



ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 2.10.2001
COM(2001) 531 τελικό

ΠΡΑΣΙΝΟ ΒΙΒΛΙΟ

για την προστασία των καταναλωτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση

(υποβλήθηκε από την Επιτροπή)

ΠΡΑΣΙΝΟ ΒΙΒΛΙΟ

για την προστασία των καταναλωτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση

1. ΔΙΑΒΟΥΛΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΕ

Ο σκοπός αυτού του Πράσινου Βιβλίου είναι να ξεκινήσει μια εκτενής δημόσια διαβούλευση για τη μελλοντική κατεύθυνση όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών στην ΕΕ. Για να δοθεί το έναυσμα να ξεκινήσει μια καλά ενημερωμένη συζήτηση, αναλύεται η τρέχουσα κατάσταση και οι δυνατές επιλογές για το μέλλον.

Η Επιτροπή καλεί τα ενδιαφερόμενα μέρη να υποβάλουν τα σχόλιά τους μέχρι τις 15 Ιανουαρίου 2002. Καλούνται να σχολιάσουν όλες τις πτυχές του εγγράφου και ειδικότερα τα ακόλουθα θέματα:

- *Ποια είναι τα κύρια εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις τα οποία απορρέουν από τις διαφορές στους εθνικούς κανονισμούς σχετικά με τις θεμιτές/ορθές εμπορικές πρακτικές για τη διαφήμιση και τις πρακτικές που συνδέονται με προσυμβατικές, συμβατικές και μετά την πώληση πτυχές των σχέσεων επιχειρήσεων-καταναλωτών;*
- *Συμφωνείτε ότι υπάρχει ανάγκη για μεταρρύθμιση της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά αυτή την πτυχή της εσωτερικής αγοράς;*
- *Πρέπει η μεταρρύθμιση να γίνει με βάση την υπάρχουσα ειδική προσέγγιση ή με βάση τη μικτή προσέγγιση που αναπτύσσεται παρακάτω;*
- *Ποιος είναι ο πιθανός αντίκτυπος των δύο προσεγγίσεων όσον αφορά το κόστος και τα οφέλη των καταναλωτών και των επιχειρήσεων;*

Αν ακολουθηθεί η ειδική προσέγγιση:

- *Ποιες είναι οι προτεραιότητες για εναρμόνιση;*

Αν ακολουθηθεί η μικτή προσέγγιση

- *Ποια θα είναι βασικά στοιχεία μιας γενικής ρήτρας, οι γενικές δοκιμές και οι βασικοί κανόνες για τη ρύθμιση των εμπορικών πρακτικών;*
- *Τι θα ήταν καλύτερο - μια οδηγία πλαίσιο με μια γενική ρήτρα με βάση τις θεμιτές εμπορικές πρακτικές ή με βάση μόνο τις πρακτικές παραπλάνησης και εξαπάτησης; Ποια προσέγγιση είναι πιο εφικτή; Ποια είναι πιθανότερο να αντιμετωπίσει με επιτυχία το πρόβλημα του κατακερματισμού της εσωτερικής αγοράς για το συμφέρον των καταναλωτών;*
- *Θα ήταν χρήσιμο να περιληφθεί μια βάση για αυτορρύθμιση σε μια οδηγία-πλαίσιο; Αν ναι, ποια είναι τα βασικά στοιχεία αυτών των επιλογών και τα κριτήρια για την συμπερίληψή τους;*

- Θα ήταν χρήσιμο να αναπτυχθεί μια μη δεσμευτική πρακτική καθοδήγηση; Αυτή η καθοδήγηση θα ήταν προτιμότερη με τη μορφή συστάσεων της Επιτροπής ή μέσω ενός ενδεικτικού καταλόγου επιτρεπόμενων και των αθέμιτων παραδειγμάτων σε παράρτημα της οδηγίας;
- Πρέπει να υπάρχει η συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στην ανάπτυξη της μη δεσμευτικής νομικής καθοδήγησης;
- Χρειάζεται ένα νομικό πλαίσιο για τη βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ των αρχών επιβολής της προστασίας των καταναλωτών;
- Ποια πρέπει να είναι τα βασικά στοιχεία για ένα τέτοιο νομικό πλαίσιο;

Παρακαλείσθε να στείλετε τα σχόλιά σας (με την ένδειξη "Green Paper on EU Consumer Protection") στη διεύθυνση:

The European Commission
 Health and Consumer Protection Directorate General
 B232 06/52
 Rue de la Loi 200
 B-1049 Brussels

ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη διεύθυνση: consultsanco@cec.eu.int

Η Επιτροπή προτίθεται να διοργανώσει ακρόαση των ενδιαφερομένων μερών και διαβούλευση με τις εθνικές αρχές.

2. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

2.1 Εισαγωγή

Για να ωφεληθούν οι καταναλωτές από την εσωτερική αγορά, πρέπει να μπορούν να έχουν εύκολη πρόσβαση σε αγαθά και υπηρεσίες που προωθούνται, προσφέρονται και πωλούνται εκτός των συνόρων. Η διασυνοριακή διακίνηση των αγαθών και των υπηρεσιών επιτρέπει στους καταναλωτές να αναζητούν συμφέρουσες τιμές, καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες και με αυτόν τον τρόπο να εξασφαλίζεται ότι επωφελούνται τα μέγιστα από τις καταναλωτικές αποφάσεις τους. Αυτή η διασυνοριακή ζήτηση αυξάνει την ανταγωνιστική πίεση μέσα στην εσωτερική αγορά και επιτρέπει την αποτελεσματικότερη προσφορά αγαθών και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικότερες τιμές. Αυτός ο ενάρετος κύκλος μπορεί να επιτευχθεί όταν το ισχύον κανονιστικό πλαίσιο ενθαρρύνει τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις να προχωρούν σε διασυνοριακές συναλλαγές. Οι διαφορετικοί εθνικοί νόμοι για τις εμπορικές πρακτικές που συνδέονται με τις σχέσεις επιχειρήσεων-καταναλωτών μπορούν να σταθούν εμπόδιο σε αυτή την εξέλιξη.

Η διάσταση της ΕΕ στην προστασία των καταναλωτών (πρόκειται για το κανονιστικό πλαίσιο για τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και δεν συμπεριλαμβάνονται τα θέματα υγείας και ασφάλειας και άλλα σχετικά ζητήματα) υφίσταται εδώ και πάνω από είκοσι πέντε χρόνια. Το άρθρο 153 της συνθήκης ΕΚ περιλαμβάνει αρκετά δικαιώματα των καταναλωτών - ενημέρωση, εκπαίδευση και οργάνωσή τους για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους. Οι οδηγίες για την προστασία των καταναλωτών, που συνήθως βασίζονται στις διατάξεις για την εσωτερική αγορά του άρθρου 95 (πρώην άρθρο 100Α) της συνθήκης ΕΚ, έχουν κατοχυρώσει λεπτομερώς ορισμένα από αυτά τα δικαιώματα. Περαιτέρω οδηγίες της ΕΕ, ο πρωταρχικός

σκοπός των οποίων δεν είναι η προστασία των καταναλωτών, έχουν επίσης άμεση επίδραση στην προστασία των καταναλωτών. Οι εθνικοί κανονισμοί και η νομολογία με τη σειρά τους έχουν αντίκτυπο στην προστασία των καταναλωτών στην εσωτερική αγορά.

Ωστόσο η προστασία των καταναλωτών στην εσωτερική αγορά αντιμετωπίζεται με μια κατακερματισμένη δέσμη κανονισμών και με ένα κατακερματισμένο εκτελεστικό σύστημα. Με την προοπτική της διεύρυνσης υπάρχει ο κίνδυνος περαιτέρω κατακερματισμού της εσωτερικής αγοράς και επιπλέον προβλημάτων εκτέλεσης. Η κυκλοφορία των χαρτονομισμάτων και των νομισμάτων ευρώ τον Ιανουάριο του 2002 είναι μια μεγάλη ευκαιρία για την ανάπτυξη της εσωτερικής καταναλωτικής αγοράς. Αν αυτή η ευκαιρία μείνει ανεκμετάλλευτη, οι πολίτες θα μείνουν με την εντύπωση ότι το κύριο σχέδιο της ΕΕ - η εσωτερική αγορά - δεν αφορά την καθημερινή τους ζωή και είναι απλά ένα σχέδιο που προορίζεται να εξυπηρετήσει τα συμφέροντα των επιχειρήσεων. Οι στόχοι της προστασίας των καταναλωτών είναι να θεσπιστεί ένα κανονιστικό σύστημα το οποίο :

- να προστατεύει όσο το δυνατόν περισσότερο τους καταναλωτές ελαχιστοποιώντας το κόστος για τις επιχειρήσεις·
- να είναι όσο το δυνατόν πιο απλό και αρκετά ευέλικτο για να ανταποκρίνεται γρήγορα στην αγορά και με τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών όσο το δυνατόν περισσότερο·
- να παρέχει ασφάλεια δικαίου και να εξασφαλίζει την αποτελεσματική και την έμπρακτη εκτέλεση, ιδίως στις διασυνοριακές περιπτώσεις.

Έχουν πραγματοποιηθεί τρεις μελέτες για λογαριασμό της Επιτροπής¹ για να γίνει μια ολοκληρωμένη έρευνα για τους κανονισμούς που αφορούν την προστασία των καταναλωτών σε εθνικό επίπεδο και σε επίπεδο ΕΕ. Οι ακόλουθες παράγραφοι δίνουν μια γενική ανάλυση του αντίκτυπού τους.

2.2 Κανονιστική ρύθμιση και νομολογία σε επίπεδο ΕΕ

Οι οδηγίες για την προστασία των καταναλωτών εμπίπτουν σε δύο ευρείες κατηγορίες: οδηγίες που ισχύουν γενικά και οδηγίες που περιλαμβάνουν κανόνες σχετικά με ειδικούς τομείς ή μεθόδους πώλησης. Η οδηγία περί αγωγών παραλείψεως παρέχει έναν εκτελεστικό μηχανισμό. Στο παρακάτω πλαίσιο συνοψίζονται οι υπάρχουσες οδηγίες.

Οδηγίες της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών

Γενικοί κανόνες- Οδηγία για την παραπλανητική διαφήμιση², όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία σχετικά τη συγκριτική διαφήμιση³. Οδηγία για την αναγραφή των τιμών. Οδηγία σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με τους καταναλωτές⁴. Οδηγία σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών⁵.

Κανόνες για τομείς και μεθόδους πώλησης – Οδηγίες για τα τρόφιμα⁶, τα καλλυντικά⁷, τις ονομασίες υφανσίμων⁸, τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπους⁹, τα οργανωμένα ταξίδια,¹⁰ τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος¹¹, την καταναλωτική πίστη¹², τις εξ αποστάσεως συμβάσεις¹³, τα όργανα ζύγισης μη αυτόματης λειτουργίας¹⁴ και τη χρονομεριστική μίσθωση¹⁵.

Εκτέλεση - Οδηγία περί των αγωγών παραλείψεως¹⁶.

Περαιτέρω νομοθεσία της ΕΕ, ο κύριος σκοπός της οποίας δεν είναι η προστασία των καταναλωτών, περιέχει διατάξεις για την προστασία των καταναλωτών ή ρυθμίζει την εξουσία των εθνικών αρχών ώστε να εισάγουν κανονισμούς για την προστασία των καταναλωτών. Για παράδειγμα η οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο¹⁷ καλύπτει τη διαφήμιση και την έρευνα αγοράς μέσω φορέων παροχής υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας. Η οδηγία για την τηλεόραση χωρίς σύνορα¹⁸ συντονίζει επίσης ορισμένες πτυχές των εμπορικών επικοινωνιών μέσω της άσκησης τηλεοπτικών δραστηριοτήτων. Προβλέπει ένα ομοιόμορφο επίπεδο προστασίας, την εφαρμογή της αρχής της χώρας προέλευσης, κοινούς ορισμούς που ορίζονται με ακρίβεια και σαφείς απαιτήσεις εκτέλεσης.

Επιπλέον, η σύμβαση των Βρυξελλών (ενσωματωμένη σήμερα σε κανονισμό της ΕΕ¹⁹) και η σύμβαση της Ρώμης²⁰ θεσπίζουν κανόνες, σε περιπτώσεις διασυνοριακών συμβατικών διενέξεων μέσα στην ΕΕ, για να καθορίσουν ποιο δικαστήριο κράτους μέλους πρέπει να εκδικάσει την υπόθεση (δικαιοδοσία) και ποιο δίκαιο κράτους μέλους θα ισχύσει για τη σύμβαση (εφαρμοστέο δίκαιο). Τέλος υπάρχει η νομολογία του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων που καλύπτει τη συμβατότητα ορισμένων εθνικών κανόνων για την προστασία των καταναλωτών με την εσωτερική αγορά²¹.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της προστασίας των καταναλωτών στην ΕΕ είναι τα εξής:

- οι υπάρχουσες οδηγίες της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών, σε σύγκριση με την εθνική νομοθεσία, δεν αποτελούν ένα συνεκτικό ρυθμιστικό πλαίσιο για τις εμπορικές πρακτικές μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών, κάτι που αποτελεί το βασικό στόχο της προστασίας των καταναλωτών. Αν και η εστίαση σε ορισμένους τομείς είναι αποτελεσματική, άλλοι τομείς-κλειδιά δεν καλύπτονται από κανόνες της ΕΕ, ιδίως οι πρακτικές μάρκετινγκ, οι πρακτικές που συνδέονται με τη σύμβαση, την πληρωμή και τις υπηρεσίες μετά την πώληση. Η ανάπτυξη νέων εμπορικών πρακτικών και της τεχνολογίας τείνει επίσης να καθιστά δυσδιάκριτες τις παραδοσιακές διακρίσεις στους κανόνες της ΕΕ μεταξύ των διαφόρων σταδίων των συναλλαγών, προσθέτοντας με αυτόν τον τρόπο ένα στοιχείο αβεβαιότητας.
- Ορισμένες οδηγίες, ιδίως οι οδηγίες που αφορούν ειδικούς τομείς, δίνουν πολύ λεπτομερείς απαντήσεις σε ειδικά προβλήματα που μπορούν να εντοπιστούν σε συγκεκριμένη στιγμή μέσα στο χρόνο. Η προσέγγιση αυτή σε συνδυασμό με τη μακρά περίοδο μεταξύ της πρότασης και της εφαρμογής των μέτρων της ΕΕ (η οδηγία για τις εξ αποστάσεως συμβάσεις προτάθηκε τον Ιούνιο του 1992 αλλά δεν αναμενόταν να εφαρμοστεί έως τον Ιούνιο του 2000), έχει εξασφαλίσει ένα πλαίσιο παρωχημένο ως ένα βαθμό, ενώ ταυτόχρονα εξελίσσονται οι πρακτικές της αγοράς. Με αυτόν τον τρόπο οι κανονισμοί της ΕΕ μπορούν να καταστούν εκτός θέματος, να περιοριστεί χωρίς λόγο η καινοτομία ή να επιτραπεί στους αδίστακτους εμπόρους να βρίσκονται ένα βήμα μπροστά από το νόμο. Ο χρόνος που χρειάζεται για την τροποποίηση αυτών των οδηγιών ώστε να προσαρμοστούν στην τεχνολογική ανάπτυξη, διατηρώντας το ίδιο επίπεδο προστασίας των πολιτών, εντείνει την έλλειψη ευελιξίας.

Περιπτωσιολογική μελέτη - η οδηγία για τις εξ αποστάσεως πωλήσεις και η οδηγία για τη χρονομεριστική μίσθωση

Η οδηγία για τις εξ αποστάσεως πωλήσεις δίνει έναν αριθμό συμβατικών δικαιωμάτων στους καταναλωτές όταν αγοράζουν αγαθά ή υπηρεσίες από προμηθευτή τον οποίο δεν συναντούν πρόσωπο με πρόσωπο. Ειδικότερα ορίζεται ένας αριθμός απαιτήσεων για πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται σε "μόνιμο υπόθεμα" ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να έχει μόνιμα ουσιαστικές πληροφορίες για τη σύμβαση. Αυτό δεν αποτελεί πρόβλημα αν το μέσο που

χρησιμοποιείται για τη συναλλαγή είναι είτε το ταχυδρομείο είτε το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Ωστόσο η ανάπτυξη των εξ αποστάσεως πωλήσεων μέσω της νέας τεχνολογίας των κινητών τηλεφώνων ενδέχεται να περιοριστεί από τέτοιες απαιτήσεις και από τα όρια της τρέχουσας τεχνολογίας. Αυτό ενδέχεται να παρεμποδίσει την καινοτομία και να υπονομεύσει την προστασία των καταναλωτών.

Έχουν σχεδιαστεί νέες τεχνικές μάρκετινγκ για τη χρονομεριστική μίσθωση για να εξασφαλιστεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις οι συμβάσεις εξαιρούνται από το πεδίο της οδηγίας και τις βασικές της υποχρεώσεις. Για παράδειγμα ορισμένοι πωλητές προσφέρουν συμβάσεις για μια περίοδο μικρότερη από τρία χρόνια ή που ορίζουν ετήσια περίοδο χρήσης μικρότερη από 7 ημέρες. Επιπλέον οι συμβάσεις τύπου χρονομεριστικής μίσθωσης προσφέρονται μέσω ασφάλισης ή μέσω της εγγραφής σε μια λέσχη ή μέσω σχεδίων με βαθμούς με σκοπό τον αποκλεισμό τέτοιων ρυθμίσεων από το πεδίο της οδηγίας.

- Η διάδραση μεταξύ των κανόνων της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών και των άλλων μέτρων που αναφέρθηκαν έχει δημιουργήσει ένα ρυθμιστικό πλαίσιο το οποίο είναι περίπλοκο και δυσνόητο για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές.
- Η νομολογία του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων για την πιθανή αιτιολόγηση των φραγμών στην ελεύθερη διακίνηση των αγαθών και των υπηρεσιών λόγω της προστασίας των καταναλωτών, δεν αποτελεί λύση διότι περιορίζεται σε συγκεκριμένα θέματα.
- Η αυτορρύθμιση, αν και αναπτύσσεται γρήγορα σε ορισμένα κράτη μέλη, περιορίζεται αυστηρά μέσω κωδίκων συμπεριφοράς σε επίπεδο ΕΕ. Έχουν γίνει πρόσφατες προσπάθειες για την ανάπτυξη της αυτορρύθμισης σε επίπεδο ΕΕ οι οποίες έχουν αποφέρει μόνο ανάμικτα αποτελέσματα. Η αυτορρύθμιση έχει αποδειχθεί ένα εν δυνάμει χρήσιμο συμπλήρωμα στην κανονιστική ρύθμιση που μπορεί να μειώσει την ανάγκη για πολύ λεπτομερή νομοθεσία και να παρέχει οφέλη στους καταναλωτές. Αν και οι κώδικες συμπεριφοράς αναφέρονται ειδικά σε ένα μέρος της νομοθεσίας της ΕΕ, δεν κατάφεραν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητές τους σε επίπεδο ΕΕ λόγω του βαθμού της εθνικής νομικής ποικιλομορφίας. Επιπλέον, προβλήματα προκαλούνται από την αβεβαιότητα για το καθεστώς των δεσμεύσεων στους κώδικες συμπεριφοράς και τις δυνατότητες εκτέλεσής τους.
- Σε αντίθεση με το έργο των οργάνων τυποποίησης στη 'νέα προσέγγιση'²² και με το έργο των εκπροσώπων της διοίκησης και των εργαζομένων στον κοινωνικό διάλογο όσον αφορά τις ρυθμίσεις για την απασχόληση, δεν υπάρχει πλαίσιο για την επίσημη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στη ρυθμιστική διαδικασία σε επίπεδο ΕΕ. Καθώς οι αγορές διαφοροποιούνται, αυξάνεται όλο και περισσότερο η ανάγκη προσφυγής σε εμπειρογνώμονες για τη θέσπιση κανονισμών. Η συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών μπορεί επίσης να ενισχύσει την αποδοχή των κανονιστικών αποφάσεων. Η συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών σε επίπεδο ΕΕ εξαρτάται από την ύπαρξη ικανών και αντιπροσωπευτικών οργανώσεων οι οποίες είναι σε θέση να εκπροσωπούν τα ενδιαφερόμενα μέρη οι οποίες μπορούν να εκπροσωπούν αποτελεσματικά τις ομάδες συμφερόντων.

2.3 Εθνικοί κανονισμοί και νομολογία για την προστασία των καταναλωτών

Όπου δεν υπάρχει κοινοτική νομοθεσία ή νομολογία, ισχύουν οι εθνικοί κανονισμοί οι οποίοι μπορεί να διαφέρουν ως προς την ουσία και την εφαρμογή τους. Κάθε κράτος μέλος διαθέτει ένα σχετικά καλά ανεπτυγμένο ρυθμιστικό περιβάλλον που είτε αποσκοπεί ειδικά στην

προστασία των καταναλωτών είτε ρυθμίζει τις εμπορικές πρακτικές επιχειρήσεων/ καταναλωτών για άλλους σκοπούς. Ωστόσο εκτός από το ίδιο είδος κανονισμών που υπάρχουν σε επίπεδο ΕΕ, πολλά κράτη μέλη έχουν μια γενική νομική αρχή, η οποία ορισμένες φορές υποστηρίζεται από ειδικούς νόμους για τη ρύθμιση των εμπορικών πρακτικών μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών.

Γενικές αρχές

Η γενική αρχή του *contra bonos mores* (συμπεριφορά ενάντια στα χρηστά ήθη) περιλαμβάνεται σε νόμους της Αυστρίας²³, της Ελλάδας²⁴, της Πορτογαλίας²⁵ και της Γερμανίας²⁶. Η αρχή των *θεμιτών εμπορικών πρακτικών* περιλαμβάνεται στη νομοθεσία του Βελγίου²⁷, της Ιταλίας²⁸, του Λουξεμβούργου²⁹ και της Ισπανίας³⁰. Η Γαλλία³¹ και οι Κάτω Χώρες³², υιοθετούν γενικές διατάξεις από το δίκαιο των αδικοπραξιών, με την έννοια της *παρανομίας*. Υπάρχουν πολλές ομοιότητες στην αρχή των *ορθών πρακτικών μάρκετινγκ* που υιοθέτησε η Δανία³³, η Φινλανδία³⁴ και η Σουηδία³⁵. Παρόμοιες γενικές αρχές βρίσκονται επίσης στα νομικά συστήματα πολλών τρίτων χωρών και ιδιαίτερα των ΗΠΑ, του Καναδά (όπου η προστασία των καταναλωτών ρυθμίζεται σε επίπεδο επαρχίας) και της Αυστραλίας. Αν και δεν υπάρχει ένα υπερκείμενο νομικό πρότυπο που να ρυθμίζει τη σχέση καταναλωτών-επιχειρήσεων στο ΗΒ ή την Ιρλανδία, υπάρχουν αντίστοιχες αρχές μέσα στα νομικά συστήματά τους³⁶.

Αυτές οι γενικές αρχές είτε έχουν αναπτυχθεί μέσω επιπλέον ειδικής νομοθεσίας ή η ανάπτυξή τους έχει αφεθεί στα δικαστήρια, για πολλές δεκαετίες, τα οποία έχουν παράγει μια συνεκτική και λεπτομερή νομολογία. Σε κάθε κράτος μέλος η ανάπτυξή τους ποικίλλει ανάλογα με το νομικό σύστημα, το πεδίο και το σκοπό της γενικής αρχής. Οι αρχές δημιουργήθηκαν για διάφορους λόγους, αν και σήμερα λειτουργούν για να ρυθμίσουν τις εμπορικές πρακτικές επιχειρήσεων-καταναλωτών. Με τον τρόπο αυτό στη Γερμανία και στην Αυστρία η εκτίμηση της γενικής αρχής έχει ξεπεράσει τα όρια της προστασίας των ανταγωνιστών κατά των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών και καλύπτει και την προστασία των καταναλωτών. Στη Γαλλία και την Ισπανία, οι στόχοι αυτοί αντιμετωπίζονται ξεχωριστά - η προστασία των καταναλωτών προβλέπεται άμεσα από ειδική νομοθεσία αλλά οι καταναλωτές προστατεύονται έμμεσα από τις γενικές αρχές και τους κανονισμούς που στοχεύουν στην προστασία των ανταγωνιστών. Αντίθετα, η Δανία και η Σουηδία έχουν εγκρίνει μέτρα που στοχεύουν ειδικά στην προστασία τόσο των καταναλωτών όσο και των ανταγωνιστών. Το πεδίο και η εφαρμογή αυτών των γενικών νόμων για τον αθέμιτο ανταγωνισμό ποικίλλουν στην πράξη μεταξύ ορισμένων κρατών μελών λόγω του στόχου τους και της ερμηνείας τους. Τέτοιες διαφορές μπορούν να λειτουργήσουν ως εμπόδιο για το εμπόριο και να στρεβλώσουν τον ανταγωνισμό, εξασφαλίζοντας ότι παρόμοιες πρακτικές αντιμετωπίζονται με τελείως διαφορετικούς τρόπους σε όλη την ΕΕ.

Επιπλέον οι κανόνες για την προστασία των καταναλωτών σε επίπεδο ΕΕ γενικά επιτρέπουν στα κράτη μέλη να λαμβάνουν λεπτομερέστερα ή αυστηρότερα μέτρα (μέσω των αποκαλούμενων "ελάχιστων ρητρών") για την προστασία των καταναλωτών ή, όπως είναι πιο συνηθισμένο, να διατηρούν τους υπάρχοντες κανόνες, εφόσον είναι αυστηρότεροι από τους κανόνες της ΕΕ. Συνεπώς αυτό δημιουργεί περισσότερες αποκλίσεις στις εθνικές νομοθεσίες εκτός από αυτές που υπάρχουν σε μη εναρμονισμένους τομείς της προστασίας των καταναλωτών.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της διάδρασης μεταξύ των εθνικών και των κοινοτικών κανονισμών μέσα στην εσωτερική αγορά είναι τα εξής:

- Υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις στους νόμους που ισχύουν για τις εμπορικές πρακτικές επιχειρήσεων-καταναλωτών στην εσωτερική αγορά, είτε απορρέουν από τους ειδικούς εθνικούς κανονισμούς, τις διαφορές στις γενικές αρχές ή τη διαφορετική νομολογία. Η αντιμετώπιση της διαφήμισης, μέσω εθνικών κανόνων για τη "θεμιτή διαφήμιση", διαφέρει, όπως και η αντιμετώπιση των διαφημιστικών απαιτήσεων (για την υγεία ("θαυματουργά προϊόντα"), για το περιβάλλον ή την κοινωνία) και η διαφήμιση με αποδέκτες τα παιδιά (συμπεριλαμβανομένης της χορηγίας εκπαιδευτικών προγραμμάτων, αθλητικών εκδηλώσεων και το μάρκετινγκ στα σχολεία). Οι πρακτικές μάρκετινγκ όπως αυτές που καλύπτονται από τον προτεινόμενο κανονισμό για την προώθηση των πωλήσεων (π.χ. εκπτώσεις, απλή μείωση των τιμών, επιστροφή χρημάτων, ενιαίες προσφορές, δώρα, κουπόνια, δωροεπιταγές και διαγωνισμοί και παιχνίδια για εμπορικούς σκοπούς) και άλλες, όπως κληρώσεις και τυχερά παιχνίδια, εικονικοί πλειστηριασμοί, πυραμιδοειδείς πωλήσεις, πολυεπίπεδο μάρκετινγκ και 'διαφημιστικό δόλωμα για την προώθηση άλλου προϊόντος' (bait and switch) υπόκεινται σε διαφορετικούς εθνικούς κανόνες. Διαφέρουν επίσης οι εμπορικές πρακτικές που συνδέονται με την πληρωμή, το αντικείμενο της σύμβασης, τον υπολογισμό της τιμής, την εκτέλεση, την επίδοση, την παράδοση, την χειρισμό των καταγγελιών και τις υπηρεσίες μετά την πώληση (π.χ. τηλεφωνικές γραμμές εξυπηρέτησης πρόσθετου τέλους, εμπορικές εγγυήσεις, υποκατάσταση, αποκατάσταση). Το μεγαλύτερο μέρος των διαφορών στους εθνικούς κανόνες αφορούν απαιτήσεις για ενημέρωση, αν και ορισμένες πρακτικές απαγορεύονται συνολικά ή μερικώς σε ορισμένα κράτη μέλη αλλά επιτρέπονται σε άλλα.

Περιπτωσιολογική μελέτη: Πολυεπίπεδες άμεσες πωλήσεις.

Γενικά πρόκειται για έναν προμηθευτή που δημιουργεί το δικό του δίκτυο διανομής για τα προϊόντα του μέσω της πρόσληψης πελατών για να πωλούν σε καταναλωτές που γνωρίζουν. Ορισμένες χώρες βασίζονται σε γενικές διατάξεις για την απάτη για τη ρύθμιση τέτοιων πρακτικών, ενώ άλλες βασίζονται στους νόμους για την προστασία των καταναλωτών (π.χ. η Ιταλία και οι Κάτω Χώρες) και άλλες βασίζονται στους νόμους για τον αθέμιτο ανταγωνισμό (π.χ. Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία και Ισπανία). Η μεγάλη ποικιλία των διαφορετικών εθνικών κανόνων που κυμαίνονται από την πλήρη απαγόρευση της πώλησης κατ'οίκον (π.χ. στο Λουξεμβούργο), έως τη λεπτομερή ρύθμιση του τρόπου με τον οποίο μπορεί να γίνονται οι νόμιμες πολυεπίπεδες πωλήσεις (π.χ. στην Ισπανία και το ΗΒ), σημαίνει ότι οι εταιρίες σε αυτόν τον τομέα πρέπει να αναδιαρθρώσουν τα σχέδια και το υλικό τους όσον αφορά το μάρκετινγκ από τη μια χώρα στην άλλη για να εξασφαλίσουν τη συμμόρφωση με τους κανόνες κάθε κράτους μέλους ξεχωριστά. Οι εταιρίες που εφαρμόζουν τις πολυεπίπεδες άμεσες πωλήσεις συνεπώς δεν μπορούν να αναπτύξουν μια πραγματική πανευρωπαϊκή στρατηγική για τις πωλήσεις και το μάρκετινγκ λόγω των πολυάριθμων διαφορών μεταξύ των εθνικών νόμων στην ΕΕ.

- Η χρήση της αυτορρύθμισης και των κωδικών συμπεριφοράς ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό ανάμεσα στα κράτη μέλη. Στη Δανία, τη Σουηδία και τη Φινλανδία, ενθαρρύνεται η χρήση των κωδικών για να πλαισιώσουν τους γενικούς κανόνες. Η συμμετοχή των εκτελεστικών φορέων των καταναλωτών είναι πιο σημαντική για την εκπόνηση αυτών των κωδικών. Οι κώδικες είναι διαδεδомένοι στο ΗΒ, την Ιρλανδία και τις Κάτω Χώρες, αν και οι εκτελεστικοί φορείς των καταναλωτών έχουν έναν πιο ανεπίσημο ρόλο. Η χρήση της αυτορρύθμισης ως συμπλήρωμα του κανονισμού είναι λιγότερο γνωστή σε άλλα κράτη μέλη και φαίνεται ότι κερδίζει έδαφος στην ΕΕ, αν και ακολουθεί διαφορετικές γραμμές σε κάθε κράτος μέλος (βλέπε το πλαίσιο που ακολουθεί).

Περιπτωσιολογική μελέτη: κώδικες συμπεριφοράς για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Οι κώδικες συμπεριφοράς έχουν αποδειχθεί ιδιαίτερα δημοφιλείς για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Στη Δανία, τη Σουηδία και τη Φινλανδία πραγματοποιούνται προσπάθειες για την ανάπτυξη ενός εθνικού κώδικα συμπεριφοράς για το ηλεκτρονικό εμπόριο, συγκεντρώνοντας τις επιχειρήσεις και τις οργανώσεις των καταναλωτών υπό την αιγίδα της κυβέρνησης. Στις Κάτω Χώρες, το ΗΒ και τη Γερμανία, αφού αναγνωρίστηκε ότι έχουν εκπονηθεί πολλοί κώδικες συμπεριφοράς για το ηλεκτρονικό εμπόριο, οι κυβερνήσεις εργάστηκαν μαζί με καταναλωτές και επιχειρήσεις για σχέδια προκειμένου να καθορίσουν τα κριτήρια για κώδικες και ανταγωνιστικούς φορείς για να τους παρακολουθούν. Αν και οι αντίστοιχοι κώδικες και τα κριτήρια που αναπτύσσονται έχουν πολλά κοινά σημεία, διαφέρουν όλοι διότι απηχούν διαφορετικούς βασικούς εθνικούς κανόνες.

- Ο αντίκτυπος αυτών των διαφορών στους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις είναι πιθανό να αυξηθεί με την ανάπτυξη των εμπορικών πρακτικών της "νέας οικονομίας", τις οποίες δεν έχουν προβλέψει οι υπάρχοντες ειδικοί κανόνες αλλά οι οποίες καλύπτονται ήδη από τις εθνικές γενικές αρχές και αντιμετωπίζονται με διαφορετικούς τρόπους. Νέες διαφημιστικές πρακτικές που αποτελούν πρόκληση για την παραδοσιακή διάκριση των έντυπων μέσων μαζικής ενημέρωσης μεταξύ του περιεχομένου των μέσων και της διαφήμισης (π.χ. χορηγία των ιστοχώρων, σύνδεση (affiliation), εργαλεία αναζήτησης επί πληρωμή, χρήση μεταδεδομένων και συνδέσεων, παραπομπές (referrals) και αναθεωρήσεις (reviews)) εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία. Νέες μέθοδοι μάρκετινγκ όπως τα cookies, οι τεχνικές "spidering", οι ομαδικές αγορές και η αναζήτηση υψηλού αριθμού αγοραστών για την επίτευξη χαμηλότερης τιμής αποτελούν επίσης πρόκληση για τους παραδοσιακούς κανόνες. Τα τυχερά παιχνίδια και τα παιχνίδια σε απευθείας επικοινωνία, τα νομίσματα του διαδικτύου (internet currencies), οι πλειστηριασμοί στο διαδίκτυο, η χρήση της τεχνολογίας θα αποκαλύψουν επίσης διαφορές σε εθνικούς κανόνες στην εσωτερική αγορά. Καθώς η ανάπτυξη του διαδικτύου έχει οδηγήσει σε πρακτικές που δεν έχουν προβλέψει οι εθνικοί κανόνες, η ανάπτυξη του εμπορίου μέσω των κινητών τηλεφώνων φαίνεται ότι είναι πιθανόν να έχει το ίδιο αποτέλεσμα.

Περιπτώσιολογικές μελέτες

Αναζήτηση υψηλού αριθμού αγοραστών για την επίτευξη χαμηλότερης τιμής (Powershopping) (ή ομαδικές αγορές (co-shopping)) περιγράφει μια σώρευση πελατών που συγκεντρώνονται μέσω του διαδικτύου για να αγοράσουν αγαθά ή υπηρεσίες σε μειωμένες τιμές που χορηγούν οι φορείς παροχής αγαθών και υπηρεσιών δεδομένου ότι έχει υπάρξει παραγγελία για μια επαρκή ποσότητα. Δεν είναι σαφές με ποιο τρόπο θα αντιμετωπιστούν τέτοιες πρακτικές σε όλα τα κράτη μέλη. Ωστόσο ένα γερμανικό δικαστήριο (Landgericht Köln), στις 12 Οκτωβρίου του 2000 αποφάσισε ότι η πρακτική του "power shopping", μέσω της οποίας οι αγοραστές σε απευθείας σύνδεση αγοράζουν φθηνότερα όταν αγοράζουν ομαδικά, αποτελεί παραβίαση της γερμανικής νομοθεσίας κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού.

Προκύπτουν νέες τεχνικές πληρωμής όπως η χρέωση μέσω κινητού τηλεφώνου και άλλων τηλεφώνων προκειμένου να χρεώνει ο προμηθευτής τα αγαθά και τις υπηρεσίες. Αν και με αυτόν τον τρόπο δημιουργούνται ευκαιρίες για τους καταναλωτές, υπάρχουν παράλληλα σοβαροί κίνδυνοι, ιδίως όταν χρησιμοποιούνται από απατεώνες, τις πληρωμές των οποίων οι τράπεζες αρνούνται να διευκολύνουν με πιστωτικές κάρτες. Απόδειξη για αυτό το πρόβλημα προέκυψε στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Ερώτημα για διαβούλευση

- Ποια είναι τα κύρια εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις και απορρέουν από τις διαφορές στους εθνικούς κανονισμούς για τις θεμιτές/ορθές εμπορικές πρακτικές όσον αφορά τη διαφήμιση και τις πρακτικές που σχετίζονται με τις προσυμβατικές, συμβατικές και τις μετά την πώληση πτυχές των σχέσεων επιχειρήσεων-καταναλωτών;

3. Η ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΕ

3.1 Η ανάγκη για δράση

Η σωρευτική επίδραση αυτής της κατάστασης είναι μια 'εσωτερική καταναλωτική αγορά' που δεν έχει ακόμα φτάσει στο έπακρο των δυνατοτήτων της ούτε στο επίπεδο ανάπτυξης της εσωτερικής αγοράς των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων. Οι καταναλωτές σπάνια συμμετέχουν άμεσα στην εσωτερική αγορά μέσω των διασυνοριακών αγορών. Για τις επιχειρήσεις, κυρίως τις ΜΜΕ, η διαφορετική μεταχείριση όμοιων εμπορικών πρακτικών σε κάθε κράτος μέλος αποτρέπει σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη των διασυνοριακών πωλήσεων και την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων της εσωτερικής αγοράς. Στην καλύτερη περίπτωση υπάρχει μια έλλειψη βεβαιότητας και σαφήνειας για δεκαπέντε δέσμες νομικών υποχρεώσεων. Στη χειρότερη περίπτωση, μόνον και μόνο ο αριθμός των υποχρεώσεων αποθαρρύνει σχεδόν όλες τις επιχειρήσεις εκτός από εκείνες που έχουν την οικονομική δυνατότητα να εγκατασταθούν σε όλα τα κράτη μέλη. Για τους καταναλωτές, η έλλειψη σαφήνειας και ασφάλειας απέναντι στους κινδύνους αποτελούν τροχοπέδη στην εμπιστοσύνη και την πίστη τους. Η εσωτερική αγορά, όπως όλες οι αγορές εξαρτάται από την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Οι οδηγίες, όπως η οδηγία για την τηλεόραση χωρίς σύνορα, που βασίζονται στους κανόνες της εσωτερικής αγοράς, δεν αναγκάζονται να εφαρμόσουν δεκαπέντε δέσμες εθνικών κανόνων στους τομείς που συντονίζονται από τις οδηγίες αυτές, καθώς εφαρμόζονται οι κανόνες της χώρας προέλευσης. Αυτό διευκολύνει επίσης τον έλεγχο του φορέα παροχής υπηρεσιών από την αρμόδια αρχή.

Μια εσωτερική αγορά σε πλήρη λειτουργία θα μπορούσε να συμβάλει ουσιαστικά στην επίτευξη των στόχων της ΕΕ. Το κύριο πλεονέκτημα της εσωτερικής αγοράς είναι ότι συγκεντρώνει τη μεγαλύτερη καταναλωτική ζήτηση στον κόσμο - και αυτό το πλεονέκτημα δεν αξιοποιείται πλήρως. Αν οι επιχειρήσεις, ιδίως οι ΜΜΕ, είχαν εύκολη πρόσβαση σε αυτό το δυναμικό όπως οι εγχώριες αγορές, θα δινόταν μεγάλη ώθηση στην ανταγωνιστικότητα. Η απλοποίηση των υπάρχοντων κανόνων και, όπου είναι δυνατή, η απορρύθμιση, θα βοηθούσε επίσης να μειωθεί το δυσανάλογο φορτίο που βαραίνει τις επιχειρήσεις. Οι καταναλωτές θα είχαν πρόσβαση σε μεγαλύτερη επιλογή και σε καλύτερες τιμές. Οι διασυνοριακές αγορές δεν αναμένεται να υποσκελίσουν τις εγχώριες αγορές αλλά θα γίνουν ένα σημαντικό μέσο με ευρύτερη επίδραση στις αγορές από το μερίδιο των λιανικών πωλήσεων. Η εμπειρία των αυτοκινήτων δείχνει ότι οι διασυνοριακές αγορές μπορούν να έχουν έναν ισχυρό έμμεσο ανταγωνιστικό αντίκτυπο στις εθνικές αγορές, καθώς οι καταναλωτές ασκούν πίεση σε προμηθευτές ώστε να προσαρμόσουν τις τιμές που βρίσκουν αλλού στην εσωτερική αγορά. Μελέτες της Επιτροπής και άλλες μελέτες για τιμές στην εσωτερική αγορά δείχνουν ότι υπάρχουν ουσιαστικές αποκλίσεις στις τιμές σε άλλα καταναλωτικά προϊόντα παρόμοιες με αυτές για τα αυτοκίνητα. Μια πρόσφατη έρευνα της Επιτροπής για τις τιμές έδειξε ότι οι διαφορές στις τιμές μεταξύ 30 ή 40% ανάμεσα σε χώρες της ΕΕ με τις χαμηλότερες και τις

υψηλότερες τιμές δεν είναι ασυνήθιστες, για παράδειγμα για τα επώνυμα ηλεκτρικά είδη κατανάλωσης (και τέτοιες διαφορές δεν μπορούν να εξηγηθούν μόνο από τις διαφορές στους έμμεσους φόρους)³⁷. Αυτές οι αποκλίσεις δείχνουν, εν μέρει, τις συνέπειες μιας εσωτερικής καταναλωτικής αγοράς που δεν λειτουργεί σωστά.

Η κατάσταση αυτή δεν είναι νέα. Ωστόσο χρειάζεται περισσότερη δράση για να συμπληρωθεί η εσωτερική καταναλωτική αγορά σήμερα. Η κυκλοφορία των χαρτονομισμάτων και των νομισμάτων ευρώ από την 1 Ιανουαρίου 2002 θα απομακρύνει ένα κύριο ψυχολογικό εμπόδιο στην άμεση συμμετοχή των καταναλωτών στην εσωτερική αγορά. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει τις δυνατότητες να απομακρύνει πολλούς γεωγραφικούς και φραγμούς διοικητικής διαχείρισης για την εσωτερική καταναλωτική αγορά. Οι ΜΜΕ και οι καταναλωτές που βρίσκονται σε διάφορα σημεία της ευρωπαϊκής ηπείρου μπορούν να αναπτύξουν εμπορικές σχέσεις ευκολότερα από ποτέ. Οι δυνατότητες αυτές παραμένουν ανεκμετάλλευτες³⁸ και το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιστοιχεί μόνο σε ένα μικρό μέρος των λιανικών πωλήσεων αλλά περιορίζεται επίσης σε μεγάλο βαθμό μέσα στα εθνικά σύνορα.

Η προοπτική της διεύρυνσης απαιτεί επίσης περαιτέρω δράση, εφόσον χωρίς κάποια μεταρρύθμιση, θα μπορούσε να περιπλέξει ακόμα περισσότερο το νομικό πεδίο. Είναι επίσης μια ευκαιρία να αποκτήσουν οι υποψήφιες χώρες που δεν έχουν πάντα μακρά ιστορία στην προστασία των καταναλωτών, απλούς και αποτελεσματικούς κανόνες.

Τα πολιτικά επιχειρήματα για μεταρρύθμιση έχουν αναγνωριστεί στο ανώτατο επίπεδο. Στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο στη Λισσαβόνα τέθηκε ένας νέος στρατηγικός στόχος για την Ένωση *"να γίνουμε η πιο ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία της γνώσης στον κόσμο"*, ολοκληρώνοντας την εσωτερική αγορά, αναπτύσσοντας προβλέψιμους κανόνες για το ηλεκτρονικό εμπόριο και απλοποιώντας και βελτιώνοντας το κανονιστικό περιβάλλον. Το άτυπο Συμβούλιο στο Lund εσωτερικής αγοράς των καταναλωτών στις 27-28 Απριλίου 2001 αναγνώρισε επίσης την ανάγκη να ενισχυθεί η καταναλωτική διάσταση της εσωτερικής αγοράς.

Τέλος μια εσωτερική καταναλωτική αγορά σε πλήρη λειτουργία θα μπορούσε να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη στρατηγική για να έρθει η ΕΕ πιο κοντά στους πολίτες, καταρρίπτοντας έτσι το μύθο ότι η εσωτερική αγορά είναι ένα εταιρικό σχέδιο των επιχειρήσεων αλλά και προσφέροντας απτά οικονομικά οφέλη στην καθημερινή τους ζωή.

3.2 Γενική προσέγγιση

Όπου υπάρχουν διασυνοριακοί περιορισμοί στο εμπόριο επιχειρήσεων-καταναλωτών, έχει ουσιαστική σημασία ένας μεγαλύτερος βαθμός εναρμόνισης των κανόνων που ρυθμίζουν τις εμπορικές πρακτικές επιχειρήσεων/καταναλωτών για την ανάπτυξη μιας εσωτερικής καταναλωτικής αγοράς σε πλήρη λειτουργία. Η Επιτροπή έχει ήδη αναγνωρίσει, στην ανακοίνωσή της για την εσωτερική αγορά υπηρεσιών³⁹ ότι *'φαίνεται ότι είναι κατάλληλο να ληφθούν πρόσθετα μέτρα εναρμόνισης σε τομείς έντονης ανησυχίας για την υγεία και την προστασία των καταναλωτών'*.

Η κεντρική επιλογή συνεπώς στρέφεται γύρω από το είδος της μεθόδου που χρειάζεται για την επίτευξη μεγαλύτερης εναρμόνισης. Υπάρχουν ουσιαστικά δύο επιλογές:

- μια ειδική προσέγγιση που βασίζεται στην έκδοση μιας σειράς πρόσθετων οδηγιών, ή
- μια μικτή προσέγγιση μιας συνεκτικής οδηγίας-πλαίσιου, που θα συμπληρώνεται από στοχοθετημένες οδηγίες, όταν χρειάζεται

3.3 Ειδική προσέγγιση

Μια μεγαλύτερη εναρμόνιση θα μπορούσε να επιτευχθεί με μια σειρά πρόσθετων ειδικών οδηγιών. Είναι δύσκολο να υπολογισθεί ο αριθμός των οδηγιών που χρειάζονται. Θα μπορούσε να εξεταστεί το ενδεχόμενο έκδοσης οδηγίας για τη διαφήμιση (εκτός από τα θέματα που καλύπτει η οδηγία για την τηλεόραση χωρίς σύνορα), τις πρακτικές μάρκετινγκ, τις πληρωμές και τις υπηρεσίες μετά την πώληση καθώς και ορισμένες οδηγίες που αφορούν ειδικούς τομείς.

Για παράδειγμα η Επιτροπή έχει ήδη ξεκινήσει εργασίες στον τομέα των εμπορικών ανακοινώσεων και έχει εξετάσει λεπτομερώς με τους εκπροσώπους των κρατών μελών στην ομάδα των εμπειρογνομώνων, τις δυνατότητες εφαρμογής της αρχής της αμοιβαίας αναγνώρισης στους εθνικούς κανόνες στον επιμέρους τομέα των προσφορών στις πωλήσεις⁴⁰. Τέτοιες εμπορικές πρακτικές χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις για να κάνουν γνωστά τα προϊόντα τους και τις υπηρεσίες τους και υπόκεινται σε λεπτομερείς εθνικούς κανόνες ή σε νομολογία που διαφέρει σε μεγάλο βαθμό από κράτος μέλος σε κράτος μέλος. Οι εργασίες της ομάδας των εμπειρογνομώνων έδειξαν ότι το μοναδικό μέσο για να επιτραπεί η ελεύθερη κυκλοφορία τέτοιων υπηρεσιών βάσει υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών σε αυτό το πεδίο, είναι να ενισχυθεί η εναρμόνιση. Αυτό προτείνεται σε σχέδιο κανονισμού για τις προσφορές στις πωλήσεις στην εσωτερική αγορά.

Μια τέτοια προσέγγιση έχει σημαντικά πλεονεκτήματα -είναι μια οικεία, αξιόπιστη μέθοδος που έχει οδηγήσει στην έκδοση των υπάρχουσών νομοθετικών διατάξεων. Κατ'αρχήν είναι επίσης ευκολότερο να επιτευχθεί συμφωνία για τις οδηγίες που έχουν ένα σχετικά στενό πεδίο και να γίνουν συγκεκριμένες αλλαγές πιο μακροπρόθεσμα.

Ωστόσο υπάρχουν σαφώς ορισμένες αμφιβολίες για το αν είναι αποτελεσματικό να βασιστούμε αποκλειστικά σε αυτή την προσέγγιση για τη δημιουργία μιας πραγματικής εσωτερικής αγοράς. Το περιορισμένο πεδίο των υπάρχοντων κανονισμών σε επίπεδο ΕΕ έχει δικαιολογήσει την ανάγκη για τις αποκαλούμενες ελάχιστες ρήτρες στις οδηγίες της ΕΕ. Η συνέχιση της προσέγγισης της επιλεκτικής, ειδικής νομοθεσίας θα απαιτούσε δέσμευση από τα κράτη μέλη να αλλάξουν αυτή την πολιτική, τόσο όσον αφορά τις υπάρχουσες όσο και τις νέες οδηγίες. Επιπλέον, πολλές από τις υπάρχουσες οδηγίες για την προστασία των καταναλωτών θα χρειαστεί να τροποποιηθούν για να αντιμετωπιστεί το παρωχημένο πλαίσιο που έχει δημιουργηθεί επειδή υπάρχουν νέες εξελίξεις στην αγορά ή επειδή οι νομοθετικές απαιτήσεις έχουν ξεπεραστεί. Συνολικά, αν επιτευχθεί, θα είναι ένα εξαιρετικό μακροπρόθεσμο πρόγραμμα.

3.4 Μικτή προσέγγιση

Η εναλλακτική λύση θα ήταν να αναπτυχθεί μια συνεκτική, ουδέτερη προς την τεχνολογία οδηγία-πλαίσιο της ΕΕ για την εναρμόνιση των εθνικών κανόνων θεμιτού εμπορίου για τις εμπορικές πρακτικές επιχειρήσεων-καταναλωτών. Θα βασιζόταν σε παρόμοια μοντέλα με αυτά ορισμένων κρατών μελών και τρίτων χωρών για την προστασία των καταναλωτών και σε επίπεδο ΕΕ για την ασφάλεια των προϊόντων⁴¹ και στις προτάσεις για την ασφάλεια των τροφίμων⁴². Μια οδηγία πλαίσιο δεν θα αγνοούσε τις οδηγίες που αναφέρονται σε ειδικούς τομείς, όπως η οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες στις συμβάσεις, καθώς και μια μελλοντική νομοθεσία, όπως ο προτεινόμενος κανονισμός για τις προσφορές στις πωλήσεις και τις μελλοντικές τροπολογίες αυτής της νομοθεσίας (π.χ. οδηγία για την τηλεόραση χωρίς σύνορα). Η οδηγία-πλαίσιο αναμένεται να οδηγήσει σε ένα δίκτυο ασφαλείας για την κάλυψη των πρακτικών στις οποίες εντοπίζονται διασυνοριακοί περιορισμοί και οι οποίες δεν εμπίπτουν στα συντονισμένα πεδία των οδηγιών που αναφέρονται σε ειδικούς τομείς. Όπου

χρειάζεται, η οδηγία πλαίσιο θα συνοδευτεί εν ευθέτω χρόνω από μια μεταρρύθμιση των υπαρχουσών οδηγιών για την προστασία των καταναλωτών για να εξασφαλιστεί μια γενική συνοχή του συστήματος προστασίας των καταναλωτών. Μια τέτοια μεταρρύθμιση αναμένεται να αρχίσει όταν καθοριστεί η οδηγία-πλαίσιο και αποκτήσουμε εμπειρία από τη λειτουργία της στην πράξη.

Για να υπάρξει η απαιτούμενη ασφάλεια και να προληφθούν οι διαφορετικές νομικές ερμηνείες από τα εθνικά δικαστήρια, η οδηγία πλαίσιο θα πρέπει να μην είναι απλά μια γενική αρχή που να ρυθμίζει τις εμπορικές πρακτικές επιχειρήσεων-καταναλωτών. Αναμένεται να αντιμετωπίζει αποτελεσματικά τις κύριες διαφορές στην εθνική νομοθεσία για τις εμπορικές πρακτικές που επηρεάζουν τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, θεσπίζοντας σαφείς κανόνες για την ΕΕ μέσω της εναρμόνισης.

Το κύριο πλεονέκτημα μιας προσέγγισης πλαισίου σε σύγκριση με μια ειδική προσέγγιση είναι ότι η συνεκτική φύση του μειώνει την ανάγκη για περαιτέρω λεπτομερή ρύθμιση της προστασίας των καταναλωτών. Η ύπαρξη γενικής συγκριτικής αξιολόγησης επιτρέπει να αντιμετωπίζονται οι αναδυόμενες εμπορικές πρακτικές χωρίς προσφυγή σε νέες ρυθμίσεις. Οι επιχειρήσεις μπορούν να προχωρούν σε καινοτομίες μέσα σε κλίμα μεγαλύτερης ασφάλειας και οι αθέμιτες πρακτικές μπορούν να αντιμετωπιστούν χωρίς να θεσπιστούν περαιτέρω κανόνες. Μια προσέγγιση πλαίσιο επιτρέπει επίσης την απλοποίηση των υπάρχοντων κανόνων. Για παράδειγμα οι οδηγίες για την παραπλανητική και συγκριτική διαφήμιση θα μπορούσαν να περιληφθούν στην οδηγία-πλαίσιο. Η ευελιξία μιας οδηγίας-πλαισίου θα μπορούσε να εξαλείψει την επιχειρηματολογία για τις ελάχιστες ρήτρες στις οδηγίες της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών.

Μια οδηγία πλαίσιο θα μπορούσε επίσης να προσφέρει μια σταθερή βάση για την αυτορρύθμιση σε όλη την ΕΕ όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών και για την ανάπτυξη μη δεσμευτικής πρακτικής καθοδήγησης. Και τα δύο αυτά εργαλεία μπορούν εν δυνάμει να μειώσουν την ανάγκη για λεπτομερείς κανονιστικές διατάξεις. Τέλος μια οδηγία πλαίσιο μπορεί να αποτελέσει τη βάση για κάποια άτυπη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στη κανονιστική διαδικασία.

Αν και η διαπραγμάτευση μιας μόνο οδηγίας-πλαισίου θεωρητικά είναι ευκολότερη και γίνεται πιο γρήγορα από μια σειρά οδηγιών, ωστόσο θα συμπεριλάμβανε περισσότερα θέματα ουσίας και συνεπώς θα ήταν πιο δύσκολη η συναίνεση.

Θέματα για διαβούλευση

- Συμφωνείτε ότι υπάρχει ανάγκη για μεταρρύθμιση της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά αυτή την πτυχή της εσωτερικής αγοράς;
- Η μεταρρύθμιση πρέπει να επιδιώκεται με βάση την υπάρχουσα ειδική προσέγγιση ή τη μικτή προσέγγιση που τονίζεται;
- Ποιος είναι ο πιθανός αντίκτυπος των δύο προσεγγίσεων όσον αφορά το κόστος και τα οφέλη για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις;
- Ποιες είναι οι προτεραιότητες για την εναρμόνιση κάτω από μια ειδική ή μικτή προσέγγιση;

4. ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΘΕΜΑΤΑ

Αν επιλεγθεί η μικτή προσέγγιση για τη μεταρρύθμιση της προστασίας των καταναλωτών, θα προκύψουν περαιτέρω ζητήματα.

4.1 Γενικό πλαίσιο για θεμιτές εμπορικές πρακτικές

Μια οδηγία-πλαίσιο αναμένεται να βασιστεί σε μια γενική ρήτρα για τις σχέσεις καταναλωτών-επιχειρήσεων. Θα εμπνευστεί από τα υπάρχοντα νομικά υποδείγματα που βασίζονται σε "θεμιτές εμπορικές πρακτικές" ή στην "καλή συμπεριφορά της αγοράς". Στην ουσία, θα είναι μια απαίτηση να μην προβούν σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και θα περιλαμβάνει μια γενική δοκιμή. Μια τέτοια προσέγγιση συγκρίνεται με την προσέγγιση στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων. Αναμένεται να αποκλειστούν οι εθνικοί κανόνες που καλύπτουν καθαρά στόχους γενικού ενδιαφέροντος σε σχέση με εμπορικές πρακτικές που δεν αφορούν την προστασία των καταναλωτών (π.χ. πλουραλισμός, προστασία του πολιτισμού, υγεία και ασφάλεια, αξιοπρέπεια) και απαιτήσεις για το εθνικό δίκαιο των συμβάσεων.

Η γενική ρήτρα θα πρέπει να συμπληρωθεί με γενικές δοκιμές ισότητας και ειδικών κανόνων για να εξαλειφθούν οι διαφορές στους εθνικούς κανόνες για τις εμπορικές πρακτικές. Θα μπορούσαν να καλυφθούν όλα τα στοιχεία του θεμιτού εμπορίου π.χ. αποκάλυψη πληροφοριών, πρακτικές παραπλάνησης και εξαπάτησης, κατάχρηση της επιρροής καθώς και κανόνες για το μάρκετινγκ και τις εμπορικές πρακτικές που συνδέονται με τα συμβατικά στάδια και τα στάδια της συναλλαγής μετά την πώληση. Αυτές οι γενικές αρχές και κανόνες αναμένεται να αντιμετωπίσουν τα κύρια θέματα της αβεβαιότητας και της ποικιλίας και θα αξιοποιηθούν:

- τη νομολογία του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και τις υπάρχουσες νομικές έννοιες της ΕΕ, ιδίως για την παραπλανητική διαφήμιση και την επαλήθευση για τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων, και
- τα εθνικά παραδείγματα για θέματα όπως οι πρακτικές παραπλάνησης και εξαπάτησης, η κατάχρηση της επιρροής, η πίεση, η αποκάλυψη στοιχείων, οι ευάλωτοι καταναλωτές, οι δίκαιες διαπραγματεύσεις και η καλή πίστη.

4.2 Γενικό πλαίσιο που καλύπτει τις πρακτικές παραπλάνησης και εξαπάτησης

Αντί να βασιστεί στις θεμιτές εμπορικές πρακτικές, η οδηγία πλαίσιο θα μπορούσε να βασιστεί στην πιο περιοριστική έννοια των πρακτικών παραπλάνησης και εξαπάτησης. Θα ήταν πιθανώς πιο εύκολη η επίτευξη συμφωνίας για μια τέτοια οδηγία πλαίσιο καθώς αυτή η έννοια είναι με πολλούς τρόπους το κοινό επίκεντρο των αθέμιτων εμπορικών εννοιών στην ΕΕ. Ιδιαίτερα αυτή η γενική απαγόρευση έχει ήδη καθιερωθεί ως κριτήριο για την οδηγία για την παραπλανητική διαφήμιση. Μια κοινή προσέγγιση της ΕΕ σε αυτά τα θέματα θα αποτελούσε ένα σημαντικό βήμα μπροστά τόσο για την προστασία των καταναλωτών όσο και για την απλοποίηση του κανονιστικού περιβάλλοντος. Θα μπορούσε επίσης να θεωρηθεί ως το πρώτο βήμα προς μια οδηγία πλαίσιο με βάση τις θεμιτές εμπορικές πρακτικές. Ωστόσο δεδομένου του πιο περιορισμένου πεδίου, η οδηγία πλαίσιο δεν αναμένεται να καλύψει όλο το φάσμα των θεμάτων που καλύπτονται από την καθολική υποχρέωση του θεμιτού εμπορίου (π.χ. χρήση της πώλησης τεχνικών που βασίζονται στην κατάχρηση της επιρροής). Ομοίως, οι αποκλίνουσες εθνικές προσεγγίσεις για θέματα που δεν εμπίπτουν στο πεδίο της υποχρέωσης θα μπορούσαν να εξακολουθούν να αναπτύσσονται και αναμένεται να χρειαστούν πιθανότατα περαιτέρω ειδικοί κανονισμοί σε επίπεδο ΕΕ.

4.3 Ενημέρωση

Δεδομένης της σημασίας των απαιτήσεων για ενημέρωση όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών και το δικαίωμα των καταναλωτών στην ενημέρωση σύμφωνα με το άρθρο 153 της συνθήκης ΕΚ, οι γενικές υποχρεώσεις για αποκάλυψη πληροφοριών αναμένεται να είναι πολύ σημαντικές και για τις δύο εναλλακτικές λύσεις. Μια ουσιαστική πτυχή θα ήταν η απαίτηση για τις επιχειρήσεις να αποκαλύπτουν όλες τις πληροφορίες που αφορούν το υλικό στους καταναλωτές έγκαιρα και σαφώς. Έτσι θα εξασφαλιζόταν η σωστή άσκηση του δικαιώματος στην ενημέρωση που προσφέρει στους καταναλωτές η Συνθήκη. Μέσα στην οδηγία πλαίσιο για θεμιτές εμπορικές πρακτικές θα ήταν επίσης δυνατόν να αποκλειστούν πρακτικές όπως ο καταιγιτισμός πληροφοριών που γίνεται σκόπιμα και η υπερβολική χρήση 'μικρών χαρακτήρων'. Επιπλέον θα έδειχνε μια άλλη σημαντική διάσταση του αθέμιτου εμπορίου, δηλαδή ότι οι παραλείψεις μπορούν επίσης να αποτελέσουν αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

4.4 Αυτορρύθμιση και από κοινού ρύθμιση

Πολλά προβλήματα δεν ενδείκνυνται να επιλυθούν με ρυθμιστικά μέτρα. Η αυτορρύθμιση μπορεί να επιτύχει ορισμένους στόχους στον τομέα προστασίας των καταναλωτών, ειδικά σε βιομηχανικούς κλάδους που αναγνωρίζουν ότι έχουν ισχυρό κοινό συμφέρον να διατηρήσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και στους οποίους κλάδους οι "ελεύθεροι σκοπευτές" ή οι αδίστακτοι έμποροι μπορούν να κλονίσουν αυτή την εμπιστοσύνη. Η αποτελεσματική αυτορρύθμιση που περιέχει σαφώς δεσμευτικές υποχρεώσεις προς τους καταναλωτές και η εφαρμογή της οποίας μπορεί να εκτελεστεί σωστά, μπορεί να μειώσει την ανάγκη για ρύθμιση ή από κοινού ρύθμιση. Προς το παρόν δεν υπάρχουν μέσα για την εξασφάλιση αποτελεσματικής αυτορρύθμισης σε όλη την ΕΕ όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών. Μια άλλη επιλογή είναι να επιτευχθεί μέσω της οδηγίας πλαισίου, δίνοντας με αυτόν τον τρόπο τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εγκρίνουν έναν κοινό κώδικα συμπεριφοράς αντί για δεκαπέντε. Οι διαφορές στην εθνική νομοθεσία και στις γενικές υποχρεώσεις δεν επιτρέπουν προς στιγμή τη δημιουργία πραγματικού πανευρωπαϊκού κώδικα συμπεριφοράς.

Δύο ζωτικά στοιχεία χρειάζονται για να λειτουργήσει η αυτορρύθμιση σε όλη την ΕΕ. Πρώτον, κάθε γενική υποχρέωση πρέπει να ορίσει τη μη συμμόρφωση με μια δέσμευση που

ανέλαβε οικειοθελώς μια επιχείρηση απέναντι στους καταναλωτές είτε ως παραπλανητική ή ως αθέμιτη εμπορική πρακτική. Προς το παρόν υπάρχει η δυνατότητα επέμβασης μόνον σε περίπτωση μη εκπλήρωσης οικειοθελώς αναληφθεισών υποχρεώσεων που επαναλαμβάνονται στη διαφήμιση. Η περίπτωση αυτή καλύπτεται από την οδηγία για την παραπλανητική διαφήμιση. Η δημιουργία ενός σωστού νομικού πλαισίου για κώδικες συμπεριφοράς και άλλες προαιρετικές δεσμεύσεις θα βοηθούσε τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τους καταναλωτές. Οι καταναλωτές θα μπορούσαν να έχουν εμπιστοσύνη ότι οι δημόσιες αρχές θα λειτουργούν ως "ύστατος φορέας επιβολής". Η αυστηρότερη τήρηση των δεσμεύσεων μέσω της αυτορρύθμισης θα ενίσχυε ένα λιγότερο ουσιαστικό κανονιστικό σύστημα. Μια πιο αυστηρή αυτορρύθμιση θα συνέβαλε στην αντιμετώπιση του προβλήματος των 'ελεύθερων σκοπευτών', εφόσον θα παρείχε ένα επιπλέον σημείο αναφοράς στα δικαστήρια και στις εκτελεστικές αρχές για την αντιμετώπιση εμπορών που δεν τηρούν αυτές τις συμφωνίες.

Δεύτερον, το πεδίο εφαρμογής της γενικής υποχρέωσης δεν θα ισχύει μόνον για τις επιχειρήσεις που συναλλάσσονται με καταναλωτές αλλά επίσης και για τις εμπορικές ενώσεις και άλλες οργανώσεις που κάνουν συστάσεις για εμπορικές πρακτικές και συντάσσουν κώδικες συμπεριφοράς κλπ. Το ίδιο ισχύει σήμερα και για την οδηγία σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες συμβάσεων (άρθρο 7). Λόγω της επίδρασης που έχουν οι ενώσεις επιχειρήσεων στην ανάπτυξη των πρακτικών της αγοράς, θα ήταν λογικό να αυξηθεί επίσης η ευθύνη των ενεργειών τους με τον τρόπο αυτόν. Τέλος, δεν προβλέπεται ρητώς η αποδοχή ή η έγκριση τέτοιου είδους κώδικα από την Επιτροπή. Επειδή οι κώδικες αυτοί μπορεί να χρησιμοποιηθούν για παραβίαση των κανόνων ανταγωνισμού και η Επιτροπή φέρει την ευθύνη για την εφαρμογή των διατάξεων αυτών, η λύση αυτή δεν ενδείκνυται.

Η Επιτροπή έχει ενθαρρύνει τη μεγαλύτερη χρήση των "μηχανισμών της από κοινού ρύθμισης" και των "οδηγιών πλαισίου" στο πρόσφατο Λευκό Βιβλίο για τη διακυβέρνηση⁴³. Οποιαδήποτε πρόταση για την προστασία των καταναλωτών που περιλαμβάνει την από κοινού ρύθμιση πρέπει συνεπώς να συμμορφώνεται με τους όρους της από κοινού ρύθμισης που ορίζονται στο Λευκό Βιβλίο. Ο ρόλος και η ευθύνη των φορέων που εγγυώνται για τους κώδικες συμπεριφοράς στην ανάπτυξη των κωδίκων και ο ρόλος των δημοσίων αρχών στην επιβολή τους θα μπορούσαν να ενισχυθούν και παράλληλα να αποσαφηνιστούν. Ο συνδυασμός της οδηγίας πλαισίου και μιας βάσης για αυτορρύθμιση σε όλη την ΕΕ, θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως από κοινού ρυθμιστική προσέγγιση, σύμφωνα με τους όρους του Λευκού Βιβλίου, με κάποιες λίγες ομοιότητες με τη "Νέα προσέγγιση".

4.5 Πρακτική καθοδήγηση

Αν και η οδηγία πλαίσιο θα μπορούσε να παρέχει έναν υψηλό βαθμό ασφάλειας δικαίου για επιχειρήσεις και καταναλωτές, θα υπάρχει πάντα ένας κίνδυνος αποκλίσεων στην ερμηνεία από τα εθνικά δικαστήρια, αν και όχι στο βαθμό που υπάρχει σήμερα. Ωστόσο μια οδηγία πλαίσιο θα μπορούσε να καταστήσει για το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων ευκολότερη την επίλυση των θεμάτων αυτών στο μέλλον. Θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν περαιτέρω οδηγίες για την εξασφάλιση ασφάλειας δικαίου, ιδίως για θέματα που αφορούν ειδικούς τομείς.

Επιπλέον θα μπορούσε να υπάρξει πρόβλεψη για μη δεσμευτική πρακτική καθοδήγηση η οποία θα αναπτυχθεί σε γλώσσα φιλική προς το χρήστη προς όφελος των καταναλωτών ή των επιχειρήσεων, των δικαστών και των αρμόδιων υπαλλήλων. Μια τέτοια καθοδήγηση, αν και μη δεσμευτική νομικά, θα μπορούσε να ενισχύσει την ασφάλεια και να μειώσει τον κίνδυνο κατακερματισμού. Μια τέτοια καθοδήγηση θα μπορούσε να εκφραστεί είτε μέσω συστάσεων της Επιτροπής είτε μέσω ενός ενδεικτικού καταλόγου παραδειγμάτων εμπορικών πρακτικών τόσο γενικών όσο και ειδικών τομέων. Ένας τέτοιος κατάλογος, παρόμοιος με αυτόν που

χρησιμοποιείται στην οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων, θα είχε το πλεονέκτημα να συνδέεται πιο επίσημα με τη βασική νομοθεσία. Η πιθανότητα η Επιτροπή και τα κράτη μέλη να ενημερώνουν τον κατάλογο, μέσω ρυθμιστικής επιτροπής, θα μπορούσε επίσης να εξεταστεί για να μην θεωρηθεί παρωχημένος. Και στις δύο περιπτώσεις, η καθοδήγηση θα πρέπει να αναπτυχθεί σε ένα περιβάλλον ύψιστης διαφάνειας και διαβούλευσης.

4.6 Συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών

Η εισαγωγή μη δεσμευτικής πρακτικής καθοδήγησης θα μπορούσε επίσης να επιτρέψει τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στην ανάπτυξη τέτοιας καθοδήγησης. Τα ενδιαφερόμενα μέρη θα μπορούσαν να κληθούν από την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να συμφωνήσουν για τμήματα της καθοδήγησης που επικεντρώνονται σε ειδικούς τομείς εντός προθεσμίας. Για να καταστεί αυτό δυνατό, η οδηγία πλαίσιο θα πρέπει να καθορίσει ένα πλαίσιο για αυτή τη συμμετοχή και τα κριτήρια για τους φορείς των ενδιαφερομένων μερών. Οι φορείς σε όλη την ΕΕ θα πρέπει επίσης να έχουν καλύτερη οργάνωση και να είναι πιο ικανοί από ό,τι σήμερα. Επίσης πρέπει να επανεξεταστεί η χρηματοδότησή τους.

Ερωτήσεις για διαβούλευση

Εάν ακολουθηθεί η μικτή προσέγγιση:

- ποια θα ήταν τα βασικά στοιχεία μιας γενικής ρήτηρας, οι γενικές δοκιμές και οι κύριοι κανόνες για τη ρύθμιση των εμπορικών πρακτικών;
- Ποιο από τα δύο θα ήταν καλύτερο - μια οδηγία-πλαίσιο με μια γενική ρήτρα που βασίζεται σε θεμιτές εμπορικές πρακτικές ή να βασίζεται μόνον στις πρακτικές παραπλάνησης και εξαπάτησης; Ποια προσέγγιση είναι πιο εφικτή; Ποια είναι πιθανότερο να αντιμετωπίσει με επιτυχία το πρόβλημα του κατακερματισμού στην εσωτερική αγορά προς όφελος των καταναλωτών;
- Θα ήταν χρήσιμο να περιληφθεί μια βάση για την αυτορρύθμιση σε μια οδηγία πλαίσιο; Αν ναι, ποια είναι τα βασικά στοιχεία τέτοιων επιλογών και τα κριτήρια για την συμπερίληψή τους;
- Θα ωφελούσε η ανάπτυξη της μη δεσμευτικής πρακτικής καθοδήγησης; Η καθοδήγηση αυτή θα ήταν προτιμότερη με τη μορφή συστάσεων της Επιτροπής ή μέσω ενός ενδεικτικού καταλόγου επιτρεπόμενων και αθέμιτων παραδειγμάτων στο παράρτημα της οδηγίας;
- Θα πρέπει συνεπώς να υπάρχει ένας ρόλος για τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στην ανάπτυξη μη δεσμευτικής νομικής καθοδήγησης;

5. ΕΚΤΕΛΕΣΗ

5.1 Εκτέλεση στην ΕΕ σήμερα

Οποιαδήποτε κανονιστικά μέτρα πρέπει να συνδέονται με κατάλληλες εκτελεστικές δομές που να εξασφαλίζουν τη συνεχή εφαρμογή τους. Οι αγορές χρειάζονται σαφείς και σίγουρους κανόνες αλλά απαιτούν επίσης οι κανόνες αυτές να εκτελούνται στην πράξη. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών και μια ανταγωνιστική εσωτερική αγορά απαιτούν μια συνεχή εφαρμογή και εκτέλεση του νόμου όπου βρίσκεται ο καταναλωτής ή η επιχείρηση. Είτε χρησιμοποιείται μια ειδική οδηγία είτε μια οδηγία πλαίσιο ως ρυθμιστικό εργαλείο, πρέπει να συνδέεται με εκτελεστικούς μηχανισμούς προκειμένου τα κράτη μέλη να μπορούν να συνεργαστούν γρήγορα, αποτελεσματικά και έμπρακτα για την αντιμετώπιση των διασυνοριακών θεμάτων εκτέλεσης.

Η δημιουργία της εσωτερικής αγοράς έχει ήδη οδηγήσει στην ανάγκη ανάπτυξης κάποιας συνεργασίας για την εκτέλεση και το συντονισμό. Για παράδειγμα, έχουν δημιουργηθεί επίσημοι μηχανισμοί συνεργασίας για τις πολιτικές της εσωτερικής αγοράς για τη φορολογία, τα τελωνεία, την ασφάλεια των τροφίμων και των προϊόντων. Για την προστασία των καταναλωτών υπάρχει προς το παρόν ένα μείγμα μηχανισμών και ένα νομικό μέσο. Η οδηγία περί αγωγών παραλείψεως δίνει στα εθνικά εκτελεστικά όργανα των καταναλωτών και στις ενώσεις των καταναλωτών που έχουν οριστεί από τα κράτη μέλη το δικαίωμα άσκησης αγωγών παραλείψεως σε όλα τα δικαστήρια στη χώρα τους και σε άλλα κράτη μέλη στην ΕΕ για να σταματήσουν οι έμποροι να παραβιάζουν τις οδηγίες της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών. Το διεθνές δίκτυο εποπτείας της εμπορίας (ΔΔΕΕ-IMSN) είναι ένα διετές

φόρουμ για την άτυπη συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων εκτελεστικών φορέων από όλο τον κόσμο. Μια επιμέρους ομάδα υπαλλήλων της ΕΕ αρμόδιων για θέματα εκτέλεσης συνεδριάζει επίσης ανά διετία.

Η Επιτροπή συμμετέχει ενεργά στο ΔΔΕΕ (IMSN) και έχει επιδιώξει διάλογο με τα κράτη μέλη για τη μελλοντική συνεργασία για θέματα εκτέλεσης. Η ανάλυση για τη λειτουργία της εκτέλεσης στην εσωτερική αγορά έχει εντοπίσει τα ακόλουθα κύρια χαρακτηριστικά της εκτέλεσης της προστασίας των καταναλωτών στην εσωτερική αγορά:

- Αν και οι καταναλωτές και οι καταναλωτικές ενώσεις θα εξακολουθήσουν να διαδραματίζουν έναν ουσιαστικό εκτελεστικό ρόλο, μέσω των δικαστηρίων, η πλήρης λειτουργία της καταναλωτικής εσωτερικής αγοράς θα εξαρτηθεί επίσης από τις δημόσιες αρχές εκτέλεσης της νομοθεσίας που θα ενεργούν σε συνεργασία ως 'εκτελεστικοί φορείς έσχατης προσφυγής. Η ικανότητα των δημόσιων αρχών να δρουν για να προλαμβάνουν τις ζημιές στους καταναλωτές πριν συμβούν, όταν οι επιχειρήσεις εξαπατούν και δρουν ανέντιμα και αθέμιτα και να πείθουν τις επιχειρήσεις να αλλάξουν τις πρακτικές τους χωρίς να προσφεύγουν σε χρονοβόρες νομικές διαδικασίες είναι ένα βασικό στοιχείο της εμπιστοσύνης των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Μια εσωτερική αγορά χρειάζεται συντονισμένη εποπτεία της αγοράς.
- Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου ιδιαίτερα, θα αυξήσει την ανάγκη για συνεργασία. Το περιβάλλον σε απευθείας σύνδεση προσφέρει χωρίς προηγούμενο ευκαιρίες στις επιχειρήσεις που εξαπατούν και δρουν ανέντιμα και αθέμιτα, να στοχεύουν σε καταναλωτές από διαφορετική δικαιοδοσία και να αποφεύγουν τους εκτελεστικούς φορείς. Το άρθρο 19 της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο απαιτεί τα κράτη μέλη να έχουν τα κατάλληλα μέσα επίβλεψης και έρευνας που χρειάζονται για την υλοποίηση της οδηγίας και τη συνεργασία μεταξύ τους.
- Η συνεργασία μεταξύ των δημόσιων οργάνων σε διάφορα κράτη μέλη είναι ουσιαστική για την καταπολέμηση των εμπορών που εξαπατούν και δρουν ανέντιμα και αθέμιτα διασυνοριακά. Οι υπάρχουσες άτυπες ρυθμίσεις συνεργασίας είναι ιδιαίτερα επιτυχημένες μέσα στο ανεπίσημο πλαίσιό τους. Ωστόσο δεν παρέχουν τα αναγκαία εργαλεία συνεργασίας που έχουν αναπτυχθεί σε άλλους τομείς της πολιτικής.
- Η οδηγία περί αγωγών παραλείψεως, αν και καλύπτει ένα σημαντικό "παραθυράκι" και είναι ένα σημαντικό εργαλείο για τις καταναλωτικές ενώσεις, μάλλον δεν θα γίνει ένα εργαλείο γενικής χρήσης για την επίλυση τέτοιων θεμάτων. Η σχέση κόστους - οφέλους για μια δημόσια αρχή για να αρχίσει διαδικασίες αγωγών παραλείψεως σε ξένες δικαιοδοσίες ποτέ δεν είναι αρκετά θετική για να γίνει ένα καθημερινό εκτελεστικό εργαλείο.
- Δεν υπάρχει πλαίσιο για συστηματική ανταλλαγή πληροφοριών ('αμοιβαία συνδρομή') αυθόρμητα ή ύστερα από αίτημα για εμπόρους που εξαπατούν και δρουν ανέντιμα και αθέμιτα. Η εκτενής ανταλλαγή πληροφοριών είναι ένα βασικό θεμέλιο της αποτελεσματικής εποπτείας της αγοράς. Δεν υπάρχει νομική βάση για να μοιράζονται τα εκτελεστικά όργανα τέτοιες πληροφορίες εμπιστευτικά. Για παράδειγμα δημιουργήθηκε μια βάση δεδομένων μέσα στην επιμέρους ομάδα ΕΕ-IMSN. Ωστόσο περιορίζεται να είναι ένα ιστορικό εργαλείο ανασκόπησης και όχι ένα εκτελεστικό εργαλείο "πραγματικού χρόνου" λόγω των απαιτήσεων για εμπιστευτικότητα. Τα εκτελεστικά όργανα δρουν μόνο εξ ονόματος των καταναλωτών μέσα στη δική τους δικαιοδοσία, και όχι, όπως απαιτεί η εσωτερική αγορά, εξ ονόματος των καταναλωτών της ΕΕ. Δεν υπάρχει πλαίσιο για συντονισμένες ενέργειες εκτέλεσης της νομοθεσίας κατά των εμπορών που στοχεύουν σε

καταναλωτές σε αρκετά κράτη μέλη. Τα εκτελεστικά όργανα υπάρχουν σε πολλά επίπεδα της κυβέρνησης στα κράτη μέλη - δεν υπάρχει ωστόσο επίσημο ενιαίο σημείο επαφής για τις αρχές σε άλλα κράτη μέλη και επαρκής σύνδεση με κάθε κράτος μέλος για να εξασφαλιστεί η ομαλή συνεργασία.

- Η έλλειψη ενός πλαισίου συνεργασίας για την εκτέλεση μέσα στην ΕΕ έχει επίσης ως συνέπεια η ΕΕ να μην μπορεί να αναπτύξει αποτελεσματική συνεργασία με τρίτες χώρες. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, που αυξάνει την προοπτική των παγκόσμιων διασυνοριακών αγορών, απαιτεί μια τέτοια συνεργασία. Για να αντιμετωπιστεί αυτή η πρόκληση, έχει δημιουργηθεί ένα επίσημο παγκόσμιο δίκτυο συνεργασίας από τις ΗΠΑ, τον Καναδά και την Αυστραλία - η ΕΕ, η Ιαπωνία και οι άλλες χώρες έχουν κληθεί να συμμετάσχουν. Ήδη το παγκόσμιο δίκτυο έχει καταφέρει να ξεπεράσει τα προβλήματα εμπιστευτικότητας που έχει αντιμετωπίσει η IMSN-ΕΕ και έχει αναπτύξει μια βάση δεδομένων "πραγματικού χρόνου". Η έλλειψη ενός πλαισίου συνεργασίας της ΕΕ εμποδίζει την ΕΕ να συμμετέχει στο παγκόσμιο δίκτυο και να επηρεάζει την εξέλιξή του.
- Εκτός από την έλλειψη των πρακτικών εργαλείων συνεργασίας για την εκτέλεση που είναι γνωστά από άλλους τομείς πολιτικής, υπάρχει και μια έλλειψη ενός επίσημου πλαισίου συνεργασίας για κοινά σχέδια και ανταλλαγές βέλτιστων πρακτικών για την εκπαίδευση, την ενημέρωση και την οργάνωση των καταναλωτών για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους. Οι καλές ιδέες δεν είναι συστηματικά κοινές και οι προσπάθειες για την αποφυγή της επικάλυψης εργασιών και για τη συνένωση των πόρων ήταν περιορισμένες και ad hoc. Αυτό συμβαίνει παρά τους πολύ περιορισμένους πόρους για την εκτέλεση και την εκπαίδευση, την ενημέρωση και την οργάνωση των καταναλωτών για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους σε όλα τα κράτη μέλη.
- Μια εσωτερική αγορά καταναλωτών σε πλήρη λειτουργία εξαρτάται από την εκτέλεση της νομοθεσίας η οποία πρέπει να είναι λίγο έως πολύ το ίδιο αποτελεσματική σε όλα τα κράτη μέλη. Το άρθρο 153 της συνθήκης ΕΚ τροποποιήθηκε από τη συνθήκη του Άμστερνταμ για να διασαφηνιστεί ο ρόλος της Επιτροπής ως θεματοφύλακας της αποτελεσματικότητας των εθνικών πολιτικών. Σήμερα δεν υπάρχει πλαίσιο ώστε η Επιτροπή να διεξάγει αυτό το ρόλο και να βοηθήσει να βελτιωθούν τα πρότυπα για την εκτέλεση στην εσωτερική αγορά. Η ανάγκη να διαδραματίσει η Επιτροπή αυτόν τον ρόλο υποστήριξης θα αυξηθεί με τη διεύρυνση και την προσχώρηση χωρών χωρίς μακρά ιστορία στην εκτέλεση για την προστασία των καταναλωτών.
- Η Επιτροπή επίσης παρεμποδίζεται στην εποπτεία της εσωτερικής αγοράς των καταναλωτών και του αντίκτυπου της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών λόγω της έλλειψης συστηματικής ανατροφοδότησης από τα κράτη μέλη. Ειδικότερα, η έλλειψη ανατροφοδότησης από τις αρχές που είναι αρμόδιες για την εκτέλεση της νομοθεσίας και τα συστηματικών δεδομένων από τις καταγγελίες των καταναλωτών καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολη την αξιολόγηση της ανάπτυξης της εσωτερικής καταναλωτικής αγοράς.

5.2 Επιλογές για ενισχυμένη συνεργασία για την εκτέλεση

Υπάρχει μεγάλη ανάγκη για ένα νομικό πλαίσιο για την επίσημη συνεργασία μεταξύ των δημοσίων αρχών για την οικοδόμηση της εσωτερικής καταναλωτικής αγοράς και, αν και η περαιτέρω ανάπτυξή της θα συμπλήρωνε σαφώς οποιαδήποτε κανονιστική μεταρρύθμιση όπως υπογραμμίζεται στα κεφάλαια 3 και 4, εξακολουθεί να υπάρχει μια σαφής ανεξάρτητη ανάγκη για τέτοιους μηχανισμούς. Το πλεονέκτημα ενός νομικού πλαισίου για συνεργασία, όπως φαίνεται από άλλους τομείς πολιτικής, είναι ότι προσφέρει νέες δυνατότητες και νέα

εργαλεία για τις εκτελεστικές αρχές. Ωστόσο θα μπορούσε να σημειωθεί πρόοδος αν γίνονταν επιπλέον βήματα που δεν απαιτούν νομοθεσία. Η χρήση και η πρακτική επίσημων ή άτυπων εργαλείων μπορεί να αναπτυχθεί με το χρόνο και σύμφωνα με τις ανάγκες αλλά δεν μπορεί να αρχίσει πριν δημιουργηθούν τέτοια εργαλεία.

Ένα νομικό πλαίσιο για τη συνεργασία θα είχε οφέλη για την εσωτερική αγορά με βάση τους υπάρχοντες κανόνες της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών και χωρίς οποιαδήποτε μεταρρύθμιση της προστασίας των καταναλωτών που αναφέρθηκε προηγουμένως. Τα οφέλη του νομικού πλαισίου για τη συνεργασία θα ήταν ωστόσο μεγαλύτερα αν εγκρίνονταν αυτές οι επιλογές για τη μεταρρύθμιση. Μια μεγαλύτερη κοινή βάση κανόνων για την εκτέλεση θα βοηθούσε τις εκτελεστικές αρχές να οικοδομήσουν τη συνεργασία και την εμπιστοσύνη ευκολότερα.

Η ανάπτυξη του πλαισίου για τη συνεργασία θα βοηθούσε τη βελτίωση της ανατροφοδότησης μεταξύ των φορέων που είναι υπεύθυνοι για την εκτέλεση και την εποπτεία των κανονισμών. Η ίδια η φύση των προβλημάτων της προστασίας των καταναλωτών απαιτεί συχνά μια μικτή απάντηση από τις πολιτικές, συνδυάζοντας κανονιστική δράση με τις πρωτοβουλίες εκτέλεσης, ενημέρωσης και εκπαίδευσης. Η καθημερινή διαχείριση της εκτέλεσης και της θέσπισης κανονιστικών ρυθμίσεων αναμένεται να ολοκληρωθεί περισσότερο στο μέλλον.

Ένας αριθμός δυνατών εργαλείων συνεργασίας θα μπορούσε επίσης να συμπεριληφθεί στο νομικό πλαίσιο για τη συνεργασία. Αναφέρονται παρακάτω:

- Ο διορισμός αρμόδιων αρχών από κάθε κράτος μέλος για το συντονισμό της συνεργασίας όσον αφορά την εκτέλεση ανάμεσα στα εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς φορείς και για να αποτελέσει ένα ενιαίο σημείο επαφής. Η δικαστική συνεργασία δεν καλύπτεται.
- Η θέσπιση δικαιωμάτων και υποχρεώσεων αμοιροβαρούς, αμοιβαίας συνδρομής ανάμεσα στα κράτη μέλη. Η αμοιβαία συνδρομή θα μπορούσε να καλύψει την ανταλλαγή πληροφοριών ύστερα από αίτημα ή αυθόρμητα, την αμοιροβαρή χρήση της εθνικής κοινοποίησης, τις εξουσίες εποπτείας, έρευνας και κατάσχεσης. Η αρχή ότι οι εθνικοί εκτελεστικοί φορείς μπορούν να δρουν εξ ονόματος όλων των καταναλωτών στην ΕΕ θα μπορούσε επίσης να περιλαμβάνεται στο πλαίσιο.
- Η θέσπιση κοινών βάσεων δεδομένων και δικτύων επικοινωνίας που τηρούν τις απαιτήσεις για εμπιστευτικότητα.
- Η θέσπιση υποχρεώσεων για τα κράτη μέλη να παρέχουν πληροφορίες (στατιστικές, καταγγελίες, πρότυπα κινδύνων, έκτακτες ανάγκες) στην Επιτροπή προκειμένου να διαβιβάζονται στα άλλα κράτη μέλη για την ενίσχυση του συντονισμού της εποπτείας της αγοράς. Περιλαμβάνεται η ανάπτυξη ενός συστήματος της ΕΕ για την ταξινόμηση των καταγγελιών ανά είδος και τομέα. Η θέσπιση υποχρεώσεων για να παρακολουθεί και να αξιολογεί η Επιτροπή την εκτέλεση στην εσωτερική αγορά και την εφαρμογή των εθνικών πολιτικών και να συντονίζει τα κοινά σχέδια.
- Η δυνατότητα των κρατών μελών να διεξαγάγουν συντονισμένες ενέργειες εκτέλεσης (ταυτόχρονες έρευνες, αγωγές παραλείψεως κ.τ.λ) διατηρώντας ωστόσο τις εθνικές εκτελεστικές εξουσίες.
- Η δυνατότητα διεξαγωγής κοινών κοινοτικών και εθνικών σχεδίων όπως η δημιουργία δικτύων ενημέρωσης και επικοινωνίας, οι κοινές βάσεις δεδομένων, η κατάρτιση, τα σεμινάρια, οι ανταλλαγές και οι κοινοί έλεγχοι.

- Η δυνατότητα να συνεργαστεί η ΕΕ με τρίτες χώρες για την εκτέλεση και να συμμετέχει σε παγκόσμια δίκτυα για την εκτέλεση. Η ενδεχόμενη σύνδεση των υποψηφίων κρατών με τις πρωτοβουλίες συνεργασίας, ιδίως με τα κοινά σχέδια.

Όποια κι αν είναι τα εργαλεία που θα επιλεγθούν τελικά να συμπεριληφθούν στο πλαίσιο για τη συνεργασία, η διαχείρισή τους θα απαιτούσε τη σύσταση επιτροπής από την Επιτροπή και τα κράτη μέλη, σύμφωνα με την απόφαση 1999/468/ΕΚ⁴⁴ του Συμβουλίου. Θα είχε το ρόλο να υλοποιήσει τη συνεργασία και να ενεργεί ως φόρουμ για ανάλυση, παρακολούθηση, εντοπισμό των προβλημάτων και των μη νομοθετικών ενεργειών.

Ερωτήματα προς διαβούλευση

- *Χρειάζεται ένα νομικό πλαίσιο για τη βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ των εκτελεστικών αρχών της προστασίας των καταναλωτών;*
- *Ποια πρέπει να είναι τα βασικά στοιχεία ενός τέτοιου νομικού πλαισίου;*

-
- ¹ V.I.E.W. Μελέτη σκοπιμότητας για ένα γενικό νομοθετικό πλαίσιο για το θεμιτό εμπόριο (Study on the feasibility of a general legislative framework on fair trading). <http://europa.eu.int/comm/consumers>; μελέτη της PriceWaterhouseCoopers για το καταναλωτικό δίκαιο και την κοινωνία της πληροφορίας (study on consumer law and the information society). <http://europa.eu.int/comm/consumers> και μελέτη της Lex Fori για τον εντοπισμό της βέλτιστης πρακτικής στη χρήση του ήπιου δικαίου και για την ανάλυση του τρόπου με τον οποίο αυτές οι βέλτιστες πρακτικές μπορούν να ισχύσουν για τους καταναλωτές στην ΕΕ. <http://europa.eu.int/comm/consumers>
- ² Οδηγία 84/450/ΕΚ του Συμβουλίου της 10ης Σεπτεμβρίου 1984 για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση(ΕΕ L250, 19.09.1984)
- ³ Οδηγία 97/55/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 6ης Οκτωβρίου 1997 για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση προκειμένου να συμπεριληφθεί η συγκριτική διαφήμιση (ΕΕ L290 23.10.1997)
- ⁴ Οδηγία 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 5ης Απριλίου 1993 σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές (ΕΕ L95 21.04.1993, σ. 29-34)
- ⁵ Οδηγία 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 25ης Μαΐου 1999 σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών (ΕΕ L 171 της 07.07.1999, σ. 12-15)
- ⁶ Οδηγία 95/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29ης Νοεμβρίου 1995, που τροποποιεί την οδηγία 79/581/ΕΟΚ για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των τροφίμων όπως τροποποιήθηκε με την οδηγία 88/314/ΕΟΚ για την προστασία των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των μη εδώδιμων προϊόντων (ΕΕ L 299 της 12.12.1995, σ.11-12)
- ⁷ Οδηγία 76/768/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 27.7.1976 περί προσεγγίσεως των νομοθεσιών των κρατών μελών των σχετικών με τα καλλυντικά (ΕΕ L 262 της 27.9.1976, σ.169), που τροποποιήθηκε από την οδηγία 79/661/ΕΟΚ (ΕΕ L 192 της 31.7.1979, σ.35), οδηγία 82/368/ΕΟΚ (ΕΕ L 167 της 15.6.1982, σ.1), οδηγία 83/574/ΕΟΚ (ΕΕ L 332 της 28.11.1983, σ.38), οδηγία 88/667/ΕΟΚ (ΕΕ L 382 της 31.12.1988, σ.46), οδηγία 89/679/ΕΟΚ (ΕΕ L 398 της 30.12.89, σ.25), οδηγία 93/35/ΕΟΚ (ΕΕ L 151 της 23.6.1993 σ.32) και οδηγία 97/18/ΕΚ (ΕΕ L 114 της 1.5.1997).
- ⁸ Οδηγία 96/74/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16.12.1996 περί των ονομασιών των υφανσίμων (ΕΕ L32 της 3.2.1997, σ.38), που τροποποιήθηκε από την οδηγία 97/37/ΕΚ (ΕΕ L 169 της 27.6.1997, σ.74)
- ⁹ Οδηγία 92/28/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 31ης Μαρτίου 1992 για τη διαφήμιση των φαρμάκων που προορίζονται για ανθρώπους (ΕΕ L 113, της 30.40.1992)
- ¹⁰ Οδηγία 90/314/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 13.06.1990 για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις (ΕΕ L 158 της 23.06.1990, σ. 59-64)
- ¹¹ Οδηγία 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 20.12.1985 για την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος -"πώληση κατ'οίκον"-(ΕΕ L 372 της 31.12.1985, σ. 31-33)
- ¹² Οδηγία 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 22.12.1986 για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών που διέπουν την καταναλωτική πίστη (ΕΕ L 42 της 12.02.1987, σ. 48-53). Τροποποιήθηκε από: την οδηγία 90/88/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 22.02.1990 (ΕΕ L 61 της 10.03.1990, σ. 14-18), την οδηγία του 98/7/ΕΚ του Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 16.02.1998 (ΕΕ L 101 της 01.04.1998, σ. 17-23)

-
- ¹³ Οδηγία 97/7/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20.05.97, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις. (EE L 144 της 04.06.1997, σ. 19-28)
- ¹⁴ Οδηγία 90/384/EK του Συμβουλίου για την εναρμόνιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με τα όργανα ζύγισης μη αυτόματης λειτουργίας EE L 189 της 20/07/1990 σ. 1-16
- ¹⁵ Οδηγία 94/47/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26.10.1994 περί της προστασίας των αγοραστών ως προς ορισμένες πλευρές των συμβάσεων που αφορούν την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ακινήτων υπό καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης (EE L 280 της 29.10.1994, σ. 83-87)
- ¹⁶ Οδηγία 98/27/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 19.05.1998 περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών (EE L 166 της 11.06.1998, σ. 51-56)
- ¹⁷ Οδηγία 2000/31/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2000 για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά (οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο), EE L 178/1 της 17.7.2000.
- ¹⁸ Οδηγία 89/552/EOK του Συμβουλίου της 3ης Οκτωβρίου 1989 για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων (EE L 298 της 17.10.1989, σ. 23) όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 97/36/EK.
- ¹⁹ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 44/2001 του Συμβουλίου της 22ας Δεκεμβρίου 2000 για τη διεθνή δικαιοδοσία, την αναγνώριση και την εκτέλεση αποφάσεων σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις, EE L 12, 16 Ιανουαρίου 2001, σ.1
- ²⁰ 80/934/EOK Σύμβαση σχετικά με το νόμο που εφαρμόζεται στις συμβατικές υποχρεώσεις, η οποία έχει ανοιχθεί για υπογραφή στη Ρώμη, EE. L 266, 9 Οκτωβρίου 1980
- ²¹ Τέτοια παραδείγματα περιλαμβάνουν δώρα (*Oosthoek*, C-286/81 [1982] Συλλογή 4575), δουλκή απομίμηση (*Industrie Diensten Groep κατά Beele Handelmaatschppij*, C-6/81 [1982] Συλλογή 707), μεταπώληση σε τιμή κάτω του κόστους (*Keck και Mithouard*, C-267 & 268/91 [1993] Συλλογή I-6097), παράλληλες εισαγωγές (*Dansk supermarked κατά Imerco*, C-58/80 [1981] Συλλογή 181), παραπλανητική διαφήμιση (*Pall corp. κατά Dahlhausen*, C-283/89 [1990] Συλλογή I-4827· *Verband Sozialer Wettbewerb e.V κατά Clinique Laboratoires SNC και Estée Lauder Cosmetics GmbH*, C-315/92 [1994] Συλλογή I-317· *Mars*, C-470/93 [1995] Συλλογή I923· *Commission κατά Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας "Sauce Hollandaise"*, C-51/94 [1995] Συλλογή I-3299· *Gut Springenheide*, C-210/96 [1998] . I-4657, *Estée Lauder κατά Lancaster*, C-220/98 χωρίς παραπομπές), συγκρίσεις τιμών και δέλεαρ (*GB-INNO*, C-362/88 [1990] Συλλογή I-667· *Yves Rocher*, C-156/91 [1993] Συλλογή I-2361), και απαιτήσεις για πληροφορίες (*Commission κατά UK*, C-207/83 [1985] Συλλογή 1201· *Robertson*, C-220/81 [1982] Συλλογή 2349).
- ²² Ψήφισμα του Συμβουλίου για "Νέα προσέγγιση στο θέμα της τεχνικής εναρμόνισης και τυποποίησης" της 7ης Μαΐου 1985 EE C 136/1 της 04/06/1995.
- ²³ Άρθρο 1, Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
- ²⁴ Άρθρο 1, Act on Unfair Competition
- ²⁵ Άρθρο 260, παράγραφος 1, Codigo da Propriedade Industrial
- ²⁶ § 1 Gesetz gegen unlautern Wettbewerb
- ²⁷ Άρθρο 93 και 94, Loi sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur

-
- 28 Άρθρο 2598, Codice Civile
- 29 Άρθρο 16, Loi du 27 Novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale
- 30 Άρθρο 5, Ley Competencia Desleal and Article 6(b) Ley General de Publicidad
- 31 Άρθρα 1382-1384, Code Civil
- 32 Άρθρο 6:162, ‘Burgerlijk Wetboek’
- 33 §1 Marketing Practices Act
- 34 Consumer Protection Act, τμήμα 2 §1
- 35 Άρθρο 4, παράγραφος 1, Marketing Act
- 36 Το εθνικό δίκαιο της Αγγλίας έχει αναπτύξει αρχές όπως η ‘συμβατική μονομέρεια’ και η "ισότητα" για να εξασφαλίσει την ισορροπία και τη δίκαιη αντιμετώπιση στις εμπορικές συναλλαγές. Πρόσφατη έκθεση της αρχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών του ΗΒ με τίτλο "Treating Customers fairly after the point of sale" (Η δίκαιη αντιμετώπιση των πελατών αφού απομακρυνθούν από το σημείο της πώλησης), Ιούνιος 2001 εξέτασε την έννοια της "δίκαιης αντιμετώπισης" στο δίκαιο της Αγγλίας και την κατένειμε σε ορισμένα αναγνωρίσιμα στοιχεία, τα οποία όταν ενωθούν αποτελούν την έννοια του "δίκαιου" και τα είδη συμπεριφοράς που είναι ενδεικτικά της δίκαιης αντιμετώπισης (βλέπε παράρτημα 1).
- 37 Πίνακας αποτελεσμάτων για την ενιαία αγορά αριθ. 8 (28 Μαΐου 2001) σ.17-21.
- 38 Η γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής για ‘τις επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου στην ενιαία αγορά (SMO)’ δείχνει ότι πραγματοποιούνται σήμερα στην Ευρώπη μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου κάτω από το 1% των συνολικών τελικών συναλλαγών των καταναλωτών, δηλαδή λιγότερο από τις παραδοσιακές ταχυδρομικές παραγγελίες των επιχειρήσεων. (EE C/123, 25.04.01, σ.1-10)
- 39 Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο: Μια στρατηγική για την εσωτερική αγορά υπηρεσιών : COM(2000) 888
- 40 βλέπε τη γνώμη της ομάδας των εμπειρογνομόνων – κανονισμός για τις διασυνοριακές εκπτώσεις στην κοινότητα (Εμπορικές επικοινωνίες, τεύχος 19, Ιούνιος 1999) και τη γνώμη της ομάδας των εμπειρογνομόνων για τον κανονισμό της διασυνοριακής προσφοράς δώρων και προσφορών στην Κοινότητα (Εμπορικές επικοινωνίες, τεύχος 24, Οκτώβριος 2000)
- 41 Οδηγία 92/59/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 29ης Ιουνίου 1992 για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων, ΕΕ L 228, 11.08.92, σ. 24
- 42 Πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τον καθορισμό των γενικών αρχών και απαιτήσεων της νομοθεσίας για τα τρόφιμα, για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Υπηρεσίας Τροφίμων και τον καθορισμό διαδικασιών σε θέματα ασφάλειας των τροφίμων COM(2000) 716 τελικό, 08.11.2000 (EE C 96 E της 27.3.2001, σ.247)
- 43 Ευρωπαϊκή διακυβέρνηση: Μια λευκή βίβλος (COM(2001) 428)
- 44 Απόφαση του Συμβουλίου της 28.6.1999 για τον καθορισμό των όρων άσκησης των εκτελεστικών αρμοδιοτήτων που ανατίθενται στην Επιτροπή (EE L184 της 17.7.1999, σ.23)