



2009

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, decizia de Guvernul României înedină 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 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”, cât și internațional, 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 și a International Consumer Research and Testing (ICRT).

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 19 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	-	-
Dezvoltarea organizațională	-	-
Activitatea APC România în domeniile de referință	-	-
Consultanță acordată consumatorilor	-	-
Reprezentarea consumatorilor	-	-
Informarea și educarea consumatorilor	-	-
Teste comparative realizate de către APC România	-	-
Seminarii organizate de către APC România	-	-
Prezentarea proiectelor și campaniilor desfășurate de către APC România	-	-
Bugetul de venituri și cheltuieli	-	-
Principale direcții de interes ale APC România pentru perioada 2010 - 2012	-	-

Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România

N. Bălcescu 32-34, Etaj 4, Ap. 16, Sector 1
București, România
010 055

www.apc-romania.ro
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 întreprinse în procesele de producție și desfacere a mărfurilor.

În România, protecția consumatorilor a apărut ca răspuns la situația în care se găsea consumatorul, în fața unei abundențe de bunuri și servicii, pe o piață în continuă expansiune, care îi oferă, pe lângă avantajele, 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 actuală, îi impun produsele pe piață, determinându-i pe consumatori să le achiziționeze, fie că le corespund sau nu necesităților 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 ghideze 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 piața 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 această educație în domeniul serviciilor financiare oferită 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 nevoia de a primi asistență din partea unui intermediar 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



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 societății românești.

Pentru anul 2009 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 2009, Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România a continuat implementarea strategiei sale pentru perioada respectivă, prin integrarea activității în dezvoltarea organizațională și mișcarea consumatoristă română.

APC Romania, a avut următoarea echipă pentru anul 2009: 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 rezolvare a litigiilor existente în Europa; oferirea către consumatori a accesului la informații; cooperarea cu celelalte rețele europene precum FIN-NET (rețeaua financiară), SOLVIT și rețeaua judiciară europeană în cauze civile și comerciale; oferirea informațiilor asupra legislației europene și naționale, precum și asupra jurisprudenței.

În prezent APC România este membră a următoarelor rețele și organizații:

- ✎ Consumers International
- ✎ Organizația Europeană a Consumatorilor (BEUC)
- ✎ Consumers Citizenship Network
- ✎ E-Consumers Network
- ✎ International Network of Civil Society Organizations in Competition (INCSOC)
- ✎ CEE Network – Network of NGOs from Central and Eastern European region operating in the joint fields of consumer and environmental protection
- ✎ ADR Directory – Reteaua organizațiilor care furnizează servicii de mediere prejudecatoareașca
- ✎ TACD(Dialogul TransOceanic al Consumatorilor)



Activitatea APC România în domeniile de referință Consultanță oferită consumatorilor

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

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

În cursul anului 2009 au fost acordate 6354 de consultanțe în următoarele domenii: alimente, produse nealimentare de uz curent, condominiu, comerț electronic, îngrijiri medicale, publicitate în general, 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: 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 încălțăminte – cusături slabe,

dezlipirea tălpilor, rezistență 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 fix, transporturi, furnizare internet și televiziune prin cablu): consumatorii reclamă în principal nerespectarea condițiilor contractuale în privința calității serviciilor prestate – deseori întreruperi în furnizarea serviciului, slabă 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 în general: 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 România.

În perioada relatată, au fost trimise 732 de cereri oficiale de către APC România către autorități sau agenți economici în vederea soluționării sesizărilor primite.

În această perioadă, au fost primite 16350 de cereri de informare de la consumatori, în urma accesului lor la studiile realizate de APC România și Infoteka.

Reprezentarea consumatorilor

În 2009 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 juridice 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

În ceea ce privește reprezentarea consumatorilor în anul 2009 APC-România și-a canalizat atenția asupra reprezentării și asistării consumatorilor în instanță.

APC-România reprezintă consumatorii în următoarele comitete, comisii 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, Consiliului Consultativ al ANRGN, 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 național au fost transmise puncte de vedere privind următoarele propuneri de acte normative: Proiect de HG pentru organizarea și funcționarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor și Promovarea Bunelor Practici Comerciale – ANPC; Punct de vedere privind legalitatea Hotărârii de Consiliu Local 273/2006 – Consiliul Local al Municipiului Caransebeș; Punct de vedere privind legalitatea Hotărârii de Consiliu Local 249/2008 – Consiliul Local al Municipiului Reșița; Punct de vedere comun APC România – BEUC împotriva propunerii Comisiei Europene de prelungire a termenului de protecție a drepturilor artistice interpretive și companiilor de înregistrări – ORDA; Proiect de Ordin privind unele măsuri de informare a consumatorilor de către operatorii economici care desfășoară activități de schimb valutar – ANPC; Proiect de OUG privind serviciile de plată – ANPC; Proiect de HG privind înființarea Consiliului Național al Consumatorilor ca organism consultativ în

cadru ANPC – ANPC; Proiect de HG pentru modificarea Anexei nr. 1 și Anexei nr. 2 la HG 251/1994 privind stabilirea și completarea componenței, atribuțiilor și modului de organizare și funcționare a Consiliului Consultativ pentru Protecția Consumatorilor – ANPC; Proiect de Ordin pentru aprobarea organizării acțiunii de voluntariat în domeniul protecției consumatorilor – ANPC; Proiect de Ordin pentru aprobarea Normelor de aplicare a Legii 289/2004 privind creditul de consum – ANPC.

La nivel european APC-România a întreprins următoarele acțiuni: Chestionar privind acțiunile colective – Comisia Europeană; Chestionar pentru membrii Consumers International – Consumers International; Scrisoare în favoarea adoptării propunerii privind acordarea de daune pentru încălcarea regulilor europene antitrust – Comisarii Barroso și Orban; Chestionar privind implicațiile socio-economice ale introducerii pe piață și cultivării OMG – Comisia Europeană prin Ministerul Mediului.

Informarea și educarea consumatorilor

Campania de promovare a APC România pentru anul 2009 se numește APC România te ajută să înțelegi ceea ce cumperi! și este realizată în scopul promovării și protejării drepturilor consumatorilor în cursul anului 2009. Și-a propus să implementeze serviciul de acordare de consultanță în domeniu, cu scopul de a conștientiza consumatorul că este mult mai bine să previi decât să vindecă, să fii informat decât să cazi pradă defectelor unor produse și servicii.

Promovarea în 2009 s-a bazat pe informații consistente, bine argumentate, variate și accesibile scrise, precum și pe importanța domeniului. Odată identificate domeniile prioritare s-au stabilit următorii pași pentru anul 2009:

- personalizarea informațiilor trimise către diferitele publicații
- identificarea tendințelor în funcție de anotimp, tendințele și schimbări economice, de nevoile și cerințele consumatorilor
- transmiterea comunicatelor 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: 758.

Numărul de apariții este doar cel monitorizat de către APC România, în anul 2009 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 a avut un număr de 38,491 de vizitatori în perioada Ianuarie – Decembrie 2009.

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

1. Individual membrilor noștri
2. Altora 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 înscrise în sistemul 3D Secure). Acest sistem permite tranzacții într-un mediu sigur cu certificat SSL, 128 bit cryptology și face parte din motorul site-ului.

APC-Romania
Asociația de Utilitate Publică

NEWSLETTER INTRA IN CONT INREGISTREAZA-TE

HOME APC ROMANIA INFORMAȚII ORGANIZAȚIE SERVICII TESTE COMPARATIVE SUGERĂRI CONTACT

Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România a fost înființată în anul 1990, fiind prima organizație neguvernamentală cu preocupări în domeniul protecției consumatorilor. APC-Romania urmărește îmbunătățirea climatului social, economic și de mediu în care trăiește consumatorul, prin impunerea standardelor de calitate în vederea asigurării protecției consumatorului. De asemenea, APC militează pe plan național și internațional, folosind instrumentele oferite de lege, pentru promovarea intereselor consumatorilor în cadrul societății românești. Din anul 2005 APC-Romania este organizație de utilitate publică.

APC-Romania este inițiatoarea Campaniei Bugetul Familiei care are ca obiectiv consolidarea necesității introducerii educației financiare în viața consumatorilor români, pentru a le da acestora posibilitatea de a avea cunoștințele de bază în momentul în care iau decizii importante cu efecte pe termen mediu și lung asupra lor și a familiilor acestora.

bugetulfamiliei.ro

Electronic Goods Live

Find us on Facebook

COMUNICATE DE PRESA

- O mai bună supraveghere a prețelor financiare
- Raportul anual RAPEX 2009 arată eficiența cooperării UE în domeniul produselor periculoase
- Comisia actualizează lista companiilor interzise în spațiul aerian european
- toate comunicatele >>

AM ZĂMBIT LA ...






- Un Campionat

2% pentru tine!
sprijină educația financiară și
protecția consumatorilor!

AM DREPTURI

Teste comparative

În anul 2009, următoarele teste au fost realizate:

-  Test comparativ pe Camere Foto Digitale (Martie 2009)
-  Test comparativ pe Telefoane Mobile (Aprilie 2009)
-  Test comparativ pe Detergenți de Spălat Rufe (Mai 2009)
-  Test comparativ pe Aspiratoare (Iunie 2009)
-  Test comparativ pe Scaune de Masă pentru copii (Iulie 2009)

Test comparativ pe Camere Foto Digitale, următoarele modele au fost testate: Canon Powershot SX10 IS, Canon PowerShot G10, Panasonic Lumix G1 + 14-45mm, Canon EOS 50D + 17-85mm IS USM, Canon PowerShot SX1 IS, Canon Digital IXUS 870 IS, Pentax K-m Kit + 18-55mm DA L, Casio Exilim EX-FH20, Samsung NV9, Pentax Optio M60, Panasonic Lumix DMC-FX37, Casio Exilim EX-Z85, Nikon Coolpix S560, Sony Cyber-shot DSC-T77, Kodak EasyShare M1093 IS, Samsung S1070, Sony Cyber-shot DSC-T500, Nikon Coolpix S60, Sanyo Xacti VPC-S870EX, Olympus FE-20.

Test comparativ pe Telefoane Mobile, următoarele modele au fost testate: NOKIA 7100 Supernova, SAMSUNG M3200, LG KT520, SAMSUNG M3510 Beat, NOKIA 1680 classic, MOTOROLA EM325, MOTOROLA W388, SAMSUNG SGH-B270, EMGETON Noble, BLACKBERRY Bold 9000, HTC Touch Cruise T4242, SONY ERICSSON G705, SONY ERICSSON W595, SONY ERICSSON W705, SAMSUNG S8300 Ultra TOUCH, SAMSUNG SGH-D980, HTC Touch Viva T2223, ALCATEL/MANDARINA DUCK Moon, LG KF310, NOKIA 5130 XpressMusic, SAMSUNG C5212, SAMSUNG SGH-D988, LG KS660.

Test comparativ pe Detergenți de Spălat Rufe, următoarele modele au fost testate: Ariel M-Zim 5, Tide Super Plus, Ariel Pro-Zim 7, Persil Gold Plus, Omo Top Cleaning, Bonux, Persil Gold Plus Lichid, Dero Surf, Rex Oxigen Activ, Dero Surf Lichid și Rex Lichid.

Test comparativ pe Aspiratoare, următoarele modele au fost testate: PHILIPS FC9178, BOSCH BSG72225 formula hygienix ProAnimalhair, ELECTROLUX ZUSG3000, PHILIPS FC9074, ZELMER 1600 Syrius, ETA 1454 Trino, AEG ACE4122, ELECTROLUX Twinclean Z8255, PHILIPS FC 8611, ELECTROLUX ZAC6826, ROWENTA RO 3645, BOSCH BSGL 2 MOVE 2, HOOVER TAV1620, DYSON DC22 Allergy Parquet, GORENJE VCK 1821RE, ARIETE Diablo 2780.

Test comparativ pe Scaune de Masă pentru copii, următoarele modele au fost testate: RÖMER Babysafe Plus, RÖMER Babysafe Plus, BÉBÉ CONFORT Streety.fix + Streety.base, BÉBÉ CONFORT Streety.fix, COSATTO Cabi, CHICCO Proxima, CHICCO Proxima, RÖMER Safefix plus TT, MAXI COSI Tobi, NANIA Cosmo SP Isofix, NANIA Racer SP, NANIA Racer SP, IWH Megamax, IWH Megamax, CYBEX Solution X-Fix, CYBEX Solution, X-Fix, CHICCO Key 2-3.

Seminariile organizate de către APC România

În cursul anului 2009 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 domeniul specific

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 legislației în domeniul protecției consumatorilor, a identificării problemelor în relația consumatori-operatorii economici și a găsitii soluțiilor necesare asigurării unui echilibru între drepturile și interesele consumatorilor, respectiv ale operatorilor economici.

Astfel, la data de 24 martie 2009 APC-România a organizat, la solicitarea expresă a unuia dintre marile hipermarket-uri din București, o sesiune de pregătire a angajaților acestuia, sesiunea reunind un număr de 20 de participanți.

Au fost puse în discuție următoarele teme:

- vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora: tipuri de vânzare, garanție legală de conformitate, garanție comercială, răspunderea vânzătorului, sarcina probei și prezumția lipsei de conformitate, garanția pentru vicii ascunse
- comercializarea produselor/serviciilor de piață: reguli generale de comercializare a produselor/serviciilor, reguli privind etichetarea și ambalarea, obligația indicării prețurilor, reguli privind indicarea cantităților, clauze abuzive;
- practici comerciale incorecte: practici comerciale înțelese și practici comerciale agresive
- comercializarea alimentelor: generalități, etichetarea alimentelor, comercializare carne, pește, ouă, produse de panificație, fructe, legume, lactate,

Pe lângă aceste subiecte o foarte mare atenție a fost acordată problemelor practice, care au apărut ca urmare a aplicării legislației generale și specifice, precum și problemelor pe care le reclamă consumatorii.

La data de 17 septembrie 2009 APC-România a organizat o întâlnire cu operatorii economici din domeniul vânzării autoturismelor și asigurătorilor auto, având în vedere și semnalele primite în ultimul an de la consumatori în legătură cu acest domeniu, respectiv probleme legate de garanțiile asociate ale autoturismelor, de prelucrarea dosarelor de daun (întârzieri mari, despăgubiri mai mici decât valoarea pagubei, etc.), de problemele apărute în relația consumator – asigurător – unitate service (întârzieri la plata despăgubirilor de către asigurător, calitatea reparărilor efectuate, etc.), precum și noua procedură a constatării amiabile.

Întâlnirea a reunit un număr de 15 participanți, reprezentanți ai operatorilor economici din domeniul asigurătorilor auto, ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor și ai Centrului European al Consumatorilor, printre subiectele abordate numărându-se:

- probleme apărute în practică, relația asigurător – unitate service-producător auto, soluții;
- prevenție, propuneri, necesitatea modificării legislației.

La data de 8 octombrie 2009 APC-România a organizat, în cadrul proiectului "Bugetul Familiei", conferința având ca temă "Directiva 2008/48/CE privind creditul de consum". Scopul conferinței a fost acela de a facilita procesul de consultare în vederea transpunerii directivei în legislația din România.

Conferința a reunit un număr de 30 de participanți, printre care reprezentanți ai

institutiilor financiare bancare și nebancale, ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, ai Asociației Societăților Financiare, precum și ai Centrului European al Consumatorilor România.

Printre subiectele abordate se numără:

- informațiile pre-contractuale, contractuale și post contractuale care trebuie să se acorde consumatorilor;
- informații care urmează să fie incluse în reclame;
- drepturile consumatorilor de a achita un credit anticipat, în întregime sau parțial;
- calculul dobânzii anuale efective (DAE);
- obligativitatea creditorului de a oferi consumatorului informații corespunzătoare despre oferta de creditare;
- obligativitatea creditorului de a verifica bonitatea înainte de a oferi sau crește nivelul creditului;
- dreptul consumatorului de a rezilia fără motiv un contract de credit în termen de 14 zile de la semnare.

Participare reprezentanților APC-România la întâlniri, seminarii, conferințe naționale, regionale și internaționale:

- 25 februarie 2009 – conferință cu asociațiile de consumatori, organizată de ANPC în cadrul proiectului „Asistență în întărirea mișcării consumatorilor în România”;
- 24 martie 2009 – dezbateri pe tema eticii în afaceri și responsabilități sociale, organizată de Camera de Comerț și Industrie București și Philip Morris România S.R.L.;
- 7 mai 2009 - Masă rotundă organizată de Asociația pentru Tehnologie și Internet, având ca temă „MicroLicitații Online”;
- 26 iunie 2009 – Masă rotundă organizată de Autoritatea Națională de Reglementare în Domeniul energiei, având ca temă „Promovarea investițiilor în cogenerarea de înaltă eficiență”;

- 16 octombrie 2009 – Seminar „Asistență în întărirea mișcării consumatorilor în România”, organizat de Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor;
- 5 noiembrie 2009 – conferința „Ziua Profesiilor Liberale din România”, organizată de Uniunea Profesiilor Liberale din România;
- 25 noiembrie 2009 –edină a Comisiei socio-economice de examinare și avizare a implantării structurilor de vânzare cu amănuntul cu suprafață mare din cadrul Primăriei Sectorului 1;

Prezentare a proiectelor și programelor desfășurate de către APC România

În cursul anului 2009 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; realizarea de dosare tematice pe domenii prioritare pentru consumatori în cadrul sistemului informațional - INFOTEKA APC; acțiuni de educare a consumatorilor; organizarea seminariilor pe teme specifice protecției consumatorilor.

2. Întărirea capacității organizațiilor de consumatori în noile state membre, proiect finanțat de către Uniunea Europeană. În anul 2009 următoarele teste au fost realizate: Test comparativ pe Mașini de Spălat, Camere Foto Digitale, Lozini de Protecție, Telefoane Mobile, Televizoare cu Ecran Plat, Audio



bugetulfamiliei.ro



Portabile.

3. Proiectul „INFORMAREA ȘI EDUCAREA TINERILOR CONSUMATORI DIN COLI”, se adresează unor grupuri întinse formate din: 120 cadre din instituțiile publice, administrația publică locală, ONG-uri, firme, societăți, asociații; 25 de cadre didactice formabile; 2000 de elevi din cele 74 unități de învățământ pilot; 250 cadre didactice din unitățile pilot formate, care lucrează cu copiii/elevii/părinții și reprezentanții comunității locale.

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

5. E-Consumer Network, proiect finanțat de Uniunea Europeană prin programele SOCRATES, a urmărit crearea unei rețele de unități de învățământ din întreaga Europă, care să conducă la crearea unui curriculum școlar axat pe tratarea problemelor din domeniul protecției consumatorilor.

6. PERL -Partnership for Education and Research about Responsible Living, proiect în care APC România participă alături de un grup de cercetători și educatori, conștienți de nevoia urgentă a indivizilor și a societății de a-și reconsidera în mod semnificativ și reorienta alegerile pe care le fac și modul în care ei trăiesc viața lor, în scopul de a reduce efectele negative ale schimbărilor climatice și a instabilității financiare, pentru a

se asigura o mai bună distribuție a resurselor și să încurajeze dezvoltarea umană durabilă și demnă.

7. Campania Internet Sigur. Asociația pentru Protecția Consumatorilor din 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.

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 cofinanțată 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. ECC România informează consumatorii asupra oportunităților oferite de Piața Internă, comunicându-le acestora care sunt regulile europene internaționale.

9. Campania Bugetul Familiei. 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. Site-ul îi 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.

Programul Bugetul Familiei are ca și obiective generale următoarele:

- Creșterea nivelului de informare 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 conștientizarea acestora asupra oportunităților și riscurilor financiare
- Asigurarea unei mai bune înțelegeri a caracteristicilor principale ale produselor și serviciilor financiare
- Mărirea orizontului alegerilor consumatorilor și asigurarea că alegerile făcute de către aceștia sunt în perfectă concordanță cu așteptările și nevoile lor.

Programul Bugetul Familiei se desfășoară pe trei planuri majore, planul beneficiarilor serviciilor financiare (consumatorii), planul mediului de afaceri (furnizorii de servicii financiare) și planul public (autoritățile centrale și locale și organizațiile neguvernamentale).

Activitățile care au fost întreprinse în perioada Ianuarie – Decembrie 2009 au constat în:

1. Managementul instrumentului online www.bugetulfamiliei.ro
 2. Realizarea de materiale de informare adresate consumatorilor de servicii financiare
- Aceste materiale au fost: "Ghidul tău pentru buget" și "Contractele financiare pe înțelesul tuturor. Nu semna cu ochii închiși!". Aceste materiale conțin informații referitoare la importanța concepției unui buget personal sau al familiei, la venituri și cheltuieli. Totodată, ele prezintă consumatorilor cele mai importante concepte din sfera serviciilor financiare precum și clauzele și comisiunile care trebuie urmărite înainte de semnarea unui contract.
3. Organizarea dezbaterii privind necesitatea unui program de educație financiară în România, la

Bruxelles, Belgia

În cadrul acestei dezbateri, la care au participat reprezentanți ai Asociației pentru Protecția Consumatorilor din România, Centrului European al Consumatorilor din România, jurnaliști români precum și reprezentanți ai DG Sanco, DG Markt, DG Employment și Eurofinas, s-au analizat aspecte precum importanța educației financiare în Europa, politica Europeană în domeniul incluziunii financiare, precum și opinia industriei de credit de consum Europeană (reprezentată de către Eurofinas) față de aceste aspecte.

4. Organizarea Conferinței Creditul de Consum, în Octombrie 2009

Conferința a avut ca scop demararea procesului de consultare referitor la transpunerea în legislația din România a Directivei privind creditul de consum. Acest eveniment a fost organizat datorită faptului că noua directivă răspunde unui dublu obiectiv: garantează un nivel înalt de protecție a consumatorilor și lansează un proces destinat să deschidă o veritabilă piață internă a creditelor pentru consumatori. Concret, ea vizează armonizarea contractelor de credit pentru consumatori în domenii precum publicitatea și informațiile furnizate consumatorilor înainte de semnarea contractelor și în momentul încheierii lor, calculele privind costul total al împrumuturilor, dreptul la anulare și dreptul de achitare anticipată a împrumutului. Participanții la această conferință au fost reprezentanți ai instituțiilor financiare din România, ai Asociației Societăților Financiare din România și ai Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor

5. Organizarea a patru dezbateri pe tema educației financiare
- Dezbaterile au avut loc în Cluj, Timișoara, Târgul Mureș și Iași. În urma acestor dezbateri la care

au participat reprezentanți ai autorităților locale, organizațiilor neguvernamentale care au preocupări în acest domeniu și ai mass media. În urma acestor dezbateri s-au identificat următoarele aspecte conexe educației financiare:

- a. Avantajele pentru consumatori, societate și economie pe care le poate aduce un Program de Educație Financiară generalizat și îndelungat
- b. Principiile de bază pentru furnizarea unor programe de educație financiară de calitate

6. Organizarea dezbaterii „Educația financiară, o necesitate pentru protecția consumatorilor”

Această dezbateră a beneficiat de participarea unui număr ridicat de jurnaliști din domeniul economic și social și a avut ca moderatori pe Mihaela Pânteș, senior editor la Forbes România și Iulian Comănescu, unul dintre cei mai importanți analiști de media din România. Scopul acestei dezbateri, desfășurate în Decembrie la Bran, a fost de a răspunde la următoarele întrebări:

- Cât de afectați au fost românii din punct de vedere financiar în 2009 și ce le va aduce 2010?
- Au consumatorii de servicii financiare abilitățile și cunoștințele necesare să ia decizii informate și să nu se supraîndatoreze?
- Ce impact va avea asupra consumatorilor și industriei Directiva Comisiei Europene privind creditul de consum, care va fi transpus în legislația națională anul viitor?
- Care sunt fenomenele din spatele programelor de responsabilitate socială desfășurate de companii și care este rolul mass-media în aceste programe?

Rezultatele programului în 2009:

1. Primul rezultat al Programului Bugetul Familiei îl constituie realizarea website-ului, instrument online de educație financiară, www.bugetulfamiliei.ro

Într-un limbaj accesibil, cum știm să oferim în premier un ghid celor care doresc să investească și

administreze eficient banii lor și ai familiei lor. Ne dorim ca românii să investească și să structureze un buget excedentărilor sau cel puțin echilibrat, pentru a se bucura de „armonie financiară” în viață.

Prin intermediul site-ului www.bugetulfamiliei.ro, le spunem tinerilor, dar și adulților că este important să păstreze întotdeauna controlul asupra banilor pe care îi câștigă. Sperăm să le dăm indicii despre cum să stabilească un set de obiective clare și importante, în acord cu personalitatea lor și cu ceea ce vor de la viață. De asemenea, le vorbim despre importanța unei evidențe clare a veniturilor și a cheltuielilor, cu alte cuvinte să lucreze după un buget. În acest fel vor vedea care sunt sau ar putea să fie sumele de bani pe care pot să le economisească.

Vorbim despre faptul că o strategie de viață este eficientă numai în condițiile unui atent proces de autoevaluare personală.

Trecem apoi în revistă formele de economisire și de fructificare a banilor. Ce înseamnă un depozit cu dobândă capitalizată, cum calculezi rapid în cât timp se pot dubla banii depuși la bancă, ce presupune investiția pe bursă sau într-un fond mutual și de ce trebuie ca întotdeauna să ai un portofoliu diversificat de acțiuni. Prezentăm necesitatea asigurărilor în societatea modernă și care sunt tipurile de asigurări. De asemenea, insistăm pe faptul că românii trebuie să se gândească încă de astăzi la modul în care își pot asigura o pensie liniștită, folosind cei trei piloni ai sistemului de pensii.

După ce am stabilit care sunt cheltuielile necesare și am văzut care sunt economiile pe care ne putem baza, analizăm rolul creditelor în îndeplinirea obiectivelor personale celor mai importante: achiziționarea unei locuințe, accesul la studii etc. Cum știm să explicăm ce tipuri de credite există și ce presupun acestea.

În sfârșit, pentru că acolo unde sunt bani sunt și taxe și impozite, prezentăm sistemul fiscal actual, precum și sistemul de protecție a consumatorului, menit să asigure un cadru corect pentru administrarea bugetelor populației.

În 2009 peste 400 de întrebări venite din partea celor care au consultat site-ul au primit răspuns din partea experților Asociației pentru Protecția Consumatorilor din România.

Indicatori cantitativi ai nivelului de utilizare a website-ului www.bugetulfamiliei.ro :

1. Vizite website ianuarie – decembrie 2009: 63.257
2. Utilizatori ai calculatoarelor de bugete octombrie 2008 – decembrie 2009: 5800
2. Materialele de informare (“Ghidul tău pentru buget” și “Contractele financiare pe înțelesul tuturor. Nu semna cu ochii închiși!”) au fost distribuite către 15.000 de consumatori
3. La dezbaterile și conferințele organizate în cadrul Programului Bugetul Familiei au participat peste 100 de jurnaliști, 62 de reprezentanți ai autorităților locale și centrale și 21 de reprezentanți ai instituțiilor financiare din România

Parteneri ai programului:

Programul Bugetul Familiei este derulat de către Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România (www.apc-romania.ro), sub înaltul patronaj al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, cu sprijinul Comisiei pentru Supravegherea Sistemului de Pensii Private, în parteneriat cu Junior Achievement România, Centrul European al Consumatorilor România și compania de credite de consum Provident Financial România.

Recunoașterea:

Comisia Europeană a recunoscut faptul că îmbunătățirea cunoștințelor financiare ale consumatorilor este un element crucial în construirea Pieței Financiare Unice. Consumatorii care au dobândit cunoștințe financiare pot să utilizeze mai bine oportunitățile create de integrarea financiară în Uniunea Europeană.

În acest sens, Comisia Europeană a creat Baza de date Europeană pentru Educație Financiară, în care este inclus și Programul de educație financiară Bugetul Familiei.



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 (Uniunea Europeană, alți donori internaționali), de către cotizațiile membrilor sau prin serviciile de consultanță oferite de către experții noștri.

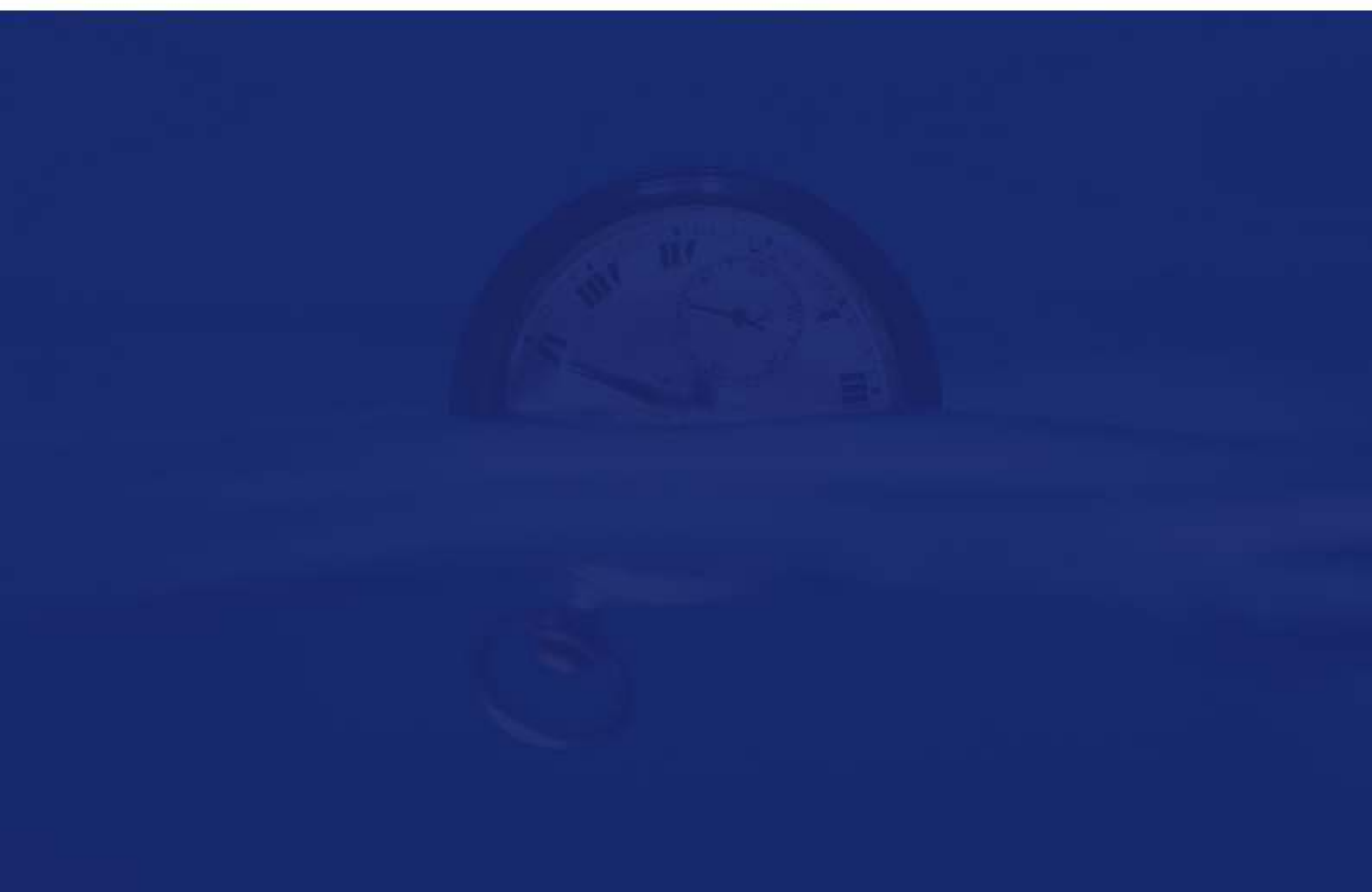
Indicatorii din situațiile financiare anuale depuse pentru anul: 2009

I. Indicatorii din bilanț (în lei):

- A. Active imobilizate 0
- B. Active circulante 261630
- C. Cheltuieli în avans 0
- D. Datorii ce trebuie plătite într-o perioadă de până la un an 268385
- E. Active circulante nete, respectiv datorii curente nete 35119
- F. Total active minus datorii curente 35119
- G. Datorii ce trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an 0
- H. Provizioane 0
- I. Venituri în avans 177985
- J. Capitaluri proprii 35119
- K. Total capitaluri 35119

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

- A. Venituri totale 1120854
- B. Cheltuieli totale 1100223
- C. Excedent 20631



Principalele direcții de interes pentru perioada 2010 - 2012

Pentru 2010-2012 APC România și-a stabilit ca principalele direcții de interes următoarele activități:

Acțiune colectivă

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 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 procedurii 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 un 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.

Pentru a realiza acest lucru...

Accesul la justiție și compensare al consumatorilor va fi îmbunătățit dacă:

- O procedură Europeană de acțiune

colectiv este stabilit pentru cazuri naționale și transfrontaliere, care să permită un număr de consumatori de a aduce un caz împreună în fața instanței pentru a obține o despăgubire pentru prejudiciile cauzate de același operator economic.

Un astfel de instrument ar:

- permite consumatorilor să fie înțelegători despăgubiri pentru daunele pe care le-au suferit;
- permite ameliorarea modului de funcționare al pieței interne și consumatorii vor avea încredere în a face cumpărături mult mai mult în afara granițelor;
- facilitează accesul la justiție;
- duce la reducerea la minimum a cheltuielilor de judecată atât pentru consumatorii, cât și pentru inculpați;
- duce la degrevarea instanțelor;
- să fie avantajoasă pentru întreprinderile care acționează onest.

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 de loc, un produs se dovedește a fi defectuos, după cumpărare, clauze abuzive sunt folosite în contracte, etc.

Astfel de probleme pot fi destul de dificile în rezolvare 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-ul de consum", datează din 1980 - 90 și nu au fost adaptate la utilizarea tehnologiilor digitale, de vânzare cu noi tehnici de marketing și de evoluțiile sociale și de mediu. Comisia Europeană a lansat, prin urmare, o inițiativă pe termen lung de a revizui această legislație.

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

... simplifică 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

Pentru a realiza acest lucru...

Consumatorii vor fi mai încrezători atunci când cumpără produse și servicii în țara lor de origine sau transfrontalier, în cazul în care:

- deficitul substanțial și lacunele din normele existente referitoare la contractele încheiate cu consumatorii sunt identificate și abordate corespunzător
- sunt întreprinse cercetări mai multe și mai bune pentru a afla mai multe despre modelele și comportamentele de consum
- există o nouă legislație privind protecția consumatorilor care să

îmbunătățească nivelul de protecție al consumatorilor în UE și care să încorporeze drepturile de bază referitoare la contractele încheiate de către consumatori, inclusiv cele care sunt negociate și / sau încheiate online.

Din perspectiva noastră, este posibil să acceptăm o legislație de maximă armonizare la nivelul UE, care nu oferă nici o posibilitate statelor membre de a acorda mai multe drepturi de protecție, numai în cazul în care în mod clar aceasta oferă un nivel ridicat de protecție și pentru domeniile intersectoriale și pentru aspectele tehnice, cum ar fi durata perioadei de retragere, condițiile de a exercita acest drept și definiția unui consumator, de exemplu;

Pentru multe alte probleme, cum ar fi garanțiile și clauzele contractuale abuzive, această revizuire legislativă ar trebui să se bazeze pe o abordare de armonizare minimă, care să permită statelor membre să mențină norme mai avantajoase pentru consumatori și de a le adapta rapid la schimbările de pe piață.

Drepturile digitale (via a privat și protecția datelor, piețele digitale, precum telecomunicații, 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 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, ele, de asemenea, dau 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.

Pentru a realiza acest lucru...

Drepturile consumatorilor vor fi respectate și piețele digitale vor fi îmbunătățite dacă:

- normele obligatorii și stricte privind noile practici digitale sunt introduse, și un nivel ridicat de protecție a datelor sunt efectiv puse în aplicare în statele membre
- se asigură faptul că Internetul rămâne deschis și neutru și că toți consumatorii europeni au acces la serviciile de telecomunicații
- piețele digitale garantează o concurență sănătoasă și servicii de o calitate mai bună
- există drepturi clare care sunt invocate pentru consumatori, care să recunoască distincția între piraterie și practicile efectuate de către consumatori privați, la domiciliu, pe o scară mică și fără motivație comercială.

Produse alimentare (informații referitoare la alimente, igiena și siguranța alimentelor, marketing către copii)

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 alegerea opțiunii 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 continue să apară în UE, precum și alimente contaminate care pot avea efecte adverse asupra sănătății consumatorilor. 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 a grupurilor vulnerabile
 ... preveni informațiile care induc în eroare și asigurarea că informațiile pot fi de încredere
 ... proteja copiii față de promovarea

produselor alimentare nesănătoase
... asigură că produsele alimentare vândute
consumatorilor sunt sigure

Pentru a realiza acest lucru...

Alegerea alimentelor sigure a produselor
alimentare va fi îmbunătățită dacă :

- informațiile referitoare la alimente
sunt complete și ușor de înțeles
- afirmațiile potrivit cărora anumite
produse alimentare sunt bune pentru
sănătate sunt permise numai pentru
produsele alimentare cu un profil sănătos de
nutrienți
- măsurile legislative sunt luate pentru a
restricționa publicitatea și promovarea
alimentelor bogate în grăsimi, zahăr sau sare
către copii în toată mass-media (televiziune,
SMS, etc)
- standardele înalte de siguranță
alimentară sunt aplicate și în legislația viitoare
sunt luate în considerare noile tehnologii

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

Confrunțită 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 ...

... asigură o utilizare rațională a
medicamentelor și de a permite
consumatorilor să facă alegeri informate
... garantează, consumatorii beneficiază de
medicamente mai sigure și inovatoare
... asigură 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.

Pentru a realiza acest lucru...

- Consumatorii trebuie să beneficieze de
informații non-promoționale, de înaltă calitate
asupra sănătății, medicamentelor și
tratamentelor existente.
- Sistemul de farmacovigilență UE ar
trebui să fie mai eficient iar siguranța lanțului
de aprovizionare cu medicamente trebuie să
fie stimulat
- Este nevoie de standarde de siguranță
de înaltă calitate ale asistenței medicale în
toată Europa
- Trebuie să existe drepturi clare în
domeniul asistenței medicale fie dacă
consumatorul este tratat la domiciliu sau în
alt țară a UE.

**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, consumatori
din UE se confruntă cu dificultăți atunci când
utilizează serviciile financiare, dificultăți care
s-au intensificat odată cu criza financiară,
lăsând consumatorii cu grave preocupări cu
privire la viitorul lor, la economiile,
împrumuturi și pensiile lor. Criza a arătat că
autoritățile de supraveghere financiară nu au
fost capabile să detecteze în mod corect
riscurile produselor tot mai complexe și de a

impune măsurile necesare pentru a evita această criză. Prin urmare, este esențială 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 încă 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 de a obține 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 și de faptul că nu există informații pre-contractuale comparabile.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

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

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

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

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

Pentru a realiza acest lucru...

O Piață internă a serviciilor financiare cu amănuntul echitabilă, în care consumatorii au încredere, va fi posibilă în cazul în care:

- sunt luate măsuri de reglementare, există autorități de supraveghere independente la nivel național și la nivelul UE în toate domeniile legate de serviciile financiare, care să ia în considerare interesele consumatorilor

- există practici responsabile de creditare care să fie integrate în legislație și sunt luate măsuri cu privire la intermediari, pentru a proteja mai bine consumatorii și pentru a elimina diferențele existente între legislația care reglementează această profesie în diferitele state membre

- sunt luate măsurile de reglementare, care interzic acte de discriminare pe baza de reședință și practicile comerciale neloiale, în toate domeniile serviciilor financiare (de credit, conturi, plăți, etc),

- consumatorii sunt mai bine protejați atunci când în cazul creditului ipotecar, există norme obligatorii în domeniul cheie, cum ar fi informarea consumatorilor, dreptul de retragere și de rambursare anticipat

- dreptul consumatorului de a avea acces la servicii bancare de bază, cu un domeniu de aplicare european este asigurat

- informațiile privind serviciile financiare sunt ușor de înțeles și comparabile și există consultanță privind serviciile financiare, accesibilă și fiabilă

- există o arie europeană unică de plată, care să aducă avantaje concrete pentru consumatori.

Siguranța (siguranța 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 amponul.

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 poate prezenta pentru sănătatea umană și pentru mediu, acestea ne fiind niciodată evaluate. Un mediu sănătos și produse sigure sunt deosebit de importante, mai ales pentru consumatorii cei mai vulnerabili, cum ar fi copiii și femeile gravide.

Produse nesigure marcate CE continua să se găsesc pe piața Europeană. Numărul mare de notificări RAPEX arată că legislația generală și sectorul legislației specifice referitoare la siguranță ar trebui să fie revizuit 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 evaluează în mod adecvat și urgent riscurile potențiale reprezentate de nanotehnologii

Pentru a realiza acest lucru...

Consumatorii vor avea acces la produse sigure și vor fi mai puțin expuși la substanțe chimice periculoase în cazul în care:

- sistemul de notificare RAPEX devine mai transparent și eficient și legiuitorii sunt conștienți de riscurile prezentate de produse de consum specifice (de exemplu, articole de îngrijire a copilului și a produselor care sunt atrăgătoare pentru copii)
- regulile privind siguranța generală a produselor sunt consolidate și bine puse în aplicare iar normele specifice pentru anumite produse sunt dezvoltate sau îmbunătățite
- în cazuri specifice, se realizează teste independente privind siguranța jucăriilor
- nanotehnologiile sunt reglementate în mod adecvat și produsele care conțin nanomateriale sunt etichetate
- produsele sunt mai sigure și conțin substanțe mai puțin periculoase
- eticheta ecologică asigură standarde înalte pentru produse și restricții stricte cu privire la utilizarea de produse chimice periculoase, în conformitate cu principiul precauției.

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 să încurajeze și 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 pentru a găsi 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 face chiar mai complicat este că nu există suficiente produse durabile în magazinele UE și că acestea sunt greu de identificat.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

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

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

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

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

Pentru a realiza acest lucru...

Consumatorii vor beneficia de pe piața de energie liberalizată, și alegerile durabile vor fi

mai ușoare pentru ei dacă :

- competențele și independența autorităților de reglementare din domeniul energiei sunt consolidate, precum și dacă există o puternică și largă obligație de a furniza un serviciu în întreaga Europă
- ofertele de pe piață sunt ușor comparabile și consumatorii pot trece ușor de la un furnizor de energie la altul
- produsele sunt prevăzute cu informații clare, periodice și ușor accesibile despre consumul de energie
- mai multe produse sunt acoperite de legislația europeană privind durabilitatea și toate efectele negative asupra mediului ale produselor sunt abordate.

