

Asociația pentru
Protecția Consumatorilor
din România

Raport

Annual

2012



- *Misiunea APC România și obiectivele propuse*
- *Indici de performanță*
- *Proiecte și campanii*
- *Priorități 2010-2012*



I. Misiunea APC România și obiectivele propuse

Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România este o organizație neguvernamentală, apolitică și nonprofit, înființată încă din anul 1990, care are ca principal obiectiv apărarea, promovarea și reprezentarea prin toate mijloacele legale ale drepturilor și intereselor consumatorilor în raporturile cu agenții economici și instituțiile statului. O preocupare permanentă a asociației în ultimii ani a constituit-o utilizarea testelor comparative pe produse și servicii ca mijloc de informare, educare și îmbunătățire a situației economice și sociale a consumatorilor. La nivel național Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România a fost recunoscută prin HG nr. 1106/2005 ca fiind de utilitate publică.

Misiunea Asociației pentru Protecția Consumatorilor din România constă în îmbunătățirea climatului social, economic și de mediu în care trăiește consumatorul, prin asigurarea protecției acestuia în urma impunerii unor standarde de calitate de care are nevoie și prin promovarea intereselor lui în cadrul societăți românești.

Potrivit statutului asociației, principalele obiective ale asociației sunt:

- apărarea, promovarea și reprezentarea prin toate mijloacele legale a drepturilor și intereselor consumatorilor în raporturile cu agenții economici și instituțiile statului ;
- educare, consilierea și informarea consumatorilor prin acțiuni proprii, publicații, studii de piață și orice alte mijloace de informare în masă;
- analizarea și rezolvarea sesizărilor formulate de consumatori, prin intermediul forțelor proprii ale asociației sau prin organele abilitate ale statului;
- dezvoltarea parteneriatului internațional în domeniul protecției consumatorilor;
- colaborarea cu organizații profesionale și cu instituții abilitate guvernamentale și neguvernamentale, cu atribuții în domeniul protecției consumatorilor, în vederea respectării intereselor consumatorilor;
- îmbunătățirea cadrului legislativ general de protecție a consumatorilor, prin solicitări adresate autorităților, prin participarea la elaborarea standardelor sau a specificațiilor ce definesc bunurile de consum și serviciile;
- desfășurarea de activități publicistice și editoriale;
- formarea profesională a adulților în domeniul protecției consumatorilor;
- conștientizarea prin acțiuni proprii a agenților economici asupra drepturilor și intereselor consumatorilor.
- desfășurarea activităților de cercetare-dezvoltare în domeniul protecției consumatorilor.

Pentru perioada **2010-2012 APC-România** și-a stabilit ca principale direcții de interes desfășurarea activităților în următoarele domenii: **acțiuni colective, contracte încheiate de**

consumatori, drepturi digitale, produse alimentare, sănătate, siguranță, servicii financiare, sustenabilitate energetică.

În cadrul acestor activități se va pune accent pe reprezentarea intereselor consumatorilor la nivelul adoptării deciziilor privind politica protecției consumatorilor, accesul consumatorilor la justiție, informarea și educarea consumatorilor, consultanță în domeniul protecției consumatorilor, întărirea colaborării cu celelalte organizații de consumatori din România, reprezentarea consumatorilor în cadrul organismelor consultative naționale și internaționale, participarea la rețele europene și internaționale.

II. Indici de performanță, cu prezentarea gradului de realizare a acestora

În vederea cuantificării rezultatelor obținute în anul 2012 au fost stabiliți următorii indicatori de performanță: numărul consultanțelor acordate consumatorilor, numărul materialelor informative elaborate, numărul organismelor consultative în care consumatorii sunt reprezentați, numărul întâlnirilor comisiilor, comitetelor și organismelor în care consumatorii sunt reprezentați.

În Eurobarometru 333 realizat în 2012 de Comisia Europeană, 55% dintre români sunt în stare să indice spontan cel puțin o organizație sau asociație a consumatorilor: 25% au menționat spontan „Asociația pentru Protecția Consumatorilor (APC)” și 17% „Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor”.

Când ulterior au fost sugerate numele altor instituții și organizații dintr-o listă dată:

- **73%** dintre respondenți au spus că au auzit de **“Asociația pentru Protecția Consumatorilor (APC)”**,
- **69%** de **“Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC)”**,
- **33%** de **“Asociația pentru Protecția Consumatorilor și Promovarea Programelor și Strategiilor (ANPPPS)”** și
- **32%** de **“Centrul European al Consumatorilor (ECC Romania)”**.
- **Rezolvarea disputelor dintre consumatori și operatori economici**

În cursul perioadei de raportare au fost acordate 8,140 de consultanțe în următoarele domenii: alimente, produse de folosință îndelungată, produse nealimentare de uz curent, condominiu, comerț electronic, îngrijiri medicale, practici comerciale incorecte, servicii diverse, etc.

a) În categoria produselor cele mai multe sesizări au vizat produsele de folosință îndelungată.

Alimente: au fost reclamate deficiențe de etichetare, existența unor produse alterate și calitatea îndoielnică a unor alimente.

Produse de folosință îndelungată: întârzierea măsurilor de remediere sau refuzul de a lua o astfel de măsură, s-au înmulțit cazurile în care consumatorii au reclamat refuzul reparației pe motivul unei intervenții neautorizate sau utilizării necorespunzătoare a produsului.

Produse nealimentare de uz curent: consumatorii reclamă de cele mai multe ori deficiențele de calitate ale produselor achiziționate, în special pentru articole de îmbrăcăminte și încălțăminte – cusături slabe, dezlipirea tălpilor, rezistența scăzută a materialelor – precum și refuzul vânzătorilor de a înlocui în termen legal produsele cu defecte.



b) În categoria serviciilor cele mai multe sesizări au vizat serviciile diverse

Servicii diverse (telefonie mobilă și fixă, transporturi, furnizare internet și televiziune prin cablu): consumatorii reclamă în principal nerespectarea condițiilor contractuale în privința calității serviciilor prestate – desele întreruperi în furnizarea serviciului, slaba calitate a semnalului emis de firmele de televiziune prin cablu, imposibilitatea ieșirii din contract, ineficiența serviciilor de relații cu publicul.

Servicii de utilitate publică: au fost reclamate în special facturile mult prea mari la energie termică și electrică.

Condominiu: în general, consumatorii se plâng de erorile apărute în calculul cotelor de întreținere și de comportamentul conducerii asociației, în special legat de reclamațiile pe care le fac – nu primesc răspunsuri sau le primesc numai după mai multe intervenții.

Comerț electronic: reclamațiile primite vizează lipsa de informare în ceea ce privește perioada legală în care poate fi denunțat contractul, deficiențe în livrarea produselor, precum și calitatea acestora, precum și refuzul de a permite consumatorilor retragerea din contract în baza unor termeni și condiții contrare legii.

Îngrijiri medicale: reclamațiile primite au vizat în special relația medic-pacient și diferențele de prețuri între mai multe farmacii pentru același produs.

Practici comerciale incorecte: consumatorii au reclamat în special faptul că anumite produse sunt prezentate prin publicitate având caracteristici calitative exagerate, lipsa serviciilor menționate în publicitate, precum și unele aspecte legate de publicitatea creditului de consum.

Servicii financiare: consumatorii au reclamat în special taxele ascunse ale băncilor, introducerea după semnarea contractelor a unor comisioane suplimentare, creșterea nejustificată a ratei dobânzii.



Servicii turistice: reclamațiile au vizat condițiile improprii de cazare, nerespectarea contractelor de achiziție a pachetelor de servicii turistice.

• Informarea consumatorilor

APC România a elaborat în vederea informării și educării consumatorilor o fișă de informare având ca temă directiva privind serviciile.

În această perioadă, au fost primite peste 21,300 de cereri de informare de la consumatori, în urma accesului lor la studiile realizate de APC România.

Teste comparative

Totodată, APC-România a realizat o serie de studii și teste comparative pe diferite produse, printre care: Becuri Economice, Telefoane Mobile, Mașini de spălat rufe, Camere Foto Digitale – Basic, Camere Foto Digitale - HighEnd, Loțiuni de soare, Televizoare, Aspiratoare și Mașini de spălat vase

Testele au fost realizate în colaborare cu International Consumer Research and Testing și organizații mari de consumatori din întreaga Uniune Europeană, iar rezultatele acestora au fost publicate pe site-ul www.apc-romania.ro.

APC România a fost **prima organizație din România** care a implementat conceptul de teste comparative încă din anul 2006 în realizarea activității sale de informare și educare a consumatorilor, personalul beneficiind de **training specializat** în cadrul unui proiect finanțat de Comisia Europeană.

• APC România în presă

Au fost trimise 7 comunicate de presă către o bază de date de 550 de ziașiți, dintre care 160 din presa locală și 390 din presa centrală (radio, Tv, presă scrisă, presă online, agenții presă).

Au mai apărut în ziarul/suplimentul România Liberă, „5” teste comparative : telefoane mobile 2012, mașini de spălat rufe 2012, televizoare cu ecran plat (LCD/PLASMA) 2012, camere foto digitale 2012, loțiuni de soare 2012, aspiratoare 2012, telefoane mobile 2012, sisteme de navigație personale 2012, mașini de spălat vase 2012;

Au fost acordate 9 interviuri următoarelor posturi de televiziune (3) și radio (1): Antena 1, B1 TV, GIGA TV, Radio Romania „Antena Satelor”, Radio „Lumina” Timișoara.

Celelalte apariții radio sau tv nu au putut fi monitorizate deoarece se preiau informații direct din comunicatele de presă.

În presa scrisă au apărut „12” de articole, în presa online aproximativ 106 apariții. În mod curent aceste apariții au fost pe www.hotnews.ro, www.ziare.com, www.comunicatemedio.ro, www.newsin.ro, www.einformatii.ro, www.121.ro, www.ziuaconstanta.ro, www.9am.ro, www.conso.ro, www.finzoom.ro, www.realitatea.net, www.dailybusiness.ro, www.agerpres.ro, www.bankingnews.ro, www.revistapresei.businesslive.ro, www.ro247.info, www.discard.ro, www.bursa-financiara.ro, plus edițiile online ale ziarelor tipărite.

• Educația tinerilor consumatori

APC România a organizat lecții deschise la sediul asociației, cu studenți ai Universității București și ai Universității „Nicolae Titulescu”.

În luna martie, pe 15 martie 2012, APC România a participat alături de ANPC la conferința ce a marcat Ziua Mondială a Consumatorilor.

În luna iulie a anului 2012 APC Romania a participat în calitate de organizator la concursurile: „Suntem informați, suntem educați”, ediția a I-a faza pe Municipiul București și faza națională, precum și la faza pe Municipiul București și faza națională a concursului „Alege! Este dreptul tău!”, ediția a X-a.

- **Web site www.apc-romania.ro**

În luna iunie 2012 a fost lansat noul site APC România, acesta fiind unul dintre instrumentele de informare pus la dispoziția consumatorilor, a avut 8,406 de vizitatori, cu peste 40,820 de pagini vizitate.



- **Facebook**

APC România este prezentă și pe Facebook, pagina creată în acest scop având un număr de peste 1400 de like-uri. Consumatorii pot accesa aici cele mai noi informații cu privire la drepturile lor sau la activitățile desfășurate de APC România - www.facebook.com/apcromania.

- **Consultări, reprezentare**

La nivel național au fost transmise puncte de vedere privind propuneri de acte normative și luări de poziție: Proiect de Ordin privind obligația operatorilor economici de a deține registrul de sesizări și reclamații pentru consumatori – ANPC și Proiect de Ordin privind legea drepturile consumatorilor – ANPC.

La nivel european APC-România a întreprins următoarea acțiune: Consultare privind serviciile

Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România se bucură de recunoaștere atât **națională**, fiind membră în diverse structuri naționale, cum ar fi „Comisia Interministerială pentru Supravegherea Pieței Produselor și Serviciilor și Protecția Consumatorilor”, „Comisia pentru Securitatea Produselor” și „Comisia pentru Clauze Abuzive”, „Consiliului Consultativ pentru Protecția Consumatorilor al Municipiului București”, în cadrul căruia deține funcția de vicepreședinte, „Consiliul Director din cadrul Organismului Național de Standardizare”, „Consiliul de Supraveghere al SRAC CERTSERV”, **Comitetul de certificare al Organismului de certificare produse LAREX-CERT**, „Comisia de Certificare din cadrul OTDM – Ministerul Sănătății, membru în Comisia de dialog social a MADR cât și **internațională**, fiind membră a Organizației Mondiale a Consumatorilor „Consumers International”, cu sediul la Londra, din data de 12 martie 1991, a Organizației Europene a Consumatorilor (B.E.U.C.), Bruxelles, Belgia, a Dialogului TransOceanic al Consumatorilor – TACD și a International Consumer Research and Testing – I.C.R.T. (UK).

APC Romania este singura organizatie de consumatori din Romania care detine calitatea de membru:

- ✓ **Colegiul consultativ al Consiliului Concurenței,**
- ✓ **Comitetului Roman al Distribuției (ca membru fondator),**
- ✓ **Organizația Europeană a Consumatorilor,**
- ✓ **Consiliul consultativ al Autorității Naționale de Reglementare în Domeniul Energiei,**
- ✓ **Comitetul tehnic național de standardizare ASRO/CT 97 „Fructe, legume, tutun și produsele lor”**
- ✓ **Consiliul director al Asociației de Standardizare din România**
- ✓ **Membru fondator al Asociației de Standardizare din România**
- ✓ **European Consumer Consultative Group din cadrul directoratului Health&Consumer Protection Commission**

III. Proiecte și campanii desfășurate de APC - România

Pe parcursul anului 2012 APC - România a implementat următoarele proiecte:

1. Centrul de Consultanță și Informare a Consumatorilor. În cadrul centrului s-au desfășurat următoarele activități: acordarea de consultanță individuală și de grup consumatorilor; informarea consumatorilor prin elaborarea și editarea de materiale informative (pliante, broșuri studii de piață) pe domenii prioritare; acțiuni de educare a consumatorilor.

2. Campania Internet Sigur. APC România a creat site-ul www.internetsigur.ro, un instrument de lucru dedicat atât celor mici, cât și părinților și educatorilor preocupați de securitatea tinerilor în lumea virtuală. Prin proiectul Internet sigur, APC România spera să ajute utilizatorii să conștientizeze nu numai beneficiile, ci și riscurile acestui mediu, influențând o atitudine mai responsabilă față de Internet.

3. Campania Bugetul Familiei. Proiectul a fost lansat în octombrie 2008, fiind primul program non-profit de educație financiară pentru adulții din România. Proiectul este destinat actualilor și potențialilor consumatori de produse și servicii financiare, celor care vor să aibă un control mai strict asupra propriilor finanțe. Scopul proiectului este să promoveze conceptul de educație financiară, să ofere informații de bază despre buget și beneficiile unui comportament responsabil pentru consumatorii de servicii financiare și să dezvolte abilitățile consumatorilor și să sporească abilitatea lor de analiză a serviciilor financiare. Campania este desfășurată în parteneriat de Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România, Centrul European al Consumatorilor din România, Comisia de Supraveghere a Sistemului de Pensii Private, Provident Financial România, sub **patronajul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor**. Primul instrument al acestei campanii îl constituie site-ul web www.bugetulfamiliei.ro, instrument online dedicat exclusiv educației financiare a consumatorilor, **campania desfășurându-se sub patronajul ANPC**. Conform datelor raportate site-ul a avut până în 2012 peste **250,000 de utilizatori**, peste **1,000 de întrebări** din domeniul financiar au primit răspunsuri de la experți, iar peste **30,000 de vizitatori** au folosit calculatoarele de buget.

Un alt instrument al campaniei îl constituie site-ul web www.totuldespreDAE.ro, instrument

online dedicat exclusiv educației financiare a consumatorilor referitor la dobânda anuală efectivă. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) și Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România (APC România), în calitate de inițiatori și parteneri ai Programului Național de Educație Financiară „Bugetul Familiei”, au lansat în mai 2011 spre dezbatere propunerea de Strategie Națională pentru Educație Financiară. Strategia Națională este menită să asigure o viziune de ansamblu asupra educației financiare în România. Scopul acestei strategii este de a crea un cadru pe care toate organizațiile care sunt implicate în educația financiară, dar și în elaborarea politicilor din acest domeniu, să îl găsească util și să le ofere un ghid în dezvoltarea de programe de educație financiară pentru următorii cinci ani.

Pe **10 mai 2012** a avut loc prima întâlnire a grupului de lucru pentru anul 2012. Întâlnirea a avut loc la hotelul Intercontinental, sala Hora. La această întâlnire au participat reprezentanții următoarelor instituții: APC România, ECC Romania, ARB, IBR, BNR, Consiliul Concurenței, CSSPP, AEF, CREDE, Conso, Provident Financial, Raiffeisen Bank, CFA, Visa, Chelgate, ALB, Junior Achievement, Mastercard.

La întâlnire au fost puse în discuție următoarele aspecte: Crearea unui comitet de inițiativă, demararea discuțiilor pentru asumarea strategiei la nivel guvernamental, atragerea de noi parteneri interesați de dezvoltarea de proiecte în zona educației financiare, asigurarea resurselor financiare. La finalul întâlnirii am stabilit ca e necesară crearea unui grup pe Yahoo, pentru postarea de documente noi, cât și pentru informare.

În 2012 s-a organizat în cadrul programului Bugetul Familiei și **Caravana de Educație Financiară** avându-l ca trainer pe domnul **Eusebiu Burcaș**. Caravana a avut loc pe 22 noiembrie 2012, la Brașov și **au participat peste 270 de persoane**.

4. Consumator European. Comisia Europeană a lansat pe data de **5 iunie 2012** Campania Uniunii Europene de informare a consumatorilor din România, „**E dreptul tău! Acționează!**”, care s-a desfășurat pe o perioadă de un an. Scopul acestei campanii este de a informa consumatorii din România asupra drepturilor lor, asupra posibilității de a fi ajutați și sprijiniți atunci când întâmpină o problemă.



Din acest motiv, campania promovează totodată și un consorțiu format din două organizații – Asociația Națională pentru Protecția Consumatorilor și Promovarea Programelor și Strategiilor din România (ANPCPPSR) și Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România (APC Romania), ca sursă pentru consumatori de unde aceștia pot obține mai multe informații și sfaturi. În anul 2012 APC România a organizat și participat alături de partenerii săi pe acest proiect la următoarele activități:

Iunie 2012 - 5 iunie, eveniment de lansare a campaniei, la sediul reprezentanței Comisiei Europene.

Iulie 2012 - 4-8 iulie, acțiuni de informare a consumatorilor în aeroportul Henri Coandă, București. Întâlniri față în față cu consumatorii și diseminare de pliante; 19 iulie, masă rotundă, hotel Intercontinental, eveniment care a dezbătut drepturile pasagerilor aerieni și pachete turistice.

Septembrie 2012 – 20-28 septembrie, acțiuni de informare a consumatorilor în

Hypermarket-urile din București. Întâlniri față în față cu consumatorii și diseminare de pliante.

Noiembrie 2012 - 21, 22, 23 noiembrie, acțiune de informare a consumatorilor, Afi Palace Cotroceni. Întâlniri față în față cu consumatorii și diseminare de pliante. 27 noiembrie, acțiune de informare a consumatorilor, Iulius Mall, Cluj Napoca. Întâlniri față în față cu consumatorii și diseminare de pliante. 29 noiembrie, acțiune de informare a consumatorilor, Iulius Mall, Iași. Întâlniri față în față cu consumatorii și diseminare de pliante.

5. Centrul European al Consumatorilor România (ECC România). Tot în contextul integrării în structurile europene trebuie subliniat că, începând cu data de 1 ianuarie 2008, Centrul European al Consumatorilor din România (ECC România) s-a alăturat rețelei comunitare ECC-Net, pentru a-i sprijini pe cetățenii UE în domeniul achizițiilor transfrontaliere. Rețeaua Centrelor Europene ale Consumatorilor reprezintă o rețea constituită la nivelul UE în scopul întăririi încrederii consumatorilor în piața unică europeană, oferind consultanță cetățenilor europeni cu privire la drepturile pe care le au în calitate de consumatori și facilitând soluționarea problemelor întâmpinate, în special în cazurile în care au făcut achiziții dintr-un alt stat membru. Comisia Europeană oferă sprijin financiar acestui centru, iar Guvernul României asigură partea de cofinanțare, prin intermediul bugetului ANPC. În anul 2012 valoarea co-finanțării pentru ECC România asigurată prin bugetul ANPC a fost de 262.000 Ron (58.162,06 Eur).

ECC Romania a continuat să urmărească și în **2012** evoluțiile legislative în domeniul protecției consumatorilor. În anul 2012 nu au existat modificări importante ale legislației privind protecția consumatorilor. ECC Romania a refăcut baza de date privind legislația română și europeană aflată pe site-ul www.eccromania.ro. Consumatorii pot accesa cele mai importante legi din domeniul protecției consumatorilor, dar și directivele și regulamentele europene.

ECC România a elaborat următoarele fișe de informare în format electronic și broșuri: *Pliant de informare ECC Romania, Soluționarea alternativă a disputelor în România, Consumator și turist în Italia, Bagaje. Ce poți face dacă apar probleme?, Directiva privind serviciile care au fost puse la dispoziția consumatorilor români și străini pe site-ul Centrului – www.eccromania.ro, alături de cele deja existente.*

• **ECC Romania in presa**

Au fost trimise 20 comunicate de presă către o bază de date de 373 de ziariști, dintre care 125 din presa locală și 248 din presa centrală (radio, Tv, presă scrisă, presă online, agenții presă).

În mod special, au sunat la sediul nostru aproximativ 15 de ziariști pentru a face articole sau reportaje individuale, în afara comunicatelor de presă. Au fost 7 apariții tv la următoarele posturi de televiziune: Antena 1, Antena 2, The Money Channel, GIGA TV, DIGI 24, Realitatea.

Au fost acordate **22 de interviuri** la următoarele **posturi de radio**: Radio România "Antena Satelor", Radio "Lumina" Timișoara, Radio România "Actualități" Craiova.

În presa online au fost **aproximativ 294 apariții**. În mod curent aceste apariții au fost pe www.ziuconstanta.ro, www.ziarelive.ro, www.revistapresei.businesslive.ro, www.sursadestiri.ro, www.discard.ro, www.stiri.com.ro, www.agerpres.ro, www.infoo.ro, www.prwave.ro, www.ziarultau.wordpress.com, www.puterea.ro, www.astazi.ro, www.ne-cenzurat.ro, www.presaonline.com, www.ziare-pe-net.ro, www.ziuadevest.ro, www.niuzer.ro, www.infoest.ro, www.brailainfo.ro, www.wallstreet.ro, www.ziareaz.ro, www.moneystreet.ro, www.ultima-ora.ro, www.stireadesalaj.ro, www.stireadeialomita.ro, www.finzoom.ro, www.dailybusiness.ro,

www.stiri-financiare.publicare.ro, www.9am.ro, www.bursa.ro, www.revista-presei.com, www.ziarulevenimentul.ro, www.emaramures.ro, www.e-stireazilei.ro, www.ziarmm.ro, www.cliqz.com, www.jurnalul.ro, www.immromania.ro, www.bursa-financiara.ro, www.iasiforum.com, www.hotnews.ro, plus edițiile online ale ziarelor tipărite.

În luna octombrie 2012, ECC România și-a deschis o pagină de Facebook - www.facebook.com/ECC.Romania, având până în prezent în jur de 270 persoane care apreciază pagina și un număr de 5 articole postate până la sfârșitul anului 2012.

• Site-ul www.eccromania.ro

Site-ul ECC România www.eccromania.ro, unul dintre instrumentele de informare pus la dispoziția consumatorilor, a fost refăcut în conformitate cu instrucțiunile elaborate de Comisia Europeană. Site-ul cuprinde 8 secțiuni: Acasă, Despre noi, Știri, Informații, Publicații, Cazuri de succes, Formular de sesizare, Contact.

Site-ul conține link-uri către paginile de Facebook și Twitter și poate fi accesat în limba română și limba engleză. Versiunea în limba engleză este în proporție de

90% aceeași cu cea în limba română. Ambele versiuni sunt actualizate în mod regulat.



• Soluționarea plângerilor consumatorilor și informarea acestora

În anul 2012 solicitările de informare asupra **drepturilor pasagerilor** au rămas pe **primul loc**, principalele solicitări ale consumatorilor vizând atât anularea și întârzierea zborurilor, cât și pierderea bagajelor și modalitățile de a obține compensații.

Solicitările de informații privind **garanția produselor** au rămas pe **locul al doilea**. Consumatorii au dorit să știe care sunt drepturile lor atunci achiziționează produse dintr-un alt Stat Membru, cum să înlocuiască produsele defecte, când se poate solicita rambursarea prețului plătit.

În sfârșit, consumatorii au dorit să afle diferite aspecte ale drepturilor lor atunci când fac **achiziții online**, precum perioada în care își pot exercita dreptul de retragere, procedura de returnare a bunurilor, rambursarea.

Serviciile de comunicații (telefonie mobilă, internet) a constituit un alt domeniu în care au fost înregistrate solicitări de informare din partea consumatorilor, principalele cereri având drept suport legislația UE în domeniul furnizării serviciilor de comunicații și clauzele abuzive în contracte.

Alte domenii care au prezentat interes pentru consumatori din punctul de vedere al informării sunt:

- serviciile de utilitate publică;
- servicii turistice;

- închirierea de autoturisme;
- transportul public de călători și transportul cu trenul;
- etichetarea produselor alimentare;
- servicii medicale;
- practici comerciale incorecte.

În 2012 sesizările îndreptate împotriva operatorilor de transport aerian au rămas pe primul loc în numărul cazurilor tratate de ECC România (mai mult de 50% din cazuri). Principalele probleme reclamate de consumatori, privind drepturile lor în calitate de pasageri, au fost: întârzieri de durată mare (lipsa asistenței din partea operatorilor, refuz de acordare a compensațiilor, așa cum a stabilit CEJ), anularea zborurilor (refuzul acordării compensațiilor, lipsa asistenței), pierderea bagajelor (compensații minime, solicitarea de a proba valoarea obiectelor aflate în bagaj), lipsa informării.

Celelalte probleme reclamate de consumatori în 2012 au fost, ca și în 2011:

- **Contracte la distanță încheiate prin mijloace electronice** (e-mail, internet) – nelivrare, întârzierea livrării, livrarea unor produse defecte sau care nu au fost comandate;
- **Garanțiile produselor** – lipsa măsurilor reparatorii, lipsa reacțiilor din partea comercianților;
- **Cazare (hoteluri)** – creșterea prețurilor, lipsa facilităților prezentate la momentul rezervării, refuzul restituirii depozitului de garanție;
- **Închirierea autovehiculelor** – creșterea prețurilor, schimbarea condițiilor contractuale, impunerea în sarcina consumatorilor a reparațiilor unor defecte care nu existau la momentul predării autovehiculelor.

În ceea ce privește **naționalitatea consumatorilor și a comercianților**:

- Cele mai multe cazuri împotriva unor comercianți români au fost transmise prin intermediul ECC-Net de la consumatori din Spania, Italia, Polonia, Irlanda și Cipru;
- Consumatorii români au reclamat comercianți din Italia, urmași de cei din Ungaria, Germania, Polonia și Marea Britanie.
- **Rapoarte și studii**

ECC România a participat și în 2012 la proiectele comune ale rețelei ECC-Net:

- Proiectul comun privind comerțul electronic. Proiectul a fost condus de ECC Olanda și a vizat analiza reclamațiilor primite de Rețeaua ECC în anii 2010-2011 în domeniul comerțului electronic.
- Proiectul comun privind mijloacele de soluționare alternativă a disputelor în domeniul drepturilor pasagerilor aerieni. Proiectul a fost coordonat de ECC Franța și a urmărit să analizeze situația mijloacelor de soluționare alternativă a disputelor existente în domeniul drepturilor

pasagerilor aeriени: câte state au asemenea organizații, câte cazuri s-au primit etc.

- Proiectul comun stațiunile de schi în 2012/2013. Proiectul a fost condus de ECC Austria și a urmărit realizarea unei analize comparative a condițiilor oferite de diferite stațiuni turistice unde se poate practica schiul în statele UE.

- Activitatea comună – drepturile pasagerilor în aeroport. Proiectul a avut drept scop să ofere consumatorilor informații asupra drepturilor lor ca pasageri în transportul aerian. La această activitate au participat și reprezentanți ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

- **Seminarii și conferințe**

ECC România a organizat 2 ateliere de lucru cu studenții ai Universității Nicolae Titulescu din București, în scopul creșterii vizibilității centrului în cadrul rețelei ECC-Net, precum și a pentru a conștientiza tinerii consumatori asupra drepturilor lor în calitate de cetățeni europeni.

- **Consultări CE și cooperarea cu rețeaua ECC și celelalte rețele**

A. Consultări CE

1. Februarie 2012 - ECC NET 2012 No. 7 – Datele de contact ale organizațiilor gazdă pentru Raportul anual al Rețelei ECC 2012

2. Mai 2012 – ECC NET 2012 No. 11 – Chestionarul privind indicarea prețurilor

3. Mai 2012 – ECC NET 2012 No. 20 – Promovarea consultării publice "Cetățenii UE: drepturile tale, viitorul tău

4. Iulie 2012 – ECC NET 2012 No. 38 – Sondaj privind turismul

5. August 2012 – ECC NET 2012 No. 42 – Proiectele comune în 2013

6. Decembrie 2012 – DGSANCO – Comentarii privind raportul Dialogului privind Instrumentele de comparare

B. Solicități ECC-Net

1. Februarie 2012 – ECC Cipru – Chestionar privind asociațiile de consumatori

2. Martie 2012 – ECC Olanda – Chestionar pentru proiectul comun privind comerțul electronic

3. Martie 2012 – ECC Malta – Solicitare de informare asupra strategiilor/inițiativelor de educare a consumatorilor

4. Iunie 2012 – ECC Franța – Întrebare privind raportul comun ADR pentru drepturile pasagerilor aeriени

5. Iunie 2012 – ECC Finlanda – Întrebare privind legislația în domeniul garanțiilor

6. Iunie 2012 – ECC Belgia – Solicitare privind regulile de circulație

7. Iunie 2012 – ECC Estonia – Solicitare privind băuturile energizante
8. August 2012 – ECC Austria – Raport comun privind stațiunile de schi 2012/2013
9. Noiembrie 2012 – ECC Lituania – Solicitare privind jocurile de noroc și loterie
10. Decembrie 2012 – ECC Italia – Întrebare privind fondul de garantare a călătoriilor

- **Inițiative în domeniul ADR**

ECC Romania a avut contacte cu instituții financiare și companii din domeniul comerțului electronic privind dezvoltarea de sisteme alternative de soluționare a disputelor. Cu sprijinul Asociației Române a Băncilor – ARB am avut o întâlnire cu reprezentanți ai unei asociații a mediatorilor bancare – FINBAN. ECC Romania a avut două întâlniri cu reprezentanții organizațiilor care sprijina marca de încredere – www.trusted.ro, pentru a analiza posibilitățile de realizare a unui mecanism ADR pentru sectorul achizițiilor online care ar veni în completarea mărcii de încredere.

IV. Priorități 2010-2012

- **Acțiuni colective**

Cu piața unică și metode noi de comunicare, consumatorii europeni beneficiază de mai multe bunuri și servicii din partea profesioniștilor din întreaga Uniune Europeană. Dar când lucrurile nu merg bine, problemele întâmpinate de consumatori atunci când încearcă să obțină despăgubiri sunt un obstacol real pentru rolul pe care ar trebui să-l joace, în calitate de motor al economiei europene. Produsele sau serviciile achiziționate se pot dovedi a fi defectuoase, periculoase sau societățile comerciale pot aplica condiții contractuale ilegale.

Cheltuielile aferente declanșării unei proceduri judiciare sunt adesea mai mari decât nivelul de compensare pe care consumatorii l-ar putea primi. Confrunțați cu această situație, consumatorii cedează și nu solicită despăgubiri, chiar și atunci când același comportament ilegal al unui comerciant dăunează unui număr ridicat dintre ei.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... asigura că toți consumatorii din UE pot fi compensați integral atunci când au suferit din cauza practicilor ilegale.

- **Contracte încheiate de către consumatori**

Contractele încheiate de către consumatori atunci când cumpără un bun sau un serviciu, pot crea probleme pentru aceștia: informații importante despre produs nu sunt prevăzute, bunuri comandate de pe un site web nu ajung la timp sau nu ajung deloc, un produs se dovedește a fi

defectuos după cumpărare, clauze abuzive sunt folosite în contracte, etc.

Astfel de probleme pot fi destul de dificile de soluționate chiar și în cazul în care contractul este încheiat între un consumator și un operator economic din aceeași țară, dar este mult mai complicat în cazul în care contractele sunt încheiate la nivel transfrontalier.

Consumatorii europeni nu au încă suficientă încredere să se implice mai mult în tranzacțiile transfrontaliere. Achizițiile on-line pot duce la probleme specifice legate de conformitatea produsului / serviciului cumpărat și non-livrare, precum și la probleme de confidențialitate.

În prezent, un număr de acte diferite de legislație europeană reglementează cele mai importante aspecte ale contractelor încheiate cu consumatorii. Aceste norme, așa-numitul "acquis în domeniul protecției consumatorilor", datează din 1980 - 90 și nu au fost adaptate la utilizarea tehnologiilor digitale, de vânzare cu noi tehnici de marketing și la evoluțiile sociale și de mediu. Comisia Europeană a lansat, prin urmare, o inițiativă pe termen lung de revizuire a acestei legislații.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... asigura un nivel ridicat de protecție a consumatorilor atunci când cumpără produse și servicii off-line și on-line pe întreg teritoriul UE

... îmbunătăți drepturile existente ale consumatorilor în ceea ce privește contractele încheiate

... simplifica și de a face normele existente mai coerente

... moderniza normele existente, în special pentru a ține seama de noile tehnologii și modele de consum durabile

• Drepturi digitale

Drepturile digitale (viața privată și protecția datelor, piețele digitale, precum telecomunicațiile, drepturile de proprietate intelectuală on-line).

Tehnologiile informației și comunicațiilor au schimbat în mod semnificativ obiceiurile de consum și constituie o parte tot mai mare a cheltuielilor făcute de către consumatori. Aceste noi tehnologii oferă consumatorului un instrument de acces la informație și posibilitatea de a participa în viața de zi cu zi și într-o societate democratică.

Noile tehnologii digitale au creat, de asemenea, noi metode de promovare, cumpărare și primire de bunuri sau servicii. Cu toate acestea, în același timp, pot da naștere la încălcări ale drepturilor fundamentale privind protecția consumatorilor, inclusiv a drepturilor fundamentale ale omului. Prin urmare, trebuie să ne asigurăm că drepturile existente ale consumatorilor sunt într-adevăr aplicate în mediul digital și o analiză suplimentară ar trebui să țină seama de necesitatea de a consolida și de a acorda consumatorilor noi drepturi în mediul digital.



Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... oferi consumatorilor un mediu sigur digital, inclusiv un control efectiv asupra datelor lor cu caracter personal și protecția vieții private

... a face piețele digitale să lucreze în beneficiul consumatorilor și de a aborda decalajul digital dintre statele membre

... asigura un echilibru echitabil între consumatori și drepturile lor digitale și drepturile de proprietate intelectuală ale deținătorilor.

• **Produse alimentare**

Ca parte a unei strategii generale de combatere a obezității și a altor boli legate de dietă, consumatorii au nevoie de informații clare și complete privind produsele alimentare pentru a-i ajuta să facă alegeri sănătoase cu ușurință. Proliferarea actuală a diferitelor sisteme simplificate de etichetare este cauza unei confuzii inutile; lipsa de informații nutriționale complete asupra multor produse alimentare, duce la dificultatea în a compara sau a alege opțiunea cea mai potrivită.

Marketingul intensiv al alimentelor nesănătoase pentru copii contribuie la epidemia de obezitate în rândul copiilor din Europa și subminează eforturile părinților de a asigura copiilor un regim alimentar sănătos.

Din păcate, scandaluri legate de produse alimentare și contaminate care pot avea efecte adverse asupra sănătății consumatorilor continuă să apară în UE. Noile tehnologii care sunt utilizate în produsele alimentare (de exemplu, nanotehnologiile), precum și toate acele produse vândute pentru scăderea colesterolului, care au rolul de a consolida apărarea organismului, pot aduce beneficii, dar pot prezenta, de asemenea, riscuri. În acest context, siguranța produselor alimentare va fi întotdeauna o preocupare esențială pentru consumatori.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... facilita alegeri informate și sănătoase de către consumatori, inclusiv de către grupurile vulnerabile

... preveni informațiile care induc în eroare și asigurarea că informațiile pot fi de încredere

... proteja copiii față de promovarea produselor alimentare nesănătoase

... asigura că produsele alimentare vândute consumatorilor sunt sigure

• **Sănătate**

Sănătate (produse farmaceutice, siguranța pacientului, asistența medicală transfrontalieră și e-sănătate)

Confrunțați cu o cantitate mare de informații din surse diferite, consumatorii consideră că este dificil să identifice surse de încredere de informații non-promoționale despre sănătate, medicamente și tratamente.



Există încă o lipsă de claritate și certitudine juridică cu privire la drepturile consumatorilor în domeniul asistenței medicale în țara de origine și peste hotare. Datorită problemelor care afectează concurența și cercetarea în sectorul farmaceutic, există un declin în domeniul inovării.

În plus, în prezent, consumatorii europeni se confruntă cu problema medicamentelor contrafăcute, în special achiziționate pe Internet.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... asigura o utilizare rațională a medicamentelor și de a permite consumatorilor să facă alegeri informate

... garanta că, consumatorii beneficiază de medicamente mai sigure și inovatoare

... asigura că, consumatorii au acces la asistență medicală de înaltă calitate în toate statele membre ale UE, și că sunt conștienți de drepturile lor și dispun de instrumentele necesare pentru a le aplica.

• Siguranță

Siguranța (siguranță a produselor, substanțelor chimice, nanotehnologiilor, eticheta ecologică)

Majoritatea consumatorilor nu sunt conștienți de riscurile prezentate de substanțele periculoase conținute în produsele de zi cu zi, cum ar fi săpunuri, pasta de dinți și șamponul.

Aceste substanțe pot provoca alergii, probleme hormonale și pot afecta mediul. Printre aceste substanțe chimice sunt nanomaterialele, care sunt din ce în ce mai utilizate în produsele de larg consum, cu toate riscurile pe care le pot prezenta pentru sănătatea umană și pentru mediu, acestea nefiind niciodată evaluate.

Produse nesigure marcate CE continuă să se găsească pe piața Europeană. Numărul mare de notificări RAPEX arată că legislația generală și sectorul legislației specifice referitoare la siguranță ar trebui să fie revizuită în scopul de a acoperi în mod adecvat toate riscurile care pot fi reprezentate de produse. Supravegherea pieței și activitățile de control, nu sunt încă suficiente pentru a asigura cel mai înalt nivel de siguranță posibil, iar nivelurile de aplicare nu sunt încă aceleași pe întreg teritoriul UE. Responsabilitățile producătorilor trebuie să fie consolidate și clarificate. În ceea ce privește produsele din țările terțe care sunt vândute în UE, este nevoie de mai multă transparență și mai mult dialog între UE și aceste țări pentru a asigura siguranța produselor importate.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... îmbunătăți siguranța generală a produselor vândute pe piața din România, precum și siguranța produselor de consum specifice, cum ar fi jucării, produse cosmetice și produse pentru copii

... crește gradul de conștientizare a factorilor de decizie cu privire la riscurile prezentate de către substanțele chimice asupra sănătății și a mediului

... reduce la minimum expunerea consumatorilor și a mediului la produse chimice periculoase, în special, din produsele de consum

... se evalua în mod adecvat și urgent riscurile potențiale reprezentate de nanotehnologii

• Servicii financiare

Servicii Financiare (supravegherea financiară și reglementarea serviciilor financiare cu amănuntul, servicii de plată, credit ipotecar, incluziunea financiară, educație financiară)

Pentru o lungă perioadă de timp, consumatorii din UE se confruntă cu dificultăți atunci când utilizează serviciile financiare, dificultăți care s-au intensificat odată cu criza financiară. Criza a arătat că autoritățile de supraveghere financiară nu au fost capabile să detecteze în mod corect riscurile produselor tot mai complexe și să impună măsurile necesare pentru a evita această criză. Prin urmare, este esențial a restabili încrederea consumatorilor, precum și a proteja toți consumatorii europeni la nivel național și transfrontalier.

O altă preocupare în acest context este disponibilitatea și accesibilitatea serviciilor financiare și necesitatea de a aborda excluderea financiară. O piață internă a serviciilor financiare nu există încă: este aproape imposibil să se deschidă un cont curent sau un cont de economii simplu într-un alt stat membru, dacă un consumator nu este rezident acolo. Chiar dacă există diferențe majore între dobânzile din statele membre, de care consumatorii ar putea beneficia, este aproape imposibil să se obțină credite în alt stat membru. În cele din urmă, alegerea consumatorilor în domeniul serviciilor financiare este afectată atât de o lipsă clară de consultanță independentă privind serviciile financiare complexe, cât și de faptul că nu există informații pre-contractuale comparabile.



Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... consolida reglementarea și supravegherea pieței interne a serviciilor financiare cu amănuntul, în scopul consolidării încrederii consumatorilor în această piață

... diminua excluderea financiară a consumatorilor peste tot în UE

... ne asigura că există servicii de bază de plată eficiente, corecte, accesibile și cu un nivel ridicat de securitate

... oferi consumatorilor posibilitatea de a avea o tranzacție echitabilă în domeniul creditelor ipotecare

• **Sustenabilitate energetică**

Sustenabilitatea Energetică - durabilitatea produselor de consum (de exemplu, proiectarea ecologică, etichetarea de mediu), accesul și accesibilitatea la energie și posibilitatea de alegere a consumatorilor.



Sustenabilitatea energetică și durabilitatea devin din ce în ce mai relevante pentru viața consumatorilor de zi cu zi. Consumatorii sunt dispuși și încurajați să economisească energie și să protejeze mediul înconjurător. În acest scop, ei încearcă să reducă consumul de energie și să cumpere produse tot mai eficiente, precum și să găsească cel mai bun furnizor de energie, toate acestea adaptate la bugetul lor și preferințele acestora. Din păcate, consumatorii nu au încă instrumente eficiente care să le permită acest lucru.

Accesul la energie la prețuri accesibile este acum o grijă reală pentru consumatori, în special pentru grupurile vulnerabile, cum ar fi consumatorii cu un venit mic. În ciuda deschiderii piețelor, concurența rămâne limitată, iar alegerea consumatorilor este restricționată. Din ce în ce mai mult, consumatorii sunt dispuși să cumpere produse durabile, în special produse eficiente energetic, sau să treacă la furnizorii de energie sustenabilă, în scopul de a minimiza impactul acestora asupra mediului. De prea multe ori însă, informații confuze și varietatea sistemelor de autoreglementare ale industriei fac greu acest lucru. Ceea ce îl face chiar mai complicat este că nu există suficiente produse durabile în magazine UE și că acestea sunt greu de identificat.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

... ne asigura că energia este accesibilă și disponibilă pentru toți consumatorii,

... ne asigura de existența posibilității consumatorilor de a alege între furnizorii de energie și produse variate

... îmbunătăți durabilitatea produselor, prin reducerea impactului acestora asupra mediului

... oferi consumatorilor posibilitatea de a face alegeri informate și durabile între furnizorii de energie și produse

• **Dezvoltarea mijloacelor alternative de soluționare a disputelor**

APC Romania își propune să contribuie la creșterea gradului de conștientizare a consumatorilor și a operatorilor economici asupra posibilității utilizării sistemelor alternative de soluționare a disputelor (Alternative Dispute Resolution – ADR), precum și

la dezvoltarea mijloacelor alternative de soluționare a disputelor în domeniul protecției consumatorilor.

Importanța mecanismelor ADR este reprezentată de :

- accesul la mijloace eficiente prin care consumatorii își pot soluționa litigiile și pot obține despăgubiri, atunci când drepturile lor sunt încălcate de către comercianți,
- promovarea încrederii consumatorilor în piață,
- îmbunătățirea performanței pe piață,
- dezvoltarea Pieței Unice.

Așadar, **mijloacele alternative de soluționare a disputelor au drept rezultat nu numai obținerea unor soluții ieftine, simple și rapide la litigiile în care sunt implicați consumatorii, ci și degrevarea sistemului judiciar de procese minore.** Mai mult decât atât, aceste mijloace alternative de soluționare a disputelor contribuie la menținerea reputației comerciale și la creșterea încrederii consumatorilor în astfel de sisteme.

In acest sens, **proiectul vine în întâmpinarea unor inițiative viitoare de înființare a unor mecanisme/rețele ADR publice/private cu sferă generală și specifică de aplicabilitate.**

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a....

... crește gradul de conștientizare a consumatorilor și a operatorilor economici asupra posibilității utilizării sistemelor alternative de soluționare a disputelor (Alternative Dispute Resolution – ADR), ...dezvolta sisteme de soluționare a disputelor în domeniul protecției consumatorilor, ca parte componentă a protecției sociale

...crea noi organisme de soluționare a disputelor și de a le adapta pe cele existente la nevoile consumatorilor și la principiile enunțate în Recomandările Comisiei Europene nr. 98/257 și 2001/310 și în Directiva privind medierea

...crea o baza de date cu organisme de soluționare a disputelor care să poată fi notificate Comisiei Europene și care să poată soluționa disputele apărute între principalii actori implicați în procesul de achiziție, respectiv consumatori și operatori economici. De asemenea, se dorește transformarea bazei de date într-o platformă ODR (Online Dispute Resolution)

...îmbunătăți cadrul legislativ existent cu referire la posibilitatea introducerii obligativității

apelării la sisteme alternative de soluționare a disputelor (mediere, conciliere, arbitraj, ombudsman).

În vederea atingerii acestor obiective APC România își propune să aplice pentru obținerea unei finanțări nerambursabile din fondurile Programului de Cooperare Norvegiano-Român, în cadrul **Schemei de grant pentru ONG-uri, Fondul Tematic pentru Participarea Societății Civile.**

Acestea sunt proiectele APC România:



www.totuldespredae.ro



www.trusted.ro



www.eccromania.ro



www.bugetulfamiliei.ro



Asociația pentru
Protecția Consumatorilor din România

Intrarea Licurici nr.2, Bl.2, Ap.2,
sector 3, București, 030894

Tel: 021.311 02 43
Fax: 021-315 71 49
E-mail: office@apc-romania.ro
Web: www.apc-romania.ro