



Политика Европейского Союза в области защиты прав потребителей

Тамаш Молнар

Европейская Комиссия

tamas.molnar@ec.europa.eu

5 апреля 2012 года

Конференция, посвященная 20-летию принятия Закона Российской Федерации о защите прав потребителей – Москва



Основные этапы формирования Политики ЕС по защите прав потребителей

- ❖ *Подписание Римского Договора о создании Европейского экономического сообщества* – 1957
- ❖ *Разработка предварительной программы по защите прав потребителей* – 1975
- ❖ *Принятие 1-го законодательства по защите интересов потребителей: Директивы в отношении ответственности за качество производимой продукции и ведение торговли в рамках доставки продукции на дом* – 1985
- ❖ *Маастрихтский договор – Статья 159* – 1993
- ❖ *Создание Генерального директората по здравоохранению и защите прав потребителей* – 1995
- ❖ *Лиссабонский договор – Статья 169* – 2009

- ❖ *Программа защиты прав потребителей на период 2007-2013 г.г.*
- ❖ *Программа защиты прав потребителей на период 2014 – 2020 г.г. – 197 млн.евро (т.е. приблизительно 25 млн.евро в год)*

Роль потребителей

- ❖ Потребители являются движущей силой экономики ЕС.
- ❖ В 2010 году доля потребления домашних хозяйств составила в общем объеме ВВП ЕС 58% - 7 117 000 000 000 евро



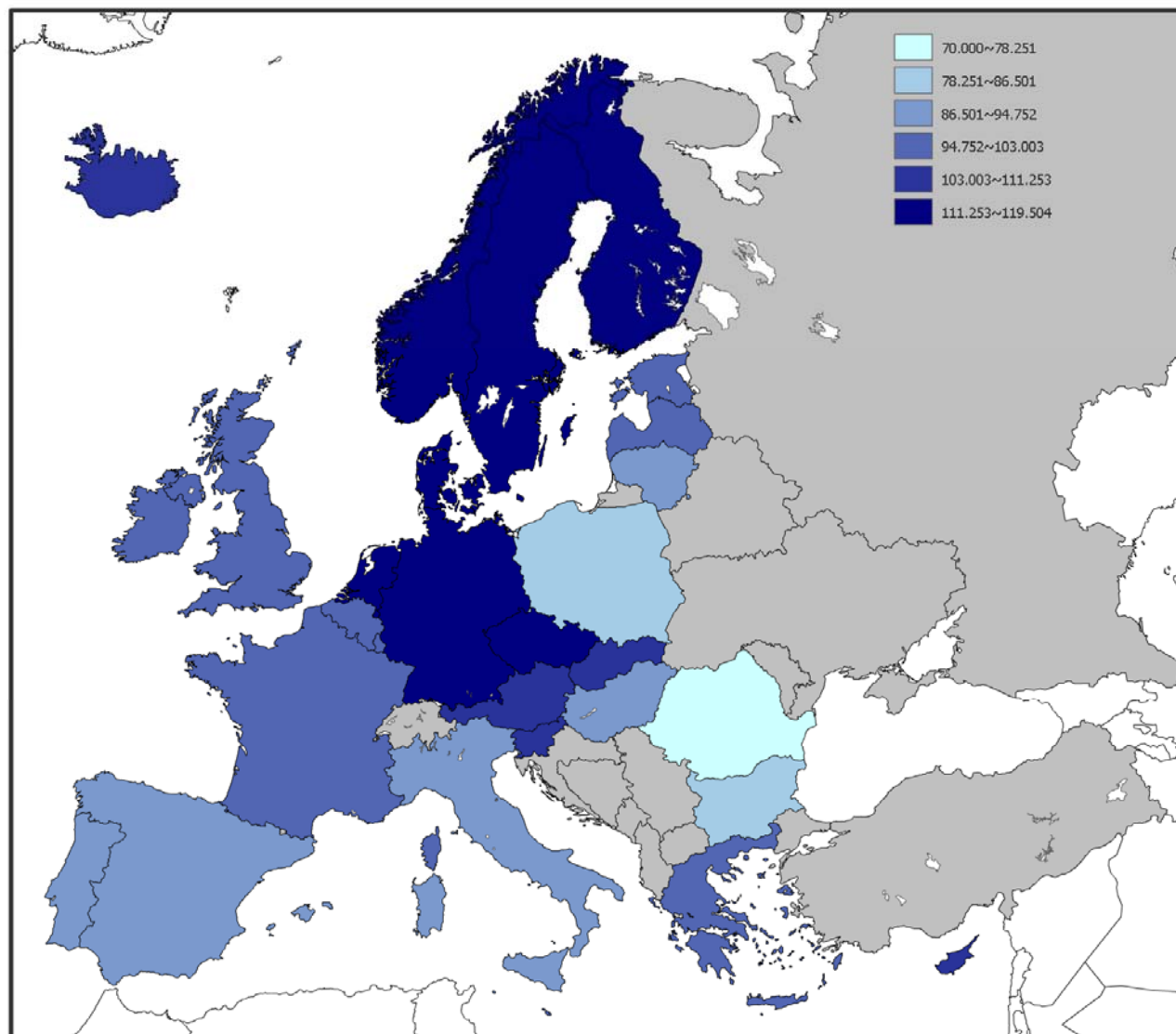
Роль Политики ЕС по защите прав потребителей

- ❖ *Качество жизни - прямо соответствует запросам жителей ЕС*
- ❖ *Конкурентоспособность – обеспечивает потребителям возможность воспользоваться всеми преимуществами, существующими на внутреннем рынке*
- ❖ *Потребители могут купить - то, что они хотят, где хотят - не думая о границах*
- ❖ *Взаимодействие с национальными политиками в области защиты прав потребителей*

Роль в обеспечении реализации прав и возможностей потребителей

- ❖ *Основная цель политики ЕС по защите прав потребителей заключается в расширении их **прав и возможностей***
- ❖ *Дать возможность потребителям принимать решения с учетом всей имеющейся информации*
- ❖ *Предоставить потребителям информацию о существующем выборе и возможных последствиях предпродажных решений при разрешении споров*
- ❖ *Недостаточность ресурсов для «тотальной реализации прав»*
- ❖ *Потребители сами должны принимать решения и нести ответственность*

Индекс расширения прав и возможностей потребителей



Компоненты формирования политики ЕС в области защиты прав потребителей

- ❖ *Политика формирования базы знаний*
- ❖ *Обучение потребителей*
- ❖ *Стабильное потребление*
- ❖ *Уязвимые группы + Социальная интеграция*
- ❖ *Обеспечение реализации прав (экономический интерес потребителей + безопасность товаров)*
- ❖ *Компенсации*
- ❖ *Партнеры*

База знаний

- ❖ *Установить неудовлетворительно функционирующие рынки с точки зрения потребителей в соответствии с системой оценок потребительского рынка (Книжные магазины - Финансовые услуги) http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/cms_en.htm*
- ❖ *Тщательно проанализировать отобранные рынки с целью выявления основных потребительских проблем и предложения решений.*
- ❖ *Единая классификация жалоб потребителей ЕС*



Обучение потребителей

- ❖ *Национальные информационные кампании по защите прав потребителей*
- ❖ *Обучение взрослых – DOLCETA (Развитие инструментов Интернет образования для потребителей – взрослых) <http://www.dolceta.eu/>*
- ❖ *Обучение тинэйджеров – Europa Diary
http://ec.europa.eu/consumers/europadiary/index_en.htm*
- ❖ *Увеличение потенциала общественных организаций – TRACE
<http://www.trace-beuc.org/>*
- ❖ *Обучение профессионалов по вопросам защиты прав потребителей*
- ❖ *В центре внимания - обмен учебными материалами*
- ❖ *В центре внимания - учителя и общественные организации, как ключевые звенья*
- ❖ *Использование новых эффективных программ*



Стабильное потребление

- ❖ *Цель: сделать выбор стабильного потребления самым оптимальным для потребителей.*
- ❖ *Новое законодательство должно способствовать СП*
- ❖ *Диалог с деловыми кругами для определения общих интересов*



Уязвимые группы и социальная интеграция

- ❖ *Признать необходимость более надежной защиты для уязвимых групп (возраст, здоровье, пол, раса и т.д.)*
- ❖ *Создать правовую базу для защиты/поддержки путем установления более высоких или более удобных стандартов для них*
- ❖ *Способствовать реинтеграции, совершенствуя систему "коммунальных услуг" - широкополосного доступа к банковским счетам и т.д.*



Обеспечение реализации экономических прав

- ❖ *Укрепить доверие потребителей*
- ❖ *Равные условия для честного бизнеса*
- ❖ *Роль частных и государственных исполнительных структур*
- ❖ *Согласование правоприменительных практик*
- ❖ *Признание национальных различий*
- ❖ *Сближение национальных стандартов*
- ❖ *Новые формы сотрудничества с бизнесом*
- ❖ *Развитие международного сотрудничества*

Система защиты потребителей

- ❖ *Уполномоченные органы власти (250+)*
- ❖ *Уполномоченные исполнительные органы (1500+)*
- ❖ *Надежная информационная система*
- ❖ *Возможности оповещения об опасности (316), расследований (613), принятия мер (677) совместно*
- ❖ *Минимальные полномочия в сфере правоприменения в нормативных актах СЗП + все имеющиеся инструменты правоприменения на национальном уровне*



Требования законодательства в области защиты прав потребителей

Применимое законодательство	Случаи
Директива 1999/44/ЕС продажа товаров народного потребления и соответствующие гарантии	25
Директива 2000/31/ЕС электронная торговля	172
Директива 2001/83/ЕС лекарственные препараты для людей	20
Директива 2002/58/ЕС - Директива о частной жизни и электронных коммуникациях – Статья 13	14
Директива 2002/65/ЕС дистанционный маркетинг потребительских финансовых услуг	4
Директива 2005/29/ЕС о недобросовестной коммерческой практике	342
Директива 2008/48/ЕС кредитные договоры для потребителей	1
Директива 84/450/ЕЕС реклама, вводящая в заблуждение потребителей	33
Директива 85/577/ЕЕС договоры, заключаемые вне офиса	15
Директива 89/552/ЕЕС деятельность в сфере телевизионного вещания	2
Директива 90/314/ЕЕС комплексные туры, путешествия и отдых	6
Директива 93/13/ЕЕС несправедливые условия в потребительских договорах	87
Директива 94/47/ЕС таймшер	3
Директива 97/55/ЕС реклама, вводящая в заблуждение, подрывающая доверие к товару конкурента	3
Директива 97/7/ЕС дистанционные контракты	110
Директива 98/6/ЕС индикация цен	11
Положение (ЕС) No 261/2004 отказ в перевозке и отмена или длительная задержка вылета самолета	15
Итого	863

Безопасность продукции

Только "безопасная" продукция может размещаться на рынке ЕС – Директива об общей безопасности продукции (непродовольственные товары)

- ❖ *Страны-члены ЕС, ответственные за обследование рынка и соблюдение закона*
- ❖ *Европейская система быстрого оповещения об опасных потребительских товарах (непродовольственные товары) - RAPEX*
- ❖ *Международное сотрудничество – Трехсторонний Договор между ЕС, США и Китаем*
- ❖ *Постоянное совершенствование ДОБП для обеспечения большей согласованности, ее соблюдения производителями и уточнение обязательств всех субъектов экономической деятельности в ценностной цепи*



Европейская система быстрого оповещения об опасных потребительских товарах (RAPEX)

Пять наиболее часто упоминаемых групп товаров (2010 г.):

- 1) Одежда, текстиль и предметы моды – 32%*
- 2) Игрушки – 25%*
- 3) Автомобили – 9%*
- 4) Бытовые электроприборы – 8%*
- 5) Средства для ухода за детьми – 4%*



Европейская система быстрого оповещения об опасных потребительских товарах (RAPEX)

Пять наиболее часто упоминаемых рисков (2010 г.):

- 1) Травмы – 24%*
- 2) Химические поражения – 19%*
- 3) Странгуляция – 16%*
- 4) Удушье – 14%*
- 5) Поражение электрическим током – 9%*

Компенсации

- ❖ *Наибольшие ожидания потребителей*
- ❖ *Они ищут легкие, недорогие и эффективные решения (альтернативные пути решения споров/решение споров в режиме он-лайн, мелкие претензии, платежные поручения)*
- ❖ *Еще раз подумать, как правоприменение может помочь увеличить компенсации потребителям*
- ❖ *Коллективная компенсация?*
- ❖ *Бесплатные консультации - Европейские центры по защите прав потребителей*



Доверие потребителей заинтересованным сторонам

<i>Правительство/ведомства</i>	<i>62%</i>
<i>Оптовая/розничная торговля</i>	<i>65%</i>
<i>Потребительские организации</i>	<i>72%</i>

***СМИ используются как инструмент
политики!***



Спасибо !

