλητή, αλλά και της Οδηγίας 97/7/ΕΚ για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις⁹. Αποτελεί ορόσημο στον τομέα της προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών, κυρίως, λόγω της ρύθμισης αυστηρότερων προσυμβατικών απαιτήσεων πληροφόρησης, της πρόβλεψης μιας ενιαίας περιόδου άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης και της πλήρους εναρμόνισης της στα εθνικά δίκαια των κρατών μελών¹⁰. Με τις σχετικές προβλέψεις επιτυγχάνεται ο βασικότερος σκοπός της, ο οποίος είναι η επίτευξη

³ Ε. Φιλιππούλου, "Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου" (2000), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ.

⁴ Sukran Ince and Izel Kibar, 'Distance Contracts in E-Commerce' (2019) 20 GSI Articleletter 41, σελ.42.

⁵ Mary Donnelly and Fidelma White, 'The Distance Selling Directive - A Time for Review' (2005) 56 N Ir Legal Q 200, σελ. 202.

⁶ Aonghus McClafferty, "Effective Protection for the E-Consumer in Light of the Consumer Rights Directive", (2012) 11 HIBERNIAN L.J. 85, σελ.99.

⁷ M. Donnelly and F. White (2005), ό.π., Donnelly, Mary & White, Fidelma, "The Effect of Information Based Consumer Protection: Lessons from a Study of the Irish Online Market" (2008), in ResearchGate.

⁸ Howells G, 'The Potential And Limits Of Consumer Empowerment By Information' (2005) 32 Journal of Law and Society, σελ. 349–70.

⁹ Άρθρο 31 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁰ F. Kathleen, T. Klaus 'Directive 2011/83/EU on consumer rights: a new approach to European consumer law?' (2012), 1, Journal of European Consumer and Market Law, Issue 2, pp. 67-80.

υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών σε ολόκληρη την ΕΕ και η συμβολή στην καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς¹¹. Ειδικότερα, το δικαίωμα υπαναχώρησης ή άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης αποτελεί το καταλληλότερο και αποτελεσματικότερο μέσο εξισορρόπησης της παραμέλησης των αρχών της εμπιστοσύνης και της ειλικρίνειας απέναντι στον καταναλωτή¹².

1.2 Νομικό Καθεστώς Δικαιώματος Υπαναχώρησης

Το δικαίωμα υπαναχώρησης εισήχθη στο ευρωπαϊκό δίκαιο των καταναλωτών ως εξαίρεση από τη γενική συμβατική αρχή ότι από τη στιγμή που συνάπτεται μια σύμβαση, τα μέρη της δεσμεύονται να εκπληρώσουν όλες τις υποχρεώσεις που πηγάζουν από αυτήν (*pacta sunt servanda*)¹³. Σε αντίθεση με αυτήν την αρχή, το δικαίωμα υπαναχώρησης επιτρέπει στους καταναλωτές να ακυρώσουν μια συναφθείσα σύμβαση για οποιονδήποτε λόγο, χωρίς καμία ποινή, εντός ορισμένης χρονικής περιόδου¹⁴. Ο καταναλωτής προβαίνοντας στην εξωτερική της μονομερούς, απευθυντέας και διαπλαστικού χαρακτήρα δήλωση βούλησης, δύναται να αποδεσμευτεί από μι συναφθείσα σύμβαση¹⁵. Αυτό πρακτικά σημαίνει πως, μόνο με την δήλωση του καταναλωτή, η οποία απευθύνεται στον έμπορο, επέρχεται η λύση της συναφθείσας σύμβασης, εξαλείφονται όλες οι συμβατικές υποχρεώσεις των μερών¹⁶ και τα οποία μέρη οφείλουν να επαναφέρουν τα πράγματα στην προτέρα τους κατάσταση¹⁷. Επομένως, αν και η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης συνεπάγεται σημαντική αποδυνάμωση της θεμελιώδους αρχής *pacta sunt servanda*, δεν παύει, ωστόσο, να θεωρείται

¹¹ Άρθρο 1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και EUROPEAN COMMISSION, DG JUSTICE, June 2014 1, DG JUSTICE GUIDANCE DOCUMENT concerning Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council.

¹² Lakerbaia, Tamar, "European Model of Protection of the Consumers' Rights in Distance Contracts - On the Example of Withdrawal Right" (2016), *J. Law* 75.

¹³ Caroline Cohen, 'The Contract Law Principle of Pacta Sunt Servanda and Behavioural Economics Literature in Relation to Justifications for the European Consumer's Right of Withdrawal under Directive 2011/83/EC' (2016) 2 *Exeter Student L Rev* 13.

¹⁴ Βλ. άρθρο 9 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁵ Φ. Νικολάου, "Υπαναχώρηση καταναλωτή από σύμβαση καταρτισθείσα εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος και υποχρέωση του προμηθευτή προς επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος", 2021, ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΑΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΔΙΚΟΝΟΜΙΑΣ, σελ. 3.

¹⁶ Ümit GEZDER, "THE RIGHT OF WITHDRAWAL IN DISTANCE CONTRACTS" *Journal of Yasar University*, σελ.1193.

¹⁷ Βλ. αιτ. σκέψη 50 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

ως βασική έκφανση της τελευταίας¹⁸. Συγκεκριμένα, είναι κοινώς αποδεκτό πως το δικαίωμα υπαναχώρησης ενισχύει την προστασία των καταναλωτών, κυρίως, προστατεύοντας τους από τις συνέπειες της μη τεκμηριωμένης απόφασης για κατάρτιση σύμβασης¹⁹. Ως εκ τούτου, το δικαίωμα υπαναχώρησης ισχύει για συναλλαγές, όπου είναι ιδιαίτερα εύκολο οι έμποροι να εκμεταλλευτούν τις αδυναμίες των καταναλωτών. Μια εξ' αυτών των συναλλαγών είναι και οι συμβάσεις πώλησης αγαθών ή υπηρεσιών που καταρτίζονται εξ' αποστάσεως και στις οποίες ο έμπορος και ο καταναλωτής δεν έχουν την ευκαιρία να συναντηθούν και διαπραγματευτούν τους συμβατικούς όρους, αλλά και τα χαρακτηριστικά των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών²⁰.

1.3 Το ζήτημα της πλήρους εναρμόνισης

1.3.1 Αντιδράσεις για την επιλογή της πλήρους εναρμόνισης

Το θέμα που απασχόλησε περισσότερο την Επιτροπή στη συζήτηση της πρότασης της οδηγίας 2011/83/ΕΕ για τα δικαιώματα των καταναλωτών ήταν η πρόθεση εγκατάλειψης του ελάχιστου επιπέδου εναρμόνισης των κανόνων για την προστασία των καταναλωτών²¹. Ο Ευρωπαίος νομοθέτης υποστήριξε ότι είναι απαραίτητη η πλήρης εναρμόνιση για να αυξηθεί η ασφάλεια δικαίου τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους εμπόρους, για να μπορούν να βασίζονται σε ένα ενιαίο κανονιστικό πλαίσιο²². Από την άλλη, υπήρξαν αντιδράσεις από ορισμένα κράτη μέλη²³, τα οποία τάχθηκαν υπέρ του ελάχιστου επιπέδου εναρμόνισης των κανόνων και της δυνατότητας διατήρησης και θέσπισης μέτρων που προσφέρουν πρόσθετη προστασία στους καταναλωτές, έχοντας ως απώτερο στόχο το υψηλό επίπεδο προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών²⁴. Εν ολίγοις, η αρχή της πλήρους εναρμόνισης αποτέλεσε ένα

¹⁸ Eidenmüller, Horst. "Why Withdrawal Rights?" (2011), vol. 7, no. 1, ERCL, σελ. 1-24. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1515/ercl.2011.1>.

¹⁹ Luzak J, (2013) σελ.91.

²⁰ Luzak, J. (2013), ο.π..

²¹ F. Kathleen, T. Klaus, (2012) σελ. 67-80.

²² Βλ. αιτιολογική σκέψη 7 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

²³ Έως και την θέσπιση της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ το Βέλγιο, η Γερμανία και η Ιταλία προνοούσαν τη δυνατότητα εισαγωγής αυστηρότερων διατάξεων προκειμένου να προσφέρουν πρόσθετη προστασία στους καταναλωτές που κατήρτιζαν συμβάσεις εξ αποστάσεως, όπως για παράδειγμα προβλέποντας σχετική παράταση της περιόδου άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης.

²⁴ Ε. Αλεξανδρίδου, "Οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και ΥΑ Ζ1-891 - Κατά πόσον επετεύχθησαν οι στόχοι βελτίωσης του κοινοτικού κεκτημένου και της κοινοτικής συνοχής" (2014), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ, σελ.3.

αμφιλεγόμενο ζήτημα για το οποίο κράτη μέλη αλλά και ακαδημαϊκοί άσκησαν έντονες κριτικές, προβάλλοντας σαν βασικό επιχείρημα τον κίνδυνο της μείωσης της προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών, καθώς, υπήρχαν κράτη μέλη που παρείχαν υψηλότερη προστασία στους καταναλωτές με βάση την εθνική τους νομοθεσία²⁵.

Τελικώς, το ζήτημα της εναρμόνισης των κανόνων για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών επιλύθηκε με την επιλογή της πλήρους εναρμόνισης έναντι της ελάχιστης, και τα κράτη μέλη δεν έχουν, πια, την δυνατότητα να παρεκκλίνουν από τις διατάξεις της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, εκτός και αν υπάρχει αντίθετη πρόβλεψη²⁶. Η πλήρης εναρμόνιση συνεπάγεται ότι, στο πλαίσιο του εναρμονισμένου νομικού τομέα, τα κράτη μέλη δεν έχουν πλέον το δικαίωμα να θεσπίζουν ή ακόμη και να διατηρούν κανόνες, οι οποίοι προσφέρουν στους καταναλωτές μεγαλύτερη προστασία από το επίπεδο προστασίας που έχει ενσωματωθεί στην Ευρωπαϊκή Οδηγία²⁷. Ωστόσο, αφ' ης στιγμής η πλήρης εναρμόνιση δεν καλύπτει ολόκληρο το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, δίδεται περιθώριο στα κράτη μέλη να προβαίνουν σε περαιτέρω πρόνοιες αναφορικά με την προστασία των καταναλωτών στο βαθμό που δεν εμποδίζεται η αυτονομία τους²⁸. Συγκεκριμένα, με βάση το άρθρο 3 παρ.6 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ δεν απαγορεύεται στους εμπόρους να προσφέρουν πρόσθετη προστασία στους καταναλωτές μέσω συμβατικών διευθετήσεων.

Αν και τέθηκε η άποψη πως η πλήρης εναρμόνιση, πιθανώς, να οδηγεί με κάποιον τρόπο στην μείωση της προστασίας των καταναλωτών σε ορισμένα κράτη μέλη, η Επιτροπή πιστεύει ότι η πιθανή μείωση της προστασίας των καταναλωτών μπορεί να δικαιολογηθεί από την ενιαία εσωτερική αγορά και την αύξηση του διασυνοριακού εμπορίου. Σύμφωνα με την Επιτροπή, η πλήρης εναρμόνιση δύναται να αυξήσει την ασφάλεια δικαίου και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, να μειώσει το κόστος συμμόρφωσης για τους εμπόρους και επομένως να τονώσει τη διασυνοριακή πώληση αγαθών και υπηρεσιών. Δεδομένου ότι η αύξηση του διασυνοριακού εμπορίου έχει ως αποτέλεσμα περισσότερο ανταγωνισμό και συνεπώς χαμηλότερες τιμές, οι καταναλωτές επωφελούνται από την εν λόγω προσέγγιση²⁹. Ακόμη, η Επιτροπή προτίμησε την μέγιστη εναρμόνιση καθώς η ελάχιστη εναρμόνιση πολύ πιθανόν να οδηγούσε σε κατακερματισμό των πρότυπων νόμων δεδομένου πως τα κράτη μέλη πολύ συχνά

²⁵ Βλ., F. Kathleen, T. Klaus, σελ.75.

²⁶ Βλ. άρθρο 4 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, και Grundmann S, 'The EU Consumer Rights Directive: Optimizing, Creating Alternatives, Or A Dead End?' (2013), Uniform law review, 2013, Vol. 18, No. 1, pp. 98-127, σελ. 101.

²⁷ Βλ. Ε. Αλεξανδρίδου (2014), σελ.13.

²⁸ Βλ. F. Kathleen, T. Klaus (2012) σελ.78.

²⁹ Βλ., R. Steennot (2013), σελ.115 και Α. D. Chirita, "The Impact of Directive 2011/83/EU on Consumer Rights" (2012), Ius Commune Law Series, σελ. 65-82, διαθέσιμο στο SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1998993>.

εκμεταλλεύονται τη διατηρημένη τους αρμοδιότητα να εφαρμόζουν αυστηρότερους κανόνες³⁰. Τέλος, να σημειωθεί πως με βάση την αιτιολογική έκθεση της πρότασης για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών επιλέχθηκε το νομικό μέσο της οδηγίας 2011/83/ΕΕ και όχι αυτό του κανονισμού, καθ' ότι με την οδηγία ήτο ομαλή η ενσωμάτωση του κοινοτικού δικαίου στην εθνική νομοθεσία των κρατών μελών και παράλληλα είχαν τα κράτη μέλη το περιθώριο να προβαίνουν στην διατήρηση των δικών τους βασικών νομικών αρχών και εννοιών³¹

1.3.2 Πλήρης εναρμόνιση και δικαίωμα υπαναχώρησης

Αδιαμφισβήτητα, οι αποκλίσεις στην ορολογία όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης³² είχαν εισάγει σημαντικό βαθμό νομικής αβεβαιότητας στο ευρωπαϊκό δίκαιο, τόσο που, σε ορισμένες περιπτώσεις, δεν ήταν σαφές σε τι αναφερόταν ο Ευρωπαίος νομοθέτης³³. Ακόμη, οι σημαντικές διαφορές σε σχέση με το νομικό καθεστώς του δικαιώματος υπαναχώρησης οδήγησαν στην προτίμηση της πλήρους εναρμόνισης της οδηγίας 2011/83/ΕΕ για την εκτενέστερη προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών και καλύτερη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς³⁴.

Ωστόσο, ενώ οι διατάξεις που έχουν ενσωματωθεί στην οδηγία για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών στις συμβάσεις εξ' αποστάσεων είναι αρκετά λεπτομερείς, παρατηρείται πως ορισμένες πτυχές, κυρίως, αυτών που αναφέρονται στις υποχρεώσεις πληροφόρησης των καταναλωτών και στο δικαίωμα υπαναχώρησης παραμένουν εκτός του εναρμονισμένου πεδίου.

Πιο ειδικά, να αναφέρουμε πως στις διατάξεις της οδηγίας 2011/83/ΕΕ δεν γίνεται καμία αναφορά σε σχέση με τα ένδικα μέσα που μπορούν να ασκηθούν σε περίπτωση που ο έμπορος ή ο καταναλωτής παραβιάσουν τις υποχρεώσεις που τους επιβάλλονται από τις σχετικές διατάξεις της οδηγίας³⁵. Ακόμη, δεν φαίνεται να καθορίζεται ποιος φέρει τις οικονομικές συνέπειες εάν τα εμπορεύματα υποστούν ζημιά λόγω ανώτερης βίας κατά τη διάρκεια της

³⁰ St. Weatherill, 'The Consumer Rights Directive: How and why a quest for "coherence" has (largely) failed', (2012), 49, *Common Market Law Review*, Issue 4, pp. 1279-1317.

³¹ Κ. Χριστοδούλου, "Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών" (2010), ΕφΑΔΠολΔ, σελ. 11.

³² Βλ. Άρθρα 4 και 5 της οδηγίας 85/577/ΕΕΚ., άρθρο 35 της οδηγίας 2002/83/ΕΚ, άρθρο 6 της οδηγίας 2002/65/ΕΚ.

³³ A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan "The Right of Withdrawal in Consumer Contracts: A Comparative Analysis of American and European Law" 2018, *InDret*, Vol.3.

³⁴ Βλ. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.34.

³⁵ Βλ. St. Weatherill (2012), σελ.223.

περιόδου υπαναχώρησης, αλλά και πριν από την άσκηση του σχετικού δικαιώματος³⁶. Επιπρόσθετα, οι διατάξεις για το δικαίωμα υπαναχώρησης που ενσωματώνονται στην οδηγία περιέχουν ορισμένους κανόνες, οι οποίοι μπορούν ελεύθερα να ερμηνευθούν από τα Εθνικά Δικαστήρια των κρατών μελών. Αυτό συμβαίνει για παράδειγμα στην περίπτωση που βάσει των διατάξεων της οδηγίας ο καταναλωτής ευθύνεται, μετά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, για οποιαδήποτε μειωμένη αξία ενός προϊόντος που προκύπτει από την χρήση του, εκτός και εάν η εν λόγω χρήση είναι απαραίτητη για τον προσδιορισμό της φύσης, των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας του προϊόντος³⁷. Παρόλο που στην αιτιολογική σκέψη 47 της οδηγίας παρέχονται ορισμένες διευκρινίσεις για τον τρόπο που επιτρέπεται οι καταναλωτές να χρησιμοποιούν τα προϊόντα που αποκτούν με συμβάσεις εξ' αποστάσεως, εναπόκειται στα δικαστήρια να καθορίσουν τον ενδεικτικό τρόπο χρήσης των προϊόντων για σκοπούς ελέγχου αυτών. Επίσης, αναφορικά με τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, εναπόκειται και πάλι στα εθνικά δικαστήρια να λαμβάνουν υπόψη την αγοραία αξία αυτών εάν η συνολική τιμή μετά τον καθορισμό των δαπανών σε περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης θεωρείται υπερβολική.

Από την άλλη πλευρά, να σημειώσουμε πως η πλήρης εναρμόνιση δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διατηρούν ή να λαμβάνουν πρόσθετα μέτρα προστασίας σε ζητήματα που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, εφόσον αυτά είναι συμβατά με τις αρχές της Ευρωπαϊκής Συνθήκης για την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων³⁸. Ιδιαίτερα, τα κράτη μέλη μπορούν να επιτρέψουν σε άτομα, τα οποία δεν θεωρούνται καταναλωτές με βάση τους ορισμούς που δίνονται στην οδηγία 2011/83/ΕΕ, να υπαναχωρούν από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως για το λόγο ότι αυτή δεν έχει συναφθεί βάσει ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών, είτε από μια σύμβαση η οποία εξαιρείται, γενικά, από το πεδίο εφαρμογής της οδηγίας. Αντίθετα, δεν είναι δυνατό για τα κράτη μέλη να δώσουν την δυνατότητα υπαναχώρησης από συμβάσεις εξ' αποστάσεως σε άτομα όπου σύμφωνα με τους ορισμούς της οδηγίας δεν δύνανται να θεωρηθούν καταναλωτές.³⁹

³⁶ Παρόλο που στο άρθρο 20 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ γίνεται αναφορά στην μετάθεση του κινδύνου κατά την αποστολή των προϊόντων στον καταναλωτή, εντούτοις, ουδεμία αναφορά γίνεται για την μετάθεση του κινδύνου κατά την περίοδο πριν και μετά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, αναφορικά με τις ζημιές λόγω ανωτέρα βίας.

³⁷ Βλ. αιτ. σκέψη 47 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

³⁸ Martijn W. Hesselink "Towards a Sharp Distinction between B2B and B2C? On Consumer, Commercial and General Contract Law after the Consumer Rights Directive" (2009), *European Review of Private Law*, Vol. 18, No. 18, σελ. 22 διαθέσιμο στο <https://ssrn.com/abstract=1416126>.

³⁹ Martijn W. Hesselink (2009), σελ. 14.

Συνεπάγεται, επομένως, πως η πλήρης εναρμόνιση του δικαιώματος υπαναχώρησης έχει νόημα για τεχνικές πτυχές, όπως η διάρκεια, ο υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης και ο τρόπος άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης⁴⁰. Εκτός από τους σχετικούς κανόνες, η προσέγγιση πλήρους εναρμόνισης που χρησιμοποιείται στην οδηγία 2011/83/ΕΕ δεν μπορεί να θεωρηθεί πολύ επιτυχημένη, καθ' ότι η πλήρης εναρμόνιση της οδηγίας έχει υποχρεώσει ορισμένα κράτη μέλη να μειώσουν το επίπεδο προστασίας των καταναλωτών αναφορικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης.

1.4 Πεδίο εφαρμογής

Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ.1 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ, το δικαίωμα υπαναχώρησης όπως και οι προσυμβατικές πληροφορίες ισχύουν μόνο για τις συμβάσεις που συνάπτονται εξ' αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος μεταξύ, όμως, ενός καταναλωτή και εμπόρου⁴¹.

1.4.1 Έμπορος

Έμπορος, με βάση τον ορισμό που δίνεται στο άρθρο 2 της οδηγίας, είναι κάθε φυσικό πρόσωπο ή οποιοδήποτε νομικό πρόσωπο⁴² που ενεργεί, για σκοπούς που σχετίζονται με το εμπόριο, την επιχείρηση, τη βιοτεχνία ή το επάγγελμά του σε σχέση, πάντοτε, με τις συμβάσεις που καλύπτονται από την σχετική οδηγία. Από το περιορισμένο υποκειμενικό πεδίο εφαρμογής της οδηγίας συνεπάγεται πως ένας καταναλωτής δεν δύναται να υπαναχωρήσει αναιτιολόγητα από μια ηλεκτρονική σύμβαση που έχει συναφθεί με άλλο πρόσωπο που ενεργεί υπό την ιδιότητα του ως καταναλωτής. Επομένως, για να τύχει περαιτέρω προστασίας ο καταναλωτής θα πρέπει το αντισυμβαλλόμενο μέρος της συναφθείσας εξ' αποστάσεως σύμβασης να είναι πάντοτε έμπορος.

⁴⁰ Grundmann S (2013) και Jan M. Smits "Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights" (2010) European Review of Private Law, Vol. 18, σελ.8.

⁴¹ Steennot R, 'The Right Of Withdrawal Under The Consumer Rights Directive As A Tool To Protect Consumers Concluding A Distance Contract' (2013) 29 Computer Law & Security Review, σελ. 105-119, και Γ. Αργυρός, "Η προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή σύμφωνα με την Οδηγία 2011/88/ΕΕ" (2013), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ και S. Ince and I.I Kibar (2019), σελ.42.

⁴² Σύμφωνα με το άρθρο 2, στοιχείο 2 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ, ουδεμία σημασία έχει αν το νομικό πρόσωπο διέπεται από το ιδιωτικό ή το δημόσιο δίκαιο.

1.4.2 Καταναλωτής

Ως καταναλωτής βάσει του στοιχείου 1 του άρθρου 2 της οδηγίας ορίζεται κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, σε συμβάσεις που καλύπτονται από την οδηγία, ενεργεί για σκοπούς που δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελεύθερη επαγγελματική του δραστηριότητα. Αυτός είναι ο κοινός ορισμός που χρησιμοποιείται στο δίκαιο των καταναλωτών⁴³. Είναι σαφές ότι σύμφωνα με το δίκαιο της ΕΕ η έννοια «καταναλωτής» αναφέρεται αποκλειστικά σε φυσικά πρόσωπα. Ως εκ τούτου, τα νομικά πρόσωπα δεν μπορούν να θεωρηθούν καταναλωτές⁴⁴. Το ίδιο ισχύει και για φυσικά πρόσωπα που συνάπτουν τις συμβάσεις που αναφέρονται στην οδηγία 2011/83/ΕΕ προκειμένου, όμως, να προμηθευτούν προϊόντα ή υπηρεσίες που θα χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο της επιχείρησής ή του επαγγέλματος τους⁴⁵. Όσον αφορά τις συμβάσεις διττού σκοπού, όπου ένας καταναλωτής συνάπτει μια σύμβαση εξ' αποστάσεως για σκοπούς, εν μέρει εντός και εν μέρει εκτός, των εμπορικών του δραστηριοτήτων, εάν η εμπορική του σκοπιμότητα είναι τόσο περιορισμένη ώστε να μην έχει εξέχουσα θέση στο γενικό πλαίσιο της σύμβασης, τότε ότι η Οδηγία θα εφαρμοστεί και στις συμβάσεις διττού σκοπού⁴⁶.

Ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα είναι η πρόσφατα εκδοθείσα απόφαση στην υπόθεση C-774/19⁴⁷, όπου το ΔΕΕ σημείωσε για ακόμη μια φορά, εμμένοντας στην προηγούμενη του θέση, πως κατά την ερμηνεία της έννοιας του καταναλωτή, πρέπει να γίνεται αναφορά στη θέση του ενδιαφερόμενου προσώπου σε μια συγκεκριμένη σύμβαση, σε σχέση με τη φύση και τον σκοπό της σχετικής σύμβασης, και όχι της υποκειμενικής κατάσταση του προσώπου αυτού⁴⁸. Κατά συνέπεια, οι γνώσεις που μπορεί να διαθέτει ένας ιδιώτης σε έναν τομέα που εμπίπτει στην συναφθείσα σύμβαση δεν μπορεί να του στερήσει την ιδιότητα του ως καταναλωτής⁴⁹.

⁴³ Παραδείγματος χάριν στην Οδηγία 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 5ης Απριλίου 1993 σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές και στην οδηγία 2005/29/ΕΚ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές δίνεται ακριβώς ο ίδιος ορισμός για την έννοια του «Καταναλωτή».

⁴⁴ Tamar Lakerbaia, 'The Right of Withdrawal in European Consumer Protection Law' (2014) J Law 78, σελ. 82 και Βλ. αιτ. σκέψεις 15 και 16 Απόφασης του Δικαστηρίου της 22ας Νοεμβρίου 2001, στις συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-541/99 και C-542/99, *Cape Snc v Idealservice Srl and Idealservice MN RE Sas v OMAI Srl*, ECLI:EU:C:2001:625.

⁴⁵ Βλ. αιτ. σκέψη 19 Απόφασης του Δικαστηρίου της 14^{ης} Μαρτίου 1991 στην υπόθεση C-361/89, *Patrice Di Pinto*, ECLI:EU:C:1991:118.

⁴⁶ Βλ. αιτ. σκέψη 17 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και βλ. αιτ. σκέψη 46 και 47 της Απόφασης του Δικαστηρίου της 20ής Ιανουαρίου 2005, στην υπόθεση C-464/01, *Johann Gruber v Bay Wa AG*, ECLI:EU:C:2005:32 και Γ. Αργυρός (2013), σελ.4.

⁴⁷ Απόφαση του Δικαστή της 10ης Δεκεμβρίου 2020 στην Υπόθεση C-774/19 A. B., B. B. κατά Personal Exchange International Limited, ECLI:EU:C:2020:1015.

⁴⁸ Βλ. αιτ. σκέψη 29 της Υπόθεσης C-774/19.

⁴⁹ Βλ. αιτ. σκέψη 40 της Υπόθεσης C-774/19.

Περαιτέρω, τόνισε πως σε μια σύμβαση παροχής υπηρεσιών που είναι μακροπρόθεσμη και υπάρχει ο κίνδυνος ο χρήστης να θεωρηθεί επαγγελματίας και να χάσει έτσι την ιδιότητα του καταναλωτή, αυτό δεν συμβαίνει μέχρις ότου η μη επαγγελματική χρήση της σχετικής υπηρεσίας αποκτήσει επαγγελματικό χαρακτήρα⁵⁰. Τέλος, να σημειώσουμε πως αν και η οδηγία 2011/83/ΕΕ είναι πλήρους εναρμόνισης, δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διευρύνουν το υποκειμενικό πεδίο της εφαρμογής της οδηγίας συμπεριλαμβάνοντας μικρομεσαίες και νεοσύστατες επιχειρήσεις που ενεργούν εκτός των επαγγελματικών τους πλαισίων⁵¹.

1.4.3 Συμβάσεις εξ' αποστάσεως

Με βάση το άρθρο 2 στοιχείο 2 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, σύμβαση εξ' αποστάσεως ορίζεται οποιαδήποτε σύμβαση που συνάπτεται μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ' αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών⁵², χωρίς ταυτόχρονη φυσική παρουσία των συμβαλλόμενων μερών, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας εξ' αποστάσεως, έως και τον χρόνο κατά τον οποίο συνάπτεται η σύμβαση⁵³. Αν και τα μέσα επικοινωνίας για την σύναψη μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως είναι ποικίλα⁵⁴, το Διαδίκτυο αποτελεί το πιο διαδεδομένο μέσο, λόγω και της τεχνολογικής εξέλιξης. Επίσης, ουδεμία σημασία έχει αν τα συμβαλλόμενα μέρη συναντιούνται μετά την σύναψη της σύμβασης, ήτοι κατά την παράδοση του προϊόντος ή την καταβολή του τιμήματος. Κρίσιμο είναι τα μέρη, ή οι εκπρόσωποί τους, να μην παρίστανται ταυτόχρονα και φυσικά κατά την διαπραγμάτευση ή την κατάρτιση της σύμβασης⁵⁵.

Περαιτέρω, μια σύμβαση θεωρείται πως έχει συναφθεί εξ' αποστάσεως, ακόμα, και στην περίπτωση που ο καταναλωτής έχει επισκεφθεί τον επαγγελματικό χώρο του πωλητή με σκοπό και μόνο τη συλλογή πληροφοριών για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που διαθέτει ο τελευταίος και

⁵⁰ Βλ. αιτ. σκέψη 42 της Υπόθεσης C-774/19.

⁵¹ Βλ. αιτ. Σκέψη 13 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ «(...) Για παράδειγμα, τα κράτη μέλη δύνανται να αποφασίσουν να επεκτείνουν την εφαρμογή των κανόνων της παρούσας οδηγίας σε νομικά ή φυσικά πρόσωπα που δεν είναι καταναλωτές κατά την έννοια της παρούσας οδηγίας, όπως μη κυβερνητικές οργανώσεις, οι νεοσύστατες ή οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (...)» και Mak, V., & Luzak, J. "The Consumer Rights Directive" (2014), in De invloed van het Europese recht op het Nederlandse privaatrecht, Serie Onderneming en Recht, deel 42-II, Kluwer, σελ.8.

⁵² Luzak J. 'Online Consumer Contracts' (2014), ERA Forum, vol.15, no.14, (CSECL) σελ.382 διαθέσιμο στο <https://ssrn.com/abstract=2487222> και A. McClafferty (2012), σελ.100.

⁵³ Kötz, H, "European Contract Law" (2017), Oxford University Press, σελ. 194, Ge Jiangqiu "A Comparative Analysis of Policing Consumer Contracts in China and the EU (2019), ResearchGate, σελ.211, S. Ince and I. Kibar (2019), σελ.44 -45.

⁵⁴ Βλ. αιτιολογική σκέψη 20 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, όπως παραγγελία με ταχυδρομείο, Διαδίκτυο, τηλέφωνο ή φαξ.

⁵⁵ Βλ. αιτ. σκέψη 20 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, Steennot R (2013), σελ.107.

στη συνέχεια διαπραγματεύεται και συνάπτει τη σύμβαση εξ' αποστάσεως⁵⁶. Βέβαια, ορισμένοι συγγραφείς θεωρούν πως η εν λόγω ερμηνεία μιας εξ' αποστάσεως σύμβασης δεν συνάδει με τους σκοπούς άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης όπως αυτό προνοείται στην σχετική οδηγία⁵⁷. Η θέση αυτή με βρίσκει σύμφωνη, καθώς, η ανατιολόγητη αποδέσμευση του καταναλωτή στην περίπτωση που έχει μεταβεί στο φυσικό κατάστημα του εμπόρου, έχει εξετάσει την ποιότητα και κατάσταση του προϊόντος ή υπηρεσίας που επιθυμεί να αποκτήσει, δεσμεύει υπέρμετρα τον έμπορο.

Επιπλέον, ένα οργανωμένο σύστημα εξ' αποστάσεως πωλήσεων ή παροχής υπηρεσιών απαιτεί από τον έμπορο να συνάπτει συστηματικά συμβάσεις από απόσταση⁵⁸. Αυτό σημαίνει πως δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής όλες, ανεξαιρέτως, οι συμβάσεις που συνάπτονται εξ αποστάσεως. Για παράδειγμα, εάν ένας έμπορος συνάπτει κατ' εξαίρεση σύμβαση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με έναν καταναλωτή, κατόπιν αιτήματος του τελευταίου, αυτή η σύμβαση δεν μπορεί να θεωρηθεί σύμβαση εξ αποστάσεως κατά την έννοια της οδηγίας⁵⁹. Στις εν λόγω μεμονωμένες περιπτώσεις σύναψης σύμβασης εξ' αποστάσεως δεν εφαρμόζονται οι διατάξεις της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και κατ' επέκταση δεν δύναται ο καταναλωτής να αποδεσμευτεί ανατιολόγητα από την συναφθείσα σύμβαση, ασκώντας το δικαίωμα υπαναχώρησης που προνοείται στην σχετική οδηγία⁶⁰.

1.4.4 Εξαιρέσεις

Στο άρθρο 3 παρ.3 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ προβλέπονται ορισμένοι τύποι συμβάσεων εξ' αποστάσεως που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας, πράγμα που σημαίνει ότι οι καταναλωτές δεν θα έχουν το δικαίωμα να υπαναχωρήσουν από αυτές⁶¹, τουλάχιστον όχι σύμφωνα με τις διατάξεις της εν λόγω οδηγίας. Ωστόσο, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι για ορισμένες από τις εξαιρούμενες υπηρεσίες, το δικαίωμα υπαναχώρησης προβλέπεται σε άλλες σχετικές νομοθεσίες. Αρχικά, δυνάμει των Οδηγιών 2002/65/ΕΚ σχετικά με την εξ'

⁵⁶ Βλ. αιτιολογική σκέψη 20 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁵⁷ Βλ. Steennot R. (2013), σελ.107 και Luzak, J. (2014), σελ.383.

⁵⁸ Βλ., Steennot R. (2013), ο.π., και Luzak, J. (2014), σελ.ο.π..

⁵⁹ Βλ., Steennot R. (2013), σελ.ο.π..

⁶⁰ G. Howells, R. Schulze, "Modernising and Harmonising Consumer Contract Law"(2009), Otto Schmidt/De Gruyter European law publishers.

⁶¹ Βλ. άρθρο 3 παρ.3 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Γ. Αργυρός (2013), σελ.2 και Steennot R. (2013), σελ.108 «Αυτοί οι τύποι συμβάσεων εξαιρούνται από το πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ είτε επειδή υπόκεινται ήδη σε ορισμένες ειδικές απαιτήσεις σύμφωνα με την ευρωπαϊκή ή εθνική νομοθεσία, είτε λόγω των θεμελιωδώς διακριτικών χαρακτηριστικών τους, οι κανόνες που ενσωματώνονται στην οδηγία δεν θεωρούνται κατάλληλοι για τέτοιου είδους συμβάσεις».

αποστάσεως εμπορία χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές⁶² και 2008/122/EK για την προστασία των καταναλωτών ως προς τις συμβάσεις χρονομεριστικών υπηρεσιών⁶³, επιτρέπεται στον καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τις εν λόγω συμβάσεις, εντός την προθεσμίας των δεκατεσσάρων ημερών. Όσον αφορά, όμως, τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, το δικαίωμα υπαναχώρησης περιορίζεται στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως. Αυτό δεν συμβαίνει με τις συμφωνίες χρονομεριστικής κατανομής, από τις οποίες ο καταναλωτής μπορεί να υπαναχωρήσει ανεξάρτητα από τον τρόπο σύναψης της σύμβασης⁶⁴.

1.5 Το καθήκον ενημέρωσης του καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης

Προκειμένου ο καταναλωτής να μπορέσει να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης, είναι απαραίτητο να γνωρίζει προηγουμένως για την ύπαρξή του⁶⁵. Επομένως, σύμφωνα με το άρθρο 6 παρ.1, στοιχείο η' της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ ο έμπορος δεσμεύεται να ενημερώσει τον καταναλωτή, πριν από τη σύναψη της σύμβασης (προσυμβατική υποχρέωση ενημέρωσης), σχετικά με τη δυνατότητα άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, την περίοδο εντός της οποίας δύναται αυτό να ασκηθεί, την διαδικασία που πρέπει να τηρηθεί, καθώς επίσης, και τα στοιχεία του προσώπου στο οποίο πρέπει να κοινοποιηθεί η σχετική δήλωση για αποδέσμευση από την σύμβαση. Οι εν λόγω πληροφορίες που ενσωματώνονται ουσιαστικά στην σύμβαση εξ' αποστάσεως⁶⁶ θα πρέπει να είναι σαφείς και κατανοητές ως προς τον μέσο καταναλωτή⁶⁷, ωστόσο, κατά την παροχή των σχετικών πληροφοριών ο έμπορος θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τις ειδικές ανάγκες των καταναλωτών που είναι ιδιαίτερα ευάλωτοι λόγω πνευματικής, σωματικής ή ψυχολογικής αναπηρίας, ηλικίας ή ευπιστίας⁶⁸. Πρέπει, επίσης, να παρουσιάζονται με απλό τρόπο και να μην καλύπτονται από μεγάλο αριθμό πληροφοριακών

⁶² Οδηγία 2002/65/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Σεπτεμβρίου 2002, σχετικά με την εξ' αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των οδηγιών 90/619/ΕΟΚ του Συμβουλίου, 97/7/EK και 98/27/EK.

⁶³ Οδηγία 2008/122/εκ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Ιανουαρίου 2009, για την προστασία των καταναλωτών ως προς ορισμένες πτυχές των συμβάσεων χρονομεριστικής μίσθωσης, μακροπρόθεσμων προϊόντων διακοπών, μεταπώλησης και ανταλλαγής.

⁶⁴ Βλ., Steennot R. (2013), σελ.108.

⁶⁵ Ge Jiangqiu (2019), σελ.230.

⁶⁶ Βλ. άρθρο 6 παρ.5 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ, «Οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της σύμβασης που συνάπτεται εξ' αποστάσεως ή εκτός του εμπορικού καταστήματος και δεν μεταβάλλονται πλην ρητής συμφωνίας των συμβαλλόμενων μερών».

⁶⁷ Βλ. αιτ. σκέψη 32 «(...) ο μέσος καταναλωτής, ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος (...)» Απόφασης του Δικαστηρίου της 16ης Ιουλίου 1998, στην Υπόθεση C-210/96, Gut Springenheide GmbH και Rudolf Tusky κατά Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung, ECLI:EU:C:1998:369.

⁶⁸ Βλ. αιτ. σκέψη 34 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Γ. Αργυρός (2013), σελ.6.

δεδομένων για να γίνονται εύκολα αντιληπτές. Τέλος, πρέπει να παρέχονται τουλάχιστον στην γλώσσα που πραγματοποιήθηκε η κατάρτιση της σύμβασης⁶⁹. Όσον αφορά τα μέσα παροχής αυτών των πληροφοριών, το παράρτημα Ι της οδηγίας 2011/83/ΕΕ περιλαμβάνει ένα πρότυπο έγγραφο πληροφοριών σχετικά με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης. Σε κάθε περίπτωση, το βάρος της απόδειξης αναφορικά με τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις πληροφόρησης, επομένως, και της γνωστοποίησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, βαρύνει τον έμπορο⁷⁰.

1.5.1 Επιπτώσεις από την παράλειψη ενημέρωσης του δικαιώματος υπαναχώρησης

Τι γίνεται όμως εάν ο έμπορος παραβιάσει το καθήκον του να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης; Με βάση το άρθρο 10 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ σε περίπτωση που ο έμπορος δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή τις αναγκαίες πληροφορίες όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης, η περίοδος άσκησης του εν λόγω δικαιώματος λήγει 12 μήνες από το τέλος της αρχικής περιόδου υπαναχώρησης⁷¹. Όπως γίνεται κατανοητό, η ποινή που προκύπτει από την παραβίαση της απαιτήσεως πληροφόρησης του δικαιώματος υπαναχώρησης είναι η διεύρυνση της περιόδου εντός της οποίας αυτό μπορεί να ασκηθεί. Αν και ορισμένοι συγγραφείς ανατρέχοντας σε αποφάσεις του ΔΕΕ⁷², υποστηρίζουν πως, ίσως, να πρόκειται για μια καινοτομία που μειώνει την ισχύ της προστασίας των καταναλωτών της ΕΕ⁷³. Η παρακώλυση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης επ' αόριστον, φαίνεται ότι αντιπροσωπεύει μια δίκαιη ισορροπία μεταξύ των ανταγωνιστικών συμφερόντων και αποτελεί ένα μέσο διασφάλισης της ασφάλειας δικαίου⁷⁴.

Λαμβανομένης υπόψη της ισορροπίας των συμφερόντων των συμβαλλόμενων μερών, θεωρώ πως είναι σοφότερο να εκτρέψουμε τις συνέπειες της παράβασης του καθήκοντος ενημέρωσης

⁶⁹ Βλ. άρθρο 6 παρ.7 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Markou, C. "DIRECTIVE 2011/83/EU ON CONSUMER RIGHTS" (2017), In *EU Regulation of E-Commerce*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, σελ.196, διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.4337/9781785369346.00015>.

⁷⁰ Άρθρο 6 παρ.9 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁷¹ Ge Jiangqiu (2019), σελ.232.

⁷² Απόφαση του Δικαστηρίου της 13ης Δεκεμβρίου 2001, στην Υπόθεση C-481/99, Georg Heiningner και Helga Heiningner και Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG, ECLI:EU:C:2001:684, όπου αποφασίστηκε πως όταν δεν ενημερώνεται ο καταναλωτής για το δικαίωμα υπαναχώρησης η προθεσμία άσκησης του είναι απεριόριστη.

⁷³ Βλ. St. Weatherill (2012), σελ.1297 και Rott, P. "Renationalisation of direct selling—the impact of the new Consumer Rights Directive on financial services" (2012), ERA Forum 13, σελ. 42, διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1007/s12027-012-0251-2>.

⁷⁴ Βλ. αιτ. σκέψη 43 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, St. Weatherill (2012), ο.π..

προς τη διεύρυνση της περιόδου άσκησης του δικαιώματος, παρά προς το σύστημα λήψης μέτρων επανόρθωσης που προκύπτουν από την παραβίαση της σύμβασης, καθώς, με αυτόν τον τρόπο ο έμπορος έχει ένα κίνητρο να προβαίνει στις αναγκαίες ενέργειες πληροφόρησης των καταναλωτών σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης. Ωστόσο, δεν μπορούμε να παραβλέψουμε το γεγονός πως η προσέγγιση αυτή δυνατόν να δημιουργήσει μακροπρόθεσμη νομική αβεβαιότητα στο έμπορο, καθώς επίσης, και να τον δεσμεύσει υπέρμετρα σε μια σύμβαση που ενδεχομένως μελλοντικά να λήξει από μέρος του καταναλωτή.

Στο σημείο αυτό, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση της παράλειψης ενημέρωσης του καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης υπό το πρίσμα της Οδηγίας 2005/29/EK⁷⁵ για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Γενικά, σημειώνεται πως οι κανόνες αναφορικά με τις απαιτήσεις πληροφόρησης που επιβάλλονται βάσει του άρθρου 6 παρ.1 της Οδηγίας 2011/83/EE, συνδέονται στενά με τις διατάξεις της Οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές⁷⁶. Ο έμπορος είναι υποχρεωμένος να παράσχει όλες τις ουσιώδεις πληροφορίες που προβλέπονται στο σχετικό άρθρο, κατ' επέκταση και οποιασδήποτε πληροφορίας που αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης⁷⁷, με σαφή και κατανοητό τρόπο, ώστε να λάβει ο καταναλωτής τεκμηριωμένη απόφαση σύναψης μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως⁷⁸. Επομένως, η απαίτηση ενημέρωσης του καταναλωτή με σαφή και κατανοητό τρόπο σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης αποτελεί υποχρέωση του έμπορου, με αποτέλεσμα σε περίπτωση παράλειψης συμμόρφωσης με αυτής, ενδεχομένως, να στοιχειοθετούνται και πράξεις αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Συγκεκριμένα, το άρθρο 7 της Οδηγίας 2005/29/EE θεσπίζει γενική υποχρέωση γνωστοποίησης στον καταναλωτή όλων του ουσιωδών πληροφοριών που χρειάζεται ο τελευταίος για λάβει τεκμηριωμένη απόφαση. Συνεπώς, όταν ο έμπορος παραλείπει να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως, στην ουσία, τεκμαίρεται πως προβαίνει σε παραπλανητική παράλειψη. Η εν λόγω παραπλανητική παράλειψη για να θεωρηθεί αθέμιτη εμπορική πρακτική θα πρέπει, αφενός, να είναι αντίθετη με τις απαιτήσεις της επαγγελματικής επιμέλειας του

⁷⁵ Οδηγία 2005/29/EK 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/EOK του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/EK, 98/27/EK, 2002/65/EK 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») (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ).

⁷⁶ MATEJA DUROVIC, "The Subtle Europeanization of Contract Law: The Case of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices" (2015), *European Review of Private Law*, Kluwer, σελ. 721.

⁷⁷ Βλ. άρθρο 6 παρ.1 στοιχείο η' της Οδηγίας 2011/83/EE.

⁷⁸ Gert Straetmans, "Misleading practices, the consumer information model and consumer protection" (2016), *EuCML*, σελ.202.

εμπόρου και αφετέρου, να είναι ικανή να στρεβλώσει ουσιωδώς την απόφαση του καταναλωτή⁷⁹.

Τέλος, να αναφέρω πως οι απαιτήσεις πληροφόρησης του καταναλωτή όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης παρέχονται στο στάδιο πριν την σύναψη της σύμβασης εξ' αποστάσεως, με αποτέλεσμα να δημιουργούν προβληματικές σχετικά με το εάν το προσυμβατικό στάδιο αποτελεί το κατάλληλο στάδιο για την ενημέρωση του καταναλωτή⁸⁰. Πιο ειδικά, για τους περισσότερους καταναλωτές, οι πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης παρουσιάζουν ενδιαφέρον μετά τη σύναψη της σύμβασης, όταν δηλαδή ο πωλητής επιβεβαιώσει την κατάρτιση της σύμβασης ή όταν ο αγοραστής παραλάβει τα προϊόντα που παρήγγειλε⁸¹. Πράγματι, κατά το στάδιο πριν την σύναψη μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως είναι λογικό να παρέχονται στον καταναλωτή όλα τα ουσιώδη στοιχεία που αφορούν το αντικείμενο της σύμβασης, το τίμημα που πρέπει να καταβληθεί, τον τρόπο πληρωμής, για να είναι σε θέση ο καταναλωτής να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση δέσμευσης από την σύμβαση. Ωστόσο, η δυνατότητα άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν φαίνεται να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τους εν δυνάμει αγοραστές, για να διαμορφώσουν την απόφαση τους για κατάρτιση σχετικής σύμβασης⁸². Ως εκ τούτου, θα ήταν πρακτικά πιο κατάλληλο και θα εξυπηρετούσε καλύτερα τους σκοπούς της αναιτιολόγητης υπαναχώρησης, οι απαιτήσεις πληροφόρησης σχετικά με αυτό να παρέχονται μετά την κατάρτιση της σύμβασης εξ' αποστάσεως.

1.6 Προθεσμία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης

Σύμφωνα με το άρθρο 9 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ ο καταναλωτής διαθέτει μια περίοδο 14 ημερών για να υπαναχωρήσει αναιτιολόγητα από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως. Προτού εκδοθεί η σχετική οδηγία για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών, οι καταναλωτές είχαν το δικαίωμα να υπαναχωρήσουν από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως εντός

⁷⁹ Βλ. άρθρο 5 παρ.2 της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ και Μ. DUROVIC, σελ.723.

⁸⁰ Βλ. Α. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.37.

⁸¹ H. Eidenmueller, N. Jansen, Eva-Maria Kieninger, G. Wagner, R. Zimmermann, "The Proposal for a Regulation on a Common European Sales Law: Deficits of the Most Recent Textual Layer of European Contract Law (2012), *Edinburgh Law Review*, Vol. 16, No. 3, σελ.325.

⁸² H. Eidenmueller, F. Faust, H. C. Grigoleit, N. Jansen, G. Wagner, R. Zimmermann, "The Common Frame of Reference for European Private Law—Policy Choices and Codification Problems" (2008). *Oxford Journal of Legal Studies*, Vol. 28, Issue 4, σελ. 694,

7 ημερών από την σύναψη της σύμβασης⁸³. Αναμφίβολα, η παράταση της περιόδου υπαναχώρησης έχει αυξήσει την προστασία των καταναλωτών. Ο βασικός, όμως, λόγος της εν λόγω διεύρυνσης της προθεσμίας υπαναχώρησης είναι η αύξηση της ασφάλειας δικαίου και η μείωση του κόστους συμμόρφωσης για τους εμπόρους. Πιο συγκεκριμένα, στόχος του ευρωπαϊκού νομοθέτη ήταν να θεσμοθετηθεί μια κοινή περίοδος εντός της οποίας δύναται να ασκηθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης απ' όλες τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων που αφορούν τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και εκείνες που συνάπτονται εκτός του εμπορικού καταστήματος⁸⁴. Σίγουρα, η ομοιόμορφη περίοδος αποδέσμευσης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως βοηθάει τους καταναλωτές να θυμούνται καλύτερα την προθεσμία εντός της οποίας έχουν το δικαίωμα να ασκήσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης⁸⁵.

Ωστόσο, η επιλογή μιας ομοιόμορφης περιόδου υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως έχει επικριθεί έντονα. Συγκεκριμένα, έχει υποστηριχθεί πως για τον καθορισμό της ενιαίας προθεσμίας άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν έχει ληφθεί υπ' όψιν ο χρόνος που πραγματικά χρειάζονται οι καταναλωτές για να αποφασίσουν εάν θα αποδεσμευτούν ή όχι από ένα συγκεκριμένο είδος σύμβασης⁸⁶. Πιο ειδικά, ενώ οι 14 ημέρες δυνατόν να θεωρηθούν πολύ σύντομο χρονικό διάστημα στην περίπτωση της συμφωνίας καταναλωτικής πίστης, λόγω της πολυπλοκότητάς της και του γεγονότος ότι οι οικονομικές συνέπειες στον καταναλωτή γίνονται αισθητές μόνο μετά την παρέλευση κάποιου χρονικού διαστήματος. Από την άλλη, στην περίπτωση χρονομεριστικής μίσθωσης που καταρτίζεται εξ' αποστάσεως, η προθεσμία των 14 ημερών θεωρείται σχετικά μεγάλη περίοδος⁸⁷. Είναι προφανές πως η προθεσμία άσκησης του δικαιώματος για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο από το απαραίτητο δημιουργεί καθυστερήσεις και αβεβαιότητα - και επομένως οικονομικό κόστος - για τον πωλητή.

⁸³ Βλ. άρθρο 6 παρ.1 της προηγούμενης Οδηγίας 97/7/EK.

⁸⁴ Βλ. άρθρο 42 παρ.1 της οδηγίας 2008/122/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 14ης Ιανουαρίου 2009, για την προστασία των καταναλωτών ως προς ορισμένες πτυχές των συμβάσεων χρονομεριστικής μίσθωσης, μακροπρόθεσμων προϊόντων διακοπών, μεταπώλησης και ανταλλαγής και βλ. άρθρο 14 της οδηγίας 2008/48/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Απριλίου 2008 για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης και την κατάργηση της οδηγίας 87/102/EOK του Συμβουλίου.

⁸⁵ Βλ. H. Eidenmüller, F. Faust, H.C. Grigolet, N. Jansen, G. Wagner, and R. Zimmerman, σελ. 1105.

⁸⁶ R. Steennot, Reinhard. "Consumer Protection with Regard to Distance Contracts After the Transposition of the Consumer Rights Directive in Belgium and France" (2013) *EUROPEAN CONSUMER LAW JOURNAL* 3-4, σελ.22.

⁸⁷ H.W. MICKLITZ, N. REICH, "The Commission Proposal for a "Regulation on a Common European Sales Law (CESL)": Too broad or not broad enough?" (2012), *EUI LAW*, σελ.48.

1.6.1 Σύμβαση πώλησης και σύμβαση παροχής υπηρεσιών

Δεδομένου ότι ο υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης είναι διαφορετικός στην περίπτωση της πώλησης προϊόντων και στην περίπτωση παροχής υπηρεσιών, πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ των συμβάσεων πωλήσεων και συμβάσεων παροχής υπηρεσιών. Αρχικά, η σύμβαση πώλησης αποτελεί μια σύμβαση βάσει της οποίας ο έμπορος μεταβιβάζει ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να μεταβιβάσει την κυριότητα των προϊόντων στον καταναλωτή και ο καταναλωτής καταβάλλει ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να καταβάλει το τίμημά των σχετικών προϊόντων⁸⁸. Από τις συμβάσεις πώλησης προϊόντων εξαιρούνται τα προϊόντα τα οποία πωλούνται στο πλαίσιο μέτρων αναγκαστικής εκτέλεσης, είτε με άλλο τρόπο από νόμιμη αρχή⁸⁹. Από την άλλη, σύμβαση παροχής υπηρεσιών θεωρείται οποιαδήποτε σύμβαση, πλην των συμβάσεων πώλησης με βάση τις οποίες ο έμπορος παρέχει ή αναλαμβάνει να παράσχει ορισμένη υπηρεσία στον καταναλωτή και ο καταναλωτής καταβάλλει ή αναλαμβάνει την υποχρέωση να καταβάλει το τίμημα⁹⁰. Από την στιγμή που δεν δίνεται ο ορισμός του όρου «υπηρεσίες», προκειμένου να λάβουμε τη συνήθη ερμηνεία που του αποδίδεται με βάση το δίκαιο της ΕΕ, χρειάζεται να ανατρέξουμε στο άρθρο 57 του ΣΛΕΕ,⁹¹. Όσον αφορά τις συμβάσεις που έχουν ως αντικείμενο τόσο προϊόντα όσο και υπηρεσίες θεωρούνται συμβάσεις πώλησης, χωρίς να είναι αναγκαίο να προσδιοριστεί εάν η πώληση του προϊόντος ή η παροχή συγκεκριμένης υπηρεσίας αποτελεί το βασικότερο αντικείμενο της σύμβασης, με αποτέλεσμα ο υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης να πραγματοποιείται σύμφωνα με τις διατάξεις για τις συμβάσεις πώλησης⁹². Οι δε κανόνες για τις συμβάσεις πώλησης φαίνεται να ισχύουν αμέσως μετά την παράδοση προϊόντων⁹³.

Περαιτέρω, όπως έχει ήδη τονιστεί, οι διατάξεις της οδηγίας 2011/83/ΕΕ εφαρμόζονται και σε συμβάσεις προμήθειας νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας ή τηλεθέρμανσης. Σημειώνεται πως ανέκαθεν αποτελούσε ζήτημα μείζονος σημασίας ο προσδιορισμός της νομικής τους κατάστασης, αν δηλαδή οι εν λόγω συμβάσεις θεωρούνται ως συμβάσεις πώλησης ή ως συμβάσεις παροχής υπηρεσιών. Το ερώτημα αυτό είναι ουσιώδους σημασίας καθ' ότι σε περίπτωση που οι συμβάσεις καταρτίζονται εξ' αποστάσεως, ο υπολογισμός της

⁸⁸ Άρθρο 2 στοιχείο 5 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁸⁹ Άρθρο 2 στοιχείο 3 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁹⁰ Άρθρο 2 στοιχείο 6 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁹¹ Βλ., R. Steennot (2013), σελ.109.

⁹² Βλ., R. Steennot (2013), ο.π...

⁹³ C. Twigg-Flesner, D. Metcalfe, "The proposed Consumer Rights Directive – less haste, more thought?" (2009), European Review of Contract Law vol. 5, no. 3, σελ. 378.

περιόδου υπαναχώρησης είναι διαφορετικός όταν το αντικείμενο τους αφορά προϊόντα και διαφορετικός όταν αφορά παροχή υπηρεσιών⁹⁴. Συνεπώς, ένα από τα πλεονεκτήματα της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ είναι πως απαντάει στο εν λόγω ερώτημα και δίνει λύση στο πρόβλημα ερμηνείας των σχετικών συμβάσεων. Συγκεκριμένα, με βάση τις διατάξεις της οδηγίας το νερό, το φυσικό αέριο και η ηλεκτρική ενέργεια θεωρούνται αγαθά, νοουμένου, όμως, πως διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα⁹⁵. Εξ' αντιδιαστολής προκύπτει πως εάν δεν διατίθενται σύμφωνα με τον τρόπο που καθορίζει η οδηγία για την προστασία των καταναλωτών δεν θεωρούνται ούτε αγαθά αλλά ούτε και υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να προνοείται συγκεκριμένος κανόνας για τον υπολογισμό της περιόδου υπαναχώρησης σε τέτοιες περιπτώσεις⁹⁶. Ο Ευρωπαϊός νομοθέτης εφάρμοσε τον ίδιο σκεπτικό και στις συμβάσεις που αφορούν ψηφιακό περιεχόμενο. Το ψηφιακό περιεχόμενο που παρέχεται πάνω σε σταθερό μέσο, όπως ένα DVD, θεωρείται αγαθό με βάση το προοίμιο της οδηγίας⁹⁷. Ενώ το ψηφιακό περιεχόμενο που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο δεν θα πρέπει να θεωρούνται, για τον σκοπό της οδηγίας 2011/83/ΕΕ, ούτε συμβάσεις πώλησης ούτε συμβάσεις παροχής υπηρεσιών. Σε μια τέτοια περίπτωση, ομοίως προς τις συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, ισχύει ο ειδικός κανόνας του άρθρου 9 παρ.2 στοιχείο γ' για τον υπολογισμό της περιόδου υπαναχώρησης⁹⁸.

1.6.2 Υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης

Στις περιπτώσεις των συμβάσεων πώλησης η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημέρες από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής αποκτά τη φυσική κατοχή των εμπορευμάτων⁹⁹. Βέβαια, αυτό δεν συνεπάγεται πως ο καταναλωτής πρέπει να περιμένει να του παραδοθούν πραγματικά τα προϊόντα για να δύναται να αποδεσμευτεί από την σύμβαση. Πρακτικά, προκειμένου να εξετάσει το ενδεχόμενο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης ο καταναλωτής, θα πρέπει να έχει αποκτήσει τα αγαθά, με απώτερο σκοπό να ελέγξει τα χαρακτηριστικά, την ποιότητα και την αξία αυτών. Από την άλλη, η ευκολία με την οποία καταρτίζονται οι ηλεκτρονικές συμβάσεις – κυριολεκτικά με το πάτημα ενός κουμπιού- σε

⁹⁴ Βλ., R. Steennot (2013), σελ.109, Γ. Αργυρός (2013), σελ.8.

⁹⁵ Άρθρο 2 στοιχείο 3 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁹⁶ Άρθρο 9 παρ.2 στοιχείο γ' της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁹⁷ Βλ. αιτ. σκέψη 19 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Dominika Bezakova, "Consumer Rights Directive and Its Implications for Consumer Protection regarding Intangible Digital Content" (2013) 7 Masaryk U JL & Tech 177, σελ.183.

⁹⁸ Βλ. F. Kathleen, T. Klaus (2012) σελ.71.

⁹⁹ Άρθρο 9 παρ.2 στοιχείο β' της Οδηγία 2011/83/ΕΕ

συνάρτηση με τα παρορμητικά συναισθήματα των καταναλωτών, οι οποίοι πολλές φορές, χωρίς να έχουν λάβει όλες τις αναγκαίες πληροφορίες, αποφασίζουν να συνάψουν μια εξ' αποστάσεως σύμβαση, δικαιολογούν την πιο πάνω ερμηνεία. Σε αυτές τις περιπτώσεις δεν χρειάζεται ο καταναλωτής να αποκτήσει τα αγαθά για να αντιληφθεί πως σύναψε σύμβαση εξ αποστάσεως χωρίς να έχει λάβει τεκμηριωμένη απόφαση.

Περαιτέρω, το άρθρο 9 παρ. 2, στοιχείο β της οδηγίας 2011/83/ΕΕ εισάγει υποπεριπτώσεις όπου προβλέπονται ειδικοί κανόνες για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης στην περίπτωση των πολλαπλών αγαθών παραγγελθέντων από τον καταναλωτή με μια παραγγελία και παραδιδόμενων χωριστά, στην περίπτωση παράδοσης αγαθού που αποτελείται από πολλές παρτίδες ή τεμάχια και στην περίπτωση συμβάσεων για τακτική παράδοση αγαθών κατά τη διάρκεια καθορισμένου χρονικού διαστήματος. Συγκεκριμένα, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημέρες από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής αποκτά τη φυσική κατοχή του τελευταίου αντικειμένου στην περίπτωση σύμβασης πώλησης πολλαπλών αγαθών και 14 ημέρες από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής αποκτά φυσική κατοχή της τελευταίας παρτίδας ή τεμαχίου στην περίπτωση σύμβασης όπου τα εμπορεύματα αποτελούνται από πολλαπλές παρτίδες ή τεμάχια¹⁰⁰. Τέλος, όσον αφορά τις συμβάσεις που αφορούν τακτική παράδοση αγαθών κατά την διάρκεια καθορισμένης χρονικής περιόδου, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημέρες από την ημέρα κατά την οποία ο καταναλωτής αποκτά την φυσική κατοχή του πρώτου αντικειμένου¹⁰¹. Επίσης, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης στην περίπτωση κατά την οποία ο καταναλωτής υποδεικνύει ένα τρίτο πρόσωπο για να αποκτήσει τη φυσική κατοχή των αγαθών για λογαριασμό του. Στην προκείμενη περίπτωση η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημέρες από την ημέρα κατά την οποία το εν λόγω άτομο έχει αποκτήσει τη φυσική κατοχή των αγαθών. Προκειμένου να αποφευχθεί ο κίνδυνος να ξεκινήσει η περίοδος της υπαναχώρησης από την ημέρα που αποκτάει φυσική κατοχή των αγαθών ο μεταφορέας, στο άρθρο 9 παρ.2, στοιχείο β ρητά ορίζεται ότι το τρίτο μέρος που αποκτά φυσική κατοχή πρέπει να είναι άλλο από τον μεταφορέα. Λαμβάνοντας υπόψη την αιτιολόγηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, γίνεται σαφές ότι οι κανόνες για τον υπολογισμό της περιόδου υπαναχώρησης, οι οποίοι ισχύουν, όσον αφορά τις συμβάσεις πώλησης που συνάπτονται εξ αποστάσεως, όταν ο καταναλωτής έχει αποκτήσει την κατοχή των εμπορευμάτων, είναι σύμφωνοι με τους επιδιωκόμενους στόχους του δικαιώματος υπαναχώρησης.

¹⁰⁰ Άρθρο 9 παρ.2, στοιχείο β', υποστ. i και ii της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁰¹ Άρθρο 9 παρ.2, στοιχείο β', υποστ. iii της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

Στις περιπτώσεις σύμβασης παροχής υπηρεσιών, η περίοδος υπαναχώρησης λήγει 14 ημέρες από την ημέρα σύναψης της σύμβασης¹⁰². Ο ίδιος κανόνας ισχύει και στην περίπτωση των συμβάσεων νερού, φυσικού αερίου και ηλεκτρικής ενέργειας που δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα και στην περίπτωση συμβάσεων ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχονται σε υλικό μέσο¹⁰³. Ο υπολογισμός της περιόδου υπαναχώρησης πραγματοποιείται σύμφωνα με τον Κανονισμό 1182/71 του Συμβουλίου της 3ης Ιουνίου 1971 περί καθορισμού των κανόνων που εφαρμόζονται στις προθεσμίες, ημερομηνίες και διορίες¹⁰⁴. Αυτό συνεπάγεται ότι εάν η περίοδος της υπαναχώρησης πρόκειται να υπολογιστεί από τη στιγμή που συμβαίνει ένα συμβάν ή λαμβάνει χώρα μια ενέργεια, η ημέρα κατά την οποία επισυμβαίνει το γεγονός ή πραγματοποιείται κάποια ενέργεια δεν πρέπει υπολογίζεται στην σχετική προθεσμία. Δεδομένου του σχετικού κανόνα η περίοδος υπαναχώρησης ξεκινά την επομένη της παράδοσης του αγαθού ή την επομένη της σύναψης της σύμβασης υπηρεσιών.

Όσον αφορά τώρα την προθεσμία εντός της οποίας πρέπει ο καταναλωτής να κοινοποιεί την απόφαση του να αποδεσμευτεί από την σύμβαση εξ' αποστάσεως, η οδηγία προβλέπει πως ο καταναλωτής που επιθυμεί να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση πρέπει να ενημερώσει τον έμπορο για την απόφασή του αυτή, πριν από τη λήξη της περιόδου υπαναχώρησης¹⁰⁵. Για σκοπούς γνωστοποίησης της απόφασης αυτής ο καταναλωτής δύναται να χρησιμοποιήσει το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης που προβλέπεται στο Παράρτημα I της οδηγίας. Η μοναδική προϋπόθεση είναι ο καταναλωτής να εξωτερικεύσει την μονομερή, απευθυντέα και διαπλαστική δήλωση βούλησης υπαναχώρησης στον έμπορο εντός των 14 ημερών ή της παρατεταμένης περιόδου των 12 μηνών, ανεξάρτητα από τον χρόνο περιέλευσης αυτής στον τελευταίο¹⁰⁶. Επομένως, γίνεται σαφές πως ίσως χρειαστεί να μεσολαβήσουν περισσότερες από 14 ημέρες από την παράδοση των προϊόντων ή την σύναψη της σύμβασης για να θεωρείται η σύμβαση δεσμευτική για τα μέρη που την συνάπτουν.

¹⁰² Άρθρο 9 παρ.2, στοιχείο α' της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁰³ Άρθρο 9 παρ.2, στοιχείο γ' της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ

¹⁰⁴ Βλ. αιτιολογική σκέψη 41 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁰⁵ Άρθρο 11 παρ.2 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, Ge Jiangqiu (2019), σελ.243..

¹⁰⁶ Φ. Νικολάου (2021), σελ. 3.

1.7 Άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης

Ένας καταναλωτής που επιθυμεί να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης μπορεί είτε να το πράξει χρησιμοποιώντας το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης, είτε να προβεί σε οποιαδήποτε άλλη κατηγορηματική δήλωση που καθορίζει την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση¹⁰⁷. Η πρόβλεψη για χρήση ενός υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης προφανώς, απλοποιεί και διευκολύνει τον καταναλωτή που επιθυμεί να αποδεσμευτεί από την σύμβαση. Ωστόσο, ο καταναλωτής μπορεί ελεύθερα να επιλέξει είτε να κάνει χρήση του σχετικού εντύπου, είτε να προβεί σε άλλη δήλωση με την οποία καθορίζεται η απόφασή του να υπαναχωρήσει από την σύμβαση, η οποία επιφέρει ακριβώς τα ίδια αποτελέσματα με αυτά της πρώτης περίπτωσης¹⁰⁸. Αντίθετα, η απλή επιστροφή των αγαθών, χωρίς την κοινοποίηση της απόφασης για υπαναχώρηση, δεν αρκεί για να θεωρηθεί πως το δικαίωμα υπαναχώρησης έχει ασκηθεί κατάλληλα, ώστε να επέλθουν τα αποτελέσματα της¹⁰⁹.

Παρόλο που δεν υφίστανται συγκεκριμένες τυπικές απαιτήσεις που πρέπει να τηρούν οι καταναλωτές για να ασκήσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης, εντούτοις, φέρουν το βάρος απόδειξης βάσει των διατάξεων του άρθρου 11 της οδηγίας 2011/83/ΕΕ¹¹⁰¹¹¹. Ως εκ τούτου, είναι προφανές πως είναι προς το συμφέρον του καταναλωτή να χρησιμοποιήσει ένα σταθερό μέσο¹¹² για να γνωστοποιήσει την απόφασή του. Στην περίπτωση, όμως, που ο καταναλωτής κάνει χρήση της δυνατότητας υπαναχώρησης από τη σύμβαση ηλεκτρονικά, ο έμπορος πρέπει να του κοινοποιήσει βεβαίωση παραλαβής της γνωστοποίησης αυτής σε σταθερό μέσο, χωρίς οποιαδήποτε καθυστέρηση¹¹³. Κατά συνέπεια γίνεται αντιληπτό πως με την πρόβλεψη διαφορετικών, πλην όμως, έγκυρων και αποτελεσματικών τρόπων για την κοινοποίηση της απόφασης υπαναχώρησης από τις εξ' αποστάσεως συμβάσεις, διευκολύνεται κατά πολύ η άσκηση του σχετικού δικαιώματος¹¹⁴.

¹⁰⁷ Άρθρο 11 παρ.1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και και Luzak, J. (2014), σελ.388.

¹⁰⁸ Βλ., R. Steennot (2013), σελ.110, Γ. Αργυρός (2013), σελ.9.

¹⁰⁹ Βλ. G. Howells, R. Schulze (2009), σελ. 18.

¹¹⁰ Άρθρο 11 παρ.4 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹¹¹ M. Loos, "Review of the European Consumer Acquis (2008), CSECL, σελ.11, διαθέσιμο στο <https://ssrn.com/abstract=1123850>.

¹¹² Βλ. άρθρο 2 σημείο 10 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ «σταθερό μέσο είναι κάθε μέσο που επιτρέπει στον καταναλωτή ή στον έμπορο να αποθηκεύει πληροφορίες που απευθύνονται προσωπικά σε αυτόν κατά τρόπο προσελάσιμο για μελλοντική πρόσβαση επί χρονικό διάστημα επαρκές για τους σκοπούς που εξυπηρετούν οι πληροφορίες και το οποίο επιτρέπει την ακριβή αναπαραγωγή των αποθηκευμένων πληροφοριών»

¹¹³ Βλ. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.38.

¹¹⁴ Βλ. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.38.

1.7.1 Επιπτώσεις από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης

1.7.1.1 Λήξη συμβατικής σχέσης

Αρχικά, σύμφωνα με τη γενική θεωρία των συμβάσεων η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης συνεπάγεται ως κύριο και άμεσο αποτέλεσμα τη λήξη της συμβατικής σχέσης¹¹⁵ και, κατά συνέπεια, των υποχρεώσεων των μερών που απορρέουν από αυτήν. Αναλυτικότερα, η ανάκληση από μέρους του καταναλωτή της δήλωσης για δέσμευση από την σύμβαση, απαλλάσσει τα συμβαλλόμενα μέρη από την εκπλήρωση των υποχρεώσεων τους, στον βαθμό που φυσικά η εν λόγω ανάκληση έχει ως αποτέλεσμα την λήξη μελλοντικών υποχρεώσεων που απορρέουν από τη σύμβαση (ex nunc)¹¹⁶. Σε συνάρτηση με την εν λόγω θεωρία, το άρθρο 12 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ διευκρινίζει σαφέστερα ότι η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης τερματίζει τις υποχρεώσεις των μερών να εκτελέσουν τη σύμβαση ή, κατά περίπτωση, να συνάψουν τη σύμβαση όταν ο καταναλωτής έχει υποβάλει πρόταση για κατάρτιση σύμβασης¹¹⁷. Βασικό ερώτημα το οποίο ανακύπτει από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης είναι η χρονική περίοδος κατά την οποία επέρχονται τα αποτελέσματα της υπαναχώρησης. Παρόλο που ούτε η Οδηγία 2011/83/ΕΕ είναι αρκετά σαφής ως προς το ζήτημα αυτό, μπορεί, ωστόσο, να συναχθεί το συμπέρασμα ότι τα αποτελέσματα της υπαναχώρησης επέρχονται από τη στιγμή που ο έμπορος λαμβάνει την απόφαση του καταναλωτή για αποδέσμευση από την σύμβαση. Σε κάθε περίπτωση, πάντως, θα πρέπει να τονίσουμε πως η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης στερείται αναδρομικών αποτελεσμάτων ικανών να επηρεάσουν την ισχύ της σύμβασης¹¹⁸. Στο σημείο αυτό να τονίσουμε πως με βάση το άρθρο 9 παρ.3 της Οδηγίας τα κράτη μέλη δεν επιτρέπεται να απαγορεύουν με οποιονδήποτε τρόπο στα συμβαλλόμενα μέρη να εκπληρώνουν τις συμβατικές τους υποχρεώσεις κατά την περίοδο υπαναχώρησης. Ως εκ τούτου, οι έμποροι σε όλα τα κράτη μέλη έχουν τη δυνατότητα να απαιτήσουν από τους καταναλωτές να προβούν σε πληρωμή, πριν από την αποστολή των αγαθών.

¹¹⁵ Απόφαση του Δικαστηρίου της 22ας Απριλίου 1999, στην Υπόθεση C-423/97, Travel Vac SL Και Manuel José Antelm Sanchis, ECLI:EU:C:1999:197.

¹¹⁶ Βλ. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.39.

¹¹⁷ Βλ. H. Eidenmüller (2011), σελ. 9-14.

¹¹⁸ Βλ. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.39.

1.7.1.2 Καθήκον επαναφοράς στην πρότερη κατάσταση

Εκτός από τον τερματισμό της συμβατικής σχέσης, η υπαναχώρηση από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως δεσμεύει αμφότερα τα συμβαλλόμενα μέρη να επιστρέψουν οτιδήποτε έλαβαν ως αντάλλαγμα από το άλλο μέρος¹¹⁹ ως συνέπεια της εκτέλεσης της σύμβασης που ίσχυε έως ότου ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης¹²⁰. Συνεπώς, με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης επιδιώκεται η επαναφορά των συμβαλλόμενων μερών στην πρότερη τους κατάσταση, ήτοι πριν την σύναψη της εξ' αποστάσεως σύμβασης¹²¹. Κατά συνέπεια, γίνεται κατανοητό πως το δικαίωμα υπαναχώρησης επηρεάζει τόσο τον έμπορο όσο και τον καταναλωτή.

1.7.1.3 Υποχρεώσεις εκ μέρους του εμπόρου

Όταν ο καταναλωτής έχει καταβάλει το τίμημα στον έμπορο για να αποκτήσει το προϊόν ή την υπηρεσία που επιθυμεί, πριν την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, ο τελευταίος οφείλει, μετά την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος, να επιστρέψει στον καταναλωτή όλες τις πληρωμές που έλαβε από αυτόν, χρησιμοποιώντας τα ίδια μέσα πληρωμής που χρησιμοποιήθηκαν για την αρχική συναλλαγή¹²². Ωστόσο, οι καταναλωτές είναι ελεύθεροι να επιλέξουν διαφορετικό τρόπο αποζημίωσης από αυτόν που χρησιμοποιήθηκε για την διεκπεραίωση της αρχικής συναλλαγής. Για παράδειγμα οι καταναλωτές μπορούν να επιλέξουν αντί της καταβολής του τιμήματος, ο έμπορος να προβεί στην έκδοση δωροκάρτας για να συνεχίσουν τις διαδικαστικές τους συναλλαγές¹²³. Ακόμη, οφείλει να επιστρέψει όχι μόνο το τίμημα που έλαβε, αλλά και το κόστος για την αρχική παράδοση των αγαθών¹²⁴. Επίσης, η αποζημίωση πρέπει να πραγματοποιείται χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και σε κάθε περίπτωση εντός 14 ημερολογιακών ημερών από την ημέρα κατά την οποία ο έμπορος ενημερώνεται για την απόφαση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση¹²⁵¹²⁶. Σε κάθε περίπτωση, αναγνωρίζεται γενικά το δικαίωμα του εμπόρου να

¹¹⁹ Kötz H. (2017), σελ. 195.

¹²⁰ Βλ. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.40.

¹²¹ Φ. Νικολάου (2021), σελ.19.

¹²² Άρθρο 13 παρ. 1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και R. Steennot “The Right of Withdrawal and Unfair Contract Terms Under the Proposal for a Common European Sales Law” (2013), Intersentia, pp. 115–154.

¹²³ Mak, V., & Luzak, J. (2014), σελ.13.

¹²⁴ Kötz, H. (2017), σελ. 195, και Luzak, J. (2014), σελ.389 και Απόφαση του Δικαστηρίου της 15ης Απριλίου 2010, στην Υπόθεση C-511/08, Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH κατά Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV, ECLI:EU:C:2010:189.

¹²⁵ Άρθρο 13 παρ.1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹²⁶ Με βάση την προηγούμενη Οδηγία 97/7/ΕΚ, η επιστροφή χρημάτων έπρεπε να πραγματοποιηθεί εντός 30 ημερών και το σημείο εκκίνησης αυτής της περιόδου δεν είχε καθοριστεί ρητά.

παρακρατήσει το τίμημα στις συμβάσεις πώλησης όταν δεν έχει λάβει τα αγαθά που έχει παραδώσει στον καταναλωτή¹²⁷. Η άσκηση του δικαιώματος παρακράτησης ευνοεί σαφώς τα συμφέροντα του εμπόρου¹²⁸, καθώς, ενθαρρύνει τους καταναλωτές να οριστικοποιήσουν την απόφαση τους για αποδέσμευση από την σύμβαση, επιστρέφοντας έγκαιρα τα αγαθά¹²⁹. Η δυνατότητα άσκησης του εν λόγω δικαιώματος αναγνωρίζεται μόνο μέχρι την παραλαβή των εμπορευμάτων ή έως ότου προσκομίσει ο καταναλωτής απόδειξη επιστροφής αυτών¹³⁰. Όταν, όμως, ο έμπορος δεν εκτελέσει την υποχρέωση του εγκαίρως, οι συνέπειες πρέπει να προσδιοριστούν σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία των κρατών μελών.

1.7.1.4 Υποχρεώσεις εκ μέρους του καταναλωτή

Οι υποχρεώσεις του καταναλωτή καθορίζονται με βάση την κατηγορία της σύμβασης στην οποία έχει συμβληθεί. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση όπου τα αγαθά έχουν ήδη παραδοθεί στον καταναλωτή, ο τελευταίος οφείλει να τα επιστρέψει στον έμπορο, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και σε κάθε περίπτωση, το αργότερο, εντός 14 ημερών από την ημερομηνία κατά την οποία κοινοποίησε στον τελευταίο την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση¹³¹. Δεν γίνεται όμως καμία αναφορά εάν ο έμπορος πρέπει να αποκτήσει τα αγαθά εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας¹³².

Όσον αφορά τις συμβάσεις παροχής υπηρεσιών και συμβάσεις φυσικού αερίου, νερού ή ηλεκτρικής ενέργειας που δεν διατέθηκαν προς πώληση σε περιορισμένη ή σε καθορισμένη ποσότητα και το ψηφιακό περιεχόμενο το οποίο δεν παρέχεται σε υλικό μέσο αλλά έχει παραδοθεί στον καταναλωτή, ο καταναλωτής επιβαρύνεται με έξοδα αποζημίωσης. Εκτός και αν αποδειχθεί πως ο έμπορος παρέλειψε να παράσχει τις αναγκαίες πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 6 παρ.1, είτε ο καταναλωτής δεν έδωσε την προηγούμενη ρητή του συγκατάθεσή ώστε να ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης στη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης¹³³. Αναφορικά με τις συμβάσεις που έχουν ως αντικείμενο τόσο αγαθά όσο και υπηρεσίες, οι κανόνες επιστροφής των αγαθών ισχύουν για το μέρος της σύμβασης όπου

¹²⁷ Kötz, H. (2017), σελ. 195.

¹²⁸ Βλ., F. Kathleen, T. Klaus (2012), σελ.72-73.

¹²⁹ Luzak, J. (2013), σελ 104.

¹³⁰ Άρθρο 13 παρ.3 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹³¹ Άρθρο 14 παρ.1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, και και Luzak, J. (2014), σελ.389.

¹³² Ge Jiangqiu (2019), σελ.254.

¹³³ Άρθρο 14 παρ.4 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Ge Jiangqiu (2019), σελ.245.

παραδόθηκαν τα αγαθά και οι κανόνες της αποζημίωσης σχετικά με το μέρος της παροχής υπηρεσιών¹³⁴.

1.7.1.5 Συμβάσεις πώλησης αγαθών

Σε περίπτωση υπαναχώρησης από τη σύμβαση, ο καταναλωτής θα πρέπει να στείλει τα εμπορεύματα που έλαβε πίσω στο έμπορο¹³⁵, είτε σε πρόσωπο εξουσιοδοτημένο από τον τελευταίο ώστε να τα παραλάβει για λογαριασμό του. Ο καταναλωτής οφείλει να πράξει τα παραπάνω χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και σε κάθε περίπτωση το αργότερο εντός 14 ημερών από την ημέρα κατά την οποία κοινοποίησε την απόφασή του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση στον έμπορο¹³⁶. Η προθεσμία θεωρείται ότι τηρείται εάν ο καταναλωτής αποστείλει τα αγαθά στον έμπορο, πριν από τη λήξη της περιόδου των 14 ημερών. Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο έμπορος μπορεί να παρακρατήσει το τίμημα που έλαβε από τον καταναλωτή έως ότου παραλάβει τα αγαθά από τον καταναλωτή ή έως ότου ο τελευταίος προσκομίσει αποδεικτικά στοιχεία για την επιστροφή των εμπορευμάτων. Βασικό ζήτημα το οποίο ανακύπτει με την επιστροφή των προϊόντων στον έμπορο και το οποίο επηρεάζει τα συμφέροντα του καταναλωτή και κατ' επέκταση την δυνατότητα άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, είναι τα έξοδα που σχετίζονται με την επιστροφή των προϊόντων. Σύμφωνα με το καθιερωμένο κοινοτικό κεκτημένο, η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν πρέπει να επιβαρύνει με οποιοδήποτε κόστος τον καταναλωτή¹³⁷. Ωστόσο, βάσει του άρθρου 14 παρ.2 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ ο καταναλωτής δύναται να αναλαμβάνει το κόστος επιστροφής των εμπορευμάτων, όπως για παράδειγμα τα έξοδα συσκευασίας και αποστολής, εκτός και εάν, ο έμπορος έχει αυτοβούλως αναλάβει την υποχρέωση να τα επωμιστεί, είτε έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή για τα έξοδα που θα επιβαρυνθεί με την επιστροφή των προϊόντων¹³⁸. Το κόστος, όμως, επιστροφής των αγαθών στις διασυνοριακές συναλλαγές μπορεί να είναι τόσο υψηλό ώστε να είναι αποτρεπτικό στην άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης¹³⁹.

¹³⁴ Βλ., R. Steennot (2013), σελ.110 -111.

¹³⁵ Βλ. άρθρο 14 παρ.1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, «(...) εκτός εάν ο έμπορος έχει προσφερθεί να παραλάβει τα αγαθά ο ίδιος (...)».

¹³⁶ Άρθρο 14 παρ.1. της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Arndt Kunnecke " NEW STANDARDS IN EU CONSUMER RIGHTS PROTECTION?THE NEW DIRECTIVE 2011/83/EU" (2014) European Scientific Journal, σελ.435.

¹³⁷ Βλ. Άρθρο 14 παρ. 1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και C. Markou (2021), σελ.219 και Luzak, J. (2014), σελ.388.

¹³⁸ Άρθρο 14 παρ.1. της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Luzak, J. (2014), ο.π., Γ. Αργυρός (2013), σελ.9.

¹³⁹ Γ. Αργυρός (2013), σελ.10.

Σε αυτό το πλαίσιο, πρέπει επίσης να καθοριστεί ποιος φέρει τον κίνδυνο εάν κατά την επιστροφή των εμπορευμάτων αυτά απολεσθούν είτε υποστούν ζημιές. Με βάση το άρθρο 20 της Οδηγίας, ο καταναλωτής αναλαμβάνει, κατά γενικό κανόνα τον κίνδυνο απώλειας ή καταστροφής των προϊόντων από τη στιγμή που αποκτά τη φυσική κατοχή αυτών¹⁴⁰. Ακόμη, ο καταναλωτής αναλαμβάνει τον κίνδυνο και στην περίπτωση που ζητήσει όπως η παράδοση των προϊόντων πραγματοποιηθεί μέσω τρίτου ατόμου, ήτοι κάποιου μεταφορέα¹⁴¹. Κατά συνέπεια, εάν ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης και τα εμπορεύματα που προτίθεται να αποστείλει στον έμπορο φέρουν μεγάλες ζημιές που εμποδίζουν την επιστροφή τους, ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα του να λάβει πίσω το τίμημα που έχει καταβάλει¹⁴².

Ωστόσο, παραμένει αναπάντητο το ερώτημα της μετάθεσης του κινδύνου σε περίπτωση όπου τα προϊόντα υποστούν μεγάλες ζημιές, είτε καταστραφούν ολοσχερώς λόγω ανωτέρας βίας¹⁴³. Συγκεκριμένα, δεν είναι απόλυτα σαφές εάν οι διατάξεις του άρθρου 14 παρ.5 περιλαμβάνουν τις περιπτώσεις όπου τα εμπορεύματα μπορεί να υποστούν μεγάλες ζημιές, είτε να καταστραφούν τελείως, εντός της περιόδου υπαναχώρησης, λόγω απρόβλεπτων συνθηκών που τυχόν να εμφανιστούν πριν την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης. Σε περίπτωση καταφατικής απάντησης, ο έμπορος φέρει τον κίνδυνο απώλειας ή καταστροφής των αγαθών¹⁴⁴. Βάσει των διατάξεων του άρθρου 14 παρ.5 της Οδηγίας, όπου προβλέπεται πως ο καταναλωτής δεν φέρει οποιαδήποτε ευθύνη, κατά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, εκτός από τις εξαιρέσεις του άρθρου 13 παρ.2, θα μπορούσε να συναχθεί πως ο έμπορος πρέπει να αναλάβει τον εν λόγω κίνδυνο. Ένεκα, όμως, του γεγονότος πως η οδηγία 2011/83/ΕΕ δεν πραγματεύεται την περίπτωση της απώλειας είτε καταστροφής των αγαθών λόγω ανωτέρα βίας, το ζήτημα θα αντιμετωπιστεί σύμφωνα με τις γενικές αρχές του δικαίου του εκάστοτε κράτους μέλους¹⁴⁵.

Περαιτέρω, τίθεται το ερώτημα εάν ο καταναλωτής μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνος με οποιονδήποτε τρόπο για την μειωμένη αξία των προϊόντων κατόπιν άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Το άρθρο 14 παρ.2 της Οδηγίας αναφέρει πως ο καταναλωτής μπορεί να

¹⁴⁰ Oliva Blázquez F. (2015) "Passing of Risk"(2014), European Perspectives on the Common European Sales Law, SEELR, volume 4, Springerlink, pp 183-205, σελ.202, διαθέσιμο στο https://doi.org/10.1007/978-3-319-10497-3_10.

¹⁴¹ Oliva Blázquez F (2015), ο.π..

¹⁴² Βλ. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan, σελ.41.

¹⁴³ Ge Jiangqiu (2019), σελ.256.

¹⁴⁴ Βλ., R. Steennot (2013), σελ.112.

¹⁴⁵ Βλ., R. Steennot (2013), ο.π., C. Markou (2021), σελ.219.

θεωρηθεί υπεύθυνος μόνο για την μειωμένη αξία των αγαθών που έχει προκύψει από την χρήση των εμπορευμάτων¹⁴⁶, πλην όμως, της περίπτωσης όπου είναι απαραίτητη η χρήση των αγαθών για τον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών και της λειτουργίας αυτών¹⁴⁷.

Η νέα αυτή διάταξη αντιμετωπίζει, ουσιαστικά, το ζήτημα που είχε τεθεί στην υπόθεση Messner¹⁴⁸ αναφορικά με την ανισορροπία που προκύπτει, σε σχέση με τα δικαιώματα των μερών, από την απόφαση του καταναλωτή να επιστρέψει τα αγαθά στον έμπορο πίσω, με τον τελευταίο να βαρύνεται με την υποχρέωση καταβολής ολόκληρου του τιμήματος, χωρίς να λαμβάνεται υπόψη το πιθανό όφελος που μπορεί να έχει αποκομίσει ο καταναλωτής από τη χρήση των αγαθών¹⁴⁹. Η διαμάχη αφορά τη διαφορά μεταξύ της έννοιας της αποζημίωσης για τη χρήση αγαθών που χρησιμοποιείται από το ΔΕΕ και αυτής της αντιστάθμισης για τη μειωμένη αξία των αγαθών που χρησιμοποιείται στην Οδηγία για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών. Στην μεν πρώτη περίπτωση η αποζημίωση καθορίζεται σε συνάρτηση με τα οφέλη που αποκόμισε ο καταναλωτής από τη χρήση του αγαθού κατά την περίοδο της υπαναχώρησης, στη δε περίπτωση υπολογίζεται σε συνάρτηση με την απώλεια που υφίσταται ο έμπορος λόγω του μη ενδεδειγμένου τρόπου χρήσης του προϊόντος¹⁵⁰. Στην υπόθεση Messner το ΔΕΕ έκρινε πως οι καταναλωτές δεν είναι υποχρεωμένοι να αποζημιώνουν τους εμπόρους για τη χρήση των αγαθών που έκαναν κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης, εκτός, εάν η χρήση αυτή θεωρηθεί αντίθετη προς τις αρχές του δικαίου των συμβάσεων¹⁵¹.

Εκ πρώτης όψεως, η διάταξη αυτή μπορεί να θεωρηθεί ως εμπόδιο στην άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης. Μπορεί να υποστηριχθεί πως ο καταναλωτής πιθανότατα να μην εκμεταλλευτεί την περίοδο για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, ώστε να εκτιμήσει σωστά την αξία των προϊόντων από φόβο, μήπως, χρειαστεί να αποζημιώσει τον έμπορο για ενδεχόμενες ζημιές¹⁵². Αυτό θα συνέβαινε, για παράδειγμα, είτε εάν το ποσό της αποζημίωσης ήταν δυσανάλογο σε σχέση με το τίμημα που καταβλήθηκε για την αγορά του προϊόντος, είτε εάν ο καταναλωτής θα έπρεπε να αποδείξει ότι δεν χρησιμοποίησε τα προϊόντα

¹⁴⁶ Kötz, H. (2017), σελ. 196 και Ge Jiangqiu (2019), σελ.242 και Luzak, J. (2014), σελ.388.

¹⁴⁷ C. Cohen (2016), σελ.21.

¹⁴⁸ Απόφαση του Δικαστηρίου της 3ης Σεπτεμβρίου 2009 στην Υπόθεση C-489/07, Pia Messner κατά Firma Stefan Krüger, ECLI:EU:C:2009:502.

¹⁴⁹ Kötz, H. (2017), σελ. 196 και Luzak, J. (2014), σελ.388.

¹⁵⁰ Luzak, J. (2014), σελ.388.

¹⁵¹ Βλ. αιτ. σκέψη 29 της υπόθεσης C-489/07.

¹⁵² C. Cohen (2016), ο.π..

κατά τρόπο μη ενδεδειγμένο πέρα, ώστε, στην ουσία, να του επιτραπεί να κάνει αποτελεσματική χρήση του δικαιώματός του υπαναχώρησης¹⁵³.

Συνεπώς, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 14 παρ.2 και της θέσης του ΔΕΕ ο καταναλωτής επιτρέπεται να χρησιμοποιεί και να επιθεωρεί τα εμπορεύματα με τον ίδιο τρόπο που θα του επιτρεπόταν να πράξει στο φυσικό κατάστημα του έμπορου. Η απλή κατοχή των εμπορευμάτων κατά την περίοδο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, καθώς και η αποσυσκευασία των αγαθών δεν αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες ώστε να υποχρεωθεί ο καταναλωτής να καταβάλει σχετική αποζημίωση στον έμπορο¹⁵⁴. Εναπόκειται, όμως, στον έμπορο να αποδείξει ότι ο καταναλωτής έχει υπερβεί του ενδεδειγμένου τρόπου χρήσης και έχει προβεί σε πραγματική χρήση του προϊόντος¹⁵⁵¹⁵⁶.

Σύμφωνα με τις διατάξεις της οδηγίας 2011/83/ΕΕ δεν φαίνεται να υπάρχει περιθώριο για καταβολή αποζημίωσης για την πραγματική χρήση των εμπορευμάτων κατά την περίοδο της υπαναχώρησης¹⁵⁷. Η έννοια της μειωμένης αξίας αγαθών που χρησιμοποιείται στην σχετική οδηγία, πιθανότατα, να πρέπει να ερμηνευθεί διαφορετικά και ξεχωριστά από την αποζημίωση που οφείλει να καταβάλει ο καταναλωτής για τα οφέλη που αποκόμισε από την πραγματική χρήση ενός προϊόντος¹⁵⁸. Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 14 παρ.5 της Οδηγίας 2011/83/Ε δεν φαίνεται να υπάρχει περιθώριο για αποζημίωση για την πραγματική χρήση των αγαθών κατά την περίοδο υπαναχώρησης. Ο Ευρωπαίος νομοθέτης προέβλεψε μόνο την καταβολή αποζημίωσης για την μειωμένη αξία των αγαθών, αντί για την αποζημίωση για την πραγματική χρήση των αγαθών. Είναι σαφές πως η αποζημίωση για τη μειωμένη αξία των αγαθών μπορεί να είναι πολύ υψηλότερη από αυτήν για την πραγματική χρήση των αγαθών¹⁵⁹, δεδομένου ότι λόγω της χρήσης θα έχουν μετατραπεί σε μεταχειρισμένα αγαθά¹⁶⁰.

¹⁵³ Βλ. αιτ. σκέψη 27 της υπόθεσης C-489/07.

¹⁵⁴ Peter Rott, 'The Balance of Interests in Distance Selling Law – Case Note on nPia Messner v. Firma Stefan Krüger', (2010), 18, European Review of Private Law, Issue 1, σελ.89.

¹⁵⁵ Βλ. M. Loos, (2008), σελ.13 και Peter Rott (2010), σελ. 191, και Peter O'Sullivan, 'Does the New Consumer Rights Directive Enhance Consumer Confidence in the Online Market' (2016) 6 King's Inns Student L Rev 64, σελ.7.

¹⁵⁶ Μια τέτοια απόδειξη θα ήταν εύκολη σε σχέση με προϊόντα, όπως αυτοκίνητα και υπολογιστές, θα ήταν όμως δύσκολη σε σχέση με προϊόντα ενδυμασίας.

¹⁵⁷ Άρθρο 14 παρ.5 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Luzak, J. (2013), σελ. 101.

¹⁵⁸ Βλ. Rott, P (2010), σελ.. 194.

¹⁵⁹ Luzak, J. (2013), σελ.95.

¹⁶⁰ Βλ., R. Steennot (2013), σελ.111 – 112.

Σε κάθε περίπτωση, όμως, ο καταναλωτής προστατεύεται και δεν δύναται να θεωρηθεί υπεύθυνος για τη μειωμένη αξία των αγαθών, όταν δεν έχει ενημερωθεί σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης¹⁶¹. Αυτός ο κανόνας είναι ιδιαίτερα σημαντικός όταν ο καταναλωτής αποφασίσει να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση μετά την παρέλευση μεγάλου χρονικού διαστήματος. Όπως έχει, ήδη, σημειωθεί, η περίοδος υπαναχώρησης παρατείνεται σε δώδεκα μήνες στην περίπτωση που ο καταναλωτής δεν ενημερώνεται για το δικαίωμα υπαναχώρησης. Εάν ο καταναλωτής έπρεπε να αναλάβει το κόστος της μειωμένης αξίας των αγαθών που προέκυψε από τη χρήση του αγαθού κατά τη διάρκεια της παρατεταμένης περιόδου υπαναχώρησης, αυτό θα τον αποθάρρυνε από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και θα καθίστατο άνευ εφαρμογής η πρόνοια για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης¹⁶².

1.7.1.6 Συμβάσεις παροχής υπηρεσιών και συμβάσεις παροχής, νερού, φυσικού αερίου, ηλεκτρικής ενέργειας και ψηφιακού περιεχομένου.

Σε αντίθεση με ό, τι συνέβαινε στην προηγούμενη Οδηγία 97/7/EK, η έναρξη της σύμβασης παροχής υπηρεσιών κατά την περίοδο υπαναχώρησης δεν σημαίνει ότι ο καταναλωτής χάνει τη δυνατότητα αναιτιολόγητης αποδέσμευσης από τη σύμβαση. Ένεκα του γεγονότος αυτού κατέστη αναγκαίο να καθοριστούν οι δαπάνες που πρέπει να βαρύνουν τον καταναλωτή εάν ασκήσει το δικαίωμά υπαναχώρησης από μια σύμβαση μετά την έναρξη εκτέλεσης της¹⁶³. Ενόψει μιας τέτοιας περίπτωσης, είναι σημαντικό να τονίσουμε πως ο καταναλωτής θα πρέπει να αναλάβει το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών μόνο εάν ο ίδιος έχει ζητήσει ρητά από τον έμπορο να εκτελέσει τις υπηρεσίες εντός της περιόδου υπαναχώρησης¹⁶⁴. Το ίδιο ισχύει και για την προμήθεια φυσικού αερίου, νερού ή ηλεκτρικής ενέργειας που δεν διατίθενται προς πώληση σε περιορισμένο όγκο ή καθορισμένη ποσότητα εντός της περιόδου υπαναχώρησης. Εάν ο καταναλωτής έχει συγκατατεθεί ρητά στην εκτέλεση μιας σύμβασης κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης, θα πρέπει να καταβάλει στον έμπορο ένα ποσό, ανάλογο με τις υπηρεσίες που του έχουν παρασχεθεί μέχρι την γνωστοποίηση της απόφασης του να αποδεσμευτεί από την σύμβαση σε σύγκριση με την πλήρη κάλυψη της σύμβασης,¹⁶⁵. Το αναλογικό ποσό που πρέπει να καταβάλει ο καταναλωτής στον έμπορο πρέπει να υπολογίζεται

¹⁶¹ Άρθρο 14 παρ.2 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁶² Luzak, J. (2014), σελ.388.

¹⁶³ Luzak, J. (2013), σελ 101.

¹⁶⁴ Άρθρο 14 παρ.4 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Luzak, J. (2014), σελ.390.

¹⁶⁵ Άρθρο 14 παρ.3 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

με βάση τη συνολική τιμή που έχει συμφωνηθεί στη σύμβαση. Ωστόσο, εάν η συνολική τιμή είναι υπερβολική, το αναλογικό ποσό πρέπει να υπολογίζεται με βάση την αγοραία αξία των παρεχόμενων υπηρεσιών¹⁶⁶. Η αγοραία αξία πρέπει να καθορίζεται συγκρίνοντας την τιμή μιας ισοδύναμης υπηρεσίας που εκτελούν άλλοι έμποροι κατά τη σύναψη της σύμβασης¹⁶⁷. Εάν ο έμπορος παρέλειψε να παράσχει πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης ή την υποχρέωση καταβολής εύλογου κόστους για υπηρεσίες που παρέχονται εντός της περιόδου υπαναχώρησης, ο καταναλωτής δεν υποχρεούται να πληρώσει για τις υπηρεσίες που έτυχαν εκτέλεσης από τον έμπορο κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης¹⁶⁸.

1.8 Εξαιρέσεις από το δικαίωμα υπαναχώρησης

Σε μια προσπάθεια να επιτευχθεί η σωστή ισορροπία μεταξύ ενός υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και του επαρκούς σεβασμού των συμφερόντων των εμπόρων¹⁶⁹, ο Ευρωπαϊός νομοθέτης έχει προβλέψει στο άρθρο 16 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ μια σειρά από περιπτώσεις που αποτελούν εξαιρέσεις από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης. Εφόσον, όμως, πρόκειται για εξαιρέσεις από τον γενικό κανόνα της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, χρήζουν στενής ερμηνείας¹⁷⁰. Ο κατάλογος των εξαιρέσεων είναι εξαντλητικός¹⁷¹, που σημαίνει πως ο έμπορος πρέπει να παράσχει το δικαίωμα υπαναχώρησης στον καταναλωτή για όλες τις συμβάσεις που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και δεν αναφέρονται στο άρθρο 16. Περαιτέρω, να τονίσουμε πως ο καταναλωτής δεν μπορεί να παραιτηθεί συμβατικά από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης¹⁷², ωστόσο, οι έμποροι έχουν την δυνατότητα να αναγνωρίσουν στους καταναλωτές το δικαίωμα υπαναχώρησης, ακόμα, για τις συμβάσεις που περιλαμβάνονται

¹⁶⁶ Άρθρο 14 παρ.3 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁶⁷ Mak, V., & Luzak, J. (2014), σελ. 15.

¹⁶⁸ Άρθρο 14 παρ.4 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁶⁹ Frauke Henning-Bodewig, 'Distance Sales of Heating Oil and the Consumer's Right of Withdrawal – A Fair Balance?', (2016), 5, Journal of European Consumer and Market Law, Issue 2, σελ.88.

¹⁷⁰ Βλ. European Commission (2014), σελ.54.

¹⁷¹ Λόγω της μέγιστης εναρμόνισης, τα κράτη μέλη δεν μπορούν να προσθέσουν επιπλέον περιπτώσεις στην λίστα που προβλέπεται στο άρθρο 16 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, αλλά ούτε και να αποκλείσουν σχετικές από αυτήν. Σε αντίθεση με την οδηγία 2011/83/ΕΕ, η νέα Οδηγία 2019/2161/ΕΕ (Omnibus), η οποία τροποποιεί την σχετική οδηγία επιτρέπει στα κράτη μέλη να προβαίνουν σε ορισμένες παρεκκλίσεις σε εθνικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, τα κράτη μέλη μπορούν να καθορίσουν την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σε ορισμένες περιπτώσεις που αποτελούν εξαίρεση με βάση το άρθρο 16 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁷² Βλ. άρθρο 25 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

στον κατάλογο του άρθρου 16¹⁷³. Στο σημείο αυτό θα αναφερθώ σε ορισμένες από τις εν λόγω περιπτώσεις που χρήζουν ιδιαίτερης αναφοράς.

1.8.1 Απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης μόλις εκτελεστεί πλήρως η συναφθείσα σύμβαση.

Η πρώτη εξαίρεση που προβλέπεται στο στοιχείο α' του άρθρου 16, αναφέρει πως ο καταναλωτής δεν δικαιούται να υπαναχωρήσει από μια σύμβαση παροχής υπηρεσιών, μετά την πλήρη εκτέλεση αυτής¹⁷⁴. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι ο καταναλωτής χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης μόνο εάν η εκτέλεση έχει ξεκινήσει με την προηγούμενη ρητή του συγκατάθεση και με την αναγνώριση πως θα χάσει το δικαίωμα της αναιτιολόγητης αποδέσμευσης, μόλις εκτελεστεί πλήρως η σύμβαση από τον έμπορο. Συγκρίνοντας την σχετική πρόβλεψη με αυτήν της προηγούμενης οδηγίας 97/7/EK, γίνεται κατευθείαν σαφές ότι η προστασία που προσφέρει η οδηγία 2011/83/EE είναι μεγαλύτερη. Συγκεκριμένα, με βάση τις προηγούμενες διατάξεις της Οδηγίας 97/7/EK, ο καταναλωτής έχανε το δικαίωμα του να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση όταν είχε ξεκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης παροχής υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης και είχε αναγνωρίσει την απώλεια του δικαιώματός του κατά την ολοκλήρωση της σύμβασης¹⁷⁵. Βέβαια, η αναγνώριση της απώλειας του δικαιώματος υπαναχώρησης πρέπει να διασφαλιστεί από τον έμπορο σε σχέση με υπηρεσίες που είναι πιθανό να ολοκληρωθούν πριν από τη λήξη της περιόδου υπαναχώρησης των 14 ημερών¹⁷⁶. Πράγματι, δεν υπάρχει λόγος ο καταναλωτής να προβεί στην αναγνώριση της απώλειας του δικαιώματος υπαναχώρησης, εάν η εκτέλεση της σύμβασης θα ολοκληρωθεί σε χρόνο μεταγενέστερο της περιόδου άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Φυσικά, αυτό δεν επηρεάζει τις υποχρεώσεις ενημέρωσης του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχεία η' και ια', δυνάμει των οποίων ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται για την ύπαρξη του εν λόγω δικαιώματος και τις συνθήκες υπό τις οποίες δύναται να το απωλέσει¹⁷⁷.

¹⁷³ Steennot R. "Sale of goods made to the consumer's specifications at a trade fair: ab initio no right of withdrawal: Case C-529/19 Möbel Kraft, EU:C:2020:846" (2021), *Maastricht Journal of European and Comparative Law*, Volume 28, Issue, Sage Journals, σελ. 409, διαθέσιμο στο [10.1177/1023263X21996014](https://doi.org/10.1177/1023263X21996014).

¹⁷⁴ Βλ. άρθρο 16 στοιχείο α' της Οδηγίας 2011/83/EE.

¹⁷⁵ Βλ. άρθρο 6 παρ.3 της Οδηγίας 97/7/EK.

¹⁷⁶ Βλ. C. Markou (2021), σελ.221.

¹⁷⁷ Βλ. Φ. Νικολάου (2021), σελ.18.

1.8.2 Προϊόντα που έχουν εξατομικευτεί με βάση τις προδιαγραφές του καταναλωτή, είτε έχουν αναμειχθεί άρρηκτα με άλλα στοιχεία.

Περαιτέρω, το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν παρέχεται σε αγαθά που έχουν προσαρμοστεί και κατασκευαστεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές και ανάγκες του καταναλωτή¹⁷⁸. Συγκεκριμένα, ένας καταναλωτής δεν μπορεί να υπαναχωρήσει από μια σύμβαση πώλησης προϊόντων όταν τα εν λόγω προϊόντα για παράδειγμα είναι κουρτίνες που έχουν ραφτεί κατόπιν παραγγελίας του καταναλωτή, είτε ένα νυφικό το οποίο αποτελεί ένα εξατομικευμένο προϊόν που έχει σχεδιαστεί και κατασκευαστεί στην βάση εξειδικευμένων προδιαγραφών και αναγκών¹⁷⁹. Στην ουσία, η εν λόγω εξαίρεση καλύπτει οποιοδήποτε προϊόν που δεν αποτελεί μέρος της προσφοράς του εμπόρου στο ευρύ κοινό και αντίθετα είναι εξατομικευμένο και έχει σχεδιαστεί σύμφωνα με προσωπικές επιλογές ή μετρήσεις που δίνονται από τον καταναλωτή. Από την άλλη, η εξατομίκευση με την ευρύτερη έννοια του, όπου δηλαδή προσφέρεται σε όλους τους καταναλωτές η επιλογή μεταξύ διαφορετικών τυπικών επιλογών ή στοιχείων όπως για παράδειγμα, το χρώμα, ο πρόσθετος εξοπλισμός σε ένα μηχάνημα, δεν εμπίπτει στην υπό εξέταση περίπτωση εξαίρεσης από την άσκηση του δικαιώματος. Η αιτιολόγηση για την πρόβλεψη της εν λόγω εξαίρεσης έγκειται, προφανώς, στο γεγονός ότι οι έμποροι ενδέχεται να μην είναι σε θέση να επαναπωλήσουν τα επιστρεφόμενα εξατομικευμένα προϊόντα, με αποτέλεσμα να καθίστατο το δικαίωμα υπαναχώρησης υπερβολικά επαχθές γι' αυτούς¹⁸⁰.

Σε συνάρτηση με τα παραπάνω ενδιαφέρον παρουσιάζει η υπόθεση C-529/19¹⁸¹, όπου το ΔΕΕ κλήθηκε να εξετάσει προδικαστικό ερώτημα που υποβλήθηκε σε σχέση με την ερμηνεία της εξαίρεσης που αναφέρεται στο άρθρο 16 στοιχείο γ'. Αναφορικά με τα πραγματικά περιστατικά που έλαβαν χώρα στον πλαίσιο της εν λόγω υπόθεσης να αναφέρουμε πως καταναλωτής ενώ είχε συνάψει σύμβαση κατασκευής και παράδοσης εντοιχισμένης κουζίνας με την εταιρεία Möbel Kraft, στη συνέχεια, επικαλούμενος το δικαίωμα υπαναχώρησης αρνήθηκε να παραλάβει την εν λόγω κουζίνα. Συνεπεία τούτου, η Möbel Kraft να ασκήσει

¹⁷⁸ Βλ. άρθρο 16 στοιχείο γ' της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, Βλ. αιτιολογική σκέψη 49 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Α. Καραμπατζός, *Ιδιωτική Αυτονομία και Προστασία του Καταναλωτή-Μία συμβολή στην συμπεριφορική οικονομική ανάλυση του Δικαίου*, 2016, εκδ. Π.Ν. Σάκκουλας, σ. 256-257.

¹⁷⁹ Βλ. Α. Καραμπατζός (2016), σελ.257.

¹⁸⁰ Βλ. Α. Καραμπατζός (2016), σελ.257.

¹⁸¹ Απόφαση του Δικαστηρίου της 21ης Οκτωβρίου 2020 στην Υπόθεση C-529/19, Möbel Kraft GmbH & Co. KG κατά ML, ECLI:EU:C:2020:846.

αγωγή ενώπιον του αιτούντος του προδικαστικού ερωτήματος Δικαστηρίου ζητώντας την καταβολή αποζημίωσης λόγω μη εκτέλεσης από τον καταναλωτή της επίμαχης σύμβασης¹⁸². Με την υποβολή του προδικαστικού ερωτήματος το αιτούν Δικαστήριο ζητούσε από το ΔΕΕ να διευκρινίσει κατά πόσο η εξαίρεση του άρθρου 16 στοιχείο γ' της Οδηγίας μπορούσε να αντιταχθεί στον καταναλωτή ακόμα και στην περίπτωση όπου ο έμπορος δεν έχει αρχίσει την παραγωγή του σχετικού προϊόντος¹⁸³. Το ΔΕΕ έχοντας εξετάσει τα υποβληθέντα ερωτήματα έκρινε πως το άρθρο 16 στοιχείο γ', της οδηγίας 2011/83/Ε έχει την έννοια ότι η προβλεπόμενη στη διάταξη αυτή εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης μπορεί να αντιταχθεί στον καταναλωτή ο οποίος συνήψε σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος με αντικείμενο την πώληση αγαθού το οποίο θα πρέπει να κατασκευασθεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές του, ανεξαρτήτως του αν ο έμπορος έχει αρχίσει την παραγωγή του εν λόγω αγαθού. Ακόμη, η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν επιτρέπεται και στην περίπτωση όπου η πώληση ενός προϊόντος αφορά αγαθά τα οποία μετά την παράδοση τους βρίσκονται άρρηκτα αναμειγμένα με άλλα στοιχεία είτε καθίστανται αναπόσπαστα συστατικά άλλων εμπορευμάτων¹⁸⁴. Με αποτέλεσμα, η επιστροφή τέτοιων προϊόντων να είναι πρακτικά αδύνατη είτε αδικαιολόγητα επαχθής¹⁸⁵.

1.8.3 Προϊόντα που έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση και τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής.

Άλλη σημαντική περίπτωση κατά την οποία δεν επιτρέπεται η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης είναι στην προμήθεια προϊόντων τα οποία είναι σφραγισμένα και δεν δύναται να επιστραφούν για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής¹⁸⁶. Η περίπτωση αυτή καλύπτει μεταξύ άλλων φαρμακευτικά προϊόντα και ορισμένα καλλυντικά. Σύμφωνα, όμως, με την ανάγκη για στενή ερμηνεία των εξαιρέσεων, η Επιτροπή σημειώνει ότι για να ισχύει η συγκεκριμένη εξαίρεση, θα πρέπει να συντρέχουν πραγματικοί λόγοι προστασίας της υγείας ή της υγιεινής¹⁸⁷. Η σφράγιση ενός προϊόντος δεν αποτελεί προϋπόθεση αποκλεισμού της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Επομένως, ένας καταναλωτής δύναται να

¹⁸² Βλ. αιτ. σκέψη 9 της υπόθεσης C-529/19.

¹⁸³ Βλ. αιτ. σκέψη 15 της υπόθεσης C-529/19.

¹⁸⁴ Βλ. άρθρο 16 στοιχείο στ' της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁸⁵ Βλ. αιτ. σκέψη 49 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁸⁶ Βλ. άρθρο 16 στοιχείο ε' της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁸⁷ Βλ. European Commission (2014), σελ. 55.

υπαναχωρήσει από μια σύμβαση πώλησης, για παράδειγμα, ενός αρώματος το οποίο είναι σφραγισμένο, καθώς δεν συντρέχουν λόγοι υγιεινής.

Στην υπόθεση C-681/17¹⁸⁸ το ΔΕΕ κλήθηκε να ερμηνεύσει την έκταση του δικαιώματος υπαναχώρησης των καταναλωτών στις περιπτώσεις αγοράς προϊόντων, τα οποία, όμως, έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση. Στην εν λόγω υπόθεση η Slewο, επιχείρηση διαδικτυακών πωλήσεων που εμπορεύεται μεταξύ άλλων και στρώματα, πώλησε ορισμένα στρώματα στον Sascha Ledowski για ιδιωτική χρήση. Στους γενικούς όρους της σύμβασης αναφερόταν πως το δικαίωμα υπαναχώρησης αποκλείεται όταν σε περιπτώσεις συμβάσεων για την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών, τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, αυτά αποσφραγιστούν μετά την παράδοση¹⁸⁹. Ο κ. Sascha Ledowski, όμως, αφού αποσφράγισε τα στρώματα, ενημέρωσε την εταιρεία για την επιθυμία του να υπαναχωρήσει από την σύμβαση και τους ζήτησε να αναλάβουν με δικά τους έξοδα της μεταφορά των προϊόντων. Ένεκα, όμως του γεγονότος πως η εταιρεία δεν προέβη στην εν λόγω μεταφορά, ανέλαβε ο ίδιο τα έξοδα της μεταφοράς. Εν συνέχεια, ασκώντας αγωγή στα Γερμανικά Δικαστήρια επιχείρησε να διεκδικήσει το τίμημα των προϊόντων, όπως επίσης, και τα έξοδα μεταφοράς που είχε επωμιστεί.

Ενόψει των εξελίξεων αυτών το Δικαστήριο υπέβαλε προδικαστικό ερώτημα στο ΔΕΕ για να διευκρινιστεί αν στην εξαίρεση που προβλέπει το άρθρο 16, στοιχείο ε', της οδηγίας 2011/83 εντάσσεται και η περίπτωση παράδοσης ενός στρώματος του οποίου το προστατευτικό περιτύλιγμα αφαιρέθηκε από τον καταναλωτή μετά την παράδοσή του. Ο βασικός λόγος που υποβλήθηκε το εν λόγω προδικαστικό ερώτημα είναι το γεγονός πως το στρώμα αποτελεί ένα προϊόν με το οποίο οι καταναλωτές δύναται να έρθουν σε επαφή και έτσι να διακυβεύεται η προστασία της υγείας και της υγιεινής¹⁹⁰. Το ΔΕΕ τόνισε πως η απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης από προϊόντα που έχουν αποσφραγιστεί εξαρτάται από την φύση και την λειτουργία που αυτά έχουν και από το γεγονός αν καθίστανται, μετά την αποσφράγιση τους, οριστικά ακατάλληλα προς την εκ νέου χρήση και διάθεση τους στην αγορά¹⁹¹. Το ΔΕΕ εξομοιώνοντας το στρώμα με είδη ένδυσης ανέφερε πως ο έμπορος προβαίνοντας σε διαδικασίες καθαρισμού και απολύμανσης αυτού μπορεί να το θέσει εκ νέου στην αγορά και

¹⁸⁸ Απόφαση του Δικαστηρίου της 27ης Μαρτίου 2019, στην Υπόθεση C-681/17, slewo – schlafen leben wohnen GmbH κατά Sascha Ledowski, ECLI:EU:C:2019:255.

¹⁸⁹ Βλ. αιτ. σκέψη 12 της υπόθεσης C-681/17.

¹⁹⁰ Βλ. αιτ. σκέψεις 13 έως 25 της Υπόθεσης C-681/17.

¹⁹¹ Βλ. αιτ. σκέψη 42 της Υπόθεσης C-681/17.

έκρινε πως στην εξαίρεση του άρθρου 16 στοιχείο ε΄ της Οδηγίας 2011/83 δεν περιλαμβάνεται η περίπτωση της επιστροφής στρώματος, του οποίου το προστατευτικό περιτύλιγμα αφαιρέθηκε από τον καταναλωτή μετά την παράδοσή του.

1.8.4 Προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου πάνω σε υλικό μέσο

Άλλη, σημαντική εξαίρεση από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης αποτελεί η περίπτωση της προμήθειας ψηφιακού περιεχομένου που δεν παρέχεται σε υλικό μέσο. Η εξαίρεση σε αυτήν την περίπτωση εξαρτάται από την εκτέλεση της σύμβασης¹⁹² (streaming ή downloading), η οποία έχει ξεκινήσει με την ρητή συγκατάθεση¹⁹³ του καταναλωτή και την παραδοχή της απώλειας του δικαιώματος υπαναχώρησης¹⁹⁴. Να σημειώσουμε πως η συγκατάθεση, όπως επίσης, και η αναγνώριση της απώλειας του εν λόγω δικαιώματος μπορούν να ζητηθούν και να εξασφαλιστούν από τον έμπορο μέσω μιας ενιαίας δήλωσης, μέσω της οποίας δυνατόν να εκπληρώνεται επίσης το καθήκον ενημέρωσης του εμπόρου του άρθρου 6 παράγραφος 1 στοιχείο ια)¹⁹⁵.

Στην υπόθεση C-641/19¹⁹⁶ το ΔΕΕ, μεταξύ διαφόρων ζητημάτων που τέθηκαν ασχολήθηκε με την εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης της περίπτωσης της παροχής ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου σε υλικό μέσο. Στην εν λόγω υπόθεση καταναλώτρια προέβη στην κατάρτιση σύμβασης για δωδεκάμηνη συνδρομή «premium» σε ιστότοπο συναντήσεων και επιβεβαίωσε την εταιρία ότι έπρεπε να αρχίσει να εκπληρώνει την προβλεπόμενη από την εν λόγω σύμβαση παροχή, πριν από τη λήξη της προθεσμίας υπαναχώρησης. Η πραγματοποίηση επαφής με άλλους χρήστες επιτυγχάνονταν βάσει ενός τεστ προσωπικότητας και τα αποτελέσματα του οποίου παραγόντουσαν μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, τα οποία λάμβαναν οι συνδρομητές υπό τη μορφή «εκθέσεως αναλύσεως της προσωπικότητας». Η καταναλώτρια, ωστόσο, μετά την παρέλευση τεσσάρων ημερών από την σύναψη της σύμβασης άσκησε το δικαίωμα υπαναχώρησης με αποτέλεσμα να χρεωθεί ένα υψηλό ποσό

¹⁹² N. Helberger, M.B.M Loos, L. Guibault, C. Mak, L. Pessers "Digital Content Contracts for Consumers" (2013), *J Consum Policy* 36, Springerlink, σελ.44 διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1007/s10603-012-9201-1>.

¹⁹³ Βλ. Φ. Νικολάου (2021), σελ.2.

¹⁹⁴ Βλ. άρθρο 16 στοιχείο ιγ΄ της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ και Alberto De Franceschi, 'The EU Digital Single Market Strategy in Light of the Consumer Rights Directive', (2015), *Journal of European Consumer and Market Law*, vol.4, Issue 4, Kluwer, σελ.145, και Dominika Bezakova, (2013), σελ.185.

¹⁹⁵ European Commission (2014), σελ. 66

¹⁹⁶ Απόφαση του Δικαστηρίου της 8ης Οκτωβρίου 2020, στην Υπόθεση C-641/19, EU κατά PE Digital GmbH, ECLI:EU:C:2020:808.

αποζημίωσης. Μη αποδεχόμενη το σχετικό ποσό, άσκησε αγωγή στο Δικαστήριο της Γερμανίας για να της επιστραφεί το ποσό που καταβλήθηκε για την ολοκλήρωση της συνδρομής της. Το αιτούν Δικαστήριο προχώρησε στην υποβολή προδικαστικού αιτήματος όσον αφορά την ερμηνεία της εξαίρεσης του δικαιώματος υπαναχώρησης σε περίπτωση παροχής ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου σε υλικό μέσο της περίπτωσης¹⁹⁷. Το ΔΕΕ αφ' ότου εξέτασε τα σχετικά ζητήματα, έκρινε πως η κατάρτιση, από ιστότοπο συναντήσεων, εκθέσεως αναλύσεως της προσωπικότητας με βάση ενός τεστ προσωπικότητας, το οποίο έχει διενεργηθεί από τον ιστότοπο αυτόν δεν συνιστά παροχή «ψηφιακού περιεχομένου», κατά την έννοια της διατάξεως του εν λόγω άρθρου¹⁹⁸.

1.8.5 Συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης σε συνδεδεμένες συμβάσεις

Εάν ο καταναλωτής ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης σε σχέση με μια σύμβαση εξ αποστάσεως, κάθε παρεπόμενη σύμβαση τερματίζεται αυτόματα, χωρίς κανένα κόστος για τον καταναλωτή¹⁹⁹. Οι παρεπόμενες συμβάσεις είναι συμβάσεις με τις οποίες ο καταναλωτής αποκτά παρεπόμενα αγαθά ή υπηρεσίες που σχετίζονται με τη σύμβαση εξ αποστάσεως και τα οποία παρέχονται είτε από τον ίδιο τον έμπορο είτε από τρίτο άτομο, βάσει συμφωνίας μεταξύ του τελευταίου και του εμπόρου²⁰⁰. Ωστόσο σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 15 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ τα κράτη μέλη πρέπει να θεσπίσουν λεπτομερείς κανόνες για τη λύση των εν λόγω συμβάσεων. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι οι διατάξεις για τις παρεπόμενες συμβάσεις που ενσωματώνονται στην σχετική οδηγία δεν ισχύουν για συνδεδεμένες συμβάσεις πίστωσης, οι οποίες εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας για την καταναλωτική πίστη²⁰¹. Ειδικότερα, το άρθρο 15 της Οδηγίας 2008/48/ΕΚ ορίζει πως στην περίπτωση όπου οι καταναλωτές ασκήσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως, ο καταναλωτής δεν δεσμεύεται πλέον από την συνδεδεμένη σύμβαση πίστωσης.

¹⁹⁷ Βλ. αιτ. σκέψη 40 της υπόθεσης C-641/19.

¹⁹⁸ Βλ. αιτ. σκέψη 47 παρ. 3 της υπόθεσης C-641/19.

¹⁹⁹ Βλ. άρθρο 15 παρ.1 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

²⁰⁰ ο.π..

²⁰¹ Οδηγία 2008/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Απριλίου 2008, για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης και την κατάργηση της οδηγίας 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου και C. Twigg-Flesner, D. Metcalfe, σελ.384.

2. ΔΙΚΑΙΟΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΘΕΣΜΟΘΕΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΞ΄ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ

Δεδομένου ότι το δικαίωμα υπαναχώρησης συνεπάγεται σημαντική διάβρωση της αρχής *pacta sunt servanda*, η συνεκτική αιτιολόγηση του είναι βαρύνουσας σημασίας, για σκοπούς δικαιοπολιτικής κατανόησης των λόγων που οδήγησαν στην θεσμοθέτηση του²⁰². Στο κεφάλαιο αυτό θα εξετάσουμε, αρχικά, τα πλεονεκτήματα του δικαιώματος υπαναχώρησης που ενισχύουν την αποτελεσματικότητα της άσκησης του και εν συνεχεία, θα αναλύσουμε τους λόγους που ορισμένοι συγγραφείς θεωρούν πως δεν δικαιολογούν την θεμελίωση του εν λόγω δικαιώματος στις εξ΄ αποστάσεως συμβάσεις.

2.1 Επιχειρήματα θεμελίωσης του δικαιώματος υπαναχώρησης στις εξ΄ αποστάσεως συμβάσεις

Η Επιτροπή, όπως επίσης, και πολλοί συγγραφείς θεωρούν πως το δικαίωμα υπαναχώρησης αποτελεί ένα από τα πλέον απαραίτητα προστατευτικά μέτρα που λαμβάνονται για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών στις εξ΄ αποστάσεως συμβάσεις²⁰³. Αρχικά, η πρόβλεψη του δικαιώματος υπαναχώρησης στις συμβάσεις εξ΄ αποστάσεως μπορεί να δικαιολογηθεί από την ασυμμετρία των πληροφοριών, που δημιουργούν τον εγγενή κίνδυνο ο καταναλωτής να μην έχει λάβει τεκμηριωμένη απόφαση. Στις εξ΄ αποστάσεως συμβάσεις αυτή η ασυμμετρία προκύπτει από το γεγονός πως για τη σύναψη τους χρησιμοποιούνται διάφορα μέσα επικοινωνίας εξ΄ αποστάσεως, τα οποία καθιστούν τις εν λόγω συμβάσεις περίπλοκες και ο καταναλωτής δυσκολεύεται στην απορρόφηση των ουσιωδών πληροφοριών²⁰⁴. Σημειώνεται πως ο όγκος των πληροφοριών που συλλέγονται και επεξεργάζονται οι καταναλωτές μπορεί να εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως οι γνωστικές τους ικανότητες, η εμπειρία τους σχετικά με την διενέργεια ηλεκτρονικών συναλλαγών αλλά και από την αντίληψη και

²⁰² H. Eidenmüller (2011), σελ.5.

²⁰³ Ümit GEZDER, σελ. 1188.

²⁰⁴ H. EIDENMÜLLER, F. FAUST, H.C. GRIGOLET, N. JANSEN, G. WAGNER. and R. ZIMMERMAN, "Towards a Revision of the Consumer Acquis", *Common Market Law Review* (2011) Volume 48 (Issue 4), σελ. 1102 και Rekaiti P., Van den Bergh, R. "Cooling-Off Periods in the Consumer Laws of the EC Member States. A Comparative Law and Economics Approach" (2000), *Journal of Consumer Policy* 23, Springerlink, pp.371–408 και R. Steennot, *EUROPEAN CONSUMER LAW JOURNAL*, (2013), σελ.21.

εκτίμηση του κινδύνου που ενέχουν οι συμβάσεις εξ' αποστάσεως εν γένει²⁰⁵. Επίσης, οι καταναλωτές παρατηρείται πως είναι υπερβολικά αισιόδοξοι όσον αφορά τους κινδύνους που φέρουν οι εξ' αποστάσεως συμβάσεις, με αποτέλεσμα να ερμηνεύουν τις πληροφορίες που λαμβάνουν με τρόπο πιο ευνοϊκό με γνώμονα τις έμφυτες προκαταλήψεις τους²⁰⁶. Στην πράξη αυτό σημαίνει πως οι πληροφορίες που έχουν στην διάθεση τους οι καταναλωτές είναι περιορισμένες σε σχέση με τις πληροφορίες που έχει στην κατοχή του ο έμπορος, γεγονός που οδηγεί σε διαπραγματευτική ανισότητα μεταξύ των μερών²⁰⁷. Ο Ευρωπαϊός Νομοθέτης, παρέχοντας στους καταναλωτές το υποχρεωτικό δικαίωμα της υπαναχώρησης, εξασφάλισε ότι θα έχουν τη δυνατότητα να εξετάσουν την κατάσταση, ποιότητα και αξία των αγαθών και, εν τέλει, να λάβουν τεκμηριωμένη απόφαση για το αν θα παραμείνουν δεσμευμένοι από την συναφθείσα σύμβαση²⁰⁸.

Βέβαια, η προσέγγιση αυτή παρατηρείται πως δεν έχει πρακτική σημασία σε όλα τα αγαθά. Συγκεκριμένα, το εν λόγω δικαίωμα δεν έχει πρακτική σημασία σε προϊόντα των οποίων η ποιότητα είναι πολύ δύσκολο να διαπιστωθεί από τους καταναλωτές ακόμα και μετά την χρήση τους. Σε αυτές τις περιπτώσεις, πιθανότητα, η προθεσμία της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης να παρέλθει, προτού ο καταναλωτής εξακριβώσει την ποιότητα των σχετικών προϊόντων. Συνεπώς, η αναιτιολόγητη αποδέσμευση από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως αποτελεί, ουσιαστικά, σπουδαίο εργαλείο μόνο σε προϊόντα των οποίων η ποιότητα μπορεί να εξακριβωθεί εύκολα μετά την απλή δοκιμή τους²⁰⁹. Παρόλο που γίνεται κατανοητό πως υπάρχει διάκριση μεταξύ των διαφορετικών τύπων αγαθών για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, εντούτοις, ο Ευρωπαϊός Νομοθέτης, υποστήριξε την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σχετικά με όλα τα προϊόντα ανεξαρτήτως κατηγορίας. Παράλληλα σημειώθηκε πως εάν από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης ανακύψουν προβληματικές σε σχέση με ορισμένους τύπους προϊόντων, τότε τα σχετικά προϊόντα θα πρέπει να εξαιρούνται από την άσκηση του σχετικού δικαιώματος²¹⁰.

²⁰⁵ Luzak J. (2013), σελ. 98.

²⁰⁶ Peter O'Sullivan (2016) σελ. 74.

²⁰⁷ Twigg-Flesner, C., & Schulze, R. "Protecting rational choice: Information and the right of withdrawal" (2010), In G. Howells, I. Ramsay, T. Wilhelmsson, & D. Kraft (Eds.), Handbook of research on international consumer law, Edward Elgar., σ. 145

²⁰⁸ Omri Ben-Shahar & Oren Bar-Gill, "Regulatory Techniques in Consumer Protection: A Critique of European Consumer Contract Law" (2013), 50 Common Market Law Review 109, σελ. 116-117.

²⁰⁹ H. Eidenmüller (2011), σελ. 8

²¹⁰ Bl. R. Steennot, EUROPEAN CONSUMER LAW JOURNAL, (2013), σελ.21.

Εν συνεχεία, ασκώντας το δικαίωμα υπαναχώρησης οι καταναλωτές μπορούν να τερματίσουν συμβάσεις που έχουν καταρτιστεί κατόπιν στρεβλωμένης, από εξωτερικούς παράγοντες, απόφασης του καταναλωτή²¹¹. Ο υπερβολικός ενθουσιασμός για την απόκτηση ενός προϊόντος, ο περιορισμένος έως καθόλου χρόνος για τις διαπραγματεύσεις μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως, η δυσκολία ολοκλήρωσης αυτών, αλλά και η ψυχολογική πίεση που υφίστανται οι καταναλωτές από πρακτικές μάρκετινγκ, αποτελούν ορισμένους από τους παράγοντες που δυνατόν να στρεβλώσουν την απόφαση του καταναλωτή για σύναψη μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως²¹². Ειδικότερα, παρατηρείται πως οι έμποροι προβαίνουν πολύ συχνά σε τακτικές μάρκετινγκ με απώτερο σκοπό να χειραγωγήσουν τους καταναλωτές, ώστε οι τελευταίοι να προχωρήσουν στην κατάρτιση συμβάσεων εξ' αποστάσεως. Τις πλείστες περιπτώσεις οι πρακτικές που χρησιμοποιεί ένας έμπορος είναι αρκετά δελεαστικές με αποτέλεσμα οι καταναλωτές, νικημένοι από τα παρορμητικά τους συναισθήματα, αποφασίζουν να συμβληθούν με τον έμπορο. Λαμβανομένων υπόψη των πιο πάνω γίνεται σαφές πως το δικαίωμα υπαναχώρησης σε αυτές τις περιπτώσεις αποτελεί ένα μέτρο προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών, καθώς, οι τελευταίοι έχουν την δυνατότητα να αναθεωρήσουν την απόφαση τους κατά την περίοδο της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Τούτων λεχθέντων, αφ' ης στιγμής παρέχεται η δυνατότητα επανόρθωσης της στρεβλωμένης απόφασης του καταναλωτή με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, τότε η θεσμοθέτηση της, από δικαιοπολιτικής σκοπιάς, είναι δικαιολογημένη.

Επιπλέον, οι αποφάσεις των καταναλωτών να συνάψουν μια σύμβαση ενδέχεται να στρεβλωθούν όχι μόνο από εξωτερικούς, αλλά και από εσωτερικούς παράγοντες. Συγκεκριμένα, η ευάλωτη ψυχολογική κατάσταση στην οποία μπορεί να βρίσκεται ένας καταναλωτής, προτού καταρτίσει μια σύμβαση εξ' αποστάσεως, πιθανότατα να επηρεάσει την ορθολογική του κρίση²¹³. Μελέτες δείχνουν πως όταν οι καταναλωτές προβαίνουν σε αγορές υπό την επίδραση εφήμερων συναισθημάτων, είναι πιθανόν μεταγενέστερα να μετανιώσουν για τη σύμβαση που συνήψαν²¹⁴. Σε περίπτωση που τα ευρήματα αυτά ισχύουν και για τις εξ' αποστάσεως πωλήσεις, τότε η περίοδος άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης επιτρέπει στους καταναλωτές να αναθεωρήσουν εκ νέου την απόφαση τους²¹⁵. Η έλλειψη αυτοελέγχου

²¹¹ H. Eidenmüller (2011), σελ.14.

²¹² ο.π..

²¹³ H. Eidenmüller (2011), σελ.16-17 και C. Cohen, σελ. 17.

²¹⁴ C.R. Sunstein, R.H. Thaler "Libertarian paternalism is not an oxymoron" (2003), John M. Olin Law & Economics Working Paper No. 185 σελ. 28–29.

²¹⁵ Rott, P., & Terryn, E, "Right of Withdrawal and Standard Terms" (2010), In H. W. Micklitz, J. Stuyck, & E. Terryn (Eds.), Consumer law, Oxford: Hart Publishing σελ 240.

των καταναλωτών πολύ εύκολα μπορεί να οδηγήσει σε παρορμητικές αποφάσεις και συχνές εναλλαγές στις προτιμήσεις τους εντός σχετικά σύντομου χρονικού διαστήματος²¹⁶. Από αυτή την άποψη, γίνεται κατανοητό πως οι καταναλωτές χρειάζονται την περίοδο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, ώστε να λάβουν τεκμηριωμένη απόφαση για τον αν θα παραμείνουν δεσμευμένοι από την σύμβαση που έχουν καταρτίσει.

Παρόλο, που δεν υπάρχουν εμπειρικά στοιχεία που να υποδηλώνουν ότι οι καταναλωτές που συνάπτουν συμβάσεις εξ αποστάσεως είναι πιο επιρρεπείς από τους καταναλωτές που μεταβαίνουν στο φυσικό κατάστημα του εμπόρου, εντούτοις, η προστασία των δικαιωμάτων τους διευρύνθηκε μέσω της εισαγωγής του δικαιώματος υπαναχώρησης και στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως, προκειμένου να προωθηθεί η κατάρτιση τους και από καταναλωτές που είναι επιρρεπείς στην λήψη σχετικών αποφάσεων²¹⁷. Αν και το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν μπορεί να εμποδίσει τον καταναλωτή να λαμβάνει παρορμητικές αποφάσεις, παρέχει, όμως, την δυνατότητα στον καταναλωτή, σε περίπτωση που μετανιώσει για την σύναψη μιας σύμβασης, να υπαναχωρήσει από αυτήν²¹⁸. Η αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης ενθαρρύνει, επομένως, τους καταναλωτές να προβαίνουν σε ολοένα και περισσότερες συμβάσεις εξ' αποστάσεως στο εγγύς μέλλον. Περαιτέρω, θεωρώ πως η αναγνώριση της δυνατότητας άσκησης του εν λόγω δικαιώματος, ίσως, να μετριάσει τις πρακτικές μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν οι έμποροι για να χειραγωγήσουν τους καταναλωτές.

Τέλος, η έλλειψη οποιασδήποτε προσωπικής επαφής μεταξύ του καταναλωτή και του εμπόρου, κατά την σύναψη της σύμβασης, μπορεί να παρακωλύσει τους καταναλωτές να αξιολογήσουν σωστά την αξιοπιστία της συναλλαγής που προτίθενται να διενεργήσουν, με αποτέλεσμα να διακυβεύεται η εμπιστοσύνη των καταναλωτών όσον τις διασυνοριακές συναλλαγές. Το γεγονός πως δεν οι καταναλωτές δεν έχουν την δυνατότητα να εξετάσουν τα αγαθά που επιθυμούν να αποκτήσουν, οξύνουν ακόμα περισσότερο την έλλειψη εμπιστοσύνης. Συνεπεία αυτών, ο Ευρωπαϊός Νομοθέτης για να αμβλύνει τις ανησυχίες των καταναλωτών και να ενισχύσει την εμπιστοσύνη τους στις διασυνοριακές συναλλαγές, εισήγαγε το δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως²¹⁹.

²¹⁶ Rekaiti and Van den Bergh 2000, σελ. 372 – 375.

²¹⁷ O. Ben-Shahar, E. A. Posner (2011) " The right to withdraw in contract law", *The Journal of Legal Studies*, 2011, vol. 40, issue 1.

²¹⁸ C. Cohen, σελ.17.

²¹⁹ Luzak J. (2013), 99

2.2 Επικρίσεις κατά της θεμελίωσης του δικαιώματος Υπαναχώρησης

Αν και εκ πρώτης όψεως φαίνεται πως το δικαίωμα υπαναχώρησης από τις εξ' αποστάσεως συμβάσεις προστατεύει του καταναλωτές από την λήψη βεβιασμένων και στρεβλωμένων αποφάσεων, το βασικό ερώτημα είναι αν πραγματικά είναι αποτελεσματική η προστασία που παρέχει. Εν αντιθέσει με τους συγγραφείς που υποστηρίζουν και δικαιολογούν την θεσμοθέτηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, υπάρχουν και αρκετοί συγγραφείς²²⁰ που δεν συμφωνούν με την αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης ως μέτρο προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών²²¹. Ένας από τους λόγους που διαφωνούν με την θεμελίωση του δικαιώματος υπαναχώρησης είναι πως αυτό αντιβαίνει στην θεμελιώδους σημασίας αρχή *Pacta sunt servanda* που διέπει το δίκαιο των συμβάσεων²²². Η εν λόγω αρχή θεωρείται θεμελιώδους σημασίας, αφενός γιατί υπαγορεύει πως τα συμβαλλόμενα μέρη δεσμεύονται από τις συμβάσεις στις οποίες έχουν συμβληθεί οικειοθελώς. Αφετέρου, γιατί ενισχύει την αποτελεσματικότητα ενός νομικού συστήματος. Εάν δεν υφίστατο, δεν θα μπορούσαν να επιτευχθούν εύκολα μακροπρόθεσμες συμφωνίες από φόβο πως η τήρηση τους θα ήταν ανέφικτη²²³. Συνεπώς, οποιαδήποτε παρέκκλιση από την εφαρμογή της σχετικής αρχής επιτρέπεται μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις²²⁴. Συγκεκριμένα, όταν το ένας μέρος της σύμβασης δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις που ανέλαβε από την συναφθείσα σύμβαση, είτε τις εκπληρώνει, όχι όμως, με τον προσήκοντα τρόπο, τότε παρέχεται το δικαίωμα στον αντισυμβαλλόμενο μέρος να υπαναχωρήσει από την σύμβαση. Δεδομένου ότι το δικαίωμα υπαναχώρησης, όπως έχει αναλυθεί στο προηγούμενο κεφάλαιο, δεν εμπίπτει σε καμία από αυτές τις περιπτώσεις, διαφέρει ουσιαστικά από τις εξαιρέσεις της αρχής *pacta sunt servand*. Λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του - ανεξάρτητα από το αν χαρακτηρίζεται ως εξαίρεση ή έκφανση της αρχής *pacta sunt servand* - η εισαγωγή του στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις απαιτεί ισχυρή αιτιολόγηση²²⁵.

Όπως έχει αναφερθεί στο προηγούμενο κεφάλαιο, ο βασικότερος λόγος που παρέχεται το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι για να έχει την δυνατότητα ο καταναλωτής να ελέγξει την

²²⁰ Ümit GEZDER, σελ.1188 « (...) Η Ελβετία έχει αναγνωρίσει από το 1991 το Δικαίωμα Υπαναχώρησης του Καταναλωτή στις συμβάσεις κατ' οίκον πώλησης (...) ».

²²¹ Ümit GEZDER, σελ. 1187.

²²² H. Eidenmüller (2011), σελ. 2.

²²³ H. Eidenmüller (2011), σελ. 2.

²²⁴ C. Cohen, (2016), σελ. 14-15

²²⁵ C. Cohen (2016), σελ. 14-15.

κατάσταση και την ποιότητα των προϊόντων, για να αντισταθμιστεί, με αυτόν τον τρόπο η ασυμμετρία πληροφοριών μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή. Ωστόσο, ορισμένοι συγγραφείς πιστεύουν πως η αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης θα μπορούσε να αποθαρρύνει τους καταναλωτές από το να αναζητήσουν όλες τις επαρκείς πληροφορίες που χρειάζονται για τα αγαθά που προτίθενται να αγοράσουν, καθώς, οποιοδήποτε λάθος μπορεί να διορθωθεί, εκ των υστέρων, με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης²²⁶. Γίνεται κατανοητό πως μια τέτοια κατάσταση θα μπορούσε να οδηγήσει στην όξυνση της ασυμμετρίας πληροφοριών μεταξύ των μερών, καθ' ότι, οι καταναλωτές ενδεχομένως να μην έχουν κίνητρο να συλλέξουν, εκ των προτέρων, όλες τις ουσιώδεις πληροφορίες για σκοπούς εκτίμησης της αξίας του αγαθού.

Άλλοι συγγραφείς υποστηρίζουν, ακόμη, πως το καθήκον ενημέρωσης εκ μέρους του εμπόρου σε συνδυασμό με το καθιερωμένο υποχρεωτικό δικαίωμα υπαναχώρησης παρέχει ένα υπέρμετρο πλαίσιο προστασίας του καταναλωτή²²⁷. Ο έμπορος είναι υποχρεωμένος, με βάση το άρθρο 6 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, να παράσχει στον καταναλωτή όλες τις ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο τελευταίος για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση σύναψης μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως²²⁸. Στην ουσία, οι απαιτήσεις ενημέρωσης του εν λόγω άρθρου που αφορούν τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως αποτελούν το σημαντικότερο μέτρο προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών²²⁹. Από την στιγμή, όμως, που υπάρχει ο κίνδυνος να μην έχουν παρασχεθεί όλες οι αναγκαίες πληροφορίες, η περίοδος άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης επιτρέπει στον καταναλωτή να εξετάσει το προϊόν που αγόρασε και να αποφασίσει ένα θέλει να παραμείνει δεσμευμένος από την συναφθείσα σύμβαση, αλλά αυτό από μόνο του δεν δικαιολογεί τον υποχρεωτικό χαρακτήρα του δικαιώματος υπαναχώρησης²³⁰. Επομένως, η δυνατότητα του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως, κατόπιν λήψεως όλων των ουσιωδών πληροφοριών από μέρους του καταναλωτή, δεν αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την λήψη τεκμηριωμένης απόφασης²³¹.

Στο πλαίσιο αυτό, τίθεται ερώτημα εάν η ασυμμετρία πληροφοριών μπορεί να δικαιολογήσει της άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης από συμβάσεις παροχής υπηρεσιών που συνάπτονται εξ' αποστάσεως. Πιο ειδικά, να τονίσουμε πως στις πλείστες περιπτώσεις ο

²²⁶ H. Eidenmüller (2011), σ. 16

²²⁷ Jan Smits, 'Rethinking the Usefulness of Mandatory Rights of Withdrawal in Consumer Contract Law: The Right to Change Your Mind?' (2011), Penn State International Law Review, σελ. 679.

²²⁸ Aonghus McClafferty (2012), σελ.99

²²⁹ F. Kathleen, T. Klaus (2012), σελ. 68.

²³⁰ J. Smits, σελ. 679.

²³¹ ο.π..

καταναλωτής που συνάπτει μια σύμβαση παροχής υπηρεσιών εξ' αποστάσεως λαμβάνει ακριβώς τις ίδιες πληροφορίες με έναν καταναλωτή που συνάπτει αυτού του είδους τη σύμβαση στις εγκαταστάσεις του εμπόρου²³². Συνεπώς, οι ασυμμετρίες πληροφοριών δεν μπορούν να δικαιολογήσουν την ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχώρησης για συμβάσεις υπηρεσιών που έχουν συναφθεί εξ αποστάσεως. Πιθανώς, το σκεπτικό πίσω από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν είναι η διασφάλιση της προστασίας των καταναλωτών, αλλά η τόνωση των διασυνοριακών εξ αποστάσεως συμβάσεων που σχετίζονται με την παροχή υπηρεσιών²³³. Ωστόσο, η αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης αποκλειστικά και μόνο για την διασφάλιση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις δεν αποτελεί και πολύ πειστικό λόγο²³⁴.

Περαιτέρω, για να θεωρείται αποτελεσματική η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης θα πρέπει τα οφέλη από την άσκηση του να υπερβαίνουν το κόστος του²³⁵. Πιο αναλυτικά, όπως έχει ήδη αναφερθεί με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης ο καταναλωτής μπορεί να επιβαρυνθεί με το κόστος της αποζημίωσης για την μειωμένη αξία των αγαθών, λόγω της μη ενδεδειγμένης χρήσης τους. Ωστόσο, λόγω της θέσπισης της υποχρέωσης αποζημίωσης των εμπόρων για την μειωμένη αξία των αγαθών, ανακύπτουν δύο βασικά ζητήματα που σχετίζονται, εν γένει, με την αποτελεσματικότητα του δικαιώματος υπαναχώρησης²³⁶. Αρχικά, υποστηρίζεται πως η καταβολή αποζημίωσης για μειωμένη αξία αγαθών λόγω της χρήσης τους μπορεί να υπονομεύσει την σκοπιμότητα θεμελίωσης του δικαιώματος υπαναχώρησης για τη διεύρυνση των συναλλαγών εξ' αποστάσεως²³⁷. Οι καταναλωτές ενδεχομένως να αποφύγουν να χρησιμοποιήσουν τα αγαθά που αγόρασαν κατά την περίοδο υπαναχώρησης υπό τον φόβο, μήπως κληθούν να καταβάλουν οποιοδήποτε ποσό αποζημίωσης. Πιθανότατα να προτιμήσουν να προβούν σε λανθασμένη εκτίμηση της αξίας των αγαθών, παρά να επιβαρυνθούν με οποιοδήποτε ποσό για την χρήση τους²³⁸. Ακόμη, το πρόβλημα του υψηλού κόστους αποζημίωσης είναι αρκετά έντονο στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως παροχής υπηρεσιών, των οποίων η εκτέλεση έχει ήδη ξεκινήσει κατά την περίοδο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης²³⁹.

²³² Βλ. R. Steennot, EUROPEAN CONSUMER LAW JOURNAL, (2013), σελ.21.

²³³ Βλ. C. Cohen (2016) σελ.15.

²³⁴ Βλ. H. Eidenmüller, (2011), σελ.6

²³⁵ Βλ. H. Eidenmüller, (2011), σελ. 2.

²³⁶ Βλ. Luzak J. (2011), σελ. 95-96.

²³⁷ ο.π..

²³⁸ Twigg-Flesner and Schulze 2010, σ. 156.

²³⁹ Rott, P., & Terryn, E 2010, σελ. 263

Μια τέτοια προσέγγιση θα οδηγούσε στην περαιτέρω αποφυγή διενέργειας των διασυννοριακών συναλλαγών. Εν συνεχεία, σε περίπτωση που το ποσό της αποζημίωσης εξαρτηθεί από το χρονικό διάστημα που τα αγαθά βρίσκονται στην κατοχή των καταναλωτών, στην πράξη αυτό σημαίνει πως, ενδεχομένως, οι καταναλωτές να λάβουν βεβιασμένες αποφάσεις. Η κατάσταση αυτή δεν θα εξυπηρετούσε τον στόχο του δικαιώματος υπαναχώρησης, ο οποίος είναι η παροχή επαρκούς χρόνου στους καταναλωτές για να εκτιμήσουν την αξία των αγαθών και να μην μετανιώσουν για τις αποφάσεις τους²⁴⁰.

Ακόμη, έχει παρατηρηθεί πως η αναβλητικότητα που παρουσιάζουν οι καταναλωτές, κατά την περίοδο υπαναχώρησης, οδηγεί στην πεποίθηση πως δεν χρειάζεται να προβούν σε οποιαδήποτε ενέργεια σε μια δεδομένη στιγμή, εφόσον θα έχουν χρόνο μελλοντικά για να την ολοκληρώσουν, με αποτέλεσμα να καθυστερούν στην λήψη σχετικής απόφασης²⁴¹. Συνεπεία τούτου, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως η αναβλητικότητα οδηγεί στην μείωση της αποτελεσματικότητας του δικαιώματος υπαναχώρησης. Στην βάση αυτών γίνεται κατανοητό πως η παράταση της περιόδου υπαναχώρησης μέσω της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ επηρεάζει τα συμφέροντα των καταναλωτών. Ειδικότερα, ενώ, γενικά, η πρόβλεψη μακράς περιόδου άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης θεωρείται πως ωφελεί τους καταναλωτές και βλάπτει τους εμπόρους, το αντίθετο θα μπορούσε να ισχύσει λόγω των επιπτώσεων της αναβλητικότητας²⁴². Όσο περισσότερο χρόνο έχουν στην διάθεση τους οι καταναλωτές, τόσο πιο πιθανό είναι να αναβάλουν την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Επιπλέον, παρόλο που στην αιτιολόγηση του δικαιώματος αναφέρθηκε πως το δικαίωμα υπαναχώρησης ενισχύει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις διασυννοριακές συναλλαγές, ωστόσο, ορισμένοι συγγραφείς είναι πεπεισμένοι ότι η καθιέρωση ενός υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης πιθανότατα να υπονομεύσει τη διαδικασία οικοδόμησης της εμπιστοσύνης των καταναλωτών²⁴³. Πιο αναλυτικά, η καθιέρωση του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης να μεν παρέχει την δυνατότητα στον καταναλωτή να αποδεσμευτεί ελεύθερα από μια σύμβαση, ταυτόχρονα, όμως, εμποδίζει τον έμπορο αναπτύξει σχέση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές²⁴⁴. Εν αντιθέσει, η εκούσια απόφαση του εμπόρου να παραχωρήσει στους καταναλωτές την δυνατότητα να υπαναχωρήσουν ελεύθερα από μια

²⁴⁰ Luzak J. (2011), σελ. 95-96

²⁴¹ Luzak J. (2011), σελ. 104-105.

²⁴² M. Loos, "Rights of Withdrawal" (2009) In G. Howells & R. Schulze (Eds.), *Modernising and harmonising consumer contract law*, European Law Publishers, σελ. 244

²⁴³ βλ. H. Eidenmüller (2011), σελ. 6.

²⁴⁴ Βλ. C. Cohen, σελ. 17-18.

σύμβαση θα εκληφθεί θετικά και θα ενισχύσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών²⁴⁵. Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τον συγγραφέα Smith Jan το γεγονός ότι έμποροι λιανικής πώλησης παραχωρούν εκούσια το δικαίωμα υπαναχώρησης ακόμα και σε περιπτώσεις όπου δεν φέρουν νομική υποχρέωση να το πράξουν, έχει αυξήσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών²⁴⁶. Ο λόγος που ενεργούν κατ' αυτόν τον τρόπο οι έμποροι, παρόλο που οι καταναλωτές - από την στιγμή που μεταβαίνουν στο φυσικό κατάστημα του εμπόρου - δεν θεωρείται πως αιφνιδιάζονται ή δεν είναι κατάλληλα ενημερωμένοι για τα προϊόντα, είναι για να δημιουργήσουν σχέση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές²⁴⁷. Η ίδια πολιτική θα μπορούσε να έχει ακολουθηθεί και στις συμβάσεις που συνάπτονται εξ' αποστάσεως. Λαμβανομένων υπ' όψιν των πιο πάνω η αποτελεσματικότητα του καθιερωμένου υποχρεωτικού δικαιώματος στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως είναι αμφισβητήσιμη²⁴⁸.

Τέλος, υποστηρίζεται πως οι καταναλωτές, οι οποίοι συμπεριφέρονται ορθολογικά όταν λαμβάνουν απόφαση σύναψης μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως, δεν χρειάζονται την αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης, καθώς έχουν την αντίληψη να αναλύσουν το συμβατικό κόστος και τα οφέλη και δεν θα αποτελέσουν εύκολα θύματα των προαναφερθέντων συμπεριφορικών προκαταλήψεων²⁴⁹. Άλλοι καταναλωτές θα προτιμούσαν να πληρώσουν λιγότερα για τα αγαθά, αντί της παραχώρησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, ακόμη κι αν υπήρχε ο κίνδυνος να μην έχουν εκτιμήσει σωστά την συναφθείσα σύμβαση²⁵⁰. Από την άλλη, οι λιγότερο ορθολογικοί καταναλωτές που θα ασκούσαν πολύ πιο εύκολα το δικαίωμα υπαναχώρησης, πιθανότατα να υποκύψουν σε μια από τις προαναφερθείσες παγίδες και νομοθετικά αποπήματα, με αποτέλεσμα να μην επωφελούνται του δικαιώματος υπαναχώρησης. Με βάση τα όσα αναφέρθηκαν, οι καταναλωτές, ίσως, να αντιληφθούν την πατερναλιστική απόφαση για εισαγωγή του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης στις συναλλαγές εξ' αποστάσεως ως επαχθής και περιττή²⁵¹. Το ερώτημα, ωστόσο, που ανακύπτει είναι εάν οποιαδήποτε άλλη ρυθμιστική επιλογή θα μπορούσε να εκπληρώσει τους ίδιους στόχους με αυτούς του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης και ενδεχομένως να μειώσει τα αναφερόμενα μειονεκτήματα.

²⁴⁵ Βλ. C. Cohen, σελ. 18

²⁴⁶ Βλ. J. Smits, σελ. 677-679

²⁴⁷ Βλ. J. Smits, σελ. 680.

²⁴⁸ Βλ. H. Eidenmüller (2011), σ. 6.

²⁴⁹ Luzak J. (2013), σελ. 106.

²⁵⁰ Luzak J. (2013), σελ. 106.

²⁵¹ Bar-Gill and Ben-Shahar 2013, σελ. 115-119

2.3 Εναλλακτικά καθεστώτα αναγνώρισης δικαιώματος υπαναχώρησης

2.3.1 Συμβατική πρακτική

Εάν κριθεί πως δεν υπάρχουν επιτακτικοί λόγοι που να δικαιολογούν τον υποχρεωτικό χαρακτήρα του δικαιώματος υπαναχώρησης, τότε αναγνώριση του θα μπορούσε, τουλάχιστον, να συμφωνείται συμβατικά²⁵². Ακόμη και αν πρέπει να παραδεχτούμε ότι μια τέτοια ριζική αλλαγή δεν είναι πιθανό να συμβεί στο τρέχον νομοθετικό πλαίσιο, είναι, ωστόσο, ενδιαφέρον να εξετάσουμε τα πιθανά πλεονεκτήματα ενός μη θεσμοθετημένου δικαιώματος υπαναχώρησης. Στο πλαίσιο της εν λόγω συμβατικής πρακτικής ο νόμιμος χαρακτήρας του δικαιώματος υπαναχώρησης εκλείπει και παρέχεται η δυνατότητα στους εμπόρους να ενσωματώσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης στους γενικούς όρους των συμβάσεων εξ' αποστάσεως²⁵³. Οι έμποροι έχοντας απώτερο σκοπό να προσελκύσουν τους καταναλωτές θα προέβαιναν στην εκούσια αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις²⁵⁴. Ωστόσο, είναι κοινός τόπος πως το ένα δικαίωμα υπαναχώρησης το οποίο δεν έχει υποχρεωτικό χαρακτήρα δεν εγγυάται το ίδιο επίπεδο προστασίας σε όλους τους τύπους καταναλωτών. Αυτή η κατάσταση θα ωφελούσε μόνο τους ορθολογικούς καταναλωτές. Λαμβάνοντας υπόψη μας, όμως, πως η πλειοψηφία των καταναλωτών δεν συμπεριφέρεται με τον ενδεδειγμένο τρόπο στις συναλλαγές που διενεργούνται, γίνεται σαφές πως οι λιγότερο ορθολογικοί καταναλωτές θα εξαιρούνταν πλήρως από την προστασία του δικαιώματος υπαναχώρησης²⁵⁵.

2.3.2 Δικαίωμα υπαναχώρησης ως προκαθορισμένος κανόνας

Μια άλλη επιλογή θα ήταν να αναγνωριστεί το δικαίωμα υπαναχώρησης ως προκαθορισμένος κανόνας. Στο πλαίσιο αυτού του καθεστώτος το νόμιμο δικαίωμα υπαναχώρησης αποκλείεται από τα μέρη. Για να δικαιολογηθεί αυτός ο κανόνας θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως με αυτόν τον τρόπο παρέχεται η δυνατότητα σύναψης μιας σύμβασης που εξυπηρετεί τα

²⁵² H. Eidenmüller (2011), σελ. 10.

²⁵³ H. Eidenmüller (2011), σελ. 10 -11.

²⁵⁴ C. Cohen, σελ. 22-23.

²⁵⁵ C. Cohen, σελ. 22-23.

συμφέροντα των μερών, εξοικονομώντας π.χ. το κόστος της συναλλαγής²⁵⁶. Ωστόσο, το ζήτημα που ανακύπτει είναι πως στο καθεστώς του προκαθορισμένου κανόνα ο καταναλωτής δεν μπορεί να λάβει μονομερώς απόφαση αποκλεισμού του δικαιώματος υπαναχώρησης. Δεδομένων αυτών το πιο πιθανό είναι ότι οι έμποροι θα αποκλίνουν από το δικαίωμα υπαναχώρησης σύμφωνα με τους συνήθεις όρους τους. Στην συνέχεια, ενδέχεται, οι όροι αυτοί να αμφισβητηθούν από τους καταναλωτές και επαφίεται στα δικαστήρια να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα του δικαιώματος υπαναχώρησης. Καθώς, όμως, τα δικαστήρια δεν έχουν σαφή εικόνα σχετικά με το κόστος και τα οφέλη που σχετίζονται με το δικαίωμα υπαναχώρησης, θα είναι αμφίβολη η ορθότητα των αποφάσεων τους. Η κύρια κριτική που πρέπει να ασκηθεί εναντίον αυτού του καθεστώτος είναι ότι δεν κατανέμει την αρμοδιότητα λήψης απόφασης όσον αφορά τη σκοπιμότητα του δικαιώματος υπαναχώρησης στο καταλληλότερο μέρος, δηλαδή στον καταναλωτή²⁵⁷.

2.3.3 Δικαίωμα υπαναχώρησης ως προαιρετικό καθεστώς

Το δικαίωμα υπαναχώρησης στο πλαίσιο των συμβάσεων εξ' αποστάσεως θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί από ένα καθεστώς βάσει του οποίου θα αποτελούσε νομική επιλογή για τον καταναλωτή²⁵⁸. Συγκεκριμένα, ο Ευρωπαϊός Νομοθέτης θα μπορούσε να προβλέψει πως όλες οι συναλλαγές εξ' αποστάσεως θα προσφέρονται με ή και χωρίς το δικαίωμα υπαναχώρησης. Οι καταναλωτές, και όχι οι έμποροι, θα έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν την διενέργεια μιας συναλλαγής με ή χωρίς την αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης²⁵⁹. Μέσω του καθεστώτος αυτού ο καταναλωτής θα υποχρεωνόταν να αποφασίσει εάν είναι προς το συμφέρον του η σύναψη σύμβασης με δυνατότητα άσκησης του εν λόγω δικαιώματος, λόγω του υψηλού κόστους²⁶⁰. Ειδικότερα, το δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως θεωρείται, υπό το καθεστώς της προαιρετικής επιλογής, ασφάλιση έναντι του κινδύνου να διαπιστώσει μετά την παράδοση των προϊόντων πως αυτά δεν ανταποκρίνονται στο τίμημα που καταβλήθηκε. Συνεπώς, οι καταναλωτές που χρειάζονται περισσότερη προστασία και δεν είναι σίγουροι εάν έχουν εκτιμήσει σωστά την αξία των αγαθών, θα μπορούσαν να προσθέσουν στη σύμβασή τους σχετική ρήτρα αναγνώρισης του δικαιώματος

²⁵⁶ H. Eidenmüller (2011), σελ.11.

²⁵⁷ ο.π..

²⁵⁸ ο.π..

²⁵⁹ Bar-Gill και Ben-Shahar 2013, σελ. 19–20.

²⁶⁰ H. Eidenmüller (2011), σελ.11

υπαναχώρησης²⁶¹. Η πρόσθετη τιμή για την αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης αποτελεί ουσιαστικό το «ασφάλιστρο» που πρέπει να επιβαρυνθεί ο καταναλωτής²⁶². Ένα σαφές πλεονέκτημα του καθεστώτος αυτού είναι πως το πρόσθετο κόστος επί της σύμβασης θα το επωμιστούν μόνο οι καταναλωτές που θα επιλέξουν το προαιρετικό δικαίωμα της υπαναχώρησης. Από την στιγμή που γίνεται κατανοητό πως θα υπάρξουν δύο τύποι συμβάσεων με διαφορετικό κόστος η κάθε μια, υπάρχει ο κίνδυνος οι καταναλωτές να ενεργήσουν καταχρηστικά. Η διαφορά, όμως, θα είναι τόσο μικρή που θα αποθαρρύνει τους καταναλωτές να προβούν σε καταχρηστικές ενέργειες²⁶³. Λαμβανομένων υπόψη των πιο πάνω, σημειώνεται πως, το καθεστώς του προαιρετικού δικαιώματος υπαναχώρησης θα μπορούσε να δελεάσει τους καταναλωτές να συνάψουν συμβάσεις εξ αποστάσεως πώλησης με παρόμοιο τρόπο με αυτό του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης, καθώς, οι έμποροι δεν θα μπορούσαν να εμποδίσουν την αναγνώριση του εν λόγω δικαιώματος, κατόπιν επιλογής του από τους καταναλωτές²⁶⁴. Ωστόσο, μέσω της ρύθμισης αυτής δεν προστατεύονται οι καταναλωτές που δεν πρόκειται να επιλέξουν να συνάψουν μια σύμβαση εξ' αποστάσεως με την αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης, λόγω των φαινομένων καταναλωτικής ψυχολογίας που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Στην ουσία, το εν λόγω καθεστώς θα αφαιρέσει την προστασία από τους καταναλωτές που είναι λιγότερο ενημερωμένοι, με περιορισμένο ορθολογισμό και επιρρεπείς σε αδράνεια και αναβλητικότητα κατά τη λήψη αποφάσεων²⁶⁵. Τέτοιοι καταναλωτές προστατεύονται επαρκώς, προς το παρόν, από το υποχρεωτικό δικαίωμα υπαναχώρησης που έχει καθιερώσει η Οδηγία 2011/83/ΕΕ. Υπό το πρίσμα των πιο πάνω εναλλακτικών ρυθμίσεων καταλήγουμε πως υπάρχει περιθώριο συζήτησης ως προς το κατά πόσο το υποχρεωτικό δικαίωμα υπαναχώρησης είναι η καλύτερη πρακτική για τη διασφάλιση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως.

3. ΝΕΟΤΕΡΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

²⁶¹ Luzak J. (2011), σελ. 107.

²⁶² H. Eidenmüller (2011), σ.11

²⁶³ C. Cohen, σελ. 24.

²⁶⁴ Luzak J. ο.π..

²⁶⁵ ο.π..

Η Ευρωπαϊκή Οδηγία 2019/2161/ΕΕ²⁶⁶, γνωστή και ως Οδηγία «Omnibus²⁶⁷» εκδόθηκε με σκοπό την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών²⁶⁸. Η εν λόγω Οδηγία, μεταξύ άλλων, περιορίζει σε κάποιο βαθμό την πολύ αυστηρή αρχή της μέγιστης εναρμόνισης που είχε υιοθετηθεί στην Οδηγία 2011/83/ΕΕ για τα δικαιώματα των καταναλωτών²⁶⁹. Πιο κάτω θα εξετάσουμε συνοπτικά τις κυριότερες τροποποιήσεις που έχει επιφέρει στην Οδηγία 2011/83/ΕΕ και, ιδίως, όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης.

3.1 Κυριότερες τροποποιήσεις αναφορικά με την Οδηγία 2011/83/ΕΕ

3.1.1 Επέκταση πεδίου εφαρμογής της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ

Αρχικά, να σημειώσω πως η Οδηγία 2019/2161/ΕΕ έχει διευρύνει τους ορισμούς που συμπεριλαμβάνονται στην Οδηγία 2011/83/ΕΕ. Συγκεκριμένα, έχει εισάγει τον ορισμό της επιγραμμικής αγοράς²⁷⁰, ο οποίος από τεχνολογική άποψη είναι πιο ουδέτερος για να καλύψει νέες τεχνολογίες. Συνεπώς, η Οδηγία 2011/83/ΕΕ δεν αναφέρεται πλέον σε «ιστότοπο», αλλά σε λογισμικό, συμπεριλαμβανομένου του ιστοτόπου, μέρους ιστοτόπου ή εφαρμογής, το οποίο διαχειρίζεται έμπορος ή τρίτος στο όνομα εμπόρου, σύμφωνα με την έννοια της επιγραμμικής διεπαφής²⁷¹. Ακόμη, έχει επεκτείνει την έννοια του προϊόντος, εντάσσοντας σ' αυτήν τις έννοιες του ψηφιακού περιεχομένου και των ψηφιακών υπηρεσιών²⁷². Τέλος, εισάγει την έννοια των προσωπικών δεδομένων και τροποποιούνται οι ορισμοί της σύμβασης πώλησης και της σύμβασης παροχής υπηρεσιών.

²⁶⁶ Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2019 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 (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ).

²⁶⁷ C. Cauffman "New EU rules on business-to-consumer and platform-to-business relationships" (2019), *Maastricht Journal of European and Comparative Law* 26(4), SAGE journals, σελ.475.

²⁶⁸ Đurović, Mateja, "Adaptation of consumer law to the digital age: EU Directive 2019/2161 on modernisation and better enforcement of consumer law" (2020), *Annals of the Faculty of Law in Belgrade*, vol 68, issue.2.

²⁶⁹ D. Mateja (2020), σελ.65.

²⁷⁰ Με βάση τα άρθρα 3 παρ. 1 στοιχείο ιδ' και 4 παρ 1 στοιχείο ε' της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ ο ορισμός της επιγραμμικής αγοράς περιλαμβάνει όλες εκείνες τις υπηρεσίες, τις οποίες διαχειρίζεται ο έμπορος ή άλλος εξ ονόματος του εμπόρου, οι οποίες χρησιμοποιούν λογισμικό για να επιτρέπουν στους καταναλωτές να διαπραγματεύονται εξ' αποστάσεως με άλλους επαγγελματίες ή καταναλωτές χρησιμοποιώντας λογισμικό, συμπεριλαμβανομένου ιστοτόπου ή εφαρμογής, το οποίο διαχειρίζεται έμπορος ή άλλος εξ ονόματος του εμπόρου (παροχέας διαδικτυακής αγοράς).

²⁷¹ Βλ. αιτ. σκέψη 25 της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ, Maria Luisa Chiarella "Platform Contracts: Legal Framework and User Protection" *Athens Journal of Law* (2021), 8, σελ. 3..

²⁷² Βλ. αιτ. σκέψη κα άρθρο 4 παρ. 1 στοιχεία α' και δ' της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ.

3.1.2 Δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα του καταναλωτή ως αντίτιμο της σύμβασης

Μετά τις τροποποιήσεις που εισήγαγε η Οδηγία 2019/2161/ΕΕ το δίκαιο των καταναλωτών θα εφαρμόζεται πλέον και σε συμβάσεις που υποτίθεται πως καταρτίζονται «δωρεάν», ενώ στην πραγματικότητα οι καταναλωτές παρέχουν τα προσωπικά τους δεδομένα ως αντάλλαγμα για την χρήση των παρεχόμενων ψηφιακών υπηρεσιών²⁷³. Πρακτικά, αυτό σημαίνει πως η Οδηγία 2011/83/ΕΕ θα εφαρμόζεται και στην χρήση των πλέον διαδεδομένων εφαρμογών Facebook και Instagram, οι οποίες υποτίθεται παρέχονται κατόπιν συγκατάθεσης λήψης ως ανταλλάγματος των προσωπικών δεδομένων των χρηστών²⁷⁴.

Δεδομένων των ολοένα και πιο έντονων πράξεων συλλογής των προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών, η ενίσχυση της προστασίας των δικαιωμάτων των τελευταίων θεωρείται αναγκαία. Συγκεκριμένα, οι πάροχοι των υποτιθέμενων δωρεάν ψηφιακών υπηρεσιών θα πρέπει, για πρώτη φορά, να συμμορφωθούν πλήρως με τις απαιτήσεις της νομοθεσίας περί της προστασίας των καταναλωτών²⁷⁵. Αυτό σημαίνει πως θα πρέπει να σέβονται όλους τους υποχρεωτικούς κανόνες σε σχέση με τις απαιτήσεις προσυμβατικής ενημέρωσης²⁷⁶ και προϋποθέσεως άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης²⁷⁷.

3.1.3 Ειδικότερες τροποποιήσεις σε σχέση με το δικαίωμα υπαναχώρησης στις εξ' αποστάσεως συμβάσεις

Με βάση το άρθρο 4 παρ. 11, στοιχείο α' της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ, σε περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως για χρήση ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακής υπηρεσίας, ο καταναλωτής οφείλει να αποφεύγει να χρησιμοποιεί το ψηφιακό περιεχόμενο ή την ψηφιακή υπηρεσία²⁷⁸. Ωστόσο, από την διατύπωση της διάταξης ανακύπτουν σοβαρά ερμηνευτικά ζητήματα. Αρχικά, δεν προκύπτει με σαφή τρόπο εάν η υποχρέωση αυτή έχει επιτακτικό ή προτρεπτικό χαρακτήρα. Συνεπεία τούτου,

²⁷³ Βλ. αιτ. σκέψη 31 της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ και άρθρο 4 παρ.2 στοιχείο β' της ίδιας Οδηγίας.

²⁷⁴ D. Mateja (2020), σελ.67.

²⁷⁵ Α. Κοντογιάννη, "Η Οδηγία 2019/2161/ΕΕ («Νέα Συμφωνία για τους Καταναλωτές») και η επίδρασή της στο ευρωπαϊκό κεκτημένο της προστασίας του καταναλωτή" (2021), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ, σελ.2.

²⁷⁶ Α. Κοντογιάννη (2021), σελ.9.

²⁷⁷ D. Mateja (2020), σελ.68.

²⁷⁸ Βλ. άρθρο 4 παρ. 11 της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ.

δημιουργούνται ερωτήματα αναφορικά με τις έννομες συνέπειες που θα επιφέρει η τυχόν μη συμμόρφωση του καταναλωτή με τις διατάξεις του σχετικού άρθρου²⁷⁹.

Ένεκα του γεγονότος πως η νέα αυτή διάταξη έχει προστεθεί στην παράγραφο 2 του άρθρου 14 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, η οποία εισάγει την ευθύνη του καταναλωτή για τυχόν μείωση της αξίας του αγαθού, μπορεί να υποστηριχθεί πως σε περίπτωση που ο καταναλωτής δεν αποφύγει την περαιτέρω χρήση του ψηφιακού περιεχομένου ή υπηρεσίας, θα επιβαρυνθεί με επιπλέον κόστος αποζημίωσης. Βέβαια, με βάση το άρθρο 14 παρ. 2 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ για να επωμιστεί ο καταναλωτής οποιοδήποτε κόστος αποζημίωσης θα πρέπει να αποδειχθεί πως ο τελευταίος δεν χρησιμοποίησε τις σχετικές υπηρεσίες με τον ενδεδειγμένο τρόπο²⁸⁰. Η υποχρέωση του καταναλωτή να αποζημιώσει τον έμπορο, όπως έχει ήδη αναφερθεί σε σχετικό κεφάλαιο παύει να υφίσταται όταν ο έμπορος παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή για το δικαίωμα υπαναχώρησης.

Η ρύθμιση αυτή, όμως, δημιουργεί περαιτέρω προβληματισμούς όσον αφορά την δυσκολία διάκρισης μεταξύ της δοκιμής και της χρήσης των ψηφιακών περιεχομένων και υπηρεσιών. Εκ των πραγμάτων, η απλή χρήση των σχετικών υπηρεσιών και προϊόντων δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί, χωρίς π.χ. την λήψη ενός ηλεκτρονικού βιβλίου, είτε την ενεργοποίηση ενός λογισμικού, είτε την δημιουργία και χρήση σχετικής εφαρμογής. Όπως γίνεται αντιληπτό σε αυτές τις περιπτώσεις ο καταναλωτής δεν προβαίνει στην απλή δοκιμή των ψηφιακών υπηρεσιών και περιεχομένου, αλλά επωφελείται κανονικά από τις σχετικές παροχές. Από την κανονική χρήση των σχετικών προϊόντων δυνατόν να ανακύψουν ζητήματα άρνησης επιστροφής, εν όλω ή εν μέρει, του τιμήματος που καταβλήθηκε, πέραν της καταβολής αποζημίωσης από μέρους του καταναλωτή, για τη μείωση της αξίας των εν λόγω αγαθών²⁸¹. Κατ' επέκταση αποδυναμώνεται η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και ο καταναλωτής, πιθανότατα, να παραμείνει εγκλωβισμένος σε μια σύμβαση, που επιθυμεί στην ουσία να λήξει. Από την άλλη, ο τρόπος διατύπωσης του άρθρου 4 παρ.11 στοιχείο α' της Οδηγίας 2019/2161 αφήνει υπόνοιες αντιστροφής του βάρους απόδειξης της χρήσης των ψηφιακών υπηρεσιών και περιεχομένου, με τον καταναλωτή να πρέπει να αποδείξει πως η

²⁷⁹ Α. Κοντογιάννη (2021), σελ.11.

²⁸⁰ Α. Κοντογιάννη (2021), σελ.11- 12.

²⁸¹ Α. Κοντογιάννη (2021), σελ. 12.

χρήση που έκανε στα προϊόντα είναι αυτή της απλής δοκιμής, για να αποφύγει τις προαναφερθείσες συνέπειες²⁸².

Ακόμη, από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης προκύπτουν επιπρόσθετα ζητήματα που αφορούν τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή, που παρασχέθηκαν στον έμπορο ως το αντάλλαγμα για την χρήση των ψηφιακών υπηρεσιών και περιεχομένου και, τα οποία συνδέονται άμεσα με τις υποχρεώσεις που φέρει ο έμπορος μετά την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος. Σύμφωνα με το άρθρο 4 παρ.10, υποπ.4 της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ ο έμπορος μετά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης οφείλει να συμμορφωθεί με τις ισχύουσες διατάξεις του Κανονισμού 2016/679/ΕΕ²⁸³. Συγκεκριμένα, από την στιγμή που έχει ασκηθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης τα μέρη οφείλουν να επιστρέψουν στο αντισυμβαλλόμενο μέρος οτιδήποτε έλαβαν από την σύμβαση²⁸⁴. Αυτό σημαίνει πως, αφενός, ο καταναλωτής θα πρέπει να αποφύγει την χρήση των σχετικών ψηφιακών υπηρεσιών και περιεχομένων και πολύ πιθανόν να απενεργοποιήσει τυχόν λογαριασμό που διαθέτει στις ψηφιακές υπηρεσίες του εμπόρου. Αφετέρου, ο έμπορος θα πρέπει να "διαγράψει" τα προσωπικά δεδομένα που έλαβε από τον καταναλωτή ως αντάλλαγμα της συνασθείσας σύμβασης²⁸⁵, καθώς, με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης θεωρείται πως ανακαλείται η παρασχεθείσα συγκατάθεση για την επεξεργασία τους²⁸⁶. Περαιτέρω, ενώ παρέχεται η δυνατότητα στον έμπορο, στην περίπτωση που ασκείται το δικαίωμα υπαναχώρησης, να απενεργοποιεί αυτόνομα τους ιδιωτικούς λογαριασμούς των χρηστών – καταναλωτών²⁸⁷, δεν προνοείται οποιαδήποτε διάταξη που να ρυθμίζει τις ζημιές που τυχόν υποστούν οι καταναλωτές²⁸⁸.

Παρόλες τις σχετικές προβλέψεις εντοπίζονται σημαντικά κενά ως προς την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων του καταναλωτή κατά την περίοδο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Συγκεκριμένα, παρατηρούμε πως ο Ευρωπαϊός νομοθέτης παρέλειψε να περιλάβει στις τροποποιήσεις της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ διατάξεις που να εμποδίζουν τον

²⁸² Α. Κοντογιάννη (2021), ο.π.

²⁸³ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/679 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ 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)

²⁸⁴ Luisa Chiarella M, 'Platform Contracts: Legal Framework And User Protection' [2021] Athens Journal of Law, 8: 1-15, σελ.6-8 διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.30958/ajl.X-Y-Z>

²⁸⁵ Βλ. αιτ. σκέψη 65 και άρθρο 16 της Κανονισμού 2016/679.

²⁸⁶ Α. Κοντογιάννη (2021), σελ.13.

²⁸⁷ Βλ. άρθρο 4 παρ. 10, υποπ.8 της Οδηγίας 2019/2161/ΕΕ.

²⁸⁸ Luisa Chiarella M, σελ.7.

έμπορο να επεξεργάζεται, κατά την περίοδο άσκησης του δικαιώματος, τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή. Η δυνατότητα που έχει ο έμπορος από την στιγμή της σύναψης μιας σύμβασης παροχής ψηφιακών υπηρεσιών ή περιεχομένου να επεξεργάζεται τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή δημιουργεί ανησυχίες για το καθεστώς προστασίας του τελευταίου. Εν ολίγοις, αποδυναμώνεται η σημασία του δικαιώματος υπαναχώρησης, καθ' ότι όταν ασκηθεί αυτό, ο έμπορος πολύ πιθανόν να έχει προβεί στην επεξεργασία των προσωπικών δικαιωμάτων του καταναλωτή.

4. ΕΝΑΡΜΟΝΙΣΤΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 2011/83/ΕΕ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΕΝΝΟΜΗ ΤΑΞΗ

Ένεκα του γεγονότος πως η προστασία του καταναλωτή αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της Κυπριακής Νομοθεσίας, προκειμένου να επιτευχθεί η ελεύθερη κυκλοφορία των προϊόντων και υπηρεσιών, ο Κύπριος νομοθέτης προέβη στην έκδοση του περί προστασίας των Καταναλωτών Νόμου του 2021 (Ν.112(1)/21). Ο εν λόγω νόμος περιλαμβάνει μια σειρά από νέες πρόνοιες που προάγουν την αποτελεσματικότερη προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών. Η βασικότερη αλλαγή που έχει επέλθει με τον Ν. 112(1)/21 είναι πως έχουν ενοποιηθεί στον ίδιο νόμο οι κυριότερες νομοθεσίες που ρυθμίζουν τα οικονομικά συμφέροντα του καταναλωτή, μια εκ των οποίων είναι και η Οδηγία 2011/83/ΕΕ²⁸⁹.

Σημειώνεται πως οι διατάξεις που αφορούν συμβάσεις εξ' αποστάσεως περιλαμβάνονται στο Μέρος IV του Ν. 112(1)/21, με τίτλο «ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΕ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΚΑΙ ΕΝΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΕ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ». Ειδικότερα, σημειώνεται πως το πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, αλλά και οι επιμέρους διατάξεις όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης έχουν αντικατοπτριστεί πλήρως στην εθνική νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών. Ωστόσο, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός πως ενώ ο Κύπριος Νομοθέτης, βάσει της αιτιολογικής σκέψης 13 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ, είχε την δυνατότητα να επεκτείνει το πεδίο εφαρμογής των διατάξεων που αναφέρονται στα δικαιώματα των καταναλωτών στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως για την αποτελεσματικότερη άσκηση του

²⁸⁹ « Ο περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμος 2021» Νέο, πιο ισχυρό πλαίσιο για την προστασία των καταναλωτών, Παρουσίαση κ. Αντώνη Ιωάννου, Αν. Διευθυντή Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή, 12.5.2021.

δικαιώματος υπαναχώρησης, δεν το έπραξε. Συγκεκριμένα, όπως έχουμε ήδη αναφέρει προστασία με βάση τις ισχύουσες διατάξεις χρήζουν όχι μόνο φυσικά, αλλά και νομικά πρόσωπα, μη κυβερνητικές οργανώσεις και μικρομεσαίες επιχειρήσεις που ενεργούν εκτός της επαγγελματικής τους δραστηριότητας²⁹⁰. Η επέκταση του πεδίου εφαρμογής και σε αυτά τα πρόσωπα θεωρείται αναγκαία καθώς οι κίνδυνοι στις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι καινοφανείς για όλους τους καταναλωτές, οι πλείστοι εκ των οποίων δεν έχουν ούτε τις γνωστικές ικανότητες για να τους αντιμετωπίσουν. Παρόλη την ανάγκη ενίσχυσης της προστασίας των καταναλωτών κατά την διενέργεια των συμβάσεων εξ' αποστάσεως, παρατηρούμε πως ο Κύπριος Νομοθέτης αντί να διατυπώσει έναν ειδικότερο ορισμό της έννοιας του καταναλωτή στο άρθρο 14 του Ν.112(1)/21 συμπεριλαμβάνοντας και νομικά πρόσωπα, περιορίζεται στην γενική αναφορά του άρθρου 2 του σχετικού νόμου²⁹¹, προφανώς, για να συμβαδίζει με τις υπόλοιπες επιμέρους νομοθεσίες. Αναμφίβολα, αυτή η προσέγγιση υποδηλώνει το γεγονός πως ο Κύπριος Νομοθέτης δεν έχει κατανοήσει πλήρως τα προβλήματα που δυνατόν να προκύψουν κατά την διενέργεια των συμβάσεων εξ' αποστάσεως και την ανάγκη για αποτελεσματικότερη άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Ομοίως, με τα ανωτέρω θα μπορούσε να έχει διευρυνθεί και το αντικειμενικό πεδίο εφαρμογής των διατάξεων για τα δικαιώματα των καταναλωτών σε συμβάσεις εξ' αποστάσεως. Ειδικότερα, οι σχετικές διατάξεις θα μπορούσαν να εφαρμόζονται και σε συμβάσεις που δεν θεωρούνται εξ' αποστάσεως, καθώς δεν έχουν καταρτιστεί στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ' αποστάσεως ή παροχής υπηρεσιών²⁹². Η επέκταση του πεδίου εφαρμογής των σχετικών διατάξεων και στις περιπτώσεις όπου μια σύμβαση καταρτίζεται χωρίς να χρησιμοποιείται ένα οργανωμένο σύστημα πώλησης εξυπηρετεί την καλύτερη προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών και αποτελεσματικότερη άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, καθώς ο κίνδυνος να τα αγαθά να μην ανταποκρίνονται στις ανάγκες του καταναλωτή είναι εμφανής λόγω της ασυμμετρίας της πληροφόρησης μεταξύ του καταναλωτή και εμπόρου²⁹³.

²⁹⁰Βλ. αιτ. σκέψη 13 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

²⁹¹ « (...) καταναλωτής σημαίνει κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις συμβάσεις ή εμπορικές πρακτικές που καλύπτει ο παρών Νόμος, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελεύθερη επαγγελματική του δραστηριότητα (...) »

²⁹² Βλ. αιτ. σκέψη 12 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

²⁹³ Martijn W. Hesselink (2009), σελ. 14.

Περαιτέρω, όσον αφορά τις επιμέρους διατάξεις των κανόνων για τα δικαιώματα των καταναλωτών στις συμβάσεις εξ' αποστάσεως που αναφέρονται στις τεχνικές πτυχές του δικαιώματος υπαναχώρησης, όπως είναι η διάρκεια, ο υπολογισμός της περιόδου και ο τρόπος άσκησης αυτού, παρατηρείται, πως αυτές έχουν πλήρως εναρμονιστεί με τις διατάξεις της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ. Αρχικά, σημειώνουμε πως με βάση το άρθρο 17 παρ.1, στοιχείο η' του Ν.112(1)/21 ο έμπορος οφείλει να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως. Ο καταναλωτής δύναται εντός 14 ημερών από την παραλαβή των αγαθών ή υπηρεσίας οφείλει να ασκήσει το δικαίωμα υπαναχώρησης²⁹⁴. Σημειώνεται, ωστόσο, πως σε περίπτωση παράλειψης του εμπόρου να ενημερώσει τον καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης δεν επέρχονται μόνο οι συνέπειες του άρθρου 21 του σχετικού Νόμου, ήτοι η παράταση της περιόδου υπαναχώρησης μέχρι και 12 μήνες, αλλά μπορούν να τεθούν σε εφαρμογή οι σχετικές διατάξεις που αφορούν τα καθήκοντα, τις εξουσίες και αρμοδιότητες της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή²⁹⁵.

Συγκεκριμένα, με την έγκριση του Ν.112(1)/21 ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διατάξεις που αφορούν τις εξουσίες της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτής αλλά και τα ένδικα μέσα που έχει στην διάθεση του ο καταναλωτής σε περίπτωση που ο έμπορος παραβιάσει τις διατάξεις του Ν.112(1)/21. Αρχικά, να αναφέρουμε πως με βάση το άρθρο 57 του σχετικού νόμου υπάρχει η εξουσία του Διευθυντή της Υπηρεσίας Προστασίας του Καταναλωτή να επιβάλει διοικητικό πρόστιμο για όλες τις παραβάσεις των διατάξεων του Ν.112(1)/21. Σημειώνεται πως έχει παύσει η αυτοδίκαιη αναστολή της είσπραξης του προστίμου για σκοπούς διαφύλαξης της αποτρεπτικότητας της ποινής²⁹⁶. Αυτό σημαίνει πως δεν πρέπει να τελεσιδικήσουν οι οποιοσδήποτε διαδικασίες προσφυγής ενώπιον της Υπουργού και του Δικαστηρίου. Ως εκ τούτου, με βάση το άρθρο 64 του σχετικού Νόμου το επιβληθέν πρόστιμο καθίσταται πληρωτέο με την επιβολή του. Σημειώνεται πως ο Διευθυντής έχει την εξουσία να επιβάλει πρόστιμο για όλες τις παραβάσεις του Ν. 112(1)21²⁹⁷. Εξ' αντιδιαστολής μπορεί να συναχθεί πως διοικητικό πρόστιμο δύναται να επιβληθεί και στον έμπορο στην περίπτωση που παραβιάζει την υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης²⁹⁸. Επιτρέπεται δυνάμει του άρθρου 59 του σχετικού νόμου η άσκηση της Ιεραρχικής Προσφυγής ενώπιον της Υπουργού, ωστόσο, εντός 30 ημερών από

²⁹⁴ Άρθρο 20 παρ.1 του Ν.112(1)/21.

²⁹⁵ Βλ. Άρθρα 53 έως 63 του Ν.112(1)/21.

²⁹⁶ Έγγραφο Παρουσίασης, σελ. 4 2021.

²⁹⁷ Έγγραφο Παρουσίασης, ο.π..

²⁹⁸ Άρθρο 17 παρ.1 του Ν.112(1)/21.

την ημέρα που κοινοποιήθηκε η σχετική απόφαση στον παραβάτη, με περαιτέρω υποχρέωση λήψης απόφασης από αυτήν εντός 90 ημερών. Με αυτόν τον τρόπο πραγματοποιείται η έγκαιρη εξέταση των ιεραρχικών προσφυγών²⁹⁹. Επίσης, η Υπηρεσία Προστασίας μπορεί με βάση το άρθρο 62 του Ν.112(1)/21 να προβεί στην λήψη μέτρων για την έκδοση σχετικού απαγορευτικού διατάγματος, για να καθίσταται δυνατή η άμεση άρση μιας παράβασης.

Σε συνάρτηση με τα πιο πάνω η πρόνοια του άρθρου 63 του Ν. 112(1)/21 αποτελεί ίσως την σημαντικότερη πρόβλεψη του σχετικού νόμου. Το εν λόγω άρθρο προβλέπει τις θεραπείες που μπορεί να αιτηθεί ο καταναλωτής σε περίπτωση που θιγούν τα οικονομικά του συμφέροντα κατόπιν παραβίασης σχετικών διατάξεων του Ν.112(1)/21. Ειδικότερα, με βάση την παρ. 1 του άρθρου 63 ο καταναλωτής έχει την δυνατότητα να εγείρει αγωγή εναντίον του εμπόρου ατομικά για αποκατάσταση ή επανόρθωση οποιασδήποτε ζημιάς που έχει υποστεί από ενέργειες ή παραλείψεις του τελευταίου. Αυτό σημαίνει πως εάν για παράδειγμα ο έμπορος παραβιάσει την υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως, τότε ο καταναλωτής μπορεί να εγείρει αγωγή εναντίον του. Η αναγνώριση της εν λόγω θεραπείας είναι βαρύνουσας σημασίας, καθώς μέχρι πρότινος δεν προνοείτο οποιαδήποτε θεραπεία για τους καταναλωτές των οποίων τα δικαιώματα παραβιάζονταν³⁰⁰. Επομένως, εάν ο έμπορος παραβιάσει την υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή, ο καταναλωτής έχει την δυνατότητα να εγείρει αγωγή εναντίον του και να αιτηθεί την επιδίκαση αποζημίωσης, είτε την υπαναχώρηση από την συναφθείσα σύμβαση, είτε την διεκδίκηση μείωσης του τιμήματος ή της υπηρεσίας που έχει αγοράσει³⁰¹.

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Με την παρούσα εργασία αναλύσαμε πως οι διατάξεις της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ που αφορούν το δικαίωμα υπαναχώρησης αυξάνουν την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών. Ακόμη, η έναρξη εκτέλεσης μιας σύμβασης εξ' αποστάσεως παροχής υπηρεσιών κατά την διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης δεν οδηγεί στην απώλεια αυτού. Επιπλέον, οι διατάξεις της οδηγίας που αφορούν τις τεχνικές πτυχές του δικαιώματος υπαναχώρησης είναι λεπτομερείς, προσφέροντας τις αναγκαίες διευκρινίσεις, ιδίως όσον τις συνέπειες από την άσκηση αυτού. Ωστόσο, το γεγονός πως ο καταναλωτής μπορεί να ευθύνεται για την μειωμένη

²⁹⁹ Έγγραφο Παρουσίασης, σελ. 5 2021.

³⁰⁰ Έγγραφο Παρουσίασης, σελ. 6 2021.

³⁰¹ Άρθρο 63 παρ. 3 του Ν.112(1)/21.

αξία των αγαθών που χρησιμοποίησε κατά την περίοδο της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, ενδέχεται, να έχει αρνητικές επιπτώσεις στην αποτελεσματικότητα του εν λόγω δικαιώματος. Άλλο βασικό μειονέκτημα της οδηγίας δεν υπάρχει οποιαδήποτε πρόβλεψη όσον αφορά τα ένδικα μέσα που μπορούν να ασκηθούν σε περίπτωση όπου ο έμπορος ή ο καταναλωτής παραβιάσουν τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις σχετικές διατάξεις. Περαιτέρω, δεν ρυθμίζεται η μετάθεση του κινδύνου στις περιπτώσεις όπου εμπορεύματα υποστούν ζημιά λόγω ανωτέρας βίας κατά τη διάρκεια της περιόδου υπαναχώρησης, αλλά και πριν από την άσκηση του σχετικού δικαιώματος. Επίσης, παρατηρήσαμε πως θα μπορούσε ο Ευρωπαϊός Νομοθέτης να έχει διευρύνει το υποκειμενικό πεδίο εφαρμογής της οδηγίας και να συμπεριλάβει στο ορισμό του καταναλωτή, εκτός από φυσικά πρόσωπα, και νομικά πρόσωπα και μικρομεσαίες επιχειρήσεις που ενεργούν εκτός της επαγγελματικής τους δραστηριότητας. Ομοίως, θα μπορούσε να επεκτείνει την εφαρμογή της οδηγίας και σε συμβάσεις που συνάπτονται με την χρήση μέσων επικοινωνίας εξ' αποστάσεως, αλλά εκτός πλαισίου ενός οργανωμένου συστήματος εξ' αποστάσεως συναλλαγών. Επίσης, για να είναι αποτελεσματική η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης θα πρέπει ο καταναλωτής να είναι ενημερωμένος για την δυνατότητα αυτή. Σε περίπτωση που δεν πληροφορήσει ο έμπορος τον καταναλωτή για το δικαίωμα υπαναχώρησης, τότε παρατείνεται η περίοδος άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από τις 14 ημέρες στους 12 μήνες. Παράλληλα θα πρέπει ο έμπορος να παράσχει στον καταναλωτή το υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης για σκοπούς χρήσης από τον τελευταίο.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση της δικαιολοπολογικής σκοπιμότητας της θεσμοθέτησης του δικαιώματος υπαναχώρησης ως μέτρο προστασίας των καταναλωτών. Ειδικότερα, καταλήξαμε πως η ασυμμετρία πληροφοριών αποτελεί την βασική αιτιολόγηση της θεμελίωσης του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως. Επομένως, η αναγνώριση του δικαιώματος υπαναχώρησης δεν δικαιολογείται στις περιπτώσεις όπου καταρτίζονται συμβάσεις παροχής υπηρεσιών ή συμβάσεις παροχής νερού, φυσικού αερίου ή ηλεκτρικής ενέργειας, καθώς, οι πληροφορίες που παρέχει ο έμπορος στον καταναλωτή είναι ταυτόσημες με αυτές που θα λάμβανε ο τελευταίος εάν βρισκόταν στο φυσικό κατάσταση του πρώτου. Όπως, επίσης και στην περίπτωση που ο καταναλωτής έχει επισκεφτεί έχει επισκεφθεί τις εγκαταστάσεις του εμπόρου για συλλογή πληροφοριών. Επιπλέον, η γνωστική ανικανότητα, η υπερβολική αισιοδοξία, αλλά και αναβλητικότητα των καταναλωτών επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα της άσκησης του δικαιώματος

υπαναχώρησης. Περαιτέρω, αν και φαινομενικά θεωρείται πως ο υποχρεωτικός χαρακτήρας του δικαιώματος υπαναχώρησης αυξάνει τις συμβατικές επιλογές του καταναλωτή, η καθιέρωση του, πιθανότατα, να προκαλέσει σύγχυση και αναποφασιστικότητα στην τελική απόφαση του καταναλωτή. Παρόλα τα προβλήματα και κενά που έχουμε εντοπίσει, αναγνωρίζουμε, εντούτοις, πως σε περίπτωση κατάργησης του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης, οι περισσότεροι καταναλωτές θα αναγκαστούν να παραμείνουν δεσμευμένοι σε μια σύμβαση εξ' αποστάσεως, χωρίς να είναι ικανοποιημένοι με την κατάσταση και ποιότητα των αγαθών που απέκτησαν.

Συνεπώς, προκειμένου να αποφύγουμε τις εν λόγω συνέπειες, θα πρέπει ο Ευρωπαϊός Νομοθέτης να αναζητήσει λύσεις που θα προστατεύσουν τα ασθενέστερα, λιγότερο ορθολογικά μέρη, ενώ ταυτόχρονα αυτές οι λύσεις δεν θα πρέπει να επιφέρουν αρνητικές συνέπειες στους ορθολογικούς καταναλωτές. Κατ' επέκταση, θα πρέπει να πραγματοποιηθούν επαρκείς εμπειρικές έρευνες για να εκτιμηθεί εάν τα αρνητικά αποτελέσματα από την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης υπερτερούν των πλεονεκτημάτων της στη διαδικασία λήψης αποφάσεων τόσο από του μη ορθολογικούς, όσο και από τους ορθολογικούς καταναλωτές. Σίγουρα, η διεξαγωγή μιας τέτοιας εμπειρικής έρευνας θα ήταν δαπανηρή και περίπλοκη, κυρίως, εάν προτιμηθεί η έρευνα πεδίου αντί της που διεξάγεται σε ελεγχόμενα περιβάλλοντα, καθώς με την πρώτη θα μπορούσαν να συναχθούν πιο ακριβή αποτελέσματα ως προς τη στάση των καταναλωτών σε σχέση με το δικαίωμα υπαναχώρησης και την χρήση του. Δεδομένου, όμως, πως είναι αδύνατον να πραγματοποιηθεί μια ευρωπαϊκή έρευνα πεδίου, λόγω του υποχρεωτικού χαρακτήρα του δικαιώματος υπαναχώρησης, μια λύση, σύμφωνα με την Luzak, θα ήταν να εξεταστεί ο τρόπος υπαναχώρησης από μια σύμβαση εξ' αποστάσεως, για παράδειγμα, με μικρότερη ή μεγαλύτερη περίοδο υπαναχώρησης³⁰². Ωστόσο, σύμφωνα και πάλι με την Luzak οποιαδήποτε εμπειρική έρευνα και αν πραγματοποιηθεί, είτε πρόκειται για έρευνα πεδίου, είτε για έρευνα εργαστηρίου, οι ερευνητές θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους όλα τα προαναφερθέντα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών, προκειμένου το αποτέλεσμα που θα συναχθεί να έχει πραγματική αξία για τον Ευρωπαϊό Νομοθέτη³⁰³.

Το σίγουρο είναι πως, με βάση τα στοιχεία που ήδη έχουν εκτεθεί στην παρούσα εργασία, είναι δυνατή η αμφισβήτηση της θέσης πως η καθιέρωση του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως έχει συμβάλει στην ευημερία των καταναλωτών. Ως εκ τούτου, ίσως να θεωρείται επιβεβλημένη ανάγκη όπως τα ευρωπαϊκά

³⁰² Luzak J. (2013), σελ. 108-109.

³⁰³ ο.π..

θεσμικά όργανα αναθεωρήσουν εκ νέου τον τρόπο προστασίας των καταναλωτών στις συναλλαγές εξ αποστάσεως. Σε κάθε περίπτωση θεωρούμε πως είναι απαραίτητη η προώθηση μελετών που αφορούν την συμπεριφορά των καταναλωτών, για σκοπούς ορθότερης διενέργειας της διαδικασίας χάραξης της πολιτικής της προστασίας των καταναλωτών. Σίγουρα, ανάλογα με τα αποτελέσματα μιας εμπειρικής έρευνας, η ευρωπαϊκή ρυθμιστική αρχή, ίσως, χρειαστεί να επανεξετάσει τον θεσμό του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ αποστάσεως, προκειμένου να συμβιβάσει τα συμφέροντα των μη ορθολογικών και ορθολογικών καταναλωτών³⁰⁴. Επιπλέον, για σκοπούς μετριασμού των αρνητικών επιδράσεων του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης, θα μπορούσαν να εξεταστούν και άλλες ρυθμίσεις πέραν αυτών που ήδη έχουν παρουσιαστεί στο κεφάλαιο 2. Υπό το πρίσμα των όσων έχουν ήδη εκτεθεί καταλήγουμε πως υπάρχει περιθώριο συζήτησης ως προς το εάν το υποχρεωτικό δικαίωμα υπαναχώρησης αποτελεί την καλύτερη πρακτική για τη διασφάλιση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις εξ' αποστάσεως συναλλαγές. Ανεξάρτητα από τις ιδιαιτερότητες του τρόπου παροχής του δικαιώματος υπαναχώρησης στους καταναλωτές, είναι σαφές ότι τα ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα θα πρέπει να επανεξετάσουν την επιρροή του δικαιώματος υπαναχώρησης στην ευημερία των καταναλωτών. Επομένως, οποιαδήποτε μελλοντική αναμόρφωση της πολιτικής του υποχρεωτικού δικαιώματος υπαναχώρησης θα πρέπει να ενημερώνεται από τις ψυχολογικές τάσεις και συμπεριφορές των καταναλωτών.

Τέλος, όσον αφορά τον Κυπριακό εναρμονιστικό νόμο για την προστασία των καταναλωτών, ήτοι τον Ν.112(1)/21 είναι σημαντικό να τονίσουμε την σπουδαιότητα αναγνώρισης ατομικών θεραπειών εναντίον του εμπόρου για τις οποιεσδήποτε παραβιάσεις που αφορούν τις διατάξεις του σχετικού νόμου. Ακόμη, γίνεται σαφές πως για σκοπούς αποτελεσματικότερης άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης από τις συμβάσεις εξ' αποστάσεως, ο Κύπριος Νομοθέτης θα πρέπει να εξετάσει το ενδεχόμενο διεύρυνσης του πεδίου εφαρμογής των σχετικών διατάξεων και σε νομικά πρόσωπα που ενεργούν εκτός των επαγγελματικών τους δραστηριοτήτων.

³⁰⁴ Luzak J. (2013), σελ. 108-109.

6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

I. ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

1. ΟΔΗΓΙΑ 2011/83/ΕΕ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΨ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ 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 (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ).
2. Οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ής Μαΐου 1997 για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις - Δήλωση του Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με το άρθρο 6 παράγραφος 1 - Δήλωση της Επιτροπής σχετικά με το άρθρο 3 παράγραφος 1 πρώτη περίπτωση.
3. Οδηγία 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Σεπτεμβρίου 2002, σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των οδηγιών 90/619/ΕΟΚ του Συμβουλίου, 97/7/ΕΚ και 98/27/ΕΚ.
4. Οδηγία 2008/122/εκ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Ιανουαρίου 2009, για την προστασία των καταναλωτών ως προς ορισμένες πτυχές των συμβάσεων χρονομεριστικής μίσθωσης, μακροπρόθεσμων προϊόντων διακοπών, μεταπώλησης και ανταλλαγής.
5. Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2019 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 (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ).
6. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/679 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΨ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ 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)
7. Οδηγία 2008/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Απριλίου 2008 , για τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης και την κατάργηση της οδηγίας 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου.

8. 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») (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ).

II. ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

1. Νόμος περί προστασίας των καταναλωτών (Ν.112(1)/21).

III. ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΑ ΚΕΙΜΕΝΑ

1. EUROPEAN COMMISSION, DG JUSTICE, June 2014 1, DG JUSTICE GUIDANCE DOCUMENT concerning Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council.

IV. ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ

1. Απόφαση του Δικαστηρίου της 22ας Νοεμβρίου 2001, στις συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-541/99 και C-542/99, *Cape Snc v Idealservice Srl and Idealservice MN RE Sas v OMAI Srl*, ECLI:EU:C:2001:625.
2. Απόφαση του Δικαστηρίου της 14^{ης} Μαρτίου 1991 στην υπόθεση C-361/89, *Patrice Di Pinto*, ECLI:EU:C:1991:118.
3. Απόφαση του Δικαστηρίου της 20ής Ιανουαρίου 2005, στην υπόθεση C-464/01, *Johann Gruber v Bay Wa AG*, ECLI:EU:C:2005:32.
4. Απόφαση του Δικαστή της 10ης Δεκεμβρίου 2020 στην Υπόθεση C-774/19 A. B., B. B. κατά *Personal Exchange International Limited*, ECLI:EU:C:2020:1015.
5. Απόφαση του Δικαστηρίου της 16ης Ιουλίου 1998, στην Υπόθεση C-210/96, *Gut Springenheide GmbH και Rudolf Tusky κατά Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung*, ECLI:EU:C:1998:369.
6. Απόφαση του Δικαστηρίου της 22ας Απριλίου 1999, στην Υπόθεση C-423/97, *Travel Vac SL και Manuel José Antelm Sanchis*, ECLI:EU:C:1999:197.

7. Απόφαση του Δικαστηρίου της 15ης Απριλίου 2010, στην Υπόθεση C-511/08, *Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH κατά Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen eV*, ECLI:EU:C:2010:189.
8. Απόφαση του Δικαστηρίου της 3ης Σεπτεμβρίου 2009, στην Υπόθεση C-489/07, *Ria Messner κατά Firma Stefan Krüger*, ECLI:EU:C:2009:502.
9. Απόφαση του Δικαστηρίου της 21ης Οκτωβρίου 2020 στην Υπόθεση C-529/19, *Möbel Kraft GmbH & Co. KG κατά ML*, ECLI:EU:C:2020:846.
10. Απόφαση του Δικαστηρίου της 27ης Μαρτίου 2019, στην Υπόθεση C-681/17, *slewo – schlafen leben wohnen GmbH κατά Sascha Ledowski*, ECLI:EU:C:2019:255.
11. Απόφαση του Δικαστηρίου της 8ης Οκτωβρίου 2020, στην Υπόθεση C-641/19, *EU κατά PE Digital GmbH*, ECLI:EU:C:2020:808.
12. Απόφαση του Δικαστηρίου της 13ης Δεκεμβρίου 2001, στην Υπόθεση C-481/99, *Georg Heiningер και Helga Heiningер και Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG*, ECLI:EU:C:2001:684.

V. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Α. Καραμπατζός, *Ιδιωτική Αυτονομία και Προστασία του Καταναλωτή-Μία συμβολή στην συμπεριφορική οικονομική ανάλυση του Δικαίου*, 2016, εκδ. Π.Ν. Σάκκουλας.
2. Twigg-Flesner, C., & Schulze, R. "Protecting rational choice: Information and the right of withdrawal" (2010), In G. Howells, I. Ramsay, T. Wilhelmsson, & D. Kraft (Eds.), *Handbook of research on international consumer law*, Edward Elgar.
3. Loos, M. "Rights of Withdrawal" (2009) In G. Howells & R. Schulze (Eds.), *Modernising and harmonising consumer contract law*, European Law Publishers.
4. Ge Jiangqiu "A Comparative Analysis of Policing Consumer Contracts in China and the EU (2019), ResearchGate.

VI. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΞΕΝΗ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ε. Φιλippoπούλου, "Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου" (2000), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ.
2. Sukran Ince and Izel Kibar, 'Distance Contracts in E-Commerce' (2019) 20 GSI Articleletter 41.

3. Mary Donnelly and Fidelma White, 'The Distance Selling Directive - A Time for Review' (2005) 56 N Ir Legal Q 200.
4. Donnelly, Mary & White, Fidelma, "The Effect of Information Based Consumer Protection: Lessons from a Study of the Irish Online Market" (2008), in ResearchGate.
5. Howells G, 'The Potential And Limits Of Consumer Empowerment By Information' (2005) 32 Journal of Law and Society, σελ. 349–70.
6. F. Kathleen, T. Klaus 'Directive 2011/83/EU on consumer rights: a new approach to European consumer law?' (2012), 1, Journal of European Consumer and Market Law, Issue 2, pp. 67-80.
7. Lakerbaia, Tamar, "European Model of Protection of the Consumers' Rights in Distance Contracts - On the Example of Withdrawal Right" (2016), *J. Law* 75.
8. 'The Contract Law Principle of Pacta Sunt Servanda and Behavioural Economics Literature in Relation to Justifications for the European Consumer's Right of Withdrawal under Directive 2011/83/EC.
9. Caroline Cohen, 'The Contract Law Principle of Pacta Sunt Servanda and Behavioural Economics Literature in Relation to Justifications for the European Consumer's Right of Withdrawal under Directive 2011/83/EC' (2016) 2 Exeter Student L Rev 13.
10. Φ. Νικολάου, "Υπαναχώρηση καταναλωτή από σύμβαση καταρτισθείσα εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος και υποχρέωση του προμηθευτή προς επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος", 2021, ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΑΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΔΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.
11. Ümit GEZDER, "THE RIGHT OF WITHDRAWAL IN DISTANCE CONTRACTS" Journal of Yasar University.
12. Eidenmüller Horst. "Why Withdrawal Rights?" (2011), vol. 7, no. 1, ERCL.
13. Luzak J, 'To Withdraw Or Not To Withdraw? Evaluation Of The Mandatory Right Of Withdrawal In Consumer Distance Selling Contracts Taking Into Account Its Behavioural Effects On Consumers' (2013), SSRN Electronic Journal.
14. Steennot R, 'The Right Of Withdrawal Under The Consumer Rights Directive As A Tool To Protect Consumers Concluding A Distance Contract' (2013), 29 Computer Law & Security Review.
15. Αργυρός Γ., "Η προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή σύμφωνα με την Οδηγία 2011/88/ΕΕ" (2013), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ.
16. Tamar Lakerbaia, 'The Right of Withdrawal in European Consumer Protection Law' (2014) *J Law* 78.

17. Mak, V., & Luzak, J. "The Consumer Rights Directive" (2014), in *De invloed van het Europese recht op het Nederlandse privaatrecht*, Serie Onderneming en Recht, deel 42-II, Kluwer
18. Luzak J. 'Online Consumer Contracts' (2014), ERA Forum, vol.15, no.14, (CSECL).
19. Kötz, H, "European Contract Law "(2017), Oxford University Press.
20. G. Howells, R. Schulze, "Modernising and Harmonising Consumer Contract Law"(2009), Otto Schmidt/De Gruyter European law publishers.
21. C. Markou, "DIRECTIVE 2011/83/EU ON CONSUMER RIGHTS" (2017), In *EU Regulation of E-Commerce*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing,
22. Bl. A. Patricia and O. B. Francisco and M. E. Joan "The Right of Withdrawal in Consumer Contracts: A Comparative Analysis of American and European Law" 2018, Vol.3, [InDret](#),
23. H. Eidenmueller, N. Jansen, Eva-Maria Kieninger, G. Wagner, R. Zimmermann, "The Proposal for a Regulation on a Common European Sales Law: Deficits of the Most Recent Textual Layer of European Contract Law (2012), *Edinburgh Law Review*, Vol. 16, No. 3.
24. H. Eidenmueller, F. Faust, H. C. Grigoleit, N. Jansen, G. Wagner, R. Zimmermann, "The Common Frame of Reference for European Private Law—Policy Choices and Codification Problems" (2008). *Oxford Journal of Legal Studies*, Vol. 28, Issue 4.
25. R. Steennot, Reinhard. "Consumer Protection with Regard to Distance Contracts After the Transposition of the Consumer Rights Directive in Belgium and France" (2013) *EUROPEAN CONSUMER LAW JOURNAL* 3-4.
26. H.W. MICKLITZ, N. REICH, "The Commission Proposal for a "Regulation on a Common European Sales Law (CESL)": Too broad or not broad enough?" (2012), *EUI LAW*.
27. C. Twigg-Flesner, D. Metcalfe, "The proposed Consumer Rights Directive – less haste, more thought?" (2009), [European Review of Contract Law](#) vol. 5, no. 3.
28. Dominika Bezakova, "Consumer Rights Directive and Its Implications for Consumer Protection regarding Intangible Digital Content" (2013), *7 Masaryk U JL & Tech* 177.
29. M. Loos, "Review of the European Consumer Acquis (2008), CSECL.
30. R. Steennot "The Right of Withdrawal and Unfair Contract Terms Under the Proposal for a Common European Sales Law" (2013), Intersentia.

31. Oliva Blázquez F. (2015) "Passing of Risk"(2014), [European Perspectives on the Common European Sales Law](#), SEELR, volume 4, Springerlink, pp 183-205.
32. Peter Rott, 'The Balance of Interests in Distance Selling Law – Case Note on nPia Messner v. Firma Stefan Kru"ger, (2010), 18, *European Review of Private Law*, Issue 1.
33. Frauke Henning-Bodewig, 'Distance Sales of Heating Oil and the Consumer's Right of Withdrawal – A Fair Balance?', (2016), 5, *Journal of European Consumer and Market Law*, Issue 2.
34. Steennot R. "Sale of goods made to the consumer's specifications at a trade fair: ab initio no right of withdrawal: Case C-529/19 Möbel Kraft, EU:C:2020:846" (2021), *Maastricht Journal of European and Comparative Law*, Volume 28, Issue, Sage Journals.
35. N. Helberger, M.B.M Loos, L. Guibault, [C. Mak](#), [L. Pessers](#) "Digital Content Contracts for Consumers" (2013), *J Consum Policy* 36, Springerlink.
36. Alberto De Franceschi, 'The EU Digital Single Market Strategy in Light of the Consumer Rights Directive', (2015), *Journal of European Consumer and Market Law*, vol.4, Issue 4, Kluwer.
37. E. Αλεξανδρίδου, "Οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών και ΥΑ Ζ1-891 - Κατά πόσον επετεύχθησαν οι στόχοι βελτίωσης του κοινοτικού κεκτημένου και της κοινοτικής συνοχής" (2014), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ.
38. Grundmann S, 'The EU Consumer Rights Directive: Optimizing, Creating Alternatives, Or A Dead End?' (2013), *Uniform law review*, 2013, Vol. 18, No. 1.
39. A. D. Chirita, "The Impact of Directive 2011/83/EU on Consumer Rights" (2012), *Ius Commune Law Series*.
40. St. Weatherill, 'The Consumer Rights Directive: How and why a quest for "coherence" has (largely) failed', (2012), *Common Market Law Review* vol.49, Issue 4.
41. Κ. Χριστοδούλου, "Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών" (2010), ΕφΑΔΠολΔ.
42. Arndt Kunnecke " NEW STANDARDS IN EU CONSUMER RIGHTS PROTECTION?THE NEW DIRECTIVE 2011/83/EU" (2014) *European Scientific Journal*

43. [Martijn W. Hesselink](#) "Towards a Sharp Distinction between B2B and B2C? On Consumer, Commercial and General Contract Law after the Consumer Rights Directive" (2009), *European Review of Private Law*, Vol. 18, No. 18.
44. Grundmann S (2013) και [Jan M. Smits](#) "Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights" (2010) *European Review of Private Law*, Vol. 18, σελ.8.
45. H. EIDENMÜLLER, F. FAUST, H.C. GRIGOLET, N. JANSEN, G. WAGNER. and R. ZIMMERMAN, "Towards a Revision of the Consumer Acquis", *Common Market Law Review* (2011) Volume 48 (Issue 4), σελ. 1102.
46. Rekaiti P., Van den Bergh, R. "Cooling-Off Periods in the Consumer Laws of the EC Member States. A Comparative Law and Economics Approach" (2000), *Journal of Consumer Policy* 23, Springerlink, pp.371–408.
47. Omri Ben-Shahar & Oren Bar-Gill, "Regulatory Techniques in Consumer Protection: A Critique of European Consumer Contract Law" (2013), *50 Common Market Law Review* 109.
48. C.R. Sunstein, R.H. Thaler "Libertarian paternalism is not an oxymoron" (2003), *John M. Olin Law & Economics Working Paper No. 185*.
49. O. Ben-Shahar, E. A. Posner (2011) "The right to withdraw in contract law", [The Journal of Legal Studies](#), 2011, vol. 40, issue 1, pp. 115 – 148.
50. C. Cauffman "New EU rules on business-to-consumer and platform-to-business relationships" (2019), *Maastricht Journal of European and Comparative Law* 26(4), SAGE journals.
51. Đurović, Mateja, "Adaptation of consumer law to the digital age: EU Directive 2019/2161 on modernisation and better enforcement of consumer law" (2020), [Annals of the Faculty of Law in Belgrade](#), vol 68, issue.2.
52. Maria Luisa Chiarella "Platform Contracts: Legal Framework and User Protection" *Athens Journal of Law* (2021).
53. Α. Κοντογιάννη, "Η Οδηγία 2019/2161/ΕΕ («Νέα Συμφωνία για τους Καταναλωτές») και η επίδρασή της στο ευρωπαϊκό κεκτημένο της προστασίας του καταναλωτή" (2021), ΔΙΚΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΕΤΑΙΡΙΩΝ.
54. Rott, P. "Renationalisation of direct selling—the impact of the new Consumer Rights Directive on financial services" (2012), *ERA Forum* 13.

55. MATEJA DUROVIC, " The Subtle Europeanization of Contract Law: The Case of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices" (2015), *European Review of Private Law*, Kluwer.
56. Gert Straetmans, " Misleading practices, the consumer information model and consumer protection" (2016), *EuCML*.
57. Peter O'Sullivan, 'Does the New Consumer Rights Directive Enhance Consumer Confidence in the Online Market' (2016) 6 *King's Inns Student L Rev* 64.
58. Jan Smits, 'Rethinking the Usefulness of Mandatory Rights of Withdrawal in Consumer Contract Law: The Right to Change Your Mind?' (2011), *Penn State International Law Review*.
59. « Ο περί Προστασίας του Καταναλωτή Νόμος 2021» Νέο, πιο ισχυρό πλαίσιο για την προστασία των καταναλωτών, Παρουσίαση κ. Αντώνη Ιωάννου, Αν. Διευθυντή Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή, 12.5.2021. διαθέσιμο στο <http://www.consumer.gov.cy/meci/cyco/cyconsumer.nsf/All/33E63614E864829BC22586D400201E96?OpenDocument>.
60. Rott, P., & Terry, E, "Right of Withdrawal and Standard Terms" (2010), In H. W. Micklitz, J. Stuyck, & E. Terry (Eds.), *Consumer law*, Oxford: Hart Publishing σελ 240.

Βιολέτα Πόττοβα