



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών
— ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837 —

ΝΟΜΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

Π.Μ.Σ.: Αστικό Δίκαιο

ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ: Αστικό Δίκαιο και Σύγχρονες Οικονομικές Συναλλαγές

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΕΤΟΣ: 2021-2022

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
της Αθηνάς Ιωάννη Αποστολίδου
Α.Μ.: 7340112103004

**Διαχρονική θεώρηση του δικαιώματος υπαναχώρησης στο
ενωσιακό δίκαιο προστασίας του καταναλωτή υπό το πρίσμα των
συμπεριφορικών οικονομικών.**

Επιβλέποντες:

- α) Καθηγητής Αντώνιος Καραμπατζός
- β) Αναπληρωτής Καθηγητής Ζαφείριος Τσολακίδης
- γ) Καθηγήτρια Καλλιόπη Χριστακάκου-Φωτιάδη

Αθήνα, Οκτώβριος 2022.

Copyright © [Αθηνά Αποστολίδου, 2022]

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα.

Οι απόψεις και θέσεις που περιέχονται σε αυτήν την εργασία εκφράζουν τη συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες σε όσους συνέβαλαν με οποιονδήποτε τρόπο στην εκπόνησή της.

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Αντώνη Καραμπατζό για την πολύτιμη καθοδήγηση, την εμπιστοσύνη, την αμεσότητα στην επικοινωνία και γενικότερα για την άψογη συνεργασία.

Επίσης, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στην οικογένειά μου, η οποία με υποστήριξε υλικά και συναισθηματικά με κατανόηση και αγάπη σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες	2
Εισαγωγή.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄: ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ .	6
A.1. Η ανάγκη προστασίας του καταναλωτή στις εξ αποστάσεως και στις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις.	6
A.2. Το ενωσιακό νομοθετικό πλαίσιο: μια ανασκόπηση.....	8
α) Η Οδηγία 85/577/ΕΟΚ για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος	8
β) Η Οδηγία 97/7/ΕΚ για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις	9
γ) Η Οδηγία 2011/83	11
A.3. Νομική φύση, προϋποθέσεις και έννομες συνέπειες του δικαιώματος υπαναχώρησης....	12
α) Η νομική φύση του δικαιώματος	12
β) Τρόπος άσκησης και προθεσμία του δικαιώματος υπαναχώρησης	13
γ) Έννομες συνέπειες του δικαιώματος υπαναχώρησης	15
A.4. Η σημασία της προηγούμενης ενημέρωσης του καταναλωτή και η επίδρασή της στην άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.	16
A.5. Το δικαίωμα υπαναχώρησης σε συμβάσεις με ψηφιακό περιεχόμενο και η νέα Οδηγία.	19
A.6. Ειδικότερα θέματα και νομολογιακά παραδείγματα.	22
α) Παράλειψη του δικαιώματος ενημέρωσης για το δικαίωμα υπαναχώρησης και συνδεδεμένες συμβάσεις (C-481/99, C-350/03, C-412/06)	23
β) Το ζήτημα των εξόδων αποστολής (C- 511/2008)	24
γ) Η αποζημίωση χρήσης (C-489/07)	25
δ) Υπαναχώρηση για λόγους προστασίας της υγείας (C-681/2017)	27
ε) Υπαναχώρηση από κατά παραγγελία προϊόν (C-529/19)	29
στ) Ειδικότερα ζητήματα στην σύναψη και λειτουργία συμβάσεων με αντικείμενο υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (C-922/2019).....	30
ζ) Υπαναχώρηση σε περίπτωση ακύρωσης συναυλίας λόγω COVID (C-96/2021)	31
η) Σύμβαση με ψηφιακό περιεχόμενο και υπολογισμός κόστους υπαναχώρησης μετά την εκτέλεση της σύμβασης (C-641/19)	33
A.7. Σύγκριση προστασίας ενωσιακού δικαίου με την υπαναχώρηση του ΑΚ.	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄: Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.....	35
B.1. Σύντομη Εισαγωγή για την Οικονομική Ανάλυση του Δικαίου (ΟΑΔ).....	35

B.2. Η χρησιμότητα των συμπεριφορικών οικονομικών στα ζητήματα υπαναχώρησης.	36
B.3. Βασικές έννοιες της οικονομικής ανάλυσης του δικαίου και των συμπεριφορικών οικονομικών.....	37
α) Η πληροφοριακή ασυμμετρία και η θεωρία του <i>Akerlof</i> για την αγορά των λεμονιών	38
β) Αίσθημα προσνομής και γνωστική ασυμφωνία.....	39
γ) Η θεωρία περί νυγμών (<i>nudges</i>) των <i>Thaler</i> και <i>Sunstein</i>	39
B.4. Το δικαίωμα υπαναχώρησης στις εξ αποστάσεως συμβάσεις υπό το πρίσμα των συμπεριφορικών οικονομικών.....	40
α) Κίνδυνοι καταχρηστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών	40
β) Το πρότυπο της αναγκαστικής επιλογής και η συνεισφορά του στην ενίσχυση της θέσης του καταναλωτή.	41
B.5. Το δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος.	44
α) Η διαφοροποίησή τους από τις εξ αποστάσεως συμβάσεις: το στοιχείο του αιφνιδιασμού.	44
β) Πορίσματα εμπειρικών ερευνών ως προς τη συμπεριφορά των καταναλωτών και ερμηνεία τους.....	45
Επίλογος -Συμπεράσματα.....	47
Βιβλιογραφία-Αρθρογραφία-Νομολογία	49

Εισαγωγή

Το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή αποτελεί βασικό πεδίο μέριμνας του ενωσιακού νομοθέτη, ο οποίος με διαρκείς παρεμβάσεις, στα πλαίσια της συντρέχουσας με τα κράτη-μέλη αρμοδιότητάς του¹, επιδιώκει την εναρμόνιση των εννόμων τάξεων των κρατών-μελών, προκειμένου να επιτυγχάνεται ενιαία προστασία στον ενωσιακό χώρο². Η μέριμνα αυτή οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις ιδιαιτερότητες που έχει ο καταναλωτής ως συμβαλλόμενος, οι οποίες οδηγούν στην ανάγκη μεγαλύτερης προστασίας του. Παράλληλα, όμως, το αποτέλεσμα που θα προκύψει από τη στάθμιση συμφερόντων δεν θα πρέπει να αποβαίνει σε βάρος των προμηθευτών, επιβαρύνοντας αυτούς με υπέρογκα κόστη. Επομένως, θα πρέπει να βρεθεί η χρυσή ισορροπία μεταξύ των συμφερόντων των μερών αυτών.

Στο πλαίσιο αυτό, ένας μηχανισμός που παρουσιάζει ενδιαφέρον στο δίκαιο προστασίας του καταναλωτή είναι το δικαίωμα υπαναχώρησης. Και ενώ δικαίωμα υπαναχώρησης υπάρχει και στην απλή πώληση, καθώς και σε άλλες συμβάσεις του αστικού δικαίου, η βασική διαφοροποίηση που θα μας απασχολήσει είναι το αναιτιολόγητο της άσκησης του δικαιώματος αυτού. Δηλαδή, όπως θα αναφερθεί διεξοδικότερα, δεν απαιτείται κατά κανόνα η επίκληση κανενός λόγου για την αποδέσμευση του καταναλωτή από τη σύμβαση. Θα εξεταστεί, λοιπόν, η πορεία στο χρόνο του δικαιώματος αυτού στο ενωσιακό δίκαιο, εστιάζοντας στις συμβάσεις εξ αποστάσεως αλλά και εκτός εμπορικού καταστήματος, οι οποίες έχουν αποτελέσει βασικό σημείο προβληματισμού και διαλόγου, καθώς απαντώνται όλο και συχνότερα στην πράξη. Πράγματι, πλέον και λόγω της πρόσφατης πανδημίας, το εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος εμπόριο γνώρισε σημαντική άνθηση, καθιστώντας ενδιαφέρουσα αλλά και αναγκαία την ενασχόλησή μας με αυτή. Παράλληλα, στόχος της παρούσας εργασίας αποτελεί η αξιοποίηση των πορισμάτων των συμπεριφορικών οικονομικών και των εργαλείων που έχουν να προσφέρουν στην επίτευξη του στόχου της ισορροπίας μεταξύ προστασίας καταναλωτή και διασφάλισης των συμφερόντων του εμπόρου. Ο ανερχόμενος αυτός κλάδος προσφέρει μια νέα οπτική, καταγράφοντας τις συμπεριφορές των ατόμων, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί προς βελτιστοποίηση των ήδη υπάρχουσών ρυθμίσεων, αφού εντοπίζει εγγενείς αδυναμίες του υπάρχοντος μοντέλου προστασίας και είναι σε θέση να προτείνει νέες. Και πάλι, όμως, στις λύσεις που προτείνει υπάρχει και αντίλογος. Τελικά, θα αποπειραθούμε να εντοπίσουμε τη συνεισφορά του νέου αυτού επιστημονικού κλάδου στην διαμόρφωση ενός ορθότερου πλαισίου στην κατεύθυνση της εύρεσης της “χρυσής τομής” στα συμφέροντα των συμβαλλομένων όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης.

¹Άρθρο 4 παρ. 2 ΣΛΕΕ.

²Άρθρα 114 παρ. 2 και 169 ΣΛΕΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄: ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΥΠΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ

Α.1. Η ανάγκη προστασίας του καταναλωτή στις εξ αποστάσεως και στις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις.

Ο καταναλωτής αποτελεί συνήθως το “αδύναμο μέρος” μιας σύμβασης πώλησης, λόγω των χαρακτηριστικών που φέρει η σύμβαση αυτή. Ξεκινώντας, βασικό είναι το γνωστικό έλλειμμα αυτού έναντι του προμηθευτή. Ο καταναλωτής δεν είναι σε θέση να γνωρίζει με ακρίβεια την έκταση των υποχρεώσεων που αναλαμβάνει και των κινδύνων που αντιμετωπίζει³. Πράγματι, ο πωλητής, ο οποίος έχει γνώση των ανωτέρω θεμάτων, καθώς και των χαρακτηριστικών, των ιδιοτήτων, αλλά και των ελαττωμάτων του προϊόντος, έχει πληρέστερη εικόνα της συναλλαγής από τον καταναλωτή, η ενημέρωση του οποίου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα όσα θα του παρουσιάσει ο προμηθευτής για το προϊόν. Οι προμηθευτές βρίσκονται σε θέση είτε να αποκρύψουν πληροφορίες από τον καταναλωτή, είτε να τον κατακλύσουν με αυτές, έτσι ώστε αυτός να αδυνατεί να διαχωρίσει τις πράγματι ουσιώδεις, οδηγώντας και στις δύο περιπτώσεις στην ελλιπή πληροφόρηση του καταναλωτή. Άρα, με την ευνοϊκή για τον προμηθευτή διάρθρωση αυτή, ο καταναλωτής στερείται κάποιων δυνατοτήτων από τις οποίες ένας άλλος, ισότιμος με τον προμηθευτή συναλλασσόμενος, δεν θα αγνοούσε⁴. Τέλος, οι συνθήκες σύναψης της σύμβασης, που συνήθως συνεπάγονται επηρεασμό του καταναλωτή, δεν του επιτρέπουν να αποφασίσει με ψυχραιμία για το αν θα συνάψει τη σύμβαση⁵. Επομένως, καθίσταται εμφανής η ανάγκη προστασίας του πιο αδύναμου συμβαλλόμενου στην περίπτωση καταναλωτικών συμβάσεων πώλησης, η οποία επιτυγχάνεται σε μεγάλο βαθμό μέσω της θέσπισης υποχρεώσεων ενημέρωσης σε βάρος του προμηθευτή.

Η γενικότερη ανάγκη προστασίας του καταναλωτή που αποτυπώνεται στην ενωσιακή και εθνική νομοθεσία, εντείνεται στις περιπτώσεις συμβάσεων που συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος και σε συμβάσεις από απόσταση, οι οποίες εμφανίζονται με αυξανόμενη συχνότητα, οφειλόμενη σε μεγάλο βαθμό τόσο στις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, όσο και στις ανάγκες της παγκοσμιοποιημένης αγοράς, αλλά και της πανδημίας. Ως εκτός εμπορικού καταστήματος σύμβαση ορίζεται η σύμβαση εκείνη που συνάπτεται μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία αυτών σε χώρο εκτός του καταστήματος του εμπόρου, ενώ ως συμβάσεις εξ αποστάσεως ορίζονται όλες οι συμβάσεις σχετικές είτε με παροχή αγαθών είτε με παροχή υπηρεσιών που συνάπτονται μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή χωρίς ταυτόχρονη φυσική παρουσία στο πλαίσιο οργανωμένου συστήματος πωλήσεων εξ αποστάσεως με αποκλειστική χρήση μέσων τεχνικής επικοινωνίας από απόσταση⁶. Αξίζει, λοιπόν, να εξεταστούν οι λόγοι που υπαγορεύουν τη μεγαλύτερη προστασία του καταναλωτή στις συμβάσεις αυτού του είδους.

³Χελιδόνης, Η τυχαία απώλεια πράγματος στη σύμβαση από απόσταση, Αρμ 2005, 334.

⁴Χελιδόνης, ό.π.

⁵Νικολάου, Υπαναχώρηση καταναλωτή από σύμβαση καταρτισθείσα εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος και υποχρέωση του προμηθευτή προς επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος, ΕφΑΔΠολΔ 3/2021,258 επ., Χελιδόνης, ό.π.

⁶Αργυρός, Η προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή σύμφωνα με την Οδηγία 2011/83/ΕΕ, ΔΕΕ 2/2013, σελ.116 επ. Δελούκα-Ιγγλέση, Δίκαιο του καταναλωτή, σελ. 118-119. Βλ. και άρθρα 2 παρ. 7 και 8 της Οδηγίας 2011/83.

Οι συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος παρουσιάζουν το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της σύναψης της σύμβασης σε τόπο και με τρόπο διαφορετικό από τον αναμενόμενο. Συγκεκριμένα, η προσέγγιση του καταναλωτή θα γίνει είτε στο δικό του χώρο (οικία, χώρος εργασίας), είτε σε εκδρομή που διοργάνωσε ο προμηθευτής, και με πρωτοβουλία του τελευταίου και όχι του καταναλωτή. Δηλαδή, η πρωτοβουλία για την επαφή αλλά και τη σύναψη της σύμβασης ανήκει στον προμηθευτή, ο οποίος αιφνιδιάζει τον καταναλωτή σε στιγμές που αυτός ασχολείται με κάτι άλλο⁷. Μάλιστα, το στοιχείο του αιφνιδιασμού δεν εκλείπει ακόμη και αν ο καταναλωτής ζήτησε την επίσκεψη του πωλητή⁸. Το γεγονός αυτό του αιφνιδιασμού σε συνδυασμό με τις διαφημιστικές τεχνικές και την πίεση που ασκεί ο πωλητής, μπορεί να οδηγήσει στην αγορά προϊόντων που ο καταναλωτής δεν έχει ανάγκη ή στην αγορά προϊόντων σε δυσανάλογες τιμές, αφού εκτός του εμπορικού καταστήματος ο καταναλωτής δεν έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει με άλλα προϊόντα⁹. Καταλείπεται με αυτόν τον τρόπο πολύ μικρότερο περιθώριο στον καταναλωτή προκειμένου να επιλέξει τον αντισυμβαλλόμενο του, αλλά και το περιεχόμενο της σύμβασης, διαταράσσοντας την ισορροπία μεταξύ των μερών¹⁰. Ως αντιστάθμισμα, ο νομοθέτης, τόσο ο ενωσιακός όσο και ο εθνικός, προέβλεψε τη δυνατότητα της αναιτιολόγητης υπαναχώρησης εντός ορισμένου χρονικού διαστήματος, ώστε να επιτρέψει στον καταναλωτή να αποδεσμευτεί από τη σύμβαση που συνάφθηκε υπό τις ανωτέρω συνθήκες. Δίδεται, δηλαδή, με την υπαναχώρηση η δυνατότητα διάσκεψης που ο καταναλωτής δεν είχε λόγω των συνθηκών κάτω από τις οποίες συνήφθη η σύμβαση¹¹. Επομένως, το δικαίωμα αυτό έχει ως στόχο την εξασφάλιση μιας ελάχιστης διαπραγματευτικής ισοδυναμίας, η οποία θα διαφυλάξει τη συμβατική ελευθερία των μερών¹². Η περίπτωση των εξ αποστάσεως συμβάσεων παρουσιάζει επίσης ιδιαίτερο ενδιαφέρον, με δεδομένη τη σημασία τους για το διασυνοριακό εμπόριο. Πράγματι, με τις τεχνολογικές εξελίξεις να επιτρέπουν την επαφή πωλητών και καταναλωτών που βρίσκονται σε διαφορετικές τοποθεσίες, η ανάπτυξη του διασυνοριακού εμπορίου και η μέγιστη αξιοποίησή του μέσω της εναρμόνισης των νομοθεσιών των κρατών- μελών βρίσκεται στο στόχαστρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹³. Στις συμβάσεις αυτές, τα μέρη έρχονται σε επαφή με τη χρήση κάποιου μέσου, χωρίς να συνυπάρξουν σε φυσικό εμπορικό κατάστημα, στο πλαίσιο οργανωμένου συστήματος πωλήσεων¹⁴. Οι συμβάσεις αυτές δεν χαρακτηρίζονται από την ψυχολογική πίεση και τον αιφνιδιασμό των εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεων, χωρίς βέβαια να αποκλείεται η χρήση επιθετικών τεχνικών προώθησης και τεχνασμάτων¹⁵, όπως για παράδειγμα η τακτική προώθησης κατά την οποία θα αποστέλλεται ένα προϊόν ή θα παρέχεται επί πληρωμή στον καταναλωτή χωρίς προηγούμενη αίτησή του ή ρητή συμφωνία εκ μέρους του¹⁶. Βασικό χαρακτηριστικό των εξ αποστάσεως πωλήσεων είναι ότι ο καταναλωτής δεν έχει τη δυνατότητα να έρθει σε επαφή και να εξετάσει τα πωλούμενα αγαθά πριν τη σύναψη της σύμβασης και ελλοχεύει ο κίνδυνος να προμηθευτεί ένα προϊόν το οποίο είτε έχει διαφορετικές ιδιότητες από τις αναμενόμενες, είτε δεν θα του είναι

⁷Σκορρίνη-Παπαρρηγοπούλου, Η προστασία του Καταναλωτή στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, 1999, σελ. 109 επ., Καραμπατζός, Ιδιωτική Αυτονομία και Προστασία του Καταναλωτή, σελ.224 επ.

⁸ Βλ. αιτιολογικές σκέψεις 21 και 37 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

⁹Γεωργιάδης, Ειδικό Ενοχικό δίκαιο-Τόμος Ι, σελ.124, Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή-ελληνικό και ενωσιακό, σελ. 189-190.

¹⁰Παντελίδου, Αυτοδέσμευση και αποδέσμευση στις συμβάσεις που καταρτίζονται εκτός εμπορικού καταστήματος, Αρμ 1995, 877 -883. Βλ. και αιτιολογική έκθεση της Οδηγίας 85/577 ΕΟΚ.

¹¹Παντελίδου, ό.π.

¹²Σκορρίνη-Παπαρρηγοπούλου, Η προστασία του καταναλωτή...σελ. 109 επ.

¹³Αιτιολογική σκέψη 5 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

¹⁴Αιτιολογική σκέψη 37 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ. Βλ. και Καραμπατζός,ό.π., σελ.221 επ.

¹⁵Παπαϊωάννου, Η σύμβαση από απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, ΔΕΕ 2003, 153.

¹⁶ Βλ. αιτιολογική σκέψη 16 Οδηγίας 97/7/ΕΚ.

χρήσιμο είτε δεν θα προμηθευόταν στην περίπτωση που είχε τη δυνατότητα να εξετάσει από κοντά¹⁷. Παράλληλα, ο καταναλωτής κατά κανόνα δεν θα έχει την εξουσία των μέσων που χρησιμοποιήθηκαν για την επικοινωνία των μερών, δυσχεραίνοντας την πρόσβασή του στο αποδεικτικό υλικό σε περίπτωση ανώμαλης εξέλιξης της σύμβασης¹⁸. Επίσης, η παρέμβαση των νέων τεχνολογιών στην ιδιωτική ζωή του καταναλωτή, σε πολλές περιπτώσεις και χωρίς τη συναίνεσή του, έχουν ως αποτέλεσμα τον καταιγισμό του με διαφημίσεις, ενώ συχνά δεν είναι ξεκάθαρο το πρόσωπο του αντισυμβαλλομένου του, ώστε ο καταναλωτής να μην γνωρίζει έναντι ποίου θα πρέπει να ασκήσει τα δικαιώματά του¹⁹. Επομένως, ως αντιστάθμισμα της κατάστασης αυτής, ο καταναλωτής θα πρέπει να δικαιούται να δοκιμάσει τα προϊόντα αυτά, όσο είναι απαραίτητο ώστε να διαπιστώσει τη λειτουργία τους και το εάν τον ικανοποιούν, αλλά και να απαλλαγεί από τη σύμβαση με την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης²⁰.

A.2. Το ενωσιακό νομοθετικό πλαίσιο: μια ανασκόπηση.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει μεριμνήσει με τη μορφή Οδηγιών για τη ρύθμιση πολλών πτυχών του δικαιώματος υπαναχώρησης. Τόσο η Οδηγία 85/577/ΕΟΚ για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, όσο και η 97/7/ΕΚ για τις συμβάσεις εξ αποστάσεως ρυθμίζουν ρητά το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή και τις συνθήκες άσκησης του, ενώ με την Οδηγία 2011/83 που είναι σε ισχύ σήμερα, η προστασία του καταναλωτή ενισχύεται.

α) Η Οδηγία 85/577/ΕΟΚ για τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος

Το πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας αυτής ήταν οι συμβάσεις που συνάπτονταν εκτός εμπορικού καταστήματος, είτε στο χώρο του καταναλωτή (οικία, χώρος εργασίας κλπ.), είτε σε εκδρομή διοργανωμένη από τον προμηθευτή. Απαιτείτο επίσης ο έμπορος να μην έχει προσκληθεί από τον καταναλωτή για τον σκοπό αυτό ή να έχει προσκληθεί, αλλά για παροχή διαφορετικών αγαθών από εκείνα που τελικά προμηθεύτηκε ο καταναλωτής, εφόσον δεν γνώριζε, ή δεν μπορούσε να γνωρίζει ότι η παροχή αυτών των άλλων αγαθών ή υπηρεσιών συγκαταλέγεται στις εμπορικές ή επαγγελματικές δραστηριότητες του εμπόρου. Παράλληλα το άρθρο 3 της Οδηγίας παρουσιάζει τις εξαιρέσεις από το πεδίο εφαρμογής της, στις οποίες περιλαμβάνονται συμβάσεις που αφορούν ακίνητα, συμβάσεις για την παροχή τροφίμων, ποτών ή άλλων αγαθών για οικιακή κατανάλωση, συμβάσεις για την παροχή αγαθών ή υπηρεσιών με την χρήση καταλόγου με εξακολούθηση επαφής μεταξύ των μερών, στην οποία θα υπάρχει ήδη δικαίωμα υπαναχώρησης και ενημέρωση για αυτό, ασφαλιστικές συμβάσεις και συμβάσεις σχετικές με κινητές αξίες. Σημαντική διαφοροποίηση από το γενικό δίκαιο παρουσιάζει η υποχρέωση για τήρηση τύπου (άρθρο 3), η οποία καλείται να ισοσταθμίσει την διαπραγματευτική ανισότητα που βιώνει ο καταναλωτής, ξεκαθαρίζοντας το περιεχόμενο της σύμβασης και παρέχοντας λεπτομέρειες για αυτή. Για να τηρηθεί η υποχρέωση αυτή, αρκεί το ιδιωτικό έγγραφο, στο οποίο θα πρέπει να συμπεριλαμβάνονται τα στοιχεία που αναφέρει η παράγραφος 1 του άρθρου 3, οι οποίες αφορούν τον προμηθευτή, το χρόνο και τον τόπο σύναψης της σύμβασης, τα σχετικά με το τίμημα, καθώς

¹⁷ Νικολάου, Υπαναχώρηση καταναλωτή... 258 επ., *Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου*, σελ. 191.

¹⁸ Αιτιολογική σκέψη 22 Οδηγίας 97/7/ΕΚ.

¹⁹ Παπαϊωάννου, Η σύμβαση από απόσταση ...σελ. 153 επ., *Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου*, σελ. 191.

²⁰ Αιτιολογική σκέψη 37 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ.

και το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή. Σε περίπτωση παράλειψης τήρησης τύπου ως προς τα αναγκαία αυτά στοιχεία, η δικαιοπραξία θα είναι άκυρη, ενώ αν δεν έχει τηρηθεί ο έγγραφος τύπος για δευτερεύοντα στοιχεία, τα στοιχεία αυτά δεν θα ισχύουν. Σε κάθε περίπτωση, η γενική παράλειψη τήρησης τύπου οδηγεί σε σχετική υπέρ του καταναλωτή και μη ιάσιμη ακυρότητα, από το δικαίωμα επίκλησης της οποίας ο καταναλωτής δεν μπορεί να παραιτηθεί εκ των προτέρων²¹. Άρα, εάν ο καταναλωτής δεν επικαλεστεί την ακυρότητα λόγω έλλειψης τύπου, η σύμβαση παρέμενε σε ισχύ και ο καταναλωτής δεν θα μπορούσε να παραιτηθεί από το δικαίωμα επίκλησής της, πριν προκύψει ο σχετικός λόγος ακυρότητας. Στο άρθρο 4 ορίζεται η υποχρέωση ενημέρωσης του καταναλωτή για το δικαίωμα υπαναχώρησης, καθώς και για το πρόσωπο έναντι του οποίου μπορεί να ασκηθεί το δικαίωμα, ενώ το άρθρο 5 ρητά προβλέπει δικαίωμα υπαναχώρησης εντός επτά ημερών από την ενημέρωση του καταναλωτή για την ύπαρξη του δικαιώματος, χωρίς να απαιτείται η επίκληση κάποιου συγκεκριμένου λόγου. Η Οδηγία αυτή δεν ανέφερε τίποτα ως προς τις συνέπειες μη ενημέρωσης του καταναλωτή, ωστόσο γινόταν δεκτό ότι πριν λάβει χώρα η ενημέρωση αυτή, δεν θα ήταν δυνατόν να αρχίσει η προθεσμία υπαναχώρησης, κάτι που είχε ως αποτέλεσμα το απεριόριστο χρονικά της άσκησης του δικαιώματος στην περίπτωση αυτή²². Επιπλέον, σύμφωνα με κάποιες απόψεις η άσκηση του δικαιώματος θα πρέπει να λάβει χώρα με χρήση έγγραφου τύπου για λόγους προστασίας του προμηθευτή και ευκολότερης αντίληψης για το εάν όντως έχει ασκηθεί δικαίωμα υπαναχώρησης²³. Η Οδηγία επίσης ορίζει ότι δεν χωρεί παραίτηση από το δικαίωμα αυτό, ενώ τα αποτελέσματα της υπαναχώρησης θα ορίζονται από τα εθνικά δίκαια (άρθρα 6 και 7 Οδηγίας). Τέλος, η Οδηγία αυτή επέτρεπε στα κράτη-μέλη να ορίζουν ευνοϊκότερες για τον καταναλωτή ρυθμίσεις, παρέχοντας ουσιαστικά ένα ελάχιστο όριο προστασίας²⁴.

β) Η Οδηγία 97/7/ΕΚ για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις

Η Οδηγία αυτή, αν και ρυθμίζει διαφορετικά ζητήματα, παρουσιάζει όμοιες ρυθμίσεις με την 85/577/ΕΟΚ. Συγκεκριμένα, εφαρμόζεται στις συμβάσεις εμπόρου- καταναλωτή, οι οποίες συνάπτονται εξ αποστάσεως, με χρήση εξ αποστάσεως μέσου επικοινωνίας, το οποίο χρησιμοποιείται στο πλαίσιο οργανωμένου συστήματος πωλήσεων από τον έμπορο. Οι εξαιρέσεις από το πεδίο εφαρμογής περιλαμβάνουν τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, συμβάσεις που συνάπτονται με μέσα αυτοματισμού (πχ αυτόματους πωλητές), που συνάπτονται με φορείς τηλεπικοινωνιών με χρήση δημόσιων τηλεφωνικών θαλάμων, που αφορούν ακίνητα (εκτός των μισθώσεων) ή που συνάπτονται κατόπιν πλειστηριασμού. Παράλληλα, αναφέρεται ότι κάποια άρθρα (4, 5 και 6 και το 7 παρ. 1) δεν εφαρμόζονται στις συμβάσεις για την προμήθεια τροφίμων για οικιακή κατανάλωση, στις συμβάσεις για την παροχή υπηρεσιών καταλύματος, μεταφοράς, διατροφής, διασκέδασης, εφόσον ο προμηθευτής δεσμεύεται κατά τη σύναψη της σύμβασης να προβεί σε αυτές τις παροχές, σε καθορισμένη ημερομηνία ή συγκεκριμένη χρονική περίοδο και, κατ' εξαίρεση, στην περίπτωση υπαίθριων δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου, όπου ο προμηθευτής μπορεί να επιφυλαχθεί του δικαιώματος να μην εφαρμόσει το άρθρο 7 παράγραφος

²¹ Σκορρίνη-Παπαρρηγοπούλου, Η προστασία του καταναλωτή..., σελ. 139-145.

²² Howells / Twigg-Flesner / Wilhelmsson. (2018). Rethinking EU Consumer Law. Series: Markets and the Law, σελ. 115. Βλ. και Κινινή, Το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος στη διεκυστήριδα μεταξύ εταιρικού δικαίου και δικαίου προστασίας του καταναλωτή, ΕΕμπΔ 2011, σελ. 786.

²³ Σκορρίνη-Παπαρρηγοπούλου, Η προστασία του καταναλωτή..., σελ. 139-145 ό.π.

²⁴ Βλ. και Παντελίδου, Αυτοδέσμευση και αποδέσμευση ..., σελ. 877 -883.

2. Παρατηρούμε και εδώ μη εφαρμογή του δικαιώματος σε κοινές με τη Οδηγία 85/577 περιπτώσεις (π.χ. στα ακίνητα και στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες), με την προσθήκη όμως διαφορετικών περιπτώσεων, κάτι που φαντάζει εύλογο, λόγω και της διαφορετικής μεθόδου σύναψης της σύμβασης.

Οι δύο βασικές μορφές προστασίας που προβλέπει η Οδηγία υπέρ του καταναλωτή είναι η υποχρέωση ενημέρωσης υπέρ του καταναλωτή και το δικαίωμα υπαναχώρησης²⁵. Όσον αφορά την υποχρέωση ενημέρωσης, το άρθρο 4 επιβάλλει στον προμηθευτή να πληροφορήσει τον καταναλωτή πριν τη σύναψη της σύμβασης, τόσο για την ύπαρξη δικαιώματος υπαναχώρησης (χρόνος άσκησης, πρόσωπο έναντι του οποίου θα στρέφεται κλπ.), όσο και για λεπτομέρειες της σύμβασης, όπως για παράδειγμα, ο χρόνος παράδοσης, ο τρόπος πληρωμής, ενδεχόμενα έξοδα παράδοσης κλπ., πληροφορίες που θα πρέπει να παραδοθούν και εγγράφως στον καταναλωτή σε εύλογο χρονικό διάστημα, κατά το άρθρο 5. Η πρόβλεψη του ίδιου του δικαιώματος υπαναχώρησης γίνεται στο άρθρο 6, στο οποίο παρέχεται και προθεσμία τουλάχιστον επτά ημερών, αυτή τη φορά εργάσιμων²⁶, με ρητές διευκρινήσεις να λαμβάνουν χώρα για την έναρξη της προθεσμίας. Συγκεκριμένα, εάν έχει τηρηθεί η υποχρέωση πληροφόρησης, η προθεσμία θα αρχίσει να τρέχει από την παράδοση των αγαθών ή την παροχή της υπηρεσίας, ενώ αν δεν έχει τηρηθεί η υποχρέωση ενημέρωσης, η προθεσμία θα είναι τρίμηνη και θα εκκινεί στα χρονικά σημεία που αναφέρθηκαν παραπάνω²⁷. Παράλληλα, και εδώ δεν απαιτείται η επίκληση κάποιου λόγου για να έχει ο καταναλωτής δικαίωμα υπαναχώρησης. Ουσιαστικά, λοιπόν, στις δύο αυτές περιπτώσεις διαφοροποιείται το χρονικό διάστημα της προθεσμίας. Παράλληλα, ορίζεται και εδώ ότι δεν χωρεί παραίτηση από το δικαίωμα υπαναχώρησης, ενώ οι διατάξεις αυτές μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο διαφοροποίησης μόνο προς το ευνοϊκότερο για τον καταναλωτή. Τέλος, παρέχονται διευκρινίσεις για την παροχή μη παραγγελλθέντων, την πληρωμή με κάρτα και άλλα ειδικότερα ζητήματα.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι, ενώ οι βασικές ρυθμίσεις είναι ίδιες με την Οδηγία 85/577, όσον αφορά δηλαδή την υποχρέωση ενημέρωσης, την περίοδο υπαναχώρησης (με τη διαφοροποίηση του εργάσιμου των ημερών που αναφέρθηκε προηγουμένως), τις εξαιρέσεις από το πεδίο εφαρμογής, την απαγόρευση παραίτησης του καταναλωτή, καθώς και τη δυνατότητα των κρατών-μελών να θεσπίσουν ευνοϊκότερες για τον καταναλωτή ρυθμίσεις. Και οι δύο Οδηγίες παραμένουν ελάχιστης εναρμόνισης, επιτρέποντας στα κράτη-μέλη τη θέσπιση ευνοϊκότερων για τον καταναλωτή ρυθμίσεων²⁸. Η μεταγενέστερη Οδηγία όμως, λαμβάνοντας υπόψη και τις νέες τεχνολογικές εξελίξεις που προέκυψαν στα δώδεκα έτη που μεσολάβησαν, αλλά και τις διαφορές που παρουσιάζουν οι εξ αποστάσεως με τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις, παρουσιάζεται πιο λεπτομερής, με αναλυτικότερες ρυθμίσεις και κάλυψη περισσότερων περιπτώσεων. Η αναλυτική αυτή ρύθμιση βαίνει υπέρ του καταναλωτή, αφού οριοθετεί καλύτερα το προστατευτικό πεδίο και ξεκαθαρίζει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του, επιλύοντας αμφιβολίες που θα μπορούσαν να αποβούν σε βάρος του με ερμηνεία υπέρ του εμπόρου. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι οι Οδηγίες αυτές, παρά το γεγονός ότι ρύθμιζαν διαφορετικό πεδίο συμβάσεων, ακολούθησαν κοινή γραμμή, παρουσιάζοντας σύμπνοια για τις προϋποθέσεις και τον τρόπο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης. Από την ίδια βασική γραμμή προστασίας

²⁵Μακρής, Η προστασία του Καταναλωτή στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/EK και 2000/31/EK στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, 882-893.

²⁶Howells/ Twigg-Flesner/Wilhelmsson, Rethinking EU Consumer Law, σελ..117.

²⁷Howells/Twigg-Flesner/Wilhelmsson, ό.π.

²⁸Howells/Twigg-Flesner/Wilhelmsson, ό.π.

εκκίνησε και η σήμερα ισχύουσα Οδηγία 2011/83, η οποία κατήργησε τις Οδηγίες αυτές, ήδη από τις 13 Ιουνίου του 2014.

γ) Η Οδηγία 2011/83

Το προηγούμενο νομοθετικό καθεστώς είχε τα μειονεκτήματα του κατακερματισμού των ρυθμίσεων μεταξύ των κρατών-μελών, λόγω της πρόβλεψης για ελάχιστη εναρμόνιση, η οποία συνεπάγεται και την αύξηση του κόστους συμμόρφωσης των επιχειρήσεων, για αυτό και στην Οδηγία αυτή επελέγη η λύση της πλήρους εναρμόνισης, την οποία η Επιτροπή θεωρεί ως την αποτελεσματικότερη για την εξασφάλιση της προστασίας των καταναλωτών²⁹. Η μεταβολή αυτή τείνει να έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία περισσότερων νομικών κανόνων με αυξημένη τεχνική και πολύπλοκη φύση³⁰. Σκοπός της Οδηγίας αυτής είναι η εξασφάλιση της ομαλής λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την προσέγγιση ορισμένων ρυθμίσεων στον τομέα αυτό.

Η Οδηγία αυτή, η οποία αρχικά προοριζόταν να έχει μεγαλύτερο εύρος από ό,τι έχει τελικά, εφαρμόζεται σε συμβάσεις εξ αποστάσεως, συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, αλλά και σε κάθε σύμβαση που δεν εμπίπτει στις δύο προηγούμενες κατηγορίες, κάτι που αποτελεί διαφοροποίηση σε σχέση με το προηγούμενο καθεστώς. Παρόλα αυτά, υπάρχουν διαφορετικές ρυθμίσεις για κάθε κατηγορία σύμβασης, ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε συμβατικού τύπου³¹. Έτσι, επεκτείνεται το πεδίο προστασίας του καταναλωτή, αφού οι προστατευτικές διατάξεις της Οδηγίας θα εφαρμόζονται σε σημαντικά μεγαλύτερο αριθμό συναλλαγών. Στις εξαιρέσεις από το πεδίο εφαρμογής της συμπεριλαμβάνονται κοινωνικές υπηρεσίες, υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης, τυχερά παιχνίδια και τζόγος, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, δικαιώματα επί ακινήτων, οι κατασκευές νέων κτιρίων, ζητήματα που άπτονται των οργανωμένων ταξιδιών, συμβάσεις χρονομεριστικής μίσθωσης, μεταφορά επιβατών, συμβάσεις με αυτόματο πωλητή, με δημόσια αρχή, με τηλεπικοινωνιακούς φορείς μέσω τηλεφωνικών θαλάμων καθώς και η προμήθεια ποτών και τροφίμων για οικιακή χρήση. Παρατηρούμε λοιπόν ότι έχουν παραμείνει οι εξαιρέσεις που προβλέπονταν στις προϊσχύουσες Οδηγίες, καθώς και έχουν προστεθεί κι άλλες, εξαιρώντας από το πεδίο εφαρμογής της παρούσας Οδηγίας ζητήματα που έχουν ρυθμιστεί από άλλες Οδηγίες και κείμενα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σημαντική διαφοροποίηση επίσης παρουσιάζεται, όπως προαναφέρθηκε, στο επίπεδο εναρμόνισης: ενώ οι προηγούμενες Οδηγίες επέτρεπαν την ευνοϊκότερη για τον καταναλωτή ρύθμιση, το άρθρο 4 ορίζει ότι δεν επιτρέπεται ουδεμία παρέκκλιση από τις διατάξεις της παρούσας Οδηγίας από τα κράτη μέλη προς καμία κατεύθυνση, εκτός αν το προβλέπει συγκεκριμένα η Οδηγία, πορευόμενο προς τον στόχο της ενοποίησης των ρυθμίσεων στα κράτη μέλη, όπως αναφέρθηκε στο άρθρο 1. Η επιλογή όμως αυτή του ενωσιακού νομοθέτη μπορεί να κρύβει και κινδύνους για τον καταναλωτή, αφού αποστερείται από κάθε δυνατότητα συνολικής βελτίωσης της θέσης του πέρα από το πλαίσιο που ορίζει η Οδηγία. Μια γενικευμένη απαγόρευση της βελτίωσης της θέσης του καταναλωτή δύσκολα θα

²⁹ Παπαρσενίου, Η νέα Πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών: Κριτική επισκόπηση των μεταρρυθμίσεων στο δίκαιο των καταναλωτικών πωλήσεων, ΕφΑΔ 2010, 142 επ.

³⁰ Howells/Twigg-Flesner /Wilhelmsson Rethinking EU Consumer Law, σελ 94.

³¹ Howells /Twigg-Flesner /Wilhelmsson. Rethinking EU Consumer Law, σελ 99. Βλ. και Αργυρό, Η προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή...σελ.117-118.

μπορούσε να γίνει ανεκτή από το άρθρο 169 ΣΛΕΕ (πρώην 153 ΣΕΚ), το οποίο επιβάλλει στις παρ. 2 και 4 την επικουρικότητα του ενωσιακού δικαίου έναντι του ευμενέστερου εθνικού³². Σχετικά με τις προστατευτικές ρυθμίσεις, προβλέπεται δικαίωμα ενημέρωσης του καταναλωτή για τα ειδικότερα στοιχεία της σύμβασης (άρθρο 5), υποχρέωση ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης (άρθρο 6), καθώς και ειδικότερες προβλέψεις για το δικαίωμα υπαναχώρησης, οι οποίες θα αναφερθούν εκτενέστερα στη συνέχεια. Επιγραμματικά, αναφέρουμε ότι πλέον η προθεσμία υπαναχώρησης εκτείνεται στις δεκατέσσερις (14) ημέρες, ενώ υπάρχουν ρητές προβλέψεις για τις συνέπειες της παράλειψης ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα αυτό (άρθρο 10), οι τρόποι άσκησής του (άρθρο 11), καθώς και οι υποχρεώσεις του καταναλωτή (άρθρο 14). Τέλος, στο άρθρο 16 αναφέρονται ορισμένες εξαιρέσεις από την παροχή του δικαιώματος αυτού, σε περιπτώσεις που δεν είναι εφικτή η μεταπώληση του επιστραφέντος αγαθού από τον έμπορο, προκειμένου να μετριάστουν οι δυσμενείς για αυτόν συνέπειες και να κατανεμηθεί δικαιοτέρα το βάρος. Κάποιες από αυτές τις περιπτώσεις περιλαμβάνουν την προμήθεια αγαθών κατασκευασθέντων σύμφωνα με τις προδιαγραφές του καταναλωτή, την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών, την προμήθεια αγαθών που η αξία του εξαρτάται από τη διακύμανση της χρηματαγοράς, τα αναλώσιμα που λήγουν άμεσα κ.α. Παρατηρούμε, λοιπόν ότι η Οδηγία αυτή παρέχει λεπτομερείς ρυθμίσεις για κάθε περίπτωση καταναλωτικής σύμβασης, αποσαφηνίζοντας και διευρύνοντας το πεδίο εφαρμογής της. Παράλληλα, όμως εξαιρεί σημαντικές περιπτώσεις συμβάσεων από αυτό, λόγω της ρύθμισής τους με άλλες Οδηγίες, διακινδυνεύοντας έτσι τον στόχο της εναρμόνισης που η ίδια έθεσε στο άρθρο 1, ενώ στην ίδια κατεύθυνση δεν επιτρέπει παρέκκλιση ούτε εις όφελος του καταναλωτή από αυτές. Εντοπίζουμε, άρα, στο άρθρο 1 το στόχο και την προτεραιότητα των ρυθμίσεων αυτών όχι μόνο στην εξασφάλιση της υψηλότερης δυνατής προστασίας του καταναλωτή, αλλά και στην εναρμόνιση των νομοθεσιών των κρατών-μελών και στην ενοποίηση της Ευρωπαϊκής αγοράς.

A.3. Νομική φύση, προϋποθέσεις και έννομες συνέπειες του δικαιώματος υπαναχώρησης.

α) Η νομική φύση του δικαιώματος

Το ζήτημα της νομικής φύσης της υπαναχώρησης από καταναλωτική πώληση ερίζεται στη θεωρία. Κατά μία άποψη, τα έννομα αποτελέσματα της σύμβασης επέρχονται μετά την πάροδο της προθεσμίας υπαναχώρησης. Σύμφωνα με την εκδοχή αυτή, η μη άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης αποτελεί όρο του ενεργού της σύμβασης, επομένως μέχρι την πάροδο της προθεσμίας η σύμβαση θα έχει μετέωρη ισχύ³³. Υπό όμοια οπτική, θα μπορούσε και να γίνει λόγος και για την ύπαρξη αναβλητικής αίρεσης δικαίου με το περιεχόμενο αυτό. Με την πάροδο της προθεσμίας υπαναχώρησης, η σύμβαση ισχυροποιείται οριστικά και παράγει πλέον πλήρως τα έννομα αποτελέσματά της, αφού ικανοποιείται το πραγματικό της αναβλητικής αίρεσης ή του όρου του ενεργού, υπό τον οποίο τελεί η σύμβαση³⁴. Άλλωστε, ο ελληνικός νόμος δεν επιτρέπει

³²Χριστοδούλου, Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, ΕφΑΔ 2010, 9-23.

³³Καραμπατζός, Ιδιωτική αυτονομία και προστασία του καταναλωτή, σελ. 252-254.

³⁴Νικολάου, Υποχρέωση καταναλωτή από σύμβαση καταρτισθείσα εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος και υποχρέωση του προμηθευτή προς επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος ΕφΑΔ 3/2021 σελ. 258-280. Έτσι και Σκορρίνη-Παπαρρηγοπούλου, Η προστασία του καταναλωτή στη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος, σελ. 150-152, Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, Ελληνικό και Ενωσιακό, σελ.238-239.

την εκπλήρωση των υποχρεώσεων των μερών όσο διαρκεί η προθεσμία υπαναχώρησης³⁵. Η θεωρία αυτή είναι η κρατούσα στο γερμανικό χώρο³⁶.

Κατά δεύτερη άποψη, η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης έχει ως αποτέλεσμα την αποδέσμευση του καταναλωτή από ήδη υπάρχουσα και πλήρως ισχυρή σύμβαση, η οποία αναπτύσσει πλήρως τα έννομα αποτελέσματά της ήδη από την κατάρτισή της και μέχρι την άσκηση του δικαιώματος. Αποτελεί, επομένως, άσκηση διαπλαστικού δικαιώματος, αφού επιφέρει αναδρομική ανατροπή της συγκεκριμένης έννομης σχέσης³⁷. Δηλαδή, η υπαναχώρηση δεν καταργεί τη σύμβαση, αλλά θα μεταβάλλει το περιεχόμενό της, από την εκπλήρωση των αμοιβαίων παροχών σε υποχρεώσεις εκκαθάρισης της σύμβασης και επιστροφής των καταβληθέντων παροχών. Ειδικότερα, κατά την άποψη αυτή, εάν η σύμβαση εξ αποστάσεως θεωρούταν ως υπό αίρεση δικαίωμα, θα ήταν ανολοκλήρωτη και δεν θα παρείχε επαρκή προστασία στον καταναλωτή, αφού θα ήταν ατελής και θα μπορούσε να θεωρηθεί ατελής επ' άοριστον αν ο προμηθευτής δεν τηρούσε την υποχρέωσή του για παράδοση του πράγματος, ώστε να εκκινήσει και η προθεσμία υπαναχώρησης. Επιπλέον, ο καταναλωτής δεν θα έχει την προστασία των παρεπόμενων υποχρεώσεων συμπεριφοράς (π.χ. καλής πίστης, προστασίας κλπ.), που θα προκαλούν την υποχρέωση αποζημίωσης σε περίπτωση παραβίασής τους, αφού αυτές προϋποθέτουν καταρτισμένη σύμβαση³⁸. Επομένως, υπό τη θεώρηση αυτή, η προστασία του καταναλωτή θα είναι ασθενέστερη. Πάντως, η κρίσιμη διαφοροποίηση σε σχέση με τις λοιπές συμβάσεις που τελούν υπό την επιφύλαξη άσκησης δικαιώματος ενός από τα μέρη έγκειται στην πολύ σύντομη προθεσμία, εντός της οποίας θα πρέπει να ασκηθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης. Η σύντομη αυτή διάρκεια γεννά τον προβληματισμό αν πρόκειται όντως για δικαίωμα υπαναχώρησης ή για ανάκληση της δήλωσης βουλήσεως εκ μέρους του καταναλωτή. Ωστόσο, η διατύπωση της Οδηγίας 2011/83 δεν αφήνει πλέον περιθώριο για τον προβληματισμό αυτό, αφού ρητά αναφέρεται σε δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση και όχι από την μονομερή ανάληψη υποχρέωσης εκ μέρους του καταναλωτή, όπως η προηγούμενη Οδηγία 85/577/ΕΟΚ, η διατύπωση αυτή της οποίας είχε προσφέρει το έδαφος για ανάλογο προβληματισμό³⁹.

β) Τρόπος άσκησης και προθεσμία του δικαιώματος υπαναχώρησης

Για να ασκηθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης, οι βασικές προϋποθέσεις που θα πρέπει να πληρούνται είναι να έχει συναφθεί η σύμβαση και να βρισκόμαστε εντός της προθεσμίας των δεκατεσσάρων ημερών, που προβλέπει η Οδηγία (άρθρο 11). Δεν απαιτείται να συντρέχει κάποιος

³⁵ Γεωργιάδης, Ειδικό Ενοχικό Δίκαιο Τόμος Ι, σελ. 129-130.

³⁶ Καραμπατζός, Ιδιωτική αυτονομία... σελ. 252-254.

³⁷ Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου, ό.π., σελ. 328.

³⁸ Νικολάου, Υποχρέωση καταναλωτή... σελ. 258-280.

³⁹ Καραμπατζός, Ιδιωτική αυτονομία... σελ. 252-254, Βλ. και σκ. 42 και 43 της C-412/06, Hamilton, όπου ορίζεται ότι "...Ειδικότερα, από την ύπαρξη, στη διάταξη αυτή, του όρου «μονομερές ανάληψη υποχρεώσ[εως]» προκύπτει... ότι η άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης είναι δυνατή εκτός από την περίπτωση που για τον καταναλωτή δεν υφίσταται, κατά τον χρόνο της ασκήσεως του εν λόγω δικαιώματος, καμία δέσμευση που να απορρέει από τη σύμβαση από την οποία γίνεται η υπαναχώρηση. Η λογική αυτή ανάγεται σε μια από τις γενικές αρχές του αστικού δικαίου, ήτοι ότι η πλήρης εκτέλεση μιας συμβάσεως επέρχεται, κατά γενικό κανόνα, με την πραγματοποίηση των αμοιβαίων παροχών των συμβαλλομένων και τη λήξη της. Άλλωστε, κατά το άρθρο 5, παράγραφος 2, της ίδιας Οδηγίας, που ρυθμίζει τις συνέπειες της ασκήσεως του δικαιώματος υπαναχώρησης, η ειδοποίηση για την υπαναχώρηση έχει ως συνέπεια την απαλλαγή του καταναλωτή από «κάθε υποχρέωση που απορρέει από τη ματαιωθείσα σύμβαση». Από την παραπομπή από την εν λόγω διάταξη στην έννοια της «υποχρεώσεως» προκύπτει ότι η ύπαρξη των εν λόγω συνεπειών προϋποθέτει ότι ο καταναλωτής άσκησε το δικαίωμά του υπαναχώρησης ως προς σύμβαση που ήταν υπό εκτέλεση, ενώ μετά την πλήρη εκτέλεση της συμβάσεως παύει να υφίσταται υποχρέωση."

άλλος λόγος πέραν της μετάνοιας του καταναλωτή, προκειμένου να έχει δικαίωμα να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση ακόμη και χωρίς να απαιτείται να προσάψει κάποιο ελάττωμα στο προϊόν⁴⁰. Το αναιτιολόγητο της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης φαίνεται να αποτελεί περιορισμό της συμβατικής ελευθερίας και της ειδικότερης έκφρασης της, που είναι η αρχή *acta sunt servanda*. Πράγματι, το ένα μέρος της σύμβασης μπορεί, χωρίς να πρέπει να προβάλλει συγκεκριμένο λόγο, να αθετήσει τη συμβατική του υποχρέωση και να απαλλαγεί από τη σύμβαση. Για το λόγο αυτό, το δικαίωμα αναιτιολόγητης υπαναχώρησης έχει υποστεί και συνεχίζει να υφίσταται κριτική⁴¹. Ωστόσο, όπως είναι θεμιτό και γίνεται δεκτό στα πλαίσια της ιδιωτικής αυτονομίας το να παρεμβαίνει ο νομοθέτης θεσπίζοντας απαραίτητους περιορισμούς σε άλλα ζητήματα, φαντάζει όμοιο και θεμιτό να δίνει σε κάποιο από τα μέρη της σύμβασης ένα χρονικό διάστημα περίσκεψης μέχρι την οριστική κατάρτιση της σύμβασης, μέχρι το πέρας του οποίου θα μπορεί να απαλλαγεί από τη σύμβαση⁴². Βέβαια, και για τις δύο περιπτώσεις αυτές, ο εκάστοτε περιορισμός θα πρέπει να αιτιολογείται από κάποιο λόγο. Επομένως, το βάρος θα μετατοπιστεί στο εάν υπάρχει δικαιολογητικός λόγος για τη θέσπιση αναιτιολόγητης υπαναχώρησης⁴³. Πράγματι, η μορφή αυτή του δικαιώματος υπαναχώρησης φαίνεται να είναι το πιο ήπιο και πιο αποτελεσματικό και για τα δύο μέρη της σύμβασης μέσω απαλλαγής από τη σύμβαση, εφόσον εκκαθαρίζει τη συμβατική σχέση άμεσα σε περίπτωση που ασκηθεί και δεν δημιουργεί μακροχρόνιες εκκρεμότητες, ενώ η δυνατότητα του καταναλωτή να απαλλαγεί εύκολα από ένα προϊόν που δεν τον ικανοποιεί, τον προστατεύει τόσο από παρορμητικές επιλογές, όσο και από τυχόν τεχνάσματα του εμπόρου που οδήγησαν στην εσφαλμένη αυτή επιλογή, αποκαθιστώντας σε μεγάλο βαθμό, όπως προαναφέρθηκε, τη μεταξύ εμπόρου και καταναλωτή ανισότητα. Επιπλέον, ο καταναλωτής δεν θα επιβαρυνθεί εάν ασκήσει το δικαίωμά του, με εξαίρεση τα προβλεπόμενα στα 13 παρ.2 και 14 της Οδηγίας⁴⁴. Η ρύθμιση αυτή φαντάζει απαραίτητη για τον περιορισμό των εμποδίων που θα αποθάρρυναν τον καταναλωτή από το να ασκήσει το δικαίωμά του. Το δικαίωμα θα ασκηθεί με μονομερή απευθυντέα δήλωση βούλησης από τον καταναλωτή προς τον προμηθευτή, η οποία μπορεί να γίνει είτε με χρήση του υποδείγματος εντύπου υπαναχώρησης του Παραρτήματος της Οδηγίας, είτε με οποιαδήποτε άλλη σαφή δήλωση, από την οποία προκύπτει η βούληση του καταναλωτή να απαλλαγεί από τη σύμβαση⁴⁵. Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα στον καταναλωτή να υπαναχωρήσει μέσω της συμπλήρωσης ηλεκτρονικού εντύπου που βρίσκεται στην ιστοσελίδα του προμηθευτή, εάν αυτός παρέχει την δυνατότητα αυτή. Συνολικά, το κρίσιμο στοιχείο είναι να προκύπτει με σαφήνεια η βούληση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει, στοιχείο που παρουσιάζει ακόμη μεγαλύτερη σημασία και για τον ίδιο, αφού το βάρος απόδειξης για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και το εμπρόθεσμό της θα το έχει εκείνος⁴⁶. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε περίπτωση υπαναχώρησης λόγω ελαττωματικότητας του προϊόντος, ο καταναλωτής θα έχει και το δικαίωμα υπαναχώρησης

⁴⁰ Δελούκα-Ιγγλέση, Δίκαιο του Καταναλωτή, σελ. 120. Καράκωστας, Δίκαιο Προστασίας του Καταναλωτή, σελ. 190-191.

⁴¹ *Canaris*, Wandlungen des Schuldvertragsrechts - Tendenzen zu seiner „Materialisierung“, AcP 200 (2000), 344.

⁴² *Canaris*, ό.π.

⁴³ *Canaris*, ό.π..

⁴⁴ *Καραμπατζός*, Ιδιωτική αυτονομία..., σελ. 254 επ.

⁴⁵ *Καράκωστας*, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή, σελ. 190-191. Ιδιαίτερη σημασία αποκτά η σαφήνεια της πρόθεσης υπαναχώρησης σε περίπτωση επιστροφής αγαθού, θα πρέπει να συνάγεται η πρόθεση του καταναλωτή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση, διότι η επιστροφή θα μπορούσε να γίνεται και για άλλους λόγους, όπως π.χ. η επιδιόρθωση του προϊόντος. Βλ και *Καραμπατζό*, ό.π., *Νικολάου*, ό.π.

⁴⁶ *Γιοβανίδης* σε *Αλεξανδρίδου*, Δίκαιο προστασίας Καταναλωτή-Ελληνικό και ενωσιακό, σελ. 246-247. *Νικολάου*, ό.π., σ.261.

σύμφωνα με την Οδηγία 1999/44/EK για την καταναλωτική πώληση, το οποίο δεν έχει τόσο στενό χρονικό περιορισμό όσο αυτό της Οδηγίας 2011/83⁴⁷.

Σχετικά με την προθεσμία άσκησης του δικαιώματος, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το χρονικό σημείο έναρξής της. Συγκεκριμένα, η προθεσμία υπαναχώρησης εκκινεί την επομένη της κτήσης φυσικής εξουσίας του αγαθού, ή της σύναψης της σύμβασης παροχής υπηρεσιών, εάν πρόκειται για υπηρεσία. Εάν πρόκειται για παράδοση περισσότερων αγαθών, η προθεσμία εκκινεί από την παράδοση του τελευταίου από τα αγαθά αυτά. Η προθεσμία αυτή λήγει σε δεκατέσσερις ημέρες, όπως προαναφέρθηκε. Σε περίπτωση όμως που δεν έχουν τηρηθεί οι υποχρεώσεις ενημέρωσης εκ μέρους του προμηθευτή σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, η λήξη της προθεσμίας παρατείνεται και λήγει δώδεκα μήνες μετά τη λήξη της αρχικής προθεσμίας⁴⁸. Για την υποχρέωση ενημέρωσης θα γίνει διεξοδικότερη αναφορά σε επόμενο κεφάλαιο.

Αξίζει να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι το άρθρο 16 της Οδηγίας προβλέπει μια, αρκετά μακροσκελή, λίστα περιπτώσεων εξαιρέσεων, στις οποίες δεν εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα για το δικαίωμα υπαναχώρησης⁴⁹. Μάλιστα, εξαιρούνται από τα προβλεπόμενα για το δικαίωμα υπαναχώρησης, ακόμη και αν συνάπτονται εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος. Δικαιολογητικό λόγο για τις εξαιρέσεις αυτές αποτελεί η φύση των συγκεκριμένων αγαθών, που καθιστούν το δικαίωμα υπαναχώρησης απρόσφορο ή ανεπιεικές για τον έμπορο⁵⁰. Σε κάθε περίπτωση, ο έμπορος πρέπει να ενημερώσει πριν τη σύναψη της σύμβασης ότι δεν θα υπάρξει δικαίωμα υπαναχώρησης⁵¹.

γ) Έννομες συνέπειες του δικαιώματος υπαναχώρησης

Η Οδηγία 2011/83 περιγράφει τις έννομες συνέπειες της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης στα άρθρα 12-14. Βασική συνέπεια της άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης είναι η απόσβεση των υποχρεώσεων που απορρέουν από τη σύμβαση και η μετατροπή της σε σχέση εκκαθάρισης⁵². Δεν θα υπάρχει, δηλαδή, πλέον υποχρέωση των μερών για εκτέλεση της σύμβασης⁵³. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι παρεπόμενες υποχρεώσεις πίστης, προστασίας κ.λπ. παραμένουν ισχυρές, αφού η σύμβαση δεν ανατρέπεται με αναδρομική ισχύ. Ειδικότερα, ο προμηθευτής υποχρεούται να επιστρέψει το τίμημα αλλά και κάθε πληρωμή που έλαβε στα πλαίσια της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων και των εξόδων παράδοσης, δικαιούμενος να παρακρατήσει το τίμημα μόνο μέχρι να του επιστραφούν τα αγαθά. Ο καταναλωτής, με τη σειρά του, υποχρεούται να επιστρέψει τα αγαθά σε εύλογο χρονικό διάστημα, με μοναδική επιβάρυνση το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών. Εάν ο καταναλωτής έχει κάνει χρήση, η οποία δεν ήταν η αναγκαία και προβλεπόμενη για τη διαπίστωση της φύσης των αγαθών και έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της αξίας των αγαθών⁵⁴, τότε θα υποχρεούται να καταβάλλει αποζημίωση χρήσης, ευθυνόμενος για τη μείωση αυτή χωρίς να απαιτείται υπαιτιότητά του. Δηλαδή, εάν ο καταναλωτής προκειμένου να διαπιστώσει εάν το αγαθό είναι της αρεσκείας του το δοκίμασε με

⁴⁷ Αργυρός, Η προστασία των δικαιωμάτων...,σελ.120 επ., Καραμπατζός, ό.π.

⁴⁸ Βλ. Αργυρό, ό.π., Καραμπατζό, ό.π., σελ.249-250, Νικολάου, ό.π.

⁴⁹ Howells /Twigg-Flesner /Wilhelmsson, Rethinking EU Consumer Law, σελ 119

⁵⁰ Βλ. αιτιολογική σκέψη 50 Οδηγίας 2011/83.

⁵¹ Νικολάου, Υποχρέωση καταναλωτή...σελ.258-280., σελ.270.

⁵² Νικολάου, ό.π., σελ. 262., Γιοβανόπουλος σε Αλεξανδρίδου, ό.π., σελ. 247-248.

⁵³ Καράκωστας, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή, σελ. 193-194.

⁵⁴ Δελούκα-Ιγγλέση, Δίκαιο του Καταναλωτή, σελ. 122 επ.

τρόπο διαφορετικό από αυτόν της συνήθους χρήσης του, θα κληθεί να αποζημιώσει τον έμπορο για την τυχόν φθορά που δημιουργήσε στο προϊόν ή συμπεριφορά του αυτή⁵⁵. Η αποζημίωση αυτή θα αποτελεί μια κεκαλυμμένη μορφή αδικαιολόγητου πλουτισμού, αφού με τη χρήση αυτή ο καταναλωτής εξοικονομεί τη δαπάνη που θα έκανε για να αποκτήσει από αλλού το αγαθό αυτό και να καλύψει την ανάγκη του αυτή. Το βάρος απόδειξης για τη μείωση της αξίας θα έχει ο έμπορος, ενώ για να είναι αποτελεσματική η αποζημίωση χρήσης θα πρέπει να καλύπτει το κόστος ευκαιρίας του εμπόρου, δηλαδή την πλήρη αξία του αγαθού που θα επιστραφεί⁵⁶. Το δικαίωμα αυτό του εμπόρου θα απωλεσθεί εάν αυτός δεν έχει ενημερώσει τον καταναλωτή για την ύπαρξη του δικαιώματος υπαναχώρησης⁵⁷.

Αξίζει να εξεταστεί και το φαινόμενο των συνδεδεμένων συμβάσεων, οι οποίες εξαρτούν την ύπαρξη και την αξία τους από την ύπαρξη της κύριας σύμβασης. Η Οδηγία κάνει λόγο για αυτές στο άρθρο 15. Έτσι, με την υπαναχώρηση του καταναλωτή από την κύρια σύμβαση, οι συνδεδεμένες συμβάσεις λήγουν αυτομάτως και χωρίς περαιτέρω επιβάρυνση του καταναλωτή. Για να συμβεί αυτό, απαιτείται οι δύο ή περισσότερες συμβάσεις να συνδέονται άμεσα και με οικονομικό αντίκρισμα, έτσι ώστε η κατάργηση της μίας να καθιστά άνευ νοήματος και τις λοιπές. Παράλληλα, καταλείπεται χώρος στα κράτη-μέλη να ορίσουν τις λεπτομέρειες για τον τερματισμό των συμβάσεων αυτών⁵⁸.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η Οδηγία δεν απαγορεύει την εκτέλεση της σύμβασης όσο διαρκεί η προθεσμία υπαναχώρησης, ωστόσο σε περίπτωση σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος, επιτρέπει στα κράτη-μέλη να διατηρήσουν τυχόν εθνική νομοθεσία που να απαγορεύει την είσπραξη του τιμήματος από τον έμπορο όσο διαρκεί η προθεσμία υπαναχώρησης⁵⁹. Τη διατήρηση της απαγόρευσης αυτής στις εξ αποστάσεως συμβάσεις έχει επιλέξει και ο Έλληνας νομοθέτης, απαγορεύοντας κάθε μορφή είσπραξης του τιμήματος στις συμβάσεις αυτές, έως την πάροδο της προθεσμίας υπαναχώρησης (άρθρο 3ε, παρ. 3 και 4 ν. 2251/1994). Μάλιστα, στην περίπτωση αυτή ο έμπορος καλείται να εκπληρώσει πρώτος την παροχή του, αφού, αν δεν το πράξει, δεν εκκινεί η προθεσμία υπαναχώρησης⁶⁰.

Α.4. Η σημασία της προηγούμενης ενημέρωσης του καταναλωτή και η επίδρασή της στην άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης.

Κατά το στάδιο των διαπραγματεύσεων, η πληροφόρηση του καταναλωτή διαδραματίζει βασικό ρόλο. Πράγματι, η τεχνολογική εξέλιξη καθώς και το σύνθετο περιβάλλον που αυτή δημιουργεί, καθιστά αδύνατο για τον μέσο καταναλωτή να λάβει την απαραίτητη πληροφόρηση για τη σύμβαση, κατάσταση που μπορεί να προκύπτει από διαφορετικές αιτίες (π.χ. φύση της σύμβασης,

⁵⁵ Για παράδειγμα, εάν ο καταναλωτής αγοράσει ένα ζευγάρι υποδήματα και τα δοκιμάσει όχι στην οικία του αλλά σε έναν λασπωμένο δρόμο, θα θεωρηθεί ότι η χρήση αυτή δεν είναι ενδεδειγμένη για τη δοκιμή του προϊόντος και θα κληθεί να καταβάλλει την αποζημίωση χρήσης.

⁵⁶ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 295-301.

⁵⁷ Για λεπτομέρειες σχετικά με τις εθνικές ρυθμίσεις του ν.2251/1994 στις εξ αποστάσεως αλλά και στις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις, βλ. Καρακώστα, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή., σελ. 208-209 και 193-196 αντίστοιχα.

⁵⁸ Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου, ό.π., σελ. 250-252. Νικολάου, Υποχρέωση καταναλωτή... σελ. 270. Βλ. και άρθρο 15 Οδηγίας 2011/83.

⁵⁹ Άρθρο 9 παρ.3 Οδηγίας 2011/83.

⁶⁰ Νικολάου, ό.π., σελ.261-262. Καρακώστας, ό.π., σελ. 193., Γιοβανόπουλος σε Αλεξανδρίδου, ό.π., σελ.247-250

συγκυρίες σύναψής της) και που καλείται να θεραπεύσει η υποχρέωση ενημέρωσης. Η ενημέρωση θα αφορά τις ουσιώδεις για τη σύμβαση πληροφορίες, οι οποίες θα πρέπει να παρέχονται με σαφήνεια, πληρότητα και εγκυρότητα⁶¹.

Η προηγούμενη ενημέρωση του καταναλωτή από τον έμπορο διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στο σύστημα της Οδηγίας 2011/83, ενώ αντίστοιχες ρυθμίσεις υπήρχαν και στις δύο προϋσχύουσες Οδηγίες για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις και τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος⁶². Συγκεκριμένα, το άρθρο 6 της Οδηγίας προβλέπει τα απαραίτητα στοιχεία, για τα οποία ο έμπορος θα κληθεί να ενημερώσει τον καταναλωτή, πριν τη σύναψη της σύμβασης, όπως τα κύρια χαρακτηριστικά των αγαθών, την ταυτότητα του εμπόρου καθώς και τη διεύθυνση και τα στοιχεία επικοινωνίας του, τα σχετικά με την τιμή, το τυχόν κόστος επικοινωνίας με τον έμπορο, τους όρους της σύμβασης, τη διάρκεια αυτής, καθώς και λεπτομέρειες για το δικαίωμα υπαναχώρησης και την άσκησή του⁶³. Κατά το ελληνικό δίκαιο και τον ν. 2251/1994, οι πληροφορίες που παρέχονται στον καταναλωτή κατά το προσυμβατικό στάδιο ενσωματώνονται στη σύμβαση και αποκτούν κανονιστική ισχύ, επομένως δεσμεύουν τα συμβαλλόμενα μέρη χωρίς να απαιτείται ρητή συμφωνία, ενώ μπορούν να μεταβληθούν μόνο με ρητή συμφωνία των μερών⁶⁴. Σε περίπτωση παραβίασης των διατάξεων αυτών, το άρθρο 24 της Οδηγίας αφήνει στα κράτη- μέλη τον καθορισμό των κυρώσεων και τη λήψη των αναγκαίων μέτρων για την εφαρμογή τους, αρκεί τα μέτρα αυτά να είναι αποτελεσματικά, αναλογικά και αποτρεπτικά. Στο ελληνικό δίκαιο, έχει επιλεγεί η λύση της σχετικής υπέρ του καταναλωτή ακυρότητας σε περίπτωση σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος (άρθρο 3β, παρ. 9 ν. 2251/1994), δηλαδή της ακυρότητας που μόνο ο καταναλωτής μπορεί να επικαλεστεί⁶⁵. Πάντως, η μη πρόβλεψη συγκεκριμένης έννομης συνέπειας για την περίπτωση παράλειψης ενημέρωσης αποτελεί αντίφαση με τη σπουδαιότητα που προσδίδει ο ενωσιακός νομοθέτης στην υποχρέωση αυτή⁶⁶.

Ειδικότερα, όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης, η ενημέρωση θα πρέπει να λαμβάνει χώρα με σαφήνεια και πληρότητα, προκειμένου να γίνεται αντιληπτό το περιεχόμενο των δικαιωμάτων του καταναλωτή. Θα πρέπει, μεταξύ άλλων, να λαμβάνει χώρα σε γλώσσα που αυτός αντιλαμβάνεται και σε σταθερό μέσο, κατά κύριο λόγο σε έγγραφο, εκτός εάν συγκατατεθεί ο καταναλωτής σε ενημέρωση με άλλο σταθερό μέσο. Οι υποχρεώσεις αυτές περιγράφονται αναλυτικότερα στα άρθρα 7 (συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος) και 8 (συμβάσεις εξ αποστάσεως) της Οδηγίας⁶⁷. Σε περίπτωση παραβίασης της υποχρέωσης αυτής, η ίδια η Οδηγία προβλέπει στο άρθρο 10 την κύρωση της παράτασης της προθεσμίας υπαναχώρησης: η προθεσμία δεν θα λήξει στις δεκατέσσερις ημέρες, αλλά στους δώδεκα μήνες από το τέλος της προηγούμενης προθεσμίας υπαναχώρησης. Δηλαδή, ο καταναλωτής θα έχει στη διάθεσή του δεκατέσσερις μέρες

⁶¹ Βαλτούδης, Ζητήματα από τις υποχρεώσεις πληροφόρησης και τη σύναψη της σύμβασης στο ευρωπαϊκό δίκαιο των συμβάσεων, ΧρΠΔ 2004, 202· Μακρής., Η προστασία του Καταναλωτή στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/ΕΚ και 2000/31/ΕΚ στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, 882-893· Δελούκα-Ιγγλέση, Δίκαιο του καταναλωτή, σελ. 117 επ. Κορνηλάκης, Διαδίκτυο και Αστικό Δίκαιο, Αρμ 2007, 993 επ. Howells/Twigg-Flesner/Wilhelmsson, Rethinking EU Consumer Law, σελ. 97.

⁶² Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τα δικαιώματα αυτά στην Οδηγία 97/7/ΕΚ, βλ. Μακρή, ό.π., ενώ για λεπτομέρειες σχετικά με τα δικαιώματα αυτά στην Οδηγία 85/577/ΕΟΚ, βλ. Παντελίδου, Αυτοδέσμευση και αποδέσμευση στις συμβάσεις που καταρτίζονται εκτός εμπορικού καταστήματος, Αρμ 1995, 877 -883.

⁶³ Για περισσότερες λεπτομέρειες βλ. και Howells/Twigg-Flesner/Wilhelmsson, Rethinking EU Consumer Law, σελ. 102-103.

⁶⁴ Καράκωστας, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, σελ.187-189.

⁶⁵ Γιοβαννόπουλος σε Αλεξανδρίδου Δίκαιο προστασίας καταναλωτή-ελληνικό και ενωσιακό, σελ. 229.

⁶⁶ Βαλτούδης, Ζητήματα από τις υποχρεώσεις πληροφόρησης...

⁶⁷ Howells/Twigg-Flesner/Wilhelmsson, Rethinking EU Consumer Law, σελ 106-110. Αργυρός, Η προστασία των δικαιωμάτων...,σελ.118 επ.

συν δώδεκα μήνες από την παράδοση των αγαθών, προκειμένου να υπαναχωρήσει αναιτιολόγητα από τη σύμβαση. Ωστόσο, εάν μέσα στο διάστημα των δώδεκα μηνών λάβει χώρα η απαραίτητη ενημέρωση, από το χρονικό σημείο εκείνο θα εκκινήσει προθεσμία δεκατεσσάρων ημερών προκειμένου να υπαναχωρήσει ο καταναλωτής αν το επιθυμεί, σύμφωνα με την παράγραφο 2⁶⁸. Εντοπίζεται επίσης εδώ σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με το προηγούμενο καθεστώς, αφού η παράταση της προθεσμίας υπαναχώρησης λαμβάνει χώρα μόνο εάν υπήρχε παράλειψη ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης. Αντίθετα, προηγουμένως επερχόταν παράταση του δικαιώματος με την παράλειψη οποιασδήποτε προσυμβατικής υποχρέωσης ενημέρωσης⁶⁹. Τα εθνικά δίκαια διατηρούν το δικαίωμα θέσπισης κυρώσεων σε περίπτωση παραβίασης του δικαιώματος αυτού. Στην ελληνική έννομη τάξη έχει επιλεγεί και εδώ η λύση της υπέρ του καταναλωτή σχετικής ακυρότητας, με χαρακτήρα αναγκαστικού δικαίου, με μοναδική εξαίρεση την παραίτηση του καταναλωτή από το δικαίωμα επίκλησης της ακυρότητας μόνο εκ των υστέρων, λόγω της φύσης της ακυρότητας ως σχετικής⁷⁰. Μάλιστα, η ακυρότητα αυτή ίσως ανοίγει το δρόμο για αποζημίωση λόγω αδικοπραξίας ή λόγω ευθύνης από διαπραγματεύσεις (ΑΚ 914 επ, και 197-198 αντίστοιχα)⁷¹. Αξίζει στο σημείο αυτό να σημειωθεί ότι το βάρος απόδειξης για την τήρηση της υποχρέωσης ενημέρωσης το φέρει ο έμπορος (άρθρο 6 παρ. 9 Οδηγίας)⁷². Η συνεισφορά της υποχρέωσης ενημέρωσης είναι εμφανής. Σκοπός της υποχρέωσης αυτής για πληροφόρηση είναι ο μετριασμός της πληροφοριακής ασυμμετρίας που υφίσταται σε βάρος του καταναλωτή, καθώς και η διαφάνεια των συμβατικών όρων⁷³. Πράγματι, όχι μόνο ικανοποιείται η αρχή της διαφάνειας των συμβάσεων, η οποία επιβάλλει οι όροι της σύμβασης να είναι ξεκάθαροι για όλα τα μέρη, αλλά και δημιουργείται αξιόσιμη για τον έμπορο υποχρέωση να άρει το πληροφοριακό έλλειμμα του καταναλωτή. Και ο ίδιος ο προμηθευτής, πάντως θα έχει κίνητρο να εκπληρώσει την υποχρέωση ενημέρωσης, προκειμένου να άρει την αβεβαιότητα για την τύχη της σύμβασης, αφού με την παροχή της κατάλληλης ενημέρωσης για το δικαίωμα υπαναχώρησης θα εκκινήσει η δεκατετραήμερη προθεσμία υπαναχώρησης, με την άπρακτη πάροδο της οποίας εξασφαλίζεται ότι η σύμβαση θα λειτουργήσει κανονικά και ο έμπορος μπορεί να προσδοκά κέρδος από αυτή, ενώ παράλειψη αυτής της υποχρέωσης συνεπάγεται την παράταση της αβεβαιότητας για δώδεκα μήνες. Επομένως, η σημασία της υποχρέωσης ενημέρωσης υπηρετεί και την αρχή της ασφάλειας δικαίου⁷⁴. Ωστόσο, σημαντικό μειονέκτημα της υποχρέωσης πληροφόρησης αποτελεί ο μεγάλος όγκος των πληροφοριών που οδηγεί σε πληροφοριακό κορεσμό αυτών. Πράγματι, με βάση τις υποχρεώσεις που απορρέουν από την Οδηγία, ο έμπορος υποχρεούται να παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες για πληθώρα ζητημάτων, με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να βομβαρδίζεται με αυτές και να δυσκολεύεται να ξεχωρίσει τις σημαντικότερες και κρισιμότερες για τη σύμβαση, οι οποίες μπορεί τελικά και να διαφύγουν της προσοχής του⁷⁵. Επιπλέον, η ενημέρωση συνεπάγεται και κόστος για τους εμπόρους, οι οποίοι θα σπεύσουν να το μετακυλήσουν στους καταναλωτές, επιβαρύνοντας έτσι σημαντικά τον τελικό αποδέκτη του προϊόντος⁷⁶. Παράλληλα, η λύση της σχετικής ακυρότητας σε περίπτωση παραβίασης της

⁶⁸ *Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου*, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή- ελληνικό και ενωσιακό, σελ.242-245.

⁶⁹ *Howells/ Twigg-Flesner/Wilhelmsson*, Rethinking EU Consumer Law, σελ. 119-120.

⁷⁰ *Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου*, σελ.242-245 .

⁷¹ *Καράκωστας*, Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, σελ. 194.

⁷² *Howells/ Twigg-Flesner/Wilhelmsson*, Rethinking EU Consumer Law, σελ 110-111.

⁷³ *Γιοβαννόπουλος*, σε *Αλεξανδρίδου* σελ. 223.

⁷⁴ *Καραμπατζός*, Ιδιωτική αυτονομία και προστασία του καταναλωτή, σελ.238-240.

⁷⁵ *Βαλτούδης*, Ζητήματα από τις υποχρεώσεις πληροφόρησης.... *Howells/ Twigg-Flesner/Wilhelmsson*. Rethinking EU Consumer Law, σελ 98-99.

⁷⁶ *Καραμπατζός*, ό.π. σελ. 237-238.

υποχρέωσης ενημέρωσης για το δικαίωμα υπαναχώρησης φαντάζει κατά κάποιους υπερβολικά ευνοϊκή για τον καταναλωτή, ειδικότερα στις περιπτώσεις της μη ενημέρωσης για την ανυπαρξία του δικαιώματος υπαναχώρησης λόγω εφαρμογής των εξαιρέσεων του άρθρου 16 της Οδηγίας, αφού θα φέρουν τον έμπορο σε πολύ δυσμενέστερη θέση από το εάν υπήρχε δικαίωμα υπαναχώρησης και αυτός παρέλειπε να ενημερώσει για αυτό, όπου η κύρωση θα ήταν μόνο η παράταση της προθεσμίας στο δωδεκάμηνο, ενώ η σχετική ακυρότητα δεν υπόκειται ούτε σε παραγραφή ούτε σε αποσβεστική προθεσμία, παρά μόνο σε αποδυνάμωση δικαιώματος κατά ΑΚ 281⁷⁷. Γίνεται, έτσι, φανερό ότι, αν και η ενημέρωση του καταναλωτή έχει σημαντικά πλεονεκτήματα για αυτόν, στο ισχύον νομοθετικό πλαίσιο έχει και εξίσου σημαντικά μειονεκτήματα.

A.5. Το δικαίωμα υπαναχώρησης σε συμβάσεις με ψηφιακό περιεχόμενο και η νέα οδηγία.

Οι συμβάσεις με ψηφιακό περιεχόμενο υπάγονται ρητώς στο κανονιστικό πλαίσιο της Οδηγίας 2011/83, όπως ορίζεται στην αιτιολογική σκέψη 19. Ως ψηφιακό περιεχόμενο ορίζεται από την Οδηγία *“τα δεδομένα που παράγονται και παρέχονται υπό ψηφιακή μορφή, όπως τα προγράμματα υπολογιστών, οι εφαρμογές, τα παιχνίδια, η μουσική, τα βίντεο ή τα κείμενα, ανεξάρτητα από το εάν η πρόσβαση σε αυτά γίνεται με μεταφόρτωση ή ροή δεδομένων, με υλικό μέσο ή με άλλα μέσα.”*⁷⁸. Οι συμβάσεις αυτές διακρίνονται σε συμβάσεις με ψηφιακό περιεχόμενο ενσωματωμένο σε υλικό φορέα και στις συμβάσεις με ψηφιακό περιεχόμενο χωρίς υλικό μέσο. Στις πρώτες, αντικείμενο της συναλλαγής είναι ο υλικός φορέας αποτύπωσης του ψηφιακού περιεχομένου, ωστόσο ο αγοραστής θα αποκτήσει κυριότητα και στο ψηφιακό περιεχόμενο, το οποίο μάλιστα θα είναι συνήθως και το κύριο αντικείμενο της συναλλαγής, ενώ στη δεύτερη περίπτωση το ψηφιακό περιεχόμενο δεν θα ενσωματώνεται σε υλικό φορέα και ο καταναλωτής θα κληθεί να το αποκτήσει με άλλο τρόπο, όπως π.χ. με λήψη από τον ιστότοπο του προμηθευτή ή μέσω μιας εφαρμογής. Η δεύτερη περίπτωση, η οποία είναι πλέον και η πιο διαδεδομένη στις συναλλαγές, παρουσιάζει και μεγαλύτερη πολυπλοκότητα⁷⁹.

Η υποχρέωση προσυμβατικής ενημέρωσης του καταναλωτή θα ισχύει φυσικά και στις δύο προαναφερθείσες περιπτώσεις, σύμφωνα με τα οριζόμενα στην Οδηγία (άρθρο 6). Επιπλέον, υπάρχει η απαίτηση ενημέρωσης για τις τεχνικές προδιαγραφές του ψηφιακού περιεχομένου, καθώς και τα ισχύοντα μέτρα προστασίας, αλλά και για τη διαλειτουργικότητα με το λογισμικό του καταναλωτή, κάτι που δικαιολογείται από τη φύση του ψηφιακού περιεχομένου⁸⁰. Οι λοιπές προϋποθέσεις καθώς και ο τρόπος ενημέρωσης θα πρέπει να πληρούν τις προϋποθέσεις σαφήνειας και πληρότητας που απαιτεί η Οδηγία για όλες τις συμβάσεις που εμπίπτουν στο προστατευτικό της πεδίο. Οι συνέπειες της παράλειψης ενημέρωσης εναπόκεινται, όπως έχει αναφερθεί, στα εθνικά δίκαια, με το ελληνικό δίκαιο να έχει επιλέξει τη λύση της σχετικής υπέρ του καταναλωτή ακυρότητας. Παράλληλα, υφίσταται και η υποχρέωση ενημέρωσης για την ύπαρξη και τις προϋποθέσεις άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, παράλειψη της οποίας συνεπάγεται και

⁷⁷ Καραμπατζός, ό.π. σελ. 244-245.

⁷⁸ Βλ. αιτιολογική σκέψη 19 της Οδηγίας 2011/83.

⁷⁹ Ζαπριανός, Συμβάσεις ψηφιακού περιεχομένου από απόσταση – Σύμφωνα με το ν. 2251/1994, όπως ισχύει μετά τη μεταφορά της Οδηγίας 2011/83 σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, Αρμ 2014, 1095.

⁸⁰ Βλ. άρθρο 6 περ. ζ και η Οδηγίας 2011/83.

εδώ παράταση της προθεσμίας υπαναχώρησης στους 12 μήνες από την έναρξη παροχής της υπηρεσίας⁸¹.

Το δικαίωμα υπαναχώρησης από σύμβαση με ψηφιακό περιεχόμενο ακολουθεί στα βασικά του στοιχεία τα γενικώς ισχύοντα για το δικαίωμα υπαναχώρησης, δηλαδή την προθεσμία δεκατεσσάρων ημερών, η οποία παρατείνεται κατά τα ανωτέρω αναφερόμενα, και την έκφραση σαφούς βούλησης του καταναλωτή, απευθυντέας προς τον προμηθευτή. Το χρονικό σημείο έναρξης της προθεσμίας θα είναι η παράδοση του υλικού φορέα, εάν το περιεχόμενο ενσωματώνεται σε αυτόν, άλλως η ημερομηνία σύναψης της σύμβασης⁸².

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η περίπτωση εξαιρέσεων από το δικαίωμα υπαναχώρησης σε περίπτωση αγαθών με ψηφιακό περιεχόμενο. Η Οδηγία 2011/83 αναφέρεται συγκεκριμένα στις συμβάσεις με ψηφιακό περιεχόμενο στην εξαίρεση της περίπτωσης ιγ' του άρθρου 16, ορίζοντας ότι δεν υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης σε περίπτωση προμήθειας ψηφιακού αγαθού, μη παρεχόμενου σε υλικό μέσο, υπό την προϋπόθεση ότι η εκτέλεση της σύμβασης ξεκίνησε στη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης και ο καταναλωτής συγκατατέθηκε ρητά στην έναρξη αυτή, η οποία συνεπάγεται την απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης. Η συγκατάθεση αυτή θα πρέπει να είναι ρητή και δεν είναι δυνατόν να συναχθεί σιωπηρά. Στην περίπτωση αυτή, έχουμε τη συνειδητή παραίτηση από το δικαίωμα υπαναχώρησης εκ μέρους του καταναλωτή, που προϋποθέτει την προηγούμενη σαφή ενημέρωσή του σχετικά, με βάση το άρθρο 6 παρ.1 της Οδηγίας 2011/83. Δικαιολογητικός λόγος της εξαίρεσης φαίνεται να είναι η προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας των δημιουργών, η οποία φαίνεται να υπερέχει του δικαιώματος προστασίας του καταναλωτή⁸³, αφού εάν γίνει χρήση του έργου τους και ο καταναλωτής υπαναχωρήσει, αυτός θα έχει απολαύσει το έργο τους ουσιαστικά δωρεάν, εφόσον με την υπαναχώρηση, όπως προαναφέρθηκε, θα επιστραφεί το τίμημα στον καταναλωτή, αλλά και θα έχει δοθεί ήδη στον καταναλωτή η δυνατότητα να δημιουργήσει αντίγραφο του περιεχομένου, παραβιάζοντας και με αυτόν τον τρόπο τα δικαιώματα του δημιουργού⁸⁴. Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να έχει προηγηθεί ενημέρωση για τις ειδικότερες προϋποθέσεις απώλειας του δικαιώματος υπαναχώρησης σε περίπτωση που κάνει χρήση του, υποχρέωση που, εάν δεν τηρηθεί, θα συνεπάγεται τη διατήρηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλά και την απαλλαγή του καταναλωτή από τυχόν έξοδα επιστροφής του αγαθού (14 παρ.4 εδ.β' Οδηγίας). Επίσης, σε περίπτωση που το υλικό μέσο παρέχεται σφραγισμένο στον καταναλωτή, σε περίπτωση που αυτός το αποσφραγίσει, θα χάνει το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση, για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω⁸⁵. Αντίστοιχα, με το ίδιο σκεπτικό προστασίας του πνευματικού δημιουργού, θεσπίζεται και η στέρηση του καταναλωτή από το δικαίωμα υπαναχώρησης στην περίπτωση αγαθού μη ενσωματωμένου σε υλικό μέσο, εφόσον εκκινήσει η εκτέλεση της σύμβασης κατά τη διάρκεια της προθεσμίας υπαναχώρησης, με προηγούμενη ρητή συγκατάθεση του καταναλωτή, κατά την οποία αυτός αναγνωρίζει την απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης⁸⁶.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση προχώρησε σε αναμόρφωση του νομικού πλαισίου για τις συμβάσεις πώλησης αγαθών με ψηφιακό περιεχόμενο με τις Οδηγίες 2019/770 για την προμήθεια ψηφιακού

⁸¹ Για λεπτομερέστερη ανάπτυξη του ρυθμιστικού πλαισίου του ελληνικού δικαίου και του ν. 2251/1994 στον τομέα αυτό, βλ. Ζαπριανό, ό.π.

⁸² Ζαπριανός, ό.π.

⁸³ Καραμπατζός, *Ιδιωτική Αυτονομία και προστασία του καταναλωτή*, σελ. 222-224.

⁸⁴ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 260-261.

⁸⁵ Βλ. άρθρο 16 περ. θ' Οδηγίας 2011/83, καθώς και Καραμπατζό, ό.π.

⁸⁶ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 261.

περιεχομένου και υπηρεσιών και 2019/771 για τις πωλήσεις αγαθών. Αν και ορισμένα από τα ζητήματα για τις συμβάσεις αυτές έχουν ήδη ρυθμιστεί με την Οδηγία 2011/83 και οι ρυθμίσεις αυτές παραμένουν σε ισχύ⁸⁷, η ανάγκη για τις νέες Οδηγίες επιβαλλόταν, προκειμένου να αποφευχθεί ο νομικός κατακερματισμός για το συγκεκριμένο ζήτημα, καθώς και για να ληφθεί σημαντικά υπόψιν η ιδιαίτερη φύση των αγαθών αυτών, η διαφοροποίηση στη λειτουργία της σύμβασης, αλλά και η ανασφάλεια των καταναλωτών σχετικά με τις συμβάσεις αυτές, βασικό στοιχείο των οποίων είναι η δυνατότητα να παρασχεθούν ως αντάλλαγμα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή⁸⁸. Οι δύο αυτές Οδηγίες είναι πλήρους εναρμόνισης, εκτός αν ορίζεται διαφορετικά από τις ίδιες, κάτι που σημαίνει ότι τα κράτη-μέλη δεν μπορούν να αποκλίνουν από τις ρυθμίσεις αυτές. Ωστόσο, με δεδομένο ότι η Οδηγία 2019/771 δεν περιλαμβάνει συνολική ρύθμιση της πώλησης, αλλά διέπει ορισμένες μόνο πτυχές της σύμβασης, ορθότερο θα ήταν να γίνει λόγος για «στοχευμένη εναρμόνιση», αφού, εκτός των θεμάτων που επιλεκτικά αυτή ρυθμίζει, τα κράτη-μέλη είναι ελεύθερα να αποκλίνουν από τις ρυθμίσεις της⁸⁹. Υποκειμενικό πεδίο εφαρμογής των Οδηγιών αποτελούν κατά βάση οι συμβάσεις μεταξύ καταναλωτή και πωλητή, ωστόσο η Οδηγία 2019/771 στην Αιτιολογική Σκέψη 21 διευκρινίζει ότι είναι δυνατή και η γενίκευση των ρυθμίσεων σε κάθε είδους σύμβαση πώλησης, άρα και σε συμβάσεις μεταξύ καταναλωτών, σε συμβάσεις μεταξύ επιχειρήσεων ή σε συμβάσεις στις οποίες το πρόσωπο πωλεί σε επιχείρηση, χωρίς η πώληση αυτή να εντάσσεται στο πλαίσιο οργανωμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας⁹⁰. Αντικειμενικό πεδίο εφαρμογής θα είναι για την μεν Οδηγία 2019/770 οι συμβάσεις πώλησης για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου που διαχωρίζονται από τη σύμβαση πώλησης αγαθού, για τη δε Οδηγία 2019/771 οι συμβάσεις πώλησης αγαθών είτε με είτε χωρίς ψηφιακά στοιχεία⁹¹. Εν αμφιβολία, μάλιστα, του ποια από τις δύο αυτές Οδηγίες εφαρμόζεται, προκύπτει ότι θα εφαρμόζεται η Οδηγία 2019/771⁹². Σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, η Οδηγία 770/2019 ορίζει στην αιτιολογική σκέψη 20 ότι οι σχετικές με την υπαναχώρηση διατάξεις της Οδηγίας 2011/83 θα συνεχίσουν να εφαρμόζονται. Επομένως, για την περίπτωση αναιτιολόγητης υπαναχώρησης, θα συνεχίσουν να ισχύουν τα ως τώρα αναφερόμενα. Παράλληλα, η αιτιολογική σκέψη 11 της Οδηγίας 2019/771 ορίζει ότι αυτή λειτουργεί συμπληρωματικά με το ήδη ισχύον πλαίσιο της Οδηγίας 2011/83, καταλαμβάνοντας και τις γενικές καταναλωτικές συμβάσεις και κάνοντας ένα επιπλέον βήμα στην κατεύθυνση της ενοποίησης του νομοθετικού καθεστώτος στον ενωσιακό χώρο⁹³.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθούμε με συντομία στην περίπτωση ανώμαλης εξέλιξη της σύμβασης και στα δικαιώματα που προβλέπονται στο νέο καθεστώς. Βασική υποχρέωση του πωλητή είναι να παραδώσει στον αγοραστή πράγμα που να ανταποκρίνεται στους όρους της σύμβασης. Κατά το καθεστώς της Οδηγίας 2019/771, οι απαιτήσεις ανταπόκρισης διακρίνονται σε υποκειμενικές, οι οποίες αφορούν απαιτήσεις που έχουν συμφωνηθεί μεταξύ των μερών, και

⁸⁷ *Αυγουστιανάκης* σε Τιμητικό Τόμο Π. Παπανικολάου, Νέες Εξελίξεις στο Δίκιο της Πώλησης (Οδηγία ΕΕ 2019/771), σελ. 10.

⁸⁸ Βλ. Αιτιολογική Σκέψη 5 Οδηγίας 770/2019. Για το γενικότερο πλαίσιο των Οδηγιών αυτών βλ. και *Wendehorst*, Sale of goods and supply of digital content –two worlds apart?: Why the law on sale of goods needs to respond better to the challenges of the digital age, European Parliament 2016.

⁸⁹ *Κοσμίδης*, Η νέα Οδηγία 2019/771 για την «πώληση αγαθών»: μια πρώτη θεώρηση, ΕφΑΔΠολΔ, 1/2020 σελ. 38-39. *Βαλτουόδης*, Η Οδηγία 2019/771/ΕΚ για τις καταναλωτικές πωλήσεις και η ενσωμάτωσή τους στο ελληνικό δίκαιο, ΕλλΔνη 6/2020.

⁹⁰ *Κοσμίδης*, ό.π., σελ. 37-38.

⁹¹ *Κοσμίδης*, ό.π., σελ. 34-37

⁹² Άρθρο 3 παρ. 3 σε συνδυασμό με την αιτιολογική σκέψη 15 εδ. Δ' της Οδηγίας 2019/771.

⁹³ *Morais Carvahlo*, Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services-Overview of Directives 2019/770 and 2019/771 (2019), σελ. 1 επ.

αντικειμενικές, που αφορούν στοιχεία αντικειμενικώς ελέγξιμα, όπως για παράδειγμα, η καταλληλότητα για συνήθη χρήση αντίστοιχων αγαθών και η ύπαρξη των χαρακτηριστικών που ευλόγως αναμένει να έχουν ο αγοραστής. Η πρακτική σημασία της διάκρισης αυτής εντοπίζεται στο ότι σε κάποιες από τις περιπτώσεις έλλειψης αντικειμενικών απαιτήσεων ανταπόκρισης δεν υπάρχει ευθύνη του πωλητή⁹⁴. Επιπλέον, στις περιπτώσεις έλλειψης ανταπόκρισης συμπεριλαμβάνονται και οι περιορισμοί χρήσης των αγαθών λόγω ύπαρξης δικαιώματος τρίτου και αντιμετωπίζονται ως αθέτηση υποχρέωσης του πωλητή να παρέχει προϊόν που ανταποκρίνεται στη σύμβαση⁹⁵. Όσον αφορά τα ένδικα βοηθήματα σε περίπτωση μη τήρησης των υποχρεώσεων αυτών, οι δύο νέες Οδηγίες καθιερώνουν το σύστημα της ευέλικτης ιεράρχησης τους, δηλαδή προτάσσουν τη επισκευή και την αντικατάσταση του πράγματος και μόνο κατ' εξαίρεση μπορεί ο καταναλωτής να αιτηθεί μείωση του τιμήματος ή να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση⁹⁶. Η προτεραιοποίηση που δίνεται στην επιδιόρθωση ή αντικατάσταση αποτελεί ένδειξη επιβίωσης της πρωτογενούς αξίωσης για εκπλήρωση της σύμβασης σε χρόνο μεταγενέστερο της μετάθεσης του κινδύνου και παρέχει στον προμηθευτή μια δεύτερη ευκαιρία για να εκπληρώσει τη σύμβαση. Σε κάθε περίπτωση, η ισορροπία του συστήματος αποκαθίσταται με την πρόβλεψη περιπτώσεων στις οποίες μπορεί να ζητηθεί απευθείας μείωση του τιμήματος ή να υπαναχωρήσει ο καταναλωτής από αυτές, όταν η έλλειψη συμμόρφωσης είναι τόσο σοβαρή που να δικαιολογεί την άσκηση των δικαιωμάτων αυτών⁹⁷, όπως για παράδειγμα όταν γίνεται φανερό ότι ο προμηθευτής δεν μπορεί να προβεί στην επιδιόρθωση ή ότι η επιδιόρθωση θα είναι μάταιη⁹⁸. Οι κανόνες αυτοί ισχύουν τόσο σε συμβάσεις άπαξ παροχής ψηφιακού περιεχομένου όσο και συμβάσεις διαρκούς παροχής ψηφιακού περιεχομένου. Για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης και πάλι θα απαιτείται δήλωση βούλησης απευθυντέα στον πωλητή, ενώ μετά την άσκηση του δικαιώματος, ο προμηθευτής θα πρέπει να αποδώσει ό,τι πλήρωσε ο καταναλωτής για τη σύμβαση, να συμμορφωθεί με τις απαιτήσεις που προκύπτουν από τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Προσωπικών δεδομένων (GDPR), καθώς και να απέχει από τη χρήση του περιεχομένου που δημιούργησε ο χρήστης το οποίο δεν υπόκειται στον Γενικό Κανονισμό⁹⁹.

A.6. Ειδικότερα θέματα και νομολογιακά παραδείγματα.

Εκτός των προαναφερθέντων βασικών ζητημάτων, το δίκαιο της υπαναχώρησης παρουσιάζει ιδιαίτερη προβληματική σε ορισμένα ζητήματα, τα οποία απαιτούν διαφοροποίηση ή και ειδικότερη μέριμνα από τα γενικώς ισχύοντα. Για τα ζητήματα αυτά, έχει τοποθετηθεί και το ΔΕΕ, προσφέροντας τη βάση για τα κράτη- μέλη, ώστε αυτά να επιλύσουν τα ζητήματα που ανακύπτουν. Στο σημείο αυτό, θα αναφερθούμε σε ορισμένα ειδικότερα ζητήματα που έχουν αποτελέσει αφορμή για προδικαστικά ερωτήματα προς το ΔΕΕ, συγκεκριμένα: α) Την περίπτωση του δικαιώματος υπαναχώρησης σε περίπτωση παράλειψης ενημέρωσης καθώς και των

⁹⁴Αυγουστιανάκης σε Τιμητικό Τόμο Π. Παπανικολάου, σελ. 17 επ.

⁹⁵Στο πριν την ενσωμάτωση της Οδηγίας δίκαιο του ΑΚ, αντίστοιχη περίπτωση αντιμετωπιζόταν ως νομικό ελάττωμα. Βλ. και Αυγουστιανάκη, ό.π., Βαλτούδη, Η Οδηγία 2019/771/ΕΚ...

⁹⁶ Αυγουστιανάκης, ό.π., Βαλτούδης ό.π.

⁹⁷ Βλ. άρθρο 14, παρ. 4δ Οδηγίας 770/2019.

⁹⁸ *Τίτσιας*, Οι Οδηγίες 770/2019 για τις συμβάσεις προμήθειας ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών και 771/2019 για τις καταναλωτικές πωλήσεις αγαθών - Νέος σταθμός στην εξέλιξη του ενωσιακού δικαίου των συμβάσεων, ΕλλΔνη 1/2020. Έτσι και *Sein /Spindler*, The new Directive on Contracts for Supply of Digital Content. and Digital Services – Conformity Criteria, Remedies and Modifications – Part 2, ERCL 2019; 15(4): 365–391.

⁹⁹*Sein /Spindler*, ό.π.

συνδεδεμένων συμβάσεων, β) τη ρύθμιση των εξόδων επιστροφής σε περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, γ) την αποζημίωση χρήσης, δ) τη ρύθμιση του δικαιώματος υπαναχώρησης για λόγους προστασίας της υγείας, ε) την περίπτωση υπαναχώρησης από κατά παραγγελία προϊόν, στ) το δικαίωμα υπαναχώρησης σε περίπτωση υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, ζ) την υπαναχώρηση σε περίπτωση ματαίωσης συναυλίας λόγω COVID και η) περιπτώσεις συμβάσεων με ψηφιακό περιεχόμενο.

α) Παράλειψη του δικαιώματος ενημέρωσης για το δικαίωμα υπαναχώρησης και συνδεδεμένες συμβάσεις (C-481/99, C-350/03, C-412/06)

Στην υπόθεση αυτή, το ζεύγος των εναγόντων ισχυρίστηκε ότι συνήψε σύμβαση αγοράς διαμερίσματος¹⁰⁰ μόνο επειδή δέχτηκε ισχυρή πίεση από τον κτηματομεσίτη και χωρίς να ενημερωθεί ποτέ για το δικαίωμα υπαναχώρησης που διέθετε και ζήτησε να του επιστραφούν τα ποσά που κατέβαλε στην τράπεζα, η οποία χρηματοδότησε την αγορά του αυτή, και να αναγνωριστεί ότι η τράπεζα δεν αντλεί δικαιώματα από τη σύμβαση πίστωσης. Το εθνικό Δικαστήριο απέστειλε προδικαστικά ερωτήματα στο ΔΕΚ σχετικά με το εάν εφαρμόζεται η Οδηγία και η προστασία της στα εξασφαλιζόμενα με εμπράγματα ασφάλεια δάνεια, καθώς και, αν δοθεί καταφατική απάντηση στο ερώτημα αυτό, τότε αποσβένεται το δικαίωμα υπαναχώρησης. Ως προς το πρώτο ερώτημα, το δικαστήριο αποφάνθηκε ότι οι συμβάσεις αυτές υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας και άρα οι καταναλωτές έχουν το δικαίωμα υπαναχώρησης του άρθρου 1, αφού το γεγονός ότι πρόκειται για σύμβαση πίστης με εμπράγματα ασφάλεια δεν συνεπάγεται την ανάγκη για χαμηλότερη προστασία του καταναλωτή, διότι η σύναψη αυτή έλαβε και πάλι χώρα εκτός εμπορικού καταστήματος, θέτοντας τον καταναλωτή αντιμέτωπο με τους ίδιους κινδύνους¹⁰¹. Επιπλέον, δεν προκύπτει από την Οδηγία 87/102/ΕΟΚ για την καταναλωτική πίστη, η οποία εφαρμόζεται σε αυτού του είδους τις συμβάσεις, ο αποκλεισμός ή έστω ο περιορισμός εφαρμογής των διατάξεων της Οδηγίας 85/577/ΕΟΚ¹⁰². Σχετικά με το δεύτερο ερώτημα το δικαστήριο αποφάσισε ότι το άρθρο 5 απαγορεύει την απόσβεση του δικαιώματος υπαναχώρησης, εάν δεν παρασχέθηκαν οι απαραίτητες σχετικά με το δικαίωμα πληροφορίες στον καταναλωτή. Η προθεσμία που είχε προβλέψει ο Γερμανός νομοθέτης για την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης, η οποία υπηρετεί σκοπούς της ασφάλειας δικαίου, δεν μπορεί να ισχύει, όταν φτάνει να αποκλείει ή να περιορίζει τα δικαιώματα που προβλέπει η Οδηγία¹⁰³. Παρατηρούμε, έτσι, την προστατευτική λειτουργία της Οδηγίας 85/577/ΕΟΚ, οι προστατευτικές διατάξεις της οποίας δεν μπορούσαν να υποσκελίζονται από την εθνική νομοθεσία, καθώς και ότι συμβάσεις που παρουσίαζαν σημαντικές διαφορές, όπως η εδώ αναφερόμενη, εμπίπτουν στο προστατευτικό πεδίο της, αφού λάμβαναν χώρα εκτός εμπορικού καταστήματος. Η τελευταία αυτή παράμετρος ήταν η πιο σημαντική για την εφαρμογή των προστατευτικών αυτών διατάξεων.

¹⁰⁰ Στη δεκαετία του 1990, επικρατούσε στη Γερμανία ένα επενδυτικό σχέδιο κατά το οποίο καταναλωτές με μικρά και μεσαία εισοδήματα πείθονταν από κτηματομεσίτες να προβούν σε αγορά υπερτιμημένων διαμερισμάτων για να τα παρέχουν προς ενοικίαση, με χρήματα τα οποία κατέβαλαν απευθείας οι συνεργαζόμενες τράπεζες, τα οποία και όφειλε ως δάνειο ο καταναλωτής. Συνήθως η σύμβαση αυτή δεν λειτουργούσε και εγκλώβιζε τους καταναλωτές, αφού οι αξιώσεις τους είτε είχαν παραγραφεί, είτε υπήρχαν δυσχέρειες απόδειξης. Βλ. και Μπόλος, Το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος στην πρόσφατη νομολογία του ΔΕΚ, ΕλλΔνη 2006, 687.

¹⁰¹ Αιτιολογική σκέψη 34 της C-481/99, Heiniger. Μπόλος, ό.π

¹⁰² Μπόλος, ό.π

¹⁰³ Μπόλος, ό.π. Βλ. και Αιτιολογικές σκέψεις 44 και 46 της C-481/99, Heiniger .

Αξίζει να σημειωθεί ότι πλέον, με την ισχύουσα Οδηγία 2011/83/ΕΕ, προβλέπεται η γνωστή παράταση της προθεσμίας σε περίπτωση παράλειψης ενημέρωσης.

Η συγκεκριμένη υπόθεση ήταν καταλυτική και επηρέασε τη νομολογία του ΔΕΚ- κατόπιν ΔΕΕ- και σε άλλα θέματα, συμπεριλαμβανομένου και του ζητήματος του ποιες συμβάσεις θεωρούνται συνδεδεμένες. Συγκεκριμένα, στην απόφαση Schulte (C-350/03), το Δικαστήριο κλήθηκε να αποφανθεί εάν οι συμβάσεις πώλησης ακινήτου που μπορούν να αντιμετωπιστούν μόνο ως μέρος της σύμβασης του συγκεκριμένου επενδυτικού μοντέλου εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 3 παρ. 2 στοιχείο α' της Οδηγίας 85/577/ΕΟΚ. Το Δικαστήριο εκκίνησε από την παραδοχή ότι εξαιρούνται ρητά από την Οδηγία οι πωλήσεις ακινήτων και προχώρησε αναφέροντας ότι, αν και η Οδηγία δεν αποκλείει στην περίπτωση αλληλεξαρτώμενων συμβάσεων που αποτελούν οικονομική ενότητα το εθνικό δίκαιο να προβλέπει ότι η υπαναχώρηση από το δάνειο θα έχει επιπτώσεις και στη σχετική με το ακίνητο σύμβαση, δεν επιβάλλει και την ύπαρξη τέτοιας ρύθμισης. Τελικά, το Δικαστήριο κατέληξε ότι οι συμβάσεις πώλησης ακινήτου θα πρέπει να εξαιρεθούν από το πεδίο του άρθρου αυτού σύμφωνα με το ανωτέρω σκεπτικό¹⁰⁴.

Ζητήματα υπαναχώρησης εξετάζονται και στην υπόθεση Hamilton (C-412/06), στην οποία συναντάμε άλλη μια περίπτωση αντιμετώπισης προβλημάτων από το ίδιο επενδυτικό μοντέλο που επικρατούσε στο γερμανικό χώρο. Σε αντίθεση με προηγούμενες χρονικά υποθέσεις με όμοια θεματολογία, στην υπόθεση αυτή υπάρχει η διαφοροποίηση ότι έχουν εκπληρωθεί όλες οι υποχρεώσεις μεταξύ καταναλωτή και προμηθευτή. Στην υπόθεση αυτή, η πληροφόρηση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης ήταν συνοπτική και εσφαλμένη¹⁰⁵. Το δικαστήριο αρχικά παρατήρησε ότι η εσφαλμένη πληροφόρηση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης εξομοιώνεται με έλλειψη πληροφόρησης¹⁰⁶. Ωστόσο, προχωράει στο να δεχθεί ότι, επειδή στη συγκεκριμένη περίπτωση οι υποχρεώσεις μεταξύ των μερών έχουν εκπληρωθεί, η παρεχόμενη προστασία θα είναι πιο περιορισμένη από την κατοχυρωμένη στην υπόθεση Heiniger, ορίζοντας ότι η προστασία του καταναλωτή πρέπει να έχει κάποια όρια και αναφέροντας ότι η τότε ισχύουσα Οδηγία 85/577/ΕΟΚ παρέχει απόλυτη προστασία στον καταναλωτή μόνο εάν το δικαίωμα υπαναχώρησης ασκήθηκε κατά τη διάρκεια ισχύος της και, άρα, πριν την εκπλήρωση των συμβατικών υποχρεώσεων. Η επιλογή αυτή του Δικαστηρίου προβληματίζει, καθώς περιλαμβάνει στην έννοια της υποχρέωσης μόνο αυτές που υπάρχουν ήδη στα πλαίσια της σύμβασης, ενώ το να τεθεί ο περιορισμός του “κατάλληλου μέτρου”¹⁰⁷ στο ζήτημα της υπαναχώρησης για την προστασία του καταναλωτή τροποποιεί τις σταθμίσεις του ενωσιακού νομοθέτη. Υπενθυμίζεται επίσης ότι κατά το καθεστώς της Οδηγίας αυτής, τα κράτη μέλη μπορούν να λαμβάνουν ευνοικότερα αλλά όχι δυσμενέστερα για τους καταναλωτές μέτρα. Παρατηρούμε, επομένως, μια προσπάθεια να περιοριστεί κάπως η παρεχόμενη από την Heiniger προστασία των καταναλωτών σε αντίστοιχες περιπτώσεις¹⁰⁸.

β) Το ζήτημα των εξόδων αποστολής (C- 511/2008)

¹⁰⁴ *Ελευθεριάδης σε Αλεξανδρίδου*, σελ. 251-251.Βλ. και αιτιολογικές σκέψεις 75, 79 και 81 της απόφασης Schulte, C-350/03.

¹⁰⁵ Η ενημέρωση που ελήφθη ήταν η εξής: “[ε]φόσον ο οφειλέτης έχει λάβει το δάνειο, η υπαναχώρηση λογίζεται ως μη γενομένη αν δεν εξοφλήσει το δάνειο εντός δύο εβδομάδων, είτε από της δηλώσεως υπαναχωρήσεως, είτε από της χορηγήσεως του δανείου”, βλ. σκ. 13 της C-412/06, Hamilton, curia.eu.

¹⁰⁶ σκ. 34-35 της C-412/06, Hamilton, curia.eu.

¹⁰⁷ σκ.36-39 της C-412/06, Hamilton, curia.eu.

¹⁰⁸ C-412/06, Hamilton, ΧρΙδΔ Θ' (2009), 460-465 με παρατηρήσεις *Μπώλου*.

Σε περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης και επιστροφής των προϊόντων, τίθεται το ερώτημα αν θα πρέπει να επιστραφούν και τυχόν κόστη αποστολής του προϊόντος, εφόσον πλέον η σύμβαση δεν υφίσταται. Το ΔΕΕ, ήδη πριν την εισαγωγή της Οδηγίας 2011/83, ασχολήθηκε με το ζήτημα αυτό με την απόφαση στην υπόθεση C-511/2008. Στην υπόθεση αυτή, μια εταιρεία προστασίας καταναλωτών στράφηκε εναντίον εταιρείας ειδικευόμενης σε δια αλληλογραφίας πωλήσεις λόγω της πρακτικής της τελευταίας να χρεώνει ένα κατ' αποκοπή ποσό ως έξοδα παράδοσης στους καταναλωτές, το οποίο δεν επιστρεφόταν σε περίπτωση υπαναχώρησης από τη σύμβαση, ζητώντας την παύση της επιβολής αυτής της υποχρέωσης στους καταναλωτές. Το εθνικό δικαστήριο, αμφισβητώντας κατά πόσο το άρθρο 6 της Οδηγίας 97/7 επιφυλάσσει στον προμηθευτή το δικαίωμα να αντιτάξει αξιώσεις λόγω εξόδων που προέκυψαν για παροχές στις οποίες προέβη κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης, απέστειλε προδικαστικό ερώτημα στο ΔΕΕ για το εάν οι διατάξεις του άρθρου 6, παράγραφος 1, και παράγραφος 2, της Οδηγίας 97/7 έχουν την έννοια ότι προσκρούει στις διατάξεις αυτές η εθνική ρύθμιση κατά την οποία τα έξοδα αποστολής των εμπορευμάτων βαρύνουν τον καταναλωτή ακόμη και στην περίπτωση που έχει υπαναχωρήσει από τη σύμβαση.

Στην απόφαση αυτή, το ΔΕΕ τόνισε ότι δεν προκύπτει ούτε από το γράμμα ούτε από τη γενικότερη οικονομία του άρθρου 6 ότι τα καταβληθέντα ποσά, τα οποία έχει υποχρέωση να επιστρέψει ο προμηθευτής σε περίπτωση υπαναχώρησης, περιλαμβάνουν μόνο το αντίτιμο και όχι λοιπά έξοδα, όπως τα έξοδα αποστολής¹⁰⁹. Κάνοντας μια επισκόπηση στις λοιπές γλωσσικές αποδόσεις της οδηγίας, κατέληξε ότι η διατύπωση του άρθρου 6 αφορά όλα τα κόστη στα οποία υποβλήθηκε ο καταναλωτής για τη σύμβαση, συμπεριλαμβανομένου του κόστους αποστολής. Άλλωστε, τονίστηκε ότι η επιβάρυνση του καταναλωτή με τα έξοδα αποστολής θα λειτουργούσε αποτρεπτικά για την άσκηση του δικαιώματός του και θα διακινδύνευε την κατανομή των κινδύνων μεταξύ των μερών, αφού ο καταναλωτής θα επιβαρυνόταν με έξοδα κατά την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης¹¹⁰. Έτσι, η απάντηση που έδωσε το δικαστήριο είναι ότι εθνική ρύθμιση που παρέχει στον προμηθευτή εξ αποστάσεως συμβάσεως τη δυνατότητα να επιβαρύνει τον καταναλωτή με τα έξοδα αποστολής των εμπορευμάτων σε περίπτωση που αυτός ασκήσει το δικαίωμά υπαναχώρησης, θα είναι αντίθετη με την Οδηγία. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι προτεραιότητα του ενωσιακού δικαίου είναι η ακώλυτη και χωρίς απώλειες άσκηση του δικαιώματος από τον καταναλωτή και για αυτό το λόγο κρίνει απαραίτητη και την επιστροφή παρεπόμενων εξόδων που αυτός κατέβαλε, προκειμένου να μην αποθαρρύνεται από την άσκηση του δικαιώματός του.

γ) Η αποζημίωση χρήσης (C-489/07)

Μια ενδεικτική απόφαση σχετικά με το ζήτημα του εάν είναι δυνατόν να ζητηθεί αποζημίωση χρήσης, ήδη από το καθεστώς της Οδηγία 97/7/EK είναι η υπόθεση Messner (C-489/07). Στην υπόθεση αυτή, η ενάγουσα αγόρασε μέσω διαδικτύου έναν μεταχειρισμένο υπολογιστή, ο οποίος κάποιους μήνες μετά παρουσίασε βλάβη. Ο προμηθευτής αρνήθηκε να επισκευάσει τη βλάβη δωρεάν και η ενάγουσα υπαναχώρησε από τη σύμβαση, ζητώντας να αναλάβει το τίμημα που είχε καταβάλει. Ο προμηθευτής αντέταξε ότι, σύμφωνα και με τους Γενικούς Όρους Συναλλαγών που υπήρχαν κατά τη σύναψη της σύμβασης, ο καταναλωτής ήταν υποχρεωμένος να καταβάλει

¹⁰⁹ σκ.43 και 44 της C-511/2008, Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH.

¹¹⁰ σκ. 52,56 και 57 της C-511/2008, Handelsgesellschaft Heinrich Heine GmbH.

αποζημίωση για τυχόν χειροτέρευση της κατάστασης του πράγματος, επομένως αιτήθηκε αποζημίωση για το διάστημα οκτώ μηνών που η αγοράστρια χρησιμοποιούσε τον υπολογιστή. Το εθνικό δικαστήριο απέστειλε ερώτημα στο Δικαστήριο σχετικά με το εάν το άρθρο 6, παράγραφος 2, σε συνδυασμό με την παράγραφο 1, δεύτερη περίοδος, της Οδηγίας 97/7 αποκλείει διάταξη της εθνικής νομοθεσίας κατά την οποία ο πωλητής, σε περίπτωση εμπρόθεσμης υπαναχώρησης του καταναλωτή, έχει τη δυνατότητα να ζητήσει αποζημίωση για τη χρήση του παραδοθέντος αγαθού. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν είχε λάβει χώρα ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, με αποτέλεσμα η υπαναχώρηση στη συγκεκριμένη περίπτωση να λογίζεται εμπρόθεσμη.

Το Δικαστήριο έλαβε ως αφετηρία την παραδοχή ότι η διατύπωση του άρθρου 6 της Οδηγίας ορίζει ότι η μόνη επιβάρυνση που μπορεί να υποστεί ο καταναλωτής όταν ασκεί το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι τα έξοδα από το άμεσο κόστος επιστροφής του προϊόντος, προκειμένου να αποσυνδεθεί το δικαίωμα από τυχόν αρνητικές συνέπειες και να καταστεί ουσιαστικό και όχι απλώς τυπικό. Η λύση αυτή υπαγορεύεται από το γενικότερο σκοπό εξισορρόπησης των μειονεκτημάτων που έχει να αντιμετωπίσει ο καταναλωτής στις συμβάσεις εξ αποστάσεως, με τον οποίο κατά το Δικαστήριο η γενική και αδιάκριτη επιβολή της υποχρέωσης καταβολής αποζημιώσεως για τη χρήση αγαθού που αποκτήθηκε με αυτόν τον τρόπο δεν είναι συμβατή¹¹¹. Άλλωστε, μια τέτοια πρακτική θα στερούσε από τον καταναλωτή την ακώλυτη και χωρίς πίεση χρήση του προϊόντος που επέλεξε και να εξαρτά την άσκηση του δικαιώματος από την καταβολή αποζημίωσης¹¹². Ωστόσο, το Δικαστήριο παρατήρησε ότι η Οδηγία δεν έχει ως αντικείμενο να παρέχει στον καταναλωτή δικαιώματα πέραν εκείνων που είναι αναγκαία για την αποτελεσματική άσκηση του δικαιώματός του να υπαναχωρήσει και άρα δεν αποκλείουν, κατ' αρχήν, νομοθετική ρύθμιση κράτους μέλους που επιβάλλει στον καταναλωτή την υποχρέωση καταβολής ανάλογης αποζημίωσης σε περίπτωση που ο τελευταίος θα χρησιμοποιήσει το αγαθό με τρόπο που δεν συνάδει προς τις αρχές του αστικού δικαίου, όπως αυτές της καλής πίστεως ή του αδικαιολόγητου πλουτισμού. Άλλωστε, η Οδηγία επέτρεπε στα κράτη-μέλη να καθορίσουν τα σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης και την άσκησή του, πάντοτε με όριο το σκοπό της Οδηγίας και χωρίς να περιορίσει την αποτελεσματικότητα του δικαιώματος. Επομένως, το Δικαστήριο κατέληξε ότι οι διατάξεις αυτές δεν αποκλείουν την επιβολή υποχρέωσης καταβολής αποζημιώσεως εκ μέρους του καταναλωτή για τη χρήση του αγαθού, στην υποθετική περίπτωση που ο τελευταίος χρησιμοποιήσει το εν λόγω αγαθό κατά τρόπο που δεν συνάδει προς τις παραπάνω γενικότερες αρχές του αστικού δικαίου, όπως αυτές της καλής πίστεως ή του αδικαιολόγητου πλουτισμού, εφόσον δεν θίγεται ο σκοπός της εν λόγω Οδηγίας και, ιδίως, η χρησιμότητα και η αποτελεσματικότητα του δικαιώματος υπαναχώρησης, στοιχείο που εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο να εκτιμήσει¹¹³.

Παρατηρούμε, επομένως, σε αυτήν την υπόθεση τον προβληματισμό για την περίπτωση που ο καταναλωτής έχει χρησιμοποιήσει το προϊόν με τέτοιο τρόπο, ώστε να μειωθεί η αξία του. Η απάντηση που δίνει το Δικαστήριο θέτει για άλλη μια φορά το ζήτημα ότι, παρά το αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι ο καταναλωτής αποτελεί πιο ευάλωτο μέρος σε μια σύμβαση, θα πρέπει να προστατευτούν και να εξισορροπηθούν και τα συμφέροντα του προμηθευτή. Πράγματι, ο τελευταίος θα πρέπει να προστατευθεί από την επιστροφή σε αυτόν χαμηλότερης ποιότητας προϊόντων τα οποία θα του αποφέρουν ζημία, αφού θα έχει κληθεί και να επιστρέψει το τίμημα,

¹¹¹ Σκ.18-22 της C-489/07, Messner, curia.eu.

¹¹² Σκ.23-24 της C-489/07, Messner, curia.eu.

¹¹³ Σκ.25-29 της C-489/07, Messner, curia.eu.

όπως αναφέρθηκε και στον οικείο τόπο. Παράλληλα, όμως, η τυχόν αποζημίωση που θα κληθεί να καταβάλλει ο καταναλωτής δεν θα πρέπει να είναι δυσβάσταχτη, ώστε να τον αποθαρρύνει από το να ασκήσει το δικαίωμά του. Η απόφαση αυτή, λοιπόν, υπογραμμίζει για άλλη μια φορά την ανάγκη εξισορρόπησης των συμφερόντων όλων των μερών σε μια σύμβαση καταναλωτικής πώλησης. Οι προβληματισμοί αυτοί στο προηγούμενο νομοθετικό καθεστώς άνοιξαν το δρόμο για τη ρητή πλέον θέσπιση της αποζημίωσης χρήσης στην Οδηγία 2011/83.

δ) Υπαναχώρηση για λόγους προστασίας της υγείας (C-681/2017)

Ορισμένα αγαθά από τη φύση και τον σκοπό τους παρουσιάζουν αυξημένο υγειονομικό ενδιαφέρον, ώστε, εάν επιστραφούν ενώ έχουν χρησιμοποιηθεί, να μην είναι δυνατή η επόμενη χρήση τους και άρα η επαναπροώθησή τους στην αγορά από τον προμηθευτή, καθιστώντας τα, ουσιαστικά, ζημιογόνα για αυτόν, αφού και θα κληθεί να επιστρέψει το τίμημα για αυτά και το επιστραφέν σε αυτόν αγαθό δεν θα μπορεί να αξιοποιηθεί πλέον. Παρατηρούμε, λοιπόν, για άλλη μια φορά στο δίκαιο προστασίας του καταναλωτή τα αντικρουόμενα συμφέροντα προμηθευτή και καταναλωτή, τα οποία καλείται να εξισορροπήσει η περίπτωση ε' του άρθρου 16 της Οδηγίας 2011/83, στο οποίο αποκλείει το δικαίωμα υπαναχώρησης σε μια σειρά περιπτώσεων συμβάσεων από απόσταση. Συγκεκριμένα, η περίπτωση ε', εξαιρεί από το δικαίωμα υπαναχώρησης αγαθά που έχουν αποσφραγιστεί και για λόγους προστασίας της υγιεινής δεν κρίνονται κατάλληλα για επιστροφή¹¹⁴. Επιδιώκεται, έτσι, από μέρους του ενωσιακού νομοθέτη η εξισορρόπηση των αντικρουόμενων συμφερόντων υπέρ του προμηθευτή, ο οποίος φαίνεται να βλάπτεται περισσότερο από την ύπαρξη δικαιώματος υπαναχώρησης για τα αγαθά αυτά, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω. Ωστόσο, η Οδηγία δεν αναφέρεται εκτενώς στο ποια αγαθά θεωρούνται επιβλαβή για την υγεία εάν αποσφραγιστούν, αφήνοντας πεδίο αμφιβολιών στις εθνικές έννομες τάξεις, αλλά και αυθαιρεσιών των προμηθευτών να επικαλεστούν ότι προϊόντα που κανονικά επιστρέφονται χωρίς κίνδυνο για την υγεία είναι επισφαλής, αποκλείοντας το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή.

Σε σχέση με το παραπάνω ζήτημα, ο διάλογος που επικρατούσε ήταν έντονος, αφού για ορισμένα μεν προϊόντα ειδικότεροι νόμοι ορίζουν ότι είναι αδύνατη η μεταπώληση μετά την αποσφράγιση τους (όπως για παράδειγμα τα φάρμακα), ενώ για άλλα δεν είναι σαφές κατά πόσο η απομάκρυνση του περιτυλίγματος τα καθιστά επιβλαβή για την υγεία και επομένως αδύνατο να επαναδιατεθούν στην αγορά¹¹⁵. Γενικότερα, επικρατούσε η άποψη ότι ο καθορισμός των προϊόντων που μπορούν να επαναδιατεθούν στην αγορά θα πρέπει να κριθεί αντικειμενικώς, καθώς και ότι η επαφή ενός προϊόντος με το ανθρώπινο σώμα δεν θα σημαίνει άνευ ετέρου την ακαταλληλότητά του για περαιτέρω διάθεση, εάν μπορούν να ληφθούν κάποια μέτρα, όπως για παράδειγμα ο καθαρισμός, ώστε να εξασφαλιστεί η ασφάλεια και η υγεία του τυχόν νέου αποκτώντος¹¹⁶. Ωστόσο, έχει υποστηριχθεί βασίμως ότι ο καθαρισμός του προϊόντος δεν συνεπάγεται και προστασία της υγείας του καταναλωτή, ώστε να μπορεί να εξασφαλίζει το δικαίωμα υπαναχώρησης, αφού τυχόν μολυσματικές ασθένειες μπορούν να μεταδοθούν με την αφαίρεση του περιτυλίγματος και δεν

¹¹⁴ “Τα κράτη μέλη δεν παρέχουν το δικαίωμα υπαναχώρησης που προβλέπεται στα άρθρα 9 έως 15 για τις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις, όσον αφορά τα ακόλουθα:...ε) την προμήθεια σφραγισμένων αγαθών τα οποία δεν είναι κατάλληλα προς επιστροφή, για λόγους προστασίας της υγείας ή για λόγους υγιεινής, και τα οποία έχουν αποσφραγιστεί μετά την παράδοση...”

¹¹⁵ C-681/2017 ΔΕΕ, ΕφΑΔ 1/2020 108 επ. με παρατηρήσεις Παπαχρήστου .

¹¹⁶ Παπαχρήστος, ό.π.

είναι τόσο εύκολο να εξαλειφθούν με έναν απλό καθαρισμό¹¹⁷. Γίνεται, τέλος, επίκληση και στην απροθυμία των καταναλωτών να προμηθεύονται ανοιγμένα, χωρίς σφράγιση προϊόντα λόγω υπονοιών και ανησυχιών σχετικά με την υγιεινή τους. Κατεύθυνση για την απάντηση σε αυτά τα ερωτήματα έδωσε η απόφαση C-681/2017 ΔΕΕ.

Στην εξεταζόμενη απόφαση, μια επιχείρηση διαδικτυακών πωλήσεων σύναψε σύμβαση πώλησης με έναν ιδιώτη με αντικείμενο ένα στρώμα για ιδιωτική χρήση. Στους γενικούς όρους πώλησης υπήρχε πρόβλεψη για απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης σε περίπτωση αποσφράγισης σφραγισμένων αγαθών που δεν είναι κατάλληλα για επιστροφή για υγειονομικούς λόγους, καθώς και πρόβλεψης ανάληψης του κόστους επιστροφής από την επιχείρηση. Το στρώμα αυτό ήταν καλυμμένο με προστατευτικό περιτύλιγμα, το οποίο και αφαιρέθηκε από τον καταναλωτή κατά την παραλαβή. Δεκατέσσερις ημέρες αργότερα, ο αγοραστής δήλωσε με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ότι επιθυμεί να επιστρέψει το στρώμα και ζήτησε από την επιχείρηση να αναλάβει τη μεταφορά του. Όταν δεν έλαβε κάποια απάντηση, απέστειλε ο ίδιος το στρώμα και άσκησε αγωγή ενώπιον των εθνικών δικαστηρίων, ζητώντας την επιστροφή του τιμήματος και του κόστους μεταφοράς. Το εθνικό δικαστήριο έστειλε προδικαστικό ερώτημα στο ΔΕΕ σχετικά με το αν στα αγαθά του άρθρου 16 περ. ε' της Οδηγίας συμπεριλαμβάνονται και αγαθά που αν και υπό κανονικές συνθήκες έρχονται σε επαφή με το ανθρώπινο σώμα, εντούτοις μπορούν να επαναδιατεθούν στην αγορά, κατόπιν λήψης κατάλληλων μέτρων, όπως ο καθαρισμός, από τον έμπορο¹¹⁸.

Στην απόφαση αυτή, το Δικαστήριο ξεκίνησε από την εξέταση της φύσης του πωλούμενου αγαθού, σημειώνοντας ότι, εάν από τη φύση του η χρήση θα καθιστά δυσχερέστερη ή και αδύνατη για τον έμπορο τη λήψη μέτρων που θα το καθιστούν το αγαθό ξανά ασφαλές για την υγεία, θα πρέπει να εφαρμόζεται το άρθρο 16 περ. ε' και να αποκλείεται το δικαίωμα υπαναχώρησης¹¹⁹. Επομένως, στη συγκεκριμένη περίπτωση ερεύνησε κατά πόσο ο μέσος καταναλωτής θα ήταν διατεθειμένος να χρησιμοποιήσει ένα χρησιμοποιημένο αλλά και καθαρισμένο στρώμα, στο οποίο η απάντηση ήταν θετική. Το δικαστήριο παρατήρησε ότι οι άνθρωποι είναι διατεθειμένοι να κάνουν χρήση ενός χρησιμοποιημένου και καθαρού στρώματος όταν διαμένουν σε κάποιο ξενοδοχείο, καθώς και παραλλήλισε το στρώμα με τα ενδύματα, τα οποία, αν και έρχονται σε άμεση επαφή με το ανθρώπινο σώμα, δεν αποκλείεται να χρησιμοποιηθούν και από άλλον χωρίς να δημιουργείται κίνδυνος για την υγεία, εφόσον καθαριστούν. Ακολουθώντας την επιχειρηματολογία αυτή, το δικαστήριο κατέληξε ότι στην περίπτωση του στρώματος δεν θα εφαρμοστεί το 16 περ. ε' και επομένως ο καταναλωτής θα έχει δικαίωμα υπαναχώρησης¹²⁰.

Η απόφαση επίσης ασχολείται με την κατανομή του βάρους σε περίπτωση απομείωσης της αξίας του πράγματος που ίσως προκληθεί από την αποσφράγιση και χρήση του πράγματος. Ακολουθώντας προηγούμενη νομολογία, το ΔΕΕ¹²¹ κατέληξε ότι, εφόσον η χρήση από τον καταναλωτή δεν υπερβαίνει αντίστοιχη χρήση που θα γινόταν εντός εμπορικού καταστήματος, το βάρος αυτό θα το φέρει ο έμπορος, ενώ εάν υπερβαίνει τα όρια του απλού ελέγχου, ώστε να μην μπορεί να γίνει εκ νέου πώληση χωρίς μείωση του τιμήματος, κρίνεται επεικές ο καταναλωτής να καλύπτει τη σχετική απομείωση της αξίας, διατηρώντας παράλληλα και το δικαίωμα υπαναχώρησης¹²². Τέλος, το ΔΕΕ δεν ασχολήθηκε με το ζήτημα πληροφόρησης από τον έμπορο

¹¹⁷ Παπαχρήστος, ό.π.

¹¹⁸ Βλ. σκέψεις 11-24 της C- 681/2017, slewo, curia.eu.

¹¹⁹ Βλ. σκέψεις 27-35 της C- 681/2017, slewo, curia.eu.

¹²⁰ Βλ. σκέψεις 42-47 της C- 681/2017, slewo, curia.eu, Παπαχρήστο, ό.π.

¹²¹ Βλ. ενδεικτικά C-489/07, Messner, curia.eu.

¹²² Παπαχρήστος, ό.π

σχετικά με τις συνέπειες της αποσφράγισης του αγαθού. Η θεωρία υποστηρίζει ότι δεν απαιτείται να γράφεται ρητώς ότι με την αποσφράγιση θα επέρχεται απώλεια του δικαιώματος υπαναχώρησης¹²³. Ο Γενικός Εισαγγελέας στην υπόθεση αυτή κατέληξε ότι ο έμπορος οφείλει να προειδοποιήσει τον καταναλωτή τόσο ότι το προϊόν είναι σφραγισμένο, όσο και ότι θα απωλέσει το δικαίωμα υπαναχώρησης εάν καταστρέψει το περιτύλιγμα¹²⁴. Συνολικά, λοιπόν, ενώ η σχολιαζόμενη απόφαση προσέφερε κριτήρια ξεκαθαρίζοντας σε ποια προϊόντα ελλοχεύει κίνδυνος της υγείας αν επαναδιατεθούν μετά από χρήση τους και κατανέμει τον κίνδυνο απομείωσης της αξίας, αφήνει το βασικό ζήτημα της πληροφόρησης που υποχρεούται να παρέχει ο έμπορος αμφισβητούμενο, αφήνοντας χώρο για μελλοντικά ερωτήματα των κρατών-μελών. Σε κάθε περίπτωση, διατυπώθηκε για άλλη μια φορά έστω και από τον Γενικό Εισαγγελέα η υποχρέωση του παρόχου να ενημερώσει σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, δηλαδή σχετικά με την ύπαρξη ή την ανυπαρξία του, αλλά και τις συνθήκες κάτω από τις οποίες μπορεί να ασκηθεί και τις περιπτώσεις απώλειάς του. Οι πληροφορίες αυτές θα αποτελούν μέρος της απαραίτητης ενημέρωσης σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης.

ε) Υπαναχώρηση από κατά παραγγελία προϊόν (C-529/19)

Το ΔΕΕ κλήθηκε στην υπόθεση αυτή να εξετάσει κατά πόσο η εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης της περίπτωσης γ' του άρθρου 16 της Οδηγίας 2011/83 που αφορά την προμήθεια προϊόντος, το οποίο θα έχει φτιαχτεί κατά παραγγελία του καταναλωτή, εξακολουθεί να υφίσταται εάν ο προμηθευτής δεν έχει ξεκινήσει την παραγωγή του προϊόντος. Στην περίπτωση αυτή, το προϊόν ήταν μια κουζίνα και η υπαναχώρηση ασκήθηκε σε πολύ αρχικό στάδιο της κατασκευής της. Το ΔΕΕ απάντησε στο σχετικό ερώτημα που του τέθηκε ότι η εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης μπορεί να αντιταχθεί στον καταναλωτή που συμβλήθηκε εκτός εμπορικού καταστήματος με αντικείμενο την πώληση αγαθού το οποίο θα πρέπει να κατασκευαστεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές του, ανεξαρτήτως του αν ο έμπορος έχει αρχίσει την παραγωγή του εν λόγω αγαθού. Πράγματι, το Δικαστήριο παρατήρησε ότι η διατύπωση του σχετικού εδαφίου δεν προκύπτει ότι η προβλεπόμενη στη διάταξη αυτή εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης εξαρτάται από την επέλευση κάποιου γεγονότος μεταγενέστερου της σύναψης της σχετικής σύμβασης, αλλά από το γράμμα της διάταξης αυτής προκύπτει σαφώς ότι η εξαίρεση αυτή είναι σύμφυτη με το ίδιο το αντικείμενο μιας τέτοιας σύμβασης¹²⁵. Όπως και στην προηγούμενη απόφαση, και εδώ μας δίνεται η ευκαιρία να παρατηρήσουμε κάποιες από τις εξαιρέσεις στο δικαίωμα υπαναχώρησης που προβλέπονται στο άρθρο 16 της Οδηγίας και να παρατηρήσουμε ότι λαμβάνονται και μέτρα για την προστασία του προμηθευτή από την απροσδόκητη λύση της σύμβασης. Πράγματι, δεν θα φαινόταν επιεικές εάν ο έμπορος, ο οποίος είχε μπει στη διαδικασία δημιουργίας ενός προϊόντος με τις προϋποθέσεις που έθεσε ο καταναλωτής, βρεθεί αντιμέτωπος με την αζήμια για τον καταναλωτή λύση της σύμβασης και μείνει με ένα κατά παραγγελία προϊόν, το οποίο κατά κανόνα δεν θα μπορεί εύκολα να μεταπωλήσει. Βέβαια, θα μπορούσε να τεθεί το ερώτημα, γιατί το ΔΕΕ αρνήθηκε το δικαίωμα υπαναχώρησης ακόμη και εάν έχει λάβει χώρα ελάχιστη από το απαραίτητη για τη δημιουργία του προϊόντος δημιουργία. Αν αναλογιστεί κανείς ότι ακόμη και για πολύ μικρό ποσοστό της εργασίας έχει δαπανηθεί σημαντικός χρόνος και έχει επιστρατευτεί η τέχνη του προμηθευτή, τότε η λύση αυτή φαντάζει λογικότερη. Ωστόσο, εάν είναι

¹²³ Παπαχρήστος, ό.π.

¹²⁴ Προτάσεις του Γενικού Εισαγγελέα της 19.12.2018 C-691/17, slewo, σκ.60, curia.eu.

¹²⁵ Βλ. αιτιολογικές σκέψεις 24, 17 και 28 της C-529/19, Möbel Kraft GmbH, curia.eu.

όντως σε τόσο αρχικό στάδιο επεξεργασίας ή δημιουργίας το νέο προϊόν, τότε ο έμπορος θα μπορεί εύκολα να το αξιολογήσει διαφορετικά με μικρό ή καθόλου κόστος και στην περίπτωση αυτή θα έχει αποζημιωθεί χωρίς ουσιαστικά να έχει υποστεί ζημία ή, σε κάθε περίπτωση, δυσανάλογα σε σχέση με τη ζημία του. Έτσι, η κρίση αυτή του ΔΕΕ φαίνεται να είναι ανοιχτή σε κριτική ως προς το εάν εξασφαλίζει όντως την εξισορρόπηση των αντικρουόμενων συμφερόντων ή εάν ευνοεί υπερβολικά το ένα εκ των μερών.

στ) Ειδικότερα ζητήματα στην σύναψη και λειτουργία συμβάσεων με αντικείμενο υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (C-922/2019)

Μια άλλη ιδιαίτερη περίπτωση είναι της σύμβασης με αντικείμενο υπηρεσία κοινής ωφέλειας, όπως η παροχή ύδρευσης, ηλεκτρικού ρεύματος κ.λπ. Λόγω της σημασίας των υπηρεσιών αυτών για την εξασφάλιση ζωτικών για τη διαβίωση των πολιτών αγαθών, είναι εύλογο να παρουσιάζονται κάποιες διαφοροποιήσεις υπέρ της διατήρησης της σύμβασης, ιδιαίτερα όταν η υπηρεσία παρέχεται από περιορισμένο αριθμό προμηθευτών. Στην εδώ σχολιαζόμενη απόφαση, ο εναγόμενος, κάτοικος Κάτω Χωρών, δεν ενημέρωσε την εταιρεία ύδρευσης ότι είναι ο νέος ένοικος της οικίας που αυτή τροφοδοτούσε με νερό, ενώ ο προηγούμενος ένοικος συνέχισε να πληρώνει τους λογαριασμούς για διάστημα μεγαλύτερο των δύο ετών από τη μετακόμισή του. Όταν σταμάτησε να πληρώνει τους λογαριασμούς, η εταιρεία ύδρευσης έστειλε στον νέο ένοικο και εναγόμενο επιστολή καλωσορίσματος, καθώς και λογαριασμούς από την αρχή του ημερολογιακού έτους. Ο νέος ένοικος δεν εξόφλησε κανένα λογαριασμό και έτσι η εταιρεία ύδρευσης άσκησε αγωγή προκειμένου να λάβει το αντίτιμο των λογαριασμών, ζητώντας επικουρικός την άδεια να διακόψει την ύδρευση στον εναγόμενο. Αξίζει να σημειωθεί ότι μετά την άσκηση της αγωγής ο εναγόμενος κατέθεσε αίτημα για σύναψη σύμβασης με την εταιρεία. Το ανώτατο δικαστήριο των Κάτω Χωρών απέστειλε δύο προδικαστικά ερωτήματα στο ΔΕΕ, σχετικά με το εάν η πρακτική της εταιρείας ύδρευσης αποτελεί μη παραγγελθείσα παροχή, καθώς και για το εάν αντιβαίνει στη νομοθεσία της Ευρωπαϊκής ένωσης, συγκεκριμένα στις Οδηγίες 97/7, 2011/83 και 2005/29 το να θεωρείται ότι μεταξύ του προμηθευτή πόσιμου νερού και του καταναλωτή συνάπτεται σύμβαση για την παροχή πόσιμου νερού, εφόσον ο καταναλωτής γνωρίζει ότι η παροχή πόσιμου νερού έχει κόστος και καταναλώνει πόσιμο νερό, συστηματικά, για μεγάλο χρονικό διάστημα, συνεχίζοντας την κατανάλωση νερού ακόμη και μετά τη λήψη μιας επιστολής καλωσορίσματος, λογαριασμών και οχλήσεων του προμηθευτή πόσιμου νερού, και μετά την επίδοση δικαστικής απόφασης που επιτρέπει τη διακοπή της παροχής πόσιμου νερού στην κατοικία του, γνωστοποιεί ότι τελικά επιθυμεί να συνάψει σύμβαση με τον προμηθευτή πόσιμου νερού.

Εκκινώντας από το δεύτερο ερώτημα, το ΔΕΕ έκρινε ότι δεν υπάρχει εναρμόνιση σε ενωσιακό επίπεδο στο ζήτημα εάν έχει συναφθεί σύμβαση μεταξύ εταιρείας ύδρευσης και καταναλωτή χωρίς τη ρητή συγκατάθεση του τελευταίου, επιτρέποντας στο δικαστήριο να εκτιμήσει σύμφωνα με την εθνική ρύθμιση για το συγκεκριμένο ζήτημα¹²⁶. Έπειτα, έκρινε ως προς το πρώτο προδικαστικό ερώτημα ότι ο όρος «παροχή μη παραγγελθέντων», κατά το σημείο 29 του παραρτήματος I της Οδηγίας 2005/29, έχει την έννοια ότι δεν καλύπτει την εμπορική πρακτική εταιρείας διανομής πόσιμου ύδατος η οποία συνίσταται στη διατήρηση της σύνδεσης με το δημόσιο δίκτυο ύδρευσης κατά την εγκατάσταση καταναλωτή σε οικία η οποία κατοικούνταν

¹²⁶ σκ. 40-46, C-922/19, Stichting Waternet.

προηγουμένως, εφόσον ο καταναλωτής αυτός δεν διαθέτει ελευθερία επιλογής του παρόχου της οικείας υπηρεσίας, ο τελευταίος εφαρμόζει τιμολόγια τα οποία είναι κοστοστρεφή και διαφανή, δεν εισάγουν διακρίσεις και είναι ανάλογα προς την κατανάλωση νερού, ο δε καταναλωτής γνωρίζει ότι η οικία αυτή είναι συνδεδεμένη με το δημόσιο δίκτυο ύδρευσης και ότι η προμήθεια νερού γίνεται έναντι πληρωμής¹²⁷. Παρατηρούμε, λοιπόν, στην απόφαση αυτή ότι η παροχή κοινωφελούς υπηρεσίας παρουσιάζει διαφοροποιήσεις από τις διατάξεις των Οδηγιών, αφήνοντας χώρο στα εθνικά δίκαια να ρυθμίσουν ορισμένα ζητήματα και εξαιρώντας την εφαρμογή ορισμένων διατάξεων του ενωσιακού δικαίου, με δεδομένο πάντοτε ότι θα υπάρχουν κάποιες προϋποθέσεις διαφάνειας που θα εξασφαλίσουν την προστασία του καταναλωτή. Θα παρουσίαζε ενδιαφέρον να εξεταστεί το ζήτημα της υπαναχώρησης από μια τέτοια σύμβαση από το ΔΕΕ, ώστε να παρατηρηθεί η αντίδραση και η κρίση του στο ζήτημα, με δεδομένη την ζωτικής σημασίας φύση των αγαθών αυτών για τη διαβίωση των καταναλωτών, καθώς και από το γεγονός ότι η προμήθεια από άλλο πάροχο δεν είναι πάντοτε δυνατή ή ευχερής. Ίσως να παρατηρούνταν και σε αυτή την περίπτωση είτε να παραχωρηθεί πεδίο δράσης στα εθνικά δίκαια, είτε περιορισμός του δικαιώματος υπαναχώρησης, ο οποίος όμως στην συγκεκριμένη περίπτωση ίσως να μην ήταν ολοκληρωτικά σε βάρος του καταναλωτή, αφού θα εξασφάλιζε τη συνέχεια παροχής της απαραίτητης υπηρεσίας. Ωστόσο, μέχρι να τοποθετηθεί το ΔΕΕ, μόνο εκτιμήσεις μπορούν να παρασχεθούν.

ζ) Υπαναχώρηση σε περίπτωση ακύρωσης συναυλίας λόγω COVID (C-96/2021)

Λόγω της πανδημίας του νέου κορονοϊού και της θέσπισης μέτρων αποτροπής της διασποράς του ιού από τις εθνικές κυβερνήσεις, πλήθος καλλιτεχνικών εκδηλώσεων ματαιώθηκαν, δημιουργώντας ζητήματα επιστροφής του αντιτίμου των εισιτηρίων. Μία από τις υποθέσεις αυτές έφτασε μέχρι το ΔΕΕ με τη μορφή προδικαστικού ερωτήματος. Στην υπόθεση αυτή, καταναλώτρια παρήγγειλε μέσω διαδικτύου εισιτήρια για μια συναυλία από πάροχο υπηρεσιών έκδοσης εισιτηρίων, η οποία όμως ματαιώθηκε λόγω των μέτρων κατά της διασποράς του κορονοϊού, αν και υπήρχε το ενδεχόμενο να πραγματοποιηθεί σε μεταγενέστερη ημερομηνία. Η καταναλώτρια ζήτησε την επιστροφή του αντιτίμου του εισιτηρίου της από τον πάροχο, μαζί με παρεπόμενα έξοδά της, κάτι που θεωρήθηκε ως σιωπηρή άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης. Όμως, ο πάροχος αντί αυτού απέστειλε στην καταναλώτρια σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στη νομοθεσία του κράτους-μέλους για την ακύρωση των δραστηριοτήτων αναψυχής στο πλαίσιο της πανδημίας, ένα κουπόνι που αντιστοιχούσε στο αντίτιμο των εισιτηρίων, κάτι που δεν ικανοποίησε την καταναλώτρια, η οποία κατέφυγε σε δικαστήριο να υποχρεώσει τον πάροχο να της επιστρέψει τόσο το αντίτιμο των εισιτηρίων, όσο και τα παρεπόμενα έξοδα. Το βασικό ζήτημα που τίθεται είναι εάν έχει εφαρμογή στην περίπτωση που απασχολεί η εξαίρεση που προβλέπεται στο άρθρο 16, στοιχείο ιβ', της Οδηγίας 2011/83 από το δικαίωμα υπαναχώρησης, το οποίο ρητά προβλέπει εξαίρεση από τις υπηρεσίες αναψυχής. Το εθνικό δικαστήριο απέστειλε προδικαστικό ερώτημα στο ΔΕΕ σχετικά με το εάν έχει το ανωτέρω άρθρο την έννοια ότι, σε περίπτωση που ο έμπορος δεν παρέχει άμεσα στον καταναλωτή υπηρεσία σχετιζόμενη με δραστηριότητες αναψυχής, αλλά του παρέχει το δικαίωμα πρόσβασης σε τέτοια υπηρεσία, όπως εδώ πράττει ο πάροχος εισιτηρίων, η περίπτωση αυτή θα αποτελεί επαρκή λόγο για να αποκλειστεί το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή.

¹²⁷ σκ. 47-62, C-922/19, Stichting Waternet.

Αναγνωρίζεται από το ΔΕΕ ότι η σύμβαση μεταξύ της καταναλώτριας και του παρόχου αποτελεί σύμβαση παροχής υπηρεσιών, με κύρια υποχρέωση τη μεταβίβαση του δικαιώματος πρόσβασης στη δραστηριότητα αναψυχής που αναγράφεται στα εισιτήρια. Κρίθηκε ότι είναι αδιάφορο για την εφαρμογή της εξαιρέσης από το δικαίωμα υπαναχώρησης, ότι αντισυμβαλλόμενος του καταναλωτή είναι ενδιάμεσος που μεσολαβεί στη διακίνηση του ένδικου προϊόντος στην αγορά, χωρίς να το παρέχει ο ίδιος, όπως συμβαίνει εδώ με τον πάροχο εισιτηρίων. Ο πάροχος θα λειτουργεί ως ενδιάμεσος έμπορος κατά την έννοια του άρθρου 2 σημείο 2 της Οδηγίας 2011/83 και οι ηλεκτρονικές συμβάσεις που συνάπτει με καταναλωτές θα εμπίπτουν κανονικά στις διατάξεις της Οδηγίας για τις εξ αποστάσεως καταναλωτικές συμβάσεις. Ταυτόχρονα, η προαναφερθείσα μεταβίβαση δικαιώματος εισόδου σε συναυλία αποτελεί περαιτέρω υπηρεσία που σχετίζεται με δραστηριότητα αναψυχής κι αυτό αρκεί για να πληρωθεί το πραγματικό του άρθρου 16 στοιχ. ιβ' Οδηγίας 2011/83¹²⁸. Παράλληλα, εφόσον εμπίπτει στο πεδίο του άρθρου η πώληση εισιτηρίων για μουσική εκδήλωση, αν πρόκειται για σύμβαση με “συγκεκριμένη ημερομηνία ή προθεσμία εκτέλεσης”, όπως συνήθως συμβαίνει στην περίπτωση συναυλιών, δεν παρέχεται δικαίωμα υπαναχώρησης στον καταναλωτή. Μάλιστα, δεν θα επηρεάσει ο χρόνος της ακύρωσης της κράτησης σε σχέση με το χρόνο της εκδήλωσης, χωρίς να διαδραματίζει ρόλο η δυνατότητα του εμπόρου να μεταπωλήσει τα εισιτήρια σε νέους πελάτες κατά το χρονικό σημείο άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης¹²⁹. Επομένως, δυνάμει των ανωτέρω, το ΔΕΕ έκρινε ότι η εξαιρέση του άρθρου 16 στ. ιβ' της Οδηγίας 2011/83 αντιτάσσεται έναντι των καταναλωτών και στην περίπτωση σύμβασης για δικαίωμα πρόσβασης με ενδιάμεσο, ο οποίος ενεργεί στο όνομά του αλλά για λογαριασμό του τρίτου διοργανωτή της εκδήλωσης, εφόσον, αφενός, η απόσβεση της υποχρέωσης την οποία ο ενδιάμεσος υπείχε έναντι του καταναλωτή να εκτελέσει τη σύμβαση θα είχε ως αποτέλεσμα να φέρει ο διοργανωτής της δραστηριότητας τον κίνδυνο που συνδέεται με την κράτηση της χωρητικότητας που θα καθίστατο, με τον τρόπο αυτόν, διαθέσιμη και, αφετέρου, η δραστηριότητα αναψυχής στην οποία το εν λόγω δικαίωμα παρέχει πρόσβαση είναι προγραμματισμένη να διεξαχθεί σε καθορισμένη ημερομηνία ή εντός συγκεκριμένης προθεσμίας. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι ο ενωσιακός νομοθέτης επιφυλάσσει την ίδια ρύθμιση, είτε αγοραστούν τα εισιτήρια από ενδιάμεσο, είτε από τον διοργανωτή της εκδήλωσης, αποκλείοντας την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης. Υπό το φως της πανδημίας του κορονοϊού, η ρύθμιση αυτή παρουσιάζεται ευνοϊκή για τους διοργανωτές και διαμεσολαβητές, οι οποίοι, λόγω της ματαίωσης και αναβολής των καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων θα καλούνταν να επιστρέψουν τεράστια ποσά, διακινδυνεύοντας να καταστραφούν οικονομικά. Στην ιδιάζουσα όμως αυτή περίπτωση της πανδημίας, ίσως παρουσιάζεται ανεπιεικές να μην προβλέπεται η δυνατότητα του καταναλωτή να απαλλαγεί από τη σύμβαση και να λάβει τα χρήματά του, αφού η εκδήλωση αναβλήθηκε χωρίς δική του υπαιτιότητα και ο προγραμματισμός νέας εκδήλωσης με ίδιο περιεχόμενο δεν μπορεί, λόγω συνθηκών, να προγραμματιστεί με βεβαιότητα. Αξίζει, άλλωστε να σημειωθεί ότι πολλές από τις προγραμματισμένες το διάστημα της πανδημίας συναυλίες και εκδηλώσεις ματαιώθηκαν οριστικά. Επομένως, βλέπουμε πως θα μπορούσε να υπάρξει ένας μικρός αντίλογος ως προς την εξαιρέση των δραστηριοτήτων αναψυχής από τη δυνατότητα δικαιώματος υπαναχώρησης σε περιόδους εκτάκτων συνθηκών που απαγορεύουν επ' αόριστον τη διεξαγωγή εκδηλώσεων, όπως η περίπτωση της πανδημίας.

¹²⁸ σκ.39-42 και 52 της C-96/2021, CTS Eventim.

¹²⁹ σκ. 44-48 της C-96/2021, CTS Eventim.

η) Σύμβαση με ψηφιακό περιεχόμενο και υπολογισμός κόστους υπαναχώρησης μετά την εκτέλεση της σύμβασης (C-641/19)

Η υπόθεση αυτή έχει σταθεί αφορμή για ποικίλες διευκρινήσεις εκ μέρους του ΔΕΕ όσον αφορά τη διαχείριση συμβάσεων με ψηφιακό περιεχόμενο. Συγκεκριμένα, το Δικαστήριο ασχολήθηκε με το εάν ο υπολογισμός του ποσού που θα καταβληθεί για άσκηση υπαναχώρησης μεσούσης της εκτέλεσης της σύμβασης¹³⁰ θα πρέπει να λαμβάνει υπόψιν το τίμημα που έχει συμφωνηθεί στη σύμβαση για το σύνολο των παροχών που προβλέπει η σύμβαση και να υπολογίζεται το οφειλόμενο ποσό pro rata temporis ή εάν πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι μία από τις παροχές προς τον καταναλωτή που αποτελούν αντικείμενο της σύμβασης πραγματοποιήθηκε στο σύνολό της πριν από την υπαναχώρηση του τελευταίου. Το δικαστήριο απάντησε ότι καταρχήν το ποσό αυτό θα πρέπει να υπολογίζεται λαμβανομένων υπόψιν όλων των παροχών που αποτελούν αντικείμενο της σύμβασης, τόσο των κύριων όσο και των παρεπομένων. Μόνο στην περίπτωση κατά την οποία η σύμβαση προβλέπει ρητώς ότι μία ή περισσότερες από τις παροχές πραγματοποιούνται εξ ολοκλήρου από την έναρξη της εκτέλεσης της σύμβασης, αυτοτελώς, έναντι τιμήματος που πρέπει να καταβληθεί χωριστά, μπορεί ο καταναλωτής να αποφασίσει έχοντας επίγνωση της καταστάσεως αν πρέπει να ζητήσει ρητώς να αρχίσει ο έμπορος την παροχή των υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της προθεσμίας ασκήσεως του δικαιώματος υπαναχώρησης¹³¹ και μόνο σε μια τέτοια περίπτωση πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το σύνολο της τιμής που προβλέπεται για μια τέτοια παροχή κατά τον υπολογισμό του ποσού που οφείλεται στον έμπορο¹³². Παράλληλα, το ΔΕΕ κρίθηκε να αποφασίσει αν το άρθρο 16, στοιχείο ιγ', της Οδηγίας 2011/83, με βάση το οποίο τα κράτη μέλη δεν προβλέπουν δικαίωμα υπαναχώρησης όσον αφορά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις για την παροχή ψηφιακού περιεχομένου μη παρεχόμενου επί υλικού μέσου, αν η εκτέλεση έχει αρχίσει με τη ρητή προηγούμενη συγκατάθεση του καταναλωτή, ο οποίος γνωρίζει ότι με αυτόν τον τρόπο θα χάσει το δικαίωμα υπαναχώρησης. Το ΔΕΕ κατέληξε ότι μια υπηρεσία που παρέχει στον καταναλωτή τη δυνατότητα να δημιουργεί, να επεξεργάζεται ή να αποθηκεύει δεδομένα σε ψηφιακή μορφή ή να έχει πρόσβαση σε αυτά, και καθιστά δυνατή την ανταλλαγή ή κάθε άλλη αλληλεπίδραση με δεδομένα σε ψηφιακή μορφή τα οποία αναρτώνται ή δημιουργούνται από τον καταναλωτή ή από άλλους χρήστες της υπηρεσίας αυτής, δεν μπορεί να θεωρηθεί, αυτή καθ' εαυτή, ως παροχή ψηφιακού περιεχομένου κατά την έννοια του άρθρου 16, στοιχείο ιγ', της Οδηγίας 2011/83, ώστε να εφαρμόζεται η εξαίρεση από το δικαίωμα υπαναχώρησης¹³³. Παρατηρούμε, λοιπόν, με το συγκεκριμένο πρακτικό παράδειγμα τη λειτουργία συμβάσεων με ψηφιακό περιεχόμενο, οι οποίες λόγω της μορφής τους διαφοροποιούνται από το δικαίωμα υπαναχώρησης, ενώ γίνεται φανερό ότι για πολλές υπηρεσίες με ψηφιακό περιεχόμενο ευρείας χρήσης, όπως αυτές που αφορούν την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ χρηστών εφαρμογής, έχουμε επιστροφή στον κανόνα της υπαναχώρησης.

A.7. Σύγκριση προστασίας ενωσιακού δικαίου με την υπαναχώρηση του ΑΚ.

Στο δίκαιο του Αστικού μας Κώδικα προβλέπεται στο άρθρο 540 του ΑΚ δικαίωμα υπαναχώρησης του αγοραστή. Βέβαια, για να μπορεί να επικαλεστεί την προστασία του ΑΚ ο

¹³⁰ άρθρο 14 παρ. 3 Οδηγίας 2011/83.

¹³¹ άρθρο 7 παρ. 3 Οδηγίας 2011/83.

¹³² βλ. Αιτιολογικές σκέψεις 28 και 29 της C-641/19, EU vs PE Digital.

¹³³ βλ. Αιτιολογικές σκέψεις 40 και 44 της C-641/19, EU vs PE Digital.

αγοραστής, δεν απαιτείται να έχει και την ιδιότητα του καταναλωτή, αφού η προστασία του άρθρου αυτού προσφέρεται σε όλες τις συμβάσεις πώλησης και όχι μόνο στις καταναλωτικές. Με δεδομένο ότι η προστασία που παρέχεται στον ΑΚ παρουσιάζει κυρίως ομοιότητες¹³⁴, αξίζει περισσότερο να εξεταστούν εδώ οι διαφορές την προστασία, οι οποίες είναι το αναιτιολόγητο της υπαναχώρησης και η διαφορετική προθεσμία. Πράγματι, υπό το καθεστώς της Οδηγίας, δεν προϋποτίθεται η ύπαρξη κάποιου λόγου για να ασκηθεί το δικαίωμα υπαναχώρησης από τον καταναλωτή και αρκεί η απλή μετάνοιά του, ενώ στην περίπτωση της 540 ΑΚ η υπαναχώρηση συνδέεται με την παθογένεια της σύμβασης, αφού ο αγοραστής μπορεί να υπαναχωρήσει όταν το πράγμα παρουσιάζει ελαττώματα ή έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων¹³⁵. Επίσης, διαφέρει και η προθεσμία υπαναχώρησης, αφού στην Οδηγία προβλέπεται δεκατετραήμερη προθεσμία, ενώ η υπαναχώρηση του άρθρου 540 ΑΚ έχει προθεσμία δύο ετών για τα κινητά και πέντε για τα ακίνητα, η οποία εκκινεί από την παράδοση του πράγματος. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι μέχρι το πέρας της προθεσμίας υπαναχώρησης δεν επιτρέπεται η είσπραξη του τιμήματος στο σύστημα της Οδηγίας, ενώ δεν υπάρχει τέτοια ρύθμιση στο πλαίσιο προστασίας του ΑΚ¹³⁶. Παρατηρούμε λοιπόν ότι το αναιτιολόγητο της υπαναχώρησης της Οδηγίας συνοδεύεται από μικρότερη προθεσμία άσκησης, ενώ η ανάγκη για ύπαρξη λόγου υπαναχώρησης συνεπάγεται και μεγαλύτερη προθεσμία παραγραφής, αντισταθμίζοντας τα συμφέροντα των μερών και εξισώνοντας σημαντικά την παρεχόμενη προστασία.

Υπό το καθεστώς της Οδηγίας 85/577/ΕΟΚ, υπήρξε ο προβληματισμός εάν η εκεί προβλεπόμενη υπαναχώρηση είναι συμβατική ή νομοθετική. Το αξιοπρόσεκτο είναι ότι, ενώ την προβλέπει ένα νομοθετικό κείμενο, η Οδηγία, η θέσπιση αυτή υπάρχει υπό τη μορφή υποχρέωσης στα μέρη να τη συμπεριλάβουν στη μεταξύ τους σύμβαση. Η μορφή της υπαναχώρησης που προβλέπει η Οδηγία είναι ιδιόμορφη, ομοιάζοντας με τη συμβατική υπαναχώρηση στο ότι δεν απαιτείται υπαιτιότητα για την άσκηση της, έχοντας όμως και το μοναδικό σε σχέση με τις άλλες δύο μορφές στοιχείο του χρονικού περιορισμού άσκησης. Η απάντηση στον προβληματισμό αυτό δεν έχει πρακτικό ενδιαφέρον, αλλά αποτελεί έναυσμα για θεωρητικό προβληματισμό, ο οποίος διατηρείται και στο σημερινό νομοθετικό καθεστώς, μέσω των (αρκετών) στοιχείων της υπαναχώρησης της Οδηγίας 85/577 που επιβιώνουν¹³⁷.

¹³⁴ Και στις δύο περιπτώσεις, για παράδειγμα, το δικαίωμα υπαναχώρησης είναι διαπλαστικό, ασκείται με μονομερή δικαιοπραξία, απευθυνταία στο άλλο μέρος και έχει ως συνέπεια την απόσβεση των εκατέρωθεν υποχρεώσεων. Βλ. και Σταθόπουλο, Επιτομή Γενικού Ενοχικού Δικαίου, Β' Έκδοση, σελ. 485 επ.

¹³⁵ Τα παραπάνω ίσχυαν πριν την ενσωμάτωση των Οδηγιών 770/2019 και 771/2019 στην ελληνική έννομη τάξη με τον ν.4967/2022. Με τον νόμο αυτό, τα σχετικά άρθρα του ΑΚ τροποποιήθηκαν, ώστε να ρυθμίζουν και περιπτώσεις συμβάσεων με ψηφιακό περιεχόμενο, σύμφωνα με τις Οδηγίες. Βλ. και Μαργαρίτη, Το νέο δίκαιο της πώλησης, 06.10.2022, διαθέσιμο στο: https://www.lawspot.gr/nomika-blogs/eyaggelos_margaritis/neo-dikaio-tis-polisis

¹³⁶ Γεωργιάδης, Ειδικό Ενοχικό Δίκαιο, Τόμος Ι, σελ.132-133.

¹³⁷ Σκορρίνη-Παπαρηγοπούλου, Η προστασία του καταναλωτή στη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος, σελ. 139-145.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β΄: Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Β.1. Σύντομη Εισαγωγή για την Οικονομική Ανάλυση του Δικαίου (ΟΑΔ).

Η εφαρμογή οικονομικών εννοιών και εργαλείων στα νομικά δεν είναι κάτι νέο. Πράγματι, η αρχική συνεισφορά τους υπήρχε σε νομικούς κανόνες με αυστηρά οικονομικό αντικείμενο και σαφείς οικονομικές σχέσεις. Στην πορεία όμως, η μεταξύ τους σχέση άρχισε να επεκτείνεται σε ολοένα και περισσότερους τομείς του δικαίου, οι οποίοι εκ πρώτης όψεως φαίνεται να μην παρουσιάζουν οικονομικό ενδιαφέρον, όπως το δίκαιο των αδικπραξιών, το δίκαιο ανταγωνισμού και το οικογενειακό δίκαιο¹³⁸. Όντως, εντοπίζονται σημεία τομής μεταξύ των ενδιαφερόντων των δύο κλάδων στην κοινωνική ευημερία και στην αποτελεσματικότητα και η οικονομική επιστήμη παρέχει τα απαραίτητα εργαλεία στο δίκαιο για την επίτευξη των κοινών αυτών στόχων¹³⁹. Η ΟΑΔ, λοιπόν, αποτελεί τη στενότερη συνεργασία μεταξύ νομικής και οικονομικής επιστήμης, χρησιμοποιώντας εργαλεία της δεύτερης, ώστε να αξιολογήσει και να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα του δικαίου. Ως βασική επιδίωξη παρουσιάζει την διαμόρφωση περιεχομένου των νομικών ρυθμίσεων με κριτήρια οικονομικής αποτελεσματικότητας, αντιμετωπίζοντας τους κανόνες δικαίου ως κίνητρα για να επιδείξει ο κοινωνός του δικαίου συγκεκριμένη συμπεριφορά¹⁴⁰. Χωρίζεται ειδικότερα σε θετική ανάλυση και δεοντολογική ανάλυση. Η πρώτη στοχεύει στην ανακάλυψη της οικονομικής σκοπιμότητας σε κάθε ρύθμιση, χρησιμοποιώντας ένα οικονομικό πρότυπο ορθολογικής συμπεριφοράς (*homo economicus*), προκειμένου να συμβάλλει στην καλύτερη κατανόηση και εφαρμογή της. Η δεύτερη, ταυτόχρονα, αντιμετωπίζει το δίκαιο κριτικά με στόχο τη διαμόρφωση του περιεχομένου των ρυθμίσεων έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η καλύτερη κατανομή πόρων, θέτοντας την οικονομική αποτελεσματικότητα μεταξύ των σκοπών της έννομης τάξης¹⁴¹.

Παρά όμως την καινοτόμα αντίληψη που παρουσιάζει και τα νέα εργαλεία που προσφέρει, η ΟΑΔ έχει κατακριθεί σε μεγάλο βαθμό. Σχετικά με τη χρήση του προτύπου του *homo economicus*, η λήψη αποφάσεων με βάση αυτό παραμένει προσανατολισμένη υλιστικά και εγωιστικά, αγνοώντας τη βασική λειτουργία της έννομης τάξης που είναι η εξισωτική δικαιοσύνη. Ο σύγχρονος *homo economicus* δεν είναι προσανατολισμένος μόνο στο προσωπικό, οικονομικό του συμφέρον, αλλά έχει και άλλα κίνητρα δράσης, πιο αλτρουιστικά. Επομένως, η λειτουργία αυτή θα περιοριστεί σε πεδία δράσης με πιο ατομιστικό και ωφελμιστικό χαρακτήρα¹⁴². Επιπλέον, οι επικριτές της της καταλογίζουν ωφελμιστική βάση, η οποία εγκυμονεί τον κίνδυνο της χρηματικής αποτίμησης των πάντων και άρα διάβρωσης της ηθικής αποστολής και αξίας του δικαίου¹⁴³, καθώς και την ημιτέλεια των προσφερόμενων λύσεων¹⁴⁴. Παρόλα αυτά, η συνεισφορά της είναι σημαντική ως συμπληρωματικό μέσο ερμηνείας και διάπλασης κανόνων δικαίου, προσφέροντας μια νέα οπτική

¹³⁸ Κοτσίρης, Οικονομική Ανάλυση του Δικαίου Γενική Προσέγγιση, 2007. Διάλεξη στα πλαίσια εκδηλώσεων του Ομίλου Νομικού Προβληματισμού «Ερεισμα ΔΡΑσης» της 7.2.2007.

¹³⁹ Χατζής σε Τιμητικό Τόμο Αγγαλοπούλου, Όσα θέλετε να μάθετε για τα οικονομικά του γάμου και του διαζυγίου αλλά φοβάστε να ρωτήσετε, 2018.

¹⁴⁰ Παπανικολάου, Μεθοδολογία του Ιδιωτικού Δικαίου και Ερμηνεία των Δικαιοπραξιών, Εκδ. Σάκκουλα, 2000, σελ. 115 επ.

¹⁴¹ Παπανικολάου, ό.π.

¹⁴² Παπανικολάου, ό.π., σελ. 122 επ.

¹⁴³ Παπανικολάου, ό.π.

¹⁴⁴ Κοτσίρης, ό.π.

και σύγχρονα εργαλεία παρατήρησης της συμπεριφοράς, προσφέροντας άλλο ένα κριτήριο λήψης αποφάσεων προς κάποια κατεύθυνση.

B.2. Η χρησιμότητα των συμπεριφορικών οικονομικών στα ζητήματα υπαναχώρησης.

Ο κλάδος των συμπεριφορικών οικονομικών αποτελεί έναν σχετικά νέο κλάδο των οικονομικών, ο οποίος επιχειρεί να ενσωματώσει στοιχεία και μεθόδους της ψυχολογίας σε οικονομικά μοντέλα και αναλύσεις, προσφέροντας ακριβέστερες και πιο ρεαλιστικές οπτικές για την ανθρώπινη συμπεριφορά και τα ανθρώπινα κίνητρα¹⁴⁵. Τα συμπεριφορικά οικονομικά δεν υπαγορεύουν ότι η συμπεριφορά είναι τυχαία ή αδύνατη να προβλεφθεί, αλλά ότι είναι προβλέψιμη και με τη χρήση των μεθόδων τους μπορεί να συστηματοποιηθεί και να αξιοποιηθεί¹⁴⁶. Είναι γεγονός ότι η μελέτη των ανθρώπινων συμπεριφορών αποτελεί αντικείμενο έρευνας και των ψυχολόγων και των οικονομολόγων, ωστόσο η σκοπιμότητα είναι διαφορετική: οι πρώτοι ενδιαφέρονται για τα αίτια της συμπεριφοράς αυτής, ενώ οι δεύτεροι για το πως μπορεί να ενσωματωθούν και να χρησιμοποιηθούν τα ευρήματα προκειμένου να συναχθούν οικονομικώς χρήσιμα συμπεράσματα¹⁴⁷. Παράλληλα, και τους δύο επιστημονικούς κλάδους ενδιαφέρει η διαδικασία της επιλογής, με τον οικονομολόγο να εστιάζει στην κατανομή των περιορισμένων πόρων, η οποία θα επέλθει με τις επιλογές των καταναλωτών¹⁴⁸. Υποστηρίζεται ότι αυτό που διαφοροποιεί τα συμπεριφορικά οικονομικά είναι η θεώρηση ότι στο απλούστερο οικονομικό μοντέλο, λαμβάνεται ως δεδομένο ότι τα άτομα σκέφτονται και επιλέγουν εγωιστικά και ορθολογικά, θεώρηση όμως που υπεραπλουστεύει τα πράγματα και αγνοεί καταστάσεις κατά τις οποίες τα άτομα δρουν αλτρουιστικά¹⁴⁹. Μία από αυτές είναι και το παίγνιο του τελεσιγράφου, για το οποίο θα γίνει εδώ σύντομη αναφορά. Κατά την απλούστερη μορφή του παίγνιου αυτού, θα έχουμε δύο παίκτες και ο σκοπός είναι η κατανομή ενός χρηματικού ποσού, ας πούμε 100 ευρώ. Ο πρώτος παίκτης θα κληθεί να κάνει μια πρόταση, αδιαπραγμάτευτη, στον άλλο για την κατανομή του ποσού αυτού, την οποία ο δεύτερος θα μπορεί είτε να τη δεχτεί είτε να την απορρίψει και η προσφορά θα γίνει μία μόνο φορά, ώστε να μην επηρεαστούν οι συμπεριφορές από τυχόν προσδοκίες λήψης ισχυρότερης διαπραγματευτικής θέσης ή την ύπαρξη εξωγενών κινήτρων. Εάν ο δεύτερος παίκτης αρνηθεί, τα χρήματα θα πάνε όλα σε άλλο σκοπό και δεν θα λάβει κανείς εκ των δύο αυτών παικτών τίποτα. Στο παίγνιο, λοιπόν, αυτό, η απολύτως ορθολογική συμπεριφορά εκ μέρους του δεύτερου παίκτη είναι να δεχτεί προσφορά ακόμη και στο ύψος της ελάχιστης τιμής (π.χ. 0,01) γιατί ακόμη και αυτό είναι καλύτερο από το τίποτα. Ωστόσο, πειραματικές έρευνες ανέδειξαν ότι ο δεύτερος παίκτης δεν δέχεται συνήθως προσφορές χαμηλότερες των 20-30 ευρώ, διότι τις θεωρεί άδικες, προτιμώντας να τιμωρήσει τον πρώτο παίκτη για την άδικη συμπεριφορά του από το να λάβει οικονομικό όφελος. Ωστόσο, ο πρώτος παίκτης συνήθως αναμένει μια τέτοια συμπεριφορά, για αυτό και προσφέρει στον δεύτερο σημαντικό μέρος των χρημάτων του, σε μερικές περιπτώσεις

¹⁴⁵ *Karampatzos, Private law, nudging and behavioural economic analysis: the mandate choice model*, Routledge, 2020, σελ.7.

¹⁴⁶ *Jolls/Sunstein/Thaler, A Behavioral Approach to Law and Economics*, Stanford Law Review Vol. 50, No. 5 (May, 1998), σελ. 1475.

¹⁴⁷ *Pope/Sydnor, Behavioral Economics: Economics as a Psychological Discipline*, The Wiley Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making, σελ.800-802.

¹⁴⁸ *Hursh/Roma, Behavioral Economics and the Analysis of Consumption and Choice*, Manage. Decis. Econ. 37: 224–238 (2016) Published online 18 May 2015 in Wiley Online Library, σελ. 224.

¹⁴⁹ *Robinson/Hammit, Behavioral Economics and Regulatory Analysis*, Risk Analysis, Vol. 31, No. 9, 2011, σελ. 1408-1410. Παράδειγμα αλτρουιστικής συμπεριφοράς αποτελεί και το “Δίλημμα του φυλακισμένου”, βλ. *Καραμπατζό, Ιδιωτική Αυτονομία και προστασία του καταναλωτή*, σελ. 65-67, *Jolls/Sunstein/Thaler, ό.π.*, σελ.1490-1493.

ακόμη και τα μισά¹⁵⁰. Παρατηρούμε έτσι τη διαφοροποίηση με την παραδοσιακή οικονομική θεώρηση, κατά την οποία τα άτομα δρουν ώστε να μεγιστοποιήσουν το προσωπικό τους όφελος και κύριος σκοπός του δικαίου θα είναι η οικονομική αποτελεσματικότητα. Μέσω αυτής, σκοπός είναι να επιτευχθεί η βέλτιστη για την ατομική και κοινωνική ευημερία κατανομή των πεπερασμένων πόρων με βάση κάθε φορά τη στάθμιση κόστους-οφέλους¹⁵¹. Πράγματι, τα συμπεριφορικά οικονομικά παρέχουν εμπειρικά δεδομένα που αποδεικνύουν ότι οι κοινωνικοί μπορούν να δρουν με πολλούς διαφορετικούς τρόπους, όχι πάντοτε καλύτερους βέβαια, από το παραπάνω αναφερόμενο μοντέλο του “*homo economicus*”¹⁵². Μια άλλη κριτική που έχει κατά καιρούς λάβει χώρα για τα συμπεριφορικά οικονομικά αφορά το ότι επικεντρώνονται στο να αμφισβητούν ήδη καθιερωμένες υποθέσεις και όχι στο να προτείνουν ένα νέο, πιο αποτελεσματικό πλαίσιο. Ωστόσο, δεν πρέπει να παραβλέπεται ότι πολλά συμπεράσματα που έχουμε στα χέρια μας για την αποτελεσματικότητα μοντέλων οφείλονται στην παρατήρηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών, με εργαλεία που προσφέρουν τα συμπεριφορικά οικονομικά¹⁵³. Ο κλάδος αυτός, λοιπόν, αποσκοπεί στο να προσφέρει μια πιο ρεαλιστική ματιά στην ατομική συμπεριφορά σε κάθε οικονομικό μοντέλο, προσφέροντας την ευκαιρία για διαμόρφωση στοχευμένων πολιτικών, μέσω της εφαρμογής των εμπειρικών αυτών συμπερασμάτων¹⁵⁴. Οι πολιτικές αυτές θα έχουν ως στόχο τον επηρεασμό της συμπεριφοράς των ατόμων προς όφελος της κοινωνίας¹⁵⁵.

Γενικότερα, η συμπεριφορά του καταναλωτή επηρεάζεται από την ωφελιμιστική ενίσχυση, η οποία προέρχεται από την ικανοποίηση που λαμβάνει ο καταναλωτής από την αγορά, χρήση και κατοχή του προϊόντος, την πληροφοριακή ενίσχυση, που προκύπτει από την ανατροφοδότηση σχετικά με τις εκάστοτε εκδηλώσεις και επιλογές του καταναλωτή, καθώς και από τα κόστη (π.χ. η απώλεια χρημάτων, ο χρόνος που θα δαπανηθεί για την επιλογή και προμήθεια του προϊόντος κλπ.) που θα έχει η συγκεκριμένη καταναλωτική συμπεριφορά¹⁵⁶. Γίνεται επομένως κατανοητό ότι ο τρόπος που οι καταναλωτές επιλέγουν να διαχειριστούν το δικαίωμα υπαναχώρησης που τους παρέχεται αποτελεί ενδιαφέρον και σημαντικό πεδίο παρατήρησης και ενασχόλησης των συμπεριφορικών οικονομικών. Οι μέθοδοι που θα χρησιμοποιηθούν θα έχουν ως στόχο τη διαμόρφωση της καλύτερης δυνατής πολιτικής τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους προμηθευτές, επιτυγχάνοντας τη μεγαλύτερη δυνατή ισορροπία συμφερόντων. Οι παρατηρήσεις αυτές θα είναι εξαιρετικά χρήσιμες στην παρακολούθηση των αναγκών της αγοράς, αλλά και στην διαμόρφωση μελλοντικών μηχανισμών και πολιτικών πάνω στο ζήτημα.

B.3. Βασικές έννοιες της οικονομικής ανάλυσης του δικαίου και των συμπεριφορικών οικονομικών.

Προκειμένου να γίνει ευχερέστερα κατανοητή η συνέχεια της παρούσας εργασίας, κρίνεται αναγκαία η επεξήγηση βασικών εννοιών που θα μας απασχολήσουν στη συνέχεια:

¹⁵⁰ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 65-67.

¹⁵¹ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 76 επ.

¹⁵² Garces, The Impact of Behavioral Economics on Consumer And Competition Policies, Competition Policy International, Spring 2010, Vol. 6, No.1, σελ.147.

¹⁵³ Garces, ό.π., σελ. 146

¹⁵⁴ Pope/Sydnor, Behavioral Economics: Economics as a Psychological Discipline., σελ. 800-802 Βλ. και Foxall/Sigurdsson, Consumer Behavior Analysis: Behavioral Economics Meets the Marketplace, The Psychological Record, 2013, 63, 231–238.

¹⁵⁵ Hursh/Roma, Behavioral Economics and the Analysis of Consumption and Choice. σελ. 224.

¹⁵⁶ Foxall/Sigurdsson, ό.π.

α) Η πληροφοριακή ασυμμετρία και η θεωρία του Akerlof για την αγορά των λεμονιών

Βασικό πρόβλημα το οποίο καλείται να αντιμετωπίσει το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή είναι η αντιμετώπιση της πληροφοριακής ασυμμετρίας μεταξύ των συμβαλλομένων μερών. Με τον όρο αυτό περιγράφονται οι περιπτώσεις κατά τις οποίες οι κρίσιμες για τη σύμβαση πληροφορίες είναι ανισομερώς κατανοημένες μεταξύ των μερών κατά το χρονικό σημείο κατάρτισης της σύμβασης. Ως αποτέλεσμα, το ένα από τα μέρη της σύμβασης υπερτερεί σημαντικά έναντι του άλλου ως προς τις πληροφορίες που έχει στη διάθεσή του¹⁵⁷. Η αποτύπωση του προβλήματος αυτού ανήκει στον νομπελίστα οικονομολόγο G.Akerlof, ο οποίος στη μελέτη του για την “αγορά των λεμονιών” αποτύπωσε την προβληματική αυτή¹⁵⁸.

Για να υποστηρίξει την έρευνά του, ο Akerlof χρησιμοποίησε το παράδειγμα της αγοράς των μεταχειρισμένων αυτοκινήτων. Τα μεταχειρισμένα αυτοκίνητα μπορεί να είναι καλής ή κακής ποιότητας (ροδάκινα και λεμόνια αντιστοίχως). Επειδή οι αγοραστές δεν διαθέτουν κάποια ειδική πληροφόρηση για το όχημα που τους ενδιαφέρει και δεν υπάρχει τρόπος να διαπιστώσουν την ποιότητά του, η τιμή που θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν θα αντανακλά τον κίνδυνο να είναι χαμηλότερης ποιότητας το αυτοκίνητο, επομένως θα είναι μια τιμή σχετικά χαμηλή. Αντίστοιχα οι πωλητές που γνωρίζουν την ποιότητα των διατιθέμενων από αυτούς οχημάτων, θα διαθέτουν στην αγορά αυτοκίνητα των οποίων η αξία θα είναι ίση ή (συνήθως) χαμηλότερη από το τίμημα που θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι καταναλωτές, αφού θα είχαν εμφανείς απώλειες αν εξακολουθούσαν να διαθέτουν οχήματα μεγαλύτερης αξίας και έτσι δεν θα είχαν κίνητρο να θέτουν εντός αγοράς οχήματα καλύτερης ποιότητας. Ως αποτέλεσμα, θα υποχωρεί η μέση ποιότητα των προσφερόμενων αυτοκινήτων και θα δημιουργείται ένας διαγωνισμός προς τον πάτο (race to the bottom), αφού όλοι οι πωλητές θα ρίχνουν την ποιότητα των παρεχόμενων αυτοκινήτων, οδηγώντας εν τέλει σε κατάρρευση της σχετικής αγοράς. Ως αντίδοτο στη συγκεκριμένη κατάσταση προτείνονται αντισταθμιστικοί θεσμοί που θα εγγυώνται την ύπαρξη κάποιων ιδιοτήτων στο προϊόν ή κάποιων εγγυήσεων ποιότητας, καθώς και η ανάπτυξη πληροφοριακών διαμεσολαβητών, οι οποίοι θα αίρουν την ασυμμετρία πληροφόρησης (π.χ. tripadvisor για τις τουριστικές υπηρεσίες)¹⁵⁹. Αναδεικνύεται μέσω αυτού, επομένως, η σοβαρότητα των συνεπειών του φαινομένου αυτού, καθώς και οι αρνητικές συνέπειες που μπορεί αυτό να έχει όχι μόνο για τους καταναλωτές αλλά και για τους προμηθευτές. Σε κάποιες έννομες τάξεις, γίνεται προσπάθεια για αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού μέσω του signaling, δηλαδή της αναγραφής επιπλέον πληροφοριών σε ταμπέλες πάνω στο προϊόν ή στο έντυπο της εγγύησης¹⁶⁰. Ωστόσο, με δεδομένο ότι σε πολλές περιπτώσεις οι πληροφορίες αυτές παρέχονται με δυσανάγνωστη, μικρή και συμπαγή γραμματοσειρά, σε μεγάλο όγκο και έκταση δημιουργεί αμφιβολίες κατά πόσο ο καταναλωτής όντως θα τις διαβάσει και θα τις κατανοήσει, ώστε να αίρεται η πληροφοριακή ασυμμετρία.

¹⁵⁷Plank/Teichmann, A facts panel on corporate social and environmental behavior: Decreasing information asymmetries between producers and consumers through product labeling, Journal on Clearer Production, 177 (2018), σελ.869.

¹⁵⁸Καραμπατζός, Ιδιωτική Αυτονομία και προστασία του καταναλωτή, σελ. 181 επ.. Eidenmüller, Die Rechtfertigung von Widerrufsrechten, Archiv für die civilistische Praxis, 210. Bd., H. 1 (Februar 2010), σελ.75.

¹⁵⁹Akerlof, The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, The Quarterly Journal of Economics Vol. 84, No. 3 (Aug., 1970), σελ. 488-500. Καραμπατζός, ό.π..

¹⁶⁰Plank/Teichmann, ό.π., σελ 869.

β) Αίσθημα προσνομής και γνωστική ασυμφωνία

Οι προτιμήσεις μας μπορούν να διαταραχθούν τόσο από ενδογενείς παράγοντες, δηλαδή παράγοντες που σχετίζονται με κάποια ψυχική προδιάθεση, και σε εξωγενείς παράγοντες, που οφείλονται σε παρέμβαση τρίτου προσώπου ή εξωτερική επιρροή. Το αίσθημα προσνομής και η γνωστική ασυμφωνία ανήκουν στην πρώτη κατηγορία.

Το αίσθημα προσνομής οφείλεται στη διαπίστωση ότι συχνά αξιολογούμε υψηλότερα ένα αγαθό που ήδη μας ανήκει από ένα αγαθό που θα το αποκτήσουμε για πρώτη φορά, με συνέπεια να μην επιθυμούμε να το αποχωριστούμε. Αποτελεί έκφανση της απαρέσκειας του ατόμου για τις απώλειες. Πράγματι, τα άτομα τείνουν να αξιολογούν σοβαρότερα το ενδεχόμενο απώλειας από αυτό του κέρδους, ακόμη και αν αυτά είναι αριθμητικώς ισάξια¹⁶¹. Το αίσθημα προσνομής μπορεί να διαδραματίσει σπουδαίο ρόλο στην περίπτωση άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, όπως θα αναφερθεί και παρακάτω.

Η γνωστική ασυμφωνία εκδηλώνεται όταν νέες πληροφορίες θέτουν σε αμφισβήτηση πληροφορίες, σκέψεις και εμπειρίες που έχουμε έως τώρα. Η διάσταση μεταξύ των πληροφοριών προκαλεί αίσθημα δυσφορίας, το οποίο έχει ως αποτέλεσμα τα άτομα να προσλαμβάνουν μόνο πληροφορίες που τους είναι αρεστές, αγνοώντας όλες τις άλλες. Δηλαδή, αντί να ρυθμίσει το άτομο τη ζωή του στη νέα πληροφοριακή πραγματικότητα, προσαρμόζει την πληροφοριακή πραγματικότητα, ώστε να συμβαδίζει με τη ζωή που διάγει και τις μέχρι εκείνο το χρονικό σημείο επιλογές του¹⁶². Στην κατάσταση αυτή, σημαντική είναι και η συνεισφορά της προσκόλλησης του ατόμου σε αρχικά σημεία αναφοράς (άγκυρες), η οποία δεν επιτρέπει την απομάκρυνση από τις αρχικές αυτές πληροφορίες που αποτελούν και τα σημεία αναφοράς¹⁶³.

γ) Η θεωρία περί νυγμών (nudges) των Thaler και Sunstein

Έχει γίνει δεκτό ότι τα προβλήματα ανορθολογικής συμπεριφοράς των πολιτών απαιτούν μια μορφή κηδεμονισμού προκειμένου να οδηγηθούν σε τροχιά επίλυσης και το ζήτημα που προκύπτει είναι η έκταση της επέμβασης αυτής, ώστε να λαμβάνει χώρα η μικρότερη δυνατή παρέμβαση στην ιδιωτική αυτονομία. Σύμφωνα με τους Thaler και Sunstein, το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω εστιασμένων και επιλεκτικών παρεμβάσεων (νυγμοί), οι οποίοι συνήθως θα λαμβάνουν τη μορφή κανόνων ενδοτικού δικαίου. Με δεδομένο ότι πολλές φορές επιλέγεται ως ευκολότερη λύση η αδράνεια, δηλαδή η επιλογή της μη επιλογής, η οποία παραμένει ανορθολογική επιλογή, η θεωρία αυτή προτείνει μια θεμελιακή αλλαγή, με τη θέσπιση κανόνων ενδοτικού δικαίου, ευνοϊκών για το άτομο και την κοινωνία, οι οποίοι και θα ενεργοποιούνται σε περίπτωση αδράνειας. Δηλαδή, θα υπάρχει μια προδιαγεγραμμένη πορεία δράσης, η οποία θα έχει επιλεγεί νομοθετικώς και η οποία θα ενεργοποιείται σε περίπτωση αδράνειας και μη επιλογής του πολίτη¹⁶⁴. Έτσι, η τελική απόφαση δεν θα εκφεύγει από το ίδιο το αποφασίζων άτομο, με

¹⁶¹Καραμπατζός, *Ιδιωτική Αυτονομία...* σελ. 33-40, Thaler, Toward a positive theory of consumer choice, *Journal of Economic Behavior & Organization*, Volume 1, 1980, σελ. 43-47.

¹⁶²Καραμπατζός, *ό.π.* σελ. 40-42, Foxall/Sigurdsson, *ibidem*, σελ.234-235.

¹⁶³Kahneman, Σκέψη αργή και γρήγορη, σελ. 191-207.

¹⁶⁴Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα συστήματα opt in και opt out στη δωρεά οργάνων που επιλέγουν οι διάφορες χώρες. Κατά τα συστήματα αυτά, είτε ο πολίτης θεωρείται δωρητής οργάνων, εκτός και αν ρητά δηλώσει ότι δεν το επιθυμεί (opt out), είτε απαιτείται η συναίνεσή του για να θεωρηθεί δωρητής (opt in). Ανάλογα με τη στοχοθεσία και την πολιτική κάθε χώρας στο ζήτημα γίνεται και η αντίστοιχη επιλογή. (βλ. και Karampatzos, *Private law...* *ό.π.*, σελ 23 επ.)

αποτέλεσμα τη θεσμοθέτηση ενός ήπιου, ελευθεριακού κηδεμονισμού προ την κατεύθυνση της κοινωνικής αλλά και ατομικής ευημερίας, από την οποία ελλείπει ο ευθύς εξαναγκασμός¹⁶⁵. Ωστόσο, σε πολλές περιπτώσεις, τα άτομα θα προσκολλώνται σε κανόνες ενδοτικού δικαίου και άρα τη διατήρηση των υφιστάμενων καταστάσεων λόγω της δυσανεξίας προς τις απώλειες, την ιδέα δηλαδή ότι οι απώλειες βαρύνουν πιο πολύ στη συνείδησή μας από τα κέρδη, περιορίζοντας κατά αυτόν τον τρόπο τις επιλογές μας¹⁶⁶. Παράλληλα, η υπερβολική κρατική ανάμειξη μπορεί να οδηγήσει σε έναν ηθικό κίνδυνο στέρησης από τους πολίτες των θετικών που έχει να προσφέρει η αυτόνομη και μέσα από την εμπειρία μάθηση, μέσω και της ανάληψης προσωπικής ευθύνης για τις επιλογές του ατόμου, εμποδίζοντας την προσωπική του ανάπτυξη¹⁶⁷. Όσον αφορά το εδώ εξεταζόμενο δικαίωμα υπαναχώρησης, κρίσιμη είναι η παρατήρηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς και των τάσεών της σε συνδυασμό με τους σκοπούς και τα αποτελέσματα που θέλουν να επιτευχθούν στον τομέα αυτό, ώστε να προβλεφθούν κανόνες ενδοτικού δικαίου-νυγμοί προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση, οι οποίοι θα είναι αποτελεσματικοί για την επίτευξη των στόχων αυτών.

B.4. Το δικαίωμα υπαναχώρησης στις εξ αποστάσεως συμβάσεις υπό το πρίσμα των συμπεριφορικών οικονομικών.

α) Κίνδυνοι καταχρηστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών

Το ότι οι καταναλωτές είναι συνήθως το αδύναμο μέρος της σύμβασης δεν σημαίνει ότι αποκλείεται αυτοί να χρησιμοποιούν την υπέρ τους προστασία με καταχρηστικό τρόπο. Η κατάσταση αυτή γίνεται εμφανέστερη εάν εξεταστεί η περίπτωση του δικαιώματος υπαναχώρησης, ιδιαίτερα το χρονικό σημείο έναρξής της. Πράγματι, όπως αναφέρθηκε και στον οικείο τόπο, σε περίπτωση που ο προμηθευτής παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή για την ύπαρξη και τις προϋποθέσεις άσκησης του δικαιώματος, η προθεσμία υπαναχώρησης θα λήξει σε δώδεκα μήνες και όχι σε δεκατέσσερις ημέρες, όπως είναι το κανονικά συμβαίνον. Παρ' όλα αυτά, αν ο καταναλωτής πληροφορηθεί από άλλη πηγή την ύπαρξη του δικαιώματος, η προθεσμία θα συνεχίσει να είναι παρατεταμένη, αφού η ενημέρωση πρέπει να έχει λάβει χώρα από τον προμηθευτή, ανοίγοντας τον δρόμο για καταχρηστικές συμπεριφορές, κατά τις οποίες οι πληροφορημένοι με άλλο τρόπο για το δικαίωμα υπαναχώρησης καταναλωτές θα εκμεταλλεύονται την παράταση της προθεσμίας και θα υπαναχωρούν από τη σύμβαση κατά το μεγαλύτερο διάστημα αυτό. Στο ελληνικό δίκαιο, βέβαια, μπορεί να γίνει λόγος για καταχρηστική άσκηση δικαιώματος κατά 281 ΑΚ. Ωστόσο, ο ενωσιακός νομοθέτης είχε υπόψιν του την πιθανότητα κάποιοι καταναλωτές να ασκήσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης καταχρηστικά και παρ' όλα αυτά επέλεξε τη ρύθμιση αυτή, αξιολογώντας την ανάγκη προστασίας των καταναλωτών ως σημαντικότερη στη στάθμιση με το ενδεχόμενο καταχρηστικής άσκησης του δικαιώματος αυτού, κρίνοντας ότι η ασφάλεια δικαίου και η προστασία των πολλών καταναλωτών μπορεί να αιτιολογήσει ανοχή στην καταχρηστική συμπεριφορά του ενός. Φυσικά, ρόλο θα διαδραματίσει

¹⁶⁵ Καραμπατζός, *Ιδιωτική αυτονομία...*, σελ. 107 επ.

¹⁶⁶ Καραμπατζός, *ό.π.* σελ. 113-114.

¹⁶⁷ Καραμπατζός, *Private law...*, σελ. 17.

και η συμπεριφορά του εμπόρου, καθώς και ο ίδιος συχνά θα έχει με δολιότητα αποκρύψει τις σχετικές με το δικαίωμα υπαναχώρησης πληροφορίες¹⁶⁸.

Χαρακτηριστική περίπτωση καταχρηστικής συμπεριφοράς εντοπίζεται και στην περίπτωση που ο καταναλωτής προμηθευτεί το αγαθό, κάνει χρήση αυτού και κατόπιν υπαναχωρήσει από τη σύμβαση και επιστρέψει το αγαθό. Στην περίπτωση αυτή, ο καταναλωτής και θα έχει απολαύσει τη χρήση του αγαθού και δεν θα έχει καταβάλει κάποιο τίμημα για αυτό, ενώ ο έμπορος θα έχει στα χέρια του ένα μεταχειρισμένο ή και κατεστραμμένο αγαθό. Για την περίπτωση αυτή, ο ενωσιακός νομοθέτης προνόησε, όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενη ενότητα, για τη θέσπιση της αποζημίωσης χρήσης, κατά την οποία ο καταναλωτής, ανεξαρτήτως της ευθύνης του, θα κληθεί να καταβάλει στον προμηθευτή το ποσό κατά το οποίο απομειώθηκε η αξία του προϊόντος λόγω της χρήσης του από αυτόν, σύμφωνα με το άρθρο 14 της Οδηγίας, όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο τόπο της παρούσας εργασίας. Παράλληλα, το άρθρο 16 της Οδηγίας προβλέπει τις περιπτώσεις κατά τις οποίες δεν προβλέπεται καθόλου δικαίωμα υπαναχώρησης, προκειμένου να προστατεύσει τον προμηθευτή από τη συμπεριφορά αυτή του καταναλωτή στις περιπτώσεις αγαθών τα οποία αχρηστεύονται όταν χρησιμοποιηθούν, όπως για παράδειγμα τα σχετιζόμενα με την υγιεινή¹⁶⁹.

β) Το πρότυπο της αναγκαστικής επιλογής και η συνεισφορά του στην ενίσχυση της θέσης του καταναλωτή.

Στην περίπτωση των εξ αποστάσεως συμβάσεων, η ανάγκη για τη θέσπιση δικαιώματος υπαναχώρησης εντοπίζεται τόσο στις επιθετικές μεθόδους πώλησης που χρησιμοποιούν οι πωλητές, όσο και στην πληροφοριακή ασυμμετρία που θα αντιμετωπίζει ο καταναλωτής κατά τη σύναψη της σύμβασης, αφού αυτός δεν θα μπορεί να επεξεργαστεί από κοντά το προϊόν και ο έλεγχος για το εάν πληροί τα κριτήρια που αυτός θα έχει θέσει θα λάβει χώρα αναγκαστικά μετά τη σύναψη της σύμβασης, όταν αυτός θα λάβει το αγαθό, αποκτώντας έτσι χαρακτήρα εμπειρικών αγαθών¹⁷⁰. Γενικότερα, όμως, υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που μπορεί να αποθαρρύνουν τους καταναλωτές από το να ασκήσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης, όπως το αίσθημα προσνομής σε ένα προϊόν που ήδη έχουν στην κατοχή τους και η απάρεσκεια για τις απώλειες, αφού παρεπόμενα κόστη για τη σύναψη της σύμβασης δεν διασώζονται¹⁷¹. Πράγματι, σχετικά με την αγορά ενός προϊόντος έχουμε δαπανήσει κάποιο χρόνο και προσπάθεια για να το επιλέξουμε, καταβάλλοντας κάποιον κόπο, ο οποίος δεν μπορεί να ανακτηθεί σε περίπτωση ματαίωσης της σύμβασης και αποτελεί μη ανακτήσιμο κόστος. Στην περίπτωση αυτή, το άτομο, το οποίο έχει λάβει μια απόφαση να δράσει με συγκεκριμένο τρόπο, λαμβάνει νέες πληροφορίες που του υποδεικνύουν ότι το να συνεχίσει στην ίδια τροχιά δράσης θα έχει χειρότερες συνέπειες από το να αλλάξει πορεία και να δράσει διαφορετικά. Αν και με τα δεδομένα αυτά, η ορθολογική συμπεριφορά θα ήταν να προβεί στην αλλαγή αυτή, τα άτομα που βρίσκονται σε αυτή την τροχιά δράσης δεν θα την αλλάξουν, επιμένοντας στις αρχικές τους επιλογές,¹⁷² υπολογίζοντας ότι ο χρόνος που δαπάνησαν για τη σύμβαση, η έρευνα αγοράς που έκαναν κ.λπ, δεν μπορούν να ανακτηθούν. Η σκέψη αυτή,

¹⁶⁸ Καραμπατζός,ό.π. , σελ. 249-251 και 287.

¹⁶⁹ βλ. και παραπάνω υπό Α.3.γ. και Α.6.γ.

¹⁷⁰ Güth/von Wangenheim, Fairness Crowded Out by Law: An Experimental Study on Withdrawal Rights: Comment, Journal of Institutional and Theoretical Economics 2007/163, 102.

¹⁷¹ Howells/Twigg-Flesner/Wilhelmsson, Rethinking EU Consumer Law, σελ.124-125.

¹⁷² Kanodia/Bushman/Dickhaut, Escalation Errors and the Sunk Cost Effect: An Explanation Based on Reputation and Information Asymmetries, Journal of Accounting Research Vol. 27, No. 1 (Spring, 1989), σελ. 59-60.

σε συνδυασμό με την επιθυμία του ατόμου να είναι συνεπές ως προς την αρχική του επιλογή, οδηγεί στη διατήρηση της σύμβασης σε ισχύ, παρά το γεγονός ότι ο αγοραστής δεν είναι ικανοποιημένος από αυτή, αν και η ορθολογική επιλογή θα ήταν η ματαίωση της σύμβασης και η ανάκτηση του τιμήματος. Παρουσιάζεται έτσι μια εμφανής δυσκολία στον παραμερισμό ενός κόστους που δεν μπορεί να διασωθεί, επιτείνοντας έτσι τη ζημία που υφίστανται οι αγοραστές με το να διατηρούν, για παράδειγμα, ένα προϊόν που δεν τους ικανοποιεί και να δίνουν και άλλα χρήματα για να προμηθευτούν το προϊόν που τελικά θα ικανοποιήσεις τις ανάγκες τους. Έτσι, καταλήγουν να έχουν ζημιωθεί περισσότερο από το εάν είχαν απλά επιστρέψει το μη ικανοποιητικό προϊόν εξ αρχής, αποδεχόμενοι την απώλεια του μη ανακτήσιμου κόστους (throwing good money after bad)¹⁷³. Στο σημείο αυτό, ας εξετάσουμε την προβληματική του ισχύοντος νομοθετικού καθεστώτος καθώς και τη λύση που προτείνει το μοντέλο της αναγκαστικής επιλογής.

Η Οδηγία 2011/83 είναι πλήρους εναρμόνισης, κάτι που συνεπάγεται τη δέσμευση των κρατών μελών από τις ρυθμίσεις της, εκτός από τις περιπτώσεις που η ίδια ρητά το προβλέπει. Αυτό συνεπάγεται ότι όλοι οι έμποροι υποχρεούνται να προβλέπουν δικαίωμα αναιτιολόγητης υπαναχώρησης καθώς και να τηρούν τις υποχρεώσεις ενημέρωσης που προβλέπει, το οποίο όμως συνεπάγεται και κάποιο κόστος για αυτούς. Προκειμένου να μη ζημιωθούν από την πρόβλεψη αυτή, αλλά και να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους, οι προμηθευτές συχνά μετακυλίζουν το κόστος του δικαιώματος αυτού στους καταναλωτές μέσω της αύξησης των τιμών. Η αύξηση αυτή θα επέλθει για όλους τους καταναλωτές, όχι μόνο για όσους θα κάνουν χρήση του δικαιώματος ή για αυτούς που επιθυμούν να νιώθουν την ασφάλεια του ότι το έχουν, καταλήγοντας σε μια διακαταναλωτική σταυροειδή επιδότηση, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα κοινωνικά άδικες λύσεις, αφού οι επιλογές των καταναλωτών μεσαίων ή και ανώτερων δυνατοτήτων θα συγχρηματοδοτούνται από όλους, άρα και από τους αδύναμους καταναλωτές, κάτι που μπορεί να έχει ως συνέπεια τον παραγκωνισμό ή και την αποχώρηση των τελευταίων από την αγορά. Μια λύση που προτείνεται είναι η δυνατότητα επιλογής μεταξύ αγοράς ενός προϊόντος με δικαίωμα υπαναχώρησης και αγοράς ενός προϊόντος χωρίς το δικαίωμα αυτό, έτσι ώστε μόνο οι δυσανεκτικοί στον κίνδυνο καταναλωτές, που αποθαρρύνονται από την προοπτική της αμετάκλητης και άρα αποτυχημένης αγοράς που δεν ικανοποιεί τις ανάγκες τους, να επιβαρύνονται με το κόστος του δικαιώματος αυτού, καταβάλλοντας ένα ασφάλιστρο κινδύνου¹⁷⁴. Το ερώτημα παραμένει πώς θα μπορέσει να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός χωρίς να κινδυνεύσουν τα δικαιώματα του καταναλωτή, τα οποία παραμένουν ευάλωτα λόγω της θέσης του καταναλωτή, όπως προαναφέρθηκε. Ίδανικό φαντάζει το μοντέλο της αναγκαστικής επιλογής, κατά το οποίο, κατά τη σύναψη της σύμβασης ο καταναλωτής θα πρέπει αναγκαστικά να επιλέξει μεταξύ ενός φθηνότερου προϊόντος χωρίς δικαίωμα υπαναχώρησης και ενός ακριβότερου προϊόντος με δικαίωμα υπαναχώρησης. Η επιλογή αυτή θα είναι υποχρεωτική, ενώ ο προμηθευτής θα είναι υποχρεωμένος να παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τη λειτουργία του μοντέλου αυτού και την άσκηση του δικαιώματος υπαναχώρησης σε κάθε μία από τις περιπτώσεις αυτές, με το περιεχόμενο του δικαιώματος υπαναχώρησης να παραμένει τυποποιημένο νομοθετικώς για την καλύτερη προστασία των καταναλωτών που θα το επιλέξουν¹⁷⁵. Η λύση αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι στο εξ αποστάσεως εμπόριο, οι ίδιοι οι έμποροι παρέχουν οικειοθελώς το δικαίωμα υπαναχώρησης στους πελάτες τους ως ένδειξη ποιότητας και

¹⁷³ Καραμπατζός, ό.π. σελ.43-45. Jolls/Stein/Thaler, A Behavioral Approach σελ.1482-1483.

¹⁷⁴ Καραμπατζός, Ιδιωτική Αυτονομία...σελ. 289 επ.

¹⁷⁵ Καραμπατζός, ό.π.

αξιοπιστίας τους, τονίζοντας την ύπαρξη του δικαιώματος αυτού, προκειμένου και να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη τους στις εξ αποστάσεως συναπτόμενες συμβάσεις, οι οποίες λόγω των ειδικότερων χαρακτηριστικών που προαναφέρθηκαν, μπορεί να δημιουργούν δυσπιστία και περιορισμένη εμπιστοσύνη στους καταναλωτές. Αν και δεν αποκλείεται οι καταναλωτές να στοχοποιηθούν από ανέντιμους εμπόρους που θα τους προμηθεύουν με εμπορεύματα κακής ποιότητας χωρίς δικαίωμα υπαναχώρησης¹⁷⁶, η ευρεία οικειοθελής παραχώρηση δικαιώματος υπαναχώρησης συνεισφέρει στον σταδιακό, αυτοδίκαιο αποκλεισμό των “κακών” εμπόρων (“λεμονιών”) που δεν προσφέρουν το δικαίωμα αυτό από την αγορά, αποτρέποντας το φαινόμενο κατάρρευσης αυτής¹⁷⁷.

Φυσικά, ο κίνδυνος για καταχρηστική συμπεριφορά των καταναλωτών παραμένει: θα μπορούσαν να επιλέξουν το ακριβότερο προϊόν το οποίο περιέχει δικαίωμα υπαναχώρησης, να το δοκιμάσουν και στη συνέχεια να υπαναχωρήσουν από τη σύμβαση, λαμβάνοντας το τίμημα, και κατόπιν να αγοράσουν το ίδιο προϊόν χωρίς δικαίωμα υπαναχώρησης, καταβάλλοντας χαμηλότερο τίμημα. Βραχυπρόθεσμα, για αυτούς τους ίδιους η επιλογή τους είναι απόλυτα ορθολογική, αφού μεγιστοποιεί το όφελος για αυτούς, καθιστώντας αποκλειστικά για αυτούς, τη συναλλαγή επωφελή. Ωστόσο, μεσοπρόθεσμα η συμπεριφορά αυτή μπορεί να βλάψει και τους ίδιους τους καταναλωτές. Πολλοί καταναλωτές θα μιμηθούν την επωφελή για αυτούς τους ίδιους συμπεριφορά, επεκτείνοντάς την και δημιουργώντας έναν συστημικό ηθικό κίνδυνο για την αγορά. Πράγματι, αν όλο και περισσότεροι καταναλωτές επιλέγουν να δρουν με αυτόν τον τρόπο, πολλοί προμηθευτές σταδιακά θα αποχωρούν από την αγορά αυτή, δημιουργώντας κίνδυνο κατάρρευσής της. Επομένως, για να αποφευχθεί η κατάσταση αυτή, κρίνεται αναγκαία η νομοθετική παρέμβαση προς την κατεύθυνση της προστασίας και του εμπόρου από τέτοιες συμπεριφορές, με τη θέσπιση απλών και ουσιαστικών μέτρων, όπως, για παράδειγμα, η αποζημίωση χρήσης που προβλέπει η Οδηγία (βλ. και ανωτέρω)¹⁷⁸. Η πραγματικότητα αυτή που έχει διαμορφωθεί είναι τόσο υπέρ των καταναλωτών όσο και υπέρ των εμπόρων, οι οποίοι εκμεταλλεύονται έτσι την απαρésκεια των καταναλωτών στις απώλειες, αφού οι καταναλωτές που γνωρίζουν ότι σε περίπτωση μεταμέλειας μπορούν να αποδεδμευτούν από τη σύμβαση και να αποφύγουν μια οριστική απώλεια περιουσίας, είναι πιο πιθανόν να συνάψουν τη συγκεκριμένη σύμβαση. Μια εύλογη αντίρρηση θα βασίζεται στο φαινόμενο της υπερβολοειδούς προεξόφλησης. Το φαινόμενο αυτό βασίζεται στην τάση των ατόμων να υπερεκτιμούν τις δυνατότητές τους και τις προοπτικές επιτυχίας των προσπαθειών τους και να υποτιμούν ή και να αγνοούν τους κινδύνους, πέφτοντας θύματα υπερβολικής αυτοπεποίθησης. Έτσι, τα άτομα τείνουν να υποβαθμίζουν τις αρνητικές συνέπειες που μπορεί να επέλθουν μακροπρόθεσμα, προεξοφλώντας μια ευνοϊκή μελλοντική τύχη. Ως αποτέλεσμα, λαμβάνονται αποφάσεις που ο μελλοντικός εαυτός μας δεν θα λάμβανε και έτσι διαπιστώνεται μια προτιμησιακή διάσταση μεταξύ των σημερινών και των μελλοντικών αποφάσεων των ατόμων. Δηλαδή, τα άτομα προτιμούν να εστιάζουν στο παρόν και στους βραχυπρόθεσμα ευχάριστους καρπούς της απόφασής τους αγνοώντας και απωθώντας στο μέλλον τις αρνητικές συνέπειες των επιλογών τους, με αποτέλεσμα να δημιουργείται ο κίνδυνος υποτίμησης ενός μακροπρόθεσμα εμφανιζόμενου κόστους σε σχέση με κόστος που θα πρέπει να πληρωθεί άμεσα. Η συμπεριφορά αυτή όμως θα οδηγήσει και τους προμηθευτές στο να μετακυλίσουν κόστη σε μεταγενέστερο χρονικό διάστημα, δημιουργώντας καταστάσεις που οι καταναλωτές συχνά δεν είχαν προβλέψει¹⁷⁹. Πράγματι, με

¹⁷⁶ *Güth/von Wangenheim*, ό.π., 104-105.

¹⁷⁷ *Καραμπατζός*, ό.π. σελ. 286

¹⁷⁸ *Karampatzos*, *Private law...*, σελ. 103.

¹⁷⁹ *Bar-Gill*, *Competition and consumer protection: A behavioral economics account*, 2011, σελ. 16. Βλ. και *Thaler*, ό.π., σελ. 47-51.

δεδομένο ότι ισχύουν τα ανωτέρω, οι καταναλωτές είναι πιθανόν να υποτιμήσουν την πιθανότητα να μην μείνουν ικανοποιημένοι από το αγαθό και να επιλέξουν το προϊόν χωρίς υπαναχώρηση. Βέβαια ο κίνδυνος μετριάζεται αν αναλογιστούμε ότι η διαφορά στην τιμή μεταξύ προϊόντος με και χωρίς δικαίωμα υπαναχώρησης θα είναι κατά κανόνα μικρή και μη υπολογίσιμη για τον δυσανεκτικό στον κίνδυνο καταναλωτή, καθώς και την υποχρέωση ενημέρωσης που θα υπάρχει, η οποία θα καθιστά κάθε απόφαση του καταναλωτή συνειδητή. Ωστόσο, όσον αφορά το τελευταίο, είναι πολύ πιθανόν, λόγω του καταγισμού πληροφοριών που θα λάβει, ο καταναλωτής να μην τις συγκρατήσει όλες ή να συγκρατήσει αυτές που τον συμφέρουν, προσκολλώμενος σε αυτές κατά το φαινόμενο της γνωστικής ασυμφωνίας, καθιστώντας την υποχρέωση ενημέρωσης αναποτελεσματική και τον κίνδυνο υποτίμησης της περίπτωσης δυσμενούς εξέλιξης υπαρκτό και σημαντικό. Παραγνωρίζει, επίσης, το δικαίωμα προσνομής που νιώθουν οι καταναλωτές για το αγαθό που έχουν στην κατοχή τους, το οποίο μπορεί να μην είναι τόσο πρόθυμοι να επιστρέψουν. Σε κάθε περίπτωση, το μοντέλο αυτό θα έχει σημαντική παιδευτική αξία για τους καταναλωτές, οι οποίοι θα ευαισθητοποιηθούν σχετικά με το αντικείμενο της αγοράς τους και θα είναι πιο προσεκτικοί ως προς την επιλογή του προϊόντος, αφού η απαλλαγή από τη σύμβαση δεν θα επέρχεται χωρίς κόστος¹⁸⁰. Παράλληλα, αυτοί θα έχουν τη δυνατότητα να παρατηρήσουν τη συμπεριφορά τους και να την προσαρμόσουν στο μέλλον, αντιλαμβανόμενοι με την τριβή τους με το δικαίωμα αυτό πότε πραγματικά το χρειάζονται και κάνοντας τις κατάλληλες επιλογές.

B.5. Το δικαίωμα υπαναχώρησης στις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος.

α) Η διαφοροποίησή τους από τις εξ αποστάσεως συμβάσεις: το στοιχείο του αιφνιδιασμού.

Η κυριότερη διαφορά των εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεων με τις εξ αποστάσεως συμβάσεις έγκειται στο στοιχείο του αιφνιδιασμού. Πράγματι, στην περίπτωση αυτή ο καταναλωτής θα κληθεί να αποφασίσει για τη σύναψη της σύμβασης εκτιθέμενος στην πίεση και στις μεθόδους διαφήμισης του πωλητή και μάλιστα σε χώρο που σε κάθε περίπτωση δεν θα ανέμενε να δεχτεί τέτοια “επίθεση”. Επομένως, ο καταναλωτής θα κληθεί να αποφασίσει για τη σύναψη της σύμβασης σε καθεστώς πίεσης και δεν θα του δοθεί ο χρόνος να σχηματίσει δικαιοπρακτική βούληση κατόπιν ορθολογικής στάθμισης. Επιπλέον, η πληροφόρησή του θα είναι κατά κανόνα ελλιπέστατη, αφού θα εξαρτάται από τις πληροφορίες που θα θελήσει να του παρέχει ο προμηθευτής. Τα παραπάνω αποτελούν μια εξωγενή προτιμησιακή διαταραχή, η οποία δικαιολογεί απόλυτα τη θέσπιση δικαιώματος υπαναχώρησης στις συμβάσεις πόρτα-πόρτα, όπου ο καταναλωτής δέχεται την επίσκεψη του εμπόρου στο χώρο του, συνήθως χωρίς πρόσκληση, προκειμένου αυτός να του πουλήσει κάποιο προϊόν¹⁸¹. Ζήτημα εμφανίζεται στο εάν υπάρχει αντίστοιχη ανάγκη για θέσπιση δικαιώματος υπαναχώρησης σε όλες τις εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις. Ξεκινώντας, θα πρέπει να παραδεχθούμε ότι ο καταναλωτής θα είναι σε μεγαλύτερη εγρήγορση και άρα λιγότερο ευάλωτος σε πιθανή εκμετάλλευση από τον προμηθευτή εντός του εμπορικού καταστήματος, χωρίς βέβαια αυτό να συνεπάγεται ότι αποκλείεται η χρήση παραπλανητικών μέσων εντός εμπορικού καταστήματος. Επιπλέον, η εμφανιζόμενη προτιμησιακή διαταραχή μπορεί να μην έχει παροδικό χαρακτήρα, ώστε να είναι δυνατή η διόρθωση της εντός της προθεσμίας υπαναχώρησης. Ωστόσο, όπως και στην περίπτωση των εξ αποστάσεως συμβάσεων, το κόστος της πρόβλεψης δικαιώματος υπαναχώρησης θα το

¹⁸⁰ Eidenmüller, Die Rechtfertigung von Widerrufsrechten ,σελ.92-93.

¹⁸¹ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 309-312.

επιβαρυνθούν όλοι οι καταναλωτές, ανεξαρτήτως αν η σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος είχε τη μορφή της πόρτα-πόρτα σύμβασης και του βαθμού πίεσης που αυτοί δέχθηκαν. Προτείνεται επομένως και εδώ, με βάση και τα υπό Β3 αναφερόμενα, μια κατά περίπτωση προσέγγιση των αναγκών των εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεων, προκειμένου να μειωθεί το κόστος για τους καταναλωτές και να αποφευχθεί το φαινόμενο της σταυροειδούς επιδότησης, εξασφαλίζοντας παράλληλα την καλύτερη δυνατή προστασία τους¹⁸².

β) Πορίσματα εμπειρικών ερευνών ως προς τη συμπεριφορά των καταναλωτών και ερμηνεία τους.

Αξίζει να παρατηρήσουμε τι πραγματικά πράττουν οι καταναλωτές στις δύο περιπτώσεις συμβάσεων που προαναφέρθηκαν σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης. Σύμφωνα με έρευνες, στην περίπτωση των συμβάσεων πόρτα-πόρτα τα ποσοστά υπαναχώρησης είναι πολύ χαμηλά, της τάξης του 1-2%, φτάνοντας σε ελάχιστες περιπτώσεις το 10%, ενώ στις εξ αποστάσεως συμβάσεις τα αντίστοιχα ποσοστά φτάνουν το 15-35%¹⁸³. Μάλιστα, σε πολλές περιπτώσεις συμβάσεων πόρτα- πόρτα οι καταναλωτές δεν γνώριζαν καν ότι διέθεταν δικαίωμα υπαναχώρησης, βρέθηκαν δηλαδή αντιμέτωποι με μια μορφή ασυμμετρίας πληροφόρησης ως προς το δικαίωμά τους αυτό, αφού ο προμηθευτής θα γνωρίζει ότι υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, ενώ ο καταναλωτής όχι. Επιπλέον, η κατάσταση αυτή μπορεί να οφείλεται στο αίσθημα προσνομής που νιώθει ο καταναλωτής για το προϊόν που προμηθεύτηκε, καθώς και στη γνωστική ασυμφωνία, αφού ένα προϊόν που αποφάσισε να προμηθευτεί εν τέλει δεν είναι αποτελεσματικό, κάτι που όμως δεν επιθυμεί να παραδεχτεί, αφού ο φόβος του μη ανακτήσιμου κόστους, δηλαδή ο χρόνος και η προσπάθεια που κατέβαλε για την σύναψη της σύμβασης δεν μπορούν να διασωθούν αν για οποιονδήποτε λόγο η σύμβαση ανατραπεί¹⁸⁴, τον φοβίζει, ενώ η ορθολογική επιλογή θα ήταν η επιστροφή του αγαθού. Από την άλλη, οι συμβάσεις εξ αποστάσεως παρουσιάζουν μεγαλύτερα ποσοστά υπαναχώρησης, λόγω και της ενημέρωσης του καταναλωτή από τον προμηθευτή για το δικαίωμα υπαναχώρησης, σε μια προσπάθεια του τελευταίου να ενισχύσει την αξιοπιστία του, αλλά και στην τάση των καταναλωτών να προβαίνουν σε δοκιμαστικές αγορές των προϊόντων. Επιπλέον, πολύ ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι στα συμβατικώς παρεχόμενα δικαιώματα υπαναχώρησης είναι πολύ χαμηλότερα από ό,τι στα νομοθετικώς προβλεπόμενα. Πράγματι, γερμανικές έρευνες¹⁸⁵ έδειξαν ότι με την εισαγωγή της Οδηγίας 97/7, αυξήθηκε δραστικά το ποσοστό υπαναχωρήσεων, αν και οι περισσότεροι έμποροι προσέφεραν ήδη το δικαίωμα υπαναχώρησης. Εντοπίστηκαν ενδείξεις ότι η οικειοθελής παραχώρηση δικαιώματος υπαναχώρησης θεωρείται από τους καταναλωτές μια φιλική συμπεριφορά εκ μέρους του εμπόρου, την οποία θεωρούν ότι πρέπει να ανταποδώσουν με το να μην ασκήσουν το δικαίωμα υπαναχώρησης, με αφορμή ένα δικαίωμα αμοιβαιότητας και δικαιοσύνης¹⁸⁶. Τα συναισθήματα αυτά αμοιβαιότητας και δικαιοσύνης δεν είναι κάτι ξένο στην οικονομική ανάλυση του δικαίου καθώς εντοπίζονται και στο παίγνιο του τελεσιγράφου, για το οποίο έγινε λόγος και ανωτέρω. Έτσι, οι άκρως ωφελιμιστικές απόψεις αντιμετωπίζουν σοβαρό αντίλογο, αφού, όπως φαίνεται από το συγκεκριμένο παράδειγμα, σταθμίσεις αμοιβαιότητας και δικαιοσύνης αλλά και η τήρηση

¹⁸² Καραμπατζός,ό.π., σελ. 313-315.

¹⁸³ Καραμπατζός,ό.π

¹⁸⁴ Kahnemann, Σκέψη αργή και γρήγορη, σελ. 524 επ.

¹⁸⁵ Borges/Irlenbusch, Fairness Crowded Out by Law: An Experimental Study on Withdrawal Rights, Journal of Institutional and Theoretical Economics, Vol.163,(2007),pp.84, 88. (για κριτική-προβληματισμούς βλ. Guth/Von Wangenheim, Fairness Crowded Out by Law: A comment. 102 επ.)

¹⁸⁶ Borges/Irlenbusch, ό.π.. Guth/Von Wangenheim, ό.π.

κανόνων ορθής κοινωνικής συμπεριφοράς, επηρεάζουν τη συναλλακτική συμπεριφορά των ατόμων¹⁸⁷.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής προσφέρουν ένα επιπλέον επιχειρήμα υπέρ της αυτορρύθμισης της αγοράς εξ αποστάσεως, η οποία από μόνη της έχει λάβει μια κατεύθυνση υπέρ του καταναλωτή, αφού προβλέπεται σε μεγάλο βαθμό δικαίωμα υπαναχώρησης συμβατικώς, το οποίο απομακρύνει τα κακά προϊόντα και τους εμπόρους που δεν επιθυμούν να το παρέχουν από την αγορά, αποτρέποντας το ενδεχόμενο δημιουργίας μιας “αγοράς των λεμονιών”, συνεπαγόμενης πιθανής κατάρρευσης της σχετικής αγοράς¹⁸⁸.

¹⁸⁷ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 65-67.

¹⁸⁸ Καραμπατζός, ό.π., σελ. 318-320.

Επίλογος -Συμπεράσματα

Με το πέρας της εργασίας αυτής, παρατηρούμε ότι, ενώ οι επί μέρους ρυθμίσεις διαφοροποιούνται, ο κορμός της προστασίας του καταναλωτή όσον αφορά το δικαίωμα υπαναχώρησης, παραμένει ο ίδιος και αποτελείται από το αναιτιολόγητο αυτής, η άσκησή του να λάβει χώρα εντός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος, καθώς και η στενή σύνδεση με την υποχρέωση ενημέρωσης εκ μέρους του προμηθευτή. Πράγματι, εάν αυτή παραλειφθεί, τότε θα έχουμε αξιοπρόσεκτη παράταση της προθεσμίας υπαναχώρησης. Η ρύθμιση αυτή αναδεικνύει τη σημασία που έχει για τον ενωσιακό νομοθέτη η γνώση του καταναλωτή για τις δυνατότητες υπαναχώρησης που του παρέχονται, προκειμένου να μπορεί να τις ασκήσει με τη μεγαλύτερη δυνατή αποτελεσματικότητα. Μάλιστα, παρατηρούμε ότι η βασική ρύθμιση αυτή παραμένει και σε νεότερα κείμενα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως οι νέες Οδηγίες για το Ψηφιακό περιεχόμενο, παράλληλα με τις ειδικότερες εκεί προβλεπόμενες διατάξεις, κάτι που αναδεικνύει για άλλη μία φορά τη θέση των συγκεκριμένων προστατευτικών διατάξεων στον πυρήνα της προστασίας του καταναλωτή. Ταυτόχρονα, όμως, η Οδηγία παρέχει εξαιρέσεις από το δικαίωμα αυτό υπαναχώρησης, οι οποίες αιτιολογούνται από τη φύση των αντικειμένων της εκάστοτε σύμβασης. Στις συμβάσεις αυτές η στάθμιση συμφερόντων μεταξύ των καταναλωτών και των προμηθευτών υποδεικνύει τη λύση της μη παροχής του δικαιώματος υπαναχώρησης. Σε κάθε περίπτωση, πάντως, ο έμπορος οφείλει και εδώ να ενημερώνει τον καταναλωτή για τη μη ύπαρξη του δικαιώματος πριν την σύναψη της σύμβασης, αντισταθμίζοντας έτσι και τα συμφέροντά του. Παρατηρούμε, λοιπόν, και πάλι, την κομβική θέση που κατέχει η ενημέρωση του καταναλωτή στο πλέγμα της προστασίας του.

Στο δεύτερο μέρος της παρούσας εργασίας, μας απασχόλησε η οπτική των συμπεριφορικών οικονομικών στα ζητήματα καταναλωτικής υπαναχώρησης. Ο σύγχρονος αυτός κλάδος συνεισφέρει στην καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών ώστε να διαμορφωθούν οι κατάλληλες πολιτικές μεγιστοποίησης της αποτελεσματικότητας της προστασίας. Διαπιστώθηκε ότι και οι καταναλωτές μπορούν να επιδείξουν καιροσκοπική και καταχρηστική συμπεριφορά, αναδεικνύοντας και πάλι την ανάγκη εξισορρόπησης των συμφερόντων των μερών παράλληλα με την προστασία του καταναλωτή. Επιπλέον, λόγω του ότι το δικαίωμα υπαναχώρησης συνεπάγεται κόστη για τον έμπορο, τα οποία αυτός θα μετακυλίσει στους καταναλωτές, δημιουργείται το ζήτημα εάν το παρόν μοντέλο είναι όντως αποτελεσματικό, ή εάν επιβαρύνονται υπέρμετρα όλοι οι καταναλωτές, ακόμη και αυτοί που δεν θα ασκήσουν ποτέ το δικαίωμα υπαναχώρησης. Μια λύση που προτείνεται είναι αυτή της θέσπισης ενός μοντέλου αναγκαστικής επιλογής, κατά το οποίο ο καταναλωτής θα καλείται να επιλέξει μεταξύ ενός προϊόντος με δικαίωμα υπαναχώρησης και υψηλότερο τίμημα και ενός χωρίς, το οποίο θα είναι και φθηνότερο, αφού βεβαίως πρώτα ενημερωθεί πλήρως για τις σχετικές δυνατότητές του. Με αυτόν τον τρόπο, θα επιβαρυνθούν με το επιπλέον κόστος μόνο οι δυσανεκτικοί στον κίνδυνο καταναλωτές, με τα πλεονεκτήματα που αναφέρονται στον οικείο τόπο. Ωστόσο, και η λύση αυτή μπορεί να δεχτεί κριτική, αφού παραβλέπει το φαινόμενο της υπερβολοειδούς προεξόφλησης, η οποία μπορεί να οδηγήσει, όπως αναφέρθηκε, στο να μη σταθμίσει επαρκώς τα πλεονεκτήματα του δικαιώματος υπαναχώρησης ο καταναλωτής, βασιζόμενος στο άμεσο, οικονομικό κέρδος που θα αποκομίσει, παραβλέποντας ακόμη και την ύπαρξη πιθανότητας να θελήσει μεταγενέστερα να υπαναχωρήσει από τη σύμβαση. Στην περίπτωση αυτή, ο καταναλωτής θα μείνει ουσιαστικά απροστάτευτος.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και το γεγονός ότι στις περισσότερες έννομες τάξεις οι προμηθευτές προσφέρουν δικαίωμα υπαναχώρησης οικειοθελώς, ως ένδειξη καλής πίστης για να

δημιουργήσουν σχέση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή. Η ανάγκη αυτή μάλιστα για δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης εντείνεται στις εξ αποστάσεως και εκτός εμπορικού καταστήματος συμβάσεις, στις οποίες ο έμπορος θέλει να ενισχύσει την αξιοπιστία του. Μάλιστα, τα αποτελέσματα εμπειρικών ερευνών έδειξαν ότι οι καταναλωτές τείνουν να ασκούν λιγότερο το δικαίωμα τους υπαναχώρησης στη συμβατική σε σχέση με την νόμιμη υπαναχώρηση, νιώθοντας ότι έτσι ανταποδίδουν στον έμπορο την “ευγενική χειρονομία” της ενημέρωσής τους και της παροχής του δικαιώματος. Ωστόσο και η συμπεριφορά αυτή θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι εγκυμονεί τον κίνδυνο ο καταναλωτής να παραμείνει με ένα προϊόν που δεν τον ικανοποιεί για λόγους επιείκειας και έτσι να μην παρέχεται η απαραίτητη ανατροφοδότηση για την ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας στον προμηθευτή, με αποτέλεσμα αυτός να θεωρεί ότι το μη ικανοποιητικό προϊόν που προσφέρει είναι επαρκές και να διατηρήσει την ποιότητα αυτή ή και να την ρίξει.

Συνολικά, τα εργαλεία που προσφέρουν η οικονομική ανάλυση του δικαίου είναι πολύτιμα για την παρατήρηση της ανθρώπινης συμπεριφοράς και την προσαρμογή των νομοθετικών παρεμβάσεων σε αυτή, προκειμένου να εξασφαλιστεί τόσο το επίπεδο προστασίας των καταναλωτών όσο και η ισορροπία με τα συμφέροντα των προμηθευτών. Με τη μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς καθοδηγείται η νομοθετική παρέμβαση σε στοχευμένες και λιγότερο κηδεμονιστικές λύσεις, δίνοντας τα απαραίτητα ερεθίσματα για την θέσπιση κατάλληλων νυγμών με τη μορφή κανόνων ενδοτικού δικαίου. Κατά τη γράφουσα, το μεγαλύτερο πρόβλημα παρουσιάζει η ουσιαστική κατανόηση της ύπαρξης και των τρόπων άσκησης του δικαιώματος από τους καταναλωτές. Παρά τα όσα έχουν θεσμοθετηθεί με κεντρικό πυρήνα την ενημέρωση, αυτή παραμένει σε μεγάλο βαθμό αναποτελεσματική, αφού οι καταναλωτές κατακλύζονται με πολλές πληροφορίες με μικρή γραμματοσειρά και νομικούς όρους, τις οποίες πολύ συχνά δεν διαβάζουν. Η συμπεριφορά τους αυτή μπορεί και να οφείλεται στο ότι υποτιμούν τον κίνδυνο να χρειαστεί να κάνουν χρήση του δικαιώματος αυτού, καθώς και ότι θεωρούν ότι δεν αξίζει ο χρόνος που θα σπαταλήσουν στην ανάγνωση και κατανόηση του κειμένου, ο οποίος θα είναι μη ανακτήσιμο κόστος σε περίπτωση που δεν θα ασκηθεί το δικαίωμα αυτό. Επομένως, η αφετηρία σε κάθε νέα ρύθμιση προστασίας του καταναλωτή θα έπρεπε να είναι η ενημέρωση με λίγα, σαφή και απλά λόγια με ευδιάκριτη γραμματοσειρά, όπως άλλωστε προστάζουν και τα κείμενα της Οδηγίας. Στην πορεία, με παρατήρηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς και κατανόηση των πορισμάτων θα συνεχιστεί ο δρόμος προς τη θέσπιση ενός δικαιώματος υπαναχώρησης το οποίο δεν θα επιβαρύνει υπέρμετρα τα οικονομικώς αδύναμα στρώματα ούτε θα δεσμεύει υπερβολικά την ιδιωτική αυτονομία, αλλά θα παρουσιάζεται ευέλικτο και προσανατολισμένο στην υπηρεσία των καταναλωτών.

Βιβλιογραφία-Αρθρογραφία-Νομολογία

Ελληνική

1. Αργυρός Γ., Η προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή σύμφωνα με την Οδηγία 2011/83/ΕΕ, ΔΕΕ 2/2013, σελ.116 επ
2. Αυγουστιανάκης Μ. σε Τιμητικό Τόμο Π. Παπανικολάου, Νέες Εξελίξεις στο Δίκιο της Πώλησης (Οδηγία ΕΕ 2019/771), Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, 2020.
3. Βαλτούδης Α., Ζητήματα από τις υποχρεώσεις πληροφόρησης και τη σύναψη της σύμβασης στο ευρωπαϊκό δίκαιο των συμβάσεων, ΧρΙΔ 2004, 202.
4. Βαλτούδης Α., Η Οδηγία 2019/771/ΕΚ για τις καταναλωτικές πωλήσεις και η ενσωμάτωσή τους στο ελληνικό δίκαιο, ΕλλΔνη 6/2020.
5. Γεωργιάδης Α., Ειδικό Ενοχικό δίκαιο, Π.Ν. Σάκκουλας, 2007
6. Γιοβανόπουλος Ρ. σε Αλεξανδρίδου, Δίκαιο προστασίας καταναλωτή-ελληνικό και ενωσιακό, 3η έκδοση, 2018, Νομική Βιβλιοθήκη, αρ. 130, 154
7. Δελούκα-Ιγγλέση Κ., Δίκαιο του καταναλωτή : Ενωσιακό και Ελληνικό, Σάκκουλας, 2014.
8. Ελευθεριάδης Ν. σε Αλεξανδρίδου, Δίκαιο προστασίας του καταναλωτή- ελληνικό και ενωσιακό, 3η έκδοση, 2018, Νομική Βιβλιοθήκη, αρ. 114, 146, 142
9. Ζαπριάνος Ν., Συμβάσεις ψηφιακού περιεχομένου από απόσταση – Σύμφωνα με το ν. 2251/1994, όπως ισχύει μετά τη μεταφορά της οδηγίας 2011/83 σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, Αρμ 2014, 1095.
10. Καρακώστας Ι., Δίκαιο προστασίας καταναλωτή, Νομική Βιβλιοθήκη, 2012
11. Καραμπατζός Α., Ιδιωτική αυτονομία και προστασία του καταναλωτή, Εκδόσεις Π.Ν. Σάκκουλας -Δίκαιο και Οικονομία, 2016
12. Κινινή Ε., Το δικαίωμα υπαναχώρησης από τη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος στη διεκυστίνδα μεταξύ εταιρικού δικαίου και δικαίου προστασίας του καταναλωτή, ΕΕμπΔ 2011, σελ. 783 επ.
13. Κορνηλάκης Π, Διαδίκτυο και Αστικό Δίκαιο, Αρμ 2007, 993 επ.
14. Κοσμίδης Τ., Η νέα Οδηγία 2019/771 για την «πώληση αγαθών»: μια πρώτη θεώρηση, ΕφΑΔΠολΔ, 1/2020 σελ. 30 επ.
15. Κοτσιρης Λ., Οικονομική Ανάλυση του Δικαίου Γενική Προσέγγιση, 2007. Διάλεξη στα πλαίσια εκδηλώσεων του Ομίλου Νομικού Προβληματισμού «Ερεισμα ΔΡΑσης» της 7.2.2007. Διαθέσιμο στο: <http://www.digestaonline.gr/index.php/24-2006/232-2006-kotsiris>
16. Μακρής Σ., Η προστασία του Καταναλωτή στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου μετά τη μεταφορά των Οδηγιών 97/7/ΕΚ και 2000/31/ΕΚ στο ελληνικό δίκαιο, ΔΕΕ 2004, 882-893.
17. Μαργαρίτης, Ε., Το νέο δίκαιο της πώλησης, 06.10.2022, διαθέσιμο στο: https://www.lawspot.gr/nomika-blogs/eyaggelos_margaritis/neo-dikaio-tis-polisis
18. Μώλος Α., Το δικαίωμα υπαναχώρησης του καταναλωτή κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος στην πρόσφατη νομολογία του ΔΕΚ, ΕλλΔνη 2006, 687
19. Νικολάου Φ., Υποχρέωση καταναλωτή από σύμβαση καταρτισθείσα εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος και υποχρέωση του προμηθευτή προς επιστροφή του καταβληθέντος τιμήματος ΕφΑΔ 3/2021 σελ. 258-280
20. Παντελίδου Ρ., Αυτοδέσμευση και αποδέσμευση στις συμβάσεις που καταρτίζονται εκτός εμπορικού καταστήματος, Αρμ 1995, 877 -883

21. Παπαϊωάννου Γ., Η σύμβαση από απόσταση κατά το δίκαιο προστασίας του καταναλωτή, Δίκαιο Επιχειρήσεων και Εταιριών 2003, τ. 9, τεύχ. 2, σελ. 153-167.
22. Παπανικολάου Π., Μεθοδολογία του Ιδιωτικού Δικαίου και Ερμηνεία των Δικαιοπραξιών, Εκδ. Σάκκουλα, 2000, σελ.115 επ.
23. Παπαρσενίου Π. Η νέα Πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, Κριτική επισκόπηση των μεταρρυθμίσεων στο δίκαιο των καταναλωτικών πωλήσεων, ΕφΑΔ 2010, 142 επ.
24. Σκορίνη-Παπαρηγοπούλου Ξ., Η προστασία του καταναλωτή στη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος, Π.Ν. Σάκκουλας 1999
25. Σταθόπουλος Μ., Επιτομή γενικού ενοχικού δικαίου, 2η έκδοση, 2016, Εκδόσεις Σάκκουλας.
26. Τίτσιας Δ., Οι Οδηγίες 770/2019 για τις συμβάσεις προμήθειας ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών και 771/2019 για τις καταναλωτικές πωλήσεις αγαθών - Νέος σταθμός στην εξέλιξη του ενωσιακού δικαίου των συμβάσεων, ΕλλΔνη 1/2020
27. Χατζής Α. σε Τιμητικό Τόμο Π.Αγγαλοπούλου, Όσα θέλετε να μάθετε για τα οικονομικά του γάμου και του διαζυγίου αλλά φοβάστε να ρωτήσετε, 2018
28. Χελιδόνης Α., Η τυχαία απώλεια του πράγματος στη σύμβαση από απόσταση, Αρμ. 3/2005, 334-343.
29. Χριστοδούλου Κ., Η πρόταση Οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών, ΕφΑΔ 2010, 9-23

Ξενόγλωσση

1. Akerlof G. (1970), The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, The Quarterly Journal of Economics Vol. 84, No. 3 (Aug., 1970), pp. 488-500. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.2307/1879431>
2. Bar-Gill, O.(2011), Competition and consumer protection: A behavioral economics account,,NYU Law and Economics Research Paper no.11-42. Διαθέσιμο στο: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1974499
3. Borges G., Irlenbusch B. (2007), Fairness Crowded Out by Law: An Experimental Study on Withdrawal Rights, Journal of Institutional and Theoretical Economics , Vol.163, pp.84, 88. Διαθέσιμο στο: <https://www.jstor.org/stable/40752625>
4. Canaris C-W (200), Wandlungen des Schuldvertragsrechts - Tendenzen zu seiner „Materialisierung”, AcP 200, 344. Διαθέσιμο στο: <https://www.jstor.org/stable/40995723>
5. Eidenmüller H. (2010), Die Rechtfertigung von Widerrufsrechten, Archiv für die civilistische Praxis, 210. Bd., H. 1, pp. 67-104. Διαθέσιμο στο: <https://www.jstor.org/stable/40996083>
6. Foxall G., Sigurdson V. (2013)., Consumer Behavior Analysis: Behavioral Economics Meets the Marketplace, The Psychological Record, 63, 231–238. Διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.11133/j.tpr.2013.63.2.001>
7. Garces E. (2010), The Impact of Behavioral Economics on Consumer And Competition Policies, Competition Policy International, Spring 2010, Vol. 6, No.1, p.147. Διαθέσιμο στο: <https://www.competitionpolicyinternational.com/assets/0d358061e11f2708ad9d62634c6c40ad/GarceswCover2.pdf>
8. Güth W., von Wangenheim G. (2007), Fairness Crowded Out by Law: An Experimental Study on Withdrawal Rights: Comment, Journal of Institutional and Theoretical

- Economics 2007/163, 104-105. Διαθέσιμο στο: https://www.jstor.org/stable/40752626?seq=3#metadata_info_tab_contents
9. Hursh S., Roma P. (2016), Behavioral Economics and the Analysis of Consumption and Choice, Manage. Decis. Econ. 37: 224–238 Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1002/mde.2724>
 10. Howells G., Twigg-Flesner C., Wilhelmsson T. (2018). Rethinking EU Consumer Law. Series: Markets and the Law, Routledge.
 11. Jolls C., Sunstein C., Thaler R., (1989) A Behavioral Approach to Law and Economics, Stanford Law Review Vol. 50, No. 5 . Available at: <https://doi.org/10.2307/1229304>
 12. Kahneman D., (2011). Thinking, Fast and Slow, Penguin Books Ltd. Ελληνική έκδοση: Σκέψη, Αργή και Γρήγορη (2013), μετάφραση Β. Παπαδοπούλου, εκδόσεις Κάτοπτρο.
 13. Kanodia C., Bushman D., Dickhaut J. (1989), Escalation Errors and the Sunk Cost Effect: An Explanation Based on Reputation and Information Asymmetries, Journal of Accounting Research Vol. 27, No. 1, pp. 59-60, Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.2307/2491207>
 14. Karampatzos A. (2020), Private law, nudging and behavioral economic analysis: the mandate choice model, Routledge.
 15. Morais Carvahlo J., Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services- Overview of Directives 2019/770 and 2019/771 (2019). Διαθέσιμο στο: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3428550
 16. Plank A., Teichmann K. (2018), A facts panel on corporate social and environmental behavior: Decreasing information asymmetries between producers and consumers through product labeling, Journal on Clearer Production, 177 , 868-877, Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.195>
 17. Pope D., Sydnor J. (2015), Behavioral Economics: Economics as a Psychological Discipline, The Wiley Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making, First Edition. John Wiley & Sons, Ltd., pp.800-802. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1002/9781118468333.ch28>
 18. Robinson L., Hammit J. (2011), Behavioral Economics and Regulatory Analysis, Risk Analysis, Vol. 31, No. 9, pp 1408-1410. Διαθέσιμο στο: <https://hal.inrae.fr/hal-02651324/document>
 19. Sein K, Spindler G. (2019), The new Directive on Contracts for Supply of Digital Content and Digital Services – Conformity Criteria, Remedies and Modifications – Part 2, European Review of Contract Law 5(4): 365–391 Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1515/ercl-2019-0022>
 20. Thaler R. (1980), Toward a positive theory of consumer choice, Journal of Economic Behavior & Organization, Volume 1, pp 43-47. Διαθέσιμο στο: [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7)

Νομολογία

1. ΔΕΚ C-481/99 curia.europa.eu
2. ΔΕΕ C-350/03 curia.europa.eu
3. ΔΕΕ C-412/06 ΧρΙΔ 2009, 460 με σχόλιο Μπώλου
4. ΔΕΕ C-489/07 curia.europa.eu
5. ΔΕΕ C-511/08 curia.europa.eu
6. ΔΕΕ C-681/2017, με παρατηρήσεις Παπαχρήστου ΕφΑΔ 1/2020, σελ. 108-115
7. ΔΕΕ C-529/19 ΧρΙΔ 2020, 677, curia.europa.eu

8. ΔΕΕ C-641/19, curia.europa.eu
9. ΔΕΕ C-922/19 curia.europa.eu

ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία, την οποία υποβάλλω, δεν περιλαμβάνει στοιχεία προσβολής δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας σύμφωνα με τους ακόλουθους όρους τους οποίους διάβασα και αποδέχομαι:

1. Η διπλωματική εργασία πρέπει να αποτελεί έργο του υποβάλλοντος αυτήν υποψήφιου διπλωματούχου.
2. Η αντιγραφή ή η παράφραση έργου τρίτου προσώπου αποτελεί προσβολή δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας και συνιστά σοβαρό αδίκημα, ισοδύναμο σε βαρύτητα με την αντιγραφή κατά τη διάρκεια της εξέτασης. Στο αδίκημα αυτό περιλαμβάνεται τόσο η προσβολή δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας άλλου υποψήφιου διπλωματούχου όσο και η αντιγραφή από δημοσιευμένες πηγές, όπως βιβλία, εισηγήσεις ή επιστημονικά άρθρα. Το υλικό που συνιστά αντικείμενο λογοκλοπής μπορεί να προέρχεται από οποιαδήποτε πηγή. Η αντιγραφή ή χρήση υλικού προερχόμενου από το διαδίκτυο ή από ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια επιφέρει τις ίδιες δυσμενείς έννομες συνέπειες με τη χρήση υλικού προερχόμενου από τυπωμένη πηγή ή βάση δεδομένων.
3. Η χρήση αποσπασμάτων από το έργο τρίτων είναι αποδεκτή εφόσον, αναφέρεται η πηγή του σχετικού αποσπάσματος. Σε περίπτωση επί λέξει μεταφοράς αποσπάσματος από το έργο άλλου, η χρήση εισαγωγικών ή σχετικής υποσημείωσης είναι απαραίτητη, ούτως ώστε η πηγή του αποσπάσματος να αναγνωρίζεται.
4. Η παράφραση κειμένου, αποτελεί προσβολή δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας.
5. Οι πηγές των αποσπασμάτων που χρησιμοποιούνται θα πρέπει να καταγράφονται πλήρως σε πίνακα βιβλιογραφίας στο τέλος της διπλωματικής εργασίας.
6. Η προσβολή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας επισύρει την επιβολή κυρώσεων. Για την επιβολή των ενδεδειγμένων κυρώσεων, τα αρμόδια όργανα της Σχολής θα λαμβάνουν υπόψη παράγοντες όπως το εύρος και το μέγεθος του τμήματος της διπλωματικής εργασίας που συνιστά προσβολή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Οι κυρώσεις θα επιβάλλονται, ύστερα από γνώμη της τριμελούς εξεταστικής επιτροπής με απόφαση της Συνέλευσης της Σχολής, και μπορούν να συνίστανται στον μηδενισμό της διπλωματικής εργασίας (με ή χωρίς δυνατότητα επανυποβολής), τη διαγραφή από τα Μητρώα των μεταπτυχιακών φοιτητών, καθώς και την επιβολή πειθαρχικών ποινών, όπως η αναστολή της φοιτητικής ιδιότητας του υποψήφιου διπλωματούχου.

Επιπλέον, παρέχω τη συναίνεσή μου, ώστε ένα ηλεκτρονικό αντίγραφο της διπλωματικής εργασίας μου να υποβληθεί σε ηλεκτρονικό έλεγχο για τον εντοπισμό τυχόν στοιχείων προσβολής δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

Ημερομηνία

27/10/2022

Υπογραφή Υποψηφίου

