

MEMO Euroopa Tarbijate Nõuanderühma istungist

01.detsembril 2016.a. Brüsselis

Welcome by the Chair

Mrs. Despina Spanou tarbijaõiguste ükuse direktor avas istungi ja tutvustas päevakava. Edasi alustas Mrs.D. Spanou ülevaadet DG Justice and Consumers tegevuste arengute kohta istungi vahepealsel perioodil.

Update on Consumer Policy Action

Review of the CPC Regulation – siin on toimunud aktiivne menetlusprotsess ja eelnõu võetakse Euroopa Parlamendis vastu tõenäoliselt 2017. aasta märtsis.

Seda eelnõud on arutatud läbi mitme eesistumise. Määrusega antakse rohkem võimsust/võimu järelevalve asutustele sulgeda valelikke veebilehekülgi jm., samuti millised ressursid vajalikud rakendamaks uut võimu ning protseduure. Siin ka vaja aktiivsemaid arvamusi NGO-delt.

Edasi **REFIT-ist**(Regulatory Fitness and Performans Program) siin oluline tegevus olnud, et maist septembrini toimus onlines laiaulatuslik konsultatsioon ja 17.oktoobril käsitleti teemat Tarbijakaitse Aastakonverentsil(Consumer Summit), mille kohta on lisas Ms. Veronica Manfredi kokkuvõtlik ettekanne(vt lisa 2).

Energia Liidu paketest - väljatöötatud tegevusplaan võeti vastu 30.novembril 2016.a. Siin on peamised kasulikud punktid energia tarbijatele : selged,arusaadavad arved tarbijatele, sertifitseeritud hinnavõrdluste vahendid,rakendused onlines jm, kergem, lihtsam energia pakkujate vahetuse protseduur, parem kaitse vaestele energia tarbijate majapidamistele, iseendale energia tootjad-tarbijad, roheline energia, efektiivsemad ja vastupidavamad tooted, sh ecodisain.

Digital Single Market Implementation – siin on kolm valdkonda millega tegeletakse : parem ligipääs tarbijatele, digitaalse lepingu eelnõu, geo-blokeeringu eelnõu, CPC määrusega seonduvad küsimused.

Studies –siin plaanis läbi viia uuringuid, mis annavad aluse teha edaspidi praktilisel vajadusel põhinevat poliitikat.Ettekandes on nimetatud 2017. a. kavandatavad tegevused.

Uued tegevused(New Actions) – roheline raamatu alusel on Euroopa Komisjon koostamas jae-finantsteenuste(Retail Financial Services) tegevuskava.

Update on the Volkswagen case – päevakavasse oli lisatud teave ,mida Euroopa Komisjon on selle juhtumi lahendamisel tarbijate huvides Volkswageni esindajatega keerulise läbirääkimise protsessi juures saavutanud. Marie Paul Benassi mainis,et nimelt: VW lubas,et antakse teave nendele autoomanikele, kõik puudusega autod parandatakse, ei toimu asendamist teise auto vastu. VW lubas aasta lõpuks kõiki asjasse puutuvaid autoomanikke teavitada. EK jälgib hoolega kuidas VW oma lubadusi täidab.

Siin tekkis väike diskussioon EK tegevuse osas. LUX ja PORT mainisid,et Komisjon on liiga leebe, miks lisaks parandamisele ei saa Euroopa tarbijad ka kompensatsiooni.

BEUC-i esindaja rõhutas, et see pole mõistlik väide, et kompensatsiooni on hilja nõuda. Rõhutati, et Komisjon peab rangemalt toimima, muidu võib tulevikus mõni järgmine suurkorporatsioon ka püüda samuti käituda. Ek esindaja vastas, et mitmes liikmesriigis ei ole järelevalveasutustel õigust teha rikkumise korral trahvi, vaid ainult ettekirjutusi rikkumine lõpetada.

Peale selle saatis Komisjon nädala pärast asjakohase pressiteate, mida võib lugeda järgnevalt leheküljelt: [http:// europa.eu/rapid/ press-release IP-16-4214 en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-4214_en.htm) .

International Product Safety Week: debriefing and role of consumer organisations.

Ettekande tegi Thomas Zerdick, kes kohe alguses mainis, et üritusest võttis osa vähene arv tarbijaorganisatsioonide esindajaid. Üritusest oli osavõtjaid ca 400, kohal oli tootjate, suurte müüjate esindajaid jne. Seekord oli läbivaks teemaks internetis(onlines) müüdavate toodete ohutus kui ka see, mida siis müüakse online turul, Alert süsteemi(ohtlikest toodetest teavitamine) kasutamine ka digitaalsel turul. Arutati kuidas teavitada sellel turul müüdavatest toodetest paremini jm. EK esindaja lausus, et juhend toodete ostmiseks online keskkonnas on tegemisel.

Lühikese diskussiooni käigus mainis SE esindaja, et ANEC ja järelevalveasutused peavad koostöös paremini tegutsema, sest NGO-del ei ole ohutuse osas suurt midagi teha. See on ikka järelevalveasutuste roll. NGO-d võivad võib-olla lapsevanemaid ka võimalusel õpetada toote ohutuse osas, et saavutada mõistlikumat tarbija käitumist digitaalsel turul. UK ja NL esindajad toonitasid, et kindlasti peab edasi toimima Alert-süsteem, vahet pole kas toote pakkumine poes või internetis(online).

Digital Single Market: update

Selle valdkonna kohta tegi huvitava ja oluliselt tulevikku puudutava ettekande Stefan Lechler ja teemal - Euroopa Elektrooniline Kommunikatsiooni Koodeks ning Wifi4EU(European Electronic Communication Code and Wifi4EU). Ettekandes ta tutvustas nn ühendatavuse paketti, mis koosneb: esiteks 3-st strateegilisest eesmärgist, sh et linnad ja suured maanteed, raudteedel oleks 5G kättesaadavus olemas 2020.a; teiseks konkreetsed meetmed, sh Wifi4EU kättesaadavuse tegevuskava, Telecomi valdkonna reguleerimisel õiguslike aluste parendamine uue koosöövõrgustiku loomiseks, toimimiseks.

REFIT: conclusion of the European Consumer Summit 2016 and way forward

Asjaliku ja ülevaatliku ettekande tegi Veronica Manfredi. Siin mõned nopped sellest. REFIT-ti(6-e tarbijakaitse valdkonna direktiivi revideerimine) protsess on kulgenud normaalselt ja ajaliselt loodetakse tulemuste mahukas aruanne avaldada 2017.a. kevadel.

Veidi ettekandes esitatust. Avalik onlines toimunud laiaulatuslik konsultatsiooni periood oli mai-september 2016.a. Tulemused avaldatakse varsti EK kodulehel. Siin saadi vastuseid 436, vastas 40% ettevõtjaid, 27% tarbijaid, 5% tarbijaorganisatsioone. Riikide lõikes oli sh Eestist vastuseid 7. Peale selle on Euroopa Komisjon(EK) viinud läbi küsitlusi, intervjuusid erinevate sihtgruppidega, tarbija käitumise eksperimendi koos pimeostude(mystery shopping)tegemisega. Tarbija küsitlusele(Consumer

survey) saadi 23500 vastust 28 EU+NO,+IS; siin valdavalt vastanud arvasid, et kaupmees teab reegleid; tarbija probleemidest tuli peamisena esile, et eksitav,agressiivne kauplemispraktika äriteeste poolt, ühikihinna osas eksimist toonitas 11% vastanuist. Äriteeste küsitluses(public consultation -Business survey) ca 80% vastanutest nõustus, et tarbijakaitse alased regulatsioonid on kasulikud ka neile üsna mitmel põhjusel.Edasi ainult 30% äri poolelt vastanutest arvas, et piiriülest äri EU-s on lihtne teha. Üle 60% vastanud äriteestest arvas ,et äripool on EU-s hästi kaitstud.

Tarbijakaitse Aastakonverentsil 17.oktoobril Brüsselis oli ca 520 osavõtjat ja 31 riigist. Kokkuvõtlikult tõdeti, et kehtiv Euroopa Liidu tarbijakaitse ja marketingi seadused suures osas, üldiselt vastavad, täidavad seatud eesmärki ja otstarvet. Soovitav on lihtsustada, muuta kergemini arusaadavamaks informatsiooni jne.

Developing the partnerships with local associations to promote the awareness of consumer rights and increase digital skills of (vulnerable) consumers

Esimese ettekande tegi Anita Fokker teemal –DigiCompConsumers(vt lisa 5) ehk soovituslik raamistik tarbijate digitaalse kompetensi parendamiseks . 2014 a. läbiviidud küsitluse tulemused näitasid,et ca 40% EU elanikke omavad ebapiisavaid kogemusi digitaalses keskkonnas toimetamiseks. Siin mõistetakse DigiCompConsumers all, et tarbijatel on teadlikkus tegutseda funktsionaalselt aktiivselt, ohutult ja veenvalt digitaalsel turuplatsil. Soovituste ülesandes on teha kindlaks ja kirjeldada võtmekomponente digitaalse kompetensi osas, teadmisi, kogemusi,oskusi, hoiakuid selles valdkonnas.

Edasi esitas Francesco Pontirolli-Gobbi ülevaate Tarbijakrediidi ja tarbija õiguste kampaania tulemuste kohta.Kampaania viidi läbi Austrias ja Tsehhis, sihtgrupiks olid 18-35 aastased tarbijad. Kampaania vahendid: paberikandjal teave kui ka laialdane kajastus sotsiaalmeedias. Kampaania teemad olid: laenulepingueelne info, lepingu standardformaadi tutvustamine, et teha võrdlusi pakkumiste kohta, tarbija õigusest 14 päeva peale lepingu sõlmimist sellest siiski loobuda. Kampaania esialgsed tulemused hinnati heaks.

Seejärel andis Sven Roehr ülevaate kampaaniast, milline viidi läbi 14(8+6) liikmesriigis 2014-2015.a.(Consumer Rights Campaign Awareness 2014-2015).Kampaania korraldamisel olid sihtgrupiks vanuserühmad 15-24 ja 60+.Kampaania tulemusena suurenes tarbijarühma teadlikkus oma õigustest. 27% tarbijaid mäletas kampaaniat ja sellega seonduvaid üritusi.

Ways to enhance the cooperation with ECCG members

Siin Sebastien Baldin tutvutas väga lühidalt suusõnaliselt, et Komisjonil on plaanis luua platvorm, mille kaudu saaksid omavahel suhelda liikmesriikide ECCG liikmed kui ka Komisjoniga.Komisjon soovib, et tarbijaorganisatsioonid arendaksid aktiivsemat suhtlust ja koostööd.

Koostas Helle Aruniit
01.detsember 2016.a