

ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Οι τρέχουσες ρυθμιστικές εξελίξεις στα θέματα προστασίας καταναλωτή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών σε εθνικό επίπεδο

Της Χριστίνας Λιβαδά *

Στο χρονικό διάστημα των τελευταίων έξι (6) μηνών έχει υποβληθεί σε διαβούλευση σημαντικός αριθμός νομοθετικών προτάσεων αναθεώρησης του δικαίου της προστασίας του καταναλωτή σε όλο το φάσμα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών με ιδιαίτερη έμφαση στον χρηματοπιστωτικό τομέα.

Τον Οκτώβριο του 2006 υποβλήθηκε σε διαβούλευση από το Υπουργείο Ανάπτυξης σχέδιο αναθεώρησης του ν. 2251/1994, το οποίο τέθηκε εκ νέου σε διαβούλευση τον Μάρτιο του 2007, το Δεκέμβριο του 2006 εκδόθηκε η Απόφαση ΕΤΠΘ 234/2006 της Τράπεζας της Ελλάδος για θέματα διαφάνειας και στη συνέχεια τέθηκε σε διαβούλευση σχέδιο Κώδικα Καταναλωτής Δεοντολογίας του Συνηγόρου του Καταναλωτή. Παράλληλα, πολύ πρόσφατα εκδόθηκε με πρωτοβουλία της αυτορρύθμισης από την ΕΕΤ, Κώδικας Δεοντολογίας για τη διαφημιστική προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Στόχο όλων των προαναφερθεισών πρωτοβουλιών αποτελεί αναμφίβολα η ενίσχυση της προστασίας του καταναλωτή ως «αδύναμου» μέρους έναντι του προμηθευτή και η βελτίωση των παρεχόμενων προς αυτόν προϊόντων και υπηρεσιών, αιτήματα τα οποία γίνονται εν γένει αποδεκτό ότι υπάρχουν στον τομέα της προστασίας του καταναλωτή. Η επίτευξη ωστόσο των εν λόγω αιτημάτων μπορεί να πραγματοποιηθεί με περισσότερες διαφορετικές προσεγγίσεις, για την προσφορότητα και την αποτελεσματικότητα των οποίων υπάρχουν πολλές διαφορετικές απόψεις.

Επικρατέστερη τη δεδομένη χρονική συγκυρία είναι χωρίς αμφιβολία η τάση υιοθέτησης όλο και περισσότερων νομοθετικών διατάξεων, αρκετές φορές χωρίς να υπάρχει ο αναγκαίος συντονισμός για την αποφυγή επικαλύψεων, με την πεποίθηση ότι η επιβολή αυστηρότερων υποχρεώσεων προς τους προμηθευτές οδηγεί σε ενίσχυση της προστασίας του καταναλωτή. Ωστόσο, η προσέγγιση αυτή χαρακτηρίζεται από αρκετές αδυναμίες, οι οποίες δικαιολογούν τον έντονο προβληματισμό που επίσης εκφράζεται ως προς την επίτευξη μέσω αυτής του ευκταίου αποτελέσματος.

Ειδικότερα, κρίνεται σκόπιμο να γίνουν οι ακόλουθες επισημάνσεις:

- η υιοθέτηση πολλών διαφορετικών νομοθετικών ρυθμίσεων έχει συχνά ως αποτέλεσμα την μεταξύ τους επικάλυψη και τη σύγχυση, συνακόλουθα ως προς το ισχύον καθεστώς (αντιπροσωπευτικό παράδειγμα εν προκειμένω αποτελούν ο Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας και το σχέδιο νόμου για την αναθεώρηση του ν. 2251/1994, τα οποία επικαλύπτονται σε πολλά σημεία),
- η υιοθέτηση παρεμβατικών ρυθμίσεων, όπως είναι ορισμένες από αυτές που προτείνονται με τον Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας (π.χ. καθορισμός ανώτατου θεμιτού επιτοκίου), δεν συνάδει με το καθεστώς ελεύθερης αγοράς

- και ανοικτής οικονομίας στο οποίο λειτουργούν πλέον οι ελληνικές επιχειρήσεις, περιλαμβανομένων των πιστωτικών ιδρυμάτων,
- η υιοθέτηση υπερπροστατευτικών ρυθμίσεων, δεν παρέχει κίνητρα στον καταναλωτή για την επίδειξη υπεύθυνης και συνετής συμπεριφοράς εκ μέρους του και για τη δέουσα επιμέλεια που οφείλει να επιδεικνύει στις συναλλαγές που πραγματοποιεί,
 - η υπερρύθμιση λειτουργεί ως αντικίνητρο για τους φορείς της αγοράς ως προς τη θέσπιση μέτρων αυτορρύθμισης, τα οποία αυτοδεσμεύονται να τηρούν.

Σε κάθε περίπτωση, η όποια νομοθετική ή άλλη παρέμβαση θα πρέπει, κατά την εκτίμησή μας να αξιολογείται με γνώμονα την επίτευξη του προσδοκώμενου αποτελέσματος χωρίς ωστόσο να παραγνωρίζονται οι προαναφερθέντες προβληματισμοί.

Σχέδιο νόμου για την τροποποίηση του ν. 2251/1994 περί προστασίας του καταναλωτή

Με το αναθεωρημένο σχέδιο νόμου για την τροποποίηση του ν. 2251/1994 αναφορικά με την προστασία του καταναλωτή προτείνονται εκτεταμένες τροποποιήσεις σε σχέση με το ισχύον καθεστώς, αρκετές από τις οποίες είναι σημαντικά αυστηρότερες. Συνοπτικά, οι κυριότερες από τις προτεινόμενες αλλαγές, οι οποίες ως οριζόντιου χαρακτήρα εφαρμόζονται και στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, αφορούν τα ακόλουθα:

(α) Διευρύνεται ακόμη περισσότερο ο ορισμός του καταναλωτή. Ειδικότερα, στην έννοια του καταναλωτή υπάγεται κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα για τα οποία προορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρονται στην αγορά και τα οποία κάνουν χρήση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών εφόσον αποτελούν τον τελικό αποδέκτη τους, καθώς επίσης και ο εγγυητής, εφόσον δεν ενεργεί στο πλαίσιο επαγγελματικής ή επιχειρηματικής δραστηριότητάς του.

Ο ορισμός αυτός είναι εξαιρετικά ευρύς στο βαθμό που καταλαμβάνει όχι μόνο τα φυσικά, αλλά και τα νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων χωρίς νομική προσωπικότητα (όπως για παράδειγμα τις κοινοπραξίες), ενώ το κριτήριο που χρησιμοποιείται για να χαρακτηριστεί ένα πρόσωπο ως καταναλωτής έχει ως αποτέλεσμα την υπαγωγή στον ορισμό προσώπων, για τα οποία δεν τίθεται θέμα προστασίας τους ως προστατευτέων μερών σε μια συναλλαγή.

(β) Σύμφωνα με προτεινόμενη διάταξη του σχεδίου νόμου δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή απροσδόκητοι όροι που δεν αποτέλεσαν αντικείμενο ατομικής διαπραγμάτευσης.

Η εν λόγω διάταξη είναι ιδιαίτερα προβληματική τόσο σε ό,τι αφορά την κατανόηση του περιεχομένου της όσο και σε ό,τι αφορά την αλλοίωση που επιφέρει στην έννοια των Γενικών Όρων Συναλλαγών.

(γ) Παροχή δυνατότητας στον καταναλωτή να ζητά την έκδοση διαταγής πληρωμής για απαίτησή του σε συνέχεια απόφασης επί συλλογικής αγωγής, εφόσον η απαίτηση είναι εκκαθαρισμένη ή μπορεί ευχερώς να εκκαθαριστεί.

Η διάταξη αυτή αφενός μεν θα εμφανίσει σοβαρά προβλήματα κατά την εφαρμογή της στην πράξη και αφετέρου αποτελεί αποσπασματική παρέμβαση στον τρόπο λειτουργίας του δικονομικού μας συστήματος, η οποία δεν είναι ορθό να λαμβάνει χώρα στο πλαίσιο της συγκεκριμένης νομοπαρασκευαστικής διαδικασίας.

(δ) Παροχή εξουσιοδότησης στον Υπουργό Ανάπτυξης να προβαίνει σε κανονιστικές ρυθμίσεις που αφορούν ζητήματα που κρίνονται με αμετάκλητες δικαστικές αποφάσεις, εφόσον κρίνει ότι έχουν ευρύτερο ενδιαφέρον για την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς και την προστασία των καταναλωτών.

(ε) Ενσωμάτωση στο ελληνικό δίκαιο της Οδηγίας 2005/29/EK για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές με την οποία καθιερώνεται γενική απαγόρευση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, στις οποίες περιλαμβάνονται οι παραπλανητικές (πράξεις και παραλείψεις) και οι επιθετικές εμπορικές πρακτικές.

(στ) Εισαγωγή του θεσμού των δευτεροβάθμιων ενώσεων καταναλωτών, για τις οποίες δεν συνάγεται ωστόσο ευχερώς ο λόγος θέσπισής τους, ο σκοπός, τα καθήκοντα και οι υποχρεώσεις τους και καθιέρωση ειδικών διατάξεων για τους πόρους και τη λειτουργία εν γένει των ενώσεων καταναλωτών.

Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας Συνηγόρου του Καταναλωτή

Το Φεβρουάριο του 2007 τέθηκε σε διαβούλευση σχέδιο Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας από τον Συνήγορο του Καταναλωτή, ο οποίος προβλέπεται να κυρωθεί με Προεδρικό Διάταγμα. Η πλειοψηφία των άρθρων του σχεδίου Κώδικα αφορούν κανόνες που ισχύουν για όλους ανεξαιρέτως τους προμηθευτές, περιέχει όμως και άρθρα ανά τομέα δραστηριότητας, περιλαμβανομένων των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Μείζονος σημασίας διατάξεις του σχεδίου Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας οι οποίες προβληματίζουν ιδιαίτερα τόσο σε σχέση με την ουσία του περιεχομένου τους όσο και σε σχέση με τη δυσκολία εφαρμογής τους στην πράξη είναι, ενδεικτικά, οι ακόλουθες:

- καθορισμός ανώτατου θεμιτού επιτοκίου ανά τύπο σύμβασης, το οποίο θα καθορίζεται σε σχέση με το εκάστοτε καθοριζόμενο δικαιοπρακτικό επιτόκιο,
- αποχή από τη διενέργεια πλειστηριασμών, από τις τράπεζες και μόνον, κατά της περιουσίας οφειλετών σε συγκεκριμένες περιόδους εορτών,
- καθιέρωση υποχρέωσης παροχής πληροφόρησης κατά τρόπο, ώστε να είναι κατανοητή σε άτομα με χαμηλή μόρφωση, στους μετανάστες και σε καταναλωτές με αναπηρία,
- διασφάλιση εκ μέρους των προμηθευτών και των ενώσεών τους κατά το δυνατόν ευρύτερης κοινωνικής συμμετοχής των καταναλωτών και των ενώσεών τους στην τελική διαμόρφωση των προς υιοθέτηση γενικών όρων συναλλαγών και η υποβολή τους δύο τουλάχιστον μήνες πριν από την υιοθέτησή τους προς τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, τον Συνήγορο του Καταναλωτή και τις ενώσεις καταναλωτών κάθε νομού, και
- καθιέρωση υποχρέωσης δημιουργίας αποθεματικών κεφαλαίων και ταμείων εγγυοδοσίας για την κάλυψη των ζημιών που τυχόν υποστεί ο καταναλωτής από ενδεχόμενη πλημμελή παροχή υπηρεσιών ή την αναστολή εμπορικής λειτουργίας του προμηθευτή-μέλους τους.

Απόφαση ΕΤΠΘ 234/2006 για τη διαφάνεια των συναλλαγών

Με την εν λόγω Απόφαση της Επιτροπής Τραπεζικών και Πιστωτικών Θεμάτων της Τράπεζας της Ελλάδος επέρχονται τροποποιήσεις στην ΠΔ/ΤΕ 2501/2002 για τη διαφάνεια των συναλλαγών ως προς τα ακόλουθα:

- καθιερώνεται υποχρέωση παροχής πληροφόρησης σε εξατομικευμένη βάση σε περίπτωση μεταβολής όρου της σύμβασης με μονομερή ενέργεια (διευκρινίζεται ότι η υποχρέωση αυτή δεν ισχύει στις περιπτώσεις στις οποίες τα κύρια χαρακτηριστικά της λειτουργίας των συμβατικών όρων, κατά την αρχική και την μετέπειτα εφαρμογή τους, προσδιορίζονται με σαφήνεια, όπως για παράδειγμα για τον τρόπο μεταβολής του κυμαινόμενου επιτοκίου), και
- απαγόρευση είσπραξης εξόδων αδράνειας σε λογαριασμούς καταθέσεων ταμειευτηρίου κατά το βαθμό που αυτά υπερβαίνουν τους τόκους και θίγουν το εκάστοτε υπόλοιπο του κεφαλαίου της κατάθεσης.

Κώδικας δεοντολογίας για τη διαφημιστική προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών

Στις 12 Μαρτίου 2007 τέθηκε σε ισχύ ο Κώδικας Δεοντολογίας που υιοθέτησε η Ελληνική Ένωση Τραπεζών για τη διαφημιστική προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από πιστωτικά ιδρύματα. Ο Κώδικας υιοθετήθηκε με γνώμονα τη διασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών κατά την προώθηση της διαφημιστικής προβολής προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες-μέλη της.

Ορισμένες από τις καταγεγραμμένες στον Κώδικα αυτό γενικές αρχές που υιοθετούν εθελοντικά η ΕΕΤ και οι τράπεζες-μέλη της και συμπληρώνουν τον ισχύοντα Κώδικα Τραπεζικής Δεοντολογίας της ΕΕΤ αποτελούν:

- η περιγραφή στη διαφήμιση με τρόπο που να ανταποκρίνεται στην αντίληψη του μέσου καταναλωτή των κύριων χαρακτηριστικών των διαφημιζόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να είναι δυνατή η σύγκρισή τους ως προς τα βασικά τους χαρακτηριστικά και κυρίως τα οικονομικά,
- η ρητή αναφορά του ΣΕΠΠΕ στις διαφημίσεις που περιέχουν αριθμητικά στοιχεία κόστους,
- η έμφαση στην αναφορά του χρόνου έναρξης και λήξης προνομιακού όρου που τυχόν περιλαμβάνεται στη διαφήμιση
- η προτροπή προς τους καταναλωτές σε κάθε διαφήμιση προϊόντος ή υπηρεσίας να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες από το πιστωτικό ίδρυμα, και
- η έμφαση στο σεβασμό της ιδιωτικής ζωής του καταναλωτή.

Η έκδοση του Κώδικα εντάσσεται στη γενικότερη προσπάθεια που καταβάλλεται από την ΕΕΤ και τα μέλη της για την ενίσχυση της ενημέρωσης των καταναλωτών και την ουσιαστική βελτίωση της προστασίας τους.

* Η Χριστίνα Λιβαδά είναι Ειδική Νομική Σύμβουλος ΕΕΤ, Δ.Ν. Δικηγόρος