

2010

RAPORT DE ACTIVITATE - 2010



SUMAR

RAPORT DE ACTIVITATE APC Romania

Ianuarie – Decembrie 2010

I. Misiunea APC-România și obiectivele atinse

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 perioada 2010-2012 APC-România și-a stabilit ca principale direcții de interes activități în următoarele domenii: acțiuni colective, contractele încheiate de consumatori, drepturi digitale, produse alimentare, sănătate, siguranță, servicii financiare, sustenabilitate energetică.

În cadrul acestor activități se va pune accent pe 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.

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

În vederea cuantificării rezultatelor obținute în anul 2010 au fost stabiliți următorii indici de performanță: nr. consultanțelor acordate consumatorilor, nr. materialelor informative elaborate, nr. organismelor consultative în care consumatorii sunt reprezentați, nr. întâlnirilor comisiilor, comitetelor și organismelor în care consumatorii sunt reprezentați.

În cursul perioadei de raportare au fost acordate **7011 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 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, 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 – deseale 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.

APC-România a elaborat în vederea informării și educării consumatorilor **fișe de informare** cu următoarele teme: legea aplicabilă contractelor transfrontaliere, servicii turistice, indicarea prețurilor, clauzele abuzive, transportul public și taxi.

În această perioadă, au fost primite **peste 19500 de cereri de informare de la consumatori**, în urma accesului lor la studiile realizate de APC România și Infoteka.

În luna iunie a anului 2010 APC România a fost partener al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor în organizarea **Concursului pe teme de protecția consumatorilor „Alege! Este dreptul tău.”**

Concursul organizat de către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor împreună cu Ministerul Educației Cercetării Tineretului și Sportului face parte din strategia de informare și educare a tinerilor consumatori. Anul acesta, tema concursului a fost „Preț plătit – preț corect”. Aflat la a VIII-a ediție, concursul a adunat la Năvodari 81 de elevi care și-au demonstrat cunoștințele din domeniul protecției consumatorilor pe parcursul a trei etape: expoziție de desene, faza individuală (eseu și test grilă) și concurs pe echipe (studiu de caz, interpretare spot publicitar, realizare a unui poster etc.). Președintele Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, domnul Constantin Cerbulescu, a înmănat personal diplomele copiilor premianți. Elevii care s-au familiarizat cu reglementările din domeniul protecției consumatorilor vor deveni consumatori informați, capabili să-și protejeze activ drepturile. Cei mai bine pregătiți elevi au mai fost recompensați cu premii în produse oferite de reprezentanți ai mediului de afaceri din România. Anul acesta, partenerul principal al ANPC în pregătirea concursului a fost Asociația pentru Protecția Consumatorilor din Romania, organizație neguvernamentală cu performanțe notabile în informarea și protejarea consumatorilor. Comisariatele Județene pentru Protecția Consumatorilor s-au implicat în pregătirea fiecărei etape a concursului, participând la întocmirea subiectelor, la supravegherea participanților la concurs și la premiarea elevilor cu rezultate deosebite.

Totodată, APC-România a realizat o serie de **studii și teste comparative**, printre care: Test comparativ pe Televizoare LCD și Plasme, Mașini de Spălat, Telefoane Mobile, Camere Digitale, Loțiuni de Soare, Aspiratoare, Sisteme de Navigație.

La nivel național au fost transmise puncte de vedere privind propuneri de acte normative și luări de poziție:

- Aprilie 2010 – Luare de poziție privind propunerea de închidere a marilor magazine în zilele de duminică – către Comisia pentru Agricultură, Silvicultură și Dezvoltare Rurală din cardul Camerei Deputaților și MADR
- Aprilie 2010 – Proiect de act normative privind condițiile de acordare a ajutoarelor de stat pentru realizarea angajamentelor asumate voluntar în favoarea bunăstării păsărilor – MADR
- Mai 2010 – Scrisoare de susținere a Proiectului de OUG privind contractele de credit pentru consumatori – ANPC
- Mai 2010 - Scrisoare de susținere a Proiectului de OUG privind contractele de credit pentru consumatori – Guvernul României
- Mai 2010 - Scrisoare de susținere a Proiectului de OUG privind contractele de credit pentru consumatori – Departamentul pentru Afaceri Europene
- Mai 2010 – Proiect de Decizie privind stabilirea procedurii de soluționare a litigiilor care intră în competența ANCOM – ANCOM
- Mai 2010 – Informare privind ședința Consiliului Uniunii Europene referitoare la gradul de armonizare al Proiectului de Directivă privind drepturile consumatorilor

La nivel european APC-România a întreprins următoarele acțiuni:

- Martie 2010 – Luare de poziție privind votul asupra amendamentelor aduse Propunerii de Regulament referitoare la informațiile pentru consumatori privind alimentele – Comitetul pentru Mediu, Sănătate Publică și Siguranța Alimentelor din cardul Parlamentului European



- Martie 2010 – Luare de poziție privind modul de organizare al ANRE – DG Sanco și DG Tren - Comisia Europeană

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, 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 ANCOM, 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.

III. Scurtă prezentare a principalelor proiecte și campanii desfășurate de APC-România

În prima parte a anului 2010 APC-România a implementate următoarele proiecte:

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

2. 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 l-a constituit promovarea și dezvoltarea unor metode didactice în unitățile de învățământ în direcția susținerii unui consum durabil.

3. 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 curriculum școlar axat pe tratarea problemelor din domeniul protecției consumatorilor.

4. 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 sa ajute utilizatorii sa conștientizeze nu numai beneficiile, ci si riscurile acestui mediu, influențând o atitudine mai responsabila fata de Internet.

5. Campania Bugetul Familiei. Proiectul a fost lansat în octombrie 2008, fiind primul program non-profit de educație financiară pentru adulții din România. Proiectul este destinat actualilor și

potențialilor consumatori de produse și servicii financiare, celor care vor să aibă un control mai strict asupra propriilor finanțe.

Scopul proiectului este să promoveze conceptul de educație financiară, să ofere informații de bază despre buget și beneficiile unui comportament responsabil pentru consumatorii de servicii financiare și să dezvolte abilitățile consumatorilor și să sporească abilitatea lor de analiză a serviciilor financiare. Campania este desfășurată în parteneriat de Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România, Centrul European al Consumatorilor din România, Comisia de Supraveghere a Sistemului de Pensii Private, Provident Financial România, sub patronajul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor.

Primul instrument al acestei campanii îl constituie site-ul web www.bugetulfamiliei.ro, instrument online dedicat exclusiv educației financiare a consumatorilor, campania desfășurându-se sub patronajul ANPC. Site-ul 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. Conform datelor raportate site-ul a avut până în iunie 2010 peste 100,000 de utilizatori, peste 460 de întrebări din domeniul financiar au primit răspunsuri de la experți, iar peste 18,000 de vizitatori au folosit calculatoarele de buget.

Un alt instrument al campaniei îl reprezintă **Ghidul de Educație Financiară – Să vorbim despre bani!** care va avea 2000 de beneficiari în 2010, făcând parte din categoria consumatorilor defavorizați și 10 organizații neguvernamentale care vor implementa cursurile de educație financiară.

Continuarea **dezbatelor publice** în alte orașe importante din țară, până acum în Galați, Pitești, Craiova, Bacău și Ploiești cu o participare de peste 230 reprezentanți ai autorităților, ONG-uri și jurnaliștilor locali.

6. 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. ECC România informează consumatorii asupra oportunităților oferite de Piața Internă, comunicându-le acestora care sunt regulile europene și naționale și intervine în soluționarea pe cale amiabilă a litigiilor transfrontaliere.

Centrul European al Consumatorilor din România și-a continuat activitatea în anul 2010 având ca și obiective principale:

- 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 prima parte a anului 2010, ECC România a elaborat următoarele **fișe de informare și broșuri în format electronic**: Mijloace de plată în Uniunea Europeană, Siguranța jucăriilor, Vânzarea la distanță a serviciilor financiare, Răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte, Jurisdicția în contractele încheiate de consumatori, Servicii turistice, Turist în Grecia, Hoteluri în România, Procedura privind plângerile de valoare mică, care au fost puse la dispoziția consumatorilor români și străini pe site-ul Centrului – www.eccromania.ro, alături de cele deja existente. Au fost actualizate fișele de informare privind Creditul de consum și Legea aplicabilă contractelor transfrontaliere.

Soluționarea plângerilor transfrontaliere

Activitatea principală a ECC România, cea de soluționare a plângerilor consumatorilor, a început în februarie, după ce personalul centrului a fost instruit de către Comisia Europeană, cu privire la modalitatea de folosire a instrumentelor de IT, și continua fără dificultăți.

Și în anul 2010 reclamațiile îndreptate împotriva operatorilor de transport aerian au rămas pe primul loc în cadrul cazurilor primite de ECC Romania (mai mult de 50% din totalul cazurilor). Principalele probleme reclamate de consumatori au fost: întârzieri mari (lipsa asistenței din partea operatorilor de transport aerian), anularea zborurilor (refuz de a acorda compensații, lipsa asistenței), pierderea bagajelor (compensație minimă, pasageri obligați să dovedească valoarea obiectelor din bagaje), lipsa informațiilor.

Trebuie menționat că, în acest an, consumatorii români au fost afectați de criza vulcanului din Islanda.

Alte probleme reclamate de consumatori în anul 2010 au privit:

- Contractele încheiate la distanță prin mijloace electronice (e-mail, internet) – lipsa livrării, întârzieri în livrare, livrarea unor bunuri cu defecte sau diferite de cele comandate;
- Închirierea mașinilor – creșterea tarifelor, schimbarea condițiilor de închiriere, consumatori acuzați de avariarea autovehiculului, deși la predare nu fuseseră semnalate probleme;
- Garanție produselor – neluarea măsurilor reparatorii, lipsa răspunsului din partea vânzătorilor;
- Cazare (hotel, apartamente) – creșterea prețurilor, lipsa facilităților prezentate la momentul rezervării, refuzul rambursării garanției.

Ca o scurtă observație, în afara cazurilor referitoare la drepturile pasagerilor aerieni, unde problemele au rămas mai mult sau mai puțin aceleași ca în anii trecuți (cu o ușoară creștere a numărului reclamațiilor privind pierderea bagajelor), anul 2010 a adus o creștere a cazurilor legate de comerț electronic (achiziționarea de produse, servicii – rezervare autovehicule și hotel, bilete concertate etc.).

Feedback către Comisia Europeană

ECC România a participat la proiectele comune ale rețelei ECC-Net, în special cele de comparare a prețurilor unor produse și a realizării raportului privind diferențele dintre sistemele de clasificare a hotelurilor în Europa.

ECC Romania a coordonat raportul privind **Compararea criteriilor minime de clasificare a hotelurilor de 3 stele din UE**. La realizarea acestui studiu au participat toate cele 27 de Centre Europene pentru Consumatori plus Norvegia și Islanda. Coordonatorul principal al studiului a fost ECC Romania.

Scopul principal al acestui studiu este acela de a oferi consumatorilor europeni un instrument practic de alegere a unui hotel de 3 stele, în funcție de preferințele lor, oriunde în Uniunea Europeană. Fiecare ECC a primit un chestionar cu criteriile minime de clasificare a unui hotel de 3 stele. Sistemele de clasificare a hotelurilor diferă de la o țară la altă; unele criterii apar în toate sistemele de clasificare iar altele nu. Acest lucru este posibil pentru că, nu există la nivelul Uniunii Europene nicio legislație reglementată în acest sens. Chestionarul conține 22 de criterii pe servicii și facilități comune (recepție servicii, lift, facilități pentru persoanele cu handicap, servicii alimentare) și 19 criterii vizând camerele de hotel și grupurile sanitare. Alături de aceste criterii, ECC-urile au fost întrebat ce fel de sistem de clasificare se utilizează în țările lor.

Rezultatele acestui studiu comparativ sunt prezentate într-un tabel unde consumatorul se poate informa asupra sistemelor de clasificare folosite de fiecare țară pentru a clasifica hotelurile de 3 stele.

La sfârșitul lui 2010, am lansat și **Raportul comparativ privind Schi Resorturile în Europa**. Scopul principal al acestui studiu este acela de a oferi consumatorilor europeni un instrument practic de alegere a unui schi resort, în funcție de preferințele lor, oriunde în Uniunea Europeană.

La realizarea acestui studiu au participat 20 de state membre UE. Beneficiarii acestui studiu sunt cu precădere familiile (cu mai mult de un copil) care pot economisi mulți bani, informându-se în prealabil cu privire la prețurile practicate, oferte speciale și/sau reducerile pentru familii.

Selecția stațiilor de schi care au participat la acest sondaj a fost realizată de către Centrul European din țara respectivă. Fiecare ECC a realizat o selecție a schi resort-urilor din țara sa, pe care le-a și contactat în vederea completării unui chestionar. În această anchetă sunt prezente doar acele stațiuni de schi care au răspuns la chestionar online.

În multe țări europene schiul este unul dintre cele mai practicate sporturi în perioada ierni. Schiul alpin are o lungă tradiție în regiunile alpine din Austria, Elveția, Italia, Slovenia, Germania și Franța. Prin urmare, în aceste țări există un interes foarte mare pentru schi. De-a lungul anilor, schi-ul a devenit popular, de asemenea, și în alte țări europene, chiar dacă condițiile geografice sau climatice nu sunt foarte bune pentru schi.

Rezultatele acestui studiu sunt prezentate într-un tabel din care consumatorul se poate informa cu privire la tipurile de stațiuni de schi din Europa, dimensiunea lor, facilitățile oferite (telecabina, telescaun), prețurile și tarifele practicate, și nu în ultimul rând, datele de contact a aproximativ 400 de schi resort-uri din Europa.

Seminarii și conferințe

ECC România a organizat 4 ateliere de lucru în două licee diferite din București și în cadrul Academiei de Studii Economice, în scopul creșterii vizibilității centrului în cadrul rețelei ECC -Net, precum și a pentru a conștientiza tinerii consumatori asupra drepturilor lor în calitate de cetățeni europeni. Ateliere de lucru, prin prelegerile susținute, au oferit informații despre principiile generale de protecție a consumatorilor în Uniunea Europeană, despre accesul consumatorilor români la produsele și serviciile din interiorul pieței unice, precum și despre rolul și importanța unui consumator activ în cadrul pieței. De asemenea, atelierele de lucru au vizat și prezentarea activităților desfășurate de ECC România în vederea soluționării problemelor transfrontaliere și a respectării drepturilor consumatorilor europeni, principalul domeniu abordat fiind cel al drepturilor pasagerilor, în cursul anului 2010 acesta fiind cel mai reclamat domeniu de către consumatorii români.

IV. Pentru 2010-2012 APC România și-a stabilit ca și principale 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 colectivă este stabilită 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 într-adevăr 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;
- facilita accesul la justiție;
- duce la reducerea la minimum a cheltuielilor de judecată atât pentru consumatorii, cât și pentru inculpați;
- duce la degrevarea instanțelor;
- fi 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
- ... simplifica și de a face normele existente mai coerente
- ... moderniza normele existente, în special pentru a ține seama de noile tehnologii și modele de consum durabile

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 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 (viața privată 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 și într-o societate democratică. Noile tehnologii digitale au creat, de asemenea, noi metode de promovare, cumpărare și primire de bunuri sau servicii. Cu toate acestea, 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:

- norme 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 pirateria 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 ai 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 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 continuă 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
- ... asigura că produsele alimentare vândute consumatorilor sunt sigure

Pentru a realiza acest lucru...

Alegerea alimentelor și siguranța 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 e-sănătate)

Confrunțați cu o cantitate mare de informații din surse diferite, consumatorii consideră că este dificil să identifice surse de încredere de informații non-promoționale despre sănătate, medicamente și tratamente. Există încă o lipsă de claritate și certitudine juridică cu privire la drepturile consumatorilor în domeniul asistenței medicale în țara de origine și peste hotare. Datorită problemelor care afectează concurența și cercetarea în sectorul farmaceutic, există un declin în domeniul inovării. În plus, în prezent, consumatorii europeni se confruntă cu problema medicamentelor contrafăcute, în special achiziționate pe Internet.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

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

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

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

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 stimulată
- 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 altă 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 esențial a restabili încrederea consumatorilor, precum și a proteja toți consumatorii europeni la nivel național și transfrontalier. O altă preocupare în acest context este disponibilitatea și accesibilitatea serviciilor financiare și necesitatea de a aborda excluderea financiară. O piață internă a serviciilor financiare nu există încă: este 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 ca 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 asigura că există servicii de bază de plată eficiente, corecte, accesibile și cu un nivel ridicat de securitate
- ... oferi consumatorilor posibilitatea de a avea o tranzacție echitabilă în domeniul creditelor ipotecare

Pentru a realiza acest lucru...

O Piața 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 domenii-cheie, cum ar fi informarea consumatorilor, dreptul de retragere și de rambursare anticipată
- 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 (siguranță a produselor, substanțelor chimice, nanotehnologiilor, eticheta ecologică)

Majoritatea consumatorilor nu sunt conștienți de riscurile prezentate de substanțele periculoase conținute în produsele de zi cu zi, cum ar fi săpunuri, pasta de dinți și șamponul. Aceste substanțe pot provoca alergii, probleme hormonale și pot afecta mediul. Printre aceste substanțe chimice sunt nanomaterialele, care sunt din ce în ce mai utilizate în produsele de larg consum, cu toate riscurile pe care le 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 găsească pe piața Europeană. Numărul mare de notificări RAPEX arată că legislația generală și sectorul legislației specifice referitoare la siguranță ar trebui să fie revizuită în scopul de a acoperi în mod adecvat toate riscurile care pot fi reprezentate de produse. Supravegherea pieței și activitățile de control, nu sunt încă suficiente pentru a asigura cel mai înalt nivel de siguranță posibil, iar nivelurile de aplicare nu sunt încă aceleași pe întreg teritoriul UE. Responsabilitățile producătorilor trebuie să fie consolidate și clarificate. În ceea ce privește produsele din țările terțe care sunt vândute în UE, este nevoie de mai multă transparență și mai mult dialog între UE și aceste țări pentru a asigura siguranța produselor importate.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

- ... îmbunătăți siguranța generală a produselor vândute pe piața din România, precum și siguranța produselor de consum specifice, cum ar fi jucării, produse cosmetice și produse pentru copii
- ... crește gradul de conștientizare a factorilor de decizie cu privire la riscurile prezentate de către substanțele chimice asupra sănătății și a mediului
- ... reduce la minimum expunerea consumatorilor și a mediului la produse chimice periculoase, în special, din produsele de consum
- ... se evalua în mod adecvat și urgent riscurile potențiale reprezentate de nanotehnologii

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 testare independentă privind siguranța jucăriilor
- nanotehnologiile sunt reglementate în mod adecvat și produsele care conțin nanomaterialelor 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 și încurajați de a economisi energie și de a proteja 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 preferințe 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 deschiderea 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 magazine UE și că acestea sunt greu de identificat.

Care sunt obiectivele noastre?

Scopul nostru este de a ...

- ... ne asigura că energia este accesibilă și disponibilă pentru toți consumatorii,
- ... ne asigura de existența posibilității consumatorilor de a alege între furnizorii de energie și produse variate
- ... îmbunătăți durabilitatea produselor, prin reducerea impactului acestora asupra mediului
- ... oferi consumatorilor posibilitatea de a face alegeri informate și durabile între furnizorii de energie 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 consumatori
- 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.

Participarea la Rețele Europene și Internaționale

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 judecătorească
- TACD(Dialogul TransOceanic al Consumatorilor)