



«Αλληλεπίδραση της πολιτικής ανταγωνισμού με την πολιτική προστασίας του καταναλωτή» - Εισήγηση στην Ημερίδα: «Δυναμική και εξελίξεις στο δίκαιο του ανταγωνισμού και της προστασίας του καταναλωτή»

Πέμπτη, 13 Δεκεμβρίου 2018 στις 09:30

Χαράλαμπος Ρούσος, Αν. Διευθυντής Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή

Κυρίες και κύριοι,

Σας καλωσορίζω και εγώ με τη σειρά μου στη σημερινή ημερίδα και είναι με ιδιαίτερη χαρά και τιμή που έχουμε μαζί μας την Πρόεδρο και τα Μέλη της Επιτροπής Προστασίας του Ανταγωνισμού, καθώς και τον Βοηθό Επίτροπο Ρύθμισης Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων.

Το θέμα που θα αναπτύξω άρχισε να συζητείται σχετικά πρόσφατα, στις αρχές του αιώνα μας, κυρίως από αξιωματούχους, αλλά και ακαδημαϊκούς την άλλη πλευρά του Ατλαντικού και ακολούθως η συζήτηση επεκτάθηκε σε διεθνή φόρα, όπως ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης και ο Οργανισμός των ΗΕ για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη, απ' όπου και έχω αντλήσει κάποια στοιχεία τα οποία θα παρουσιάσω στη συνέχεια. Δεδομένου ότι το θέμα είναι σχετικά καινούργιο και χωρίς μέχρι τώρα κάποια ικανοποιητική συζήτηση στη χώρα μας, να μου επιτρέψετε, σε κάποια σημεία να αναφερθώ και στις θεωρητικές βάσεις που καθορίζουν το θέμα, διότι τις θεωρώ ως αναγκαίες για να αντιληφθούμε τις πρακτικές προεκτάσεις.

Κατ' αρχήν, θα αναφερθώ επιγραμματικά στις βασικές αρχές των δύο πολιτικών, ακολούθως θα αναπτύξω το θέμα της αλληλεπίδρασης μεταξύ τους, θα προχωρήσω στις δυνατότητες που υπάρχουν για συντονισμό στην εφαρμογή των πολιτικών αυτών και θα καταλήξω περιγράφοντας την περίπτωση της Κύπρου, προβαίνοντας ταυτόχρονα και σε κάποιες εισηγήσεις.

Η πολιτική ανταγωνισμού και η πολιτική προστασίας των καταναλωτών αποτελούν βασικά στοιχεία κάθε ανεπτυγμένης οικονομίας. Από κοινού, ενισχύουν την ευημερία των καταναλωτών προωθώντας μια ισχυρή και ανταγωνιστική αγορά που δίνει στους καταναλωτές μεγαλύτερη δυνατότητα ενημέρωσης και οδηγεί σε μεγαλύτερη διαθεσιμότητα προϊόντων με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που επιθυμούν οι καταναλωτές στις χαμηλότερες τιμές. Ο υγιής ανταγωνισμός ωφελεί τους καταναλωτές ενθαρρύνοντας τους νεοεισερχόμενους εμπόρους στην αγορά, δημιουργώντας κίνητρα για καινοτομία και παρέχοντας κίνητρα στους πωλητές να παρέχουν πιο ακριβείς και χρήσιμες πληροφορίες για τα προϊόντα τους.

Η πολιτική για την προστασία των καταναλωτών στηρίζει αυτούς τους στόχους εξασφαλίζοντας την ενδυνάμωση των καταναλωτών ώστε να συμμετέχουν στην αγορά, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με τις επιλογές τους. Η αλληλεπίδραση μεταξύ της προστασίας του ανταγωνισμού και της διασφάλισης της δυνατότητας των καταναλωτών να προβαίνουν σε αποτελεσματικές επιλογές μεταξύ ανταγωνιστικών προσφορών αποτελεί σταθερό στοιχείο του ανταγωνισμού και της πολιτικής για τους καταναλωτές.

Πολιτική Ανταγωνισμού

Μεταξύ άλλων, στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι να προωθήσει την ευημερία των λαών της, να δημιουργήσει μια εσωτερική αγορά, να προωθήσει τη βιώσιμη ανάπτυξη της Ευρώπης με γνώμονα την ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη και τη σταθερότητα των τιμών, να δημιουργήσει μια άκρως ανταγωνιστική κοινωνική οικονομία της αγοράς, με στόχο την πλήρη απασχόληση και την κοινωνική πρόοδο και να εξασφαλίσει μια ανοικτή οικονομία της αγοράς με ελεύθερο ανταγωνισμό.

Η πολιτική ανταγωνισμού είναι ένα από τα διάφορα μέσα που χρησιμοποιούνται για την προώθηση και εξυπηρέτηση αυτών των στόχων. Το πρωτόκολλο αριθ. 27, που προσαρτάται στις Συνθήκες της ΕΕ, αναφέρει ότι «η εσωτερική αγορά, όπως ορίζεται στο άρθρο 3 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση, περιλαμβάνει σύστημα που εξασφαλίζει ότι δεν στρεβλώνεται ο ανταγωνισμός».

Με την πάροδο των ετών, οι κανόνες ανταγωνισμού της ΕΕ ερμηνεύονται και αποσαφηνίζονται μέσω της νομολογίας και των επίσημων δημοσιεύσεων. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο ανταγωνισμός στην αγορά προστατεύεται «ως μέσο βελτίωσης της ευημερίας των καταναλωτών και διασφάλισης της αποτελεσματικής κατανομής των πόρων».

Επιπρόσθετα, η νομοθεσία της ΕΕ περί ανταγωνισμού έχει διαχρονικά θεωρηθεί ότι προστατεύει «όχι μόνο τα συμφέροντα των ανταγωνιστών ή των καταναλωτών, αλλά και τη δομή της αγοράς και, με τον τρόπο αυτό, τον ανταγωνισμό». Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ένας πραγματικά αυτόχθων στόχος, δηλαδή η προώθηση της ολοκλήρωσης της ευρωπαϊκής αγοράς. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει τονίσει τον συμπληρωματικό χαρακτήρα του στόχου αυτού, δεδομένου ότι «η δημιουργία και η διατήρηση μιας ανοικτής ενιαίας αγοράς προωθεί την αποτελεσματική κατανομή των πόρων σε ολόκληρη την Κοινότητα προς όφελος των καταναλωτών».

Η προώθηση της ευημερίας των καταναλωτών και η πρόληψη της ζημίας των καταναλωτών έχουν καθιερωθεί εδώ και καιρό ως πρωταρχικοί στόχοι του δικαίου του ανταγωνισμού.

Όπως επισημαίνεται από το Γενικό Δικαστήριο της ΕΕ:

«Ο απώτερος σκοπός των κανόνων που επιδιώκουν να διασφαλίσουν ότι δεν στρεβλώνεται ο ανταγωνισμός στην εσωτερική αγορά είναι η αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών... Η νομοθεσία περί ανταγωνισμού και η πολιτική ανταγωνισμού... έχουν αναμφισβήτητα επίπτωση στα συγκεκριμένα οικονομικά συμφέροντα των τελικών πελατών που αγοράζουν αγαθά ή υπηρεσίες.»

Το Δικαστήριο έχει επίσης διευκρινίσει ότι η ευημερία των καταναλωτών μπορεί να επηρεάζεται αρνητικά, τόσο άμεσα όσο και έμμεσα, υποστηρίζοντας ότι οι διατάξεις περί ανταγωνισμού καλύπτουν «όχι μόνο τις πρακτικές που ζημιώνουν άμεσα τους καταναλωτές, αλλά και τις πρακτικές που ζημιώνουν τους καταναλωτές μέσω των επιπτώσεών τους στον ανταγωνισμό.».

Ο όρος «ευημερία», ο οποίος αναφέρεται στο άρθρο 3 παράγραφος 1 της Συνθήκης για την ΕΕ, περιλαμβάνει κάπως αφηρημένες κανονιστικές ιδιότητες. Έχοντας αυτό κατά νου, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έκανε χρήση του όρου «ευημερία των καταναλωτών», ο οποίος και υιοθετήθηκε από την ευρωπαϊκή νομολογία. Η αλληλεπικάλυψη μεταξύ των δύο όρων είναι προφανής, καθώς η κανονιστική έννοια της ευημερίας περιλαμβάνει την πιο στενή, οικονομικά προσανατολισμένη, έννοια της ευημερίας των καταναλωτών. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι, ενώ η έννοια της ευημερίας των καταναλωτών υποδηλώνει την επίτευξη ενός σαφέστερου οικονομικού στόχου, δεν ενσωματώνει διεθνή συμφωνημένα χαρακτηριστικά, λόγω του ότι υπάρχουν διαφορετικές απόψεις όσον αφορά το πεδίο εφαρμογής, τη μέτρηση και τα μέσα προώθησης της έννοιας αυτής.

Στα πλαίσια του άρθρου 101 της ΣΛΕΕ, επισημαίνεται ότι «σκοπός των κοινοτικών κανόνων ανταγωνισμού είναι η προστασία του ανταγωνισμού στην αγορά ως μέσου βελτίωσης της ευημερίας των καταναλωτών και η διασφάλιση της αποτελεσματικής κατανομής των πόρων». Ομοίως, στα πλαίσια του άρθρου 102 της ΣΛΕΕ, η Επιτροπή επισημαίνει ότι η δραστηριότητα επιβολής της νομοθεσίας αποσκοπεί στην πρόληψη «δυσμενών επιπτώσεων στην ευημερία των καταναλωτών, με τη μορφή υψηλότερων επιπέδων τιμών απ' ό,τι θα ίσχυε σε διαφορετική περίπτωση ή υπό άλλη μορφή, όπως ο περιορισμός της ποιότητας ή η μείωση της επιλογής των καταναλωτών.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι η ευημερία γενικώς, καθώς και η ευημερία των καταναλωτών, ειδικότερα, αποτελούν το βασικό σκεπτικό στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού δικαίου περί ανταγωνισμού και προσδιορίζουν τους κύριους δικαιούχους της ανταγωνιστικής διαδικασίας.

Πολιτική Προστασίας Καταναλωτών

Την τελευταία 50ετία, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει μια σταθερή δέσμη πολιτικών και κανόνων που εξασφαλίζουν υψηλό επίπεδο προστασίας για τους καταναλωτές της ΕΕ και τους παρέχουν τη δυνατότητα να επωφελούνται από την οικονομική και κοινωνική πρόοδο που έχει σημειώσει η Ευρώπη και η εσωτερική της αγορά. Από τη γέννησή της το 1957, με τη Συνθήκη της Ρώμης (άρθρα 39, 40 και 86), η ΕΕ έχει δώσει μεγάλη έμφαση στην προστασία των καταναλωτών. Αρχικά, οι πολιτικές επικεντρώνονταν κατά κύριο λόγο στην εξασφάλιση της πρόσβασης στην αγορά και, ως εκ τούτου, στην αύξηση των οφελών για τους καταναλωτές από την άποψη των επιλογών και των χαμηλότερων τιμών, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα το θεμιτό ανταγωνισμό. Με την πάροδο του χρόνου, η προστασία των καταναλωτών διευρύνθηκε, απέκτησε μεγαλύτερη σημασία και οι πολιτικές προτεραιότητες εξελίχθηκαν προς την κατεύθυνση της ενδυνάμωσης και της παροχής προστασίας προς τους καταναλωτές.

Σήμερα, ο στόχος είναι πλέον να μπορούν οι αγοραστές αγαθών και υπηρεσιών να προβαίνουν σε συνειδητές επιλογές, να παρέχεται εγγύηση για την ασφάλεια των προϊόντων και να υπάρχουν στη διάθεση των καταναλωτών ευκόλως προσβάσιμα μέσα έννομης προστασίας, όταν αυτό είναι αναγκαίο. Με την έναρξη ισχύος της Συνθήκης της Λισαβόνας, η προστασία των καταναλωτών έχει καταστεί πλέον βασική πολιτική της ΕΕ.

Με το υφιστάμενο δίκαιο για τους καταναλωτές θεσπίζεται, μεταξύ άλλων, ένα ευρωπαϊκό πλαίσιο για την καταπολέμηση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, των καταχρηστικών ρητρών των συμβάσεων και της παραπλανητικής διαφήμισης, τόσο σε εγχώριες όσο και σε διασυνοριακές παραβάσεις, ενώ παράλληλα εξασφαλίζεται το δικαίωμα υπαναχώρησης των καταναλωτών από τις συμβάσεις και αναζήτησης κατάλληλης έννομης προστασίας.

Η οδηγία του 2014 για τα δικαιώματα των καταναλωτών έχει ενισχύσει σημαντικά τα δικαιώματα των καταναλωτών, ιδίως με την εναρμόνιση ορισμένων κανόνων που εφαρμόζονται στις επιγραμμικές συμβάσεις. Η θέσπιση, αυτό το έτος, του κανονισμού που αφορά την αδικαιολόγητη διακριτική μεταχείριση στο πλαίσιο διαδικτυακών πωλήσεων με βάση την ιθαγένεια, τον τόπο διαμονής ή τον τόπο εγκατάστασης των πελατών εντός της εσωτερικής αγοράς, γνωστός και ως Κανονισμός για το geoblocking, αποτελεί σημαντικό στοιχείο της στρατηγικής για την ψηφιακή ενιαία αγορά και ενίσχυση των επιλογών που έχει στη διάθεσή του ο ευρωπαίος καταναλωτής.

Ως αποτέλεσμα των πιο πάνω, εντός της εσωτερικής αγοράς της ΕΕ, τα εμπορεύματα μπορούν να πωλούνται ελεύθερα σε διασυνοριακό επίπεδο. Αυτό παρέχει στους καταναλωτές μεγαλύτερη επιλογή προϊόντων, αλλά απαιτεί επίσης ισχυρή πολιτική της ΕΕ για την προστασία των καταναλωτών πέραν των εθνικών κανόνων.

Οι κανόνες αυτοί προστατεύουν τα συμφέροντα των καταναλωτών σε ολόκληρη την επικράτεια της ΕΕ, αλλά υποστηρίζουν επίσης τον θεμιτό ανταγωνισμό με τη δημιουργία «ισότιμων όρων ανταγωνισμού» για τις επιχειρήσεις: όλοι οι παραγωγοί βρίσκονται στην ίδια κατάσταση, καθώς όλοι πρέπει να τηρούν το ίδιο σύνολο υποχρεώσεων για την ασφάλεια των προϊόντων, ανεξαρτήτως της χώρας εγκατάστασης. Αυτό σημαίνει ότι καμία εταιρεία ή χώρα δεν μπορεί να απολαμβάνει αθέμιτο πλεονέκτημα με την παραγωγή φθηνότερων ή λιγότερο ασφαλών αγαθών.

Αυτή η ελευθερία αγοράς και πώλησης σε διασυνοριακό επίπεδο επεκτείνεται και στις υπηρεσίες. Κατά τη μεταφόρτωση μουσικής από διαδικτυακούς τόπους οπουδήποτε στην ΕΕ, για παράδειγμα, οι καταναλωτές θα πρέπει να έχουν εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με τα βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, τις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για ερωτήσεις και καταγγελίες, καθώς και τους όρους και τις προϋποθέσεις του δικτυακού τόπου. Περαιτέρω, η οδηγία για τις υπηρεσίες του 2006 εξασφαλίζει ότι οι καταναλωτές δεν μπορούν να υποστούν διάκριση από εμπόρους μόνο για λόγους εθνικότητας ή διαμονής. Επίσης, η έγκριση το 2017 του Κανονισμού για τη διασυνοριακή φορητότητα των υπηρεσιών επιγραμμικού περιεχομένου στην εσωτερική αγορά, δίνει πλέον το δικαίωμα στους καταναλωτές να έχουν πρόσβαση σε περιεχόμενο και καινοτόμες επιγραμμικές υπηρεσίες, όχι μόνο στη χώρα τους αλλά και όταν βρίσκονται στο εξωτερικό.

Πολλές πολιτικές της ΕΕ, όπως το εμπόριο, ο ανταγωνισμός, οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, οι μεταφορές, οι τηλεπικοινωνίες και η ενέργεια, επηρεάζουν άμεσα τους καταναλωτές.

Συμπερασματικά, οι ειδικές πολιτικές της ΕΕ για τους καταναλωτές βοηθούν στη:

- δημιουργία ισότιμων όρων ανταγωνισμού για τις επιχειρήσεις και την απαγόρευση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών·
- μείωση των κινδύνων για την υγεία και την ασφάλεια που συνδέονται με τα προϊόντα που πωλούνται σε ολόκληρη την Ευρώπη, χάρη στην αποτελεσματικότερη συνεργασία μεταξύ των κρατών μελών και την εποπτεία της αγοράς·
- παροχή πληροφοριών, συμβουλών και υποστήριξης σε θέματα καταναλωτών· και στην,
- προστασία των ευάλωτων καταναλωτών — όπως τα παιδιά και οι ηλικιωμένοι — από το γεγονός ότι αποτελούν αντικείμενο εκμετάλλευσης ή παραπλάνησης.

Τέλος, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι τα 500 εκατομμύρια καταναλωτές της Ευρώπης αποτελούν την κινητήρια δύναμη της ευρωπαϊκής οικονομίας: οι καταναλωτικές δαπάνες αντιπροσωπεύουν το 55 % του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (ΑΕΠ) της ΕΕ, ενώ το υπόλοιπο ΑΕΠ οφείλεται στις επενδύσεις, τις κρατικές δαπάνες και τις καθарές εξαγωγές. Δεδομένου ότι η κατανάλωση αντιπροσωπεύει μεγάλο μερίδιο του πλούτου της ΕΕ, η δράση σε ευρωπαϊκό επίπεδο για την προστασία των καταναλωτών συμβάλλει επίσης στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης της Ευρώπης.

Αλληλοεπίδραση μεταξύ των δύο πολιτικών

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, απώτερος στόχος των πολιτικών ανταγωνισμού και καταναλωτών είναι η βελτίωση της ευημερίας των καταναλωτών. Και αυτό όχι μόνο στο ευρωπαϊκό επίπεδο. Οι κατευθυντήριες γραμμές των Ηνωμένων Εθνών για την προστασία των καταναλωτών συνδέουν τον ανταγωνισμό με την προστασία των καταναλωτών και αναφέρουν: «Οι κυβερνήσεις πρέπει να ενθαρρύνουν τον θεμιτό και αποτελεσματικό ανταγωνισμό προκειμένου να προσφέρουν στους καταναλωτές το μεγαλύτερο δυνατό φάσμα επιλογών μεταξύ προϊόντων και υπηρεσιών με το χαμηλότερο κόστος». Περαιτέρω, τα Ηνωμένα Έθνη τονίζουν τη σημασία της πολιτικής ανταγωνισμού και της νομοθεσίας για την προστασία και την προώθηση της κοινωνικής πρόνοιας εν γένει, αλλά ιδίως των συμφερόντων των καταναλωτών, τόσο στις ανεπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Σε ορισμένες χώρες, η ευημερία των καταναλωτών ή η προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών αποτελεί ρητό στόχο του δικαίου του ανταγωνισμού, για παράδειγμα στην Αυστραλία, την Ινδία, την Ινδονησία, την Ιαπωνία, τη Σερβία, την Τανζανία και τη Ζάμπια. Ορισμένες χώρες, όπως ο Καναδάς και η Νότια Αφρική, έχουν προχωρήσει περαιτέρω και ορίζουν το σκοπό του ανταγωνισμού ως την προώθηση και διατήρηση του ανταγωνισμού προκειμένου, μεταξύ άλλων, «να παρέχουν στους καταναλωτές ανταγωνιστικές τιμές και επιλογές προϊόντων».

Άλλες χώρες, θέτουν προτεραιότητες με βάση τη δυνητική ζημία για τους καταναλωτές. Για παράδειγμα, στην ΕΕ, σε συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες

επιχειρήσεις, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επικεντρώνεται στα είδη συμπεριφοράς που είναι πιο επιζήμια για τους καταναλωτές. Η Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής «προωθεί τον ανταγωνισμό στις βιομηχανίες όπου ο αντίκτυπος των καταναλωτών είναι υψηλός, όπως η υγειονομική περίθαλψη, τα ακίνητα, το πετρέλαιο και το φυσικό αέριο, η τεχνολογία και τα καταναλωτικά αγαθά».

Οι ανταγωνιστικές αγορές παρέχουν κίνητρα στις επιχειρήσεις να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες ποιότητας με τις καλύτερες τιμές. Ορισμένες ανησυχίες της πολιτικής για τους καταναλωτές, όπως τα πρότυπα προϊόντων και υπηρεσιών, ενδέχεται να αντιμετωπιστούν με τον τρόπο αυτό. Ωστόσο, με την αυξανόμενη πολυπλοκότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών, το αυξανόμενο μερίδιο των υπηρεσιών στην κατανάλωση των νοικοκυριών, την ανάπτυξη και την ταχεία διάδοση της τεχνολογίας των πληροφοριών και των επικοινωνιών και τις ευκαιρίες που προσφέρουν οι αγορές αυτές στους καταναλωτές, οι αγορές έχουν καταστεί πιο ευάλωτες σε αθέμιτες και παραπλανητικές πρακτικές. Ως εκ τούτου, υπάρχει αυξανόμενη ανάγκη για μια πολιτική των καταναλωτών, η οποία προβλέπει μηχανισμούς για την αντιστάθμιση των ανεπαρειών της αγοράς και την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών.

Οι παρεμβάσεις της πολιτικής για τους καταναλωτές εξασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές είναι σωστά και επαρκώς ενημερωμένοι με τη διαφήμιση και την επισήμανση, ότι τους παρέχονται δίκαιοι συμβατικοί όροι και υποχρεώσεις και ότι τα δικαιώματά τους γίνονται σεβαστά. Τα σχετικά μέσα πολιτικής καθιστούν την επιλογή των καταναλωτών αποτελεσματικό στοιχείο για την ενίσχυση του ανταγωνισμού και στέλνουν μηνύματα στις επιχειρήσεις ότι οι παραπλανητικές διαφημίσεις και παραπλανητικές πρακτικές δεν θα μείνουν ατιμώρητες.

Οι ενημερωμένοι καταναλωτές, έχοντας επίγνωση των δικαιωμάτων τους, μπορούν να προωθήσουν τον ανταγωνισμό στις αγορές ασκώντας τη δυνατότητα επιλογής. Για παράδειγμα, ορισμένα μέτρα προστασίας των καταναλωτών που ισχύουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, που αναφέρθηκε προηγουμένως, αποσκοπούν «στην ενίσχυση του ανταγωνισμού επί της ουσίας και της πραγματικής επιλογής, απαγορεύοντας τις αθέμιτες πρακτικές, όπως η παραπλανητική διαφήμιση και τις επιθετικές εμπορικές πρακτικές».

Ο ανταγωνισμός και οι πολιτικές για τους καταναλωτές αλληλοενισχύονται για την επίτευξη των στόχων τους. Η παραδοσιακή άποψη είναι ότι η πολιτική ανταγωνισμού ασχολείται με την πλευρά της προσφοράς της αγοράς, ενώ η πολιτική για τους καταναλωτές ανταποκρίνεται στην πλευρά της ζήτησης. Ωστόσο, αναγνωρίζεται ολοένα και περισσότερο ότι οι δύο πολιτικές θα πρέπει να συντονίζονται για να διευκολύνεται η προσέγγιση στο σύνολο της αγοράς και ότι οι αρχές προστασίας του ανταγωνισμού και οι αρχές προστασίας των καταναλωτών θα πρέπει να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να συντονίζουν τα μέτρα επιβολής και προώθησης.

Η απόφαση της Ολλανδικής Αρχής για τους καταναλωτές και τις αγορές, σχετικά με την επιβολή προστίμου στην αεροπορική εταιρεία Ryanair για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, αποτελεί ένα παράδειγμα εφαρμογής της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών,

όχι μόνο κατόπιν καταγγελιών των καταναλωτών αλλά και καταγγελιών από ανταγωνιστές της αεροπορικής εταιρείας.

Ως εκ τούτου, η επιβολή της νομοθεσίας για τους καταναλωτές μπορεί να ενισχύσει τον ανταγωνισμό με την αντιμετώπιση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.

Ο συμπληρωματικός χαρακτήρας του ανταγωνισμού και των πολιτικών για τους καταναλωτές αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία στις σημερινές σύνθετες αγορές προϊόντων. Για παράδειγμα, η Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου και το Υπουργείο Δικαιοσύνης των Ηνωμένων Πολιτειών έχουν χρησιμοποιήσει, τόσο εργαλεία για την επιβολή της νομοθεσίας ανταγωνισμού, όσο και εργαλεία πολιτικής για τους καταναλωτές με σκοπό την προώθηση των ωφελημάτων του ανταγωνισμού για τους καταναλωτές στις αγορές ακινήτων. Οι ανησυχίες, τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης, αντιμετωπίστηκαν με την εξάλειψη των φραγμών στον ανταγωνισμό μέσω της επιβολής της νομοθεσίας και με την παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές, μεταξύ άλλων για την παραπλανητική διαφήμιση για ενυπόθηκα δάνεια, με αποτέλεσμα να τους παρέχεται η δυνατότητα να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις.

Ένα παράδειγμα για τον τρόπο που η εφαρμογή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών έχει επιπτώσεις και στον ανταγωνισμό είναι και η εξής περίπτωση. Πριν από μερικά χρόνια, η Επιτροπή Ανταγωνισμού και Καταναλωτών της Αυστραλίας διαπίστωσε ότι η Apple στην προώθηση του νέου iPad στην Αυστραλία διαφήμιζε ότι η συσκευή μπορούσε να συνδεθεί με δίκτυα 4G. Ωστόσο, λόγω της ασυμβατότητας του υλικού (hardware) η συσκευή δεν μπορούσε στην πραγματικότητα να συνδεθεί με τα δίκτυα αυτά. Το θέμα οδηγήθηκε στο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο το οποίο απαίτησε όπως η Apple ενημερώνει τους καταναλωτές ότι η συσκευή δεν μπορεί να συνδεθεί με δίκτυα 4G στην Αυστραλία και επέβαλε πρόστιμο για παραπλανητική διαφήμιση. Αυτή η περίπτωση είχε αντίκτυπο και στον ανταγωνισμό, διότι ο ανταγωνιστής της Apple, Samsung, πωλούσε τα ίδια προϊόντα tablet, συμβατά με τα δίκτυα 4G στην Αυστραλία.

Οι πολιτικές για τους καταναλωτές διασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές είναι καλά ενημερωμένοι ώστε να λαμβάνουν ορθολογικές αποφάσεις, ασκώντας τις επιλογές τους και τονώνοντας τον ανταγωνισμό. Ωστόσο, σύμφωνα με τα ευρήματα της συμπεριφορικής οικονομικής θεωρίας (behaviour economics), οι καταναλωτές έχουν διάφορες προκαταλήψεις στον τρόπο που λαμβάνουν αποφάσεις. Οι συμπεριφορικές προκαταλήψεις των καταναλωτών δείχνουν τη σημασία της ζήτησης για την ενεργοποίηση του ανταγωνισμού στις αγορές και για τη λειτουργία των αγορών όσον αφορά την ευημερία των καταναλωτών. Συνεπώς, από την πλευρά της ζήτησης, οι πολιτικές πρέπει να εξασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές μπορούν να έχουν πρόσβαση και να αξιολογούν τις αναγκαίες πληροφορίες για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων.

Η επιβολή της νομοθεσίας για τους καταναλωτές, η έρευνα της αγοράς και η αποτελεσματική επικοινωνία προκειμένου να βοηθηθούν οι καταναλωτές να απαλλαγούν από προκαταλήψεις θεωρούνται τα καλύτερα εργαλεία για την αντιμετώπιση των προκαταλήψεων αυτών. Ωστόσο, η πολιτική για τους καταναλωτές από μόνη της δεν είναι επαρκής. Από την πλευρά της προσφοράς, οι επιχειρήσεις μπορεί να προσπαθήσουν να εκμεταλλευτούν τις συμπεριφορικές προκαταλήψεις και να επιδοθούν σε καταχρηστικές ή

αντιανταγωνιστικές πρακτικές. Ως εκ τούτου, τόσο ο ανταγωνισμός όσο και η νομοθεσία και η πολιτική για τους καταναλωτές θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για την αντιμετώπιση της εκμετάλλευσης των καταναλωτών που οφείλονται στις προκαταλήψεις τους.

Ενδέχεται επίσης να υπάρχουν εντάσεις μεταξύ του ανταγωνισμού και της ευημερίας των καταναλωτών. Ο σκληρός ανταγωνισμός μπορεί να οδηγήσει σε αντιδεδοντολογικές, παράνομες ή ακόμα και εγκληματικές συμπεριφορές μιας επιχείρησης προκειμένου να αποκτήσει ένα σχετικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της. Ο στόχος της επίτευξης του εν λόγω πλεονεκτήματος ήταν η κινητήρια δύναμη πίσω από τη ριψοκίνδυνη συμπεριφορά υπερμοχλευμένων χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων πριν από τη χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 στις ΗΠΑ, αλλά και πιο πρόσφατα στην τραπεζική κρίση που έπληξε και τη δική μας χώρα.

Παρά την αλληλοσυμπλήρωσή των δύο πολιτικών, ενδέχεται να προκύψουν καταστάσεις στις οποίες η πολιτική ανταγωνισμού θέτει νέες προκλήσεις για τους καταναλωτές και στις οποίες οι πολιτικές για τους καταναλωτές έχουν επιπτώσεις στον ανταγωνισμό. Ο ΟΟΣΑ παρέχει ορισμένα παραδείγματα τέτοιων καταστάσεων.

Για παράδειγμα, η χρηματοπιστωτική φιλελευθεροποίηση, η αποκρατικοποίηση υπηρεσιών κοινής ωφέλειας και η απελευθέρωση των επαγγελματικών υπηρεσιών μπορεί να δημιουργήσει νέες προκλήσεις για τους καταναλωτές. Τα κίνητρα για τους συμμετέχοντες στην αγορά μπορεί να αλλάζουν ύστερα από έκθεση σε περισσότερο ανταγωνισμό με τρόπους που προκαλούν ανησυχίες όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών. Σε νέες απελευθερωμένες αγορές, οι παραδοσιακές επιχειρήσεις μπορούν να δεσμεύουν τους καταναλωτές, καθιστώντας δυσχερέστερη ή δαπανηρότερη τη μετάβαση σε ανταγωνιστές και νεοεισερχόμενους, ενώ οι νεοεισερχόμενοι μπορούν να επιδίδονται σε επιθετικές εμπορικές πρακτικές για την επέκταση των μεριδίων τους στην αγορά. Σε μια τέτοια περίπτωση, η Ολλανδική Αρχή Καταναλωτών και Αγορών, για παράδειγμα, επέβαλε πρόστιμο σε έναν νέο, αλλά επιθετικό πάροχο ενέργειας για παραπλανητική κατ' οίκον πώληση υπηρεσιών.

Υπό τις συνθήκες αυτές, είναι αναγκαίο να συνδυαστούν οι βραχυπρόθεσμοι στόχοι με μακροπρόθεσμες στρατηγικές προς όφελος των καταναλωτών. Η επιβολή της νομοθεσίας για τους καταναλωτές μπορεί να εξυπηρετεί τους καταναλωτές βραχυπρόθεσμα με τον τερματισμό των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, αλλά εάν τα μέτρα είναι υπερβολικά αυστηρά, οι νέοι οικονομικοί φορείς μπορούν να αποσυρθούν από τις αγορές, αναιρώντας τον μακροπρόθεσμο στόχο των ανταγωνιστικότερων αγορών με καλύτερα αποτελέσματα για τους καταναλωτές. Για παράδειγμα, τα υποχρεωτικά πρότυπα προϊόντων ή οι απαγορεύσεις της συγκριτικής διαφήμισης μπορούν να αποκλείουν εταιρείες που προσφέρουν χαμηλού κόστους προϊόντα και υπηρεσίες. Επιπρόσθετα, οι απαιτήσεις διαφάνειας στις τιμές είναι προς όφελος των καταναλωτών, αλλά μπορεί, σε κάποιες περιπτώσεις, να διευκολύνουν τις αθέμιτες συμπράξεις μεταξύ των επιχειρήσεων. Η επίτευξη της σωστής ισορροπίας μεταξύ βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων είναι ζωτικής σημασίας.

Ένας τρόπος για την αποφυγή των εντάσεων και της σύγκρουσης μεταξύ των πολιτικών ανταγωνισμού και των πολιτικών για τους καταναλωτές είναι η επίτευξη συντονισμού μεταξύ των σχετικών πολιτικών για τη διασφάλιση της συνοχής της πολιτικής για την

αντιμετώπιση των προβλημάτων της αγοράς και την επιλογή των πλέον κατάλληλων εργαλείων πολιτικής.

Ακολούθως και κλίνοντας την εισήγησή μου, θα αναφερθώ σε κάποιες εισηγήσεις ως προς τους τρόπους ενίσχυσης των οφελών προς τους καταναλωτές μέσω του συντονισμού των πολιτικών ανταγωνισμού και προστασίας των καταναλωτών, καθώς και της επιβολής της νομοθεσίας.

Συντονισμός και Συνοχή στο επίπεδο εφαρμογής

Κατά την άποψή μου, η ανάγκη για συντονισμό των πολιτικών προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι αιτίες των ανεπαρκειών της αγοράς και να επιλεγούν κατάλληλοι συνδυασμοί μέτρων πολιτικής είναι δεδομένη. Ανεξάρτητα από το θεσμικό πλαίσιο στον τομέα του ανταγωνισμού και της εφαρμογής της πολιτικής για τους καταναλωτές, ένας τρόπος για να επιτευχθεί συντονισμός των πολιτικών είναι να δοθεί έμφαση στα συμφέροντα των καταναλωτών στο πλαίσιο τόσο της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού όσο και της προστασίας των καταναλωτών και της επιβολής της νομοθεσίας.

Η επιβολή της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού μπορεί να συνδυαστεί με την ενδυνάμωση των καταναλωτών.

Θεωρώ ότι θα πρέπει να αναγνωρίσουμε το ρόλο που διαδραματίζουν οι ενημερωμένοι καταναλωτές ως κινητήρια δύναμη για καινοτομία, παραγωγικότητα και ανταγωνισμό. Για να δοθεί ώθηση στον ανταγωνισμό, οι καταναλωτές χρειάζονται αντικειμενικές, διαφανείς και εύκολα προσβάσιμες πληροφορίες για να λαμβάνουν ορθολογιστικές αποφάσεις που να ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες και τα ενδιαφέροντά τους. Σε αυτό το πλαίσιο, η ενδυνάμωση του καταναλωτή έχει αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία στις σημερινές μεταβαλλόμενες αγορές νέων και σύνθετων προϊόντων και υπηρεσιών.

Η ενδυνάμωση αυτή μπορεί να επιτευχθεί μέσω της εκπαίδευσης, καθώς και της διευκόλυνσης της πρόσβασης των καταναλωτών στην πληροφόρηση. Επίσης στην ενίσχυση της ικανότητάς τους να αξιολογούν σωστά τις πληροφορίες για τη λήψη βέλτιστων αποφάσεων. Η ενδυνάμωση του καταναλωτή στις αγορές που προσφέρουν σχετικά πιο περίπλοκα προϊόντα μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική από τις κανονιστικές παρεμβάσεις για την επίλυση προβλημάτων, όπως έχει δείξει η εμπειρία άλλων χωρών.

Οι Αρχές Ανταγωνισμού μαζί με τις αντίστοιχες Προστασίας Καταναλωτή, μπορούν να συμβάλουν στην ενδυνάμωση και ενημέρωση των καταναλωτών μέσω της υποστήριξης και του συντονισμού με άλλες Αρχές και κρατικές υπηρεσίες.

Η εκπαίδευση των επιχειρήσεων και των καταναλωτών μπορούν να συμπληρώσουν τις προσπάθειες επιβολής της νομοθεσίας. Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα μέσα επικοινωνίας μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την καθοδήγηση των καταναλωτών, ιδίως σε ρυθμιζόμενες αγορές, για να βοηθήσουν τους καταναλωτές να αλλάξουν προμηθευτή. Ένα τέτοιο πρόσφατο σχετικό παράδειγμα στην Κύπρο είναι η πληροφόρηση που παρέχεται από το Υπουργείο Οικονομικών για τα ισχύοντα τέλη ανά πιστωτικό ίδρυμα σε σχέση με τις αντιπροσωπευτικές υπηρεσίες οι οποίες συνδέονται με λογαριασμό πληρωμών.

Υπάρχει μια πρόσφατη τάση εδραίωσης της επιβολής του δικαίου του ανταγωνισμού και της προστασίας των καταναλωτών σε ένα και μόνο θεσμικό όργανο, προκειμένου να δημιουργηθούν συνέργειες μεταξύ των δύο αυτών λειτουργιών. Για παράδειγμα, το 2013 η Ολλανδική Αρχή για τους Καταναλωτές και τις Αγορές, συστάθηκε ενοποιώντας την Αρχή Καταναλωτών, την Ανεξάρτητη Αρχή Ταχυδρομείων και Τηλεπικοινωνιών και την Αρχή Ανταγωνισμού. Πρωταρχικός στόχος της Αρχής είναι η αύξηση της ευημερίας των καταναλωτών και αποστολή της είναι η προώθηση ευκαιριών και επιλογών για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού και Καταναλωτών της Αυστραλίας, η Αρχή Ανταγωνισμού και Αγορών στο Ηνωμένο Βασίλειο και η Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, αποτελούν άλλα παραδείγματα Αρχών με διπλή ευθύνη για τον ανταγωνισμό και την επιβολή της νομοθεσίας για τους καταναλωτές.

Αλλού, σε κράτη όπου ο ανταγωνισμός και η προστασία των καταναλωτών στεγάζονται σε διαφορετικές Αρχές, υπάρχουν άλλοι μηχανισμοί συνεργασίας. Στα πλαίσια αυτά, η Αρχή Ανταγωνισμού παρέχει, μεταξύ άλλων, πληροφορίες από μελέτες σχετικά με θέματα ανταγωνισμού σε συγκεκριμένους τομείς που έχουν επιπτώσεις για τους καταναλωτές και ενημερώνει την Αρχή Καταναλωτών σχετικά με τις αποφάσεις της σε υποθέσεις ανταγωνισμού και συγχωνεύσεων που ενδέχεται να επηρεάσουν τα συμφέροντα των καταναλωτών. Με τη σειρά της, η Αρχή Καταναλωτών ενημερώνει την Αρχή Ανταγωνισμού σχετικά με τυχόν αποδεικτικά στοιχεία αντανταγωνιστικών πρακτικών τα οποία περιήλθαν στην αντίληψή της από τις δικές της διερευνήσεις και γενικά παρέχει διάφορα σχετικά στοιχεία που ενδεχομένως να ενδιαφέρουν την Αρχή Ανταγωνισμού.

Η περίπτωση της Κύπρου

Κυρίες και Κύριοι,

Όπως είναι γνωστό, στην Κύπρο υπάρχουν δύο ξεχωριστές αρχές επιφορτισμένες η κάθε μια με την εφαρμογή των αντίστοιχων νομοθεσιών ανταγωνισμού και προστασίας του καταναλωτή. Η ανεξάρτητη Επιτροπή Προστασίας του Ανταγωνισμού και η υπαγόμενη στο Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού, Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή.

Εντός των εξουσιών της Επιτροπής είναι, μεταξύ άλλων και η συνεργασία με τις ρυθμιστικές ή άλλες Αρχές που ασκούν έλεγχο σε συγκεκριμένους τομείς της οικονομίας στην Κύπρο, η παροχή γνωμοδοτήσεων σε φορείς του δημοσίου και η υπογραφή Πρωτοκόλλων Συνεργασίας με άλλες Εθνικές Αρχές Ανταγωνισμού.

Επιπρόσθετα, με σχετική απόφασή της το 2014, η Επιτροπή αποφάσισε όπως οι επιπτώσεις στους καταναλωτές είναι ένα από τα κριτήρια εξέτασης υποθέσεων κατά προτεραιότητα, για παραβάσεις των σχετικών άρθρων της περί προστασίας του ανταγωνισμού νομοθεσίας και/ή της ΣΛΕΕ. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρεται στην απόφαση, «η Επιτροπή θα εκτιμά κατά πόσο μία ενδεχόμενη παρέμβασή της θα επιφέρει άμεσα αλλαγές στη συμπεριφορά των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων προς όφελος των καταναλωτών, το οποίο συνίσταται ιδίως σε χαμηλότερες τιμές, υψηλότερη ποιότητα και εύρος επιλογών προϊόντων και/ή υπηρεσιών. Με τη διασφάλιση της ορθής λειτουργίας των αγορών οι καταναλωτές επωφελούνται από τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας που θα προκύπτει από τον ανόθευτο ανταγωνισμό

μεταξύ των επιχειρήσεων. Σε αυτή τη βάση η Επιτροπή δύναται να λαμβάνει δράση, μεταξύ άλλων, με σκοπό την προστασία αδύναμων καταναλωτών οι οποίοι είναι εκτεθειμένοι σε αντιανταγωνιστικές καταστάσεις».

Επίσης, «... η Επιτροπή δύναται να προβαίνει σε εκτίμηση του δυνητικού αποτελέσματος της ευημερίας των καταναλωτών. Ως εκ τούτου, η Επιτροπή θα εξετάζει κατά προτεραιότητα υποθέσεις όπου οι παρεμβάσεις της θα έχουν ως αποτέλεσμα, ιδίως, την διασαφήνιση νομικών κανόνων ώστε να ωθούνται οι επιχειρήσεις σε ευνοϊκές πρακτικές για τους καταναλωτές, την εξάλειψη περιορισμών του ανταγωνισμού προς όφελος των καταναλωτών και την πληρέστερη ενημέρωση και πληροφόρηση των καταναλωτών».

Η Υπηρεσία Προστασίας Καταναλωτή, ως μέρος του αρμόδιου Υπουργείου, πέραν από την ευθύνη θέσπισης και εφαρμογής της νομοθεσίας για την προστασία του καταναλωτή, έχει και την ευθύνη θέσπισης και της σχετικής με την προστασία του ανταγωνισμού νομοθεσίας, καθώς και την παροχή υποστήριξης και συμβουλών για το θέμα προς τον αρμόδιο Υπουργό.

Στα πλαίσια αυτά, η Υπηρεσία, τα τελευταία χρόνια, έχει συνειδητά αναπτύξει στενές σχέσεις με την Επιτροπή και την Υπηρεσία της, σε θέματα που περιλαμβάνουν την ουσιαστική κατάθεση θέσεων και απόψεων στις συζητήσεις που διεξάγονται στις Βρυξέλλες επί προτάσεων οδηγιών σχετικά με την πολιτική ανταγωνισμού, στη θέσπιση της αντίστοιχης εθνικής νομοθεσίας, καθώς και στην ενημέρωση των επιχειρήσεων και των καταναλωτών, και η σημερινή ημερίδα είναι ένα τέτοιο παράδειγμα.

Έχοντας αναλύσει στην παρούσα εισήγηση την αλληλεπίδραση της πολιτικής ανταγωνισμού με την πολιτική προστασίας του καταναλωτή, που και οι δύο έχουν, εν πολλοίς, ως επίκεντρο τον καταναλωτή και την ευημερία του, θεωρώ ότι υπάρχουν περιθώρια εντατικοποίησης της συνεργασίας αυτής, ίσως ακόμα και σε θέματα που άπτονται των διαδικασιών εξέτασης παραβάσεων και εφαρμογής της νομοθεσίας, τηρούμενων, βεβαίως, των αρμοδιοτήτων της κάθε Αρχής. Στόχος της Υπηρεσίας Προστασίας Καταναλωτή είναι να συνεχίσει και να εντατικοποιήσει τη συνεργασία αυτή, όχι μόνο με την Επιτροπή Προστασίας του Ανταγωνισμού, αλλά και με άλλες Αρχές, ανεξάρτητες ή μη, πάντα με στόχο το καλώς νοούμενο συμφέρον και την ευημερία του Κύπριου καταναλωτή.

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας.

Πηγές:

1. **Επιτροπή Ανταγωνισμού του ΟΟΣΑ**, «The interface between competition and consumer policies» (Η διασύνδεση μεταξύ ανταγωνισμού και πολιτικών για τους καταναλωτές), Φεβρουάριος 2008.
2. **Έγγραφο συζήτησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης Καταναλωτών (BEUC)**, «Στόχοι της νομοθεσίας της ΕΕ για τον ανταγωνισμό και την ψηφιακή οικονομία», Αύγουστος 2018.
3. **Υπηρεσία Έρευνας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου**, «Protecting and Empowering of EU Consumers» (Προστασία και ενίσχυση των καταναλωτών της ΕΕ), Φεβρουάριος 2017.
4. **Ευρωπαϊκή Επιτροπή**, «Ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές — Προώθηση της εμπιστοσύνης και της ανάπτυξης», COM (2012) 225 final της 22.05.2012.
5. **UNCTAD, Επιτροπή Εμπορίου και Ανάπτυξης**, Διακυβερνητική ομάδα εμπειρογνομόνων για το δίκαιο και την πολιτική ανταγωνισμού, δέκατη τέταρτη συνεδρίαση, Γενεύη, 8 — 10 Ιουλίου 2014.
6. **Επιτροπή Προστασίας του Ανταγωνισμού**, Ένας θεσμός στην υπηρεσία του πολίτη και των επιχειρήσεων, 2015.