

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ : Απαραίτητη η συμμόρφωση των εταιρειών μέσω κοινωνικής δικτύωσης με τους κανόνες της ΕΕ

Αθήνα, 17 Μαρτίου 2017

—

Οι αρχές και οι οργανώσεις καταναλωτών της ΕΕ δέχονται όλο και περισσότερες καταγγελίες καταναλωτών που είτε έπεσαν θύματα απάτης ή παραπλάνησης κατά τη χρήση ιστοτόπων μέσω κοινωνικής δικτύωσης είτε τους έχουν επιβληθεί όροι χρήσης που δεν σέβονται το δίκαιο της ΕΕ για τους καταναλωτές.

Στη βάση αυτή, οι αρχές της ΕΕ για τους καταναλωτές, με επικεφαλής τη γαλλική αρχή προστασίας των καταναλωτών και με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, απέστειλαν επιστολή προς το Facebook, το Twitter και το Google+, τον περασμένο Νοέμβριο, ζητώντας τους να αντιμετωπιστούν δύο ζητήματα.

Την Πέμπτη 16 Μαρτίου οι αρχές της ΕΕ για τους καταναλωτές και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συναντήθηκαν με τις εταιρείες αυτές για να ακούσουν και να συζητήσουν τις προτεινόμενες λύσεις τους. Οι εν λόγω εταιρείες θα πρέπει να οριστικοποιήσουν τα λεπτομερή μέτρα σχετικά με τον τρόπο συμμόρφωσης με το

κανονιστικό πλαίσιο της ΕΕ εντός ενός μηνός. Η Επιτροπή και οι αρχές των καταναλωτών θα επανεξετάσουν τις τελικές προτάσεις· εάν δεν είναι ικανοποιητικές, οι αρχές των καταναλωτών ενδέχεται τελικά να καταφύγουν σε μέτρα επιβολής της νομοθεσίας.

Με αυτή την ευκαιρία, η κ. **Βιέρα Γιούροβα** Επίτροπος αρμόδια για τη δικαιοσύνη, τους καταναλωτές και την ισότητα των φύλων δήλωσε: «Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν καταστεί μέρος της καθημερινής μας ζωής και η πλειονότητα των Ευρωπαίων τα χρησιμοποιούν τακτικά. Δεδομένης της αυξανόμενης σημασίας των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων, ήρθε πλέον η ώρα να εξασφαλίσουμε ότι οι κανόνες της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών από αθέμιτες πρακτικές τηρούνται και στον εν λόγω τομέα. Είναι απαράδεκτο το γεγονός ότι οι καταναλωτές της ΕΕ μπορούν μόνο να απευθυνθούν σε δικαστήριο στην Καλιφόρνια για την επίλυση μιας διαφοράς. Ούτε μπορούμε να δεχθούμε ότι οι χρήστες στερούνται το δικαίωμα υπαναχώρησης από μια διαδικτυακή αγορά. Οι εταιρείες κοινωνικής δικτύωσης πρέπει επίσης να αναλάβουν μεγαλύτερη ευθύνη όσον αφορά την αντιμετώπιση περιπτώσεων απάτης και παραπλάνησης που εμφανίζονται στις πλατφόρμες τους. Θέλω να ευχαριστήσω τις αρχές καταναλωτών της ΕΕ για την αδιάλειπτη συνεργασία τους με την Επιτροπή σ' αυτό το σημαντικό ζήτημα κατά τους τελευταίους μήνες. Από σήμερα, οι εταιρείες μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν προθεσμία ενός μηνός για να εξεύρουν λύσεις συμμόρφωσης με τους κανόνες της ΕΕ.»

Οι εταιρείες συμφώνησαν να προτείνουν αλλαγές, εστιάζοντας σε δύο τομείς:

- Αθέμιτοι όροι και προϋποθέσεις χρήσης·
- αντιμετώπιση περιπτώσεων απάτης και παραπλάνησης που εξαπατούν τους καταναλωτές κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Διευκρίνιση των όρων ή αφαίρεση παράνομων όρων

Οι όροι χρήσης των πλατφορμών μέσω κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να συμμορφωθούν με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για τους καταναλωτές. Πράγματι, η [οδηγία για τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων](#) προβλέπει ότι τυποποιημένοι όροι που δημιουργούν σημαντική ανισορροπία ανάμεσα στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μερών εις βάρος του καταναλωτή (άρθρο 3) κρίνονται καταχρηστικοί και, συνεπώς, άκυροι. Η οδηγία απαιτεί επίσης να συντάσσονται οι όροι σε απλή και κατανοητή γλώσσα (άρθρο 5), έτσι ώστε οι καταναλωτές να ενημερώνονται με σαφή και κατανοητό τρόπο σχετικά με τα δικαιώματά τους.

Αυτό, μεταξύ άλλων, σημαίνει ότι:

- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν μπορούν να στερούν από τους καταναλωτές το δικαίωμα προσφυγής σε δικαστήριο στο κράτος μέλος της διαμονής τους.
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν μπορούν να απαιτούν από τους καταναλωτές να παραιτηθούν από δικαιώματα αναγκαστικού δικαίου, όπως το δικαίωμα υπαναχώρησης από μια διαδικτυακή αγορά.
- Οι όροι χρήσης δεν μπορούν να περιορίζουν ή να αποκλείουν εντελώς την ευθύνη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε ό,τι αφορά την εκτέλεση των υπηρεσιών.
- Το χρηματοδοτούμενο με χορηγία περιεχόμενο δεν πρέπει να αποκρύπτεται, αλλά θα πρέπει να είναι αναγνωρίσιμο ως τέτοιο.
- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν μπορούν να μεταβάλουν μονομερώς τους όρους και τις προϋποθέσεις, χωρίς να ενημερώνουν σαφώς τους καταναλωτές σχετικά με την αιτιολόγηση και χωρίς να τους παρέχουν τη δυνατότητα ακύρωσης της σύμβασης, με τη δέουσα περίοδο προειδοποίησης.
- Όσον αφορά τους όρους χρήσης, αυτοί δεν μπορούν να παρέχουν απεριόριστη διακριτική ευχέρεια στους φορείς εκμετάλλευσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά την απομάκρυνση του περιεχομένου.
- Η λήξη της σύμβασης από τον φορέα εκμετάλλευσης του

μέσου κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να διέπεται από σαφείς κανόνες και να μην αποφασίζεται μονομερώς χωρίς αιτιολόγηση.

Εξάλειψη της απάτης και πρακτικών παραπλάνησης των καταναλωτών

Οι εταιρείες κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να αφαιρούν από τους ιστοτόπους τους κάθε πρακτική απάτης και παραπλάνησης που θα μπορούσε να παραπλανήσει τους καταναλωτές, μόλις λάβουν γνώση των πρακτικών αυτών. Στο πλαίσιο αυτό, οι εθνικές αρχές προστασίας των καταναλωτών πρέπει να διαθέτουν έναν άμεσο και τυποποιημένο δίαυλο επικοινωνίας για την αναφορά τέτοιου είδους παραβάσεων στους φορείς εκμετάλλευσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. παραβίαση της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ή της οδηγίας για τα δικαιώματα των καταναλωτών) και για να ενημερώνονται σχετικά με την αφαίρεση περιεχομένου αλλά και με τους εμπόρους που είναι υπεύθυνοι για τις παραβάσεις. Η απαίτηση αυτή είναι σύμφωνη με τη νομοθεσία της ΕΕ για τους καταναλωτές και την οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο, η οποία παρέχει τη δυνατότητα στα κράτη μέλη να θεσπίζουν διαδικασίες που διέπουν την αφαίρεση ή απενεργοποίηση της πρόσβασης σε παράνομη πληροφορία.

Παραδείγματα σχετικών πρακτικών:

- Παραπλανητικές πρακτικές που αφορούν πληρωμές εκ μέρους των καταναλωτών.
- Παγίδες εγγραφής, όπου παρέχεται στους καταναλωτές η δυνατότητα δωρεάν δοκιμής χωρίς όμως να δίδονται σαφείς και επαρκείς πληροφορίες.
- Εμπορία προϊόντων παραποίησης/απομίμησης.
- Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πολλαπλασιαστεί οι ψευδείς προσφορές, όπως «κερδίστε ένα έξυπνο τηλέφωνο για 1 ευρώ», η οποία στην πραγματικότητα ήταν ένας αληθινός διαγωνισμός, όμως με κρυφούς όρους μακροχρόνιας εγγραφής για εκατοντάδες ευρώ ετησίως.

Ιστορικό

Ο [Κανονισμός](#) της ΕΕ για τη συνεργασία όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών (ΣΠΚ) συνδέει τις εθνικές αρχές προστασίας των καταναλωτών στο πλαίσιο του πανευρωπαϊκού δικτύου για την επιβολή της νομοθεσίας. Χάρη σε αυτό το πλαίσιο, η εθνική αρχή σε μια χώρα της ΕΕ μπορεί να ζητήσει από την ομολογή της σε άλλη χώρα της ΕΕ να παρέμβει σε περίπτωση διασυνοριακής παράβασης των κανόνων της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών.

Η συνεργασία εφαρμόζεται στους κανόνες προστασίας των καταναλωτών που καλύπτουν διάφορους τομείς, όπως στην [οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές](#), την [οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο](#), την [οδηγία για τα δικαιώματα των καταναλωτών](#) και την [οδηγία σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων](#).

Το δίκτυο συνεργασίας για την προστασία των καταναλωτών οριστικοποίησε τη συντονισμένη αξιολόγηση των προβληματικών πρακτικών που εμφανίζονται στα μεγαλύτερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter and Google+), στο πλαίσιο δράσης που είχε αναλάβει η γαλλική Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού, Καταναλωτών και Καταπολέμησης της Απάτης (DGCCRF) τον Νοέμβριο του 2016, με την υποστήριξη της Επιτροπής. Η εμπορική ένωση EDiMA είχε επίσης ενημερωθεί.

[European consumer authorities common position](#)

[Το Δελτίο Τύπου στον ιστότοπο της ΕΕ](#)