

Protectia consumatorilor pe plan national si International

Cap.1. Protectia consumatorilor-teorie si realitate

**Cap.2. Problematika protectiei consumatorilor pe plan
international**

Cap.3. Protectia consumatorilor in Romania

**3.1. Cadrul legal si institutional national privind
protectia consumatorilor**

**3.2. Autoritatea Nationala pentru Protectia
Consumatorilor (A.N.P.C.)**

**Cap.4. Perspective ale protectiei consumatorilor in tara
noastra; Concluzii ; Bibliografie.**

CAPITOLUL 1

Protectia consumatorilor-teorie si realitate

Protectia consumatorilor se inscrie in cadrul politicilor sociale promovate de catre orice stat. Totodata, ea trebuie, datorita importantei pe care o prezinta, sa se constituie intr-o politica de sine statatoare cu obiective, prioritati si instrumente proprii.

In prezent, consumatorul in calitatea sa de purtator al cererii de marfuri a devenit un real partener de piata, ale carui pozitii ocupate in cadrul pietei se consolideaza pe masura dezvoltarii societatii. Comportamentul de cumparare al consumatorilor afecteaza din ce in ce mai multe intreprinderi, organizatii, organisme si institutii; de aceea, consumatorului ii este acordata o atentie din ce in ce mai mare.

Relatiile complexe dintre agentii economici genereaza aspecte extrm de diverse care pot face obiectul unor programe de protectie a consumatorilor. Atat guvernele, cat si alte organisme ce activeaza in domeniul protectiei consumatorilor isi stabilesc anumite structuri si domenii pentru programele lor de protectie a consumatorilor. Dar sunt anumite domenii ale protectiei consumatorilor asupra carora s-au oprit toate guvernele, asociatiile, institutiile si organismele cu implicatii in protectia consumatorilor. Aceste domenii sunt :

- imbunatatirea consumului populatiei prin politicile sociale ale statelor;

- asigurarea calitatii bunurilor si serviciilor oferite spre vanzare in cadrul pietei;

- asigurarea unui sistem de preturi in concordanta cu cerintele pietei si cu calitatea produselor;

- organizarea unui sistem de informare util pentru consumatori;

- apararea consumatorilor impotriva practicilor comerciale agresive si a publicitatii mincinoase.

Organizatia Natiunilor Unite a stabilit prin rezolutia 39/248 din aprilie 1985 o serie de „principii directoare” pentru protectia consumatorilor, menite sa asigure guvernelor tuturor tarilor un cadru care sa poata fi folosit in elaborarea si fundamentarea politicii si legislatiei pentru protectia consumatorilor.

„Principiile directoare” privind protectia consumatorilor, document adoptat de Adunarea Generala a ONU in 1985, este rezultatul eforturilor pe plan international ale Organizatiei Mondiale a Consumatorilor, Consumers International, formata in 1960 de cele cateva asociatii nationale de consumatori existente la acea vreme.

In prezent, Organizatia Mondiala a Consumatorilor cuprinde peste 200 de organizatii membre din aproape toate tarile lumii. Aceste organizatii s-au intalnit in noiembrie 1997 la Santiago, in cadrul celui de-al 15-lea congres mondial, sub deviza „Puteri sporite pentru consumatori in secolul 21. Consumatorii in societatea civila”.

Mesajul congresului a fost foarte clar: in toate tarile, oamenii, in calitatea lor de consumatori, joaca un rol crucial in dezvoltarea institutiilor care apar ca urmare a procesului continuu de democratizare si liberalizare economica.

Potrivit acestui cadru, se poate considera ca politica de protectie a consumatorilor vizeaza urmatoarele obiective:

- promovarea unei cooperari internationale in domeniul protectiei consumatorilor;

- facilitarea producerii si distribuirii de produse corespunzatoare cerintelor consumatorilor;

- promovarea eticii producatorilor si distribuitorilor de produse si servicii catre consumatori;

- stabilirea unui sistem de prioritati privind protectia consumatorilor din fiecare tara;

- asigurarea accesului consumatorilor la informatii corecte;

- crearea unui sistem de educare a consumatorilor;

- asigurarea unor posibilitati reale de despagubire a consumatorilor;

- crearea, in fiecare tara, a unor organisme care sa-si asume responsabilitati de protectie a consumatorilor;

- asigurarea libertatii consumatorilor de a se uni in vederea realizarii de actiuni care au drept scop apararea intereselor lor;

- incurajarea si sustinerea concurentei si competitivitatii care sa contribuie la cresterea gamei sortimentale, la preturi avantajoase pentru consumatori.

Organizare protectie consumatorilor sub forma unui proces complex, in care este implicata atat puterea publica, cat si consumatorul insusi, are in vedere:

- legislati asigurata la nivel national si international care sa stea la baza protectiei consumatorilor;

- institutiile publice create special pentru a veghea asupra protectiei consumatorilor din fiecare tara (Oficiul de Protectie a Consumatorilor);

- ministere, departamente, sau alte organisme guvernamentale ce actioneaza in ramuri in care, pe langa obiectivele de baza specifice sectorului in cadrul caruia activeaza, au in sarcina si protectia consumatorilor;

- institute sau centre nationale de cercetare stiintifica;

- organizatiile sau asociatiile de consumatori;
- consiliile consultative de consumatori;
- organizatiile internationale de protectie a consumatorilor.

CAPITOLUL 2

Problematica protectiei consumatorilor pe Plan international

Incercand un scurt istoric, trebuie mentionat ca toate comentariile legate de politica consumatorista incep cu expresia formulata pentru prima oara de scoțianul Adam Smith, in secolul al XVIII-lea aceea ca unicul scop final al produsului este consumul, producatorul fiind subordonat in toate cerintele consumatorilor. Intr-o formulare moderna, se poate spune ca scopul activitatii economice este de a aloca resurse, cat mai eficient posibil, pentru a satisface nevoile consumatorilor. O asemenea actiune conduce direct la ideea de suveranitate a consumatorilor, in ultima instanta, persoana indicata a decide alocarea resurselor fiind consumatorul insusi, ideea in cauza avand suport politic, moral, logic si, nu in ultima instanta, economic. De altfel, in literatura de specialitate, se afirma ca, asa cum in politica democratia consta in asigurarea drepturilor alegatorilor, in economie, o asemenea democratie inseamna asigurarea drepturilor consumatorilor, posibilitatea acestora de a alege.

Conceptul privind „drepturile consumatorilor” isi are originea, asa cum se mentiona intr-un capitol precedent, in „Carta drepturilor consumatorilor” definita de fostul presedinte al S.U.A. J.F.Kennedy – in martie 1962, sub forma unui mesaj special adresat Congresului american. Desi Carta nu a mai fost definitivata (in acelasi an, presedintele Kennedy a fost asasinat), ea ramane importanta prin conturarea drepturilor fundamentale ale consumatorilor (dreptul de a alege libera, dreptul la informatie, dreptul la petitie si ascultare, dreptul la protectie), dar mai ales prin faptul ca ea a servit drept model de referinta la elaborarea legilor de protectie a consumatorilor ce au aparut in deceniile sapte si opt in S.U.A. si in alte tari din continentul american (Canada, Mexic), cat si in Europa (Belgia, Franta, Germania, Suedia).

In ultimele decenii, problemele protectiei consumatorilor se afla in centrul atentiei teoriei si practicii economice si juridice din intreaga

lume. Asemenea probleme, tot mai complexe, prin continut si mai ales prin solutiile reclamate, fac ca teoria protectiei consumatorilor sa fie tot mai mult studiata la nivelul diverselor comunitati internationale si mondiale, guvernamentale si neguvernamentale, colaborat cu stabilirea masurilor necesare pentru crearea cadrului necesar si adecvat, legislativ si institutional, asigurarii unei protectii reale a consumatorilor.

Intr-un asemenea context, comunitatea mondiala, prin cel mai inalt forum al sau – Organizatia Natiunilor Unite, a considerat necesar sa puna in discutia structurilor sale problematica pe care o presupune protectia consumatorilor, adoptandu-se, prin Rezolutia nr.39/248, in 8 aprilie 1985, „Principiile directoare pentru protectia consumatorilor”. Potrivit acestui important document „guvernele tuturor tarilor trebuie sa dezvolte, sa intareasca si sa mentina o politica puternica de protectie a consumatorilor, tinand cont de principiile directoare declarate”. Forma finala a documentului in cauza este rezultatul unor ample studii, consultari si colaborari ale diferitelor organisme ale Organizatiei Natiunilor Unite cu o multitudine de institutii nationale, dupa studierea legislatiilor elaborate de acestea in domeniul protectiei consumatorilor si dupa discutii si negocieri cu numeroase guverne si ulterior in cadrul Adunarilor Generale din anii 1980 si 1985.

Principiile directoare adoptate de Organizatia Natiunilor Unite sunt menite sa asigure guvernelor tuturor tarilor un cadru care sa poata fi folosit in colaborarea si consolidarea politicii si legislatiei pentru protectia consumatorilor.

Privite dintr-un asemenea unghi de vedere, principalele obiective asupra carora este necesar sa se concentreze fiecare tara, prin organismele sale guvernamentale si neguvernamentale, trebuie sa urmareasca, in principal, urmatoarele aspecte:

- facilitarea productiei si distributiei de produse corespunzatoare nevoilor si cerintelor consumatorilor;

- incurajarea unor niveluri ridicate ale eticii celor angajati in producerea si distribuirea bunurilor de consum si serviciilor catre consumatori;

- asigurarea tinerii sub control, prin intermediul tuturor organizatiilor nationale si internationale, a practicilor comerciale abuzive care afecteaza consumatorii;

- promovarea unei cooperari internationale in domeniul protectiei consumatorilor;

- incurajarea dezvoltarii conditiilor de piata care sa asigure consumatorilor o gama larga de produse si la preturi avantajoase pentru acestia;

- stabilirea unui sistem de prioritati privind protectia consumatorilor din fiecare tara, conform circumstantelor economice si

sociale specifice nivelului de dezvoltare atins, precum si nevoilor caracteristice populatiei statului respectiv;

- protectia consumatorilor fata de pericolele ce afecteaza siguranta si sanatatea lor;

- promovarea si protectia intereselor economice ale consumatorilor;

- asigurarea accesului consumatorilor la informatii corecte, care sa le permita o alegere conform dorintelor si necesitatilor personale;

- crearea unui sistem de educare a consumatorilor;

- asigurarea posibilitatii unei despagubiri efective a consumatorului in cazul ivirii unor daune generale de produse sau servicii achizitionate in cadrul pietei;

- obligativitatea tuturor intreprinderilor ofertante-productoare sau comerciale - de a se supune legilor si reglementarilor privind protectia consumatorilor din toate tarile cu care au afaceri;

- obligativitatea firmelor de a respecta prevederile standardelor internationale privind protectia consumatorilor ;

- infiintarea in fiecare tara a unor organisme corespunzatoare, care sa creeze si sa aplice, potrivit legilor statului respectiv, politici de protectie a consumatorilor, ce urmeaza sa fie implementate in beneficiul tuturor sectoarelor, in general al intregii populatii si in special al diferitelor categorii de populatie din mediul rural;

- luarea in considerare, la elaborarea politicilor de protectie a consumatorilor, a potentialului pozitiv al institutiilor de invatamant si cercetare - publice sau private;

- asigurarea libertatii consumatorilor, precum si a altor grupuri sau asociatii reprezentative, de a se organiza si a-si desemna liderii, care sa le exprime opiniile in procesele de luare a unor decizii si sa le reprezinte interesele.

Prin natura lor, principiile conturate de Organizatia Natiunilor Unite si recomandate guvernelor statelor membre se adreseaza puterii de stat, administratiei publice. Ele pot insa sa constituie un serios suport in stabilirea obiectivelor specifice miscarii de aparare a drepturilor consumatorilor din cadrul fiecarei tari in parte.

Tot in cadrul preocuparilor in domeniul protectiei consumatorilor, trebuie amintita Rezolutia Organizatiei Natiunilor Unite nr.35/63, adoptata in sedinta plenara nr. 83 din 5 decembrie 1980, privind practicile comerciale restrictive (anexa).

Rezolutia cuprinde un ansamblu de principii si de reguli privind controlul practicilor comerciale restrictive, sub forma de reglementari menite sa previna prejudiciile cauzate comertului, in special cel al tarilor in curs de dezvoltare, si sa contribuie la dezvoltarea si ameliorarea relatiilor internationale, pe o baza justa si echilibrata. Asemenea

recomandari se adreseaza statelor, inclusiv societatiilor transnationale, intreprinderilor, la nivel national, regional si subregional, stabilindu-se si o serie de masuri cu caracter international.

Un deosebit rol in apararea drepturilor consumatorilor il au organismele internationale pentru protectia consumatorilor. Astfel, in anul 1960, a fost fondata Organizatia Internationala a Uniunilor de Consumatori, organism international care reprezinta si sprijina organizatiile consumatorilor din intreaga lume. Organizata ca fundatie nonoprofit, Organizatia Internationala a Uniunilor de Consumatori (I.O.C.U.) reprezinta in prezent interesele a 180 de organizatii dintr-un numar de 70 de tari.

Sprijinul acestei organizatii se manifesta in trei directii:

- promovarea colaborarii intre membri prin schimburi de marfuri, schimburi de experienta etc.;
- extinderea miscarii consumatoriste si sprijinirea organizatiilor consumatoriste nou aparute ;
- reprezentarea intereselor consumatorilor in forurile internationale.

Conducerea I.O.C.U. este asigurata de Adunarea Generala, Consiliul de Conducere si un organism executiv.

Operational, I.O.C.U. este organizat astfel :

- Oficiul central-cu sediul la Londra ;
- Oficiul Regional pentru Asia si Pacific (ROAP);
- Oficiul Regional pentru tarile din America Latina si zona Caraibelor (ROLAL);
- Oficiul Regional pentru Africa (ROAF);
- Programul pentru Economiiile de Tranzitie (PROECT);
- Programul pentru Economiiile Dezvoltate (PRODEC);

Romania face parte din Programul pentru Economiiile de Tranzitie (PROECT), program creat in octombrie 1993 si finantat prin Programul Phare.

Impreuna cu Centrul de Drept al Consumatorilor (CDC), IOCU a fost mandatat de catre Comitetul European de Standardizarea sa-si dezvolte programul CICPP (Institutiile Consumatorilor si Programul de Politica Consumatorista), ambele organisme fiind desemnate sa gestioneze Programul Phare destinat protectiei consumatorilor.

Centrul de Drept al Consumatorilor, ce functioneaza pe langa Universitatea Louvain-Neuve, din Belgia, a fost creat in anul 1978 in cadrul Facultatii de Drept a Universitatii amintite si are ca obiectiv participarea la realizarea programelor de cercetare in domeniul dreptului consumatorului. El incearca sa impuna dreptul consumatorului intre preocuparile stintifice ale institutiilor de studiere a dreptului din toate statele comunitare, ca si in celelalte state europene.

In Europa miscarea consumatorista are o vechime de circa 200 de ani, ea aparand mai intai ca o notiune, conturandu-se o data cu dezvoltarea stiintei si tehnicii, forma principala de manifestare exprimandu-se prin preocuparile pentru asigurarea si controlul calitatii. In ultimii ani asistam la realizarea unei pietei europene unice, caracterizata printr-o deosebita exigenta fata de toti agentii economici ce doresc sa fie prezenti pe o asemenea piata. In prezent, in toate tarile europene dezvoltate, exista o serie de organisme guvernamentale sau neguvernamentale pentru protectia consumatorilor; exista, de asemenea, in unele tari europene si institutii de cercetari in domeniul protectiei consumatorilor, total sau partial subventionate de la buget si care desfasoara o activitate de cercetare, dar si de informare si educare a consumatorilor.

In Germania, lipsesc de fapt organismele guvernamentale pentru protectia consumatorilor, apararea drepturilor acestora fiind preluata de societatea civila. In general, protectia consumatorilor are in vedere 2 servicii de prima insemnatate, respectiv informarea si consilierea, servicii oferite prin Ordmungsamt si prin Consiliul Central de Consiliere a Consumatorilor. Ordmungsamt-ul este responsabil pentru functia de supraveghere a modului cum se aplica legislatia in domeniul protectiei consumatorilor, atat la nivel federal, cat si al fiecaruia din cele sase landuri in parte, inclusiv de reclame pentru produsele alimentare, de problemele de igiena, de licenta in afaceri si de practici comerciale. Inspectorii de specialitate sunt imputerniciti sa faca verificari, sa aplice amenzi sau, in unele cazuri, sa confiste anumite bunuri suspecte. Sistemul de penalizari administrat este aplicat intr-o procedura ce cuprinde trei etape: avertizarea, aplicarea de amenzi si actionarea in judecata. La nivelul fiecarui land, exista un consiliu de protectie a consumatorilor, iar in localitatile landurilor functioneaza birouri locale de consiliere a consumatorilor, care sunt de fapt organizatii independente, ce incearca sa rezolve diferendele dintre consumatori, pe de o parte si producatori, importatori, comercianti si prestatori de servicii, pe de alta parte.

In Italia, Inspectia Generala Economica se ocupa de respectarea regulilor legale privind protectia consumatorilor, in principal cele referitoare la preturi avand competente in sanctionarea celor gasiti vinovati, inclusiv prin intocmirea documentatiei necesare in cercetarile penale, acolo unde este cazul.

In Belgia, principalele responsabilitati in domeniul protectiei consumatorilor la nivel central revin Inspectiei Generale Economice, departament aflat in structura Ministerului Afacerilor Economice. Inspectia coordoneaza intreaga activitate in domeniul protectiei consumatorilor, avand in structura sa 2 sectiuni speciale responsabile cu

investigatiile in domeniu, la nivel national si european, precum si sapte directorate regionale, care actioneaza in provinciile belgiene.

Politica suedeza privind consumatorii se bucura de o traditie indelungata, in anul 1986 Parlamentul infaptuind o revedere partiala a acesteia. Institutia centrala insarcinata cu problemele consumatorilor este Consiliul national pentru politicile privind consumatorul, a carei activitate este orientata pe economiile de familie, siguranta produselor, marketingul clasic si clauzele contractuale. Principalele obiective in domeniul consumatorilor au in vedere:

- influentarea starii pietei prin adaptarea bunurilor , serviciilor, metodelor de marketing si a clauzelor contractuale la nevoile consumatorilor;

- perfectionarea functiilor generale cu impact asupra consumatorului;

- informarea generala a consumatorilor.

In Grecia, prima responsabilitate in domeniul comertului o are Directia de Control Tehnic si de Protectie a Consumatorilor, structura sa organizatorica cuprinzand un numar de 5 sectiuni care acopera domeniile privind bunurile de consum, cercetarile si studiile, inspectiile si analizele chimice, precum si protectia si informarea consumatorilor.

In Luxemburg, functiile protectiei consumatorilor se realizeaza exclusiv prin Guvernul central, responsabilitatea adoptarii si aplicarii legislatiei in domeniu fiind impartita intre cateva ministere.

In Marea Britanie, principala responsabilitate in domeniul apararii drepturilor consumatorilor revine autoritatilor locale din districte. Astfel, in Anglia si in Tara Galilor, responsabile de protectia consumatorilor sunt Districtele Metropolitane si Comisiile Comitatelor. In Scotia aplicarea legislatiei privind protectia consumatorilor este in sarcina Consiliilor Regionale, iar in Irlanda de Nord a Departamentului guvernamental pentru dezvoltarea economica.

Fiecare autoritate locala responsabila pentru aplicarea politicii de protectie a consumatorilor este autonoma, coordonarea fiind asigurata de Organismul de coordonare a autoritatii locale pentru alimente si comertul standard (LACOS). Autoritatile responsabile pe probleme legate de exercitarea unui comert corect si protectia consumatorului au cate un Departament de protectie a consumatorilor sau pentru standarde comerciale. Aceste departamente pun la dispozitie servicii complete de consiliere si aplicare a legislatiei, administrand intreaga gama de legi ce guverneaza securitatea produselor si mediului inconjurator, metrologie, comert corect, produse alimentare si protectia consumatorilor.

In fiecare din tarile prezentate, dar nu numai, exista asociatii ale consumatorilor, organisme neguvernamentale si nonprofit care au corespondent la nivel european, respectiv Asociatia europeana, care, la

randul ei, are sarcini de lobby si de promovare a drepturilor si protectiei consumatorilor. Asociatia europeana are o componenta eterogena, in cadrul ei facand parte reprezentanti ai miscarii de protectie a consumatorilor, ai miscarii cooperatiste si chiar ai organizatiilor familiale.

In ultimul timp, ca urmare a unor divergente intre reprezentantii miscarii cooperatiste, aceasta nu mai are dreptul de a depune rapoarte care sa faca obiectul discutiilor membrilor Asociatiei ci are doar rol consultativ.

In conditiile in care tot mai multe voci considera ca cele doua organisme comunitate, Consiliul Europei si Comisia Europeana, au creat o suprareglementare in domeniul protectiei consumatorilor, devenind in conceptia acestora o adevarata piedica, s-a creat si o alta organizatie EFLA, cu cinci state membre(Norvegia, Danemarca, Suedia, Elvetia, si Luxemburg), aparand, in acest fel, un nou spatiu economic, neafiliat celui comun. Fiind formata din tari potente din punct de vedere economic, care nu au neaparata nevoie de sprijinul Comunitatii, aceasta organizatie asista la efortul Consiliului si Comisiei Eia act de actiunile in domeniul protectiei consumatorilor ale acestor organisme, fara a se angaja insa la traducerea in fapt a acestora.

Optiunile Uniunii Europene privind protectia consumatorilor

Potrivit optiunilor Uniunii Europene este absolut necesar sa se actioneze in domeniul protectiei consumatorilor, deoarece, pe masura ce consumatorii vor beneficia de granite deschise, largite si de o piata competitiva la nivelul Uniunii, trebuie sa creasca grija pentru protejarea si promovarea pe scena europeana a drepturilor legitime ale acestora.

In acest sens, au fost adoptate la nivelul Uniunii Europene o serie de directive care , la nivel national, se transpun in legi, in reglementari cu caracter obligatoriu, ce au in vedere, in principal, securitatea produselor, reclama inselatoare, responsabilitatea producatorilor pentru produsele cu defecte, creditul pentru consumatori, denumirea si etichetarea produselor.

In vederea realizarii optiunilor Uniunii Europene in asigurarea drepturilor si a protectiei consumatorilor, au fost create structuri institutionale corespunzatoare care sa raspunda de problemele consumatorilor, inclusiv de atribuirea unei competente generale si orizontale in domeniul drepturilor consumatorilor unei singure autoritati cu responsabilitati si initiative in domeniu si care coordoneaza actiunile intreprinse de autoritati in aplicarea altor politici.In acelasi timp, au fost create structuri consultative , fie generale, cum este Comitetul Consultativ al Consumatorilor din Uniunea Europeana, fie specifice, care reprezinta interesele consumatorilor si asigura participarea acestora la procesul decizional.Directivele Uniunii Europene privind creditul de consum,

clauzele abuzive din contractele incheiate cu consumatorii, calatoriile cu pret forfetar, dreptul de proprietate multipla asupra bunurilor imobiliare cu divizarea duratei de folosinta si contractele incheiate inafara unitatilor comerciale impun noi obligatii ale producatorilor, importatorilor si vanzatorilor. Toate fac parte din responsabilitatile ce definesc mediul legal in care firmele trebuie sa-si desfasoare activitatea pe piata.

In domeniul falsei publicitati, de exemplu, Directiva 84/450/CEE din 10.09.1984 obliga statele membre sa se asigure ca exista mijloacele adecvate si eficiente pentru controlul publicitatii inselatoare, atat in interesul consumatorilor cat si al concurentilor, in general al publicului.

Edificator pentru optiunile Uniunii Europene privind protectia consumatorilor ramane Carta Alba privind pregatirea tarilor asociate din centrul si estul Europei pentru integrarea in piata interna a Uniunii Europene care, precizand conditiile minime absolut necesare in materie legislativa ce trebuie insusite de fiecare tara in parte pentru a asigura functionarea pietei interne, scoate in evidenta obiectivele si masurile ce trebuie intreprinse in vederea asigurarii drepturilor si protectiei consumatorilor, ele referindu-se in principal la:

- protectia vietii, sanatatii si securitatii consumatorilor;
- protectia intereselor economice ale consumatorilor;
- formarea specialistilor in domeniul protectiei si educarii consumatorilor;
- accesul consumatorilor la justitie;
- crearea si dezvoltarea de asocatii ale consumatorilor si sprijinirea activitatii acestora;
- perfectionarea cadrului legislativ si institutional;
- elaborarea de programe pentru educarea consumatorilor.

Realizari ale Uniunii Europene in domeniul protectiei consumatorilor

Rolul si mai ales realizările Comunitatii Europene in apararea drepturilor si asigurarea protectiei consumatorilor se pot structura in trei principale domenii:

1. Introducerea unui minim de reguli, de principii directoare, de norme cu caracter obligatoriu, atat pentru fiecare stat membru, dar si pentru celelalte state europene, in conditiile in care acestea din urma ar dori sa se integreze in Piata Europeana Unica, principii ce se constituie intr-un insemnat suport in stabilirea obiectivelor specifice protectiei consumatorilor.

2. Crearea la nivelul Uniunii Europene a unui cadru institutional adecvat protectiei consumatorilor, a unor organisme cu atributiuni in acest important domeniu si, in felul acesta, crearea premiselor ca in

fiecare stat in parte sa functioneze organisme guvernamentale sau neguvernamentale pentru protectia consumatorilor.

3. Continua preocupare pentru amortizarea legislatiei si a cadrului institutional in domeniul protectiei consumatorilor, preocupare ce se regaseste atat in activitatea de ansamblu a organismelor Uniunii europene cat si a fiecare tari in parte.

CAPITOLUL 3

Protectia consumatorilor in Romania

In tara noastra exista urmatoarele institutii publice, organizatii si asociatii ale consumatorilor cu atributii de protectie a consumatorilor:

- Asociatia pentru Protectia Consumatorilor din Romania(APC)
- Centrul de Consiliere si Informare a Consumatorilor Bucuresti, serviciu asigurat de APC Romania;
- Autoritatea Nationala pentru Protectia Consumatorilor;
- Oficiul pentru Protectia Consumatorilor, organizatie bugetara guvernamentala, inzestrata cu atributii de control, inspectie si sanctionare;
- Oficiul pentru Protectia consumatorilor din Bucurest, care este organul teritorial al Oficiului pentru protectia consumatorilor;
- Oficiul Concurentei.

Orice persoana care cumpara, dobandeste, utilizeaza ori consuma produse sau servicii se numeste consumator.

Drepturile consumatorilor sunt:

- dreptul de a alege
- dreptul de a fi informat corect asupra produselor si serviciilor si de a fi educati pentru a face o alegere cat mai avantajaoasa
- dreptul de a fi in siguranta
- dreptul de a se organiza in asociatii pentru protejarea propriilor interese
- dreptul de a avea acces la o gama variata de marfuri
- dreptul de a fi protejati contra riscului de a cumpara bunuri care le pun in pericol sanatatea
- dreptul de a fi despagubiti atunci cand bunurile nu corespund

Aceste drepturi sunt recunoscute de legislatia romaneasca (Ord. Guv. Nr. 21 din 1992 si nr 58 din 2000), iar cine le nesocoteste sufera sanctiuni.

Producatorul de bunuri alimentare trebuie sa informeze consumatorul despre:

- denumirea/marca sa, adresa, cantitatea, termenul de garantie,
- principalele caracteristici tehnice si calitative, compozitie
- eventualele riscuri ce pot aparea, modul de utilizare, depozitare.

- cazuri in care produsul nu este indicat

Eticheta produselor reprezinta orice material scris, imprimat, ce trebuie sa contina:

- denumirea produsului;
- numele si adresa producatorului, distribuitorului sau importatorului inregistrat in Romania;
- data durabilitatii minimale/termenul de valabilitate;
- cantitatea neta;
- conditii speciale de depozitare si folosire,daca este cazul;
- locul de origine sau provenienta a produsului;
- lista cuprinzand ingredientele folosite,specificand cantitatea
- instructiuni de utilizare.

Data durabilitatii minimale reprezinta data pana la care produsul isi pastreaza caracteristicile specifice in conditii de depozitare corespunzatoare. Aceasta este exprimata de obicei prin sintagma „a se consuma de preferinat inainte de...”.

Pentru produsele de folosinta indelungata, obligatiile producatorilor sunt:

- acordarea unor termene de garantie minime pe grupe de produse
- asigurarea unitatilor service autorizate, documentatiei de remediere, catalogului pieselor de schimb,etc
- supravegherea respectarii conditiilor in care au fost abilitati producatorii pieselor de schimb si unitatile service;
- obligatia producatorului fat de vanzator de a asigura si suporta toate cheltuielile pentru punerea in functiune,intretinerea, repararea acestora, precum si cheltuieli de diagnosticare, montare, ambalare pentru produsele reclamate in cadrul termenului de garantie.

Bunurile de folosinta indelungata trebuie sa fie insotite la comercializare de certificat de garantie semnat si stampilat de producator si vanzator, declaratie de conformitate si carte tehnica ori instructiuni de folosire. Toate aceste documente vor fi redactate in limba romana, indiferent de tara de origine a produsului.

3.1.Cadrul legal si institutional privind protectia consumatorilor

Principalele probleme cu care se confrunta practica juridica sunt legate de dificultatea crearii unor mijloace cu adevarat eficiente care sa actioneze pentru asigurarea unui echilibru de forte in cadrul relatiei ofertant-consumator. Mijloacele judiciare presupun apelarea la un tribunal de natura civila sau administrativa, ceea ce prezinta numeroase inconveniente pentru consumatori:costul foarte ridicat al justitiei,

obstacole de ordin psihologic,etc. Mijloacele parajudiciare sunt organizate de stat sau institutii particulare si se situeaza in afara ordinului juridictional. Acestea se impart in: consultatii juridice furnizate consumatorilor gratuit sau la preturi reduse, exercitarea de presiuni asupra ofertantilor si rezolvarea litigiilor prin aducerea fata in fata a consumatorilor si ofertantilor.

Voi prezenta acum cateva acte normative care alcatuiesc cadrul legislativ adecvat privind protectia consumatorilor:

- O.G.nr 21/1992 care institutionalizeaza OPC-ul(actualul ANPC)
- O.G.nr 19/1992 privind activitatea de standardizare, modificata prin legea nr 11/1994;
- O.G. nr 20/1992 ce cuprinde prevederi referitoare la activitatea de metrologie;
- H.G.nr 167/1992 privind constituirea si functionarea sistemului national de certificare a calitatii;
- H.G.665/1995 privind inlocuirea sau restituirea produselor care prezinta deficiente de calitate;
- H.G.784/1996 pentru aprobarea Normelor metodologice privind etichetarea produselor alimentare;
- Legea nr 98/1994 privind stabilirea si sanctionarea contraveniilor la normele de igiena si sanatate .H.G.nr 23/1995 privind instruirea sistemului de marcare pentru tigarete, produse de tutun si bauturi alcoolice;

3.2.Autoritatea Nationala pentru Proectia Consumatorilor (A.N.P.C.)

Aceasta Autoritate functioneaza pe baza urmatoarei legislatii in vigoare:

- H.G.nr 166/2001 privind organizarea si functionarea Autoritatii Nationale pentru Protectia Consumatorilor;
- O.G. nr 21/1992 privind protectia consumatorilor;
- O.G. nr 58/2000 pentru modificarea si completarea O.G. nr 21/1992;
- O.G. nr 2/2001 privind regimul juridic al contraveniilor;
- H.G. nr 752/2001 privind majorarea valorii amenzilor contravenionale prevazute la art 46 si 46' din O.G. nr 21/1992;

- Legea nr 12/1990 privind protejarea populatiei impotriva unor activitati comerciale ilicite;
- O.G. nr 126/1998 privind modificarea Legii nr 12/1990;
- Legea nr 177/1998 pentru completarea art 2 din Legea nr 12/1990 privind protejarea populatiei impotriva unor activitati comerciale ilicite;
- H.G. nr 665/1998 privind inlocuirea, remedierea sau restituirea contravalorii produselor care prezinta deficiente;
- H.G. nr 394/1995 privind obligatiile ce revin agentilor economici persoane fizice sau juridice in comercializarea produselor de folosinta indelungata destinate consumatorilor;
- H.G. nr 953/1999 privind modificarea si completarea H.g. nr 784/1996 pentru aprobarea normelor metodologice privind etichetarea produselor alimentare;
- H.G. nr 187/2000 privind imitatiile de produse alimentare care prezinta riscul de a pune in pericol sanatatea sau securitatea consumatorilor;
- Ordin al Ministerului Sanatatii nr 975/1998 partea 1,2,3,4,5,6, privind aprobarea normelor igienico-sanitare pentru alimente;
- O.U.G.nr 97/2001 privind reglementarea productiei, circulatiei si comercializarii alimentelor;
- Legea nr 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele incheiate intre comercianti si consumatori;
- O.G. nr 87/2000 privind raspunderea producatorilor pentru pagubele generate de produse periculoase;
- H.G. nr 947/2000 privind modalitatea de indicare a preturilor produselor oferite consumatorilor spre vanzare;
- Legea nr 178/2000 privind produsele cosmetice;
- O.G. nr 200/2000 privind clasificarea, etichetarea si ambalarea substantelor si preparatelor chimice periculoase;
- H.G. nr 329/2000 privind importul si comercializarea unor produse folosite;
- Ordinul ANPC nr 217/2001 pentru aprobarea normelor privind criteriile de clasificare a produselor folosite destinate copiilor mai mici de 36 luni;
- H.G. nr 332/2001 privind denumirea, marca compozitiei fibroase si etichetarea produselor textile
- H.G. nr 1219/2000 privind unele masuri de protectie a intereselor consumatorilor la achizitionarea de piese de schimb auto, altele decat cele care pot afecta siguranta circulatiei si protectia mediului;

A.N.P.C. participa impreuna cu alte organe, la elaborarea strategiei in domeniul protectiei consumatorului. Elaboreaza proceduri privind

obiectivele, conditiile si modul de colaborare in desfasurarea activitatii de protectie a consumatorilor. ANPC efectueaza analize si incercari in laboratoarele acreditate conform legii sau in laboratoarele proprii ori agreate, sprijina asociatiile de consumatori in actiunea de infiintare si functionare a centrelor de consultanta, informare si educare a consumatorilor. De asemenea ANPC-ul prezinta informari periodice Guvernului si organelor administratiei publice centrale interesate, referitoare la activitatea proprie privind respectarea drepturilor si intereselor consumatorilor. In afara de cele mentionate ANPC-ul mai are o serie de atributii, participand si la realizarea programelor interne si internationale in domeniul protectiei consumatorilor.

3.3. Studiu de caz

Firma „Cocor”srl comercializeaza aparatura electrica si electrocasnica.din gama oferita de catre firma exista unele produse care pot pune in pericol viata celor care le utilizeaza.

In anul 2000, un client a cumparat un robot de bucatarie.la 7 zile de la achizitionarea produsului,in timpul utilizarii aparatului s-a produs un soc electric are a avut ca consecinta accidentarea grava a clientului. In urma acestui accident firma „Cocor” a fost data in judecata, datorita verificarii incomplete a produsului,deoarece in prezentarea accesoriului se mentiona ca este dotat cu protectie impotriva socurilor electrice.

In urma sesizarii facute de cumparator, reprezentantii firmei „Cocor” si OPC-ul s-au deplasat la locul accidentului, constatand veridicitatea celor sustinute de client.In urma procesului intentat,clientul a avut castig de cauza,primind despagubiri materiale, iar firmei „Cocor”srl I s-a retras dreptul pe a comercializa astfel de produse. S-a mai descoperit ca firma comercializa si un tip de storcator de fructe cu mixer: origine necunoscuta; pericolul consta in soc electric deoarece firele inferioare sunt insuficient fixate.

Ca urmare a acestor informatii primite ANPC, prin intermediul oficiilor teritoriale va interzice necomercializarea acestor produse periculoase. In cazul depistarii lor, OPC-ul va lua masurile de interzicere a acestora si aplicare a sanctiunilor prevazute de legislatia in vigoare.

CAPITOLUL 4

Perspective ale protectiei consumatorilor in tara noastra

Una dintre cele mai importante teme dezbătută de către Ministrii responsabili de aplicarea politicii de protecție a consumatorilor a fost **„PRINCIPIILE FUNDAMENTALE ALE POLITICII DE PROTECȚIE A CONSUMATORILOR DIN NOUA EUROPA: DREPTURI, INSTRUMENTE ȘI PROTAGONISTI”**. La această întâlnire au participat miniștri din toate țările membre ale UE, precum și miniștri din țările în curs de aderare și candidate. Această întrunire a avut loc la Roma pe data de 21 noiembrie 2003. Câteva zile mai târziu, mai exact pe data de 26-28 noiembrie 2003, România și-a exprimat intenția de a semna un „Memorandum de înțelegere cu Comisia Europeană” pentru a participa la „cadru general pentru finanțarea acțiunilor comunitare de susținere a politicii de protecție a consumatorilor pentru anii 2004-2007”. Autoritate de negociere a fost desemnată Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului. Această Autoritate acordă în permanență sprijin organizațiilor neguvernamentale, în vederea atingerii obiectivelor pe care acestea și le propun, sprijină asociațiile de consumatori cu materiale documentare și de legislație în domeniu și a asigurat participarea în perioada raportată la peste 20 de seminarii organizate de asociațiile pentru protecția consumatorului.

BIBLIOGRAFIE

1. PATRICHE, D. „Protecția consumatorilor în economia de piață” editura Academia Universitară, Athenaeum, București, 1994
2. PATRICHE, D, PISTOL GH, ”Protecția consumatorilor”, editura Regia Autonomă ”Monitorul oficial” București, 1998
3. TEODOR T, „Protecția consumatorului-protecția pieței” Tribuna Economică nr 24/1994
4. www.anpc.ro