



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Αρμόδιος: Ευθύμιος Τσίγκας  
Βοηθός Συνήγορος Καταναλωτή

Αθήνα 12 Μαρτίου 2024  
Αριθ. Πρωτ. :16349

Πληροφορίες: Μαρία Δημητρακοπούλου  
Ηλεκτρον. δ/νση: mardim@synigoroskatanaloti.gr

#### ΠΡΟΣ:

1. Οργανισμό Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος  
(ΟΤΕ) Α.Ε.  
Λ. Κηφισίας 99  
15124 Μαρούσι

2. COSMOTE Α.Ε.  
Λ. Κηφισίας 99  
15124 Μαρούσι

### ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΥΣΤΑΣΗ - ΠΟΡΙΣΜΑ

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή αποτελεί Ανεξάρτητη Αρχή, επιφορτισμένη από τον ν. 3297/2004 (“Συνήγορος του Καταναλωτή – Ρύθμιση θεμάτων του Υπουργείου Ανάπτυξης και άλλες διατάξεις”), όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, με τη συναινετική επίλυση των καταναλωτικών διαφορών, δυνάμει εκ του ανωτέρω νόμου (άρθρα 3 παρ. 1 και 4 παρ. 1), καθώς και του άρθρου 5 του π.δ. 55/2014 (Κανονισμός Εσωτερικής Λειτουργίας της Ανεξάρτητης Αρχής “Συνήγορος του Καταναλωτή”) να επιλαμβάνεται των υποθέσεων της αρμοδιότητάς της και αυτεπαγγέλτως. Ειδικότερα, δυνάμει των ανωτέρω διατάξεων, ο Συνήγορος του Καταναλωτή μπορεί να προβαίνει σε συστάσεις και υποδείξεις προς τους προμηθευτές, ιδίως όταν από την επιχειρηματική συμπεριφορά τους θίγεται μεγάλος αριθμός καταναλωτών, καθώς και σε αυτεπάγγελτη έρευνα κατόπιν εκτίμησης της σοβαρότητας του θέματος και με κριτήριο τον αριθμό των θιγόμενων καταναλωτών από συγκεκριμένη επιχειρηματική πρακτική, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη τη βαρύτητα της προσβολής των δικαιωμάτων ή των συμφερόντων τους, καθώς και το ενδεχόμενο της πραγματικής ή νομικής αδυναμίας των άμεσα θιγόμενων για πρόσβαση στη διαδικασία υποβολής αναφοράς.

Στο πλαίσιο της ανωτέρω αρμοδιότητας (άρθρο 4 παρ. 1 και 4 του ν. 3297/2004), η Αρχή μας έχει δεχθεί αναφορές καταναλωτών που στρέφονται κατά των εταιρειών του Ομίλου ΟΤΕ “Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (ΟΤΕ) Α.Ε.” και “COSMOTE Α.Ε.” (εφεξής οι Εταιρείες) σε σχέση με την κατάργηση της έκπτωσης του ενός (1) ευρώ σε μηνιαίο ή δύο (2) ευρώ σε διμηνιαίο λογαριασμό για τους συνδρομητές που λαμβάνουν e-λογαριασμό και την αντίστοιχη αύξηση του σταθερού ποσού που καταβάλλεται ως τίμημα σε συμβάσεις ορισμένου χρόνου. Η εν λόγω αύξηση ανακοινώθηκε στις 21.8.2023 με ανακοίνωση στην ιστοσελίδα των Εταιρειών και ενημερώθηκαν σχετικά οι συνδρομητές μέσω SMS ή/και μέσω λογαριασμού.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, πέραν της εφαρμογής της κατά νόμο διαδικασίας (άρθρο 4 ν. 3297/2004 και άρθρο 133 Ν. 4727/2020<sup>1</sup>) για την λήψη εκατέρωθεν απόψεων στο σύνολο των

<sup>1</sup> Σύμφωνα με το άρθρο 133 Ν. 4727/2020 - Εξωδικαστική επίλυση διαφορών - (άρθρο 25 της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972): “1. Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, σε συνεργασία με την Ε.Ε.Τ.Τ. όπου κρίνεται αναγκαίο, είναι αρμόδιος για την επίλυση των διαφορών μεταξύ παρόχων και καταναλωτών που προκύπτουν από την εφαρμογή του παρόντος Μέρους και αφορούν την

σχετικών καταγγελιών που έλαβε, αποφάσισε να προχωρήσει σε αυτεπάγγελτη έρευνα, κατ' άρθρο 3 παρ. 1 και 2 του ν. 3297/2004 (ΦΕΚ Α' 259), όπως ισχύει, και άρθρο 5 του π.δ. 55/2014 (ΦΕΚ Α' 91), επί των τεθέντων ζητημάτων, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι το θέμα αφορά απροσδιόριστο αριθμό καταναλωτών, που ενδεχομένως, βρίσκονται σε πραγματική ή νομική αδυναμία για πρόσβαση στην υποβολή μεμονωμένης αναφοράς, αλλά και τη σοβαρότητα του ζητήματος, το οποίο μπορεί να παραβιάζει τα δικαιώματα και να βλάπτει τα συμφέροντα των καταναλωτών- συνδρομητών των άνω Εταιρειών.

## I. ΙΣΤΟΡΙΚΟ:

Η Αρχή μας έλαβε αναφορές καταναλωτών σύμφωνα με τις οποίες κατά τους μήνες Αύγουστο και Σεπτέμβριο 2023 έλαβαν μηνύματα SMS από τις Εταιρείες με το εξής περιεχόμενο: "Από 01.10.2023 για τους συνδρομητές που λαμβάνουν μηνιαίο και από 23.10.2023 για τους συνδρομητές που λαμβάνουν διμηνιαίο λογαριασμό σταθερής τηλεφωνίας, καταργείται η παροχή της έκπτωσης λογαριασμού σταθερής και κινητής, που ανέρχεται μηνιαίως σε ένα (1) ευρώ/ μήνα (0,77 € προ ΦΠΑ και τέλους σταθερής τηλεφωνίας ή δύο (2) ευρώ / δίμηνο (1,54 € προ ΦΠΑ και τέλους σταθερής τηλεφωνίας). Επίσης, από 1.10.2023 καταργείται η παροχή έκπτωσης 0,98 ευρώ /μήνα (0,72 € προ ΦΠΑ και τέλους σταθερής τηλεφωνίας) για τους συνδρομητές που λαμβάνουν e-λογαριασμό κινητής τηλεφωνίας." Οι εταιρείες ανακοίνωσαν παράλληλα ότι από 1.10.2023 τριπλασιάζονται τα δωρεάν data 7 ημερών που προσφέρονται ως δώρο με κάθε ηλεκτρονική εξόφληση λογαριασμού σταθερής ή κινητής. Επισημαίνεται ότι οι καταγγέλλοντες ουδέποτε ζήτησαν ή συνείνεσαν στην παροχή της υπηρεσίας 3 GigaByte για κάθε ηλεκτρονική εξόφληση λογαριασμού.

Στις 21/08/2023 δημοσιεύθηκε στην ιστοσελίδα [www.cosmote.gr](http://www.cosmote.gr) ανακοίνωση για τη διακοπή της ως άνω έκπτωσης στους συνδρομητές που λαμβάνουν ηλεκτρονικό λογαριασμό, στην οποία αναφερόταν και το δικαίωμα τους για αξίμια καταγγελία των συμβάσεων τους σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού Γενικών Αδειών. Αναγράφονταν επίσης ότι εξακολουθούν να ισχύουν οι υποχρεώσεις τους για την καταβολή τυχόν υπολοίπου σχετικά με επιδότηση συσκευής ή τερματικού εξοπλισμού που δεν έχει αποσβεστεί μέχρι τη στιγμή της καταγγελίας, σύμφωνα με τους όρους των συμβάσεων.

Όπως προκύπτει από τα κείμενα των αναφορών, οι καταγγέλλοντες διατηρούν συμβάσεις διάρκειας 24 μηνών σταθερής ή/και κινητής τηλεφωνίας με την εμπορική ονομασία "COSMOTE" με οικονομικά προγράμματα που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένα πακέτα παροχής υπηρεσιών. Σημειώνεται ότι τα οικονομικά προγράμματα σταθερής τηλεφωνίας προεγκρίνονται από την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) ως προς τους βασικούς τους όρους, δυνάμει Αποφάσεων της<sup>2</sup>.

Στις αναφορές οι καταναλωτές ισχυρίζονται μεταξύ άλλων ότι η υπό κρίση έκπτωση χρησιμοποιούνταν από τους πωλητές ως δέλεαρ και ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ότι ανακοινωνόταν μόνο μία συνολική τιμή συμπεριλαμβανόμενη στο μηνιαίο πάγιο για όλη τη διάρκεια της σύμβασης, ότι οι Εταιρείες επωφελούνται μονομερώς από την κατάργηση της έκπτωσης, επειδή

εκτέλεση των συμβάσεων."

<sup>2</sup>Ενδεικτικά αναφέρεται η υπ' αριθμ. 1032/08 Απόφαση ΕΕΤΤ με τίτλο "Εξέταση του υποβληθέντος προς έλεγχο στην ΕΕΤΤ αιτήματος της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ για έγκριση διάθεσης των οικονομικών προγραμμάτων: *Cosmote Double Play Advanced Unlimited με ελάχιστη παραμονή 24 μηνών, παραλλαγή τιμών III και συνδυαστικά με προωθητική ενέργεια, Cosmote Fiber 100 Unlimited με ελάχιστη παραμονή 24 μηνών, παραλλαγή τιμών IV και συνδυαστικά με προωθητική ενέργεια και Cosmote Fiber 200 Unlimited με ελάχιστη παραμονή 24 μηνών, παραλλαγή τιμών VI, και συνδυαστικά με προωθητική ενέργεια*" (ΦΕΚ Β' 3765, 18.7.2022), με την οποία η ΕΕΤΤ προενέκρινε τα ως άνω οικονομικά προγράμματα με τους συγκεκριμένους όρους και χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τη σχετική περιγραφή / ανάλυση της εταιρείας ΟΤΕ ΑΕ, στην οποία αναφέρονται επί λέξει τα κάτωθι:

"1.1 Η εταιρεία ΟΤΕ Α.Ε. με την υπ' αρ. πρωτ. ΕΜΠ. 8625/ Φ960/20-05-2022 (αρ. πρωτ. ΟΤΕ 17/ΕΜΠ.38/19-5-2022) επιστολή της αιτείται την έγκριση διάθεσης των οικονομικών προγραμμάτων: α. COSMOTE DOUBLE PLAY ADVANCED Unlimited με ελάχιστη παραμονή 24 μηνών, παραλλαγή τιμών III, β. COSMOTE FIBER 100 Unlimited με ελάχιστη παραμονή 24 μηνών, παραλλαγή τιμών IV, γ. Cosmote Fiber 200 Unlimited με ελάχιστη παραμονή 24 μηνών παραλλαγή τιμών VI, και την έγκριση διάθεσης αυτών συνδυαστικά με την παροχή έκπτωσης 1 € (τελική τιμή ή 0,768€ προ φόρων και τελών) στον μηνιαίο λογαριασμό πελατών των ανωτέρω προγραμμάτων που θα αποδεχθούν να λαμβάνουν τον λογαριασμό τους σε ηλεκτρονική μορφή (e-λογαριασμός). Η έκπτωση θα λαμβάνεται για όσο χρονικό διάστημα διατηρεί ο πελάτης τον e-λογαριασμό και το πρόγραμμα στο οποίο παρέχεται η έκπτωση. Με την επιστολή της η εταιρεία ΟΤΕ Α.Ε. αιτείται την εξέταση από την ΕΕΤΤ των ανωτέρω οικονομικών προγραμμάτων κατά απόλυτη προτεραιότητα".

εξοικονομούν κόστη εκτύπωσης και αποστολής λογαριασμών. Περαιτέρω, ότι η κατάργηση της έκπτωσης έγινε σε σύντομο χρόνο μετά την ανανέωση/ σύναψη νέας σύμβασης, ενώ δεν είχαν ενημερωθεί προσυμβατικά, ότι οι Εταιρείες εκμεταλλεύτηκαν τη συγκυρία των γενικότερων αυξήσεων, ενώ οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν ομοβροντία αυξήσεων, καθώς και ότι οι εταιρείες θα πρέπει να τηρήσουν αυτά τα αρχικώς συμφωνηθέντα. Τέλος, ότι πολλοί συνδρομητές διαθέτουν πέραν της μίας σύνδεσης στην ίδια εταιρεία, επομένως η αύξηση είναι μεγαλύτερη του ενός ευρώ/μήνα.

Στα κείμενα των συμβάσεων σταθερής τηλεφωνίας που κοινοποιήθηκαν στην Αρχή μας, είναι ενταγμένος ο εξής Ειδικός Όρος:

*«Σε περίπτωση επιλογής του πελάτη να λαμβάνει ηλεκτρονικό λογαριασμό (e-λογαριασμός), παρέχεται έκπτωση 1€/μήνα στο λογαριασμό (ήτοι 2€ σε διμηνιαίο λογαριασμό) για όσο διάστημα ο πελάτης είναι ενταγμένος στο πρόγραμμα και λαμβάνει ηλεκτρονικό λογαριασμό.»*

Αντίστοιχα, στα κείμενα των συμβάσεων κινητής τηλεφωνίας που κοινοποιήθηκαν στην Αρχή μας, είναι ενταγμένος ο κάτωθι Ειδικός Όρος:

*«Η έκπτωση του e-λογαριασμού ανέρχεται σε 0.72€ προ ΦΠΑ και τέλους κινητής τηλεφωνίας. Η τελική έκπτωση e-λογαριασμού διαμορφώνεται στα 0.98€ (συμπ. τέλους κινητής 10% και ΦΠΑ) και για τους δικαιούμενους απαλλαγής του τέλους κινητής σε 0.89€ (συμπ. ΦΠΑ).*

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή διαβίβασε τις ανωτέρω αναφορές στις Εταιρείες, ζητώντας τις απόψεις τους σε σχέση με την εφαρμογή του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου, καλώντας τις παράλληλα να υποβάλουν πρόταση στο πλαίσιο συμβιβαστικής επίλυσης της διαφοράς.

Οι Εταιρείες κοινοποίησαν απαντήσεις στο σύνολο των αναφορών που διαβιβάστηκαν, με τις οποίες ισχυρίστηκαν: α) ότι οι συνδρομητές ενημερώθηκαν προσηκόντως αναφορικά με την κατάργηση της υπό κρίση έκπτωσης, β) ότι η έκπτωση του e-λογαριασμού παρέχεται στον λογαριασμό και όχι στο πάγιο του προγράμματός τους, γ) ότι είναι δυνατή η τροποποίηση των συμβατικών όρων και των τιμολογίων σύμφωνα με τον Κανονισμό Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ (ΑΠ ΕΕΤΤ 991/4/17-5-2021 ΦΕΚ 2265/Β/31-5-2021), εφόσον παρέχεται στους συνδρομητές το δικαίωμα αζήμιας καταγγελίας της σύμβασής τους.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή στο πλαίσιο διερεύνησης της πρώτης χρονολογικά αναφοράς, συνέταξε στη συνέχεια Πρόταση Επίλυσης Διαφοράς για τις συμβάσεις σταθερής τηλεφωνίας, την οποία απέστειλε στην εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ με το με αρ. πρωτ. 56460/9.11.2023 έγγραφό του, με την οποία την καλούσε να εφαρμόσει τα συμφωνημένα στη σύμβαση σταθερής τηλεφωνίας με τον καταγγέλλοντα, δηλαδή όπως συνεχίσει να παρέχει την κατά τα άνω έκπτωση 1€/μήνα (2€/δύμηνο) στο μηνιαίως και παγίως καταβαλλόμενο ποσό μέχρι τη λήξη της συμβατικής διάρκειας, καθώς και όπως εφαρμόσει το ίδιο για το σύνολο των παρόμοιων συμβάσεων που συνήψε ο ΟΤΕ με καταναλωτές, δεδομένου ότι διαπιστώθηκε παράβαση της κείμενης νομοθεσίας.

Η εταιρεία ΟΤΕ ΑΕ απάντησε με το υπ' αρ. 63590/13 Δεκεμβρίου 2023 έγγραφό της στην ως άνω Πρόταση παραθέτοντας μεταξύ άλλων τα εξής: α) Ο ν. 3727/2020 κατισχύει ως ειδικότερος έναντι των γενικότερων διατάξεων του ν. 2251/1994. β) Τα άρθρα 102 έως 115 της Οδηγίας 2019/1978, τα οποία έχουν ενσωματωθεί με τις διατάξεις του Ν. 4727/2020 είναι πλήρους εναρμόνισης, επομένως δεν δύναται να θεσπιστεί καθεστώς ευνοϊκότερο για τους καταναλωτές ως προς τα δικαιώματά τους σε περίπτωση τροποποίησης συμβατικών όρων. γ) Ο ισχύον Κανονισμός Γενικών Αδειών δίνει το δικαίωμα στους παρόχους να τροποποιούν μονομερώς τους συμβατικούς όρους τους ή τα τιμολόγια τους ενημερώνοντας του συνδρομητές με συγκεκριμένο τρόπο και χρονικά περιθώρια. δ) Η εταιρεία προέβη σε ανακοίνωση στην ιστοσελίδα της την 21/8/2023 με την οποία ενημέρωσε τους συνδρομητές ότι από την 1/1/2023 διακόπτεται η επίμαχη έκπτωση για όσους λαμβάνουν ηλεκτρονικό λογαριασμό, παρέχοντας δικαίωμα αζήμιας καταγγελίας της σύμβασής τους. Παράλληλα τους ενημέρωσε μέσω μηνύματος (SMS) και σε εμφανές σημείο των λογαριασμών τους. ε) Η έκπτωση παρέχεται επί του λογαριασμού και όχι επί του παγίου και σε καμία περίπτωση δεν δύναται να επηρεάσει την απόφαση του συνδρομητή για επιλογή ενός παρόχου, καθώς τα στοιχεία που δύναται να την επηρεάσουν είναι πρωτίστως η ποιότητα του δικτύου, η ενσωματωμένη χρήση του προγράμματος και οι χρεώσεις, δηλ. το πάγιο και οι χρεώσεις εκτός παγίου.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή απέστειλε στη συνέχεια σύμφωνα με το άρθρο 4 παρ. 4 και 7 ν. 3297/2004 - ΦΕΚ Α΄ 259) την με αριθ. πρωτ. 3155/17.1.2024 επιστολή προς τις Εταιρείες για παροχή στοιχείων αναφορικά με α) με τον αριθμό ενεργών συμβολαίων παροχής υπηρεσιών σε σταθερή και κινητή τηλεφωνία που ελάμβαναν e-λογαριασμό κατά τον χρόνο ανακοίνωσης της κατάργησής του, β) τον αριθμό τηλεπικοινωνιακών συνδρομών που είχαν ήδη λάβει μη αποσβεσθείσα επιδότηση κατά τον χρόνο της ως άνω ανακοίνωσης, γ) τον αριθμό συνδρομητών συμβολαίων που δήλωσαν ότι επιθυμούν να λαμβάνουν έγχαρτο λογαριασμό, κατά τον χρόνο μετά την ως άνω κατάργηση, η οποία απαντήθηκε με τις με αρ. πρωτ. 7653/6 Φεβρουαρίου 2024 και 13915/1 Μαρτίου 2024 επιστολές. Οι Εταιρείες κοινοποίησαν στοιχεία αριθμού ενεργών συμβολαίων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας τα οποία καταλαμβάνονται από την κατάργηση της υπό κρίση έκπτωσης, η οποία προκύπτει ότι αφορά πολύ υψηλό ποσοστό της συνδρομητικής βάσης στη σταθερή τηλεφωνία και σχεδόν το σύνολο της στην κινητή. Από τους συνδρομητές κινητής, σύμφωνα με τα ανωτέρω στοιχεία, ποσοστό περίπου 18% είχαν λάβει αναπόσβεστη κατά τον χρόνο κατάργησης της έκπτωσης επιδότηση συσκευής. Επιπλέον, ελάχιστο ποσοστό συνδρομητών άσκησε δικαίωμα αζημίας καταγγελίας. Ομοίως ελάχιστο ποσοστό δήλωσε ότι επιθυμεί να λαμβάνει έγχαρτο λογαριασμό.

## II. ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ και ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ:

### 1) ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ:

#### ι) Νομοθεσία που εφαρμόζεται στους Παρόχους ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

**α)** Άρθρο 210 ν. 4727/2020 με τίτλο “Απαιτήσεις πληροφοριών για συμβάσεις” (άρθρο 102 της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972) “1. Προτού ο καταναλωτής δεσμευτεί με σύμβαση ή με οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά, οι πάροχοι διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, εκτός των υπηρεσιών μετάδοσης που χρησιμοποιούνται για την παροχή υπηρεσιών μηχανής προς μηχανή, παρέχουν τις πληροφορίες που αναφέρονται στα άρθρα 3β και 4 της υπό στοιχεία Z1-891/2013 Κοινής Απόφασης των Υπουργών Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων (Β΄ 2144) και επιπλέον τις πληροφορίες που αναφέρονται στο Παράρτημα VIII του παρόντος νόμου, στο βαθμό που οι εν λόγω πληροφορίες αφορούν υπηρεσία την οποία παρέχουν.

3. Οι πάροχοι διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, εκτός των υπηρεσιών μετάδοσης που χρησιμοποιούνται για την παροχή υπηρεσιών μηχανής προς μηχανή, παρέχουν στους καταναλωτές σύντομη και ευανάγνωστη συνοπτική σύμβαση. Στην εν λόγω συνοπτική σύμβαση προσδιορίζονται τα κύρια στοιχεία των απαιτήσεων πληροφοριών σύμφωνα με την παρ. 1. Αυτά τα κύρια στοιχεία περιλαμβάνουν τουλάχιστον:..... γ) τις αντίστοιχες τιμές για την ενεργοποίηση της υπηρεσίας ηλεκτρονικών επικοινωνιών και για οποιαδήποτε περιοδικά ή καταναλωτικά τέλη, όταν η υπηρεσία παρέχεται έναντι άμεσης καταβολής χρημάτων.”

**β)** Στον Εκτελεστικό Κανονισμό (ΕΕ) 2019/2243 της Επιτροπής της 17ης Δεκεμβρίου 2019 για τον καθορισμό υποδείγματος συνοπτικής σύμβασης προς χρήση από παρόχους διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών σύμφωνα με την οδηγία (ΕΕ) 2018/1972 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, προβλέπεται στο άρθρο 14 ότι: “Οι πληροφορίες σχετικά με την τιμή θα πρέπει να περιλαμβάνουν την εφαρμοστέα τιμή ενεργοποίησης, περιοδικά και καταναλωτικά τέλη, όπως την τιμή ανά περίοδο τιμολόγησης και ανά μήνα, ώστε να καθίσταται δυνατή η συγκρισιμότητα, τυχόν εκπτώσεις και, κατά περίπτωση, την τιμή του εξοπλισμού. Όταν εφαρμόζεται τιμή προσφοράς, αυτό θα πρέπει να αναγράφεται σαφώς, συμπεριλαμβανομένης της περιόδου ισχύος της έκπτωσης και της πλήρους τιμής χωρίς την προσφορά. Οι πληροφορίες για τα τιμολόγια που δεν περιλαμβάνονται στα περιοδικά τέλη μπορούν να είναι εκτενείς και θα πρέπει να αρκεί η αναφορά στη συνοπτική σύμβαση ότι οι πληροφορίες αυτές είναι διαθέσιμες χωριστά ως τμήμα πλήρων προσυμβατικών πληροφοριών, για παράδειγμα, με ηλεκτρονικά μέσα”.

Στο Παράρτημα του ως άνω Κανονισμού με τίτλο “ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΣΥΝΟΠΤΙΚΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ”, στο ΜΕΡΟΣ Β με τίτλο “Οδηγίες για τη συμπλήρωση του υποδείγματος συνοπτικής σύμβασης” στην

Ενότητα “Τιμή” όπου προβλέπονται τα υποχρεωτικά στοιχεία που αναγράφονται σε κείμενα σύμβασης ορίζεται συγκεκριμένα ότι: “Για τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών που παρέχονται έναντι άμεσης χρηματικής πληρωμής, η ενότητα αυτή περιλαμβάνει τις τιμές ενεργοποίησης της υπηρεσίας και τα περιοδικά ή τα καταναλωτικά τέλη. Για συμβάσεις συνδρομής, περιλαμβάνεται επίσης το περιοδικό τέλος, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ανά περίοδο χρέωσης και, εάν η περίοδος χρέωσης δεν είναι μηνιαία, επίσης ανά μήνα.

Αναφέρονται τυχόν πρόσθετες πάγιες χρεώσεις, όπως για την ενεργοποίηση της υπηρεσίας και, κατά περίπτωση, η χρέωση για τον εξοπλισμό, όπως συμβαίνει και με τυχόν χρονικά περιορισμένες εκπτώσεις, κατά περίπτωση.”

Από την ανωτέρω διατύπωση καθίσταται σαφές ότι πρέπει να αναγράφεται στο κείμενο της σύμβασης η περίοδος ισχύος κάθε έκπτωσης που σχετίζεται με το τίμημα της, όπως επίσης κάθε χρονικός περιορισμός της, προκειμένου ο καταναλωτής να είναι σε θέση να συγκρίνει τιμές κατά την έρευνα αγοράς και πριν τη σύναψη της σύμβασης.

γ) Στην Οδηγία 1972/2018 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 11ης Δεκεμβρίου 2018 για τη θέσπιση του Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Αιτιολογική σκέψη 258 προβλέπονται τα εξής: “Οι συμβάσεις αποτελούν σημαντικό μέσο στη διάθεση των τελικών χρηστών για τη διασφάλιση διαφάνειας στην πληροφόρηση και ασφάλειας δικαίου. Οι περισσότεροι πάροχοι υπηρεσιών που λειτουργούν σε ανταγωνιστικό περιβάλλον συνάπτουν συμβάσεις με τους πελάτες τους για λόγους προσέλκυσης πελατών. Επιπλέον της παρούσας οδηγίας, οι απαιτήσεις του ισχύοντος δικαίου της Ένωσης για την προστασία του καταναλωτή που αφορούν τις συμβάσεις, ιδίως η οδηγία 93/13/ΕΟΚ<sup>3</sup> του Συμβουλίου (37) και η οδηγία 2011/83/ΕΕ<sup>4</sup> του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (38), εφαρμόζονται στις συναλλαγές με καταναλωτές στον τομέα των δικτύων και υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Η συμπερίληψη απαιτήσεων πληροφόρησης στην παρούσα οδηγία, οι οποίες ενδέχεται επίσης να προβλέπονται από την οδηγία 2011/83/ΕΕ, δεν θα πρέπει να οδηγεί σε επανάληψη των πληροφοριών στα προσυμβατικά και τα συμβατικά έγγραφα. Οι σχετικές πληροφορίες που παρέχονται σύμφωνα με την παρούσα οδηγία, συμπεριλαμβανομένων τυχόν πιο περιοριστικών και πιο λεπτομερών απαιτήσεων πληροφόρησης, θα πρέπει να θεωρείται ότι πληρούν τις αντίστοιχες απαιτήσεις της οδηγίας 2011/83/ΕΕ.”

Στην Αιτιολογική σκέψη 260 αναγράφεται ότι: “Οι ιδιαιτερότητες του τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών απαιτούν, πέραν των οριζόντιων κανόνων για τις συμβάσεις, περιορισμένο αριθμό πρόσθετων διατάξεων προστασίας των τελικών χρηστών. Οι τελικοί χρήστες θα πρέπει να ενημερώνονται, μεταξύ άλλων, για κάθε προσφερόμενο επίπεδο ποιότητας των υπηρεσιών, για τους όρους όσον αφορά τις προωθητικές ενέργειες και την καταγγελία των συμβάσεων, για τα εφαρμοστέα τιμολογιακά προγράμματα και για τα τιμολόγια για υπηρεσίες που υπόκεινται σε ιδιαίτερους όρους τιμολόγησης.”

Σε αντίθεση με τα όσα ισχυρίζεται η εταιρεία ΟΤΕ Α.Ε. στο υπ' αρ. 63590/13 Δεκεμβρίου 2023 έγγραφό της, ο Ν. 4727/2020 δεν κατ'ισχύει ούτε περιορίζει την εφαρμογή της ισχύουσας νομοθεσίας περί προστασίας καταναλωτή, αντίθετα **εφαρμόζεται παράλληλα** με αυτήν. Οι διατάξεις του νόμου 2251/1994 συνισχύουν με τις διατάξεις της νομοθεσίας που αφορούν την τήρηση των όρων της χορηγηθείσης σε πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρονικών υπηρεσιών Γενικής Αδείας, καθόσον έχουν τεθεί για την εξυπηρέτηση διαφορετικών σκοπών και ευλόγως εφαρμόζονται για το σύνολο των θεμάτων (όπως λ.χ διαφήμιση, αθέμιτες εμπορικές πρακτικές) που δεν ρυθμίζονται από τον Ν. 4727/2020 (Βλ. σχετικά 3090/2019 ΔΕΦ ΑΘ (Α΄ Δημοσίευση ΝΟΜΟΣ). Συνεπώς, το επίπεδο πλήρους εναρμόνισης προϋποθέτει τη συμπερίληψη των διατάξεων του Ν.2251/1994 και οι ΓΟΣ των συμβάσεων παροχής τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να ελέγχονται ως προς την καταχρηστικότητα τους.

<sup>3</sup> Οδηγία 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 5ης Απριλίου 1993 σχετικά με τις καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων που συνάπτονται με καταναλωτές

<sup>4</sup> Οδηγία 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 25ης Οκτωβρίου 2011 σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

## **ii) Σχετικές Διατάξεις Ν. 2251/1994, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει:**

**α)** Σύμφωνα με το άρθρο 2 Ν. 2251/1994, όπως τροποποιήθηκε, ισχύει και κωδικοποιήθηκε δυνάμει της ΥΑ 5338/2018 (ΦΕΚ Β' 40/17.01.2018): "1. Όροι που έχουν διατυπωθεί εκ των προτέρων για μελλοντικές συμβάσεις (γενικοί όροι των συναλλαγών), δεν δεσμεύουν τον καταναλωτή, εάν κατά την κατάρτιση της σύμβασης τους αγνοούσε ανυπαίτιως, όπως, ιδίως, όταν ο προμηθευτής δεν του υπέδειξε την ύπαρξη τους ή του στέρησε τη δυνατότητα να λάβει πραγματική γνώση του περιεχομένου τους. 2. Οι γενικοί όροι συμβάσεων και παρεπόμενων συμφωνιών που καταρτίζονται στην Ελλάδα διατυπώνονται γραπτώς στην ελληνική γλώσσα, κατά τρόπο σαφή, συγκεκριμένο και εύληπτο, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να αντιληφθεί πλήρως το νόημα τους και εκτυπώνονται με ευανάγνωστους χαρακτήρες σε εμφανές μέρος του εγγράφου της σύμβασης."

Από τις αναφορές που δέχτηκε η Υπηρεσία μας προκύπτει ότι οι Εταιρείες δεν υπέδειξαν στους Καταναλωτές αν και είχαν προς τούτο σχετική υποχρέωση<sup>5</sup> ούτε εντάχθηκε στη σύμβαση κανένας όρος σχετικά με την τροποποίηση του τιμήματος που καλούνταν ανά μήνα να καταβάλλουν ούτε ενημερώθηκαν ή υπέγραψαν ότι η υπό κρίση έκπτωση του ενός (1) ή των δύο (2) ευρώ επρόκειτο να καταργηθεί προς της ολοκλήρωσης του χρόνου των συμβάσεών τους.

**β)** Άρθρο 2 παρ. 4 εδ β' Ν. 2251/1994: "Κατά την ερμηνεία των γενικών όρων συναλλαγών λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών. Γενικοί όροι συναλλαγών που διατυπώθηκαν μονομερώς από τον προμηθευτή ή από τρίτον για λογαριασμό του, σε περίπτωση αμφιβολίας ερμηνεύονται υπέρ του καταναλωτή."

Εφόσον οι καταναλωτές δεν συμμετέχουν στη διαμόρφωση των ΓΟΣ και ο πάροχος τους χρησιμοποιεί προς δικό του όφελος, εύλογο είναι ο τελευταίος να φέρει τον κίνδυνο της επιχειρηματικής του επιλογής, ενόσω πορίζεται ωφέλεια από αυτήν. Επομένως οποιαδήποτε αμφιβολία προκύπτουσα εξαιτίας ελλιπούς ενημέρωσης των καταναλωτών ή/και παράλειψης θέσης σχετικού όρου στις συμβάσεις αναφορικά με το ύψος του τιμήματος που καλούνται να καταβάλουν ερμηνεύεται υπέρ τους, υπό την έννοια ότι υπερισχύει η δική τους αντίληψη και ερμηνεία<sup>6</sup>.

**γ)** Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 6 Ν. 2251/1994 (Γενική ρήτρα) "Γενικοί όροι συναλλαγών που έχουν ως αποτέλεσμα τη σημαντική διατάραξη της ισορροπίας των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλομένων σε βάρος του καταναλωτή απαγορεύονται και είναι άκυροι."

**δ)** Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 7 Ν. 2251/1994 "Καταχρηστικοί είναι ιδίως οι όροι που:....ε) επιφυλάσσουν στον προμηθευτή το δικαίωμα μονομερούς τροποποίησης ή λύσης της σύμβασης χωρίς ορισμένο, ειδικό και σπουδαίο λόγο, ο οποίος να αναφέρεται στη σύμβαση..... ια) χωρίς σπουδαίο λόγο αφήνουν το τίμημα αόριστο και δεν επιτρέπουν τον προσδιορισμό του με κριτήρια ειδικά καθορισμένα στη σύμβαση και εύλογα για τον καταναλωτή" (αρχή διαφάνειας).

Οι ως άνω αναφερόμενες διατάξεις αποσκοπούν στην αποτροπή του εγκλωβισμού, του αιφνιδιασμού των καταναλωτών και της διάψευσης της συναλλακτικά εύλογης προσδοκίας τους για διατήρηση των δικαιωμάτων τους στο πλαίσιο της σύμβασης<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> βλ. σχετικά και 332/2022 ΕΦ ΠΑΤΡ, Α` Δημοσίευση ΝΟΜΟΣ.

<sup>6</sup> Ελίζα Αλεξανδρίδου, Το νέο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, 4η έκδοση, 2023, σελ. 134-135.

<sup>7</sup>βλ. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ VERICA TRSTENJAK της 6ης Δεκεμβρίου 2011 (1) με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής απόφασης δυνάμει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ («Οδηγία 93/13/ΕΟΚ — Άρθρο 3, παράγραφοι 1 και 3 — Άρθρα 6 και 7) — Απόφαση Δικεε της 26ης Απριλίου 2012 (\*) υπόθεση C-472/10, Nemzeti Fogyasztónvédelmi Hatóság κατά Invitel Távközlési Zrt, σκ. 86,87: Ο κίνδυνος δυσμενούς μεταχειρίσεως αυξάνεται ανάλογα προς τον βαθμό αοριστίας της επίμαχης ρήτρας όσον αφορά τις πτυχές της συμβάσεως οι οποίες μπορούν να τροποποιηθούν μονομερώς από τον επαγγελματία. Ρύθμιση αυτού του είδους μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη σημαντική μετατόπιση των συμβατικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων σε βάρος του καταναλωτή, κατά παράβαση των απαιτήσεων της καλής πίστης.

**ε)** Σύμφωνα με το άρθρο 9γ Ν. 2251/1994: “Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών”: “1. Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που υιοθετούνται πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν. 2. Μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη, όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας και στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή, στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών.”

**στ)** Σύμφωνα με το άρθρο 9δ Ν. 2251/1994 “Παραπλανητικές πράξεις: 1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες, και είναι, συνεπώς, αναληθής, ή όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίας της, παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία τα οποία παρατίθενται κατωτέρω και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε. Τα στοιχεία αυτά είναι: .....

δ) η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της ή η ύπαρξη ειδικής συμφέρουσας τιμής.

**ζ)** Σύμφωνα με το άρθρο 9ε Ν. 2251/1994: “Παραπλανητικές παραλείψεις (άρθρο 7 της Οδηγίας 2005/29/EK)” 1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε. .... 2. Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο προμηθευτής αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου κατά τα αναφερόμενα στην παρ. 1, ή όταν δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι ήδη προφανής από το συγκεκριμένο πλαίσιο και όταν, και στις δύο αυτές περιπτώσεις, τούτο έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει..... 4. Στην περίπτωση της πρόσκλησης για αγορά, θεωρούνται ουσιώδεις οι ακόλουθες πληροφορίες, αν δεν είναι ήδη προφανείς από το συγκεκριμένο πλαίσιο: ..... γ) η τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων ή αν, λόγω της φύσεως του προϊόντος, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή και, όπου ενδείκνυται, όλες οι πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις ευλόγως δεν μπορούν να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις”.

Αποφασιστικό στοιχείο για τη στοιχειοθέτηση της παραπλάνησης είναι η **λανθασμένη εντύπωση** περί συμφέρουσας προσφοράς που δημιουργείται από τη συγκεκριμένη εμπορική πρακτική στον μέσο καταναλωτή<sup>8</sup>, η οποία έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα είχε λάβει. Όπως ειπώθηκε ανωτέρω, η υπό κρίση έκπτωση προβάλλονταν ως ενιαίο σύνολο με το τελικό πάγιο τέλος του εκάστοτε οικονομικού προγράμματος τηλεφωνίας μέσω των προωθητικών ενεργειών και κατά την προσυμβατική ενημέρωση. Παράλληλα, η υπό κρίση έκπτωση του ενός (1) ή των δύο (2) ευρώ εντάχθηκε ως όρος στη σύμβαση χωρίς κανέναν χρονικό ή άλλον περιορισμό.

**η)** Σύμφωνα με το άρθρο 9ζ, “Επιθετικές εμπορικές πρακτικές”: 1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επιθετική εάν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρηση επιρροής και, ως εκ τούτου, παρεμποδίζει ή ενδέχεται να παρεμποδίσει σημαντικά την ελευθερία επιλογής ή συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή ως προς το προϊόν, με αποτέλεσμα να τον οδηγεί ή να είναι πιθανόν να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

<sup>8</sup> Ελίζα Αλεξανδρίδου, Το νέο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, 4η έκδοση, 2023, σελ. 760

2. Για να κριθεί εάν μια εμπορική πρακτική κάνει χρήση παρενόχλησης, καταναγκασμού, συμπεριλαμβανομένης της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρησης επιρροής, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως: .....

δ) κάθε επαχθές ή δυσανάλογο μη συμβατικό εμπόδιο που επιβάλλει ο προμηθευτής σε περίπτωση που ο καταναλωτής επιθυμεί να ασκήσει τα δικαιώματα του στο πλαίσιο της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων λύσης της σύμβασης ή μετάβασης σε άλλο προϊόν ή σε άλλον προμηθευτή.

Στην περίπτωση που οι καταναλωτές κατά την υπογραφή της σύμβασης λαμβάνουν επιδότηση συσκευής ή/και τερματικού εξοπλισμού (άρθρο 3.3.στοιχ. ιβ) Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ), καλούνται σύμφωνα με τη σχετική ανακοίνωση να επιστρέψουν εφάπαξ το ποσό του υπολοίπου της επιδότησης, γεγονός που ακυρώνει επί της ουσίας τον σκοπό του παρεχόμενου δικαιώματος “αζήμιας” καταγγελίας. Εγκλωβίζονται λοιπόν οι καταναλωτές σε συμβάσεις με σημαντική χρονική δέσμευση και εξαναγκάζονται στη πράξη να αποδεχθούν την εις βάρος τους ανατροπή των συμβατικών όρων, με άμεσες δυσμενείς οικονομικές συνέπειες λόγω της αδυναμίας άσκησης του δικαιώματος καταγγελίας, το οποίο αποτελεί αναφαίρετο δικαίωμα τους (βλ. σχετικά ΣτΕ 1018/2022).

## **2) ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ:**

**i) Κανονισμός Γενικών Αδειών της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (Υπ' αριθμ. 991/4 Απόφαση ΕΕΤΤ - ΦΕΚ Β' 2265/31.05.2021).**

**Παράρτημα Β' του ως άνω Κανονισμού (εφεξής Κανονισμός Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ):**

**Άρθρο 3.2. Προστασία Καταναλωτή:** “**α)** Ο πάροχος τηρεί την κείμενη νομοθεσία περί προστασίας του καταναλωτή. Με την επιφύλαξη των διατάξεων της κείμενης νομοθεσίας περί περιορισμού ευθύνης, κάθε συμφωνία περιορισμού ή απαλλαγής του παρόχου από την ευθύνη του είναι άκυρη. **β)** Ο πάροχος τηρεί το σύνολο των διατάξεων των συμβάσεων των παρεχόμενων υπηρεσιών και της εκάστοτε ισχύουσας νομοθεσίας που καθιερώνουν δικαιώματα των χρηστών...”

**Άρθρο 3.2. στοιχ. ζ):** “Ως πάγιο λαμβάνεται το καταβαλλόμενο μηνιαίως από τον συνδρομητή κατά την διάρκεια της ορισμένου χρόνου σύμβασης.”

**Άρθρο 3.3. (Συμβάσεις):** “**α)** Ο πάροχος διαθέτει συμβατικό κείμενο, το οποίο ρυθμίζει με απόλυτη σαφήνεια, ευκρίνεια και απλότητα τις σχέσεις του με τους συνδρομητές/χρήστες, ώστε ο χρήστης να είναι σε θέση έχει πλήρη γνώση όλων των όρων της σύμβασης.

**β)** Οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών προς τους χρήστες έχουν μορφή σύμβασης προσχώρησης, διέπονται δε και συνάδουν προς τις αντίστοιχες διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας και της νομοθεσίας περί προστασίας του καταναλωτή.

**γ) i.** Ο πάροχος μεριμνά ώστε οι καταναλωτές να έχουν λάβει γνώση των όρων της σύμβασης, πριν υπογράψουν την αίτηση παροχής υπηρεσιών. Στον συνδρομητή παραδίδεται αντίγραφο της συναφθείσας σύμβασης με συμπληρωμένη την ημερομηνία υπογραφής της.

Ομοίως, στην περίπτωση σύναψης συμβάσεως από απόσταση ή εκτός εμπορικού καταστήματος μεριμνά, ώστε οι καταναλωτές να έχουν λάβει γνώση των όρων της σύμβασης σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία προστασίας του καταναλωτή και ειδικά σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 210 παρ.3 ν. 4727/2020.

iii. Για τη σύναψη συμβάσεως συμπεριλαμβανομένης της σύμβασης εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος ισχύει ο Ν. 2251/1994, όπως εκάστοτε ισχύει.”

**Άρθρο 3.3. (Συμβάσεις) στοιχ. ιβ)** “Στις συμβάσεις ορισμένου χρόνου, ανεξαρτήτως του εάν υπάρχει επιδότηση συσκευής ή έκπτωση παγίου, δεν δύναται εντός του ορισμένου χρόνου της σύμβασης να πραγματοποιηθεί αύξηση του παγίου ή μείωση οποιασδήποτε υπηρεσίας του πακέτου υπηρεσιών (όπως λεπτά χρόνου ομιλίας, αριθμός SMS/MMS και όγκος δεδομένων) το οποίο περιλαμβάνεται στο



πάγιο.”

**Άρθρο 3.3. στοιχ. θ) i)** “Στις δύο πρώτες σελίδες κάθε σύμβασης και στη συνοπτική σύμβαση, πρέπει να αναφέρονται καθαρά και ευδιάκριτα τα εξής:.....

**2. Η τελική τιμή χρέωσης του παγίου, συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ και τυχόν άλλων φόρων/τελών.** Στην περίπτωση διαφοροποίησης της τελικής τιμής του παγίου κατά τη διάρκεια της σύμβασης αναγράφεται το σύνολο της τελικής τιμής του παγίου ανά χρονική περίοδο και η αντίστοιχη χρονική περίοδος ισχύος του.”

Η υπό κρίση έκπτωση αναγράφεται στην πρώτη σελίδα<sup>9</sup> της συνοπτικής σύμβασης στη σταθερή τηλεφωνία σε πίνακα που αναλύεται το “τελικό πάγιο” και σε ειδικό πεδίο στις συμβάσεις κινητής τηλεφωνίας, όπου αναλύονται το εκάστοτε οικονομικό πρόγραμμα, οι τιμές προσφοράς, οι εκπτώσεις και η διάρκεια της σύμβασης, έτσι ώστε να προκύπτει μετά την εν λόγω ανάλυση και τον συνυπολογισμό της έκπτωσης η τελική τιμή χρέωσης παγίου ενώ δεν γίνεται καμία μνεία για διαφοροποίηση της. Η κατά τα άνω τελική τιμή - δηλ. μετά την αφαίρεση του ποσού του ενός (1) ή των δύο (2) ευρώ της έκπτωσης e-bill- αποτελεί εν τοις πράγμασι το “τέλος” που υποχρεωτικά καλείται να προκαταβάλλει ανά μήνα ή ανά δίμηνο ο Καταναλωτής σύμφωνα με τους “Γενικούς Όρους Παροχής Τηλεφωνικής Γραμμής” στην κινητή τηλεφωνία (άρθρο 9.1. και 9.2.5.)<sup>10</sup> και τους “Ειδικούς Όρους των Συμβάσεων σταθερής τηλεφωνίας” (βλ. άρθρο 9)<sup>11</sup>. Ως εκ τούτου η ως άνω τελική τιμή εμπίπτει στον ορισμό του “παγίου” που παρατίθεται στον Κανονισμό Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ. Επιπλέον, στις συμβάσεις που μας κοινοποιήθηκαν από τους καταγγέλλοντες, ο υπολογισμός του Τέλους διακοπής/καταγγελίας σύμβασης πριν την παρέλευση ορισμένης διάρκειας, το οποίο παρατίθεται αμέσως μετά την ανωτέρω “Περιγραφή Προγραμμάτων και Υπηρεσιών”, γίνεται (βάσει του άρθρου 3.2. στοιχείο ζ) Κανονισμού Γενικών Αδειών)<sup>12</sup> επί του περιοδικού τέλους/παγίου της σύμβασης το οποίο προκύπτει μετά την αφαίρεση του ενός (1) ή των δύο (2) ευρώ.

**ii) Κώδικας Δεοντολογίας για την Παροχή Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στους Καταναλωτές της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (1032/6 Απόφαση ΕΕΤΤ -ΦΕΚ Β'/3242/24-06-2022),** ο οποίος ρυθμίζει τα θέματα παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών προς τους καταναλωτές συμπληρωματικά προς το ισχύον κανονιστικό και νομοθετικό πλαίσιο (Άρθρο 1 -Σκοπός και Πεδίο Εφαρμογής)<sup>13</sup> και διέπεται από τις αρχές της προστασίας του καταναλωτή, της διαφάνειας και της αμεροληψίας (Άρθρο 2, “Γενικές υποχρεώσεις παρόχων”).

Στο Άρθρο 3 του ως άνω Κώδικα με τίτλο “Διαφήμιση και Προώθηση υπηρεσιών - Διαφήμιση” αναφέρεται ότι: “1. Περιεχόμενο της διαφήμισης: Στο διαφημιστικό περιεχόμενο περιλαμβάνονται τα χαρακτηριστικά και οι σημαντικότεροι όροι παροχής της διαφημιζόμενης υπηρεσίας, κατά το μέγιστο δυνατόν, με σκοπό οι καταναλωτές να μπορούν να προβαίνουν σε ορθές επιλογές και να αποφεύγεται η παραπλάνησή τους με οποιοδήποτε τρόπο, σύμφωνα με τη νομοθεσία περί προστασίας καταναλωτών. Λεπτομέρειες για τους όρους, τις προϋποθέσεις αγοράς και τυχόν περιορισμούς της υπηρεσίας, οι καταναλωτές μπορούν να αναζητήσουν στην ιστοσελίδα του παρόχου.....

**4.Προσφορές:** Ο πάροχος κοινοποιεί τους κύριους όρους και τους σημαντικούς περιορισμούς που ισχύουν για την προμήθεια των προσφορών του, όπως η χρονική διάρκεια και η ημερομηνία λήξης

<sup>9</sup> με τίτλο “Περιγραφή Προγραμμάτων και Υπηρεσιών”.

<sup>10</sup>“9.2.5 Ο Συνδρομητής υποχρεούται να προπληρώνει τα βασικά μηνιαία τέλη ή / και τυχόν τέλη άλλων Υπηρεσιών της Τηλεφωνικής Γραμμής του”.

<sup>11</sup>“9 .Ο Πελάτης σε κάθε λογαριασμό προπληρώνει τα αντίστοιχα τέλη του Προγράμματος και ειδικότερα στο διμηνιαίο λογαριασμό, προπληρώνει τα τέλη των δύο (2) μηνών”.

<sup>12</sup> Σύμφωνα με το άρθρο 3.2. στοιχείο ζ) ΚΓΑ, ο καταναλωτής σε περίπτωση πρόωρης καταγγελίας της σύμβασης καταβάλλει είτε τα πάγια δύο μηνών είτε αναλογικά το ένα τέταρτο (1/4) του αθροίσματος των μηνιαίων παγίων από τον χρόνο της καταγγελίας μέχρι τον χρόνο την κανονική λήξη της σύμβασης.

<sup>13</sup> Άρθρο 1 παρ. 2: “Ο Κώδικας ρυθμίζει τα θέματα παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών προς τους καταναλωτές συμπληρωματικά προς το ισχύον κανονιστικό και νομοθετικό πλαίσιο. Σε περίπτωση που για συγκεκριμένη υπηρεσία ηλεκτρονικών επικοινωνιών ορίζονται διαφορετικές διαδικασίες σε ειδικότερο κανονιστικό πλαίσιο, υπερισχύουν οι ειδικοί αυτοί κανόνες του παρόντος Κώδικα.”

της προσφοράς, καθώς και τυχόν ειδικούς όρους για την αγορά της προσφοράς, όπως η δεσμοποίηση με άλλα προϊόντα και υπηρεσίες ή ο περιορισμός της προσφοράς σε μια συγκεκριμένη κατηγορία καταναλωτών.

Β. Προώθηση Πωλήσεων υπηρεσιών: 1. Επικοινωνία με τους καταναλωτές: Ο πάροχος μεριμνά ότι η προώθηση και η πώληση των υπηρεσιών του πραγματοποιείται με σεβασμό προς τους καταναλωτές. Κατά την επικοινωνία με τους καταναλωτές, το προσωπικό του παρόχου προωθεί και πωλεί τις υπηρεσίες του με δίκαιο, διαφανή, υπεύθυνο και σαφή τρόπο. Επίσης, κατά τη διάρκεια της προώθησης των υπηρεσιών εξηγεί με σαφήνεια και ευκρίνεια τους βασικούς όρους, προϋποθέσεις, τυχόν περιορισμούς, ειδικούς όρους και κόστος των προϊόντων που αγοράζουν οι καταναλωτές.

Λεξιλόγιο και ευγένεια προσωπικού: Το προσωπικό του παρόχου στην επικοινωνία με τους καταναλωτές, απευθύνεται σε αυτούς με ευγένεια και χρήση κατάλληλου λεξιλογίου. Κάθε πληροφορία πρέπει να είναι απλή και ακριβής και να παρέχεται με τρόπο ώστε να καθίσταται ευθέως και άμεσα αντιληπτή από τον εκάστοτε καταναλωτή. Δεν παραπλανά, ούτε επιδιώκει να παραπλανήσει με κανέναν τρόπο, με πράξεις ή παραλείψεις, τους καταναλωτές δίνοντας λανθασμένες εντυπώσεις για την παρεχόμενη υπηρεσία του παρόχου ή τις παρεχόμενες υπηρεσίες άλλων παρόχων.”

Στο Άρθρο 7 του ίδιου Κώδικα με τίτλο “Τιμολόγηση – Χρεώσεις – Αμφισβήτηση χρεώσεων και Διακανονισμοί” ορίζονται τα εξής: “1. Παρουσίαση Πληροφορίας: Ο πάροχος εξασφαλίζει ότι η προβολή της πληροφορίας σχετικά με τις χρεώσεις των υπηρεσιών που παρέχει είναι ακριβής, κατανοητή, και δεν περιέχει σε καμία περίπτωση στοιχεία παραπλάνησης (ανακρίβειες ή ασάφειες, υπερβολές ή παραλειπούμενες πληροφορίες). Ο πάροχος δεν δύναται να αποκρύπτει πληροφορίες για τις χρεώσεις προκειμένου να πείσει τον καταναλωτή να συνάψει μαζί του συμβατική σχέση.

4. Διαδικασίες Ενημέρωσης: Ο πάροχος διαθέτει διαδικασίες ενημέρωσης οι οποίες εξασφαλίζουν την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενημέρωσης που ορίζονται από την κείμενη νομοθεσία και ιδίως τον ν. 4727/2020 και τον Κανονισμό Γενικών Αδειών.”

Η παροχή των πληροφοριών για χρεώσεις, οι οποίες θα έχουν ισχύ μόνο για περιορισμένο χρονικό διάστημα, πρέπει σαφώς να αναφέρει την έναρξη και τη λήξη της ισχύος των χρεώσεων με αναγραφή των αντίστοιχων ημερομηνιών.

Οι προβλέψεις του ως άνω Κώδικα Δεοντολογίας αποσκοπούν στην αποφυγή ένταξης στις συμβάσεις καταχρηστικών ρητρών, οι οποίες θίγουν κατά κύριο λόγο την οικονομική ελευθερία και το δικαίωμα σαφούς, πλήρους και εύληπτης πληροφόρησης του καταναλωτή. Είναι προφανές από το πλέγμα των ως άνω ειδικών διατάξεων ότι η καταχρηστικότητα ενός όρου ή/και μιας αθέμιτης εμπορικής πρακτικής δεν μπορεί να θεραπευτεί με το πρόσχημα της παροχής δικαιώματος καταγγελίας στον συνδρομητή (για το αζήμιο ή μη της καταγγελίας βλ. Κατωτέρω ΙΙΙ), καθώς τότε ο εν λόγω Κώδικας θα καθίστατο στην πράξη ανεφάρμοστος.

iii) Στο άρθρο 2 παρ. 7 ΠΔ 10/2017, “Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας” (ΦΕΚ Α 23/01.03.2017), σκοπός του οποίου είναι η διασφάλιση των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών, στο πλαίσιο τήρησης της νομιμότητας κατά την επαγγελματική δραστηριότητα των προμηθευτών, ορίζεται ότι: “7. Στην πρόταση για σύναψη σύμβασης, με την επιφύλαξη ειδικότερων ρυθμίσεων για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες, οι προμηθευτές προσδιορίζουν με σαφήνεια και διαφάνεια κατ' ελάχιστον:

(α) Το αντικείμενο της σύμβασης.

(β) Το συνολικό τίμημα ή τον τρόπο υπολογισμού του, σε περίπτωση που δεν μπορεί να καθοριστεί εκ των προτέρων, συμπεριλαμβανομένων φόρων, τελών, εξόδων, όπως εκάστοτε ισχύουν, καθώς και κάθε είδους πρόσθετων, σε σχέση με το ελάχιστο περιεχόμενο της σύμβασης, επιβαρύνσεων.

(γ) Τους όρους και τις προϋποθέσεις, βάσει των οποίων προβλέπεται τυχόν αναπροσαρμογή του τιμήματος εξαιτίας ορισμένου, ειδικού και σπουδαίου λόγου.”

Η παρ. 10 του ίδιου άρθρου ορίζει ότι: “10. Οι προμηθευτές οφείλουν να απέχουν από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (παραπλανητικές ή επιθετικές) πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή που σχετίζεται με συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία, κατά τις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας.”

Στο άρθρο 4 παρ. 1 προβλέπεται ότι: “1. Οι γενικοί όροι των συμβάσεων διατυπώνονται από τους

προμηθευτές με απλό και κατανοητό τρόπο, ώστε να εξασφαλίζουν επαρκή ενημέρωση των καταναλωτών και ισορροπία ανάμεσα στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των συμβαλλομένων μερών, σύμφωνα με την κείμενη ελληνική και ενωσιακή νομοθεσία, την καλή πίστη, τα χρηστά και συναλλακτικά ήθη και με σεβασμό στις αρχές της διαφάνειας, καθώς και στην ανάγκη προστασίας των καταναλωτών."

### III. ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ.

Από τον συνδυασμό όλων των ανωτέρω διατάξεων και διαπιστώσεων προκύπτουν τα εξής:

1. Οι Εταιρείες διαθέτουν υψηλή οικονομοτεχνική οργάνωση και δυνατότητα μακροπρόθεσμων οικονομικών προβλέψεων για την κατάρτιση πολιτικών πωλήσεων, προσφορών κλπ σε ορίζοντα διετίας. Αντίστοιχα, η ελευθερία επιλογής των καταναλωτών συνδέεται άρρηκτα με την παροχή της δυνατότητας πραγματικής γνώσης και σύγκρισης του περιεχομένου των οικονομικών προγραμμάτων και των εκάστοτε προσφορών (άρθρο 14 Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 2019/2243 - Καθορισμός υποδείγματος συνοπτικής σύμβασης σύμφωνα με την οδηγία (ΕΕ) 2018/1972).

2. Για να τηρηθεί η αρχή της διαφάνειας (άρθρο 2 παρ. 7 Ν. 2251/1994), θα πρέπει το τίμημα της σύμβασης να είναι σαφώς περιγεγραμμένο και προσδιορισμένο, έτσι ώστε όλα τα τα πιθανά αίτια μιας ενδεχόμενης τροποποίησης να είναι εκ των προτέρων γνωστά, προβλέψιμα και εποπτεύσιμα από τους καταναλωτές<sup>14</sup>. Βάσει των αναφορών, οι καταναλωτές έλαβαν γνώση της πρόσθετης επιβάρυνσης και αναπροσαρμογής σε χρόνο μετά τη σύναψη της σύμβασης.

3. Στον Κανονισμό Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ ως πάγιο ορίζεται το "καταβαλλόμενο μηνιαίως από τον συνδρομητή κατά την διάρκεια της ορισμένου χρόνου σύμβασης" και η τελική τιμή του δύναται να περιλαμβάνει το αρχικώς ορισθέν πάγιο και τυχόν ενσωματωμένες προσφορές / εκπτώσεις. Η απαγόρευση τροποποίησης παγίων/ περιοδικών τελών σύμφωνα με το Άρθρο 3.3.στοιχ. ιβ) του Κανονισμού Γενικών Αδειών εξυπηρετεί την αποφυγή αιφνιδιασμού των καταναλωτών κατά τη διάρκεια της συμβατικής δέσμευσης και τη διατήρηση της εύλογης προσδοκίας και πεποίθησης ότι το τίμημα της σύμβασης θα παραμείνει σταθερό και αμετάβλητο<sup>15</sup>.

4. Οι προμηθευτές ηλεκτρονικών επικοινωνιών οφείλουν να παρέχουν σαφείς, κατανοητές και εύληπτες πληροφορίες στους καταναλωτές αναφορικά με τέλη, προσφορές, εκπτώσεις. Ειδικά δε για τις παρεχόμενες εκπτώσεις θα πρέπει να αναγράφεται σαφώς η περίοδος ισχύος της έκπτωσης (άρθρο 14 του ως άνω Εκτελεστικού Κανονισμού και άρθρα 3 και 7 του Κώδικα Δεοντολογίας για την Παροχή Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στους Καταναλωτές της ΕΕΤΤ). Ως εκ τούτου, όταν δεν αναγράφεται η περίοδος ισχύος της έκπτωσης, όπως εν προκειμένω, συνάγεται εξ' αντιδιαστολής, ότι τίθεται για όλη τη διάρκεια της σύμβασης.

5. Στις συμβάσεις σταθερής τηλεφωνίας αναγράφεται ρητά ότι " Σε περίπτωση επιλογής του πελάτες να λαμβάνει ηλεκτρονικό λογαριασμό, παρέχεται έκπτωση 1 € /μήνα στον λογαριασμό για όσο διάστημα ο πελάτης είναι ενταγμένος στο πρόγραμμα και λαμβάνει ηλεκτρονικό λογαριασμό)". Ομοίως, στις συμβάσεις κινητής τηλεφωνίας δεν υπάρχει καμία πρόβλεψη για την κατάργηση της υπό κρίση έκπτωσης.

6. Με την υπό κρίση συμπεριφορά των Εταιρειών [άρθρο 9δ) και ε) παρ. 1 Ν. 2251/1994] δημιουργήθηκε εύλογα η εντύπωση ιδιαιτέρως ευνοϊκής – δλεαστικής προσφοράς, εφόσον στο σύνολο των προωθητικών ενεργειών ή/και της προσυμβατικής ενημέρωσης, η υπό κρίση έκπτωση ανακοινώθηκε ως τμήμα εντασσόμενο στο παγίως καταβαλλόμενο περιοδικό τέλος της σύμβασης καθόλη τη διάρκεια της, με προφανή εμπορικό στόχο την προσέλκυση πελατείας (βλ. σχετικά Στε 2018/2022).

7. Από τη σχετική έρευνα της υπηρεσίας στον ιστότοπο της ΕΕΤΤ (Παρατηρητήριο τιμών τηλεπικοινωνιών - <https://www.pricescop.gr>) προκύπτει ότι οι διαφορές στην "εκτιμώμενη" μηνιαία χρέωση για ίδιες ή παρόμοιες υπηρεσίες των εταιρειών τηλεπικοινωνιών κυμαίνονται σε λεπτά του ευρώ. Ως εκ τούτου, η όποια έκπτωση κατά τη διαμόρφωση του παγίου ασκεί σημαντική επιρροή στην απόφαση συναλλαγής που καλείται να λάβει ο συνδρομητής, ιδιαιτέρως δε υπό τις παρούσες οικονομικές συνθήκες. Επομένως αλυσιτελώς προβάλλεται εκ μέρους των Εταιρειών ο

<sup>14</sup> Ελίζα Αλεξανδρίδου, Το νέο Δίκαιο Προστασίας Καταναλωτή, 4η έκδοση, 2023, σελ. 153.

<sup>15</sup> Η χρονική διάρκεια του συνόλου σχεδόν των συμβάσεων που παρέχουν οικονομικά προγράμματα με συμπερίληψη δωρεάν χρόνου ομιλίας ορίζεται για δύο έτη.

ισχυρισμός ότι το ποσό είναι μικρό, αφού η σπουδαιότητα του κονδυλίου είναι αντιστρόφως ανάλογη προς τα εισοδήματα του εκάστοτε επιβαρυνόμενου, τα οποία μπορεί να είναι πολύ χαμηλά και να υπολογίζει ακόμα και την παραμικρή διαφοροποίηση για να καλύψει τη δαπάνη για τη συγκεκριμένη υπηρεσία που αποτελεί “είδος πρώτης ανάγκης”.

8. Από τα στοιχεία που μας κοινοποιήθηκαν με τις με αρ. πρωτ. 7653/6.2.2024 και 13915/1.3.2024 επιστολές των Εταιρειών, ελάχιστος αριθμός συνδρομητών (περίπου 0,54% στη σταθερή τηλεφωνία και 0,28% στην κινητή τηλεφωνία) επέλεξε μετά την διακοπή της έκπτωσης να λαμβάνει έγχαρτο λογαριασμό. Επομένως, οι Εταιρείες επωφελούνται μονομερώς από την από την υπό κρίση κατάργηση της έκπτωσης εξαιτίας της εξοικονόμησης του κόστους διαχείρισης (εκτύπωση, εμφακέλλωση) και αποστολής έγχαρτων λογαριασμών, με το οποίο εξ' ορισμού επιβαρύνονται.

9. Την ίδια στιγμή οι Εταιρείες πετυχαίνουν τον περιορισμό της απώλειας συνδρομητών<sup>16</sup>, λόγω της αδυναμίας ικανού ποσοστού αυτών (όσων δηλαδή έλαβαν επιδότηση συσκευής) να αποδεσμευθούν από τις συμβάσεις (βλ. ανωτέρω Π,1,ii,η). Σημειώνεται ότι η μη άσκηση του δικαιώματος καταγγελίας - που στην πραγματικότητα δεν μπορεί να ασκηθεί αζημίως, αλλά αντιθέτως συνεπάγεται άμεσα σημαντική επιβάρυνση για τους καταναλωτές - δεν δύναται να προβάλλεται από τις Εταιρείες ως δείγμα αποδοχής της επίμαχης διακοπής της έκπτωσης, αντιθέτως συνιστά περιορισμό της ελευθερίας επιλογής των καταναλωτών, η οποία πραγματοποιείται με κατάχρηση επιρροής (άρθρο 9 ζ παρ. 1 ν. 2251/1994).

### **Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω,**

1. Επειδή κάθε καταναλωτής, ενόψει της καλόπιστης εκτέλεσης της σύμβασης, δικαιούται να γνωρίζει κατά τη σύναψη της τη συνολική οικονομική του επιβάρυνση, ήτοι το τίμημα που εύλογα προσδοκά και αναμένει ότι θα καταβάλει ως αντάλλαγμα για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και για το συνολικό χρονικό διάστημα για το οποίο καλείται να δεσμευτεί<sup>17</sup>.
2. Επειδή η κατάργηση της συγκεκριμένης έκπτωσης, η οποία οδηγεί σε τροποποίηση του μηνιαίου, σταθερά και περιοδικά καταβαλλόμενου τιμήματος, υπόκειται σε κάθε περίπτωση στον έλεγχο καταχρηστικότητας του άρθρου 2 Ν. 2251/1994 και των σχετικών ειδικότερων διατάξεων (Βλ. Σχετικά 3090/2019 ΔεφΑθ).
3. Επειδή η παροχή δυνατότητας καταγγελίας της σύμβασης στους καταναλωτές δεν νομιμοποιεί μονομερείς τροποποιήσεις της κατά την αποκλειστική κρίση και βούληση των Εταιρειών, ούτε νομιμοποιεί το στοιχείο του αιφνιδιασμού και της παραπλάνησης τους (ΑΠ 296/2001, 33/2022 ΜονΠρΑιγ ως Εφετείο, 51/2018 ΕιρΑιγ., Νomos).
4. Επειδή η αύξηση παγίου σε σύμβαση ορισμένου χρόνου απαγορεύεται καθώς αντίκειται στο άρθρο 3.3. περ. β) Παραρτήματος Β' του Κανονισμού Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ.
5. Επειδή η υπό κρίση “έκπτωση του e-λογαριασμού” είναι καθ' όλα τα εξωτερικά της γνωρίσματα μια γενική έκπτωση που ισοδυναμεί με μείωση του ύψους του παγίου, διαμορφώνει μια τελική τιμή πολύ συγκεκριμένη, η οποία προβάλλεται κατά την προσυμβατική ενημέρωση ως η τελική ενιαία τιμή που καλούνται οι καταναλωτές να καταβάλουν, η δε διαφημιστική προβολή συνηγορεί προς την κατεύθυνση αυτή και επιτείνει την εντύπωση που δικαιολογημένα αποκόμισαν.
6. Επειδή η ανωτέρω συμπεριφορά των Εταιρειών μπορούσε να επηρεάσει ουσιωδώς την απόφαση συναλλαγής των καταναλωτών κατά τον κρίσιμο χρόνο σύναψης της σύμβασης, λαμβάνοντας υπόψη τις ελάχιστες διαφοροποιήσεις στις τιμές μεταξύ των ανταγωνιστριών εταιρειών, καθώς δημιούργησε εντύπωση ειδικής συμφέρουσας τιμής χωρίς χρονικούς ή άλλους περιορισμούς.
7. Επειδή οι Εταιρείες παραβίασαν την υποχρέωση τήρησης εμπιστοσύνης στο πλαίσιο της συναλλακτικής σχέσης προμηθευτή και πελάτη, με συνέπεια την ουσιαστική παρεμπόδιση

<sup>16</sup> βλ. σχετικά ΣτΕ 1018/2022, Α' Δημοσίευση ΝΟΜΟΣ περί “παραβίασης της εμπιστοσύνης στο πλαίσιο της συναλλακτικής σχέσης προμηθευτή και πελάτη και της δυσμενούς συνέπειας σε περίπτωση αδυναμίας ασκήσεως του δικαιώματος της καταγγελίας, το οποίο αποτελεί αναφαίρετο δικαίωμα όλων των συνδρομητών”.

<sup>17</sup> άρθρο 2 παρ. 4 και 7 Ν. 2251/1994 - ΑΠ 296/2001.

άσκησης αζήμιας καταγγελίας για όσους έχουν λάβει επιδότηση συσκευής, οι οποίοι εξωθούνται να δεχτούν αναγκαστικά τη συνέχιση της σύμβασης.

8. Επειδή με την εκ των υστέρων επιβάρυνση των καταναλωτών προτάσσεται μονόπλευρα το συμφέρον των Εταιρειών, δεδομένου ότι συνεχίζουν να εξοικονομούν διαχειριστικά και λειτουργικά κόστη που απαιτούνται για την έκδοση και αποστολή έγχαρτων λογαριασμών.

9. Επειδή, ακόμα και στην περίπτωση που η εν λόγω έκπτωση θεωρηθεί ότι αποτελεί αποκλειστικά προωθητική ενέργεια, ουδέποτε ανακοινώθηκε η διάρκεια της, κατά ρητή παράβαση του άρθρου 14 του Εκτελεστικού Κανονισμού 2019/2243 ΕΕ και των άρθρων 3 και 7 του Κώδικα Δεοντολογίας για την Παροχή Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών στους Καταναλωτές (υπ' αριθμ. 1032/6 Απόφαση ΕΕΤΤ).

### **ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ,**

λαμβάνοντας υπόψη τις ληφθείσες αναφορές, τους ισχυρισμούς των Εταιρειών, τις ανωτέρω αναφερόμενες διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας και των σχετικών κανονιστικών κειμένων, τα συναλλακτικά ήθη και την καλή πίστη που πρέπει να διέπουν τις συναλλαγές,

### **Ο ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ,**

I) Απευθύνει Σύσταση προς τις εταιρείες “ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ Α.Ε.” και “COSMOTE Α.Ε.” όπως επαναφέρουν αναδρομικά την έκπτωση του ενός (1) ευρώ ανά μήνα / δύο (2) ευρώ ανά δίμηνο στο μηνιαίως / διμηνιαίως καταβαλλόμενο συμβατικό τίμημα και όπως συνεχίζουν να παρέχουν αυτή μέχρι τη λήξη της συμβατικής διάρκειας, άλλως την λύση των υφισταμένων συμβάσεων, για το σύνολο των καταναλωτών, στους οποίους αφορά η υπό κρίση κατάργηση.

II) Αποφασίζει ότι σε περίπτωση που οι ως άνω Εταιρείες δεν αποδεχτούν εντός δέκα (10) ημερών τα διαλαμβανόμενα στην παρούσα Σύσταση, τότε ο Συνήγορος του Καταναλωτή θα ενεργήσει σύμφωνα με τα διαλαμβανόμενα στην παρ. 5 του αρθρ. 4 του ν. 3297/2004 (ΦΕΚ Α 259/23.12.04), θα δημοσιοποιήσει την παρούσα Σύσταση και θα διαβιβάσει αυτήν στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή και στην Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων για τις δικές τους δέουσες νόμιμες ενέργειες.

### **Ο ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

**Λευτέρης Γ. Ζαγορίτης**