

# **ASOCIAȚIA PENTRU PROTECȚIA CONSUMATORILOR DIN ROMÂNIA**

## **RAPORT ANUAL 2008**



## Cine este APC România?

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.

La nivel național Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România a fost recunoscută prin HG nr. 1106/2005 ca fiind de utilitate publică.

Prin recunoașterea Asociației pentru Protecția Consumatorilor din România ca fiind de utilitate publică, decisă de Guvernul României în ședința din 22 septembrie 2005, se consolidează rolul asociației în calitate de partener de dialog constant și puternic din partea societății civile.

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 Protectia Consumatorilor”, „Comisia pentru Securitatea Produselor” și „Comisia pentru Clauze Abuzive”, cât și internațională, fiind membră a Organizației Mondiale a Consumatorilor „Consumers International”, cu sediul la Londra, a Organizației Europene a Consumatorilor (B.E.U.C.), Bruxelles, Belgia, a Dialogului TransOceanic al Consumatorilor – TACD.

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;
- ✓ formare profesională a adulților în domeniul protecției consumatorilor;
- ✓ conștientizarea prin acțiuni proprii a agenților economici asupra drepturilor și intereselor consumatorilor.

În cei 18 ani de activitate, **APC – România**, prin activitățile desfășurate, **a adus o contribuție semnificativă la apărarea și promovarea drepturilor consumatorilor**, la îmbunătățirea nivelului de informare și educare a consumatorilor, precum și la consolidarea mișcării consumatoriste din România.

## Cuprins

Mesajul Președintelui APC România, Conf. Univ. Dr. Costel STANCIU

Dezvoltarea organizațională

Activitatea APC România în domeniile de referință

Consultanța

Reprezentarea

Informarea, educarea consumatorilor

Teste comparative realizate de către APC România

Seminarii organizate de către APC România

Prezentare a proiectelor și campaniilor desfășurate de către APC România

Bugetul de venituri și cheltuieli

**Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România**

N. Bălcescu 32-34, Etaj 4, Ap. 16, Sector 1

București, România

010 055

[www.apc-romania.ro](http://www.apc-romania.ro)

[office@apc-romania.ro](mailto:office@apc-romania.ro)

## Mesajul Președintelui APC România

Consumatorul, ca purtător al cererii, joacă un rol important în mecanismul pieței, constituind elementul de referință al acțiunilor întreprinderne în procesele de producție și desfacere a mărfurilor.

În România, protecția consumatorilor a apărut ca răspuns la situația în care se găsește consumatorul, în fața unei abundențe de bunuri și servicii, pe o piață în continuă expansiune, care îi oferă, pe lângă avantaje, și multiple dificultăți.

Odată cu dezvoltarea științei, a tehnicii și tehnologiei, a comerțului și a piețelor de desfacere, consumatorul a început să fie pus în fața unor produse și servicii din ce în ce mai complexe. Prin intermediul mijloacelor de comunicare și informare, a publicității comerciale, consumatorii iau contact cu o piață în care agenții economici dețin controlul absolut. Beneficiind de o mare putere economică aceștia, își impun produsele pe piață, determinându-i pe consumatori să le achiziționeze, fie că ele corespund sau nu necesitătilor lui.

Accesul la educație în domeniul serviciilor financiare – cu predilecție în domeniul creditului de consum – este critic în asigurarea protecției consumatorilor în contextul acestei piețe schimbătoare și greu de anticipat și în facilitarea transferului de responsabilitate de la un actor economic la altul, în special în cadrul consumului de credit, unde sunt implicați mai mulți actori în actul de consum. Consultanța imparțială nu numai că protejează consumatorii, dar poate face ca acele segmente de piață ineficiente să lucreze în interesul

consumatorilor. Consumatorii trebuie să aibă acces la produse și servicii care sunt conforme nevoilor lor și să aibă acces la consultanță specializată, bazată pe nevoile specifice, care să îi ghidizeze în „jungla” serviciilor financiare.

În acest moment, APC România apreciază că nu există o capacitate suficientă a sistemului financiar de a asigura accesul consumatorilor la consultanță generică pentru toți consumatorii, în special pentru cei din clase sociale de mijloc sau cei cu venituri scăzute. Actorii de pe piață din România nu pot sau nu doresc să asigure un astfel de acces tuturor categoriilor sociale, sau cel puțin nu în termeni rezonabili.

APC România apreciază că acest educația în domeniul serviciilor financiare oferit consumatorilor va juca un rol important în asigurarea unei protecții a intereselor economice a consumatorilor, ajutând la atingerea obiectivului, de a crește puterea economică a consumatorilor. Experiența APC România demonstrează că acei consumatori care primesc consultanță iau decizii și acționează în autoprotejarea drepturilor lor.

Consumatorii preferă interacțiunea cu persoanele specializate din cadrul societății civile, resimțind nevoie de a primi asistență din partea unui intermedier de încredere, care acționează doar în interesul protejării drepturilor lor, și cu scopul de a-i da sfaturi care să îl ajute să aleagă calea cea mai sigură pentru el și familia lui.

Conf. Univ. Dr. Costel STANCIU  
Președinte APC România



ORGANIZATIA

## Dezvoltarea organizațională

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 lor în cadrul societăți românești.

Pentru anul 2008 APC-România și-a stabilit ca principale direcții de interes următoarele activități: reprezentarea intereselor la nivelul adoptării deciziilor de interes pentru consumatori, 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.

În perioada 1 Ianuarie – 31 Decembrie 2008, Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România a continuat implementarea strategiei sale pentru perioada respectiva, prin integrarea activității în dezvoltarea organizațională și mișcarea consumatoristă română.

APC Romania, a avut urmatoarea echipă pentru anul 2008: 10 angajați permanenți; 12 experți în domenii cum ar fi: alimente, produse de folosință îndelungată, servicii financiare, condominiu și servicii de utilitate publică, comerț electronic, îngrijiri medicale și relații publice.

Începând cu anul 2008, APC România găzduiește Centrul European al Consumatorilor din România.

Activitățile principale ale ECC România sunt: informarea consumatorilor asupra oportunităților oferite de piața internă; oferirea de consultanță consumatorilor care au probleme și sprijinirea în rezolvarea litigiilor transfrontaliere; oferirea consultanței asupra procedurilor extrajudiciare de rezolvarea a litigiilor existente în Europa; oferirea către consumatori a accesului la informații; cooperarea cu celelalte rețele europene precum FIN-NET (rețeaua finanțieră), SOLVIT și rețeaua judiciară europeană în cauze civile și comerciale; oferirea informațiilor asupra legislației europene și naționale, precum și asupra jurisprudenței.

The background of the image is a blurred night scene of a city. The lights from vehicles and street lamps create long, horizontal streaks of various colors like white, yellow, green, and blue. The overall effect is a sense of motion and energy.

ACTIVITATEA

## Activitatea APC România în domeniile de referință

### Consultanța oferită consumatorilor

Centrul de Consultanță și Informare a Consumatorilor din cadrul APC România acorda consultanță permanentă consumatorilor, de luni pana vineri între orele 09.00 și 17.00.

Consultanța este asigurată de către patru consultanți, pregătiți a oferi informații în legătură cu problemele generale ale legislației privind drepturile și interesele consumatorilor.

În cursul anului 2008 au fost acordate 4570 de consultanțe în următoarele domenii: alimente, produse nealimentare de uz curent, condominiu, comerț electronic, îngrijiri medicale, publicitate înșelătoare, 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 îndoieinică a unor alimente.

Produse de folosință îndelungată: problemelor anterioare legate de întârzierea măsurilor de remediere sau refuzul de a lua o astfel de măsură, li s-au adăugat cele provocate de intrarea în vigoare a noii legi privind garanțiile, care este nu este bine cunoscută la nivelul operatorilor economici.

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 încăltăminte – cusături

slabe, dezlipirea tălpilor, rezistența scăzută a materialelor – precum și refuzul vânzătorilor de a înlocui 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 reziliat contractul, deficiențe în livrarea produselor, precum și calitatea acestora.

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

Publicitate înșelătoare: 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.

Serviciile oferite de CCICB sunt puse la dispoziția consumatorilor prin intermediul telefonului, e-mail, posta sau la sediul APC Romania.

Menționam ca în anul 2008 a crescut considerabil numărul consumatorilor care au solicitat informații sau consiliere prin intermediul poștei electronice.

În perioada relatată, au fost trimise 628 de cereri oficiale de către APC România către autorități sau agenți economici în vederea soluționării sesizărilor primite.

În această perioadă, au fost primite 15720 de cereri de informare de la consumatori, în urma accesului lor la studiile realizate de APC România și Infoteka.

## Reprezentarea consumatorilor

În 2008 APC-România a continuat să implementeze **serviciu de asistență juridică** care să ofere consumatorilor nu numai consultanță juridică specializată în domeniul protecției consumatorilor ci și asistare/reprezentare în instanță.

De asemenea, în perioada de implementare a acestui serviciu a fost acordată și **consultanță juridică colectivă** prin intermediul rubricilor permanente din cotidienele cu care APC-România a încheiat colaborări.

În cadrul acestor rubrici juriștii au răspuns consumatorilor care au solicitat consultanță juridică specializată în domeniul protecției consumatorilor.

Pentru a veni în sprijinul consumatorilor care apelează la serviciile oferite de APC-România a fost creată o nouă **adresă de e-mail** pentru consumatorii care solicită consultanță juridică specializată în domeniul protecției consumatorilor, respectiv [juridic@apc-romania.ro](mailto:juridic@apc-romania.ro)

În ceea ce privește reprezentarea consumatorilor în anul 2008 APC-România și-a canalizat atenția asupra reprezentării și asistării consumatorilor în instanță.

APC-România reprezintă consumatorii în următoarele comitete, consilii și organisme naționale: Comitetul de Certificare a Organismului de Certificare Sistem HACCP București, Consiliul de Certificare al Organismului de Certificare Produse din ASRO, Consiliului Consultativ pentru Protecția Consumatorilor din cadrul Prefecturii Municipiului București, Comisia pentru Securitatea Produselor din cadrul ANPC, Comisia pentru Clauze Abuzive din cadrul ANPC, Consiliului Consultativ al ANRGN, Comitetul Interministerial pentru Supravegherea Pieței

Produselor și Serviciilor și Protecția Consumatorilor, Consiliul de Supraveghere al Organismului de Certificare Sisteme de Management al Registrului Auto Român (RAR-OCS), AEROQ, organism acreditat pentru certificarea sistemelor de management în domeniul calității, mediului și conformității produselor și notificat de Comisia Europeană pentru Directiva 89/106/EEC – produse pentru construcții, Consiliul Consultativ al Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații și Tehnologia Informației, Comitetul de Certificare al Organismului de Certificare Produse Larex Cert.

În același scop al reprezentării consumatorilor, APC-România a participat la întâlniri, seminarii, conferințe internaționale.

APC România a continuat reprezentarea consumatorilor români în cadrul Consumers International, Organizația Europeană a Consumatorilor – BEUC și Dialogul Transatlantic al Consumatorilor – TACD.

La nivel **nățional** au fost transmise puncte de vedere privind următoarele propuneri de acte normative:

- Proiectele privind legea locuinței și legea Închirierii, la Ministerul Dezvoltării, Lucrărilor Publice și Locuinței,
- Proiect de hotărâre pentru adoptarea Regulamentului de Înființare și funcționare a centrelor de consultanță și informare a consumatorilor, la Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor,
- Proiect de act normativ privind reglementarea serviciilor imobiliare, la Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor,
- Proiect de act normativ privind modificarea și completarea legislației referitoare la serviciile financiare, la Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor,
- Proiect de hotărâre pentru modificarea legislației referitoare la regimul metalelor și pietrelor prețioase.

La nivel **european** APC-România a întreprins următoarele acțiuni:

- Transmiterea unui răspuns la chestionarul Comisiei Europene cu privire la evaluarea impactului revizuirii aquis-ului comunitar în domeniul protecției consumatorilor,
- Transmiterea unui răspuns la studiul comandat de Comisia Europeană privind comercializarea transfrontalieră a serviciilor financiare,
- Transmiterea unui răspuns la chestionarul Comisiei Europene



adresat organizațiilor membre ale European Consumer Consultative Group privind acțiunile colective.

## Informarea și educarea consumatorilor

Campania de promovare a APC Romania pentru anul 2008 se numește **APC Romania te ajuta să înțelegi ceea ce cumperi!** și este realizată în scopul promovării și protejării drepturilor consumatorilor în cursul anului 2008. Își propune să implementeze serviciul de acordare de consultanță în domeniu, cu scopul de a conștientiza consumatorul că este mult mai bine să previi decât să vindeci, să fii informat decât să cazi pradă defectelor unor produse și servicii.

Promovarea în 2008 s-a bazat pe informații consistente, bine argumentate, variate și accesibil scrise, precum și pe importanța domeniului. Odată identificate domeniile prioritare s-au stabilit următorii pași pentru anul 2008:

- personalizarea informațiilor trimise către diferitele publicații
- identificarea știrilor în funcție de anotimp, tendințe și schimbări economice, de nevoile și cerințele consumatorilor
- transmiterea comunicate de presă în funcție de prognoza proprie a evenimentelor în plan economic, politic sau social
- realizarea articolelor în baza rapoartelor și studiilor de piață sau comparative.

Total apariții: 659.

Numărul de apariții este doar cel monitorizat de către APC România, în anul 2008 organizația ne mai având un contract încheiat cu o companie de monitorizare a mass media, fiind astfel în imposibilitate de a mai monitoriza întreaga presă din România.

## Pagina de web a APC România

[www.apc-romania.ro](http://www.apc-romania.ro) a avut un număr de 31752 de vizitatori în perioada Ianuarie – Decembrie 2008.

Ca o nouă activitate a APC România – publicarea articolelor cu testele comparative – trebuie să profităm de această nouă posibilă sursă de finanțare și promovare a imaginii APC Romania. Ca o posibilă sursă de finanțare, rezultatele testelor comparative sunt vândute consumatorilor români prin două moduri:

1. Individual membrilor noștri și
2. Altor consumatori prin intermediul paginii noastre de internet.

Ne-am angajat deja în schimbarea motorului paginii noastre de internet și în implementarea sistemului de plată online pentru a putea vinde rezultatele testelor comparative.

Acest sistem de plată online permite plăți prin Visa, Visa Electron, MasterCard și Maestro (inclusiv pe cele inscrise în sistemul 3DSecure). Acest sistem permite tranzacții într-un mediu sigur cu certificat SSL, 128 bit cryptology și face parte din motorul site-ului.

## Teste comparative

In anul 2008, următoarele teste au fost realizate și publicate pe site-ul [www.apc-romania.ro](http://www.apc-romania.ro)

- ✓ Test comparativ pe Mașini de Spălat (publicat pe site în luna martie, 2008)
- ✓ Test comparativ pe Camere Foto Digitale (publicat pe site în luna aprilie, 2008)
- ✓ Test comparative pe Loțiuni de Protecție Solară (publicat pe site în luna iunie, 2008)
- ✓ Test comparativ pe Aspiratoare (publicat pe site în luna august, 2008)
- ✓ Test comparativ pe Telefoane Mobile (publicat pe site în luna septembrie, 2008)
- ✓ Test comparativ pe Televizoare cu Ecran Plat (publicat pe site în luna noiembrie, 2008)
- ✓ Test comparative pe Portable Audio (publicat pe site în luna decembrie, 2008)

Test comparativ pe mașini de spălat. Următoarele mașini de spălat rufe au fost testate: Electrolux EWF16981W, Electrolux EWN 14991 W, Gorenje WA 50120, Arctic BE1200A+, Indesit WIXE 127, Gorenje WA62125, Ardo FL 105, Indesit Moon SIXEL 146,

Candy GO4 1264D, Indesit SIXEL 129

The screenshot shows the main navigation bar with links to HOME, APC ROMANIA, INFORMATII, ORGANIZATII, SERVICII, TESTE COMPARATIVE, SESIZARI, and CONTACT. Below the navigation is a banner for 'Prezentare APC Romania' featuring a photo of three people. The main content area includes sections for 'Informatii' (with a list of organization roles), 'Membru premium' (with a list of benefits), 'Articole' (with a news item about Meglena Kuneva, Comisar European Protectia Consumatorilor), and 'Comunicate de presa' (with a news item about the 'bugetul familiei').

Test comparativ pe camere foto. Următoarele modele au fost testate: Canon Digital Ixus 80 IS, Canon PowerShot A470, Canon PowerShot A590 IS, Sony alpha 200 + 18-70mm DT, Casio Exilim EX-Z1080, Panasonic Lumix DMC-FS3, Pentax Optio A40, Panasonic Lumix DMC-LS80, Panasonic Lumix DMC-LZ8, Olympus FE-340, Casio Exilim EX-S10, Olympus μ 850, Nikon Coolpix S210, Samsung L110, Olympus FE-310, BenQ DC T800, Sony Cyber-shot DSC-S730

Test comparativ pe loțiuni de protecție solară. Produse din următoarele mărci au fost testate: ASDA, NIVEA, GARNIER, LUMENE, PIZ BUIN, AVON BRONZE, AVENE, LANCASTER, MALIBU. În total au fost testate 17 produse, și a fost testat SPF-ul, protecția împotriva razelor ultraviolete de tip A și B, rezistența la apă, calitatea hidratantă a loțiunilor, calitatea cosmetică și etichetarea.

Test comparativ pe aspiratoare. Modele ale următoarelor mărci au fost testate: BOSCH, ELECTROLUX, PHILIPS, DYSON, SAMSUNG, LG.



16 GB, Sony Ericsson Z770i, LG KC550, Sony Ericsson C902, Sony Ericsson C900, Samsung SGH-G810 Navi, Samsung SGH-F250, Sony Ericsson

Test comparativ pe telefoane mobile. În prezentul test au fost testate 15 modele de telefoane mobile din următoarele mărci: Nokia, Apple, Samsung, Sony Ericsson, LG și Motorola. Modelele testate au fost următoarele: Nokia N78, Samsung SGH-F480 Touchwiz, Apple iPhone 3G

Z555i, Motorola Moto Z10, Nokia 1650, Nokia 1208, LG KP235 și Sony Ericsson K220i

Test comparativ pe televizoare cu ecran plat. Au fost testate modele cu ecran de tip LCD și ecran de tip PLASMA. Modelele testate au diagonala cuprinsă între 32 respectiv 42 inchi și



apartin următoarelor mărci: SONY, PANASONIC, LOEWE, PHILIPS, LG, TOSHIBA și SAMSUNG. Au fost testate 18 modele, dintre care 6 modele cu diagonala de 32 inchi(81cm), 8 modele cu diagonala de 37 inchi(93cm) și 4 modele cu diagonala de 42 inchi(106cm).



Test comparative pe portable audio. Următoarele modele au fost testate: Philips SA5285BT, Sony NWZ-S738F, Sony NWZ-S638F, Apple iPod nano (gen 4), Apple iPod Classic, Creative Zen X-Fi, Samsung YP-P2, Creative Zen Mosaic, Philips SA2840, Archos 5, Samsung YP-S3, Philips SA3245, Microsoft Zune 120GB, Microsoft Zune 16GB, Trekstor i.Beat move L, Trekstor i.Beat motion, Iriver Mplayer, Teac MP-150.

## Seminarii organizate de către APC România

În cursul anului 2008 Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România (APC-România) a continuat seria workshop-urilor, organizate în colaborare cu Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) și destinate operatorilor economici, scopul acestora fiind acela de a transmite cât mai multe informații în domenii specifice protecției consumatorilor, de a oferi interpretări coerente ale legislației în domeniu, astfel încât consumatorul să beneficieze de produse și servicii pe măsura așteptărilor lui.

Necesitatea organizării unor astfel de întâlniri cu operatorii economici a apărut ca urmare a nevoii de a asigura o interpretare corectă și omogenă a Legii nr. 449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, lege care transpune în dreptul român Directiva 1999/44/EC și care a intrat în vigoare la data de 1 ianuarie 2007.

Având în vedere această schimbare a legislației în domeniul garanțiilor și complexitatea problemelor ridicate de Legea nr. 449/2003 APC-România a demarat seria întâlnirilor cu operatorii economici încă din luna februarie a anului 2007.

Dat fiind faptul că și în cursul anului 2008 operatorii economici s-au arătat interesati de acest subiect, APC-România a organizat la data de 30 ianuarie 2008 un workshop cu aceeași temă a garanțiilor produselor.

Întâlnirea a reunit un număr de 22 de reprezentanți ai operatorilor economici (producători și vânzători de automobile, mobilier, produse IT, electrocasnice, chiar și produse alimentare).

Din partea asociației au participat d-na Elena Moise, Avocat și dl. Mihai Titichi, Șef Serviciul Juridic, iar din partea ANPC dl. Mihail Meiu, Director în cadrul Direcției de Integrare Europeană, Strategii Parteneriat, Relații Externe.

Au fost puse în discuție următoarele teme:

- Garanția legală de conformitate: natura juridică, domeniul de aplicare, certificat de garanție, răspunderea vânzătorului, sarcina probei și prezumția lipsei de conformitate, termenul de garanție;
- Garanția comercială: natura juridică, conținut și garanția pentru vicii ascunse;
- Prezentarea proiectului de act normativ privind normele metodologice de aplicare a Legii nr.449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora.

Pe lângă aceste subiecte o foarte mare atenție a fost acordată problemelor practice care au apărut ca urmare a aplicării Legii nr.449/2003, precum și problemelor pe care le reclamă consumatorii.

Având în vedere succesul de care s-au bucurat workshop-urile legate de vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, APC-România a abordat și tema practicilor comerciale incorecte, organizând astfel la data de 27 iunie 2008 o întâlnire cu operatorii economici, care a avut drept scop familiarizarea acestora cu dispozițiile Legii nr. 363/2007 privind reglementarea unor practici comerciale incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și de armonizare a legislației privind protecția consumatorilor cu legislația europenă.

Workshop-ul a reunit un număr de 29 de participanți, reprezentanți ai operatorilor economici din diverse domenii de interes, printre care: automobile, electrocasnice, produse alimentare, precum și reprezentanții marilor hipermarket-uri din București.

Au fost abordate următoarele subiecte:

- necesitatea abordării unu act normativ care să reglementeze practicile comerciale incorecte și modul de transpunere a Directivei 2005/29/EC;

- domeniul de aplicare a Legii nr. 363/2007;
- consumatorul mediul și consumatorul vulnerabil;
- practici comerciale incorecte – noțiune și exemple;
- practici comerciale îngesătoare – noțiune și exemple;
- practici comerciale agresive- noțiune și exemple;
- implicațiile noilor reglementări asupra contractelor;
- publicitatea și practicile comerciale;
- competență, sesizare și controlul practicilor comerciale incorecte.

## Prezentare a proiectelor și campaniilor desfășurate de către APC România

În cursul anului 2008 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 piată) pe domenii prioritare; realizarea de dosare tematice pe domenii prioritare pentru consumatori în cadrul sistemului informațional - INFOTEKA APC; acțiuni de educare a consumatorilor; organizarea seminarilor pe teme specifice protecției consumatorilor.

### 2. Întărirea capacitații organizațiilor de consumatori în noile state membre, proiect finanțat de către Uniunea Europeană.

În anul 2008 următoarele teste au fost realizate și publicate pe site-ul [www.apc-România.ro](http://www.apc-România.ro): Test comparativ pe Masini de Spalat, Test comparativ pe Camere Foto Digitale , Test comparative pe Lotiuni de Protectie, Test comparativ pe, Test

comparativ pe Telefoane Mobile, Test comparativ pe Televizoare cu Ecran Plat, Test comparative pe Audio Portabile.

**3. Realizarea unei rețele pentru dezvoltarea unor metode didactice cu privire la educația ecologică în școli**, finanțat de Uniunea Europeană prin programul Erasmus și coordonat de Universitatea Hedmark din Norvegia, acesta având ca parteneri organizații neguvernamentale și universități din Uniunea Europeană și țările candidate. Obiectivul principal al acestui proiect I-a constituit promovarea și dezvoltarea unor metode didactice în unitățile de învățământ în direcția susținerii unui consum durabil.

**4. E-Consumer Network**, proiect finanțat de Uniunea Europeană prin programele SOCRATES, a urmărit crearea unei rețele de unități de învățământ din întreaga Europa, care să conlucreze la crearea unui curiculum școlar axat pe tratarea problemelor din domeniul protecției consumatorilor.

**5. Empower Consumer Association in Europe**, proiect finanțat de către Comisia Europeană, coordonat de către Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor. Rezultatul acestui proiect a fost realizarea unui studiu și a unui set de recomandări care să ducă la o implicare mai puternică a organizațiilor de consumatori la nivelul lării deciziilor la nivel European și național.

### 6. Campania Internet Sigur.

Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România a creat site-ul [www.internetsigur.ro](http://www.internetsigur.ro), un instrument de lucru dedicat atât celor mici, cât și părinților și educatorilor preoccupați de





securitatea tinerilor în lumea virtuală. Prin proiectul Internet sigur, APC România speră să ajute utilizatorii să conștientizeze nu numai beneficiile, ci și risurile acestui mediu, influențând o atitudine mai responsabilă față de Internet. Din studiul realizat în aprilie 2008 de companie și UNESCO în rindul a cîteva mii de elevi din întreaga țară a reiesit că majoritatea covârșitoare a copiilor navighează pe Internet nesupravegheați. 45% dintre copiii intervievați au recunoscut că au transmis date personale despre ei pe Internet. În același timp, într-un studiu online și adresat părinților, numai 8% dintre aceștia au declarat că puștii lor au postat date personale pe site-uri web.

## 7. Campania Bugetul Familiei.

Astăzi, accesul la educație în domeniul serviciilor financiare este critic atât din perspectiva asigurării protecției consumatorilor în contextul unei piețe în continuă schimbare și greu de anticipat, cat și din punctul de vedere al facilitării transferului de responsabilitate de la un actor economic la altul. În lipsa educației financiare participarea totală și informată a indivizilor în economie este deosebit de problematică, rezolvarea acestei situații



devenind o prioritate la nivelul Uniunii Europene.

Informația imparțială și corectă nu numai că protejează consumatorii, dar poate face ca acele segmente de piață ineficiente să lucreze în interesul consumatorilor. Consumatorii trebuie să aibă acces la produse și servicii care sunt conforme nevoilor lor și să aibă acces la educație specializată, bazată pe nevoile specifice, care să ii ghidzeze în „jungla” serviciilor financiare.

Fără acest acces, riscul ca acești consumatori de servicii financiare să intre în impas financiar este mare, existând posibilitatea apariției cazurilor de supra-îndatorare, a intrării în imposibilitatea de a achita ratele, acestea având conotații negative asupra situației economico-sociale a acestei categorii.

Consumatorii nu sunt un grup omogen. Din punctul de vedere al produselor financiare și al tipului de educație în domeniul financiar consumatorii au nevoi diferite, acestea modificându-se odată cu evoluția piețelor.

Pentru a veni în întâmpinarea acestor nevoi de educație financiară, a fost lansată Campania „Bugetul Familiei”, care are ca obiectiv conștientizarea necesității introducerii educației financiare în viața consumatorilor romani, pentru a le da acestora posibilitatea de a avea cunoștințele de baza în momentul în care iau decizii importante cu efecte pe termen mediu și lung asupra lor și a familiilor acestora.

Îmbunătățirea nivelului de cunoștințe financiare este o provocare socială care necesită

contribuția diferenților actori de pe piață – autorități publice, sectorul privat, reprezentanții consumatorilor și mediul academic – mai ales când este vorba de reducerea deficitului de cunoștințe privitoare la paleta de servicii și produse financiare.

Obiectivele specifice ale campaniei sunt:

- Creșterea nivelului de conștientizare al consumatorilor prin furnizarea de informații de baza
- Acordarea de sprijin consumatorilor în a găsi și obține informații pertinente și independente
- Dezvoltarea abilităților consumatorilor și creșterea încrederii acestora față de oportunitățile și risurile financiare
- Asigurarea unei mai bune înțelegeri a caracteristicilor principale ale produselor și serviciilor
- Mărirea orizontului alegerilor consumatorilor și asigurarea ca alegerile făcute de către aceștia sunt în perfectă concordanță cu așteptările și nevoile consumatorilor

Activitățile generale planificate în campanie sunt:

- Realizarea instrumentului online de educație financiară - [www.bugetulfamiliei.ro](http://www.bugetulfamiliei.ro)
- Realizarea ghidului "Bugetul Familiei" și a diseminării acestuia către consumatori
- Organizarea programului Train for Trainers "Bugetul Familiei"
- Implementarea programului de educație a adulților "Bugetul Familiei" în parteneriat cu Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Munca
- Organizare road show pentru diseminarea informațiilor și a instrumentelor campaniei

Primul instrument al acestei campanii îl constituie site-ul web [www.bugetulfamiliei.ro](http://www.bugetulfamiliei.ro), instrument online dedicat exclusiv educației financiare a consumatorilor. Acest prim instrument face parte dintr-un program mai amplu de educație financiară derulat de APC România în colaborare cu fundația Junior Achievement România, Centrul European al

Consumatorilor. Campania desfășurându-se sub patronajul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor. Site-ul [www.bugetulfamiliei.ro](http://www.bugetulfamiliei.ro) își propune să aducă mai aproape de consumatori noțiunile de bază ale lumii financiare moderne și să le ofere acestora instrumente practice de calcul al bugetului personal, familial precum și modalitățile în care pot evita situații de supraîndatorare.

## **8. Centrul European al Consumatorilor România (ECC-România).**

La 1 ianuarie 2008, ECC România s-a alăturat rețelei ECC-Net, pentru a-i sprijini pe cetățenii UE în domeniul achizițiilor transfrontaliere. ECC România este

cofinanțat de către

Comisia Europeană și de Guvernul României prin Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.

ECC România funcționează în cadrul Asociației pentru Protecția Consumatorilor din România (APC România).

ECC România informează consumatorii asupra oportunităților oferite de Piata Internă, comunicându-le acestora care sunt regulile europene și naționale. Oferă consultanță și sprijin oricărui consumator care are o problema.

In acest scop, ECC România lucrează cu celelalte centre din ECC-Net.

Când este nevoie, ECC România oferă acces la servicii de traducere.

ECC România sprijină consumatorii care au probleme, să ajungă la o înțelegere cu operatorii economici pe cale mijloacelor de



solutionare alternativa a disputelor (ADR). Mijloacele ADR sunt mecanisme de solutionare a litigiilor în afara instantelor judecătorești conduse de o terță parte neutra, precum mediatorul, conciliatorul sau arbitrul. ECC România cooperează cu celelalte rețele constituite la nivelul UE care oferă informații esențiale asupra Uniunii Europene, legizațiilor naționale și a practicii judiciare – European Judicial Network (Reteaua Europeană Judiciară) urmărind implementarea legislației civile și comerciale, SOLVIT se ocupă de problemele care apar ca urmare a aplicării greșite a regulilor privind Piața Internă, iar FIN-NET reprezintă o rețea extrajudiciară pentru serviciile financiare. Oferind informații directe privind subiectele de interes pentru consumatori, ECC România furnizează Comisiei Europene o reacție privind politica de protecție a consumatorilor.

# BUGETUL ORGANIZATIEI



**ECC România ajută și  
informează  
consumatorii Europeni**



**[www.eccromania.ro](http://www.eccromania.ro)**

## Bugetul de venituri și cheltuieli

Activitatea APC România este în mare parte susținută financiar de proiectele implementate de către aceasta, proiecte ce au finanțare națională(Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor) sau internațională(GTZ, VZBV, Uniunea Europeană, Consumers International etc), de către cotizațiile membrilor sau prin serviciile de consultanță oferite de către experții noștri.

Indicatorii din situațiile financiare anuale depuse pentru anul: 2008

I. Indicatorii din bilanț (în lei):

- A. Active imobilizate 0
- B. Active circulante 349280
- C. Cheltuieli în avans 850
- D. Datorii ce trebuie platite într-o perioadă de pana la un an 143848
- E. Active circulante nete, respectiv datorii curente nete 206282
- F. Total active minus datorii curente 206282
- G. Datorii ce trebuie platite într-o perioadă mai mare de un an 0
- H. Provizioane 0
- I. Venituri în avans 0
- J. Capitaluri proprii 206282

Total capitaluri 206282

II. Indicatorii din contul rezultatului exercitiului (în lei):

- A. Venituri totale 1221676
- B. Cheltuieli totale 1271195



