



Водич за европску политику
и добру праксу
у области заштите потрошача

ВОДИЧ ЗА ЕВРОПСКУ ПОЛИТИКУ И ДОБРУ ПРАКСУ У ОБЛАСТИ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА



Делегација Европске уније у Републици Србији
у оквиру пројекта *“Подршка цивилном друштву”*
који финансира ЕУ

Ниш, мај 2012. године

1. ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА У ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ

Почетак савремене заштите потрошача се везује за 60-те године XX века. Њен оснивачки документ представља, заправо, обраћање председника САД-а Џона Ф. Кенедија, упућено Конгресу, у вези са проблемима заштите интереса потрошача. Обраћање је саопштено дана 15.марта, након чега се овај датум проглашава и слави као Светски дан заштите потрошача.

Поред тога, што поједине земље чланице, доносе своје законе о заштити права и интереса потрошача, Европска унија релативно касно придаје посебан значај тој проблематици. Први озбиљан политички докуменат је усвојени Први програм, односно политика заштите и обуке потрошача, након које је уследио други, далеко обухватнији Програм. Као резултат тих активности доноси се велики број одредби, директива и препорука о хармонизацији правних система из различитих области заштите потрошача.

Током 90-их година XX века, заштита потрошача је еволуирала, од захтева који се морају поштовати у различитим сферама делатности ЕУ-е, до самосталне заједничке политике.

За сада не постоји унифицирани систем примене заштите потрошача у целој ЕУ. Државе чланице су дужне да примењују европске одредбе и директиве, али је у примени принцип супсидијарности у успостављању система за имплементацију. До сада се ЕУ позивала на «узајамно признавање и поверење» код сваког националног система. Ширењем на 27 држава-чланица и обзиром на потребе размене информација и прекограничних активности у вези са применом права, већ се разматра уједначавање неких захтева и процедура.

У складу са чланом 153, параграф 3, слово б) из Уговора о ЕУ, Европска комисија даје подршку, допуњује и прати националне политике у области заштите потрошача.

Осим тога, Европска комисија остварује и допунске мере за повећање транспарентности у областима, у којима штета за потрошаче није ограничена само у оквиру једне државе-чланице, нити је везана само за прелазак границе, већ се конкретна пракса тиче интереса потрошача у неколико или у свим државама-чланицама. У овим случајевима, Комисија може бити од користи, водећи се својим европским стандардима, предузимањем иницијативе за разматрање проблема и тражење решења.

Потрошачка права

Са почетком примене модерне заштите потрошача, формирају су и основна потрошачка права, чије поштовање представља главни циљ заштите потрошача. Још у Кенедијевом обраћању, формулисана су прва четири права потрошача и то: право на безбедност, право на информацију, право избора и

право да се чује глас потрошача. Касније током 1985.године са прихватањем Упутства за заштиту потрошача, Организација уједињених нација додаје још четири права: право на задовољење основних потреба, право на накнаду штете, право на образовање и право на здраву животну средину.

На глобалном нивоу, Светска организација потрошача – Потрошачка интернационала – ради на примени свих осам основних потрошачких права. Она даје појашњење основних потрошачких права и то на следећи начин:

- **Право на безбедност** – право да потрошачи буду заштићени од производа, производних процеса и услуга, који су штетни по живот или здравље,
- **Право на информацију** – упознавање са чињеницама које су неопходне како би потрошач направио информисани избор и био заштићен од непоштене или обмањујуће рекламе, која може да га доведе у заблуду,
- **Право избора** – могућност избора између више производа и услуга, по приступачним ценама и уз гарантовано добар квалитет,
- **Право да се чује глас потрошача** – интереси потрошача морају бити заступљени приликом стварања владине политике у области заштите потрошача, као и у поступку производње производа и услуга,
- **Право на задовољење основних потреба** – доступност основних производа и услуга: храна, одећа и обућа, стамбени простор, здравствена заштита, образовање, комуналне услуге, вода и канализација,
- **Право на обештећење** – остваривање права кроз праведан и законом уређен поступак, у случају покретања поступка за заштиту основаних потраживања, као што је надокнада штете приликом преваре, код робе са недостатком или незадовољавајуће услуге,
- **Право на образовање** – потрошач мора имати могућност да добије основна знања и вештине које су неопходне за правилан избор роба и услуга, као и знања о основним правима и обавезама потрошача, као и начину на који могу остварити своја права и
- **Право на здраву животну средину** – право да живе и раде у средини која не представља опасност за живот, здравље и добробит садашње и будућих генерација.

2. ОСНОВНИ ПРАВЦИ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА У ЕУ

2.1. Безбедност производа

Право заштите потрошача од производа, који код уобичајене и редовне употребе, угрожавају здравље и живот потрошача и његове породице, је са социјалне тачке гледишта, најзначајније потрошачко право. Оно је израз заједничког ангажовања сваке државе да штити своје грађане. Међутим,

специфичности Европске уније, дају том праву шире димензије. Да би се обезбедило слободно кретање робе у оквиру заједничког европског тржишта, потребно је да на нивоу Заједнице постоји минимални степен безбедности, који би био обавезујући за све државе-чланице. Тако ће сваки потрошач моћи слободно да купује, без страха о безбедности производа, у свакој земљи-чланици ЕУ.

У Европској унији је уведена заједничка забрана продаје робе која употребом може угрозити живот и здравље људи. За одређене специфичне производе, као што су дечије играчке, прехранбени производи, електрични уређаји, аутомобили, козметика, грађевински материјали, лекови и др., предвиђени су посебни додатни захтеви, чији је циљ да гарантују њихов квалитет и безбедност. Донета је и директива која олакшава потрошачима остваривање захтева за надокнаду штете, причињене услед употребе опасних производа.

Током 1992. године донета је прва Директива 92/59 о општој безбедности производа. После анализе примене њених одредби и са циљем да се повећа ниво заштите потрошача, током 2001.год. ЕУ је донела другу Директиву 2001/95 о општој безбедности. Директива је у значајној мери проширила мере, које морају бити предузете од стране земаља-чланица и на нивоу Заједнице, како би се гарантовала безбедност за живот и здравље људи.

Према европском праву, безбедан је онај производ, који код своје уобичајене или редовне употребе, не ствара ризик од угрожавања здравља или живота потрошача или ствара минималан ризик, који је друштвено прихватљив у односу на намену производа. Ово одређење је веома битно, обзиром да европско право штити разумног и пажљивог потрошача, који одговорно рукује производима и предузима неопходне мере за обезбеђивање личне безбедности.

Како ћемо у пракси препознати да ли је неки производ опасан?

- Ако је нож за месо са недовољно учвршћеном дршком, која клизи под притиском или вам као резултат тога, рука клизи и постоји могућност посекотине, онда са сигурношћу знамо да је тај нож опасан производ;
- Ако изолација електричног уређаја није добра и као последица тога постоји опасност од струјног удара или опасност од пожара, тај производ мора бити повучен са тржишта, а произвођач или лице које га је пустило у продају на територији заједничког тржишта, одговара за сву штету нанету потрошачима;
- Ако су боје текстилних производа токсичне и проузрокују осипе или алергијске реакције, онда су и ти производи опасни и не смеју се нудити потрошачима.

Међутим, као што смо већ истакли, нису сви ризици, у вези коришћења једног производа, ти који га чине опасним. Ако, примера ради, користите нож за одвијање шрафова и због малог поља притиска, оштрица склизне и посече вас, тешко ћете образложити било какав захтев усмерен према произвођачу, обзиром да европско право очекује од потрошача да зна да намена ножа није иста као и намена одвијача.

Европска теорија разликује три врсте недостатака који могу довести до опасности.

То су конструкцијски, производни и инструкцијски пропусти:

- Конструкцијски недостатак је резултат грешке у техничком решењу за израду производа. Као резултат тога, сви производи, произведени коришћењем такве технологије, биће опасни;
- Код производног недостатка грешка је у процесу производње. Ради се о појединим производима или серији;
- Инструкцијски недостатак је повезан са грешком у упутству о употреби, саставу и напоменама о опасности. То је недостатак који се најлакше отклања, али га та чињеница не чини мање ризичним од остала два

Одговорност за понуду искључиво безбедних производа лежи на произвођачима, а када су производи произведени у земљама, које нису чланице ЕУ, одговара лице, које их је ставило у промет на европском тржишту. Поред тога што имају обавезу да нуде производе доброг квалитета, који не угрожавају безбедност потрошача, морају обезбедити и неопходна упутства са напоменама о евентуалним ризицима у вези са њиховом употребом и начинима на које се они могу избећи.

Од суштинског значаја за практично испуњење захтева у погледу безбедности је конституисање контролних органа, са довољним овлашћењима и административним капацитетима, који ће моћи да врше испитивања производа, да забрањују продају оних за које се докаже да су опасни, а у случају потребе да их уништавају, да изричу санкције одговорним лицима и да информишу потрошаче о ризичним производима. Обавезу стварања специјализованих служби имају земље-чланице.

Поред добре нормативне инфраструктуре и створених специјализованих институција за контролу производа који се нуде на тржишту, понуда опасних производа у Европској унији, није изолована појава. Међутим, смисао предузетих мера је у томе да је број доспелих ризичних производа на тржишту много мањи у односу на број у државама које не остварују ефикасну контролу на тржишту. У случају да се небезбедни производи ипак појаве на тржишту Европске уније, обавезно се предузимају мере забране њихове продаје, односно повлачења са тржишта и уништавања.

Политика Европске уније је усмерена ка максималној транспарентности односно информисању потрошача о могућим ризицима на тржишту, при чему се на тај начин даје могућност и самим потрошачима да штите своја права и интересе, правећи економски рационалан и разуман избор. У представништвима специјализованих институција задужених за решавање проблема у области заштите потрошача, као и у удружењима потрошача у земљама чланицама Европске уније, сваки заинтересовани потрошач може добити информацију и материјале у вези са евидентираним опасним производима и начинима смањења ризика приликом куповине.

Створена је и посебна одговорност произвођача, увозника, трговца и понуђача опасних производа, везана за нежељене последице које настану услед употребе опасних производа. Она је садржана у Директиви 85/374 која одређује одговорност због производа са недостатком и захтева од потрошача да докаже следеће чињенице:

- присуство недостатка код коришћеног производа;
- учињену штету и њен обим;
- присуство узрочне везе између недостатка и штете, тј. чињенице да је дошло до проблема приликом употребе производа.

Директива олакшава остваривање захтева потрошача, јер за постојање одговорности не захтева присуство кривице произвођача. На тај начин потрошач није дужан да доказује немарност или грешку при изради производа.

Постоји могућност да произвођач буде ослобођен одговорности уколико докаже:

- да он није пласирао производ на тржиште;
- да недостатак који је проузроковао штету, није постојао у моменту пласирања производа на тржиште;
- да није произвео или пласирао производ са циљем његове реализације на тржишту;
- да је недостатак настао услед поштовања обавезујућих захтева, утврђених од стране званичних органа власти;
- да развој науке и технике, у моменту пласмана производа на тржишту, није омогућавао утврђивање недостатка;
- да је он произвео саставни део, али да је грешка резултат прераде или коначне израде производа од стране другог произвођача, односно датих инструкција од стране истог а у вези са транспортом, чувањем или употребом производа.

Као резултат креирања правне норме која одређује одговорност произвођача, јавља се лична и професионална заинтересованост произвођача за безбедност производа који ће се пласирати на тржишту. У случају евентуалне грешке, они обавезно повлаче производе који се већ налазе у промету на тржишту, а неретко и већ продате, при чему врше бесплатну поправку или повраћај новца потрошачима.

Знаци за безбедност

Европска унија је усвојила свој властити знак којим се даје гаранција о безбедности неких врста производа и информације потрошачима. То је знак **СЕ**.

Знак гарантује да су испуњени сви обавезни сигурносни захтеви који су прописани у европским директивама. Он се ставља на одређене врсте робе које се нуде на тржишту у Европској унији, као што су апарати, машине, играчке, грађевински материјал, бојлери, лична заштитна опрема и друго. Знак носи велику сигурност, али не требало да је прихваћен од стране потрошача као апсолутни гарант безбедности робе која га носи. У пракси су познати многи случајеви у којима се на производу налазила ознака, иако тај производ није био у складу са свим захтевима које она носи. Са друге стране, непостојање овакве ознаке, не чини производ аутоматски опасним.

Знак се не ставља на све производе. Тако се са **СЕ** ознаком не продају прехранбени производи, козметика, текстил и аутомобили.

Знак СЕ



Надлежност ЕУ и националних органа за спровођење закона

Надзор и контролу безбедности производа који се стављају у промет на европском тржишту, врше специјализоване агенције, које се оснивају од стране појединих држава чланица. Другим речима, редовна контрола је задатак националних власти. Европско право поставља основни захтев држава који се састоји у конституисању специјализованих управних органа са довољно ресурса и капацитета, који предузимају неопходне мере да би се спровели захтеви у погледу безбедности. Ове мере обухватају:

- спровођење контроле са случајно одабраним узорцима;
 - постављање захтева за добијање информација од произвођача и увозника;
 - упозорење потрошачима о потенцијалним ризицима у вези са производом;
-

- забрана продаје и свих других видова пласирања производа за које је установљено да су опасни, организовање њиховог повлачења са тржишта, као и њихово уништење.

Ова овлашћења државни органи имају у погледу свих роба које се дистрибуирају на територији земље, без обзира да ли су произведени од стране локалних произвођача или су пристигли увозом из друге државе чланице ЕУ или треће земље. Стандарди за безбедност могу се применити на све производе који се продају у ЕУ, независно од њиховог порекла. Ово осигурава добар ниво заштите за европске потрошаче, јер се могу ослонити на то да сви производи који се нуде на тржишту задовољавају критеријуме безбедности.

Од 1984.год. постоји информациони систем RAPEX, који има за циљ да шири информације о откривеним небезбедним производима у некој држави, изузимајући храну, фармацеутске и медицинске уређаје, односно да те информације прослеђује надлежним органима других држава чланица и Европској комисији. Уколико се установи постојање небезбедног производа, посебан државни орган попуњава стандардизовани формулар и исти шаље свим контактним тачкама у систему. RAPEX има важну превентивну улогу, јер омогућава појединим земљама, да поред контроле опасних материја које се нуде, успешно спречи њихов увоз и дистрибуцију на својој територији.

Актуелне информације о опасним материјама могу се наћи на сајту RAPEX-a

http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm

2.2. ПОТРОШАЧКИ УГОВОРИ

Право Европске уније садржи само оквире који се односе на уговоре понуђене потрошачу. Општи услов који се примењује на све уговоре је забрана да уговор садржи клаузуле које неочекивано и/или неправично стављају потрошача у неповољнији положај у односу на трговаца и као резултат тога угрожавају његове економске интересе – то су такозване неправичне уговорне одредбе.

Остали захтеви у овој области су повезани, са једне стране, са тзв. ризичним пословним праксама, где је потрошач изложен већем психолошком притиску и нема могућност да упореди цену понуђеног производа са ценама других сличних производа. Такви захтеви су везани за уговоре закључене изван пословних просторија и уговоре за чије се закључење користе средстава комуникације на даљину. Са друге стране, за поједине сложеније уговоре, заштита потрошача подразумева да потрошачи добију довољно времена и истинитих информација, које би им омогућиле да уговор анализирају самостално и без притиска. У ову врсту уговора спадају уговор о пакет

аранжманима за туристичка путовања и уговори о временски подељеном коришћењу непокретности (time-sharing).

2.2.1. Неправичне уговорне одредбе

Потреба да се стандардизују активности, посебно у средњим и великим компанијама, које закључују више идентичних уговора, захтева употребу унапред припремљених образаца, уговора са стандардним клаузулама. Када се такви уговори закључују од стране потрошача, постоји озбиљан ризик од нарушавања њихових економских интереса. То произилази из следећег:

- потрошач је ретко стручњак у конкретној области или правник, који може одмах утврдити све правне последице деловања једне клаузуле;
- трговци користе стандардни уговор или друге унапред припремљене клаузуле и ретко дозвољавају измене у њима. У таквим околностима, потрошач је приморан да закључи унапред припремљени уговор, иако постоји опасност да је нека од уговорних одредби сачињена на његову штету.

Поред тога, треба имати у виду да се у многим секторима, као што су банкарство и уговори о осигурању, примењују заједничке одредбе које су идентичне или сличне у целом сектору. Дакле, конкуренција је престала да буде фактор подршке потрошачу јер он више није у стању да изабере трговца чији су општи услови дефинисани праведно. Због свега наведеног је 1993. године усвојена специјална Директива која забрањује укључивање неправичних одредби у потрошачке уговоре.

Директива обухвата оне уговоре чији су услови унапред припремљени од стране трговца, без учешћа потрошача. Укључивање неправичних одредби је забрањено. То је свака одредба која ствара значајан и неоправдан диспаритет између права и обавеза трговца и потрошача, која прети да оштети интересе потрошача. У процени неправичности полази се од облика уговора и других услова битних за његово испуњење.

Директива и пракса Европског суда, потврђују своје становиште да неправичне одредбе не би смеле да обавезују потрошача, иако су исте укључене у уговор који је потписан од стране потрошача. Оне се третирају као да нису уговорене. Правним језиком речено, ове одредбе називамо ништавим и неважећим. Потрошач има право да одбије да изврши обавезе које проистичу из оваквог уговора, док ће се, у случају да трговац инсистира на томе и поднесе тужбу суду, потрошач позвати да неправичност уговорне одредбе. Као што смо раније нагласили, то правило важи само када је уговор припремљен унапред од стране продавца, без учешћа потрошача. Ако оваква одредба у уговору буде настала након преговора између странака, потрошач не ужива посебну заштиту јер европско законодавство полази од претпоставке да је потрошач довољно разуман и да је у могућности да брани своје интересе у директним преговорима.

Други значајан проблем у области потрошачких уговора, који је нашао решење у одредбама Директиве, је да су одредбе уговора често формулисане на стручном језику, па потрошачу није лако да разуме тачно значење појединих одредби или да направи тачну везу између више одредби. Дакле, право ЕУ захтева да понуђени уговори за потрошаче буду формулисани на јасан и недвосмислен начин, као и да ће у случају постојања сумње у погледу правилне интерпретације и тумачења било које одредбе уговора, бити прихваћено оно тумачење које је најповољније за потрошача.

Директива о неправичним одредбама у потрошачким уговорима садржи листу уговорних услова који се *a priori* сматрају неправичним и они не смеју бити укључени у уговоре који се нуде потрошачима. То су:

(а) искључење или ограничење законске одговорности продавца или пружаоца услуга за случај смрти или телесних повреда потрошача које настају из радњи или пропуста тог продавца или пружаоца услуга;

(б) неприхватљиво искључење или ограничење законских права потрошача према продавцу, пружаоцу услуга или трећем лицу у случају потпуног или делимичног неизвршења или неадекватног извршења било које уговорне обавезе од стране продавца или пружаоца услуга, укључујући и могућност пребијања дуга према продавцу или пружаоцу услуга са било којим потраживањем које потрошач има према њима;

(в) закључење уговора који обавезује потрошача, док је постојање уговорне обавезе на страни продавца или пружаоца услуга везано за услов чије остварење зависи једино од њихове воље;

(г) допуштање да продавац или пружалац услуге задржи износе које је платио потрошач у ситуацији када потрошач одлучи да не закључи уговор или га не изврши, без уговарања истог права за потрошача да захтева компензацију у еквивалентном износу у случају да продавац или пружалац услуге откаже уговор;

(д) захтевање од било којег потрошача који не испуни своју обавезу да плати несразмерно велику суму на име накнаде;

(ђ) давање овлашћења продавцу или пружаоцу услуга да самовласно одустане од уговора ако исто овлашћење није гарантовано потрошачу, или давање овлашћења продавцу или пружаоцу услуга да задржи примљене износе за услуге које још није извршио, у случају да управо продавац или давалац услуге одустане од уговора;

(е) омогућавање продавцу или даваоцу услуге да откаже уговор закључен на неодређено време без примереног отказног рока, изузев када за то постоје озбиљни разлози;

(ж) прећутно продужење уговора закљученог на одређено време, када је рок у којем потрошач треба да се изјасни о својој неспремности да остане при уговору неразумно кратак;

(з) неопозиво обавезивање потрошача одредбама са којима није имао стварне могућности да се упозна пре закључења уговора;

(и) уговарање да продавац или пружалац услуга има право да без оправданог разлога наведеног у уговору, једнострано измени уговорну

одредбу;

(ј) уговарање да продавац или пружалац услуга има право да без оправданог разлога једнострано измени карактеристике производа или услуге коју треба да пружи;

(к) уговарање да ће се цена роба одредити у време испоруке или омогућавање продавцу роба или пружаоцу услуга да повећа своју цену без давања могућности потрошачу, у оба случаја, адекватног права да откаже уговор ако коначна цена буде превисока у односу на цену која је усаглашена у време закључења уговора;

(л) давање продавцу или пружаоцу услуга права да одреди да ли су добра или услуге у складу са уговором или уговарање искључивог права продавца или пружаоца услуга да тумачи уговорне одредбе;

(љ) ограничење обавезе продавца или пружаоца услуге да се повинује обавезама које је преузео његов заступник или условљавање извршења његове обавезе испуњењем неке формалности;

(м) обавезивање потрошача да испуни све обавезе, иако продавац или пружалац услуге не испуњава своје;

(н) давање могућности продавцу или пружаоцу услуга да пренесе своја права и обавезе из уговора када то може послужити да се, без његове сагласности, смање гаранције дате потрошачу;

(њ) искључење или отежавање права потрошача да поднесе тужбу или искористи било које друго правно средство, посебно ако се од њега захтева да спор искључиво решава путем арбитраже која није уређена законом, безразложно ограничавање приступа доказу или пребацивање на потрошача терета доказивања који, према меродавном праву, треба да буде на другој уговорној страни.

2.2.2. Уговори закључени изван пословних просторија трговца

Продаја робе изван пословних просторија трговца постоји у пракси вековима уназад. То су случајеви када трговац или његови запослени трговачки агенти посећују потрошача код куће, на радном месту, на улици или у случају када се продаја робе одвија током путовања у организацији трговца или на разним презентацијама.

Ова трговачка пракса је предмет регулисања Директиве о заштити потрошача у вези са уговорима закљученим изван пословних просторија. Ризици у вези са овом праксом постоје и односе се на то да је потрошач лишен прилике да упореди производ са другим производима попут њега, нарочито у смислу цене и квалитета. Веома често се, ова врста трговине, реализује уз психолошки притисак на потрошача да одмах закључи уговор, из разлога као што су "посебно повољно снижење цене или одређени попуст који важи само у тренутку конкретне понуде" или "ограничене количине понуђеног производа" итд. Као резултат тога, често се дешава да је потрошач потписао поруџбеницу или уговор, без претходног пажљивог читања, а затим бива

"изненађен" неочекиваним обавезама или утврђује да је купио производ који му уопште није био потребан. У пракси, постоји велики број случајева у којима потрошач сматра да је купио један примерак часописа или књиге, међутим, он се својим потписом на уговору или поруџбеници обавезао на претплату више примерака. У другом случају, потрошач тек након потписивања уговора по "повлашћеној цени и додатним попустима" сазнаје да је исти производ могао наћи по вишеструко нижој цени у локалном супермаркету.

Како би се смањили ови ризици, Директива обавезује трговачког агента да пре закључивања уговора, обавести потрошача о идентитету трговца у чије име наступа, о цени робе или услуга и њеним основним карактеристикама, трошковима испоруке и начину плаћања. Најважнија заштита се огледа у могућности потрошача да раскине уговор у року од 7 дана од дана закључења и то без навођења иједног разлога за раскид и без обавезе да због тога плати неку казну или надокнади штету трговцу. Тако потрошач добија прилику да самостално размисли да ли му је услуга или производ уопште потребан и да ли му одговарају понуђени услови за закључење уговора са трговцем. Трговац је дужан да обавести потрошача о овом праву на раскид. Ако трговац изостави ово обавештење, рок за раскид почиње да тече од тренутка обавештавања потрошача. Поред обавезе обавештавања о самом праву, трговачки агент је у обавези да потрошачу достави и информације о називу и адреси трговца, коме се може упутити изјава о раскиду и одустанак од уговора.

Рок за одустанак од уговора који је наведен у Директиви је минимум који она обезбеђује. Поједине државе чланице могу својим законима дати дужи рок за одустанак од уговора, с тим да тај рок не може бити краћи од 7 дана. У сваком случају, без обзира на то која је земља ЕУ у питању, потрошач може рачунати на најмање 7 дана рока за изјављивање једностраног раскида уговора.

Ова правила не важе када је посету трговца изричито захтевао потрошач.

Раскид уговора није дозвољен код:

- Уговора за изградњу, продају или закуп непокретности;
- Уговора за текућу набавку намирница и пића;
- Уговора закључених на основу каталога;
- Уговора закључених у вези осигурања;
- Уговора о хартијама од вредности.

2.2.3. Уговори на даљину и уговори закључени путем интернета

Приликом продаје на даљину, уговор између трговца и потрошача се закључује без њиховог директног и непосредног контакта. За постизање овог циља, користе се техничка средства која омогућавају договоре на великим удаљеностима - телефон, факс, мејл, каталог, телешопинг, итд. Посебну

популарност последњих година, има трговина путем интернета.

Ова врста пословне праксе има своје **предности** - штеди време и смањује трошкове. Корисник може да закључи уговор и да добије робу или услугу без изласка из куће. Трговци имају прилику да значајно смање трошкове, јер није неопходно физичко постојање продавнице, што подразумева и већи број ангажованих радника. То им даље омогућава да понуде своје производе по нижим ценама, што је такође бенефит за потрошаче.

Трговачка пракса, међутим, крије значајне **ризике** за потрошаче, јер се они не могу одмах упознати са производом и упоредити га са другим сличним производима, упоредити њихов квалитет и цене, док је све то могуће урадити у продавници. Потрошач је приморан да се ослони на опис који је дао трговац, што није увек прецизно и објективно.

Да би се заштитили потрошачи од ризика заједничког тржишта, у 1997.години ЕУ је усвојила Директиву о заштити потрошача код уговора на даљину. Главна средства заштите предвиђене Директивом су:

- обавеза обезбеђивања претходне и поуздане информације о производу који се нуди;
- могућност потрошача да откаже куповину у року од 7 дана од дана закључења купопродајног уговора, без трошкова.

Директива обавезује трговце који обављају продају на даљину да потрошачима, пре закључења уговора о куповини, обезбеди информације о:

- идентитету трговца и његову адресу;
- основним карактеристикама робе или услуге коју је понудио;
- цени и трошковима испоруке, ако исти нису укључени у цену;
- начину плаћања;
- могућностима потрошача да једнострано раскине уговор и начину како то право може да оствари.

Директива омогућава кориснику да једнострано раскине уговор у року од 7 дана од дана његовог закључења. Верује се да је овај рок довољан и да му исти омогућава да пажљиво прегледа производ и да утврди да ли задовољава његове потребе и жеље. Овај рок представља минимални европски стандард. Приликом увођења Директиве у националне законе, свака држава има право да обезбеди дужи период за једнострани раскид уговора. За потрошача је важно да у оквиру заједничког тржишта остаје гаранција да када у било којој земљи - чланици ЕУ закључи купопродајни уговор на даљину, он може једнострано раскинути уговор у року од 7 дана након пријема робе. Потрошач није у обавези да оправда разлог раскида уговора. После остваривања овог права и једностраног раскида уговора, потрошач мора вратити робу назад трговцу, а потрошач добија повраћај плаћеног износа, без икаквог умањења.

Ова права не важе за одређене врсте договора:

- финансијске услуге у инвестиционим, банкарским и договорима везаним за осигурање;
- послове закључене преко аутомата;
- **изградња и продаја некретнина и стварних права** која се на основу њих стичу, осим права везаних за изнајмљивање;
- уговоре закључене путем тендера или аукције;
- редовна достава прехранбене робе;
- уговоре закључене коришћењем телефонских говорилица.

2.2.4. Ажурирање законодавства

Крајем октобра 2011. године усвојена је нова Директива ЕУ о потрошачким правима, коју ће државе чланице морати да инкорпорирају у своје законодавство до краја 2013. године. То ће ојачати права потрошача, нарочито приликом интернет-куповине, када се у складу са Директивом, надграде постојећа правила о неправичним одредбама, продаји изван пословних просторија трговца, продаји на даљину и путем интернета.

Најзначајније промене које се уводе новом Директивом су:

1) Уклањање скривених такси и трошкова на Интернету

Потрошачи ће бити заштићени од замки "скривених трошкова" на Интернету. То се догађа у случају када преваранти покушавају да привуку људе да плаћају услуге које се рекламирају као "free" услуге (бесплатне), попут хороскопа и рецепата. Убудуће, потрошач мора експлицитно да потврди да је разумео своју обавезу да мора да плати одређену цену те да је са истом сагласан.

2) Већа транспарентност цена

Трговци морају приказати укупну цену производа или услуге, укључујући све додатне трошкове. Интернет купци неће морати да плаћају таксе или друге трошкове ако нису правилно информисани пре поруџбине.

3) Забрана унапред повезаних понуда на сајтовима

Приликом куповине преко Интернета – нпр. куповине авионске карте, може се понудити нека додатна опција током процеса куповине, као што су осигурање и изнајмљивање аутомобила. Ове услуге се често нуде преко тзв. унапред повезаних понуда. Дакле, потрошачи могу купити нешто преко оног што су хтели и планирали, односно нешто што не желе, ако не примете његово постојање у пољу за потврду. Новом директивом, унапред повезане понуде су забрањене у целој Европској унији.

4) Право одустанка од куповине у року од 14 дана

Период у коме се потрошачи могу повући из уговора о продаји се продужава са садашњих 7 на нових 14 дана. То значи да корисник може вратити производ без навођења посебног разлога, ако се предомисли.

Уводи се и додатна заштита у одсуству информација. Ако продавац није јасно обавестио клијента о могућности враћања робе у року од 14 дана, рок за враћање је продужен на годину дана.

Право одустанка ће се сада примењивати на Интернет аукцијама, као што је Ebay, али само када је роба купљена од професионалног продавца.

Рок за одустанак ће почети да тече од дана пријема робе, а не од закључења уговора као што је то до сада био случај.

5) Боља права за остваривање повраћаја средстава

Трговац ће морати да врати износ плаћен за конкретни производ у краћем року од 14 дана од дана одустанка. Ово укључује и трошкове испоруке. Сада је овај рок дужи и износи 30 дана.

6) Образац - формулар за одустанак

Потрошачи ће бити опремљени обрасцем-формуларом за повлачење, који могу (али нису у обавези) да употребе, ако се предомисле и желе да се повуку из уговора закљученог на даљину и изван пословних просторија продавца. То ће олакшати и убрзати поступак одустанка од куповине.

7) Елиминација наплате додатне накнаде за коришћење кредитних картица и контакт линија

Трговци неће моћи да наплаћују потрошачима трошкове плаћања путем кредитних картица (или неким другим средством плаћања) у већим износима него што продавци плаћају ову услугу код таквог начина плаћања. Трговци који нуде дежурне линије које омогућавају кориснику да их контактирају у вези са уговором, неће моћи да користе телефонске линије са скупљим тарифирањем.

8) Прецизирање информације о томе ко плаћа трошкове враћања робе

Ако продавци желе да потрошачи сnose трошкове враћања робе, о томе јасно морају да обавесте потрошаче унапред, у супротном, они сами морају платити трошкове враћања. Трговци морају јасно дати бар процену максималне цене враћања кабасте робе купљене преко интернета или путем поште, пре куповине, тако да потрошачи могу донети праву одлуку без заблуде, пре него одлуче да купе робу.

9) Боља заштита потрошача у вези са дигиталним производима

Информације о дигиталном садржају такође ће морати бити јасније, укључујући компатибилност са хардвером и софтвером и примену техничких мера заштите као што су ограничавање право потрошача да направе копије садржаја.

Корисници ће имати право да одустану од куповине дигиталног садржаја, као што су музика или видео садржаји, али само до почетка преузимања.

2.2.5.Потрошачке продаје и гаранције

Уговор о купопродаји је најчешћи основ потрошачке трансакције. Разлике у правној регулативи појединих држава чланица у погледу

одговорности за недостатке и у неким другим аспектима продаје, мотивише Европску унију да усвоји посебну Директиву која се бави одређеним елементима купопродајних уговора и гаранција.

Европско право потрошачку куповину третира као нешта веома покретно, каква је по дефиницији и потрошачка роба. Изван тога остаје непокретна имовина, електрична енергија, вода и гас, које спадају у домен комуналних услуга. Директива се не примењује на трансакције закључене између самих потрошача или између трговаца. Да би уговор био потрошачки, европско право захтева да уговорне стране буду са једне стране, потрошач као физичко лице и са друге стране, трговац као правно лице.

Главна обавеза продавца је да потрошачу испоручи ону ствар која у потпуности одговара претходно постигнутом договору, а у случају да није договорено ништа посебно, испоручи онај производ са карактеристикама које уобичајено има такав производ. Уколико трговац то не учини, претпоставља се да је продао робу са недостатком и сноси одговорност.

Продавац може бити ослобођен одговорности, само у случају да је потрошач знао за недостатак или га је сам проузроковао.

За одговорност трговца је без значаја чињеница да ли је недостатак постојао приликом примопредаје ствари или је исти настао за време монтажа. Одговорност трговца је присутна и када је потрошач сам монтирао купљену робу, али на основу погрешно датих упутстава за монтажу од стране трговца. Да би се олакшало потрошачу, Директива одређује претпоставку да је недостатак постојао у тренутку продаје, уколико се појавио у року од шест месеци након куповине.

У случају да потрошачу буде продата роба са недостатком, он има право на бесплатну поправку или испоруку новог производа без недостатка. Ове могућности не смеју да изискују било какве даље обавезе за потрошача. Трошкови превоза, радне снаге, материјала, итд. у потпуности падају на терет трговца.

Ако је замена или поправка немогућа или не буде реализована у року, или је довела до већих непријатности, потрошач има право да тражи смањење цене или раскид уговора и повраћај плаћеног износа.

Рок у коме потрошач може поставити рекламацију је две године од датума куповине и исти је у свим државама чланицама.

Што се тиче гаранције, европско право уводи захтев да морају одговарати они који дају гаранције, укључујући и случајеве у којима је гаранција елемент оглашавања. Гаранције морају садржати информације о правима које потрошач има на основу закона, као и изјаву да гаранција не нарушава ова права. Сви услови гаранције морају бити дати на разумљив и јасан начин за потрошаче и да садрже основна упутства за остваривање права из гаранције, евентуална географска ограничења, идентитет и адресу даваоца гаранције. Уколико потрошач захтева, трговац има обавезу да му преда гаранцију.

2.2.6. Тајмшеринг

Тајмшеринг представља заједничко коришћење права на одређену имовину, најчешће некретнину, од стране више лица, где свако добија право да самостално користи имовину у строго дефинисаном периоду године. Одређивање времена коришћења је главна карактеристика тајмшеринга, што произилази и из самог назива (time-share – подела времена).

У складу са уговором о уступању права на временски ограничено коришћење, једно лице уступа другом лицу право да без ометања користи одређену имовину у тачно одређеном периоду у току године, плаћањем једне опште цене. Уговори су обично дугорочни - на 10, 20, 50 година. Специфичности зависе од врсте тајмшеринга, односно од посебног типа објекта и циљева због којих је закључен. Заједно са основним, за стране настаје и већи број додатних права и обавеза, као што су поправке, одржавање, безбедност имовине и плаћање додатних накнада за корисника.

Да би свели на минимум ризике и да би се обезбедио један праведан ниво заштите интереса потрошача, европско право је, Директивом о заштити потрошача у погледу појединих аспеката уговора о тајмшерингу, обавезало сваког ко нуди такве уговоре, да предходно обезбеди заинтересованим лицима писмену брошуру са информацијама о:

- називу и адреси продавца;
- прецизно описаном времену коришћења и законским ограничењима за његово коришћење;
- прецизно описаном виду, стању и локацији имовине, а ако је у фази изградње у којој фази изградње се налази и период за који ће бити изграђена;
- информацијама о расположивости појединих услуга (текућа вода, струја, превоз под условом, итд.)
- опису објеката на које би корисници имали приступ (базен, сауна и др.),
- условима за одржавање имовине;
- цени и додатним трошковима које проистичу из коришћења имовине;
- могућности одустајања од уговора.

Тако дата информација обавезује продавца и не може се мењати без великих и непредвидивих разлога.

Тајмшеринг-уговор мора бити закључен у писменој форми и на језику купца. Ако је уговор сачињен на другом језику, купац има право да добије званично преведени текст уговора на свом језику.

Уговор мора имати минималну обавезну садржину, која осим горе наведених података мора садржати и:

- прецизан период у којем ће се користити имовина;
 - обавезу продавца да не наплаћује купцу трошкове који се не помињу у уговору;
 - информацију о могућности промене и касније реализације права наведених у уговору и трошкова који су са тим повезани;
-

- место и датум потписивања уговора.

Други аспект заштите корисника тајмшеринга подразумева право раскида уговора у року од 14 дана од дана његовог закључења, без икаквих објашњења и због накнаде. Ако уговор не садржи битне елементе описане минималним садржајем, ово право може се остварити у року од 3 месеца.

2.2.7. Уговори о пакет аранжманима и туристичким путовањима

Туризам још увек није део заједничке регулативе заједничког европског тржишта, иако су туристи међу најугроженијим категоријама потрошача. Они обилазе различита места, где им услови и начин пословања нису познати и могу лако бити заведени и преварени, док дух одмора и расположење смањује критичност и њихову жељу да активно штите своја права. Овоме треба додати и проблеме у комуникацији, који произилазе из лошег знања или апсолутног незнања локалног језика.

Да би заштитила туристе, Европска унија је усвојила Директиву о тајмшерингу, о којој је досад било речи, као и Директиву о пакет-аранжманима код туристичких путовања (туристичка путовања са општом ценом). Доношење ових директива има за циљ да обезбеди минималне стандарде и да заштити потрошаче приликом склапања уговора о туристичким пакет-аранжманима.

Туристички пакет-аранжман представља понуду где су у укупној цени понуде садржане најмање две услуге од доле наведених три и да трају дуже од 24 сата или да укључују ноћење:

- обезбеђен превоз;
- обезбеђено преноћиште;
- остале туристичке услуге.

Пакет-аранжмани су популаран начин организовања путовања и одмора, јер купац плаћа укупну цену приликом потписивања уговора и нема потребе да се током одмора брине о набавци основних услуга (храна, смештај, итд). Ово значајно смањује ризик угрожавања интереса туриста јер је туристички агент као организатор путовања, професионалац и једноставније му је да пронађе поуздане партнере у конкретној области (хотелијере, власнике ресторана, превознике, итд.), преко којих може обезбедити висок квалитет туристичке услуге. Пакет аранжмани су начелно јефтинији у односу на организацију путовања од стране самог потрошача, што је додатни подстицај за њихову популарност.

Пре потписивања уговора туристички организатор путовања обезбедиће кориснику услуге, информативну брошуру о предложеном одмору. Директива о пакет-аранжманима захтева да понуђени пакети садржи тачне податке о:

- врсти и категорији превозних средстава;
 - локацији и категорији смештаја;
 - шта је укључено у цену obroка;
 - маршрути;
-

- визним и здравственим затевима земље домаћина;
- укупној цени и начину плаћања;
- о минималном броју пријављених туриста за успешно организовање путовања.

Уколико потрошач не добије информативну брошуру, организатор путовања односно туристички агент, има обавезу да пре потписивања уговора, обавести корисника о визним и здравственим захтевима земље домаћина, а пре почетка путовања о времену поласка и доласка, евентуална преседања, адресу и телефон њиховог локалног представника, могућностима закључивања осигурања и др.

Уговор о пакет аранжману за туристичко путовање мора бити закључен у писменој форми и туриста мора добити копију. Уговор мора бити формулисан на једноставан начин, на језику разумљивом за туристу-корисника услуге и мора имати обавезну садржину:

- место или места где ће одмор бити реализован;
- врста превозног средства;
- дан поласка и повратка;
- тип, локацију и категорију смештаја;
- минималан број полазника потребних за организовање путовања;
- посете, екскурзије и остале услуге укључене у цену;
- име и адреса туристичког организатора и агента;
- трошкови и накнаде које нису укључене у цену и начин на који ће се извршити плаћање. Цена се не може мењати 20 дана пре поласка;
- рокови за изјављивање рекламације.

Директива признаје право потрошачу да пре поласка, а по пријави организатору путовања, пренесе своја права на треће лице, под условом да оно испуњава све захтеве за учешће у путовању.

Уколико пре поласка потрошач установи да туристички организатор није у стању да пружи све услуге које су договорене, потрошач може захтевати да раскине уговор или тражити одговарајуће снижење цене. Ако туристички организатор нема никакву могућност да организује путовање, он је у обавези да у најкраћем могућем року врати потрошачу све уплаћене износе или да понуди потрошачу други пакет под сличним условима.

У случају да до овога дође након почетка путовања, организатор путовања је у обавези да туристи надокнади штету и понуди услуге замене, или да га према конкретним околностима, врати на место поласка.

Лоша искуства из прошлости у којима се дешавало да туристички организатори оставе туристе без смештаја и заштите у страним земљама, навела су ЕУ, да експлицитно обавезе чланице да обезбеде механизме како би се осигурало враћање потрошача на место поласка и повраћај новца у случају неликвидности или стечаја туристичких организатора. У овом моменту постоје две основне врсте таквих механизма: стварање посебних гарантних фондова који се финансирају од стране туристичких организатора и закључивање обавезног осигурања. Избор о томе који ће механизам бити прихваћен, препуштен је државама чланицама.

2.3 ИНФОРМАЦИЈЕ О ПРОИЗВОДУ

2.3.1. Објављивање цена

Једини захтеви који се односе на обавезу објављивања цена садржани су у европској Директиви 98/6. Поред захтева да цене производа у радњама и трговачким објектима морају бити објављене, како би се спречиле злоупотребе и преваре, Директива захтева да се роба којом се тргује на метар, килограм, итд, осим објављивања цене за паковање, објави и цена по јединици мере, шта омогућује потрошачу да упореди цене различито упакованих или ринфузних производа.

2.3.2. Означавање различитих врста производа

Захтеви за означавање производа имају за циљ да потрошачу обезбеде минимум објективних информација о производу. Европска унија је развила низ услова за означавање код појединих врста производа, као што су храна, лекови, козметика, електрични апарати, играчке и др.

Потрошачке ознаке - облици и статус

Суштински елементи етикете производа су различите ознаке. У земљама чланицама Европске уније постоје многе организације које постављају своје ознаке на производима, а које су претходно испуниле предвиђене услове. Статус неких од ових ознака је дефинисан законом, друге се додељују од стране невладиних организација, а највише од стране гранских удружења или удружења потрошача. Међу потрошачима постоји мишљење да уколико је на производу више знакова, он је квалитетнији. То није увек тачно. Ознака потврђује да производ задовољава одређене захтеве, али шта они тачно представљају потрошач није у могућности да зна, осим ако не познаје тачан статус ознаке и њено значење у формалном смислу. У пракси, ознаке могу да помогну у оријентацији потрошача, али могу и да збуне потрошаче.

На нивоу Европске уније је установљено неколико ознака, које је неопходно познавати, не само зато што се могу срести у свим државама чланицама, већ и зато што имају изузетно важно значење. Оне ће бити обрађене у даљем тексту:

Потрошачке ознаке у ЕУ

Европски знак усклађености – CE



Овај знак потврђује усаглашеност производа на коме се налази са обавезним затевима који су установљени од стране ЕУ, а тичу се безбедности. Знак ужива велики ауторитет и директно се односи на заштиту потрошача од ризика по живот и здравље. Његова злоупотреба је предмет строгог кажњавања. Такође је забрањено стављати у промет производе који на себи имају ознаке који су слични ознаци "CE" и могу довести потрошача у заблуду, због те сличности. Ознака "CE" ће бити стављена и на одређене групе производа које су обухваћене Директивама тзв. "новог приступа". То су на пример дечије играчке, електрични апарати, машине, грађевински материјал, судови под притиском, лична заштитна опрема и још много тога. Њихово обележавање овим знаком је обавезно.

Знаци опасности

Свакодневни живот нас суочава са производима које смо приморани да користимо, а чије карактеристике и састав, крију озбиљне ризике. Да би потрошач био добро информисан и да би могао да избегне непотребне ризике по живот и здравље, Европска унија је предвидела постављање специјалних ознака за типичне видове опасности. Они су идентични за све земље чланице. Њихов циљ је да привуку пажњу потрошача и на најбржи начин га обавесте о постојању опасности и без читања целе декларације. Уз знак, производ мора бити опремљен упутствима за употребу и мерама предострожности које треба предузети.

ОЗНАКЕ ОПАСНОСТИ



КОРОЗИВНО

C



ЈАКО
ОКСИДИРАЈУЋЕ

O



ЕКСПЛОЗИВНО

E



ОТРОВНО

T



ЗАПАЉИВО

F



ВЕОМА
ОТРОВНО

T+



ВЕОМА ЗАПАЉИВО

F+



ШТЕТНО

Xn



ОПАСНО ПО
ЖИВОТНУ
СРЕДИНУ

N



ИРИТАНТНО

Xi

Енергетско означавање

У циљу подстицања енергетски штедљивог понашања потрошача, Европска унија је утврдила услове за означавање производа који су повезани са потрошачима електричне енергије и који имају значајан утицај на потрошњу енергије. Директивом 2010/30/EУ уводе се захтеви који се односе на кућне апарате као што су фрижидери, замрзивачи, веш машине, машине за сушење веша, машине за судове, пећи, расвета, клима уређаји, грејачи и још много тога.

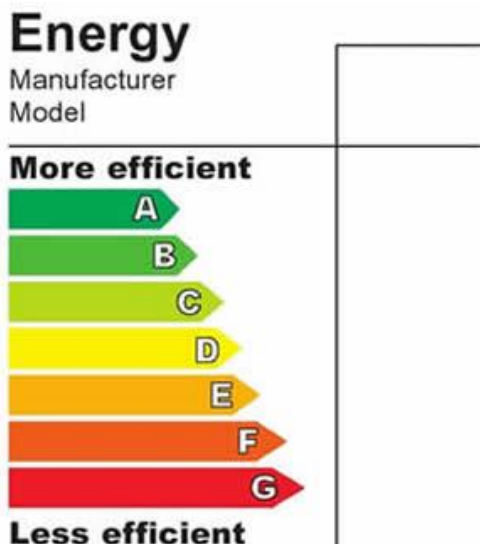
Приликом продаје ових роба, етикета мора дати информације о њиховој потрошњи енергије. Испоручилац мора поседовати техничку документацију која потврђује информације на етикети или налепници. Ова документација мора садржати општи опис производа, резултате прорачуна приликом дизајнирања, а уколико је потребно и резултате теста. Документација мора бити доступна у периоду од пет година након престанка производње производа.

Произвођач је дужан да обезбеди бесплатну ознаку, којом ће трговац означити производ. Он је одговоран за аутентичност информације коју ће ознака садржати и даје свој пристанак да она буде објављена.

Када се ови производи нуде путем каталожке продаје, основне информације и ознаке, морају бити доступне потрошачу пре куповине.

Чланице ће обезбедити усклађеност са овим захтевима на својој територији, забранити постојање ознака које не испуњавају захтеве Директиве и које могу изазвати забуну код потрошача. Такође, земље-чланице могу организовати популаризацију и образовне кампање за потрошаче.

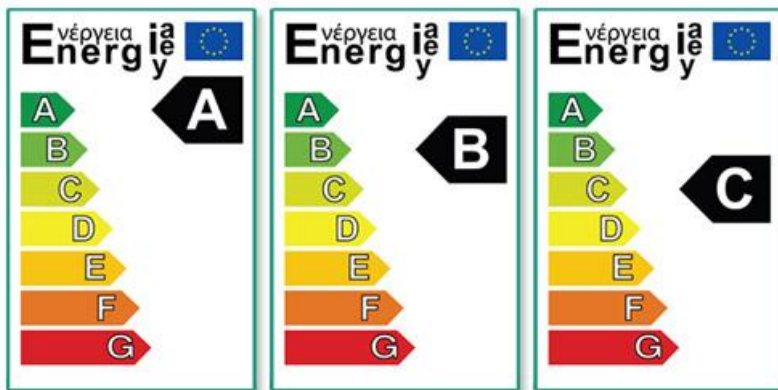
Модел ознаке



Означавање сијалица

Од 1998.год. по Директиви ЕУ о амбалажи, већина сијалица на тржишту ЕУ мора имати исказану своју енергетску ефикасност помоћу добро познатих европских енергетских налепница, помоћу којих се разврставају производи на скали од А до Г. На овој скали компактне флуоросцентне сијалице су класе А, а обичне сијалице су класе Б или Ц.

Модел ознаке



Ознаке квалитета хране



Европска етикета заштићених назива порекла



Европска етикета за заштићено географско порекло



Европска етикета за производе са традиционално специфичним карактеристикама

ЕУ је развила свеобухватну **Политику квалитета - заштићен назив**, која укључује **заштиту назива порекла, заштиту географског порекла и заштиту производа са традиционално специфичним карактеристикама**. Заштићене ознаке омогућавају наглашавање специфичног квалитета појединих типичних производа и разликовање од других производа на тржишту, обележавањем симболима Европске уније. Заштита географског порекла је фокусирана на производе са географским пореклом у малом географском подручју унутар државе, а не на производ који се производи у целој земљи. Упис ових заштићених ознака, произвођачима даје искључиво право да користи регистровано име на своје производе широм ЕУ, као и посебан знак на амбалажи производа које ставља у промет.

За заштиту назива могу се кандидовати готово сви пољопривредни производи и друга прехранбена роба. До сада је регистровано преко 1.000 европских пољопривредних и прехранбених производа са заштићеним називима.

3. САДРЖИНА И ОСНОВНИ ПРАВЦИ ПОЛИТИКЕ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА У ЕУ Стратегија ЕУ у политици заштите потрошача 2007-2013. г.

Циљеви

У периоду 2007-2013 г. политика заштите потрошача има кључну позицију са које треба да подржи ЕУ у савладавању узајамно повезаних изазова, раста запослености и јачања повезаности међу грађанима. Комисија остварује три основна циља у поменутом периоду:

1. Остваривање права европских потрошача. Довођење потрошача у кључну позицију пружа повољне могућности грађанима, али исто тако у значајној мери повећава конкуренцију. Потрошачи који располажу правима имају могућност стварног избора, добијања тачне информације, постојања транспарентности на тржишту и на добијање поверења које је засновано на ефикасној заштити и сигурним правима.

2. Јачање заштите потрошача ЕУ у погледу цене, асортимана, квалитета, разноврсности, доступности и безбедности производа и услуга. Јачање куповне моћи потрошача је у основи правилног функционисања тржишта.

3. Ефикасна заштита потрошача од озбиљнијих ризика од којих потрошачи не би могли самостално да се заштите. Висок степен заштите од ових ризика је од суштинског значаја за стицање поверења код потрошача.

Приоритети

1. Јачање контроле на тржиштима потрошача и националних политика за заштиту потрошача.

2. Боље законодавство у области заштите потрошача – водећи циљ је прелаз из «минималне хармонизације» директива ЕУ, која пружа државама-чланицама могућност да уведе строжије мере, ако оне сматрају за потребним, ка «пуној хармонизацији», што обезбеђује општи приступ за поштовање свих правила за заштиту потрошача и не оставља места да државе чланице уводе дупонске мере.

3. Боља примена права и обештећење – поред тога што се претходна стратегија фокусира на добру примену права, ова стратегија је свеобухватнија, обзиром да се поред административних органа ослања и на комуникацију са потрошачима, трговцима и невладиним организацијама.

4. Боље информисање и обука потрошача – полази од схватања да информисани и образовани потрошачи доносе боље одлуке о куповини и да су

спремнији у заштити својих интереса.

5. Одређивање централног места за потрошаче, у односу на друге политике и законодавне иницијативе.

4. ПРИМЕНА ЗАКОНА

Практично спровођење активности у вези примене закона од стране Европске комисије

Прекогранична сарадња и примена закона

На годишњем нивоу се спроводе координисане акције у вези са применом закона. У циљаним проверама, националне власти истовремено разматрају однос датог сектора са законодавством ЕУ и предузимају одговарајуће мере за њено спровођење.

Иницијатива "EU sweep" (ЕУ чишћење) је иницијатива координисана од стране Европске комисије, која се истовремено спроводи од стране националних органа надлежних за заштиту потрошача у државама чланицама, Норвешке и Исланда. У току једне недеље сваке године, органи надлежни за заштиту потрошача врше провере стотине веб-сајтова у оквиру датог сектора, да би се видело где су права потрошача у опасности или се иста не поштују. У случају кршења права упућују се захтеви за исправљање грешака или се изричу казне. До сада су спроведене четири такве акције:

- Сајтови за продају авио карата (2007)
- Сајтови за продају мелодија за мобилне телефоне (2009)
- Сајтови за продају електронске робе (2010)
- Сајтови за продају карата (2010)

Надзор тржишта

Европска комисија је развила нове инструменте за вршење надзора, процене тржишта и праћење потрошачке средине у погледу усаглашености, спровођења, примене закона и оснаживања потрошача преко специфичних критеријума који ће детектовати недостатке и пропусте који захтевају даље истраживање и/или корективне акције. Ови инструменти укључују:

• ***Индекс развоја малопродајних тржишта*** - Основан у 2008. године, преко којег се прате тржишта из перспективе потрошача и врше се годишње процене ефикасности тржишта у две фазе. Прва фаза се састоји у испитивању тржишта, које се одвија у односу на пет кључних индикатора ефикасности: жалбе, задовољство потрошача, ниво цена, могућност промене достављача и безбедност производа и услуга. Ови индикатори се могу користити да идентификују области у којима би било неопходно спровести допунске истражне анализе. Ови подаци дају индикације о постојању

проблема, који би могли да се користе при утврђивању приоритета за спровођење закона на националном нивоу и/или на нивоу ЕУ.

• У другој фази механизма Индекса развоја малопродајних тржишта, **врши се детаљна и дубља анализа тржишта** из угла потрошача, као и анализа специфичних проблема за потрошача, као и у случају ако механизам индекса пронађе прелиминарне назнаке да тржиште не испуњава очекивања потрошача.

Циљ је да се идентификују узроци проблема који су у вези са политиком заштите потрошача и законодавном заштитом потрошача. Индекс за развој малопродајних тржишта представља допуну и доприноси широј кампањи за праћење тржишта, у којој Комисија намерава да спроведе детаљну анализу тржишта у целини, која је проистекла као резултат свеобухватног праћења свих аспеката пословања тржишта, у смислу понуде и тражње. На основу тога, предлажу се одговарајућа решења.

До сада је Европска комисија извршила свеобухватне анализе у неколико привредних сектора:

- продаја финансијских производа (2009)
- Е-трговина (2011)
- продаја електричне и електронске робе (2012)

У блиској будућности ће бити завршене анализе и објављени резултати секторских студија тржишта меса и Интернет-понуде.

Механизми компензације

Крајњи циљ политике ЕУ за заштиту потрошача је да се створи окружење у коме потрошачи могу да купе робу и услуге без обзира на националне границе и да имају поверење да ће, у случају неправилности, моћи да рачунају на ефикасне и целисходне корективне мере.

На нивоу Европске уније створени су вишеструки механизми, укључујући:

- процедуре за **захтеве мале материјалне вредности у вези прекограничних судских спорова**, које од 2009.год., доприносе поједностављењу и убрзању парница и смањењу трошкова парнице за потраживања која не прелазе 2.000 евра;
- Директива о одређеним аспектима **медијације у грађанским и трговачким споровима**, чијим усвајањем се тежи промоцији коришћења медијације од стране држава чланица;
- Директива **о наредбама за прекршаје**, којом се успоставља поступак који омогућава квалификованим организацијама да истичу захтеве за забрану у другој држави чланици.

Механизми за вансудско решавање спорова

Комисија, такође, подстиче успостављање механизма за вансудско

решавање спорова усвајањем две препоруке за дефинисање принципа, процедура и критеријума који важе за органе за вансудско решавање спорова.

Комисија доприноси олакшавању приступа процедурама за алтернативно решавање спорова у случајевима прекограничних спорова, посредством различитих мрежа.

ECC/Net мрежа служи као веза, која прослеђује информацију према органима за вансудско решавање спорова, овлашћеним од стране државе чланице, а којих има 400. Такође, она сарађује са другим мрежама широм ЕУ, као што **FIN/Net**, мрежа за вансудско решавање спорова у вези са финансијским услугама и **SOLVIT**, која се бави проблемима који проистичу из некоректне примене правила унутрашњег тржишта.

Механизми колективне заштите

Комисија разматра питање колективне заштите у случајевима када су чланови групе погођени истим или сличним повредама учињених од стране истог продавца. Механизми колективне заштите могу обезбедити алтернативу у случајевима у којима потрошачи процењују да је самостална акција нерационална, јер се често дешава да трошкови решавања спорова у суду могу бити у несразмери са вредношћу захтева.

Практичне активности за спровођење закона на националном нивоу

Мере испитивања и поређења

Инструменти за испитивање и поређење доприносе превазилажењу проблема недостатка информација или преоптерећености информацијама које стварају конфузију просечним потрошачима. Они служе да поједноставе техничке информације и помогну потрошачима приликом једнократне или несвакодневне куповине преко релативно једноставне и јасне презентације карактеристика производа или услуга. У овој групи можемо да идентификујемо неке основне форме:

Упоредни тестови производа – представљају научни приступ у циљу обезбеђења непристрасне информације о карактеристикама производа и на тај начин омогућавају потрошачима да направе информисани избор. Они могу бити корисни за потрошаче јер пружају информације које би могле довести до уштеде новца. Производ се може тестирати и може се дефинисати низ показатеља (критеријума) који се тичу квалитета, заштите животне средине или безбедности. Тестирање производа могу вршити: *потрошачке организације, независни органи за испитивање, државне агенције.*

Ови тестови укључују два битна елемента:

- *Компаративне тестове*: тестирања од стране произвођача производа су усмерена према оцени сопственог производа, без компарације са истим производима другог произвођача, претендујући да нуде сличне или боље карактеристике. У вези са тим, упоредне анализе дају потрошачу свеобухватнију и садржајнију информацију;
- *Независни тестови*: Независност тестирања производа значи да орган који врши испитивање нема личних интереса у вези са тестираним производима или услугама. Независни органи имају јавну одговорност, легитимишу потенцијале производа и нуде могућности за већу транспарентност током процеса тестирања.

Студије и поређења услова - за разлику од тестова овде нема тестирања или процењивања, већ се у компаративном облику представљају стварни услови за тржишну понуду производа које карактерише већа сложеност или је потребно одређено време за прикупљање информација. Проучавања се успешно користе у финансијским услугама, телекомуникацијама и др. У неким случајевима они могу добити облик калкулатора путем којих потрошач може упоредити различите понуде на основу његових потреба или захтева. Овај начин се успешно примењује код одабира тарифног система или плана код употребе телефона или примера ради, код упоређивања различитих дистрибутера електричне енергије у земљама са либерализованим тржиштима.

Тестирање са тајним (анонимним) клијентима - овом методом се може потврдити практична примена законских услова које морају да испоштују трговци или да се оцени њихово понашање у односу на трговачку етику, поштовање добрих пословних обичаја, коректно информисање потрошача и др.. Овом методом може бити ограничена нелојална трговачка пракса или се постаћи компаније на улагање у образовање кадрова.

Експертске оцене - служе за разјашњење и субјективну процену својстава и карактеристика производа. Они су нарочито корисни за сложеније или нове производе на тржишту и значајно могу допринети смањењу информационе асиметрије.

Период чекања (пробни период)

Одобравање пробног периода даје потрошачу могућност да раскине уговор (да одбије да купи производ) са трговцем, без казне, уколико раскид буде изјављен у току одређеног временског периода. Дакле, потрошач, који је недовољно информисан а донео је одлуку о куповини или је то учинио импулсивно, без пажљивог проучавања услова из уговора, може опозвати своју одлуку. Пробни период може бити обавезан или добровољан.

Први су одређени као законска обавеза и добијају се од стране свих трговаца који послују у датом економском сектору. Обично, ови рокови имају трајање између 7 и 14 дана, а односе се на ризичније облике трговине, као што су продаја на даљину, продаја "од врата до врата" или продаја сложенијих производа, као што су кредити или телекомуникационе услуге. У Бугарској, такви рокови се одобравају од 1999. године, за продају на даљину или продају "од врата до врата", као и за трансакције са некретностима као што су "тајмшеринг", потрошачки и стамбени кредити, а од почетка 2012. године и за уговоре мобилних телекомуникационих услуга.

Пробни период се веома често примењује као добровољна пракса појединих трговаца на мало, који омогућавају клијентима да врате производ ако нису задовољни. У овом случају, продавци висококвалитетних производа могу овај период чекања сматрати показатељом квалитета производа. Пробни периоди су веома ефикасно средство за потрошаче, када су у питању производи и услуге чији се квалитет не може оценити одмах. Ова пракса ефикасно помаже у решавању проблема асиметричне информације, али може крити непредвиђене ризике. На пример, када предвиђено време за процену производ није довољно с обзиром на његову природу или кад потрошач није у могућности да врати производ у наведеном року, имајући у виду његов обим, тежину или удаљеност трговинског објекта где је производ преузет. Ова пракса има широку примену у Западној Европи и САД, али још увек није стекла такву популарност у земљама као што је Бугарска. Међутим, ипак постоји слична пракса у Бугарској - малопродајни ланац Карфур пружа прилику за повраћај не-прехранбених производа у року од 8 дана, ланац за продају намештаја и кућног прибора фирма Икеа, даје пробни период од 30 дана за неке од производа којима тргује.

Регулисање уговорних услова

Инсистирање на обавезујућим условима у уговорима у вези са производима и услугама, може допринети повећању информисаности и поверења потрошача. Они могу изричито налагати да уговори садрже одређене клаузуле или да поштују извесне принципе за различите типове уговора. Пример за обавезивајуће услове су захтеви које би требало да испуњавају уговори о потрошачким кредитима, који су садржани у Закону о потрошачким кредитима, док се други вид захтева којим се тражи поштовање одређене клаузуле или одређених принципа, остварује се у Бугарској, кроз забрану непоштених уговорних услова, која је садржана у Закону о заштити потрошача. У неким земљама постоји обавеза примене одређених типских уговора, који садрже обавезујуће стандардне услове. Оваква иницијатива је била објављена крајем 2011.год. у САД, где су биле уведене стандардне уговорне клаузуле у уговорима о кредитним картицама.

Консултације

Пракса стручног саветовања потрошача налази широку примену у многим земљама, посебно као добровољна иницијатива различитих структура цивилног друштва. Кључно питање које се поставља у овом случају односи се на независност особе која даје консултације у вези производа или услуга. Најчешће ове услуге пружају различите фирме, које у већини случајева добијају провизију за сваку од ових услуга. Истовремено, постоје примери где се врше независне консултације и саветовања, где потрошачи плаћају услугу саветовања и могу се ослонити на већи степен објективности која произилази из овакве независности консултаната. Један од таквих примера је пракса британског удружења потрошача Which, које даје савете при избору и закључењу уговора о стамбеним кредитима.

Други, све популарнији извор за консултације при куповини, су **потрошачки форуми и блогови**, који постају све распрострањенији на Интернету. Преко њих потрошачи добијају највише информација од других потрошача који користе одређени производ и деле своја искуства у вези са његовим коришћењем. Основни недостатак овог вида потрошачке информације је анонимност потрошача који врше оцену, што може довести у сумњу њихову компетентност, па чак и веродостојност (у неким случајевима трговци се могу представити као потрошачи и дати позитивне оцене својим производима). Још један недостатак овог вида консултације је субјективност у ставовима потрошача и недостатак могућности за упоређење са другим производима у истој категорији. Међутим, као позитивну, можемо истаћи чињеницу, да се повремено као корисници форума и блогова могу јавити и стручњаци из датих области, чије мишљење ужива висок степен поверења.

Иницијативе за образовање и подизање свести

Иницијатива за промоцију образовања и подизања свести је неопходна, како би се повећала транспарентност тржишта и како би корисници могли да развију вештине, знање и самопоуздање потребно да изврше информисани избор, односно да добију све потребне информације приликом куповине. Информативне кампање се користе не само да информишу већ и да утичу на понашање потрошача - као што је промовисање здраве исхране или смањење пушења. Високо образовање и свест помажу у промовисању критичног и активног ангажовања потрошача уопште. Главне разлике између кампања за подизање свести и иницијатива за образовање су углавном у њиховим временским оквирима и задацима. Информативне кампање су обично кратке и усмерене на конкретан проблем, нпр. проблем опасних материја или преваре. Образовне иницијативе, са своје стране, имају дугорочни приступ са нагласком на формирању трајних вештина (на пример, појачану способност да доносе правилне одлуке) или промена у понашању потрошача (нпр. куповина производа који су еколошки).

5. УПОРЕДНЕ АНАЛИЗЕ ПРОИЗВОДА

Развој компаративних истраживања у Европи

Прва компаративна истраживања житарица и млека спроведена су у САД-у 1929.год. од стране "Consumers` Research, Inc". Након америчког искуства, прве упоредне анализе спроведене су Европи, после Другог светског рата и то 1957.год. у Холандији, Британији и Немачкој, 1958.год. у Шведској, 1959.год. у Норвешкој, 1960.год. у Француској, Аустрији, Данској и Белгији. У другим западним земљама, тај процес је почео у касним 60-тим годинама и постаје основни елемент политике заштите потрошача.

Увођење **компаративних анализа производа у Немачкој** одражава експанзију потрошачког друштва и брзу промену тржишне привреде. Први предлог за оснивање Института за испитивање (тестирање) производа, уз подршку федералне владе, остварен у 1957.год., са примарним циљем смањења асиметричности информација између произвођача и потрошача. Првобитно противљење произвођача решено је после промена у федералном закону и тада су увидели да могу да користе резултате упоредних тестова које ради Институт у свом пословном маркетингу и рекламној стратегији. Интегрисањем државне регулаторне заштите потрошача у социјално-тржишну привреду, немачка Фондација за независна упоредна испитивања "Stiftung Warentest", постаје израз новог модерног потрошачког друштва и немачког корпоративног модела.

Занимљиво је пратити финансирање Фондације "Stiftung Warentest" током година. Док је у 1967. години субвенционише држава у висини од пет милиона немачких марака (92% укупних прихода), у 2009.години, државна помоћ у износу од 6 милиона евра представља свега 13% укупног прихода који износи 47.36 милиона евра. Ова чињеница јасно показује потребу за равнотежом између државне подршке и независних активности организација које спровode упоредне анализе производа у различитим фазама развоја.

Највећа организација која врши **упоредне анализе производа и услуга у Енглеској**, основана је 1957.године и то је „Which”. Према подацима из годишњег извештаја организације за 2010.год., издање које публикује упоредне студије - магазин "Whic?" - има регистрованих 573.000 претплатника. У почетку, часопис је излазио свака три месеца, али због великог интересовања и због резултата који се у њему објављују, магазин почиње да излази једном месечно. Данас, заједно са часописом "Whic?", издају се часописи и водичи за здравствене, финансијске и друге теме које су фокусиране на питања потрошача и заштиту потрошача („Holiday Which?", „Gardening Which?", „Which Money?" и др.).

Организација је проценила да је тестирано више од 70% производа широке потрошње на тржишту Велике Британије. Укупни приход удружења за период јун 2009. - јун 2010. године износио је 70 милиона британских фунти (око 82 милиона евра) а 75 % остварених средстава у висини од 68 милиона

британских фунти се користе за спровођење испитивања и анализу робе и услуга. Према истом извештају, 109 од 451 запослених у организацији су ангажовани у испитивањима и проучавањима. Од 1970.године упоредне анализе се спроводе у сопственим лабораторијама, у складу са националним и међународним стандардима за контролу производа и услуга. Овако основана лабораторијска база даје резултате за 60-70% испитивања које организује "Which?", као и за опште анализе организоване у сарадњи са другим организацијама потрошача у Европи.

Важно је обратити пажњу на значајну разлику у финансирању јер немачке организације које се баве тестирањем "Which", не добијају средства из државног буџета. Новчана средства организације углавном проистичу из продаје резултата компаративних анализа и других истраживачких услуга, као и од правних савета.

Упоредне анализе су саставни део националне политике о заштити потрошача **у земљама Скандинавије**. У поређењу са праксом у Немачкој и Великој Британији, овде је реч о наглашеној подршци државе. У **Шведској** је главна делатност Националног института за информисање потрошача, који је створен још 1957.године, упоредно тестирање (анализа) производа. Данас је, у овој земљи, то организација "Konsumenverke" - Национални савет за питања потрошача. За функционисање ових организација највећу заслугу има држава, која их допуњује финансијским доприносима од претплате за часопис "I & Рон" ("Резултати и консултација"), који објављује резултате упоредних тестова. Ова организација потрошача спроводи и пројекте чији је циљ истраживање нових начина за штедњу енергије у домаћинствима. Презентација резултата компаративних анализа у Шведској има своје специфичности. За разлику од британског и немачког приступа, где се врши рангирање квалитета производа или где се даје препорука куповине најповољнијих производа у односу квалитет/цена, овде су резултати приказани у табели, тако да потрошачи сами виде разлике између производа. Скандинавски приступ се заснива на принципу да су потребе и захтеви различитих корисника веома разноврсни, тако да нема потребе да се направи рангирање од тестираних производа. Иницијатива је овде у рукама индивидуалних потрошача, који могу да оцењују објављене резултате тестираних производа и да сами донесу одлуку о томе који су производи најпогоднији за њих.

Европска подршка за наметање независних потрошачких суђења у Централној и Источној Европи

За новоучлањене земље Европске уније из Централне и Источне Европе, упоредни тестови (анализе) представљају нови феномен повезан са недостатком систематичности и постојањем ограничености у обиму.

Истраживање из 2004.године спроведено у Литванији, показује да се упоредне анализе не врше систематски, док су резултати таквих анализа из

западних земаља тешко доступни просечном потрошачу. Аутори закључују да углавном активности произвођача, дистрибутера и маркетиншких група, стварају потрошачко мишљење и лојалност потрошача према неким производима. Истраживање истиче и неке нове перспективе: прехранбени производи су најприкладнији за будуће упоредне анализе, за разлику од услуга; сарадња и уско специјализовање балтичких држава, са техничке и економске тачке гледишта, могло би довести до успостављања ефикаснијег система упоредног тестирања квалитета производа и услуга.

У **Словенији** упоредне анализе (тестирања) спроводи словеначки Савез потрошача у сарадњи са стручним и независним организацијама. Резултати он-лајн истраживања, које је спроведено у 2008. години, показује да информације из упоредног тестирања производа утичу на одлуку о куповини, заједно са претходним искуством потрошача.

Може се приметити и *јасно изражена европска подршка за наметање независних потрошачких истраживања у земљама у Централној и Источној Европи*. У септембру 2006. године покренут је трогодишњи пројекат подржан од стране Европске комисије у износу од преко 5 милиона евра, од чега је европски допринос већи од 1,6 милиона.

Исти је инициран од стране организације "Међународна потрошачка истраживања и тестирања - ICRT " и европске потрошачке организације (European Consumers' Organisation – BEUC) а намењен је корисницима на Кипру, у Чешкој, Мађарској, Пољској, Румунији и Словенији.

У оквиру пројекта се реализује идеја о ширењу приступа за потрошаче и потрошачке организације у новим државама чланицама, упоредним тестовима, користећи искуства ICRT. Активности у оквиру пројекта су усмерене на изградњу капацитета организација потрошача у земљама које учествују у пројекту, да могу извршити упоредна испитивања и објављивати резултате на основу успешних модела установљених у земљама Западне Европе.

Коначни резултати показују да потрошачи у тим земљама, сада имају приступ потрошачким часописима и сајтовима, који објављују резултате независних упоредних тестова. Они су добили поуздане упоредне информације о широком спектру производа за свакодневну употребу од укупно 18 упоредних тестова и то од веш-машине до дигиталних фото-апарата, мобилних телефона, усисивача, детерџената, средстава за сунчање, преносних музичких плејера и телевизора.

6. МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ПОТРОШАЧА

Потрошачка интернационала

Потрошачка Интернационала је глобална федерација потрошачких организација, која представља јединствени, независни и ауторитативно глобални глас потрошача. Она има преко 220 организација чланица у 115 земаља које чине јак интернационални покрет за помоћ и заштиту, који

обезбеђује права потрошача. Основана 1960.године, федерација се бори за фер, сигурну и стабилну будућност свих корисника на глобалном тржишту. Потрошачка интернационала је непрофитна организација и регистрована је у Великој Британији.

Принципи

Постоји осам основних потрошачких права која одређују и формирају организационе принципе:

- Право на задовољење основних потреба
- Право на безбедност
- Право на информисаност
- Право избора
- Право да се чује глас потрошача
- Право на задовољење
- Право на образовање потрошача
- Право на здраву животну средину.

Активности

Потрошачка интернационала организује потрошачке кампање у вези основних међународних потрошачких проблема, чији је циљ остваривање видљивих промена у политици владе и пословног понашања. Организација настоји да подстиче бизнис, као и да проблеме потрошача поставља на прво место. Потрошачка интернационала се противи било каквом понашању које угрожава, игнорише принципе или злоупотребљава принципе заштите потрошача. Организација шаље и званичне представнике у организације на светском нивоу, попут Организације Уједињених Нација, Светске здравствене организације, Међународне организације за стандардизацију и др. Потрошачка интернационала је такође, посвећена и подршци заштите и развоја потрошачких права, изградњом бољих организација потрошача широм света. Потрошачка интернационала се састоји од много организација. Највеће организације броје око 500 чланова и њихов годишњи буџет износи преко \$ 160 милиона. Неке од најмањих организација имају до једног или два волонтера.

Потрошачка интернационала

1. Помаже члановима да остваре своје циљеве у кампањи.

Пружање међународне подршке за унапређење права потрошача је њихов основни циљ. То се постиже кроз размену извршених истраживања и тестирања производа и услуга.

2. Омогућавање свим члановима организације да уче једни од других.

Ово је изузетна прилика члановима да размењују идеје, организују редовне

састанке по регионима и да врше консултације. Организација подржава преко-атлантску комуникацију потрошачких групација у Европи и Северној Америци.

3. Помаже обуку заштитника права потрошача.

Искуство од 50 година доприноси да се врши обука добрих кадрова који су ангажовани на питањима заштите права потрошача. Размена искустава и знања се остварује не само кроз ову мрежу, већ и радом на другим пројектима.

4. Постизање дугорочне подршке.

Организација има мали, али добро обучени тим који обезбеђује средства. Радећи на глобалном нивоу, имају експертско искуство у томе како и преко којих организационих институција нешто треба урадити. Помоћ у овом облику је усмерена на оне чланове који нису у могућности да имају сопствено финансирање.

5. Подршка свим члановима и на свим нивоима.

Од разумевања и поштовања процедура задатог пројекта, до обезбеђења приступа чланицама разним чланцима, студијама и публикацијама.

Европска асоцијација потрошача (BEUC)

Европска асоцијација потрошача основана је 6. марта, 1962. године. Потрошачке организације из Белгије, Луксембурга, Холандије, Италије и Немачке, које заједно раде уназад неколико година, одлучиле су да створе европску асоцијацију са седиштем у Бриселу.

Организација је један од првих подносиоца захтева за отварање представништва у европској престоници, које би имало утицај на политичке одлуке ЕУ. Постоји јак интерес многих организација различитих типова за постојање ове организације, као што су и интереси оних који раде у име синдиката, пословни интереси и интереси регионалних канцеларија. То је оно што је помогло Европској асоцијацији потрошача да настави да ради 45 година, ради остваривања свог основног циља - заштите права потрошача.

BEUC има учлањено више од 40 независних организација, из 30 земаља, у Европи. BEUC делује као кишобран за све ове организације а његов основни задатак је да заступа њихове интересе и штити права потрошача у Европи. Партнери са којима сарађује у различитим областима, пружају му податке о испитивањима, експертизама и др.

BEUC помаже новим чланицама кроз know-how начин, да изграде своје капацитете.

BEUC подржава идеју да на јединственом европском тржишту, робе и услуге морају бити безбедне и да не смеју представљати ризик за здравље потрошача, животну средину и будуће генерације.

BEUC пажљиво прати одлуке ЕУ, које утичу на права потрошача у осам приоритетних области:

1. Енергетика и одрживи развој

Потрошачима ће користити постојање либерализованог енергетског тржишта, као што ће имати и једноставнију могућност

избора, у случају да:

- овлашћења и независност енергетских регулатора буду ојачани и да је универзалност ових услуга присутна широм Европе,
- понуде на тржишту буду упоредиве и да потрошачи могу лако и без проблема променити добављача,
- потрошачи добијају јасне, прецизне и лако доступне информације о њиховој енергетској потрошњи,
- приоритет је и одрживост потрошачких производа (нпр. еко-дизајн, еколошко обележавање).

2. Финансијске услуге

Шта је потребно?

Праведно унутрашње тржиште финансијских услуга за физичка лица, где ће поверење потрошача бити могуће и то ако:

- постоје независни надзорни органи на националном и европском нивоу у свим областима у вези са финансијским услугама и који треба да се прилагоде интересима потрошача.
- искуства у вези кредитирања морају бити пренета у законодавство, предузете потребне мере за бољу заштиту потрошача и ако се настоји на превазилажењу разлика између законодавстава у различитим земљама чланицама.
- буду предузете мере, које забрањују дискриминацију путем нелојалне трговачке праксе у вези са финансијским услугама (кредити, рачуни, плаћања и др.) и конкретније, пакетни производи, промотивне цене у хипотекарним кредитима и др.
- постоји право потрошача на гарантовану доступност основних банкарских услуга са европском димензијом. Информација о финансијским услугама морају бити лако разумљиве и упоредиве, а савети о финансијским услугама морају бити поуздани и доступни.

3. Храна

Шта је потребно?

Избор хране од стране потрошача и њена безбедност могу бити побољшани на следеће начине:

- • Информација у везу хране мора бити потпуна и лако разумљива
 - • На тржишту мора бити дозвољено пласирати храну са здравим хранљивим карактеристикама
 - • Законодавне мере које ограничавају рекламирање и промоцију хране за децу, са високим садржајем масти, шећера или соли, које ће важити за све медије.
-

4. Здравље

Шта је потребно?

Потрошачима су неопходне прецизне информације везане за њихово здравље, лекове и лечење и могућност приступа сигурнијим и иновативнијим лековима.

Да би се ово постигло мора да постоји:

- Боља информисаност потрошача
- Прецизна права потрошача у здравственој заштити, која треба утврдити не само у границама појединих земаља, већ и на европском нивоу.
- Е-здравствене апликације, које треба да обезбеде конкретну корист за потрошаче, али исто тако и да дефинишу своје место и своју неопходност у друштву.

5.. Безбедност

Шта је потребно?

Потрошачи морају имати приступ безбедним производима и не смеју бити изложени опасним хемикалијама. То се може постићи на следеће начине:

- путем RAPEX система обавештавања који је транспарентан и ефикасан а законодавци морају бити свесни ризика који представљају специфичне робе широке потрошње (нпр. роба за децу).
- правила о општој безбедности производа морају бити јасна и правилно примењена
- да су производи безбеднији и да садрже мање опасне супстанце
- постојање Еко-ознака које гарантује високе стандарде заштите.

Приоритети: безбедност производа, хемикалија, нанотехнологије и етикета са еко-ознакама.

6. Потрошачки уговори

Шта је потребно?

Потрошачи би требало да имају више самопоуздања приликом куповине производа и услуга у својој земљи, као и у било којој земљи ЕУ. Ово се може постићи ако се део закона који се односи на заштиту потрошача у ЕУ и који обухвата основна права која се односе на потрошачке уговоре, укључујући и оне који су закључени *online*, прецизно одреди, у складу са европским законодавством.

Приоритети: правила за заштиту потрошача у вези са уговорима.

7. Дигитални простор

Шта је потребно?

- Потпуна заштита личних података потрошача.
- Гаранција да интернет остаје слободан и да сви европски потрошачи

имају приступ телекомуникационим услугама.

- Да се гарантује лојална конкуренција на дигиталним тржиштима и квалитетнија услуга.
- Прецизна права потрошача

Приоритети: заштита приватног живота и заштита података, интернет тржишта и заштита права интелектуалне својине.

8. Правна заштита потрошача

Шта је потребно?

Доступност правосудних органа потрошачима

Основни циљ је направити процедуру која омогућава да одређени број потрошача може тужити за надокнаду штете коју је проузроковао исти трговац и то не само на националном нивоу.

Овај инструмент ће:

- Омогућити потрошачима да добију накнаду за штету су претрпели;
- Побољшати функционисање унутрашњег тржишта и тржишта у иностранству;
- Олакшати приступ правосудним органима;
- Обезбедити мање судске трошкове, како за потрошаче, тако и за трговце;

Како би се изборио са овим изазовима, BEUC-ов тим се састоји од око 35 људи, који се баве управљањем, комуникацијама и обуком.

Изван Европе, BEUC је придружени члан међународне организације за кориснике, Consumers Internacional (CI). BEUC игра активну улогу у организацији "Преко-атлантског дијалога потрошача" (TACD), који има контакте и врши размену искуства са колегама из САД. Циљ је да се у тесној сарадњи са Потрошачком интернационалом осигура решавање потрошачких проблема на глобалном нивоу.

Међународна организација за потрошачка истраживања и тестирања - (ICRT)

Међународна организација за потрошачка истраживања и тестирања (ICRT) је глобални конзорцијум, више од 40 потрошачких организација, чији је основни циљ да спроводи заједничко истраживање и тестирање, у интересу потрошача.

ICRT постоји искључиво у интересу потрошача. Она је независна од маркетиншких агенција, трговаца, произвођача и политичких партија.

Главни циљеви ICRT-а су да олакша сарадњу између својих чланова и да подстакне научна истраживања и испитивања у области робе широке потрошње и услуга. ICRT поставља јасне смернице за успешну сарадњу, повећава ефикасност истраживања и помаже малим организацијама за

заштиту потрошача.

ICRT чланови сарађују захваљујући програму за континуирано испитивање широког спектра популарних производа широке потрошње, као што су дигиталне камере, мобилни телефони, телевизори, аутомобили, веш машине, машине за прање судова, усисивачи и сијалице. Поред тога, постоје и бројна друга, мање значајна заједничка тестирања читавог спектра потрошачких производа-креме против бора, спортска обућа и још много тога.

ICRT такође, олакшава размену информација и испитивања међу својим члановима у областима као што су храна, здравство, животна средина и финансијске услуге.

ICRT чланови сједињују своје снаге са конзорцијумима аутомобилске индустрије при тестирању возила, гума и деčјих седишта у аутомобилима. ICRT је кључни играч у Euro NACP. Euro NACP организује тзв. „crash” тестове и даје купцима аутомобила реалнију и независну процену безбедности неких од најпопуларнијих аутомобила који се продају у Европи.

Историјат

ICRT је званично основан као непрофитна организација у Великој Британији 1990.године, али се заснива на дугој традицији сарадње између независних организација за заштиту потрошача.

- 1968.г. - Организује прве заједничке тестове између потрошачких организација у Холандији и Белгији, укључујући тестирање апарата за сушење косе, прање судова, стерео пријемника и модела возова.
- 1974.г. - има 12 чланица организација из - Холандије, Белгије, Немачке, Британије, Француске, Данске, Норвешке, Швајцарске и Аустрије
- 1995.г. - ICRT постаје један од оснивача за Euro NACP тестове
- 1999.г. - ICRT има 26 чланица
- 2002.г. - формирање тест групе нордијских земаља
- 2004.г. - Consumer Reports (САД) приступа ICRT-у; Азијско-тихоокеанска група се састаје први пут.
- 2007.г. - пројекат за побољшање сарадње у новим државама чланицама доводи до формирања регионалне групе у Централној и Источној Европи у 2010.години
- 2011.г. - ICRT има 43 организација чланица.

Рад ICRT

ICRT ради више од 50 великих заједничких тестова и бројне мање заједничке тестове сваке године. Организација користи око 60 високо специјализованих лабораторија широм света, где годишње изврши истраживање и тестирање хиљаде производа.

Обим знања

ICRT је креирао, а сада и управља модерном базом података која садржи резултате анализа (тестова) и податке који се користе за објављивање од стране чланица организације у сродним часописима и веб сајтовима. ICRT развија опште процедуре за континуирана велика тестирања производа као што су мобилни телефони, веш машине, дигиталне камере, дечија седишта и гуме.

Евалуација резултата

Кроз свој програм тестирања, ICRT омогућава организацијама потрошача широм света да стандардизује извештаје за један те исти производ, чиме се побољшава квалитет доступних информација потрошачима. ICRT омогућава континуирану размену информација о најновијим методологијама тестирања. ICRT планира и контролише специфичне мреже, које могу да помогну кретање потрошачких информација у глобалној арени.

Регионалне групе ICRT

ICRT координира рад пет регионалних група (Северна, Централна и Источна Европа, Азија и Пацифик, Африка и Латинска Америка), на основу њихових културних и регионалних сличности и помаже им да постану одрживе.

Клијенти који користе услуге ICRT

Резултати теста из ICRT су објављени у више од 10 милиона часописа широм света, са потенцијалном публиком од 30 до 40 милиона сваког месеца. Са више људи се комуницира преко веб-сајтова, књига и путем медијских кампања.

7. ВОДИЧ

Листа директива у области заштите потрошача:

Price Indication Directive 98/6

98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers

Doorstep Selling Directive 85/577

85/577/EEC of the Council of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises

Distance Selling Directive 97/7

97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts

E – Commerce Directive 2000/31

2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market

Unfair Contract Terms Directive 93/13

93/13/EEC of the Council of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts

Sale and Guarantees Directive 99/44

1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees

Universal Service Directive 2002/22

2002/22/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services

Electricity Directive 2003/54

2003/54/EC of the European Parliament and of the Council of 26 June 2003 concerning common rules for the internal market in electricity

Natural Gas Directive 2003/55

2003/55/EC of the European Parliament and of the Council of 26 June 2003 concerning common rules for the internal market in natural gas

Package Travel Directive 90/314

90/314/EEC of the Council of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours

Timesharing Directive 2008/122

2008/122/EC of the European Parliament and of the Council of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts

Consumers Credits Directive 2008/48

2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers

Distance Marketing of Financial Services Directive 2002/65

2002/65/EC of the European Parliament and of the Council of 23 September 2002

concerning the distance marketing of consumer financial services

Out-of-court settlement Recommendation 98/257

98/257 of the Commission of 30 March 1998 on the principles applicable to the bodies responsible for out-of-court settlement of consumer disputes

Out-of-court settlement Recommendation 2001/310

2001/310 of the Commission of 4 April 2001 on the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes

Mediation Directive 2008/52

2008/52/EC of the European Parliament and of the Council of 21 May 2008 on certain aspects of mediation in civil and commercial matters

Small Claims Procedure Regulation 861/2007

861/2007 of the European Parliament and of the Council of 11 July 2007 establishing a European Small Claims Procedure

Injunctions Directive 2009/22

Product Liability Directive 85/374

85/374/EEC of 25 July 1985 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products

Unfair Commercial Practices Directive 2005/29

2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market

Misleading and Comparative Advertising Directive 2006/114

2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising

Индикатори потрошње енергије 2010/30/ЕС

Директива 2010/30/ЕС Европског парламента и Савета о показатељима потрошње енергије и других сличних производа, енергетско обележавање и стандардне информације производа

Директива о потрошачким правима 2011/83/ЕС

Директива 2011/83/ЕС Европског парламента и Савета која се односи на права потрошача, за измене Директиве 93/13/ЕИО Савета и Директиве 1999/44/ЕО Европског парламента и Савета, којом се укида Директива 85/577/ЕИО Савета и Директива 97/7/ЕО Европског парламента и Савета

УПУТСТВО САВЕТА 93/13/ЕЕЗ

од 05.04.1993.

о одредбама које се противе начелу савесности и поштења (неправичним одредбама) у потрошачким уговорима

САВЕТ ЕВРОПСКИХ ЗАЈЕДНИЦА,
имајући у виду Уговор о оснивању Европске економске заједнице, и посебно његов члан 100а,
имајући у виду предлог Комисије,
у сарадњи са Европским парламентом

имајући у виду мишљење Економског и социјалног комитета, имајући у виду да је неопходно донети мере у циљу постепеног успостављања унутрашњег тржишта пре 31.12.1992; због тога што унутрашње тржиште обухвата подручје без унутрашњих граница у коме се роба, лица, услуге и капитал слободно крећу; имајући у виду да неусклађеност права држава чланица који се односе на уговоре између продаваца или пружалаца услуга, са једне стране и потрошача роба и услуга, са друге стране, има за последицу да се национална тржишта роба и услуга међусобно разликују и да може доћи до поремећаја конкуренције међу продавцима и пружаоцима услуга, посебно када продају робу или пружају услугу у другој држави чланици; имајући у виду да права држава чланица о неправичним одредбама у потрошачким уговорима показују очигледна размимоилажења; имајући у виду обавезу држава чланица да осигурају да уговори закључени са потрошачима не садрже неправичне одредбе; имајући у виду да потрошачи у начелу не познају законске прописе других држава чланица који уређују уговоре о продаји роба или услуга; имајући у виду да их ово незнање може одвратити од непосредне куповине роба или услуга у другој држави чланици; имајући у виду да је ради подстицања успостављања унутрашњег тржишта и заштите грађана у њиховој улози потрошача када набављају робе и услуге по основу уговора који су уређени прописима других држава чланица, неопходно уклонити неправичне одредбе из тих уговора имајући у виду да ће се на тај начин продавцима роба и пружаоцима услуга помоћи у њиховом послу како код куће, тако и на читавом унутрашњем тржишту; имајући у виду да се тиме стимулише конкуренција и доприноси повећању могућности избора за грађане Заједнице у улози потрошача; имајући у виду да су два програма Заједнице за заштиту потрошача и политику обавештавања подвукла значај заштите потрошача од неправичних уговорних одредаба; имајући у виду да ова заштита треба да се пружи путем закона и подзаконских аката ујединачених или донетих на нивоу Заједнице; имајући у виду принцип садржан под насловом "Заштита економских интереса потрошача", наведен у поменутиим програмима: "прибавилац роба и услуга треба да буде заштићен од злоупотребе овлашћења од стране продавца или пружаоца услуга, посебно у случају формуларних уговора и неправичних уговорних искључења основних права потрошача; имајући у виду да се ефикаснија заштита потрошача може постићи доношењем једнообразних правила о неправичним одредбама; имајући у виду да та правила треба да се примењују на све уговоре који се закључују између продаваца или пружалаца услуга и потрошача; имајући у виду да се, између осталог, ово упутство не односи на уговоре о раду, наследноправне уговоре, породичноправне уговоре, уговоре о оснивању и организацији предузећа и уговоре о ортаклуку; имајући у виду да потрошач треба да ужива једнаку заштиту у уговорима закљученим у усменој и писаној форми, а у случају уговора закљученог у

писаној форми, без обзира на то да ли су уговорне одредбе садржане у једном или више докумената;

имајући у виду да национална прописи тренутно омогућавају само делимично усаглашавање; имајући у виду да се ово упутство односи само на оне уговорне одредбе које нису појединачно уговорене; имајући у виду да би државама чланицама требало омогућити да својим националним прописима, строжијим од оних из овог упутства, уз дужно поштовање Уговора, својим потрошачима пруже виши ниво заштите.

имајући у виду претпоставку да прописи држава чланица, који непосредно или посредно уређују потрошачке уговоре, не дозвољавају неправичне уговорне одредбе; имајући у виду да изгледа да није неопходно да се ово упутство односи на одредбе које су у складу са императивним прописима државе чланице или одредбе које су у складу са принципима или правилима међународних конвенција које су потписале државе чланице или Заједница; имајући у виду да се формулација "императивне законска или подзаконска правила" из чл. 1(2) односи и на диспозитивна законска правила;

имајући у виду да је обавеза држава чланица да обезбеде да уговори не садрже неправичне одредбе, посебно због тога што се ово упутство примењује и на трговину, привреду или послове од јавног значаја;

имајући у виду да је неопходно да се утврде општи критеријуми за препознавање неправичних уговорних одредба;

имајући у виду да се процена да ли се уговорна одредба по изабраним општим критеријумима квалификује као неправична мора допунити укупним одмеравањем различитих интереса, а посебно код продаја или испорука од јавног значаја где се услуга пружа великом броју корисника и заснива на принципу солидарности међу корисницима; имајући у виду да је ово у складу са начелом савесности и поштења; због тога што ће се приликом анализе у доброј вери, посебна пажња усмерити на преговарачку моћ странака, без обзира да ли се потрошач у заблуди сагласио са уговорном одредбом и без обзира на то да ли је роба продата односно услуга извршена на основу посебне поруџбине потрошача; имајући у виду да код продавца или испоручиоца мора постојати савесност и поштење онда када коректно и равноправно послује са другом страном чији легитимни интерес мора да има у виду;

имајући у виду да у сврху примене овог упутства, списак одредба у Анексу може, због опште природе Упутства, бити само индикативног карактера, а због његовог минималног карактера државе чланице могу појачати његове одредбе или бити рестриктивнији приликом уређивања националним прописима;

имајући у виду да природа роба или услуга треба да има утицај на процену неправичног карактера уговорних одредба;

имајући у виду да се у сврху овог упутства, не процењује неправични карактер оних уговорних одредаба које се односе на предмет уговора или на однос цене и квалитета робе или услуге; због тога што се предмет уговора и однос цене и квалитета ипак могу узети у обзир приликом препознавања неправичног карактера других одредба; имајући у виду да то даље значи, између осталог,

да у уговорима о осигурању, одредбе које јасно дефинишу или индивидуализују осигурани ризик и обавезу осигураваача, не подлежу таквој анализи пошто се ова ограничења узимају у обзир приликом калкулације премије коју плаћа потрошач;

имајући у виду да уговори треба да буду сачињени једноставним и разумљивим језиком, потрошачу би требало пружити прилику да размотри све одредбе, а у случају недоумице предност се даје тумачењу које је најповољније за потрошача;

имајући у виду да државе чланице треба да обезбеде да уговори не садрже неправичне одредбе које продавци или даваоци услуга закључују са потрошачима и да предвиде да ако дође до уговарања таквих одредби, оне не обавезују потрошача иако уговор и даље производи правна дејства, уколико може да опстане без неправичне одредбе;

имајући у виду да постоји ризик да, у извесним случајевима, потрошач може остати без заштите предвиђене овим упутством због примене на уговор прописа државе која није чланица; имајући у виду да одговарајућа правила треба предвидети овим упутством у циљу предупређења овог ризика;

имајући у виду да ако лица или организације за које се, према прописима државе чланице, сматра да имају легитимни интерес у некој ствари морају имати могућност за покретање поступка у вези са стандардним одредбама уговора закључених с потрошачима, а посебно у вези са неправичним одредбама, било пред судом или органом управе надлежним за одлучивање о притужбама или ради покретања одговарајућег поступка; имајући у виду да ова могућност не налаже претходну проверу општих услова пословања у датој привредног грани ;

имајући у виду да судски и органи управе држава чланица морају имати на располагању адекватна и ефикасна средства за спречавање редовног уговарања неправичних одредба у потрошачким уговорима,

УСВОЈИО ЈЕ ОВО УПУТСТВО:

Члан 1.

1. Сврха овог упутства је уједначавање закона и других прописа држава-чланица у вези са неправичним одредбама уговора који се закључују између продавца или пружаоца услуга и потрошача.
2. Ово упутство се не односи на уговорне одредбе које су у складу са императивним законским и подзаконским нормама и са правилима или принципима међународних конвенција које су потписане од стране држава чланица или Заједнице, посебно у области транспорта.

Члан 2.

За потребе овог упутства:

- (а) "неправичне одредбе" означавају уговорне одредбе дефинисане у члану 3;
 - (б) „потрошач“ значи свако физичко лице које у уговорима на које се односи ово упутство дела с циљем који је ван његове делатности, пословања или професије;
 - (ц) "продавац или пружалац услуге" означава свако физичко или правно лице
-

које, у уговорима на које се односи ово упутство, поступа у оквиру свог заната, делатности или занимања, било да је у приватној или јавној својини.

Члан 3.

1. Уговорна одредба чија садржина није споразумно уговорена сматра се неправичном ако, супротно савесности и поштењу, доводи до битне несразмерности у уговорним правима и обавезама странака на штету потрошача.

2. Ако је уговорна одредба сачињена унапред тако да потрошач није могао да утиче на њену садржину, сматраће се да садржина ове одредбе није споразумно уговорена, нарочито када је реч о формуларним уговорима.

Чињеница да је садржина одређене уговорне одредбе или једног њеног дела споразумно уговорена, не искључује примену овог члана на остатак уговора, ако свеукупна процена уговора указује на то да се свакако ради о формуларном уговору.

Када продавац или давалац услуге тврди да је о стандардној одредби посебно преговарано, терет доказивања лежи на њему.

3. Анекс садржи индикативну и незакључену листу одредаба које се квалификују као неправичне.

Члан 4.

1. Недоводећи у питање члан 7, неправични карактер уговорне одредбе се процењује узимајући у обзир природу роба или услуга које су предмет уговорне обавезе, све околности које су претходиле његовом закључењу, као и све друге одредбе тог или неког другог уговора од ког први зависи.

2. Приликом утврђивања неправичног карактера уговорне одредбе, не процењује се начин на који је дефинисан предмет уговора, нити се процењује у којој мери је уговорена цена или накнада сразмерна роби или услузи која се узврат дугује, уколико је одредба написана једноставним и разумљивим језиком.

Члан 5.

Ако су све или поједине одредбе будућег уговора потрошачу предложене у писаној форми, те одредбе морају бити срочене једноставним и разумљивим језиком. У случају сумње у погледу значења одредбе, примењује се тумачење које је најповољније за потрошача. Ово правило о тумачењу се не примењује у поступцима из члана 7(2).

Члан 6.

1. Државе чланице ће прописати да неправичне одредбе у уговору који је произвођач или пружалац услуга закључио са потрошачем по националном праву не обавезују потрошача, и да закључени уговор и даље обавезује уговорне стране, ако тај уговор може да опстане без неправичне одредбе.

2. Државе чланице ће предузети неопходне мере како би спречиле да потрошач изгуби заштиту која је гарантована овим упутством, у случају да је као меродавно право изабрано право државе која није чланица, а уговор је у блиској вези са територијом држава чланица.

Члан 7.

1. Државе чланице ће, у интересу потрошача и конкурената, предвидети

адекватна и ефикасна средства у циљу спречавања редовног уговарања неправичних одредаба у уговорима које продавци или пружаоци услуга закључују са потрошачима.

2. Средства из става 1 обухватају одредбе по којима лица или организације са легитимним интересом заштите потрошача, по националном прописима, могу покренути поступак, на основу националног права, пред судовима или надлежним органима управе ради доношења одлуке у погледу утврђивања да ли су одредбе у којима су садржани општи услови формуларних уговора неправичне, тако да могу применити одговарајућа и делотворна средства у циљу спречавања редовног уговарања таквих одредаба.

3. Уз обавезно поштовање националних прописа, правна средства наведена у ставу 2 овог члана могу се користити одвојено или заједно против одређеног броја продаваца или пружалаца услуга из исте привредне гране или њихових удружења која употребљавају или препоручују употребу истих одредаба у којима су садржани општи услови или сличних одредба.

Члан 8.

Ради постизања максималне заштите потрошача и под условом да су компатибилни са Уговором, државе чланице могу донети или задржати прописе који су строжији у области на коју се односи ово упутство.

Члан 9.

Комисија ће сачинити извештај о примени овог упутства и упутити га Европском парламенту и Савету најкасније у року од пет година после датума из члана 10(1).

Члан 10.

1. Државе чланице су дужне да усвоје законе и друге прописе неопходне за спровођење овог упутства најкасније до 31. децембра 1994. Оне о томе одмах обавештавају Комисију.

Ти прописи ће се примењивати на све уговоре закључене после 31. децембра 1994.

2. Када државе чланице усвоје те мере, оне ће садржавати и упућивање на ово упутство, или ће бити праћене таквим упућивањем у време њиховог званичног објављивања. Државе чланице уређују начин упућивања.

3. Државе чланице достављају Комисији основне националне прописе које усвоје у области на коју се односи ово упутство.

Члан 11.

Ово упутство је упућено државама чланицама.

АНЕКС ОДРЕДБЕ ИЗ ЧЛАНА 3(3)

1. Одредбе које имају за циљ или последицу:

(а) искључење или ограничење законске одговорности продавца или пружаоца услуга за случај смрти или телесних повреда потрошача које настају из радњи или пропуста тог продавца или пружаоца услуга;

(б) неприхватљиво искључење или ограничење законских права потрошача

према продавцу, пружаоцу услуга или трећем лицу у случају потпуног или делимичног неизвршења или неадекватног извршења било које уговорне обавезе од стране продавца или пружаоца услуга, укључујући и могућност пребијања дуга према продавцу или пружаоцу услуга са било којим потраживањем које потрошач има према њему;

(ц) закључење уговора који обавезује потрошача, док је постојање уговорне обавезе на страни продавца или пружаоца услуга везано за услов чије остварење зависи једино од њихове воље;

(д) допуштање да продавац или пружалац услуге задржи износе које је платио потрошач у ситуацији када потрошач одлучи да не закључи уговор или га не изврши, без уговарања истог права за потрошача да захтева компензацију у еквивалентном износу у случају да продавац или пружалац услуге откаже уговор;

(е) захтевање од било којег потрошача који не испуни своју обавезу да плати несразмерно велику суму на име накнаде;

(ф) давање овлашћења продавцу или пружаоцу услуга да самовласно одустане од уговора ако исто овлашћење није гарантовано потрошачу, или давање овлашћења продавцу или пружаоцу услуга да задржи примљене износе за услуге које још није извршио, у случају да управо продавац или давалац услуге одустаје од уговора;

(г) омогућавање продавцу или даваоцу услуге да откаже уговор закључен на неодређено време без примереног отказног рока, изузев када за то постоје озбиљни разлози;

(х) прећутно продужење уговора закљученог на одређено време, када је рок у којем потрошач треба да се изјасни о својој неспремности да остане при уговору неразумно кратак;

(и) неопозиво обавезивање потрошача одредбама са којима није имао стварне могућности да се упозна пре закључења уговора;

(ј) уговарање да продавац или пружалац услуга има право да без оправданог разлога наведеног у уговору, једнострано измени уговорну одредбу;

(к) уговарање да продавац или пружалац услуга има право да без оправданог разлога једнострано измени карактеристике производа или услуге коју треба да пружи;

(1) уговарање да ће се цена роба одредити у време испоруке или омогућавање продавцу роба или пружаоцу услуга да повећа своју цену без давања могућности потрошачу, у оба случаја, адекватног права да откаже уговор ако коначна цена буде превисока у односу на цену која је усаглашена у време закључења уговора;

(м) давање продавцу или пружаоцу услуга права да одреди да ли су добра или услуге у складу са уговором или уговарање искључивог права продавца или пружаоца услуга да тумачи уговорне одредбе;

(н) ограничење обавезе продавца или пружаоца услуге да се повинује обавезама које је преузео његов заступник или условљавање извршења његове обавезе испуњењем неке формалности;

(о) обавезивање потрошача да испуни све обавезе, иако продавац или

пружалац услуге не испуњава своје;

(п) давање могућности продавцу или пружаоцу услуга да пренесе своја права и обавезе из уговора када то може послужити да се, без његове сагласности, смање гаранције дате потрошачу;

(д) искључење или отежавање права потрошача да поднесе тужбу или искористи било које друго правно средство, посебно ако се од њега захтева да спор искључиво решава путем арбитраже која није уређена законом, безразложно ограничавање приступа доказу или пребацивање на потрошача терета доказивања који, према меродавном праву, треба да буде на другој уговорној страни.

2. Поље примене тачака (г), (ј) и (1):

(а) Подстав (г) нема утицаја на одредбе по којима пружалац финансијских услуга задржава право да једнострано, без отказног рока, откаже уговор закључен на неодређено време уколико за то постоји оправдан разлог, под условом да пружалац услуге мора о томе да без одлагања обавести другу уговорну страну.

(б) Подстав (ј) нема утицаја на одредбе по којима пружалац финансијских услуга задржава право да без најаве измени каматну стопу коју плаћа потрошач или коју пружалац финансијске услуге дугује потрошачу или изнесе других трошкова за финансијске услуге, када за то постоји оправдан разлог, под условом да пружалац услуга обавезно обавести другу уговорну страну о томе што пре и да друга страна има право да одмах одустане од уговора. Подстав (ј), такође, не утиче на одредбе по којима продавац или пружалац услуга задржава право да једнострано измени одредбе уговора закључен на неодређено време, под условом да о томе на одговарајући начин обавести потрошача и да потрошач има право да одустане од уговора.

(ц) Подставови (г), (ј) и (1) не примењују се на:

- промет преносивим хартијама од вредности, финансијским инструментима и другим производима или услугама код којих је цена везана за промене квотација или индекса берзе или ценама на финансијском тржишту над којима продавац или пружалац услуга нема контролу;

- уговоре о куповини или продаји стране валуте, путничких чекова или међународне новчане дознаке изражене у страниј валути;

(д) Подстав (л) нема утицаја на законом дозвољене одредбе о индексацији цена, под условом да је начин на који се мењају цене изричито уговорен.

УПУТСТВО 1999/44/ЕЗ ЕВРОПСКОГ ПАРЛАМЕНТА И САВЕТА од 25.05.1999 о одређеним аспектима продаје робе широке потрошње и пратећим гаранцијама

ЕВРОПСКИ ПАРЛАМЕНТ И САВЕТ ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ,

имајући у виду Уговор о оснивању Европске економске заједнице, и посебно његов члан 95,

имајући у виду предлог Комисије,
имајући у виду мишљење Економског и социјалног комитета,
поступајући према процедури предвиђеној у члану 251 Уговора, у светлу
заједничког текста којег је одобрио Одбор за усаглашавање, 18. маја 1999.
године,

(1) имајући у виду да члан 153(1) и (3) Уговора предвиђа да Заједница треба да допринесе достизању вишег нивоа заштите потрошача путем мера које ће усвојити сходно члану 95 Уговора;

(2) имајући у виду да унутрашње тржиште обухвата подручје без унутрашњих граница где је гарантован слободан проток робе, људи, услуга и капитала; имајући у виду да се слободан промет робе не тиче само правних послова лица која обављају одређену делатност већ и послова поједнаца; имајући у виду да би потрошачи који живе у једној држави чланици требало да уживају право куповине добара на територији друге државе чланице на основу једнообразног минималног скупа објективних правила која уређују продају робе широке потрошње;

(3) имајући у виду да се закони држава чланица о продаји робе широке потрошње не подударају што има за последицу различитост националних тржишта робе широке потрошње од земље до земље и могућност да се наруши конкуренција међу продавацама;

(4) имајући у виду да потрошачи који желе да уживају у предностима великог тржишта тако што ће куповати робу у државама чланицама ван државе свог пребивалишта имају кључну улогу у обликовању унутрашњег тржишта; имајући у виду да је потребно спречити поновно вештачко успостављање граница и поделу тржишта; имајући у виду да су нове комуникационе технологије знатно повећале број опција на располагању потрошачима тако што су омогућиле непосредан приступ дистрибуционим системима других држава чланица и трећих земаља; имајући у виду да би развој продаје робе путем нових комуникационих технологија на даљину могао да буде успорен у одсуству минималне хармонизације правила која уређују продају робе широке потрошње;

(5) имајући у виду да ће израда минималних заједничких правила потрошачког права, која би важила без обзира на то где је роба купљена унутар Заједнице, оснажити поверење потрошача и омогућити им да боље искористе предности унутрашњег тржишта;

(6) имајући у виду да је несаобразност робе с оним што је уговорено извор највећег броја потешкоћа и узрок највећег броја спорова потрошача са продавацама; имајући у виду да је због тога упутно међусобно приближити националне прописе којима се уређује продаја робе широке потрошње, при чему се не би мењале одредбе и начела националних прописа везаних за уговорну и вануговорну одговорност;

(7) имајући у виду да роба мора, пре свега, да буде саобразна уговорној спецификацији; имајући у виду да се принцип саобразности уговору може сматрати заједничким елементом различитих националних правних традиција; имајући у виду да поједине националне правне традиције не дозвољавају

ослањање искључиво на овај принцип када је у питању обезбеђивање минималног нивоа заштите потрошача; имајући у виду да у таквим правним системима додатне националне одредбе могу бити од користи да би се потрошачи заштитили у случају да уговор не садржи посебне одредбе или да уговор садржи посебне одредбе којима се посредно или непосредно искључују или ограничавају права потрошача па које, у мери у којој се та права заснивају на овом упутству, нису обавезујуће за потрошаче;

(8) имајући у виду да би било корисно да се уведе оборива претпоставка саобразности робе онемо што је уговорено која би се односила на уобичајене ситуације, а у циљу олакшавања примене принципа саобразности испоручене робе уговору; имајући у виду да та претпоставка не ограничава начело слободе уговарања; имајући у виду да се у недостатку посебних уговорних одредаба, као и тамо где се примењује клаузула минималне заштите, могу користити елементи претпоставке ради утврђивања несаобразности робе онемо што је уговорено; имајући у виду да квалитет и учинак које потрошачи могу разумно да очекују зависе, између осталог, од тога да ли је у питању нова или половна роба; имајући у виду да се елементи за заснивање претпоставке захтевају кумулативно; имајући у виду да у случају да околности учине било који поједини елемент претпоставке очигледно неприкладним преостали елементи ће и даље наставити да се примењују;

(9) имајући у виду да продавац треба директно да одговара потрошачу за усклађеност испоручених добара са уговором; имајући у виду да је ово традиционално решење садржано у правним порецима држава чланица; имајући у виду да потрошач, свеједно, треба да ужива право да, у складу с националним прописима, улаже правна средства против произвођача, претходног продавца у истом низу уговора или било ког посредника, осим у случају да се одрекао тог права; имајући у виду да се ово упутство не дотиче начела слободе уговарања између продавца, произвођача, претходног продавца или било ког другог посредника, имајући у виду да правила која уређују против кога и како продавац може улагати правна средства треба да буду утврђена националним прописима;

(10) имајући у виду да, у случају несаобразности испоручене робе уговору, потрошач треба да буде овлашћен да захтева да се роба која му је испоручена без накнаде саобрази уговору тако што ће изабрати између поправке и замене, или, ако поправка или замена не успеју, имати право на снижење цене или раскид уговора;

(11) имајући у виду да потрошач на првом месту има право да захтева од продавца поправку или замену добара, осим у случају да су ове опције немогуће или несразмерне; имајући у виду да питање несразмерности неке опције треба да буде објективно утврђено; имајући у виду да је опција несразмерна уколико би, у поређењу са другим средствима, наметала несразмерне трошкове; имајући у виду да је за одређивање несразмерности трошкова по појединој опцији одлучујуће да су трошкови значајно виши у односу на другу опцију;

(12) имајући у виду да у случајевима несаобразности испоручене робе уговору

продавац може увек да понуди потрошачу било коју расположиву опцију, путем поравнања; имајући у виду да је на потрошачу да одлучи да ли ће прихватити или одбити овај предлог;

(13) имајући у виду да би, у циљу омогућавања потрошачима да искористе предности унутрашњег тржишта и купују робу широке потрошње у другим државама чланицама, требало препоручити да, у интересу потрошача, произвођачи робе која је пласирана на тржиште у неколико држава чланица својим производима придодају листу с бар једном адресом за контакте у свакој држави чланици где се производ нуди;

(14) имајући у виду да одредбе овог упутства о времену испоруке не значе да државе чланице морају да измене своја правила о преласку ризика;

(15) имајући у виду да државе чланице могу да предвиде да свака врсте накнаде потрошачима може бити умањена за износ користи од робе коју је потрошач остварио од момента испоруке; имајући у виду да подробније одредбе којима се омогућава раскид уговора могу бити уређене националним прописима;

(16) имајући у виду да специфична природа половних добара чини њихову замену практично немогућом; имајући у виду да, стога, право потрошача на замену генерално није расположиво код ових добара; имајући у виду да код ових добара државе чланице могу да дозволе уговорним странама да уговоре краћи период одговорности;

(17) имајући у виду да је примерено временски ограничити период током ког је продавац одговоран за несаобразност испоручене робе онеме што је уговорено, ако је та несаобразност постојала у време испоруке; имајући у виду да и државе чланице могу да предвиде ограничење периода током ког потрошачи могу истаћи своја права, под условом да тај период није краћи од две године од испоруке; имајући у виду да тамо где се по националним прописима рок застарелости не почиње да тече од испоруке робе, до застаревања потрошачевог потраживања не може доћи пре истека две године од испоруке;

(18) имајући у виду да државе чланице могу, када је то потребно и у складу са њиховим унутрашњим правом, да предвиде застој или прекид рока у коме се мора испољити несаобразност испоручене робе, као и прекид или застој застарелости, а у случајевима поправке или замене испоручене робе или у случају преговора између продавца и потрошача у циљу постизања њиховог пријатељског поравнања;

(19) имајући у виду да би државама чланицама требало омогућити да поставе рок у коме потрошач мора да обавести продавца о несаобразности испоручене робе онеме што је уговорено; имајући у виду да државе чланице могу да пруже виши ниво заштите потрошача тиме што неће прописати ову обавезу потрошача; имајући у виду да у сваком случају потрошачи широм Заједнице треба да имају бар два месеца да обавесте продавца о постојању несаобразности испоручене робе уговору;

(20) имајући у виду да државе чланице треба да воде рачуна да рок у коме потрошач мора да обавести продавца о несаобразности испоручене робе не

ставља потрошача у неповољнији положај у случају прекограничне куповине; имајући у виду да државе чланице треба да извести Комисију о спровођењу ове одредбе; имајући у виду да Комисија треба да прати последице које на потрошаче и унутрашње тржиште оставља начин на који се ова одредба спроводи; имајући у виду да би информације о спровођењу ове одредбе од стране једне државе чланице требало да буду доступне другим државама чланицама и потрошачима и организацијама потрошача широм Заједнице; имајући у виду да би преглед стања у свим државама чланицама стога требало да буде објављен у Службеном листу Европских заједница;

(21) имајући у виду да је, кад су у питању поједине врсте робе, тренутна пракса да продавци и произвођачи нуде гаранције на робу у случају било каквог недостатка уоченог у о току одређеног периода; имајући у виду да оваква пракса може стимулисати конкуренцију; имајући у виду да ове гаранције не би смеле да доводе потрошаче у заблуду иако оне представљају легитимно маркетиншко средство; имајући у виду да би потрошачи требало да буду заштићени од довођења у заблуду па, стога, гаранције треба да садрже одређене информације укључујући и изјаву да гаранција не утиче на права која су потрошачима гарантована законом;

(22) имајући у виду да се права која су гарантована потрошачима не могу споразумно ограничити или укинута; имајући у виду да овај принцип треба да се примењује и на одредбе које указују на то да је потрошач био свестан несаобразности испоручене робе уговору која је постојала у моменту закључења уговора; имајући у виду да призната заштита потрошача заснована на овом упутству не би требало да буде умањена тиме што је као меродавно право за уговор изабрано право државе чланице;

(23) имајући у виду да прописи и судска пракса држава чланица у овој области указују на пораст интересовања да се обезбеди виши ниво заштите потрошача; имајући у виду да, у светлу оваквог тренда и на основу искустава стечених применом овог упутства, може постати неопходно да се уреди далекосежнији облик хармонизације, нарочито у погледу непосредне одговорности произвођача за недостатке производа који му се могу приписати;

(24) имајући у виду да државама чланицама треба оставити могућност да усвоје или одрже на снази строже одредбе којима се регулише материја уређена овим упутством да би обезбедиле виши ниво заштите потрошача;

(25) имајући у виду да, према Препоруци Комисије од 30.05.1998 о принципима који се примењују на тела одговорна за вансудско решавање потрошачких спорова⁴, државе чланице могу да установе тела која ће обезбедити непристрасно и ефикасно решавање по приговорима у унутрашњем и прекограничном контексту и које ће потрошачи моћи да користе као медијаторе;

(26) имајући у виду да је примерено, у циљу заштите колективних интереса потрошача, унети ово упутство у листу упутстава из Анекса Упутства 98/27/EЗ Европског парламента и Савета од 19.05.1998 о судским налозима за заштиту интереса потрошача,⁵

УСВОЈИЛИ СУ ОВО УПУТСТВО:

Члан 1.

Подручје примене и одређивање појмоа

1. Сврха овог упутства је усклађивање закона, уредби и управних прописа држава чланица о извесним аспектима продаје робе широке потрошње и пратећим гаранцијама, како би се обезбедио једнообразни минимални ниво заштите потрошача на унутрашњем тржишту.

2. За потребе овог упутства:

(а) потрошач: значи свако физичко лице које у уговорима на које се односи ово упутство наступа у сврхе које нису у вези с његовом пословном делатношћу или професијом;

(б) роба широке потрошње: означава сваку покретну телесну ствар осим:

- ствари продатих у извршном поступку или на други начин по сили закона,

- воде и гаса када нису стављени у продају у ограниченом обиму или утврђеној количини,

- електричне енергије;

(ц) продавац: означава било које физичко или правно лице које продаје робу широке потрошње у оквиру своје пословне делатности или професије;

(д) произвођач: означава произвођача робе широке потрошње, увозника робе широке потрошње на територију Заједнице или друго лице које се представља као произвођач тако што ставља своје име, робни жиг или други карактеристичан знак на робу широке потрошње;

(е) гаранција: означава обавезу продавца или произвођача према потрошачу, која је преузета без додатне накнаде, да врати цену, изврши замену или поравку, или да на други начин поступи с робом широке потрошње, у случају да роба не одговара спецификацији која је дата у гарантној изјави или у огласу који се на ту робу односио;

(ф) поправка: у случају несаобразности испоручене робе онемо што је уговорено, означава саобраћавање такве робе уговору о продаји.

3. Државе чланице могу да предвиде да израз „роба широке потрошње“ не обухвата половне производе који се продају на јавним аукцијама на којима потрошачи могу лично да учествују.

4. Уговори о испоруци будуће робе широке потрошње, то јест робе коју тек треба произвести, за потребе овог упутства се сматрају уговорима о продаји.

Члан 2.

Саобразност уговору

1. Продавац мора да испоручи потрошачу робу која је саобразна уговору о продаји.

2. Претпоставка је да је роба широке потрошње саобразна уговору ако:

(а) одговара опису који је дао продавац и има квалитете робе коју је продавац показао потрошачу као узорак или модел;

(б) одговара посебној намени за коју је потрошач набавља, коју је потрошач ставио до знања продавцу и с којом се продавац сагласио;

(ц) одговара намени за коју се роба те врсте редовно користи;

(д) има квалитете и учинак који су уобичајени и које потрошач може разумно да очекује од робе те врсте, с обзиром на природу робе и имајући у виду оно што је продавац јавно тврдио о њеним посебним обележјима, а нарочито приликом оглашавања или на етикетама које су стављене на робу.

3. За потребе овог члана се сматра да роба није несаобразна ономе што је уговорено ако је у моменту закључења уговора потрошач био свестан или је морао бити свестан несаобразности, или ако извор несаобразности лежи у материјалима које је испоручио потрошач.

4. Продавац неће бити везан јавним тврдњама на које се односи члан 2(д) уколико:

- докаже да није знао нити је могао да зна за јавно изречену тврњу о којој је реч,

- докаже да је јавно изречена тврдња исправљена до часа закључења уговора, или

- докаже да јавно изречена тврдња није могла да утиче на формирање одлуке о куповини робе широке потрошње.

5. Било каква несаобразност која је последица неисправне инсталације робе широке потрошње сматра се недостатком саобразности саме робе, уколико инсталирање представља део уговора о продаји добара и ако је извршено од стране продавца или под његовим надзором. Ово важи и ако је производ био намењен за инсталазију од стране потрошача па га је потрошач инсталирао, али је погрешна инсталација последица недостатака у упутству за инсталирање.

Члан 3.

Права потрошача

1. Продавац одговара потрошачу за сваки недостатак саобразности који постоји у моменту испоруке робе.

2. У случају несаобразности, потрошач има право да захтева да се роба бесплатно саобрази ономе што је уговорено путем поправке или замене у складу са ставом 3, или да захтева сразмерно смањење цене или да раскине уговор, у складу са ставовима 5 и 6.

3. На првом месту, потрошач може да захтева од продавца да поправи или да замени робу, у оба случаја бесплатно, осим у случају да је то немогуће или непримерено.

Сматра се да је потрошач истакао непримерени захтев поводом несаобразности робе, ако је тај захтев неразуман у поређењу са другим захтевом који је потрошач могао да истакне, када се узме у обзир:

- вредност коју би роба имала да је саобразна уговору,

- значај несаобразности робе ономе што је уговорено, и

- да ли се други захтев могао испунити без значајнијих непогодности за потрошача.

Свака поправка или замена се мора извршити у разумном року и без значајнијих непогодности по потрошача узимајући у обзир природу робе и сврху због које ју је потрошач набавио.

4. Термин „бесплатно“ из ставова 2 и 3 значи да се потрошачу не могу ставити

на терет трошкови који су неопходни да би се роба саобразила уговору, а посебно трошкови испоруке, рада и материјала.

5. Потрошач може да захтева сразмерно смањење цене или да раскине уговор ако:

- потрошач нема право на поправку или замену, или- продавац није извршио замену или поправку у разумном року, или
- продавац извршио замену или поправку без значајних непогодности по потрошача.

6. Потрошач нема права да раскине уговор ако је несаобразност незнатна.

Члан 4.

Право на регрес

У случају да крајњи продавац одговара потрошачу за несаобразност робе која је последица чињења или нечињења произвођача, претходног продавца у уговорном ланцу или било ког другог посредника, крајњи продавац има право да захтева од одговорног лица или одговорних лица из уговорног ланца да му накнаде трошкове које је имао. Одговорно лице или одговорна лица од којих крајњи продавац може да захтева накнаду, као и поступак и услови за остварење овог права, одређују се унутрашњим правом држава чланица.

Члан 5.

Рокови

1. Продавац је одговоран по основу члана 3 уколико несаобразност постане видљива у року од две године од испоруке робе. Ако по унутрашњем праву државе чланице право из члана 3(2) застарева, застарелост не може да наступи пре истека периода од две године од испоруке.

2. Државе чланице могу да пропишу да потрошач мора да обавести продавца о несаобразности робе у року од два месеца од дана када је уочио ту несаобразност, да би могао да оствари права која су му у том случају гарантована.

Државе чланице обавештавају Комисију о спровођењу овог става. Комисија прати последице које ова опција оставља на потрошаче и на унутрашње тржиште.

Комисија ће најкасније до 07.01.2003. године припремити извештај о начину на који државе чланице спроводе овај параграф. Овај извештај се објављује у Службеном листу Европских заједница.

3. Претпоставља се да је свака несаобразност робе с уговором која је постала видљива у року од 6 месеци од испоруке, постојала у часу испоруке, ако таква претпоставка није супротна природи одређене робе или природи одређене несаобразности.

Члан 6.

Гаранције

1. Гаранција правно обавезује понудиоца под условима који су наведени у изјави о гаранцији и током оглашавања.

2. У гаранцији ће се:

- налазити изјава о томе да потрошач има одређена права која су гарантована законима државе чланице, и јасну назнаку да гаранција нема утицаја на та

права;

- јасним и лако разумљивим језиком изложити садржина гаранције и основни подаци који су неопходни да би се остварила права по основу гаранције, пре свега трајање и територијално важење гаранције, и име и адреса даваоца гаранције.

3. На захтев потрошача, гаранција се доставља у писаном облику или на другом трајном медију који је на располагању потрошачу и којем потрошач може лако да приступи.

4. Држава чланица у којој је роба широке потрошње пласирана на тржиште може, у складу са правилима Уговора, може да одреди да се на њеној територији гаранција издаје на једном или на више језика који представљају службене језике Заједнице.

5. У случају да је гаранција у супротности са захтевима из ставова 2, 3 или 4, та околност ни на који начин не утиче на њену пуноважност, па потрошач може и даље да се поузда у гаранцију и да захтева да се поступи у складу с њом.

Члан 7.

Обавезујућа природа

1. Уговорна одредба која непосредно или посредно ограничава или укида права заснована на овом упутству, о којој су се продавац и потрошач споразумели пре него што је потрошач обавестио продавца да роба није саобразна ономе што је уговорено, неће, у складу с унутрашњим правом државе чланице, бити обавезујућа за потрошача.

Државе чланице могу да предвиде да, у случају продаје половне робе, продавац и потрошач могу да уговоре краћи рок за заснивање одговорности продавца у односу на рок из члана 5(1). Тај рок не може бити краћи од једне године.

2. Државе чланице предузимају потребне мере да обезбеде да потрошачи не изгубе заштиту која им је гарантована овим упутством ако је као право меродавно за уговор изабрано право државе нечланице, а постоји блиска веза уговора са територијом једне или више држава чланица.

Члан 8.

Унутрашње право и минимална заштита

1. Права изведена из овог упутства се уживају не доводећи у питање друга права на које потрошач може да се позове по националним прописима који регулишу уговорну или вануговорну одговорност.

2. Да би обезбедиле виши ниво заштите потрошача у домену на који се односи ово упутство, државе чланице могу да усвоје или задрже на снази строже одредбе, које су у складу са Уговором.

Члан 9.

Државе чланице предузимају одговарајуће мере да обавесте потрошаче о националним прописима којима се имплементира ово упутство и, по потреби, охрабрују струковне организације да обавештавају потрошаче о њиховим правима.

Члан 10.

Анекс Упутства 98/27/ЕЗ се допуњава и гласи:

„10. Упутство 1999/44/ЕЗ Европског парламента и Савета од 25.05.1999 о извесним аспектима продаје робе широке потрошње и пратећим гаранцијама (Службеник лист број Л 171 од 07.07.1999, страна 12).“

Члан 11.

Транспозиција

1. Државе чланице су дужне да усвоје законе, уредбе и административне прописе за спровођење овог упутства најкасније до 1. јануара 2002. године. Оне о томе одмах обавештавају Комисију.

Државе чланице се у усвојеним прописима позивају на ово упутство или наводе везу са упутством приликом њиховог званичног објављивања.

Поступак овог упућивања одређују саме државе чланице.

2. Државе чланице достављају Комисији текст одредаба националног права које усвајају у области на коју се односи ово упутство.

Члан 12.

Преиспитивање

Комисија ће размотрити примену овог упутства и поднети извештај Европском парламенту и Савету најкасније 07.07.2006. године. У извештају ће се, између осталог, испитати разлози за увођење непосредне одговорности произвођача. Извештај ће, ако то буде било потребно, у прилогу садржати одговарајуће предлоге.

Члан 13.

Ступање на снагу

Ово упутство ступа на снагу на дан објављивања у Службеном листу Европских заједница.

Члан 14.

Ово упутство односи се на све државе чланице.

8. КОРИСНЕ ВЕБ АДРЕСЕ

Делегација ЕУ у Републици Србији

<http://www.europa.rs/>

Министарство пољопривреде, трговине, шумарства и водопривреде

<http://www.mpt.gov.rs/>

Центар за заштиту потрошача „ФОРУМ“

<http://www.forum-nis.org.rs>

Градска организација потрошача - Лесковац

<http://www.aktivnipotrosaci.info>

Покрет за заштиту потрошача- Београд

e-mail: pozap@sezampro.net

Организација потрошача Србије - Јагодина

<http://www.japotrosac.org.rs/>

АПОС-Нови Сад

<http://www.apos.org.rs>

Центар потрошача Србије (ЦЕПС)

<http://www.ceps.rs>

Европска Комисија, Генерална дирекција за здравље и заштиту потрошача

http://ec.europa.eu/consumers/index_en.htm

Информације о опасним производима у ЕУ (RAPEX)

http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm

Испитивање јавног мњења (EUROBAROMETER)

http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_eurobar_en.htm

Европска потрошачка консултативна група (ECCG)

http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/eccg_en.htm

Мрежа европских потрошачких центара (ECC Net)

http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index_en.htm

Националне потрошачке организације у ЕУ

http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/cons_networks_en.htm#national

Потрошачка интернационала

<http://www.consumersinternational.org/>

Европска асоцијација потрошача (BEUC)

<http://beuc.eu/>

Међународна организација за истраживање и тестирање потрошача - (ICRT)

<http://www.international-testing.org/>

Преко-атлантски потрошачки дијалог (TACD)

<http://www.tacd.org/>

Европски портал за едукацију потрошача (DOLCETA)

<http://www.dolceta.eu/>

Европски дневник

http://ec.europa.eu/consumers/europadiary/index_en.htm

Едукативни сајт за нелојалну трговачку праксу

<http://www.isitfair.eu/>

САДРЖАЈ:

1. ЗАШТИТА ПОТРОШАЧА У ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ	1
2. ОСНОВНИ ПРАВЦИ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА У ЕУ	2
2.1. Безбедност производа	2
2.2. ПОТРОШАЧКИ УГОВОРИ	7
2.2.1. Неправичне уговорне одредбе.....	8
2.2.2. Уговори закључени изван пословних просторија трговца	10
2.2.3. Уговори на даљину и уговори закључени путем интернета	11
2.2.4. Ажурирање законодавства	13
2.2.5. Потрошачке продаје и гаранције	14
2.2.6. Тајмшеринг	16
2.2.7. Уговори о пакет аранжманима и туристичким путовањима	17
2.3. ИНФОРМАЦИЈЕ О ПРОИЗВОДУ	19
2.3.1. Објављивање цена	19
2.3.2. Означивање различитих врста производа	19
3. САДРЖИНА И ОСНОВНИ ПРАВЦИ ПОЛИТИКЕ ЗАШТИТЕ ПОТРОШАЧА У ЕУ Стратегија ЕУ у политици заштите потрошача 2007-2013. г.....	25
4. ПРИМЕНА ЗАКОНА	26
5. УПОРЕДНЕ АНАЛИЗЕ ПРОИЗВОДА	32
6. МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ПОТРОШАЧА	34
7. ВОДИЧ	42
8. КОРИСНЕ ВЕБ АДРЕСЕ	60

Аутор
Богомил Николов

Преводацац
Перица Стојчев

Лектор
Јелена Милосављевић

Техничка обрада
Марија Марковић

Дизајн корица
Слободан Динић



Саджај овог водича је искључива одговорност издавача и не одржава ставове и мишљење Европске уније.



Делегација Европске уније у Републици Србији
у оквиру пројекта "Подршка цивилном друштву"
који финансира Европска унија