

Αριθμός 139

**Ο ΠΕΡΙ ΡΥΘΜΙΣΕΩΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΩΝ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΝΟΜΟΣ ΤΟΥ 2004**

Διάταγμα δυνάμει των άρθρων 20(ιβ), 70(1) και 152

Για σκοπούς:

εναρμόνισης των διαδικασιών προστασίας και διασφάλισης των συμφερόντων των καταναλωτών, που σχετίζονται με τον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, με τις κατευθυντήριες γραμμές της πράξης της Ευρωπαϊκής Κοινότητας με τίτλο:

«Οδηγία 2002/21/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, σχετικά με κοινό κανονιστικό πλαίσιο για δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών» (ΕΕ L 108 της 24.4.2002, σελ. 33)

«Οδηγία 2002/22/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 7ης Μαρτίου 2002, για την καθολική υπηρεσία και τα δικαιώματα των χρηστών όσον αφορά δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών» (ΕΕ L 108 της 24.4.2002, σελ. 51).

Ο Επίτροπος Ρυθμίσεως Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και Ταχυδρομείων, ασκώντας τις εξουσίες που του παρέχουν τα Άρθρα 20(ιβ) και 70(1) του περί Ρυθμίσεων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και Ταχυδρομικών Υπηρεσιών Νόμου του 2004, εκδίδει το ακόλουθο Διάταγμα.

Μέρος Ι. Εισαγωγικές διατάξεις

Συνοπτικός Τίτλος.

1. Το παρόν Διάταγμα θα αναφέρεται ως το περί Προστασίας των Καταναλωτών Διάταγμα του 2005.

Ερμηνεία.

2. (1) Στο παρόν Διάταγμα, εκτός αν από το κείμενο προκύπτει διαφορετική έννοια –

«Νόμος» σημαίνει τον περί Ρυθμίσεως Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών και Ταχυδρομικών Υπηρεσιών Νόμο του 2004 και περιλαμβάνει κάθε νόμο που τον τροποποιεί ή τον αντικαθιστά·

«υπηρεσίες» σημαίνει υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών

«τιμολόγια» σημαίνει εμπορικά έγγραφα απόδειξης παροχής υπηρεσιών.

(2) Οποιοιδήποτε άλλοι όροι χρησιμοποιούνται στο παρόν Διάταγμα και οι οποίοι δεν ορίζονται διαφορετικά σε αυτό θα έχουν την έννοια που αποδίδει στους όρους αυτούς ο Νόμος.

Πεδίο Εφαρμογής.

3. Το παρόν Διάταγμα τυγχάνει εφαρμογής σε ζητήματα προστασίας καταναλωτών που σχετίζονται με τον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, και ειδικότερα σε σχέση με το ελάχιστο περιεχόμενο του τυποποιημένου κειμένου της σύμβασης παροχής υπηρεσιών, τη δημοσιότητα τιμολογίων και το χειρισμό παραπόνων / καταγγελιών

Μέρος II. Ελάχιστο Περιεχόμενο του Τυποποιημένου Κειμένου Σύμβασης Παροχής Υπηρεσιών

4. (1) Οι Οργανισμοί υποχρεούνται να υποβάλουν προς έγκριση στον Επίτροπο το τυποποιημένο κείμενο σύμβασης παροχής υπηρεσιών το οποίο θα καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις σχετικά με την πρόσβαση και τη χρήση υπηρεσιών διαθέσιμων στους συνδρομητές, κατ'εφαρμογή του άρθρου 69 του Νόμου.

(2) Το ελάχιστο περιεχόμενο του τυποποιημένου κειμένου σύμβασης αποτελείται ιδίως από τα κατωτέρω:

- υποχρεώσεις του Οργανισμού και ευθύνη του έναντι των συνδρομητών,
- υποχρεώσεις του συνδρομητή,
- χρεώσεις υπηρεσιών,
- προϋποθέσεις για διακοπή παροχής υπηρεσιών,
- διάρκεια σύμβασης,
- καταγγελία της σύμβασης,
- πρόβλεψη για τον εμπιστευτικό χαρακτήρα των επικοινωνιών,
- πρόβλεψη για επίλυση διαφορών.

Μέρος III. Δημοσίευση Πληροφοριών και Τιμολογίων

Δημοσίευση πληροφοριών χρέωσης.

5. (1) Οι πληροφορίες χρέωσης των Οργανισμών, για παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, αποτελούν αντικείμενο συμβατικής ρύθμισης, τηρουμένων των διατάξεων περί καταχρηστικής άσκησης δικαιώματος, γενικών όρων συναλλαγών, των διατάξεων περί προστασίας του καταναλωτή, και σύμφωνα με την κείμενη Κυπριακή νομοθεσία.

(2) Η ανακοίνωση των πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων από τους Οργανισμούς είναι υποχρεωτική.

(3) Στα πλαίσια της ανακοίνωσης των σχετικών πληροφοριών τιμολόγησης, οι Οργανισμοί θα διασφαλίζουν ότι οι σχετικές με τις πληροφορίες χρέωσης και τιμολόγησης είναι ακριβείς, κατανοητές και προσβάσιμες.

(4) Η αρχή ότι οι σχετικές με την τιμολόγηση πληροφορίες και οι πληροφορίες χρεώσεων θα είναι ακριβείς, κατανοητές και προσβάσιμες τίθεται προκειμένου να διασφαλισθεί, μεταξύ άλλων, ότι οι Οργανισμοί παρουσιάζουν διαφανείς και ενημερωμένες

πληροφορίες, ιδίως για τα ακόλουθα:

- α. τις πληροφορίες τιμολόγησης που αφορούν στην πρόσβαση,
- β. όλους τους τύπους χρεώσεων για χρήση,
- γ. αναφορικά με χρεώσεις που αφορούν την συντήρηση,
- δ. λεπτομέρειες σχετικά με συνήθειες εκπτώσεις που εφαρμόζονται, και
- ε. λεπτομέρειες σχετικά με πληροφορίες εκπτώσεων στόχου και ειδικά τιμολόγια .

(5) Οι Οργανισμοί οφείλουν να διαθέτουν όλες τις σχετικές πληροφορίες τιμολόγησης/χρεώσεων και έντυπα σχετικά με τα τιμολόγια υπηρεσιών λιανικής από τα σημεία πώλησης των υπηρεσιών τους ή να λειτουργούν τηλεφωνικό κέντρο από το οποίο να παρέχονται πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων καθώς και να ανακοινώνουν αυτά σε εμφανές σημείο στο Δικτυακό τους τόπο ή στο σχετικό έντυπο, εφόσον διαθέτουν τέτοιο.

Τιμολόγια και πληροφορίες
τιμολόγησης/χρεώσεων
τηλεφωνικών υπηρεσιών.

6. (1) Ειδικότερα οι Παροχείς Τηλεφωνικών Υπηρεσιών υποχρεούνται όπως η σχετική ανακοίνωση / δημοσίευση να παρουσιάζει επαρκώς και με σαφήνεια τις επιμέρους τιμές που ισχύουν σε κάθε περίπτωση για τις σχετικές τηλεφωνικές υπηρεσίες ανά τύπο δικτύου, προορισμό και χρονικό διάστημα στο οποίο γίνεται η τηλεφωνική κλήση. Επιπλέον θα πρέπει να παρουσιάζεται με σαφήνεια η μονάδα χρέωσης , η ελάχιστη χρέωση και το τέλος αποκατάστασης κλήσης, εάν υπάρχουν, καθώς επίσης και οι τυχόν διαφοροποιήσεις στα τέλη χρέωσης ανάλογα με το χρονικό διάστημα που πραγματοποιείται η κλήση (ώρες αιχμής – μη αιχμής). Σε περίπτωση μεταβολής πρέπει να επισημαίνεται κατά σαφή τρόπο η μεταβολή η οποία πραγματοποιείται καθώς επίσης και η ημερομηνία από την οποία ισχύει η εν λόγω μεταβολή.

(2) Οι Οργανισμοί υποχρεούνται να δημοσιοποιούν με πρόσφορο τρόπο τις πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων των υπηρεσιών τους προς τους τελικούς χρήστες / καταναλωτές. Η εν λόγω υποχρέωση καλύπτει τόσο την περίπτωση νέων πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων, όσο και τις μεταβολές των υφισταμένων αυτών.. Η δημοσίευση συνίσταται στην ανακοίνωση των τιμολογίων και των πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων σε τουλάχιστον δύο (2) ημερήσιες πολιτικές εφημερίδες και σε μία (1) οικονομική εφημερίδα, υψηλής κυκλοφορίας, καθώς και στον Δικτυακό Τόπο του Παροχέα στο διαδίκτυο.

(3) Στις περιπτώσεις όπου οι Οργανισμοί δημοσιοποιούν ή/και διαφημίζουν την παροχή υπηρεσιών τους μέσω ραδιοτηλεοπτικών ή άλλων ηλεκτρονικών οπτικοακουστικών μέσων οι πληροφορίες χρεώσεων και τιμολόγησης των υπηρεσιών τους θα πρέπει να ανακοινώνονται και ηχητικά κατά το χρόνο παρουσίας της εν λόγω διαφήμισης σε περίπτωση που το προϊόν/υπηρεσία διαφημίζεται ηχητικά.

7. Δια σκοπούς αποτελεσματικότερης εφαρμογής των πιο πάνω και

διασφάλισης συμμόρφωσης, ο Επίτροπος δύναται να εκδίδει και να δημοσιεύει στην Ιστοσελίδα του Γραφείου Κατευθυντήριες Αρχές κατόπιν διαβούλευσης με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, σύμφωνα με το άρθρο 26 του Νόμου.

8. Οι Οργανισμοί κοινοποιούν στον Επίτροπο, εφόσον τους ζητηθεί ή/και κριθεί αναγκαίο από τον τελευταίο, τα νέα τιμολόγια και τις πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων τους την επομένη της δημοσίευσής τους στον ημερήσιο τύπο, συνοδευόμενα από το αντίγραφο της δημοσίευσης που έγινε στα εκάστοτε έντυπα ή/και στις περιπτώσεις διαφημίσεων σε ραδιοτηλεοπτικά ή άλλα ηλεκτρονικά οπτικοακουστικά μέσα, το αντίγραφο του οπτικοακουστικού υλικού, καθώς και εκτύπωση του ενημερωτικού σημειώματος του Οργανισμού που ανακοινώθηκε στο Δικτυακό του Τόπο στο διαδίκτυο.

9. Ο Επίτροπος δύναται, και αφού έχει δώσει τη δυνατότητα στους εν λόγω οργανισμούς να καταθέσουν γραπτώς τις απόψεις τους μέσα σε 15 μέρες από το χρόνο κοινοποίησης σε αυτούς της πρόθεσης του Επιτρόπου, να παρεμβαίνει με αιτιολογημένη Απόφασή του και να επιβάλλει την αναδημοσίευση των τιμολογίων και των σχετικών πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων κατά τρόπο ο οποίος συνάδει με τις διατάξεις του παρόντος Διατάγματος.

10. Με την επιφύλαξη των διατάξεων περί ανταγωνισμού και των αρχών της καλής πίστης και των συναλλακτικών ηθών της νομοθεσίας περί προστασίας του καταναλωτή και της σχετικής κείμενης Κυπριακής Νομοθεσίας η αναδρομική αύξηση χρεώσεων απαγορεύεται χωρίς την προηγούμενη σύμφωνη γνώμη του αντισυμβαλλομένου.

11. Σε περίπτωση τροποποίησης των πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων, οι συνδρομητές οι οποίοι δεσμεύονται με συμβάσεις ορισμένου χρόνου για οποιοδήποτε λόγο, είναι δυνατόν, εφόσον αυτό δικαιολογείται από τη νομοθεσία περί προστασίας του καταναλωτή ή/και καταναλωτικής άσκησης δικαιώματος ή/και της σχετικής κείμενης νομοθεσίας να προβούν σε καταγγελία της σύμβασής τους αζημίως.

12. Ενεργώντας αυτεπαγγέλτως, ο Επίτροπος δύναται να απαιτεί τη διακοπή ή απόσυρση των προγραμμάτων εκπτώσεων που εφαρμόζουν οι Οργανισμοί, στο βαθμό που αυτά δεν είναι διαφανή ή επιβάλλουν αθέμιτες διακρίσεις. Η παρούσα διάταξη δεν περιορίζει σε τίποτα τη δυνατότητα παρέμβασης του Επιτρόπου σε κάθε άλλη περίπτωση παράβασης της νομοθεσίας περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

13. (1) Οι Οργανισμοί διασφαλίζουν ότι στους τελικούς χρήστες προσφέρονται ακριβείς και ενημερωμένες τιμολογιακές πληροφορίες και πληροφορίες χρεώσεων αναφορικά με τις σχετικές με τις ανάγκες τους υπηρεσίες. Κατά την ανακοίνωση πληροφοριών τιμολόγησης, οι Οργανισμοί διασφαλίζουν ότι αυτές είναι άμεσα κατανοητές και ότι

δεν οδηγούν στον αποπροσανατολισμό και σύγχυση των τελικών χρηστών / καταναλωτών δια μέσω ανακριβειών, διφορούμενων εννοιών, υπερβολών ή παραλείψεων.

(2) Τιμολογιακές πληροφορίες και πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων, ισχυρισμοί και συγκρίσεις που έχουν καταστεί απηρχαιωμένες ή παραπλανητικές, κατά τη κρίση του Επιτρόπου, δεν δύνανται να χρησιμοποιηθούν. Οι ως άνω πληροφορίες, ισχυρισμοί και συγκρίσεις αποσύρονται από τη δημόσια χρήση.

(3) Δια σκοπούς αποτελεσματικότερης εφαρμογής των πιο πάνω και διασφάλισης συμμόρφωσης, ο Επίτροπος δύναται να εκδίδει [με Διάταγμα] και να δημοσιεύει στην Ιστοσελίδα του Γραφείου Κατευθυντήριες Αρχές κατόπιν διαβούλευσης με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, σύμφωνα με το άρθρο 26 του Νόμου.

Προσδιορισμένες διαδικασίες προκειμένου να διασφαλίζονται ακριβείς πληροφορίες.

14. (1) Οι Οργανισμοί οφείλουν να διαθέτουν προσδιορισμένες και προκαθορισμένες διαδικασίες προκειμένου να διασφαλίζεται ότι στους τελικούς χρήστες / καταναλωτές προσφέρονται ακριβείς πληροφορίες. Ειδικότερα, θα πρέπει να καθορίζεται διαδικασία προκειμένου να:

(α) Ενημερώνονται οι υφιστάμενοι συνδρομητές σχετικά με τις αυξήσεις στις τιμολογιακές χρεώσεις πριν την εφαρμογή τους, σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο Άρθρο 5 του παρόντος Διατάγματος.

(β) Διασφαλίζεται ότι τα έντυπα τιμολόγια και οι ιστοσελίδες ενημερώνονται σύμφωνα με και κατά το χρόνο που νέες τιμολογιακές χρεώσεις τίθενται σε εφαρμογή σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο Άρθρο 5 του παρόντος Διατάγματος.

(γ) Εκπαιδεύεται το σχετικό προσωπικό και οι τυχόν μεταπωλητές ή εμπορικοί συνεργάτες των Οργανισμών σχετικά με το ρόλο τους στο να παρέχουν ακριβείς και κατανοητές πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων στους τελικούς χρήστες σχετικά με την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών.

(2) Οι Οργανισμοί δεν θα επεξεργάζονται πληροφορίες κατά τρόπο που τις καθιστά ανακριβείς και παραπλανά τους τελικούς χρήστες. Ειδικότερα, οι πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων δεν πρέπει να στρογγυλοποιούνται κατά τρόπο μη αρμόζοντα.

Ανταγωνιστικές Συγκρίσεις.

15. (1) Οι Οργανισμοί διασφαλίζουν ότι οι ανταγωνιστικές συγκρίσεις είναι ακριβείς, δίκαιες και βασισμένες σε αντίστοιχες τιμολογιακές επιλογές για προϊόντα ή υπηρεσίες που απευθύνονται σε παρεμφερείς κατηγορίες τελικών χρηστών.

(2) Συγκρίσεις που χρησιμοποιούν τα συνήθη τιμολόγια ενός ανταγωνιστή Οργανισμού οφείλουν να αναφέρουν το γεγονός ότι δύνανται να εφαρμόζονται εκπτώσεις επί αυτών, και οι τελικοί

χρήστες δεν πρέπει να μένουν με την εντύπωση ότι η συνήθης τιμή του ανταγωνιστή είναι η μόνη διαθέσιμη τιμή.

(3) Κατά τη σύγκριση τιμολογίων και των πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων, οι Οργανισμοί δεν πρέπει να χειρίζονται τα τιμολόγια τους και τις ως άνω πληροφορίες, ή αυτές των ανταγωνιστών τους κατά τρόπο τέτοιο που να αποπροσανατολίζει τον τελικό χρήστη.

Απόδειξη Ισχυρισμών.

16. (1) Οι Οργανισμοί οφείλουν να είναι σε θέση να αποδεικνύουν:

(α) τους ισχυρισμούς που προβάλλουν αναφορικά με τις εξοικονομήσεις που οι υφιστάμενοι τελικοί χρήστες δύνανται να πετύχουν όταν μεταφέρονται σε μία διαφορετική τιμολογιακή επιλογή,

(β) τους ανταγωνιστικούς ισχυρισμούς τους και τις συγκρίσεις.

(2) Οι Οργανισμοί οφείλουν να διαθέτουν τεκμηριωμένη με έγγραφα θεμελίωση της σύμφωνης με το ανωτέρω εδάφιο απόδειξης των ισχυρισμών των, η οποία θα είναι έτοιμη προς υποβολή στον Επίτροπο όποτε αυτή ζητηθεί από αυτόν, για μια περίοδο έξι (6) μηνών τουλάχιστον από την ημερομηνία της προβολής των.

(3) Στην περίπτωση όπου ισχυρισμοί περί εξοικονομήσεων μεταφέρονται προφορικά σε τελικούς χρήστες, οι Οργανισμοί θα θεμελιώνουν τους ισχυρισμούς αυτούς παρέχοντας έντυπες λεπτομέρειες επί των ισχυρισμών αυτών, όποτε αυτό τους ζητηθεί.

(4) Ανακοινώσεις σχετικά με πληροφορίες τιμολόγησης/χρεώσεων που παρέχονται για περιορισμένη χρονική περίοδο, θα αναφέρουν την ημερομηνία από την οποία η προσφορά τίθεται σε ισχύ και την καταληκτική ημερομηνία της προσφοράς. Ανακοινώσεις που εμπεριέχουν ανταγωνιστικές συγκρίσεις θα εμφανίζουν επίσης και τις σχετικές ημερομηνίες ισχύος των συγκρινόμενων πληροφοριών τιμολόγησης.

Κατανοητές πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων.

17. Οι Οργανισμοί διασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε κατανοητές πληροφορίες τιμολόγησης και χρεώσεων σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία ή/και σε ευκρινές σημείο σε σχέση με τον εκάστοτε αριθμό ο οποίος προσφέρεται προς κλήση/χρήση δια παροχή υπηρεσιών, και ότι οι σχετικές ανακοινώσεις περιέχουν επαρκείς πληροφορίες για να ενημερώνουν τους τελικούς χρήστες σχετικά με τα χαρακτηριστικά διαφορετικών τιμολογιακών επιλογών.

Ελάχιστο περιεχόμενο πληροφοριών.

18. Όλες οι έντυπες, δικτυακές ή προφορικές ανακοινώσεις τιμολογίων θα αναφέρουν τις σχετικές λεπτομέρειες αυτών και τις πρόσθετες χρεώσεις/τέλη που εφαρμόζονται στα τιμολόγια. Στις έντυπες ανακοινώσεις, οι πληροφορίες σχετικά με πρόσθετες χρεώσεις/τέλη θα τοποθετούνται πλησίον των πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων σε ομοιόμορφη γραμματοσειρά. Αυτές θα εμπεριέχουν, μεταξύ άλλων:

(α) τις χρονικές προσαυξήσεις βάσει των οποίων ο Οργανισμός προβαίνει σε χρεώσεις,

(β) τους χρόνους αιχμής/μη αιχμής και τις χρεώσεις για Σαββατοκύριακα.

Τιμολογιακές επιλογές βάσει των πληροφοριών τιμολόγησης και χρεώσεων που εμπεριέχουν χρόνο ή πίστωση.

19. Στις περιπτώσεις όπου οι Οργανισμοί παρέχουν τιμολογιακές επιλογές που εμπεριέχουν χρόνο ή πίστωση, οι δικτυακές και οι προφορικές/φωνητικές τιμολογιακές ανακοινώσεις θα αναφέρουν ξεκάθαρα τους όρους βάσει των οποίων ο συμπεριλαμβανόμενος χρόνος και η πίστωση δύνανται να χρησιμοποιηθούν. Αυτό δύνανται να εμπεριέχει, μεταξύ άλλων:

(α) τους ακριβείς τύπους τηλεφωνικών κλήσεων που συμπεριλαμβάνονται ή τους τύπους εκείνους που αποκλείονται προς χρήση από τον τελικό χρήστη όπως για παράδειγμα οι κλήσεις προστιθέμενης αξίας,

(β) το αν ο μη χρησιμοποιημένος χρόνος και η πίστωση δύνανται να μεταφέρονται στην αμέσως επόμενη ή άλλες επόμενες περιόδους χρέωσης,

(γ) την καταληκτική ημερομηνία όσον αφορά την πίστωση κλήσεων,

(δ) την περίοδο της ημέρας εντός της οποίας ο συμπεριλαμβανόμενος χρόνος και η πίστωση δύνανται να χρησιμοποιηθούν.

Προσβάσιμες Τιμολογιακές Πληροφορίες.

20. Οι Οργανισμοί θα διασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές / τελικοί χρήστες έχουν ευχερή πρόσβαση σε τιμολογιακές πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων λεπτομερειών για τους όρους και προϋποθέσεις που εφαρμόζονται για την υπηρεσία τη σχετική με τις ανάγκες τους, πληροφορίες χρεώσεων και λεπτομερειών για συνήθειες εκπτώσεις που εφαρμόζονται ή για ειδικά τιμολογιακά σχήματα και τιμολογιακά σχήματα στόχου.

Πρόσβαση σε έντυπα τιμολόγια και τιμολόγια στο διαδίκτυο.

21. Οι Οργανισμοί θα παρέχουν :

- έντυπες τιμολογιακές πληροφορίες σε απάντηση των αιτημάτων τελικών χρηστών,
- έναν άμεσο σύνδεσμο στην κεντρική ιστοσελίδα τους στο σχετικό δικτυακό τόπο όπου περιέχονται οι τιμολογιακές πληροφορίες και οι πληροφορίες τιμολόγησης και χρέωσης των υπηρεσιών

Τιμολογιακές πληροφορίες, πληροφορίες τιμολόγησης και η διαδικασία εκπτώσεων.

22. Οι Οργανισμοί θα διασφαλίζουν ότι όλες οι τιμολογιακές πληροφορίες, οι πληροφορίες τιμολόγησης και οι σχετικοί όροι και προϋποθέσεις των θα ανακοινώνονται ξεκάθαρα στους τελικούς χρήστες πριν από την απόφασή τους να προβούν σε αγορά. Οι Οργανισμοί δεν θα αποκρύπτουν τιμολογιακές πληροφορίες και πληροφορίες τιμολόγησης και χρέωσης προκειμένου να οδηγούν τον

τελικό χρήστη να προβεί σε μια βεβαιωμένη απόφαση αγοράς, και σε κάθε περίπτωση θα προσφέρονται να παρέχουν εγγράφως τις ίδιες τιμολογιακές πληροφορίες και πληροφορίες τιμολόγησης και χρέωσης που παρείχαν και προφορικώς.

Ενημέρωση καταναλωτών σχετικά με τα τέλη υπηρεσιών υπερτιμημένων κλήσεων (Premium Rate).

23. Οι παροχείς υπηρεσιών υπερτιμημένων κλήσεων (Premium Rate) υποχρεούνται να ενημερώνουν τους καταναλωτές για το ύψος της χρέωσης των εν λόγω υπηρεσιών. Ειδικότερα κατά τη διαφημιστική προβολή των υπηρεσιών θα πρέπει οι τιμές χρέωσης να αναγράφονται ευκρινώς και εγγύτατα σε κάθε αριθμό κλήσης ξεχωριστά και να είναι εμφανώς συνδισασμένες και σχετιζόμενες με τον εκάστοτε αριθμό, σε περιπτώσεις έντυπης, ηλεκτρονικής ή τηλεοπτικής διαφήμισης και να ανακοινώνονται φωνητικά με σαφήνεια εάν η διαφημιστική προβολή γίνεται μέσω ραδιοτηλεοπτικών ή άλλων ηλεκτρονικών (οπτικο)ακουστικών μέσων.

Ενημέρωση καταναλωτών σχετικά με τα τέλη υπηρεσιών σύντομων μηνυμάτων (Short Message Services – SMS) προστιθέμενης αξίας.

24. (1) Οι Οργανισμοί μεριμνούν ώστε να ενσωματώνεται ειδικός όρος στις συμβάσεις που υπογράφουν με τους παροχείς υπηρεσιών σύντομων μηνυμάτων (Short Message Services – SMS) προστιθέμενης αξίας, με τον οποίο να υποχρεώνεται ο αντισυμβαλλόμενός τους σε παροχή επαρκών πληροφοριών στους καταναλωτές για τη χρέωση των υπηρεσιών.

(2) Κατά τη διαφημιστική προβολή των υπηρεσιών θα πρέπει οι τιμές χρέωσης να αναγράφονται ευκρινώς σε περιπτώσεις έντυπης, ηλεκτρονικής ή τηλεοπτικής διαφήμισης και να ανακοινώνονται με σαφήνεια εάν η διαφημιστική προβολή γίνεται μέσω οιονδήποτε ραδιοτηλεοπτικών ή άλλων ηλεκτρονικών οπτικοακουστικών μέσων.

(3) Οι Οργανισμοί μεριμνούν ώστε οι ίδιοι να απαντούν κάθε εύλογο ερώτημα καταναλωτή σχετικά με τη χρέωση υπηρεσιών σύντομων μηνυμάτων (Short Message Services – SMS) προστιθέμενης αξίας.

Μέρος IV. Χειρισμός Παραπόνων/Καταγγελιών

Ελάχιστο επίπεδο υπηρεσιών.

25. Οι καταναλωτές δικαιούνται να αναμένουν ένα ελάχιστο επίπεδο υπηρεσιών από όλους τους Οργανισμούς όταν υποβάλλουν ένα παράπονο.

Διαδικασίες χειρισμού παραπόνων των καταναλωτών – Γενικές Αρχές.

26. Παράπονα και ερωτήματα καταναλωτών αναφορικά με τιμολογιακές πληροφορίες πρέπει πρώτα να εγείρονται στον Οργανισμό τον οποίο αφορούν. Ο εν λόγω Οργανισμός οφείλει να παρέχει μια ξεκάθαρη επεξήγηση των τιμολογίων και να διορθώσει τις όποιες τυχόν παρερμηνείες αναφορικά με τα τιμολόγια. Εάν, κατόπιν εξάντλησης των διαδικασιών χειρισμού παραπόνων του Οργανισμού, ο καταναλωτής / συνδρομητής παραμένει μη ικανοποιημένος, δύναται να αποταθεί γραπτώς στον Επίτροπο ο οποίος και δύναται να παρέμβει και να εγείρει ζητήματα σε περιπτώσεις όπου οι πληροφορίες είναι ανακριβείς, μη ολοκληρωμένες ή μη προσβάσιμες.

Υποβολή παραπόνων.

27. (1) Η διαδικασία υποβολής παραπόνων από καταναλωτές προς τους Οργανισμούς πρέπει να είναι εύκαμπτη, εύκολα κατανοητή, και να έχει ελάχιστο κόστος για αυτόν που υποβάλλει το παράπονο. Διαδικασίες παραπόνων και σημεία επικοινωνίας πρέπει να καθορίζονται από τους Οργανισμούς με ξεκάθαρους όρους σε όλα τα συμβόλαια καταναλωτών και τις υπηρεσίες καταλόγου. Λεπτομέρειες αναφορικά με τον τρόπο υποβολής παραπόνων από καταναλωτές θα δηλώνονται με σαφήνεια ενώ λεπτομέρειες επικοινωνίας θα πρέπει να αναφέρονται εντύπως με ευκρινή και σαφή τρόπο στους λογαριασμούς.

(2) Οι Οργανισμοί υποχρεούνται να παρέχουν ακριβείς πληροφορίες αναφορικά με τη διαδικασία υποβολής σχετικών παραπόνων από τους καταναλωτές. Οι εν λόγω πληροφορίες θα περιέχουν κατά ελάχιστο τα ακόλουθα:

- τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές δύνανται να επικοινωνούν τηλεφωνικώς, αναφέροντας τον χρόνο λειτουργίας της σχετικής υπηρεσίας. Για τα χρονικά διαστήματα όπου η εν λόγω υπηρεσία δεν λειτουργεί, πρέπει να υπάρχει ένα μαγνητοφωνημένο μήνυμα.
- ταχυδρομική διεύθυνση για παράπονα που υποβάλλονται εγγράφως, συμπεριλαμβανομένων όπου είναι σκόπιμο και των ονομάτων για επικοινωνία.
- ηλεκτρονική διεύθυνση υποβολής παραπόνων
- αριθμός τηλεομοιοτυπίας υποβολής παραπόνων.

28. (1) Η επιβεβαίωση λήψης ενός παραπόνου δύναται να γίνει τηλεφωνικώς, ηλεκτρονικώς ή εγγράφως, όταν αυτό ζητηθεί, και πρέπει να λάβει χώρα εντός δύο ημερών από τη λήψη του παραπόνου.

(2) Στην περίπτωση όπου ένα παράπονο υποβάλλεται μέσω τηλεφώνου, η αρχική τηλεφωνική κλήση συνιστά επιβεβαίωση από μέρους του Οργανισμού ότι το παράπονο έχει ληφθεί.

(3) Οι Οργανισμοί οφείλουν να παρέχουν έναν αριθμό ατελούς χρέωσης (freephone) ή τοπικό αριθμό μέσω του οποίου θα είναι δυνατό για τους καταναλωτές να υποβάλλουν παράπονα.

Έγκαιρη διευθέτηση παραπόνων.

29. (1) Οι Οργανισμοί θα ενημερώνουν τους καταναλωτές παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με το χρονικό διάστημα εντός του οποίου αναμένεται να έχουν επιλύσει το παράπονο / καταγγελία.

(2) Οι Οργανισμοί θα παρέχουν ενδεικτικά χρονοδιαγράμματα για τις περιπτώσεις εκείνες όπου η διαδικασία επίλυσης του παραπόνου θα παραταθεί χρονικά, δίδοντας σχετική αιτιολογία, και θα τηρούν τους καταναλωτές ενημέρους ανά τακτά χρονικά διαστήματα για την εξέλιξη του υποβληθέντος παραπόνου τους, παρέχοντας παράλληλα και μια εκτίμηση για το περαιτέρω χρονικό διάστημα χρόνο που θα απαιτηθεί έως τη διερεύνηση και επίλυση του παραπόνου.

(3) Οι Οργανισμοί θα απονέμουν ένα μοναδικό στοιχείο αναγνώρισης σε κάθε υποβληθέν παράπονο προκειμένου να διασφαλισθεί η ανεύρεση και επισήμανσή του. Οι καταναλωτές που υποβάλλουν ένα παράπονο θα ενημερώνονται περί του ως άνω στοιχείου αναγνώρισης.

(4) Οι Οργανισμοί θα κρατούν αρχεία σχετικά με παράπονα για τουλάχιστον ένα (1) έτος μετά την επίλυση του παραπόνου. Η ως άνω ελάχιστη υποχρέωση δεν αναιρεί την υποχρέωση του Οργανισμού όπως εκπληρώνει τις όποιες άλλες απαιτήσεις προκύπτουν εκ του Νόμου και των βάσει αυτού εκδοθέντων Διαταγμάτων και/ή Αποφάσεων.

Υποβολή Ετήσιας Έκθεσης.

30. Οι Οργανισμοί υποχρεούνται να υποβάλλουν στον Επίτροπο ετήσια Έκθεση, αρχής γενομένης από την 1-1-2006, η οποία θα αναφέρεται στο δεύτερο εξάμηνο του 2005 ή για μεγαλύτερη περίοδο και ακολούθως επί ετήσιας βάσης, παρέχοντας όλες τις πληροφορίες σχετικά με τα ποσοστά επιτυχών και εκκρεμών διεκπεραιώσεων παραπόνων καταναλωτών. Ειδικότερα, η ετήσια Έκθεση θα πρέπει να περιέχει τουλάχιστον τα ακόλουθα:

α) τον αριθμό των υποβληθέντων παραπόνων καταναλωτών,

β) τον αριθμό των διεκπεραιωμένων παραπόνων καταναλωτών,

γ) κατηγοριοποίηση των υποβληθέντων παραπόνων αναφορικά με τις υπηρεσίες (π.χ. κατηγοριοποίηση ανάλογα με τις υπηρεσίες που παρέχονται από τους οργανισμούς οι οποίες προβλέπονται από τις σχετικές άδειες των οργανισμών) και τους λόγους των παραπόνων (π.χ. οικονομικοί λόγοι, ποιότητα υπηρεσίας),

δ) κατηγοριοποίηση των διεκπεραιωμένων παραπόνων ανάλογα με το χρόνο διεκπεραίωσης. Το βήμα της κατηγοριοποίησης σε χρονική κλίμακα δεν θα πρέπει να υπερβαίνει τον ένα (1) μήνα.

Μέρος V. Διαβουλεύσεις

Διαβουλεύσεις.

31. Ο Επίτροπος, με σκοπό την κατάλληλη και άμεση ενημέρωση για την προστασία των καταναλωτών, δύναται να διενεργεί διαβουλεύσεις με εμπορικούς οργανισμούς, οργανώσεις καταναλωτών, ιδιαίτερα οργανώσεις καταναλωτών με ειδικά προβλήματα, με εκπροσώπους της Κυβέρνησης, και με οποιαδήποτε άλλα πρόσωπα/οργανισμούς, ως ο Επίτροπος εκάστοτε κρίνει σκόπιμο. Η διαδικασία διενέργειας των διαβουλεύσεων αυτών ρυθμίζεται στο σχετικό περί Δημόσιων Διαβουλεύσεων Διάταγμα του 2005.

Συμμόρφωση και Κυρώσεις.

32. Δυνάμει του εδαφίου (κ) του άρθρου 20 του Νόμου, και χωρίς περιορισμό των τυχόν αυστηρότερων κυρώσεων που μπορεί να προβλέπει ο Νόμος, οι δυνάμει αυτού εκδιδόμενοι Κανονισμοί Διατάγματα και Αποφάσεις ή η άδεια των Οργανισμών, ο Επίτροπος δύναται να επιβάλλει διοικητικό πρόστιμο κατ' εφαρμογή των

δύναται να επιβάλει διοικητικό πρόστιμο κατ' εφαρμογή των Κανονισμών ή/και Διατάγματος των περί Συλλογής Πληροφοριών και Επιβολής Διοικητικού Προστίμου σε κάθε Οργανισμό που παραβιάζει οποιαδήποτε από τις υποχρεώσεις του, που ορίζονται στην παρούσα Απόφαση.

Μέρος VI. Τελικές Διατάξεις

33. (1) Οι υποχρεώσεις που προκύπτουν από το παρόν Διάταγμα τελούν υπό την επιφύλαξη ειδικότερων υποχρεώσεων δυνάμει του Νόμου και των εκδιδόμενων εξ' αυτού Διαταγμάτων και Αποφάσεων.

(2) Οι διατάξεις του παρόντος Διατάγματος δεν περιορίζουν σε τίποτα τη δυνατότητα παρέμβασης του Επιτρόπου σε κάθε σχετική περίπτωση παράβασης της νομοθεσίας περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Έναρξη Ισχύος.

34. Το παρόν Διάταγμα τίθεται σε ισχύ από την ημερομηνία δημοσίευσής του στην Επίσημη Εφημερίδα της Δημοκρατίας.