
Ένωση Ελλήνων Νομικών eΘέμις
Διαδικτυακό Συνέδριο



«Covid-19: Δικαιϊκές Επιπτώσεις & Προοπτικές»
Αθήνα, 20.11.2020

"Ου παντός εμπορεύεσθαι ηλεκτρονικῶς εν πανδημία".

Ζητήματα ιδιωτικότητας και προστασίας καταναλωτή στο πλαίσιο των e-Commerce συναλλαγών

Ευάγγελος Ι. Μαργαρίτης
Δικηγόρος, Δ.Ν., CIPP/E
Post – Doc Νομικής Αθηνών



«...οὐ παντὸς ἀνδρὸς ἔς Κόρινθον ἔσθ' ὁ πλοῦς...»

- Τα μέτρα περιορισμοῦ της εξάπλωσης της COVID – 19 περιλάμβαναν, μεταξύ άλλων, την αναστολή λειτουργίας του «φυσικού» retail εμπορίου.
- Το κενό στην αγορά για την κάλυψη των εγγενῶν καταναλωτικῶν αναγκῶν των κοινωνῶν διεκδίκησε ο κλάδος του online shopping.
- Σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιεύει ο ΣΕΒ, ο Απρίλιος 2020 έκλεισε με αύξηση **171%** των ηλεκτρονικῶν πωλήσεων σε σχέση με το ίδιο διάστημα του 2019. Ἔτος, στο οποίο οι ηλεκτρονικῆς πωλήσεις B2C απέφεραν εν συνόλω **€5.8 δισ.**
- Αρκεί ὅμως μια ιστοσελίδα, ἕνας αποτελεσματικὸς server και μια καλή διάθεση για τη λειτουργία eShop?
- Τι ζητήματα ιδιωτικότητας και προστασίας καταναλωτῆ εγείρονται κατὰ τη διενέργεια δραστηριοτήτων eCommerce?

Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην εποχή της COVID – 19 1/2

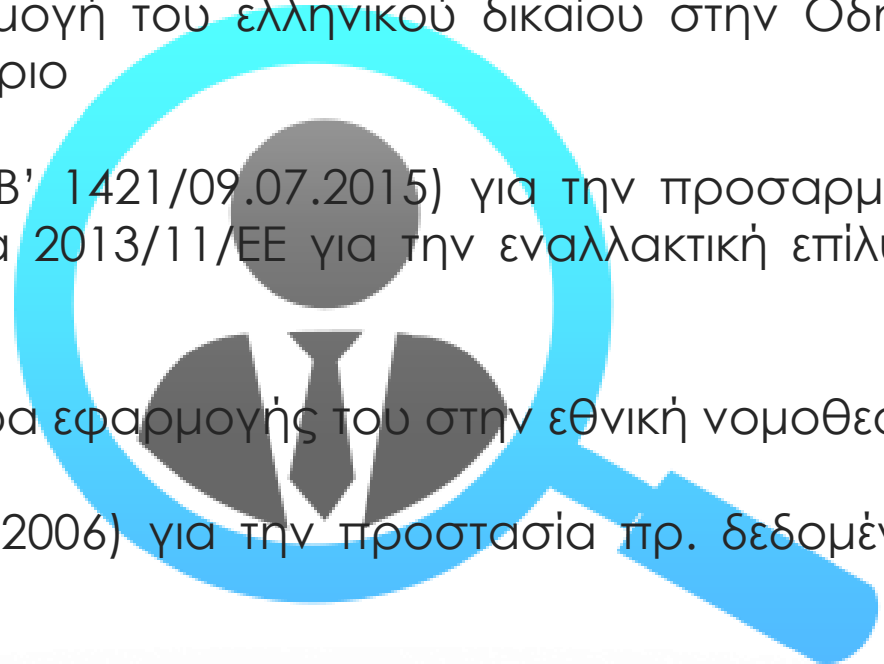
- Μια κρίση, όπως η υγειονομική, δεν δημιουργεί μόνο ευκαιρίες. Ανοίγει το δρόμο για καταχρηστικές και αντισυναλλακτικές συμπεριφορές, και παραβίασης όλων των αρχών fair – trading.
- Έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο καταναλωτές να έχουν προκαταβάλει την αξία της παραγγελίας στα ηλεκτρονικά καταστήματα αλλά ούτε τα προϊόντα τους παραδίδονται ούτε επιστρέφονται τα χρηματικά ποσά που έχουν προεισπραχθεί.
- Συγχρόνως, παρατηρείται ελλιπής ενημέρωση σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων του καταναλωτή – κυρίως ως προς τις αρχές της διαφανούς Ενημέρωσης
- Η Ανεξάρτητη Αρχή “Συνήγορος του Καταναλωτή”, μετά τα τελευταία μέτρα για την αντιμετώπιση της πανδημίας Covid 19 και ενόψει της αναμενόμενης στροφής των καταναλωτών προς τις συναλλαγές μέσω Διαδικτύου (ηλεκτρονικό εμπόριο), προέβη σε ενέργειες κατόπιν καταγγελιών.
- Το 2018 οι αναφορές-υποθέσεις που αφορούσαν στο ηλεκτρονικό εμπόριο ανέρχονταν σε 814. Το 2019 έφθασαν τις 1396 ενώ το **πρώτο δεκάμηνο** του 2020 εκτοξεύτηκαν σε 2770

Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην εποχή της COVID – 19 2/2

- Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων του, ανέδειξε τις ανωτέρω αθέμιτες και παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές, εξέδωσε συστάσεις προς τους προμηθευτές που παραβίασαν τη νομοθεσία για την προστασία του Καταναλωτή και διαβίβασε τις υποθέσεις αυτές στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή
- Χαρακτηριστικά, η αρμόδια Ελεγκτική Αρχή (Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή) επέβαλε μεγάλο αριθμό προστίμων σε επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου για πληθώρα παραβάσεων.
- Ενδεικτικά: της μη παράδοσης των προϊόντων, της μη επιστροφή χρημάτων μετά την υπαναχώρηση από τη σύμβαση, εσφαλμένες πληροφορίες αναφορικά με την παράδοση των προϊόντων, την παραπλάνηση ως προς την έκταση των δεσμεύσεων του προμηθευτή και την ανακριβή ενημέρωση καταναλωτών ως προς το δικαίωμα υπαναχώρησης από σύμβαση από απόσταση και αδυναμία επικοινωνίας με την επιχείρηση, λόγω μη αναγραφής στοιχείων επικοινωνίας ή παράθεσης ανακριβών ή μη ανταπόκρισης.

Η νομοθεσία και το σχετικό κανονιστικό πλαίσιο

- **N. 2251/1994** - «Προστασία των Καταναλωτών»
- **Π.Δ. 131/ 2003** για την προσαρμογή του ελληνικού δικαίου στην Οδηγία 2000/31/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο
- **Υ.Α. 70330/30.06.2015** οικ. (ΦΕΚ Β' 1421/09.07.2015) για την προσαρμογή του ελληνικού δικαίου στην Οδηγία 2013/11/ΕΕ για την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών
- **GDPR** και **N. 4624/2019** για τα μέτρα εφαρμογής του στην εθνική νομοθεσία
- **N. 3471/2006** (ΦΕΚ Α' 133/28.06.2006) για την προστασία πρ. δεδομένων στις ηλ. επικοινωνίες
- **Π.Δ. 10/17.02.2017** (ΦΕΚ Α' 23/01.03.2017) «Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας» δείτε εδώ
- **ΥΑ 31619/15.03.2017** οικ. (ΦΕΚ Β' 969/22.03.2017) «Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο»



Προσυμβατική Πληροφόρηση κατά τις συναλλαγές εξ αποστάσεως

- Τα άρθρα 3 επ. (ιδίως 3^α, 3^β) θεσπίζουν ένα αναλυτικότερο σύστημα πληροφόρησης του Καταναλωτή. Εάν ο προμηθευτής δεν τηρήσει τις τυπικές απαιτήσεις η σύμβαση εξ αποστάσεως είναι άκυρη υπέρ του καταναλωτή.
- Οι όροι της σύμβασης πώλησης προϊόντων πρέπει να είναι αναρτημένοι στον διαδικτυακό τόπο της επιχείρησης σε σημείο στο οποίο εύκολα μπορεί να έχει πρόσβαση ο καταναλωτής.

Μεταξύ άλλων, πρέπει να αναφέρονται:

- Στοιχεία ταυτοποίησης της επιχείρησης και στοιχεία επικοινωνίας
- Χαρακτηριστικά προϊόντων, τιμή και κόστος παράδοσης, διαθεσιμότητα και προθεσμία, εντός της οποίας ο προμηθευτής αναλαμβάνει να παραδώσει τα αγαθά ή να παρέχει τις υπηρεσίες.
- Όροι υπαναχώρησης από την σύμβαση
- Δυνατότητα εξωδικαστικής (και ηλεκτρονικώς) επίλυσης των διαφορών
- Όροι εξυπηρέτησης μετά την πώληση, τυχόν εμπορικές εγγυήσεις και ευθύνη του πωλητή για πραγματικά ελαττώματα και έλλειψη συνομολογημένων ιδιοτήτων, σύμφωνα με τα άρθρα 534 επ. Α.Κ.
- Δήλωση Ιδιωτικότητας

Ίδιως, το Δικαίωμα Υπαναχώρησης

- Σε κάθε σύμβαση που καταρτίζεται μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος (eShop) ο αγοραστής καταναλωτής, αναιτιολόγητης αλλά υπό προθεσμία.
- Ο καταναλωτής διαθέτει προθεσμία 14 ημερολογιακών ημερών για να υπαναχωρήσει από την εξ αποστάσεως σύμβαση χωρίς καμία επιβάρυνση εκτός το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί ο ίδιος με το εν λόγω κόστος ή εάν ο προμηθευτής έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι ο καταναλωτής οφείλει να επιβαρυνθεί με αυτό.
- Πριν ο καταναλωτής δεσμευθεί συμβατικώς, ο προμηθευτής πρέπει να τον ενημερώσει, με σαφή, ευκρινή και κατανοητό τρόπο, στη γλώσσα του, για το δικαίωμά του για άσκηση αναιτιολόγητης και αζήτητης υπαναχώρησης εντός της νομίμως προβλεπόμενης προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερών, που αρχίζει από το χρονικό σημείο που καθορίζει κάθε φορά ο νόμος, καθώς και για τους όρους, τις προϋποθέσεις, τις εξαιρέσεις και τη διαδικασία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλά και για τις συνέπειες από την άσκηση, λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητα κάθε προϊόντος/υπηρεσίας και παρέχοντας του και υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης.
- Τέλος, εάν ο προμηθευτής δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά το τέλος της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης.

Ιδίως, το Δικαίωμα Υπαναχώρησης

- Σε κάθε σύμβαση που καταρτίζεται μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος (eShop) ο αγοραστής καταναλωτής, αναιτιολόγητης αλλά υπό προθεσμία.
- Ο καταναλωτής διαθέτει προθεσμία 14 ημερολογιακών ημερών για να υπαναχωρήσει από την εξ αποστάσεως σύμβαση χωρίς καμία επιβάρυνση εκτός το άμεσο κόστος επιστροφής των αγαθών, εκτός εάν ο προμηθευτής έχει συμφωνήσει να επιβαρυνθεί ο ίδιος με το εν λόγω κόστος ή εάν ο προμηθευτής έχει παραλείψει να ενημερώσει τον καταναλωτή ότι ο καταναλωτής οφείλει να επιβαρυνθεί με αυτό.
- Πριν ο καταναλωτής δεσμευθεί συμβατικώς, ο προμηθευτής πρέπει να τον ενημερώσει, με σαφή, ευκρινή και κατανοητό τρόπο, στη γλώσσα του, για το δικαίωμά του για άσκηση αναιτιολόγητης και αζήτητης υπαναχώρησης εντός της νομίμως προβλεπόμενης προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερών, που αρχίζει από το χρονικό σημείο που καθορίζει κάθε φορά ο νόμος, καθώς και για τους όρους, τις προϋποθέσεις, τις εξαιρέσεις και τη διαδικασία άσκησης του δικαιώματος υπαναχώρησης, αλλά και για τις συνέπειες από την άσκηση, λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητα κάθε προϊόντος/υπηρεσίας και παρέχοντας του και υπόδειγμα εντύπου υπαναχώρησης.
- Τέλος, εάν ο προμηθευτής δεν έχει παράσχει στον καταναλωτή τις πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης, η προθεσμία υπαναχώρησης λήγει 12 μήνες μετά το τέλος της αρχικής προθεσμίας υπαναχώρησης.

«Συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών από Απόσταση» 1/4

- Μια συμπεριφορά ηλεκτρονικού εμπορίου κρίνεται και από το πρίσμα του δικαίου κατά των **αθέμιτων εμπορικών πρακτικών – ιδίως αυτών εντός της «μαύρης λίστας»**

- Μεταξύ των per se αθέμιτων πρακτικών στο Παράρτημα Ι της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ, περιλαμβάνεται, στο σημείο 26, η «...συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών μέσω τηλεφώνου, φαξ ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων μέσων εξ αποστάσεως, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται...», όπως η περίπτωση αυτή έχει μεταφερθεί στο εθνικό δίκαιο, στο άρθρο 9η του Ν. 2251/1994, στην περ. γ, απαγορευόμενης per se πρακτικής που συνίσταται στη ...

- ... *συνεχή και ανεπιθύμητη άγρα πελατών, μέσω τηλεφώνου, φαξ ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων μέσων εξ αποστάσεως, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται για να επιβληθεί εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης με την επιφύλαξη της παραγράφου 6 του άρθρου 4 του παρόντος νόμου και των διατάξεων του ν. 2472/1997 (ΦΕΚ 50 Α`), όπως ισχύει.*

- Η η ως άνω περίπτωση αποτελεί τη χαρακτηριστικότερη περίπτωση συμπλοκής δικαίου προστασίας δεδομένων και δικαίου προστασίας καταναλωτή

- Προϋποθέτει ότι υπάρχει «εξ αποστάσεως» προσέλκυση πελατείας, η οποία περιλαμβάνει κατά κανόνα επεξεργασία δεδομένων του καταναλωτή (π.χ. μέσω τηλεφώνου, email, direct messaging)

«Συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών από Απόσταση» 2/4

➤ Η προϋπόθεση του «ανεπιθύμητου»:

- εμπορική πρακτική που τελείται από τον εμπορευόμενο χωρίς τη ρητή ή εικαζόμενη «συναίνεση» του καταναλωτή – πελάτη στην τέλεσή της
- Ο πελάτης δεν έχει δηλώσει με κανένα τρόπο την θέλησή του να γίνεται δέκτης εμπορικών πρακτικών για σκοπούς εμπορικής προώθησης ούτε συνάγεται από τη συμπεριφορά του σχετική βούληση να γίνεται δέκτης εμπορικών πρακτικών για σκοπούς εμπορικής προώθησης ή εν γένει δεν μετέρχεται μια συμπεριφορά που μπορεί να ερμηνευθεί ως αποδοχή του στο να γίνεται δέκτης τέτοιων πρακτικών
- Η βούληση του καταναλωτή λοιπόν μπορεί να προκύπτει είτε ρητά είτε σιωπηρά
- Τυχόν παράλειψη εναντίωσης δεν καθιστά μια συμπεριφορά ως «μη ανεπιθύμητη»
- Επομένως, το «μη ανεπιθύμητο» δεν σημαίνει και ότι υφίσταται συναίνεση του δ.πρ. δεδ.

➤ Η προϋπόθεση του συνεχούς:

- Μια ή περισσότερες τελέσεις; Οι συνθήκες της τέλεσης μπορούν να καταστήσουν και μια συμπεριφορά/ πρακτική ως «συνεχή», ιδίως όταν συνδέεται με πρόσθετα στοιχεία.

➤ Η έννοια λοιπόν του «συνεχούς» και «ανεπιθύμητου» στην άγρα πελατών, είναι μια «κινητή» προϋπόθεση, κατά τη θεωρία ενός κινητού συστήματος ερμηνείας εννοιών.

«Συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών από Απόσταση» 3/4

•Τι σημαίνει λοιπόν η επιφύλαξη υπέρ του ΓΚΠΔ και της Οδηγίας ePrivacy στο πλαίσιο της περ. γ του άρθρου 9η του Ν. 2251/1994 και του όρου 26 του Παραρτήματος Ι της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ;

Με μια πρόχειρη ανάγνωση, έρχονται στο μυαλό μας διάφορες ερμηνευτικές εκδοχές, οι οποίες φαίνεται να καλύπτονται υπό το γράμμα της διάταξης και να μπορούν να υποστηριχθούν. Ποιες είναι αυτές;

- Μια ερμηνευτική εκδοχή είναι ο πλήρης αποκλεισμός της εφαρμογής Οδηγίας 2005/29/ΕΚ, αν υπάρχει νόμιμη επεξεργασία δεδομένων
- Μια – ενδιάμεση – ερμηνευτική εκδοχή είναι ο αποκλεισμός της εφαρμογής μόνο του όρου 26 του Παραρτήματος Ι της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ,
- Τέλος, μπορεί να οδηγηθεί κανείς στο ερμηνευτικό συμπέρασμα ότι η έννοια της «επιφύλαξης» της νομοθεσίας περί προσωπικών δεδομένων, δεν συνεπάγεται καθόλου τον αποκλεισμό της εφαρμογής της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ, παρά εξυπηρετεί μόνο λόγους αποσαφήνισης ότι η εισαγωγή διατάξεων που περιλαμβάνουν απευθείας επαφή με καταναλωτές, με μέσα εξ αποστάσεως, δεν συνεπάγεται σιωπηρή κατάρτιση της προϋφιστάμενης νομοθεσίας για την προστασία των προσωπικών δεδομένων με το (έστω «κατ' επίφαση») ίδιο ρυθμιστικό περιεχόμενο.
- Υφίσταται σχέση συρροής αξιώσεων.

«Συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών από Απόσταση» 4/4

- Η τυπολογία της «αθέμιτης εμπορικής προώθησης»:

- Ένα φυσικό πρόσωπο που δρα για σκοπούς εκτός επαγγελματικής, επιχειρηματικής κτλ. δράσης, που θα είναι ταυτόχρονα υποκείμενο δεδομένων και καταναλωτής, με τον οποίο έρχεται σε επαφή

- ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο, που θα είναι ταυτόχρονα υπεύθυνος επεξεργασίας και εμπορευόμενος, ο οποίος διενεργεί

- μια επικοινωνία στο πλαίσιο της οποίας γίνεται προώθηση για σκοπούς αποκλειστικά εμπορικούς, ενίσχυσης των πωλήσεων προϊόντων ή υπηρεσιών ή αύξησης της αναγνωρισιμότητας ενός εμπορευόμενου, η οποία

- τελείται με οποιοδήποτε τρόπο εξ αποστάσεως πλην της απευθείας επαφής η οποία

- περιλαμβάνει επεξεργασία προσωπικών δεδομένων του φυσικού προσώπου.

- Μια παράνομη επεξεργασία δεδομένων δεν είναι κατ' ανάγκη αθέμιτη. Πρέπει να συντρέχει ένα πρόσθετο στοιχείο, κατά τη ratio των διατάξεων περί αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, δηλαδή η «στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς του καταναλωτή, ώστε να βρίσκεται σε αδυναμία λήψης τεκμηριωμένων αποφάσεων συναλλαγής».

Ευχαριστώ για την Προσοχή Σας ☺

