



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Ανεξάρτητη Αρχή



Αρμόδιες:

1. Δρ. Αθηνά Κοντογιάννη
Αναπληρώτρια Συνήγορος του Καταναλωτή

2. Δρ. Βασιλική Μπώλου
Βοηθός Συνήγορος του Καταναλωτή

Εισηγητές: Μάρθα Πετράκη, Χρήστος Ξυθάλης
Ειδικόί Επιστήμονες
e-mail: m.petraki@synigoroskatanaloti.gr
xithalis@synigoroskatanaloti.gr

Αθήνα 31 Αυγούστου 2017
Αριθ. Πρωτ. :31077

Προς:

1. (***)

2. (***)

Κοιν:

1. **Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή**
Πλ. Κάνιγγος
101 81 Αθήνα

2. **Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων**
Λ. Κηφισίας 60
151 25 Μαρούσι

3. **Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα**
Κηφισίας 1-3, Τ.Κ.
115 23 Αθήνα

4. κ. (***)

ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΥΣΤΑΣΗ – ΠΟΡΙΣΜΑ
(Άρθρο 4 παρ. 5 του ν. 3297/2004)

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή έλαβε τη με αριθμ. πρωτ. εισερχομένου 9151/14 Μαρτίου 2017 αναφορά του κ. (***) κατά της εταιρείας με την επωνυμία (***) και της εταιρείας με την επωνυμία (***), με την οποία ο καταναλωτής αιτείται τη διαμεσολάβηση της Αρχής μας για την αποχρέωση του ποσού των είκοσι ευρώ και δεκαεπτά λεπτών (20,17 ευρώ), με τα οποία η δεύτερη από τις προαναφερθείσες εταιρείες επιβάρυνε τον μηνιαίο

λογαριασμό του, προκειμένου να το αποδώσει (αφού αφαιρέσει τη δική της αμοιβή ως Παρόχου Δικτύου Εκκίνησης Κλήσης) στην πρώτη από τις προαναφερθείσες εταιρείες, η οποία με τη σειρά της, μετά από αφαίρεση της δικής της αμοιβής ως Παρόχου Δικτύου, αποδίδει το αναλογούν ποσό στην εταιρεία παροχής της Υπηρεσίας Πολυμεσικής Πληροφόρησης, εν προκειμένω την (***) με έδρα στη Γερμανία. Σχετικά επισημαίνεται ότι η (***) ως διαθέτουμε αριθμοδοτικούς πόρους που της έχουν πρωτογενώς εκχωρηθεί από την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (στο εξής Ε.Ε.Τ.Τ.), τους οποίους χρησιμοποιεί και για την παροχή υπηρεσιών αποστολής περιεχομένου συνδρομητικής φύσης, υπέχει τις υποχρεώσεις που επάγονται από τη διάταξη του άρθρου 3 παρ. 5 του Κώδικα Δεοντολογίας για την Παροχή Υπηρεσιών Πολυμεσικής Πληροφόρησης¹ (στο εξής Κώδικας Δεοντολογίας για τις Υ.Π.Π.). Σύμφωνα με την εν λόγω διάταξη “Ο Πάροχος Δικτύου διασφαλίζει με κάθε δυνατό τρόπο ότι οι αριθμοδοτικοί πόροι, οι οποίοι έχουν πρωτογενώς εκχωρηθεί σε αυτόν από την Ε.Ε.Τ.Τ., χρησιμοποιούνται για την παροχή Υ.Π.Π. σύμφωνα με τα οριζόμενα στην κείμενη νομοθεσία για τους εν λόγω αριθμούς, **ανεξαρτήτως της ύπαρξης δευτερογενούς εκχώρησης σε άλλον εκδοχέα ή όχι.**”

Ο καταναλωτής στην αναφορά του αρνείται την εισαγωγή, από πλευράς του, του αριθμού της κινητής του σύνδεσης σε ιστοσελίδα για την παροχή υπηρεσιών πολυμεσικής πληροφόρησης και δηλώνει ότι αντιλήφθηκε τη χρέωση όταν εκδόθηκε ο μηνιαίος λογαριασμός του από την (***) . Σε επικοινωνία με την εν λόγω εταιρεία, προκειμένου να αναφέρει τις αδικαιολόγητες κατά την άποψή του χρεώσεις, ο εκπρόσωπος της (***) διευκρίνισε ότι το ποσό των επίμαχων χρεώσεων, το οποίο παραμένει απαιτητό, παρά την αμφισβήτηση του καταναλωτή σχετικά με την εκούσια εγγραφή του στην Υ.Π.Π., αποδίδεται στην εταιρεία (***) για την υπηρεσία που παρασχέθηκε μέσω των επίμαχων εισερχομένων χρεώσιμων μηνυμάτων.

Μάλιστα, με το με αρ. πρωτ. εισερχομένου ΣτΚ 16747/12 Μαΐου 2017 έγγραφό της, η (***) εξέθεσε στην Αρχή μας το πλαίσιο που διέπει την παροχή των σχετικών υπηρεσιών (Υ.Π.Π.), δίνοντας έμφαση στην υποχρέωσή της να παρέχει πρόσβαση στο δίκτυό της σε τρίτους παρόχους υπηρεσιών πολυμεσικής πληροφόρησης (Υ.Π.Π.).

Η (***) με το με αρ. πρωτ. εισερχομένου ΣτΚ 13091/11 Απριλίου 2017 έγγραφό της αιτιολόγησε τις ανωτέρω χρεώσεις, προβάλλοντας το επιχείρημα ότι ο αριθμός κινητής σύνδεσης του καταναλωτή εγγράφηκε στην υπηρεσία στις 10.02.2017 μέσω της ιστοσελίδας (***) , η οποία εμφανίστηκε ως αναδυόμενο παράθυρο (pop-up window) στην οθόνη της συσκευής του κινητού τηλεφώνου (smartphone) που χρησιμοποιούσε για πλοήγηση στο διαδίκτυο μέσω του δικτύου 3G της (***) .

A. Η ως άνω περιγραφείσα πρακτική στοιχειοθετεί την έννοια της μη ζητηθείσας ηλεκτρονικής (εμπορικής) επικοινωνίας του άρθρου 9 παρ. 5 του ν. 2251/1994 για την “Προστασία των Καταναλωτών”². Ειδικότερα το αναδυόμενο παράθυρο (pop-up window, όπως και το display banner που προτείνουν στον καταναλωτή τη διαδικτυακή συμβατική δέσμευση σε συνδρομητική υπηρεσία συνιστούν περιπτώσεις *μη ζητηθείσας ηλεκτρονικής επικοινωνίας μέσω “άλλου ηλεκτρονικού μέσου επικοινωνίας” του άρθρου 9*

1 Αρ. Απόφασης ΕΕΤΤ 578/29, ΦΕΚ Β'1651/15-10-2010.

2 Για την έννοια και τη ρύθμιση της μη ζητηθείσας ηλεκτρονικής (εμπορικής) επικοινωνίας βλ. Δελούκα-Ιγγλέζη Κ., Δίκαιο του Καταναλωτή (2014), σ. 214 επ. και της ίδιας στο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (επιμ. Ε. Αλεξανδρίδου), (2015), σ. 591 επ.. Επίσης βλ. Καράκωστα Ι., Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (2016), σ. 399-400.

παρ.5 του ν. 2251/1994 που επιτρέπεται μόνον εφόσον τηρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις του άρθρου 11 του ν. 3471/2006 “Προστασία προσωπικών δεδομένων και ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές Επικοινωνίες”.

Η (***) στο προαναφερθέν από 11.04.2017 έγγραφό της επισυνάπτει σελίδα με την εικόνα της αναδυόμενης ιστοσελίδας, στην οποία υπάρχει η εικόνα κομβίου με την ένδειξη “ΕΙΜΑΙ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 18”, πάνω στο οποίο ο καταναλωτής φέρεται να άσκησε πίεση, επιβεβαιώνοντας με αυτόν τον τρόπο ότι επρόκειτο για ενήλικο άτομο. Σύμφωνα με το έγγραφο, μόλις ολοκληρώθηκε αυτή η κίνηση ο καταναλωτής μεταφέρθηκε στην επόμενη σελίδα, στην οποία επιλέγοντας το tickbox και στη συνέχεια το “επιβεβαίωση”, επιβεβαίωσε για δεύτερη φορά, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της εταιρείας (***), τη βούλησή του για ενεργοποίηση της επίμαχης συνδρομητικής υπηρεσίας, για τη φύση της οποίας (ως συνδρομητική, το ακριβές ύψος της χρέωσης και τους λοιπούς όρους παροχής της) είχε ήδη ενημερωθεί μέσω της ιστοσελίδας και είχε συμφωνήσει. Ακολούθησε η δωρεάν λήψη του καλούμενου “πρωτομηνύματος” (μηνύματος υποδοχής) και στη συνέχεια των τριών (3) εισερχομένων ανά εβδομάδα χρεώσιμων μηνυμάτων που αποτελούν μέρος του περιεχομένου της υπηρεσίας. Μάλιστα, στο ως άνω έγγραφο της εταιρείας (***) γνωστοποιήθηκε στην Αρχή μας η διεύθυνση IP της τηλεφωνικής συσκευής, μέσω της οποίας έγιναν οι προαναφερθείσες ενέργειες και επισημάνθηκε³ ότι η αναπόδραστη σχέση μεταξύ κατόχου του κινητού τηλεφώνου, μέσω του οποίου έγινε η ενεργοποίηση και της ίδιας της ενέργειας της ενεργοποίησης αποδεικνύεται από το προαπαιτούμενο γεγονός της φυσικής πρόσβασης στο τηλέφωνο, προκειμένου να γίνει χρήση της υπηρεσίας.

Β. Η επισήμανση αυτή δεν αίρει, ωστόσο, τον προβληματισμό περί ενδεχόμενης ακούσιας εγγραφής του κατόχου της κινητής συσκευής τύπου smartphone (έξυπνου τηλεφώνου), καθώς η κοινή πείρα όσων χρησιμοποιούν τέτοιες συσκευές για την καθημερινή τους επικοινωνία δείχνει ότι η άσκηση πίεσης σε σημεία της οθόνης (εικονίδια “έναρξη”, “επιβεβαίωση”, κ.ά.) που ενεργοποιούν, όπως στη συγκεκριμένη περίπτωση τη διαδικτυακή⁴ σύναψη σύμβασης παροχής συνδρομητικών υπηρεσιών είναι, λόγω και της οθόνης αφής, εξαιρετικά ευχερές να έχει λάβει χώρα τυχαία ή εκ παραδρομής, χωρίς δηλαδή τη συνειδητή ενεργοποίησή τους από τον κάτοχο της συσκευής. Αυτός ο κίνδυνος της ακούσιας (τυχαίας ή εκ παραδρομής) ενεργοποίησης αυξάνει όταν, όπως συνέβη στην υπόψη περίπτωση, η ιστοσελίδα της συνδρομητικής υπηρεσίας εμφανίζεται στην οθόνη της συσκευής του κινητού τηλεφώνου κατά την πλοήγηση στο διαδίκτυο ως αναδυόμενο παράθυρο (pop-up window). Στις περιπτώσεις αυτές ο χρήστης εύλογα δεν αναμένει την πρόσκληση για κατάρτιση σύμβασης παροχής συνδρομητικών υπηρεσιών, αφού δεν έχει ο ίδιος με θετική του ενέργεια, πληκτρολογώντας τη διεύθυνση της ιστοσελίδας παροχής της συνδρομητικής υπηρεσίας αιτηθεί, την εμφάνισή της στην οθόνη του, προκειμένου να προχωρήσει στις αναγκαίες για την εγγραφή του στην υπηρεσία ενέργειες και στην επιβεβαίωση της βούλησής του για ενεργοποίηση των εν λόγω υπηρεσιών βάσει του Κώδικα Δεοντολογίας για τις Υ.Π.Π.. Η αιφνιδιαστική εμφάνιση του αναδυόμενου παραθύρου συνδρομητικής υπηρεσίας που πιθανώς παρεμβλήθηκε στην εικόνα άλλων ανοιχτών ιστοσελίδων στο κινητό του χρήστη, δυσχεραίνοντας την επίσκεψή του στις πράγματι αιτηθείσες από αυτόν προς εμφάνιση ιστοσελίδες, λόγω ενδεχόμενης απόσπασης της προσοχής του και λόγω αναγκαστικής μείωσης του καταλαμβανόμενου από αυτές εμβαδού της οθόνης, είναι πολύ πιθανό να τον οδήγησε,

³ Σε δεύτερο με αρ. πρωτ. εισερχομένου ΣτΚ 21826/19 Ιουνίου 2017 απαντητικό έγγραφο της εταιρείας (***) στο με αρ. πρωτ. 17238/16 Μαΐου 2017 αίτημα επανεξέτασης της δοθείσας απάντησης.

⁴ Εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, κατά την έννοια του Κώδικα Καταναλωτικής Δεοντολογίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ΦΕΚ Β' 969/ 22-03-2017).

όπως θα συνέβαινε, άλλωστε, και με το μέσο χρήστη τέτοιων συσκευών, σε ενέργειες σχεδόν αντανάκλαστικές που αποσκοπούν στην εξαφάνιση του αναδυόμενου παραθύρου από την οθόνη του κινητού του⁵. Οι κινήσεις αυτές, αν συνδυασθούν με κάποια σχετική απειρία στην απαιτητική κατά τεκμήριο ταυτόχρονη διαχείριση πολλαπλών ιστοσελίδων, εικονιδίων και πληροφοριών σε περιορισμένο χώρο (όπως είναι αυτός της οθόνης του κινητού), μπορούν να καταλήξουν σε ενέργειες μη καλυπτόμενες από την έννοια της “(...) ρητής συγκατάθεσης(...)” του χρήστη που επιτάσσει το άρθρο 6 παρ. 7 του Κώδικα Δεοντολογίας για τις Υ.Π.Π., προκειμένου να είναι σύννομη η λειτουργία λογισμικού που καθιστά δυνατή τη σύνδεση του Τελικού Χρήστη με την Υ.Π.Π. μέσω διαδικτύου, όταν γίνεται ενεργοποίηση σύνδεσης με την Υ.Π.Π.. Σε κάθε περίπτωση δεν διασφαλίζεται επαρκώς η ασφάλεια των συναλλαγών και η ελευθερία των καταναλωτών για σύναψη ή μη σύναψη σύμβασης.

Τα παραπάνω αποκτούν ακόμη μεγαλύτερη σημασία αν συνυπολογιστεί το γεγονός ότι κατά το αρχικό στάδιο δεν ζητήθηκε⁶ από την εφαρμογή η εισαγωγή με θετική ενέργεια του Χρήστη του αριθμού της κινητής του σύνδεσης στην ιστοσελίδα της συνδρομητικής υπηρεσίας, όπως προβλέπει το άρθρο 8 παρ. 8 (β) του Κώδικα Δεοντολογίας για τις Υ.Π.Π.⁷. Το γεγονός ότι η (***) δεν αντικρούει τον ισχυρισμό του καταναλωτή περί μη εγγραφής από τον ίδιο του αριθμού του στην ιστοσελίδα και πολύ περισσότερο δεν αποδεικνύει τέτοια εγγραφή, αλλά τοποθετείται αναφέροντας ότι “Ο εν λόγω συνδρομητής εγγράφηκε στις 10-02-2017 μέσω της διαδικτυακής ιστοσελίδας (***) (...)” μετακυλίζει στην πράξη στον καταναλωτή το βάρος απόδειξης ότι δεν συνέπραξε ενεργητικά στην εγγραφή του στη συγκεκριμένη συνδρομητική υπηρεσία. Είναι προφανές ότι έτσι τον φέρει σε εξαιρετικά δυσχερή θέση, δυσανάλογη με τα τεχνικά μέσα απόδειξης που ο μέσος καταναλωτής μπορεί να διαθέτει, αφού η πολυπλοκότητα των ψηφιακών συστημάτων που χρησιμοποιούνται για τη διαδικτυακή, online σύναψη τέτοιων συμβάσεων δεν του επιτρέπει να έχει πρόσβαση σε εκείνα τα στοιχεία που μπορούν να αποδείξουν την ενεργητική (ή μη) σύμπραξή του στην εγγραφή. Άλλωστε, είναι γνωστό ότι το περιεχόμενο που εμφανίζεται στην οθόνη του Χρήστη, καθώς και οι ενέργειες που λαμβάνουν (ή δεν λαμβάνουν) χώρα (εισαγωγή αριθμού σύνδεσης, κ.ά) βρίσκονται κάτω από τον έλεγχο του ιδιοκτήτη/ διαχειριστή/ έχοντος την ευθύνη της ιστοσελίδας/ προγράμματος (“script”), εν προκειμένω την εταιρεία παροχής της Υ.Π.Π.. Σε κάθε περίπτωση, η επιχειρηματολογία της (***) αφήνει ανοικτό το ενδεχόμενο ο αριθμός του καταναλωτή να “τραβήχτηκε” από το λογισμικό που η εταιρεία παροχής της Υ.Π.Π. χρησιμοποίησε για την εγγραφή στην υπηρεσία, εγείροντας θέματα επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του άρθρου 171 του ν. 4070/2012 (το οποίο αντικατέστησε το άρθρο 5 του ν. 3471/2006). Επισημαίνεται, ότι κάτι τέτοιο είναι εφικτό μόνο εάν ο τηλεπικοινωνιακός πάροχος της σύνδεσης (εν προκειμένω η (***) το επιτρέψει.

Γ. Άλλωστε, στην υπό διερεύνηση περίπτωση δεν επιλέχθηκε από την εταιρεία Πάροχο Δικτύου μία διαδικασία που να εγγυάται τα ελάχιστα επίπεδα ασφάλειας, όπως είναι αυτή της αποστολής μοναδικού κωδικού (PIN), το οποίο θα έπρεπε να εισαγάγει ο συνδρομητής σε κατάλληλο πεδίο της ιστοσελίδας, προκειμένου να προχωρήσει η

5 Π.χ. χρήση του πλήκτρου επιστροφής ← ή του κλεισίματος της ιστοσελίδας, αν παρέχεται τέτοια δυνατότητα.

6 Σύμφωνα με τα όσα αναφέρει ο συνδρομητής στην καταγγελία του, τα οποία δεν αντικρούονται από τα απαντητικά έγγραφα των εμπλεκόμενων εταιρειών.

7 Η εν λόγω διάταξη ορίζει ότι “Εφόσον ο Τελικός Χρήστης επιλέξει: (...) β) μία υπηρεσία με συνδρομή μέσω διαδικτύου, **εισάγοντας τον αριθμό** του σε διαδικτυακή σελίδα, είτε πρέπει να λάβει άμεσα ένα σύντομο μήνυμα με κωδικό, τον οποίο και θα πρέπει να εισάγει στην ιστοσελίδα, είτε ένα σύντομο μήνυμα στο οποίο θα πρέπει να απαντήσει στην περίπτωση που αποδέχεται την εγγραφή στην υπηρεσία.(...)”.

εγγραφή του στην υπηρεσία. Η διαδικασία αυτή δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μεγαλύτερο βαθμό ασφάλειας σχετικά με το περιεχόμενο της δήλωσης βούλησης του Χρήστη για εγγραφή, καθώς η ορθή καταχώρηση στο κατάλληλο πεδίο των ψηφίων του κωδικού (PIN), όπως αυτά έχουν μόλις αποσταλεί στο κινητό του είναι ενέργεια που, κατά κανόνα, δεν μπορεί να ολοκληρωθεί με επιτυχία τυχαία ή εκ παραδρομής, αλλά έχει ως προαπαιτούμενο συνειδητή ενέργειά του, σε αντίθεση με όσα προαναφέρθηκαν για τη διαδικασία εγγραφής μέσω της επιλογής εικονιδίων τύπου “έναρξη, ενεργοποίηση, ok, κ.ά.” σε οθόνη αφής έξυπνου κινητού.

Λαμβάνοντας, λοιπόν, υπόψη τον τρόπο με τον οποίο έλαβαν χώρα οι ανωτέρω διαδικασίες στην υπό κρίση υπόθεση, ο “Συνήγορος του Καταναλωτή” θεωρεί την επίμαχη εμπορική πρακτική επιθετική στη βάση του άρθρου 9ζ παρ.1 του ν. 2251/1994 για την “Προστασία των καταναλωτών” και ειδικότερα κρίνει ότι στοιχειοθετείται η απαγορευμένη επιθετική πρακτική της συνεχούς και ανεπιθύμητης άγρας πελατών με εξ αποστάσεως μέσα⁸ του άρθρου 9η(γ) του ίδιου νόμου.

Συγκεκριμένα, ο επιθετικός χαρακτήρας της ως άνω εμπορικής πρακτικής συνίσταται στην παρενόχληση και την αιφνιδιαστική πρόταση σύναψης σύμβασης μέσω του αναδυόμενου παραθύρου κατά την πλοήγησή του Χρήστη στο διαδίκτυο, πρόταση η οποία εφόσον γίνει δεκτή οδηγεί σε αυτόματη χρέωση του λογαριασμού τηλεπικοινωνιών του Χρήστη⁹. Σχετικά με το ενδεχόμενο σημαντικής παρεμπόδισης της ελευθερίας συμπεριφοράς του καταναλωτή ως προς την προτεινόμενη συνδρομητική υπηρεσία, επισημαίνουμε την καταγραφή μίας διαδικτυακής συναλλακτικής συμπεριφοράς χωρίς την ύπαρξη τέτοιας βούλησης από την πλευρά του Χρήστη ή ενδεχομένως την ύπαρξη και αντίθετης βούλησης σε αυτή τη συναλλαγή (περίπτωση που ο Χρήστης, ιδίως ο άπειρος- προσπαθεί να “εξαφανίσει” το αναδυόμενο παράθυρο από την οθόνη του, προχωρώντας σε ενέργειες που ενέχουν τον κίνδυνο να δοθεί εντολή διαφορετικού περιεχομένου από αυτό του “κλεισίματος” του παραθύρου). Η αιφνιδιαστική πρόταση σύναψης σύμβασης που έχει το χαρακτήρα της διαδικτυακής εν προκειμένω παρενόχλησης ενδέχεται πράγματι να οδηγήσει σε απόφασης συναλλαγής που διαφορετικά ο καταναλωτής δεν θα ελάμβανε, αφού το καταγεγραμμένο από τα πληροφοριακά συστήματα των εμπλεκόμενων εταιρειών αποτέλεσμα της εκδήλωσης οικονομικής συμπεριφοράς είναι η χρέωση του λογαριασμού τηλεπικοινωνιών του καταναλωτή. Πέραν των όσων προαναφέρθηκαν σχετικά με την έλλειψη της συναλλακτικής βούλησης από πλευράς του καταναλωτή, επισημαίνουμε ότι η στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς του χρήστη έξυπνου κινητού στην υπό κρίση περίπτωση φθάνει στο σημείο της ακούσιας (τυχαίας ή εκ παραδρομής) διαδικτυακής σύναψης σύμβασης για παροχή συνδρομητικών υπηρεσιών, χωρίς αυτός να εισαγάγει με θετική του ενέργεια τον αριθμό σύνδεσης του κινητού του στην ιστοσελίδα της υπηρεσίας.

8 Σχετικά με την έννοια της επιθετικής εμπορικής πρακτικής του άρθρου 9ζ παρ.1 ν. 2251/1994 και τις απαγορευμένες επιθετικές πρακτικές του 9η(γ) βλ. Δελούκα- Ιγγλέζη Κ., Δίκαιο του Καταναλωτή (2014), σελ. 314-316, της ίδιας στο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (επιμ. Ε. Αλεξανδρίδου), (2015, σελ. 644-5, 646). Επίσης βλ. Καράκωστα Ι., Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή (2016), σελ.409 και 413.

9 Επισημαίνουμε ότι στις διαφημίσεις άλλων προϊόντων ή υπηρεσιών με αναδυόμενο παράθυρο κατά την πλοήγησή μας στο διαδίκτυο ακόμα και όταν συνοδεύονται από τη δυνατότητα άμεσης διαδικτυακής σύναψης σύμβασης αγοράς, δεν υπάρχει σύνομη δυνατότητα, όπως συμβαίνει στην περίπτωση των Υ.Π.Π, άμεσης χρέωσης του λογαριασμού παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών του καταναλωτή. Άλλωστε, όταν παρέχεται δυνατότητα σύναψης σύμβασης διαδικτυακά, συνήθως συνοδεύεται από μετάβαση σε κάποιο e-shop του πωλητή στη σελίδα του οποίου με συγκεκριμένες αυστηρές διαδικασίες ο καταναλωτής εισάγει στοιχεία χρεωστικής/πιστωτικής κάρτας, ηλεκτρονικού πορτοφολιού κ.ά., εντείνοντας αναγκαστικά την προσοχή του πριν προβεί σε σύναψη σύμβασης. Έτσι λαμβάνει κατά τεκμήριο συνειδητά τη συναλλακτική απόφαση έχοντας αποδεχθεί τη χρέωση του γι' αυτήν.

Κατόπιν των ανωτέρω ο Συνήγορος του Καταναλωτή, με σκοπό τη συμβιβαστική επίλυση της διαφοράς:

I) Απευθύνει Σύσταση προς την εταιρεία (***) να αποσύρει άμεσα την αξίωσή της για χρέωση του συγκεκριμένου αριθμού κινητής σύνδεσης με το ποσό των είκοσι ευρώ και δεκαεπτά λεπτών (20,17 ευρώ) και να πιστώσει το συγκεκριμένο ποσό υπέρ της εταιρείας (***) στο δίκτυο της οποίας ανήκει ο αριθμός της σύνδεσης, προκειμένου η τελευταία να το πιστώσει με τη σειρά της στον καταναλωτή.

II) Καλεί την εταιρεία (***), ως Πάροχο Δικτύου κατά την έννοια του Κώδικα Δεοντολογίας για τις Υ.Π.Π. να προβεί σε κάθε αναγκαία ενέργεια προκειμένου να διασφαλίσει με κάθε δυνατό τρόπο ότι οι αριθμοδοτικοί πόροι, οι οποίοι έχουν πρωτογενώς εκχωρηθεί σε αυτήν από την Ε.Ε.Τ.Τ., χρησιμοποιούνται για την παροχή Υ.Π.Π. σύμφωνα με τα οριζόμενα στην κείμενη νομοθεσία για τους εν λόγω αριθμούς, ανεξαρτήτως της ύπαρξης δευτερογενούς εκχώρησης σε άλλον εκδοχέα ή όχι. Ειδικότερα, καλεί την (***) συνεργαζόμενη με τις εταιρείες που συμμετέχουν στην υλοποίηση της επίμαχης διαδικασίας να προβεί σε κάθε αναγκαία ενέργεια, προκειμένου να παύσει στο εξής η ανωτέρω περιγραφείσα πρακτική παροχής Υ.Π.Π., κατά την οποία εγγράφονται σε τέτοιες υπηρεσίες καταναλωτές, χωρίς να καταχωρούν οι ίδιοι με θετική τους ενέργεια τον αριθμό της κινητής τους σύνδεσης σε ορισμένο για τον σκοπό αυτό πεδίο ιστοσελίδας παροχής Υ.Π.Π., με μόνη την άσκηση πίεσης σε εικονίδιο με την ένδειξη “ΕΙΜΑΙ ΠΑΝΩ ΑΠΟ 18”, ή “έναρξη”, ή “ΟΚ”, ή κ.ά. και στη συνέχεια με άσκηση πίεσης σε εικονίδιο με την ένδειξη “επιβεβαίωση”, ή “ΟΚ”, ή κ.ά..

Η εταιρεία (***) καλείται να μεριμνήσει για την εφαρμογή τρόπων εγγραφής στις Υ.Π.Π. για την παροχή των οποίων χρησιμοποιούνται αριθμοδοτικοί πόροι, οι οποίοι έχουν πρωτογενώς εκχωρηθεί σε αυτήν από την Ε.Ε.Τ.Τ., με τους οποίους να διασφαλίζεται πέραν κάθε αμφιβολίας η ρητή συγκατάθεση του Χρήστη για εγγραφή με θετική του ενέργεια π.χ. μέσα από εναλλακτικό κανάλι επικοινωνίας (π.χ. SMS), πέραν του πρωτεύοντος (διαδίκτυο), κατά τρόπον ώστε οι ενέργειες που λαμβάνουν χώρα μέσα από το δευτερεύον κανάλι να μπορούν να επιβεβαιωθούν από τρίτο μέρος π.χ. τον πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών (για παράδειγμα ο καταναλωτής να πρέπει να λάβει και να απαντήσει σε SMS για τη συμφωνία του στην παροχή της Υ.Π.Π.).

III) Καλεί την εταιρεία- πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών (***) που εδώ ενεργεί ως Πάροχος Δικτύου Εκκίνησης Κλήσης, μέσω των λογαριασμών της οποίας γίνεται η χρέωση του συνδρομητή και η οποία αμείβεται για τις σχετικές της υπηρεσίες με αντίτιμο ποσόστό από τα καταβαλλόμενα από τον τελικό Χρήστη για την Υ.Π.Π., να παύσει να παρέχει στις συμβαλλόμενες με αυτήν εταιρείες- παρόχους αριθμοδοτικών πόρων¹⁰ ή/ και παρόχους Υ.Π.Π. τεχνικές δυνατότητες πρόσβασης στους αριθμούς κινητών συνδέσεων των συνδρομητών της, όταν πρόκειται για την παροχή Υ.Π.Π. που δεν διασφαλίζουν επαρκώς την ασφάλεια των συναλλαγών, σύμφωνα με όσα αναλύθηκαν ανωτέρω (ενδεικτικά αναφέρουμε το παράδειγμα του “pop-up window” ή του “display banner” και της εγγραφής μέσω της επιλογής εικονιδίων τύπου “έναρξη, ενεργοποίηση, ok, κ.ά” σε οθόνη αφής έξυπνου κινητού).

IV) Καλεί την εταιρεία (***) να γνωστοποιήσει στην Αρχή εγγράφως, εντός δέκα (10)

¹⁰ Όπως εν προκειμένω είναι η εταιρεία (***)

ημερών από την λήψη της παρούσας, εάν αποδέχεται τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα έγγραφη Σύσταση.

V) Καλεί την εταιρεία (***) να γνωστοποιήσει στην Αρχή εγγράφως, εντός δέκα (10) ημερών από την λήψη της παρούσας, εάν αποδέχεται τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα έγγραφη Σύσταση.

VI) Αποφασίζει ότι, σε περίπτωση που οι παραπάνω εταιρείες δεν αποδεχθούν τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα Σύσταση, ο Συνήγορος του Καταναλωτή, θα ενεργήσει σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην παρ. 5 του άρθρου 4 του ν. 3297/2004 και, συγκεκριμένα, θα δημοσιοποιήσει το γεγονός, κοινοποιώντας καταλλήλως το πόρισμα του ή και αποστέλλοντάς το στις κατά περίπτωση αρμόδιες για την επιβολή κυρώσεων αρχές και υπηρεσίες.

Ο ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Λευτέρης Γ. Ζαγορίτης