

PROGRAM POSPEŠEVANJA POSLOV

IZOBRAŽEVALNI PRIPOMOČEK:

Zaščita potrošnika

UEAPME, 2001
Luc Hendrickx

VSEBINA

OZADJE	3
II. »Acquis Communautaire«	7
1. Zavajajoče oglaševanje	7
2. Pogodbe prenesene iz poslovnih premis	9
3. Zaupanje potrošnika	10
4. Potovanje, počitnice in izleti v paketu	11
5. Delitev časa	13
6. Nepošteni pogoji v pogodbah s potrošniki	14
7. Pogodbe na daljavo	16
8. Označitev cene	18
9. Pravice potrošnika	19
10. Odgovornost za poškodovane izdelke	20
11. Splošna varnost izdelkov	22
12. Nevarni ponaredki	24
13. Prodaja potrošnikovih dobrin in pripadajoče garancije	25

OZADJE

Zaščita potrošnika ni bil eden izmed prvotnih ciljev v Rimskem sporazumu. Šele na začetku leta 1970 so evropske institucije začele upoštevati zaščiti potrošnikov. Rimski sporazum (1957) ni predvidel politike potrošnika. Vendar pa so nekateri člani, kot na primer člen 39 EEC o kmetijstvu in člen 86 EEC o konkurenci vsebovali direktne napotke potrošnikom in izrazili željo, da bi varovali potrošnikove interese. Splošneje, uvod v Sporazum, ki je ustanavljal Evropsko ekonomsko skupnost, vidi kot osnovni cilj Skupnosti »konstantno izboljševanje življenjskih in delovnih pogojev« ljudi, ki sestavljajo Skupnost.

Šele v srednjih sedemdesetih letih je Ministerski svet v resoluciji z dne 14. Aprila 1975 osvojil prvi program Evropske ekonomske skupnosti za zaščito potrošnika in politiko informiranja.

To je bila prva stopnja v korist potrošnikov v merilih Skupnosti. Ta program je določil pet osnovnih pravic potrošnikov:

- **Pravica do zaščite zdravja in varnosti.** To pomeni, da morata blago in usluge ponujene potrošniku biti takšne, da v normalnih in predvidljivih pogojih uporabe, ne predstavljata nobenega rizika za zdravje ali varnost potrošnika.
- **Pravica do zaščite ekonomskega interesa.** Potrošniki bi morali biti zaščiteni proti zlorabi prodajalčeve moči, predvsem proti enostranskim standardnim pogodbam, težkim kreditnim pogojem, prodajnim metodam pod hudim pritiskom in proti oškodovanju ekonomskih interesov, ki jih povzročijo poškodovani izdelki ali nezadovoljive usluge.
 - • **Pravica do nadomestila.** Potrošniki bi morali dobiti nasvete in pomoč z ozirom na pritožbe in poškodbe ali škodo, ki so posledica nakupa, uporabe poškodovanega blaga ali nezadovoljivih uslug. Smejo zahtevati ustrezno nadomestilo za takšno škodo ali poškodbo na hiter, učinkovit in poceni način.
 - **Pravica do informiranosti.** To pomeni, da bi moralo biti na razpolago zadosti informacij, ki bi potrošniku dobrin in uslug omogočile dostop do osnovnih podatkov o blagu in uslugah, kot so narava, kvaliteta, kvantiteta in cena, da bi omogočile racionalno izbiro med konkurenčnimi produkti ali uslugami in bi lahko te varno uporabljali.
 - **Pravica predstavitve** (pravica, da te slišijo). Potrošnike bi bilo treba upoštevati in jim dovoliti, da izrazijo svoje poglede, ko se pripravljajo odločitve, ki jih zadevajo; predvsem skozi organizacije, ki se ukvarjajo z zaščito in informiranjem potrošnika.

Še več, Svet se je lotil ukrepanja v zvezi z vrsto različnih predlogov in to v kratkem času in širokem obsegu. Toda ta prvi program ni imel nobenega konkretnega učinka.

Skozi Resolucijo z dne 19. Maja 1981, je Svet sprejel drugi program za zaščito potrošnika in politiko informiranja za obdobje 1981 - 1986. Ta drugi program naj bi nadaljeval mere zaščite in informiranja potrošnika, ki so se začele v preliminarnem programu in je potrdil svoje cilje in principe. Ta novi program so okrepili in podrobneje izdelali orientacije, ki so izšle v programih iz leta 1975 in intenzivirali mere na tem področju. Predlaga tudi, da bi dali intenzivno pozornost potrošnikovim interesom v definiciji in aplikaciji politike skupnosti.

In končno, program je ponovno izpostavil pet osnovnih pravic potrošnikov, kot je bilo definirano leta 1975; zaščita potrošnika proti tveganju za zdravje in varnost, zaščita potrošnikovih ekonomskih interesov, izboljšanje potrošnikovega pravnega položaja (pomoč, nasvet, pravico iskati pravno pomoč), izboljšanje potrošnikove razgledanosti in informiranosti, Primerno posvetovanje in predstavitve potrošnikov v okviru odločitev, ki vplivajo na njihove interese....

Ta program je opredelil tudi vrsto principov izdanih v preliminarnem programu, ki so bile (in so) še vedno relevantni:

- Kupci dobrin in uslug bi morali biti zaščiteni proti določeni nepošteni prodajni praksi in predvsem proti prodajalčevim standardnim pogodbam, nevsebovanju bistvenih pravic v pogodbah, hudim kreditnim pogojem, zahtevam po plačevanju neiskanega blaga in prodajnim metodam visokega pritiska;
- Potrošnik bi moral biti zavarovan pred škodo na račun njegovega ekonomskega interesa, ki jo povzročijo poškodovani produkti ali nezadovoljive usluge.
- Presentacije in promocije dobrin in uslug, vključno s finančnimi uslugami, ne bi smele biti zavajajoče, ne direktno in ne indirektno, niti za osebe katerim so bile ponujene, ne tistim, od katerih so bile zahtevane.

- Nobena oblika reklame ne bi smela zavajati potencialnega kupca produkta ali usluge. Oglaševalec v kateremkoli mediju mora opravičiti z ustreznimi sredstvi veljavnost svojih trditev.
- Informacija na nalepkah v katerikoli fazi prodaje ali v reklami, mora biti verodostojna.
- Potrošnik ima pravico zanesljivih po-prodajnih uslug pri predmetih z dolgo življenjsko dobo vključujoč zalogo rezervnih delov, ki so potrebni za popravila.
- Razpon dobrin, ki so potrošniku na razpolago, mora biti tak, da je potrošniku, če se le da, ponujen primeren izbor.

Po letu 1985 je Komisija dognala, da sprejetje sledečih si programov ni imelo pričakovanih rezultatov. Zato je Komisija predstavila Svetu novo sporočilo z jasnim koledarjem odločnih akcij. Ta koledar je bil potrjen z Resolucijo z dne 23. Junija 1986 kot nova vzpodbuda za politiko zaščite potrošnika. V tej resoluciji je Svet spoznal nujnost uresničitve treh glavnih ciljev, ki jih je predlagala Komisija:

1. visoka raven zdravstvene in varnostne zaščite potrošnikov,
2. možnost, da potrošniki profitirajo od skupnega trga in
3. vzeti v obzir interes potrošnikov v politikah drugih skupnosti.

Prvi cilj, Člen 95 (ex 100 A) Sporazuma, je ena od najosnovnejših odločb, ki je bila predstavljena v Rimskem sporazumu s strani SEA (Single European Act) leta 1986. Ta člen pravi, da bo Komisija kot bazo v svojih priporočilih vzela »visoko raven zaščite«.

Mastrihtski sporazum o Evropski uniji (Februar 1992) je bil eden izmed najpomembnejših korakov za potrošniško politiko v Skupnosti. Ta sporazum eksplicitno navaja zaščito potrošnika kot enega izmed ciljev politike Skupnosti. Člen 3 navaja, da bodo »aktivnosti

Skupnosti vključevale...prispevek k jačanju potrošnikove zaščite.«

Da bi podprli interese potrošnikov in zagotovili visoko raven zaščite potrošnika, bo Skupnost prispevala k zaščiti zdravja, varnosti in ekonomskih interesov potrošnikov, kakor tudi podprla njihove pravice po informiranosti, izobrazbi in organiziranju, da bi zaščitili njihove interese.

Ti cilji bodo doseženi z:

- merami v skladu s predpisom k Členu 95 v kontekstu zaključitve internega trga (harmonizacijske mere);
- mere, ki podpirajo, dopolnjujejo in nadzirajo politiko, ki jo vodijo Države članice.

Katerikoli Državi članici je dovoljeno ohraniti ali uvesti bolj stroge zaščitne mere. Vsekakor morajo biti te kompatibilne s Sporazumom in morajo biti javljene Komisiji.

Zahteve potrošnikov po zaščiti bodo vzete v obzir pri definiranju in implementiranju drugih političnih mer in aktivnosti Skupnosti.

»Acquis Communautaire«: kratek pregled

Zakonodaja Skupnosti na področju potrošniške politike želi premagati tržni neuspeh in preprečiti tendenco za strukturno pomanjkanje informacij, z zagotovitvijo, da je bistvena informacija obvezna in skozi dodatna pravila za zaščito kupcev. Zakonski pristop sledi, v večini primerov je to princip minimalne harmonizacije.

Znotraj polja varnostni zadev, »acquis communautaire« vsebuje Smernica splošne varnosti produkta 92/59/EC. Za dežele pristopnice je izziv premakniti se od sistema kontrole na proizvodni ravni, k kompleksnejšemu nadzoru trga. Acquis usmerja tudi Smernice na neoporečnost produkta (85/374/EEC) in na Nevarne ponaredke (87/357/EEC).

- Ekonomski interesi potrošnikov so na področju finančnih uslug zaščiteni s Smernicami o potrošniškem kreditu (87/102/EEC), (90/88/EEC), (98/7/EC).
- Smernice o označbi cen (98/6/EC), komparativno oglaševanje (97/7/EC) obravnava potrošnikove aspekte na področju reklamiranja in informiranja.
- Komerzialna praksa je pokrita s Smernico prodaje na domu (87/577/EEC) in Smernico prodaje na daljavo (97/7/EC), kakor tudi s Smernico o sodni prepovedi za zaščito potrošnikovih interesov (98/27/EC) in v Smernici o določenih aspektih prodaje potrošniških dobrin in Združenih garancij (99/44/EC).
- Smernica nepravilnih pogodbenih pogojev (93/13/EEC), Smernica delitev časa (97/47/EC) in Potovanje v paketu in Smernica počitniških izletov (90/314/EC) se tičeta potrošnikovih pogodb.

»Acquis Communautaire«

1.Zavajajoče oglaševanje

Prva pomembna smernica na področju potrošniškega prava je bila Smernica sveta 84/450/EEC, ki govori o zavajajočem oglaševanju. Bila je popravljena s strani Evropskega parlamenta in Sveta s Smernico 97/55/EC, da je vključeno tudi komparativno oglaševanje.

Cilj teh smernic je zaščititi ne le potrošnike, ampak tudi vse osebe, ki se ukvarjajo s trgovanjem ali poslom ali domačo obrtjo ali (liberalnim) poklicem, dalje z interesom javnosti na splošno proti zavajajočemu oglaševanju in nepravilnih posledicah iz tega. Cilj je tudi določiti pogoje, pod katerimi je komparativno oglaševanje dovoljeno.

Smernice uporabljajo široko definicijo »oglaševanja«, ustvarjanja predstavitev v kakršnikoli povezanosti s trgovino, poslom, obrtjo ali poklicem, da bi pospešila oskrbo z dobrinami in uslugami, vključujoč nepremičnine, pravice in dolžnosti.

Smernica 84/450/EEC

»Zavajajoče oglaševanje« je definirano kot oglaševanje, ki na kakršenkoli način, vključujoč svojo predstavitev, vara osebe na katere se obrača ali tiste, ki jih doseže in ki zaradi svoje varljive narave po vsej verjetnosti vpliva na njihovo ekonomsko obnašanje ali ki iz omenjenih razlogov lahko škodi konkurentu.

Da bi lahko ugotovili, če je oglaševanje zavajajoče, je treba v obzir vzeti sledeče značilnosti:

- Karakteristike dobrin in uslug (njihova razpoložljivost, narava, izvedba, sestava, metoda in datum proizvodnje ali dobave, raba, količina, specifikacija, geografsko poreklo, pričakovani rezultati po uporabi, rezultati in materialne odlike po testih in pregledih, izpeljanih na dobrinah ali uslugah);
- Cena ali način, na katerega je bila izračunana;
- Pogoji, pod katerimi se dobrine dostavi ali nudi usluge;
- Narava, atributi in pravice oglaševalca.

Da bi lahko kontrolirali zavajajoče oglaševanje, bodo Države članice zagotovile primerne in učinkovite načine, kot je možnost za osebe ali organizacije z legitimnim interesom, da:

- podvzamejo pravne akcije proti zavajajočemu oglaševanju in/ali
- predajo zavajajoče oglaševanje kompetentnim administrativnim oblastem, da se odločijo kaj s pritožbami ali začnejo primeren pravni postopek.

Države članice so prenesle močna sodišča ali administrativne oblasti in jih pooblastile, da

- naročijo ustavitev zavajajočega oglaševanja ali vpeljati primerne pravne postopke;
- naročijo prepoved zavajajočih oglaševanj, katerih objava je neizbežna ali vpeljati primerne postopke.

Te mere je mogoče odvzeti s pospeševalnimi postopki, z vmesnim ali dokončnim učinkom.

Ta smernica ne izključuje prostovoljne kontrole zavajajočega oglaševanja s strani samo-urejevalnih teles, če so postopki pred takimi telesi nadaljevanje sodišča ali administrativnih postopkov.

Smernica 97/55/C

Cilj te smernice je določiti pogoje, pod katerimi bo komparativno oglaševanje dovoljeno. Komparativno oglaševanje je definirano kot katerokoli oglaševanje, ki nedvoumno ali kot posledico identificira tekmece, dobrine ali usluge, ki jih ponuja tekmece.

Komparativno oglaševanje je dovoljeno, ko so izpolnjeni sledeči pogoji:

- ni zavajajoče
- primerja dobrine ali usluge zadovoljujoč iste potrebe ali je usmerjeno v isto namero
- objektivno primerja eno ali več materialnih, relevantnih, preverljivih in reprezentativnih značilnosti tistih dobrin in uslug, ki vključujejo ceno.
- Ne ustvarja zmede na trgu med oglaševalcem in tekmečem ali med oglaševalskimi zaščitnimi znaki, imenom firme, drugimi razlikovalnimi znaki, dobrinami ali uslugami in tekmečevimi.
- Ne osramoti in ne očrni zaščitnih znakov, imen firm, drugih znakov, dobrin ali uslug, aktivnosti ali okoliščin tekmece.
- Za proizvode z označbo porekla, v vsakem primeru soroden proizvodom z enako označbo
- Ne jemlje nepoštenih prednosti ugleda zaščitnega znaka, imena firme ali drugih znakov tekmece ali označb izvora konkurenčnih proizvodov.
- Ne predstavi dobrin ali uslug kot imitacij ali replik dobrin ali uslug, i nosijo zaščiten zaščitni znak ali ime firme.

Nadalje, kakršnakoli primerjava, ki se nanaša na posebno ponudbo, mora na jasnem, nedvoumen način označiti datum, s katerim se ponudba neha in kjer je to primerno, da je posebna ponudba odvisna od razpoložljivosti dobrin in uslug in kjer se posebna ponudba še ni začela, označiti datum začetka obdobja, v času katerega bodo veljale posebne cene ali drugi posebni pogoji.

Sredstva za nadzorovanje zavajajočega oglaševanja veljajo tudi za prepovedano komparativno oglaševanje.

3. Pogodbe sklenjene proč od poslovnih premis

Cilj smernice je zaščititi potrošnike pred nepoštenimi poslovnimi praksami v zvezi s pogodbami sklenjenimi stran od poslovnih premis.

Posebna značilnost pogodb, ki se sklenejo proč od poslovnih premis trgovca je, da je po pravilu trgovec tisti, ki začne pogodbeno pogajanja, za kar je potrošnik nepripravljen. Potrošnik pogosto ne more primerjati kvalitete in cene ponudbe z drugimi ponodbami. Ne samo pri pogodbah narejenih pred vrati, ampak tudi pri drugih oblikah pogodb, ki jih zaključijo trgovci proč od svojih poslovnih premis, je običajno prisoten element presenečenja.

Smernica daje potrošniku pravico odpovedi v obdobju najmanj sedem dni, da mu omogoči ocenitev obveznosti, ki nastopijo s pogodbo. Potrošnik mora biti pisno obveščen o obdobju za premislek.

Treba je osvetliti dejstvo, da ta smernica velja le za pogodbe sklenjene s potrošnikom, torej osebo, ki deluje z namenom izven svojega področja ali poklica.

Ta Smernica velja za:

- pogodbe zaključene med trgovcem in potrošnikom med izletom, ki ga organizira trgovec proč od svojih premis;

- pogodbe sklenjene med obiskom trgovca na potrošnikovem domu ali domu drugega potrošnika ali na potrošnikovem delovnem mestu, kjer do obiska ni prišlo na željo potrošnika;
- pogodbe za dobavo dobrin in uslug, ki jih potrošnik ni naročil in ni vedel, da tudi te dobrine in usluge sodijo v okvir trgovčevih komercialnih in profesionalnih aktivnosti;
- pogodbe, v katerih potrošnik naredi pogodbeno ali ne-pogodbeno ponudbo, da sprejme obisk trgovca ali se udeleži ekskurzije, ki jo organizira trgovec.

To pomeni, da smernica velja za prodajo od vrat do vrat, prodajo na sejnih, ... ipd.

V vseh teh primerih morajo trgovci ob zaključku pisne, z datumom opremljene pogodbe dati potrošniku obvestilo z navedbo pravice o razveljavitvi pogodbe znotraj ne manj kot sedem dni skupaj z imenom in naslovom osebe, kateri ta pravica pritiče.

Ta Smernica ne velja za:

- pogodbe v gradbeništvu, prodajo in najemanje nepremičnin ali pogodbe, ki zadevajo druge pravice v zvezi z nepremičninami;
- pogodbe o preskrbi s prehrano, pijačo ali drugimi dobrinami za tekočo rabo v gospodinjstvih in jih dobavlja običajen dostavljaec;
- pogodbe o preskrbi z dobrinami ali uslugami v primerih a) kjer je pogodba zaključena na osnovi prodajnega kataloga, ki ga potrošnik lahko prebere v odsotnosti trgovca, b) kjer je predvidena kontinuiteta kontaktov med trgovcem in potrošnikom v zvezi s kupčijo, c) kjer tako katalog kot pogodba jasno informirata potrošnika o pravici vračila blaga dobavitelju v obdobju ne manj kot sedem dni po prevzemu ali da lahko v tem času razveljavi pogodbo brez kakršnihkoli obveznosti, razen odgovorne skrbi za blago;
- zavarovalne pogodbe;
- pogodbe o varnosti.

5. Potrošnikov kredit

Cilj teh smernic je harmonizirati splošne pogoje in pravila, ki vplivajo na potrošnikov kredit in zaščititi potrošnike proti neprimernim kreditnim pogojem.

To ne velja za:

- kreditne sporazume z namenom pridobiti ali zadržati lastninske pravice do zemlje ali in zgradb;
 - kreditne sporazume z namenom prenove ali izboljšave zgradb;
 - najemanje sporazumov, razen kadar ti določijo, da bo naslov šel k najemniku;
 - kredite brez obresti ali drugih stroškov;
 - brezobrestne kreditne sporazume, kjer potrošnik soglaša s plačilom kredita v enkratnem znesku;
 - kredit v obliki predujma na tekoči račun in ne na račun kreditne kartice, ki ga zagotavlja kreditna ustanova ali finančna ustanova;
 - kreditne sporazume za zneske manjše od 200 ECU ali večje od 20 000 UCU;
 - kreditne sporazume od katerimi je potrošnik obvezan vrniti kredit: ali znotraj treh mesecev ali z največ štirimi plogi v obdobju 12 mesecev;
 - Države članice lahko v posvetu s Komisijo sprejmejo določene vrste kreditov, ki imajo odobrene obroke zaračunavanja pod tistimi, ki prevladujejo na trgu in ki jih na splošno javnosti ne ponudijo

Brez škode za Smernico o zavajanju in nepoštenem oglaševanju, mora vsak oglas ali vsaka ponudba, ki je vidna v poslovnih prostorih, v kateri je ponujen kredit ali je ponujena izdelava kreditnega sporazuma in je obrestna mera ali katerekoli druge cifre v zvezi s ceno kredita, vsebovati tudi izjavo o letni obrestni meri stroškov z reprezentativnim vzorcem, če ni izvedljivo drugače.

Kreditni sporazumi morajo biti pisni in potrošnik mora prejeti kopijo. Poleg bistvenih postavk (kot: opis blaga, vsota pologa, vsota kreditnega limita, opis potrebne varnosti,...) mora sporazum vsebovati letno obrestno mero in pogoje pod katerimi jo je mogoče popraviti.

Kadar se kredit zagotovi v obliki predujma na tekoči račun in ne na račun s kreditno kartico, mora biti potrošnik pisno obveščen v času ali pred časom poteka sporazuma o limitu, letni obrestni meri in stroški s tem v zvezi in o postopki za prenehanje sporazuma. Dalje, v času sporazuma mora biti

potrošnik obveščen o kakršnihkoli spremembah pri letni obrestni meri ali relevantnih stroških, v času, ko se to zgodi.

Če je kredit odobren za nabavo blaga, morajo Države članice postaviti pogoje, pod katerimi je mogoče blago ponovno prevzeti, še posebej, če potrošnik še ni dal privoljenja. Nadalje morajo zagotoviti, da nobena od strani ne bi prišla do neupravičene obogatitve. Potrošnik lahko opusti svoje obveznosti iz kreditnega sporazuma pred časom določenem v sporazumu. Ob tej priliki, bo potrošnik upravičen do primernega znižanja stroškov kredita v totalu.

Smernice 90/88/EEC in 98/7/EC določajo matematično formulo za računanje letne obrestne mere in za določitev stroškov kredita.

6. Potovanje, počitnice in izleti v paketu

Namen te smernice je približati zakone, predpis in administrativne ukrepe Držav članic v zvezi s paketi, ki jih prodajo ali jih ponudijo v prodajo na teritoriju Skupnosti.

»Paket« pomeni predhodno pripravljeno kombinacijo, ki se prodaja ali ponudi v prodajo po ceni, ki vključuje vse in ko usluga pokrije obdobje, daljše od 24 ur ali vključuje nočitev: a) prevoz, b) namestitev, c) druge turistične usluge, ki niso povezane s prevozom ali prenočevanjem in so karkulirane za važen del paketa.

Ločeno zaračunavanje posameznih komponent iz istega paketa ni relevantno.

Katerakoli opisna zadeva, ki se tiče paketa in jo je organizator ali posrednik posredoval potrošniku, cena paketa ali katerekoli drugi pogoji, ki se tičejo paketa, morajo biti resnični, z drugimi besedami, ne smejo vsebovati zavajajočih informacij. Vsaka brošura, ki je na razpolago potrošniku mora na berljivi, razumljiv in verodostojen način posredovati ceno in ustrezne informacije v zvezi z:

- destinacijo in prevoznim sredstvo, njegovimi karakteristikami in kategorijo;
- vrsto namestitve, njeno lokacijo, kategorijo ali stopnjo udobja z njenimi glavnimi značilnostmi, njenim dovoljenjem in turistično klasifikacijo pod pravili dežele gostiteljice Države članice;
- načrt prehrabnih obrokov;
- itinerar;
- splošne informacije o potnem listu in vizi za državljane Držav članic in zdravstvene formalnosti za potovanje in bivanje;
- vsoto denarja ali procent od cene, ki ga je treba plačati na račun in časovni raspored za poravnavo razlike;
- ali je na razpolago minimalno število ljudi, potrebnih za izvedbo paketa in, če je tako, še zadnji rok za obvestitev potrošnika o odpovedi dogodka.

Preden je pogodba zaključena, morata organizator ali posrednik pisno posredovati potrošniku splošne informacije o zahtevah v zvezi z vizo, kakor tudi o zdravstvenih formalnostih, pomembnih za potovanje in bivanje.

Organizator in/ali posrednik morata še pisno zagotoviti dovolj zgodaj pred začetkom potovanja:

- čas in mesta ustavljanja med potovanjem in prometne povezave, kakor tudi detajle v zvezi s prostorom, ki ga bo potnik v prevoznem sredstvu imel, kabina na ladji, spalnik na vlaku;
- ime, naslov, telefonsko številko organizatorja ali posrednika, lokalnega predstavnika ali lokalne agencije, kamor bi se lahko potrošnik v primeru težav obrnil ali telefonsko številko za klic v sili;
- določene dodatne informacije, če gredo na potovanje tudi mladoletniki;
- informacije o optimalnem zaključku zavarovalne police za pokritje stroškov odpovedi s strani potrošnika ali pomoči, vključujoč repatriacijo v primeru nesreče ali bolezni.

Pogodba mora biti v pisni obliki in vsebovati vsaj naslednje elemente, če so relevantni za konkreten paket:

_ destinacijo potovanja in kjer so predvideni postanki, dolžine postankov, z datumi;

- prevozno sredstvo, karakteristike, kategorije prevoza, datumi, čas in kraj odhoda in prihoda;
 - če paket vključuje namestitev, njeno lokacijo, turistično kategorijo ali stopnjo udobja, glavne obrise;
 - usklajenost s pravili Države članice gostiteljice in načrt prehrane;

- ali je za izvedbo paketa potrebno minimalno število ljudi in če je tako, zadnji rok za obveščanje potrošnikov o odpovedi paketa;
- itinerar;
- obiski, ekskurzije ali druge usluge, ki so vključeni v dogovorjeno končno ceno paketa;
- ime in naslovi organizatorja, posrednika in kjer je potrebno zavarovalnega agenta;
- cena paketa, naznačitev možnosti spremembe cene in možnosti morebitnih pristojbin, taks ali plačil določenih uslug (pristajanje, vkrcanje ali izkrcanje na letališčih oz. v pristaniščih, turistične takse), kjer takšni stroški niso vključeni v stroške;
- razpored plačila in metode plačila;
- posebne zahteve, ki jih je potrošnik sporočil organizatorju ali posredniku, ko se je vpisal in katere sta oba sprejela;
- obdobje, znotraj katerega se mora potrošnik pritožiti v zvezi z nepravilno izvedbo pogodbe.

Cene iz pogodbe ne smejo biti spremenjene, razen če pogodba eksplicitno omogoča popravek cene navzdol ali navzgor. Potrošnik ima pravico prenesti svojo rezervacijo na drugo osebo.

5. Delitev časa

Cilj te smernice je približati zakone, predpise in administrativne ukrepe Držav članic glede zaščite oseb, ki so kupile pravico uporabe nepremičnin na bazi delitve časa. To velja za pogodbe, ki so direktno ali indirektno v zvezi s pridobitvijo pravice do uporabe ene ali več nepremičnin na osnovi delitve časa, misleč pri tem na katerokoli pogodbo ali skupino pogodb za dobo vsaj treh let in v skladu s katero direktno ali indirektno pri plačilu določene globalne cene, na podlagi katerega je ustanovljena prava pravica do lastnine ali kakšna druga pravica povezana z uporabo ene ali več nepremičnin v določenem obdobju v letu, ki ne sme trajati manj kot en teden.

Večina MSPij ni vključenih v takšne aktivnosti, ker pa je ta smernica del »acquis communautaire« mora biti na kratko omenjena.

Smernica pokriva le aspekte v zvezi z:

- informacijo o sestavnem delu pogodbe in načrte za sporočanje informacij;
- postopki in priprave preklic in umik pogodbe.

Vsak prodajalec nepremičnin mora osebam, ki jih zanimajo nepremičnine, priskrbeti vsakršne informacije kot dodatek k splošnemu opisu nepremičnine oz. nepremičnin, ki vsebuje vsaj kratke, a točne podatke o določenih zadevah, kot so npr. identiteta in domicil udeležениh, verodostojen opis posestva in njegova lokacija, oskrba (osvetlitev, voda,...), skupni pripomočki,...itn. in o tem, kako je lahko dobiti nadaljnje informacije. Vsako oglaševanje, ki se nanaša na nepremičnine, mora imeti označeno možnost pridobitve dokumenta in kje se ga lahko dobi.

Da bi iskalci imeli visoko raven zaščite in glede na specifične karakteristike sistema za uporabo nepremičnin na bati delitve časa, morajo pogodbe vsebovati določene minimalne postavke. Nadalje smernica določa jezik, v katerem mora biti pogodba sestavljena.

Vsakršno predplačilo iskalca pred koncem obdobja, v času katerega ima pravico izpeljati umik, (znotraj 10 dni pred podpisom pogodbe) je prepovedano.

6. Nepravični pogoji v pogodbi potrošnika

Cilj te smernice je prepovedati nepravične pogoje v pogodbah s potrošniki. Ta smernica velja samo za pogodbe, zaključene s potrošnikom, z osebo, ki deluje z nameni zunaj svoje trgovine, posla ali poklica.

Ta smernica velja samo za »neindividualne pogajalske pogoje«. Pogodbeni pogoj, pri katerem pogajanje ni bilo individualno, se smatra kot nepravičen, če je povzročil znatno neravnotežje zastran pravic strank in obveznosti, ki jih pogodba prinaša v škodo potrošnika. Ocenjevanje nepravične narave pogodbenih pogojev jemlje v obzir

- naravo dobrin ali uslug, ki jih pogodba pokriva;
 - okoliščine, ki spremljajo sestavljanje pogodbe;
 - drugi podatki v pogodbi ali drugi pogodbi, na katero se nanaša.

Pogoj se bo vedno smatral kot neindividualno obravnavan, če je bil osnovan vnaprej in tako potrošnik ni mogel vplivati na vsebino pogoja, še posebej ne na vsebino na vnaprej formuliranih standardnih pogodb.

Dejstvo, da so določeni aspekti pogoja ali en specifičen pogoj, bili podvrženi individualnemu pogajanju, ne bo izključilo uporabe teh pravil do konca pogodbe, če pregledna ocena pogodbe naznačuje, da je vendarle vnaprej formulirana standardna pogodba. Če profesionallec trdi, da je bil standardni pogoj individualno obravnavan, bo v tem primeru breme dokaza viselo na njem. V primeru, da je cela pogodba ali so deli pogodbe v pisni obliki, morajo pogoji biti vedno izraženi v preprostem, razumljivem jeziku. Če obstaja dvom o pomenu pogoja, bo obveljala interpretacija, ki je za potrošnika najbolj ugodna.

Smernica vsebuje indikativen in neizčrpen seznam pogojev, za katere se smatra, da so nepravični: Pogoji, ki imajo učinek na:

- izključitev ali omejitev zakonske odgovornosti prodajalca ali dobavitelja v primeru poškodb ali smrti potrošnika;
- neprimerna izključitev ali omejitev zakonskih pravic potrošnika vis-a-vis prodajalca ali dobavitelja ali druge stranke v primeru popolne ali delne izvršitve ali neprimerne izvršitve prodajalca ali dobavitelja katerekoli pogodbene obveznosti, vključujoč opcijo izravnave dolga prodajalcu ali dobavitelju proti katerikoli zahtevi, ki bi jo potrošnik lahko imel proti njemu;
- izdelava sporazuma, ki se nanaša na potrošnika, kjer kje provizija uslug prodajalca ali dobavitelja podrejena pogoju, katerega uresničitev je odvisna le od njegove lastne volje;
- dovoliti prodajalcu ali dobavitelju, da zadrži vsote, ki jih je plačal potrošnik, ki se odloči, da ne bo zaključil ali izpeljal pogodbe, ne, da bi poskrbel za nadomestilo ekvivalentne vsote s strani prodajalca ali dobavitelja, ko je slednji stranka, ki je preklicala pogodbo;
- na zahtevo kateregakoli potrošnika, ki ne izpolni njegovih zahtev, da plača neproporcionalno visoko vsoto za kompenzacijo;
- pooblastiti prodajalca ali dobavitelja, da razdre pogodbo na obziren nač- in kjer potrošniku ni bila omogočena enaka ugodnost ali dovoliti prodajalcu ali dobavitelju, da zadržita vsote plačane za še neizvedene usluge, kjer sta prodajalec ali dobavitelj tista, ki razdreta pogodbo;
- omogočenje prodajalcu ali dobavitelju, da zaključita pogodbo nedoločenega trajanja brez sprejemljivega obvestila razen tam, kjer je za to resna podlaga;
- avtomatično podaljšati pogodbo fiksnega trajanja, kjer potrošnik ne nakaže drugače, ko je fiksan skrajni rok za potrošnika, ki ne izrazi želje po podaljšanju pogodbe nerazumno zgodaj;
- nepreklicno zavezati potrošnika pogojem, pri katerih ni imel nobene prave možnosti, da bi se z njimi seznanil pred zaključkom pogodbe;
- omogočenje prodajalcu ali dobavitelju, da spremeni pogoje enostransko brez veljavnega razloga, ki je specificiran v pogodbi;
- omogočenje prodajalcu ali dobavitelju, da enostransko, brez veljavnega razloga spremeni značilnosti izdelka ali usluge;
- poskrbeti, da so cene produktov fiksirane v času dobave ali dovoliti prodajalcu dobrin ali izvajalcu uslug, da povečata ceno, ne, da bi v obeh primerih dali potrošniku ustrezno pravico, da prekliče pogodbo, če je končna cena previsoka v primerjavi z dogovorjeno ceno v času zaključka pogodbe;
- dati prodajalcu ali dobavitelju pravico, da odločita ali so dobavljene dobrine oz. usluge v skladu s pogodbo ali jima dati izključno pravico, da tolmačita katerikoli pogoj iz pogodbe;
- omejiti prodajalčevo ali dobaviteljevo obvezo, da spoštujeta obveznosti prevzete od njihovih agentov ali podredita svoje obveznosti določeni formalnosti;
- obvezati potrošnika, da izpolni vse svoje obveznosti kjer prodajalec ali dobavitelj ne izpeljeta svojih;

- Dati prodajalcu ali dobavitelju pravico prenosa svojih pravic in dolžnosti iz pogodbe, kjer to lahko služi za zmanjšanje garancij za potrošnika, brez, da bi on v to privolil.
- Izključiti ali ovirati pravico potrošnika, da podvzame zakonske korake, predvsem z zahtevo, da se s spori obrne predvsem na arbitražo, ki ni pokrita z zakonskimi predpisi in se mu nezakonito omejuje dokaze, ki so mu dostopni ali z vsiljevanjem bremena dokaza, ki bi po zakonu moral pripadati drugi stranki v pogodbi.

7. Pogodbe na daljavo

Cilj te smernice je uskladiti tiste zakone, predpise in administrativne uredbe Držav članic, ki se tičejo pogodb na daljavo med potrošniki in dobavitelji, kakor tudi vsiliti mandantna pravila neučinkovite prodaje in tehnike komuniciranja na daljavo, ki jih dobavitelji uporabljajo.

»Pogodba na daljavo« je definirana kot katerakoli druga pogodba, ki zadeva blago ali usluge, ki je bila zaključena med dobaviteljem in potrošnikom pod shemo organizirane prodaje na daljavo ali preskrbe uslug, ki ju vodi dobavitelj, ki glede na vsebino pogodbe ekskluzivno uporablja enega ali več načinov komunikacije na daljavo do oz. vključno z momentom zaključitve pogodbe. Ta element razdalje pomeni, da se dve strani ne srečata, da ni fizičnega srečanja dobavitelja in potrošnika.

Ta oblika prodaje pokriva širok razpon komercialnih aktivnosti, kot so naročanje po pošti preko katalogov, reklame v časopisih, direktna, osebna pošta, Internet, fax, elektronska pošta, avtomatski telefonski klici, itd....

Vsekakor so sledeče aktivnosti izključene iz področja smernice:

- finančne usluge;
- prodajni avtomati ali avtomatizirani
- pogodbe zaključene s telekomunikacijskimi operaterji skozi uporabo javnih telefonov;
- gradnja in prodaja nepremičnin ali prodaja drugih nepremičninskih pravic, razen za najem;
- aukcije.

Pred zaključitvijo katerekoli pogodbe na daljavo, je treba dati predhodne informacije o:

- identiteti dobavitelja in če pogodba zahteva plačilo vnaprej, tudi njegov naslov;
- glavnih karakteristikah blaga ali uslug;
- ceni blaga ali uslug, vključujoč davke;
- stroških dobave;
- ureditvi plačila, dobave ali predstavitve;
- o obstoju pravice umika;
- o stroških uporabe sredstev komuniciranja na daljavo, kjer se to ne obračunava po osnovni tarifi;
- obdobju, znotraj katerega ostane ponudba veljavna;
- minimalnem trajanju pogodbe v primeru pogodb, ko je potrebno konstantno dobavljanje blaga oz, uslug.

Potrošnik mora prejeti pisno potrdilo o:

- pogojih in postopkih za izvršitev umika;
- naslovu poslovnih prostorov dobavitelja, kamor lahko potrošnik naslovi pritožbe;
- informacijah o po-prodajnih uslugah in garancijah;
- sklepu o preklicu pogodbe:

Pri katerikoli pogodbi na daljavo ima potrošnik pravico po umiku najmanj sedem dni pred izvršitvijo in to brez podatkov o vzroku in brez kazni. Edino, kar potrošniku lahko zaračuna dobavitelj, je plačilo stroškov vračila blaga. Kjer pa dobavitelj ni izpolnil svojih obvez kar zadeva informacij, se to obdobje podaljša na tri mesece.

V sledečih primerih pa potrošnik nima pravice preklica, razen, če se obe strani nista dogovorili drugače:

- če so se usluge s potrošnikovim privoljenjem začele izvajati pred koncem sedemdnevnega delovnega obdobja;
- pri dobavi uslug ali blaga, katerega cena je podvržena fluktuaciji na finančnem trgu in ki jo dobavitelj ne more kontrolirati;
- pri dobavi dobrin prilagojenih posebnim željam potrošnika ali pri takih, ki zaradi njih narave ne morejo biti vrnjene ali so podvržene roku trajanja;
- pri dobavi audio ali video aparatur ali računalniškega software-a, ki jih potrošnik ni odpeč-atil;
- pri dobavi časopisov, periodik in revij;
- za usluge pri igranjih na srečo in loteriji.

Če se strani ne dogovorita drugače, je treba naročilo izvršiti v največ 30 dneh. V primeru, če naročene usluge oz. blago niso na razpolago, je potrebna potrošnika obvestiti in eventualno plačilo vrniti v 30 dneh. Vsekakor pa lahko dobavitelj dobavi blago ekvivalentne kakovosti in cene, če je bil potrošnik o tem obveščen na jasn in razumljiv način pred ali med zaključkom pogodbe. Stroške vrnitve blaga bo v tem primeru oblikoval dobavitelj, o čemer pa mora biti potrošnik obveščen.

Pravila, ki zadevajo predhodno informacijo, pisno potrditev informacije in pravico umika, ne veljajo za:

- pogodbe o dobavi prehrane, pijače ali drugega blaga za vsakdanjo rabo na dom potrošnika ali na njegovo delovno mesto;

pogodbe o preskrbi namestitve, transporta, prehrambeni preskrbi ali uslugah **prostega** časa, ko se dobavitelj obveže, da bo izpeljal te usluge na določen dan ali v določenem obdobju.

8. Oznaka cene

To je ena glavnih smernic o informacijah potrošnikom in je izjemnega pomena za prodajo na drobno. Cilj je jamčiti indikacijo prodajne cene in ceno po enoti mere izdelkov, ki jih trgovci nudijo potrošnikom, da bi izboljšali informiranost potrošnika in omogočili primerjavo cen.

Smernica vsebuje **dva osnovna pravila** o oznaki cene:

1. **prodajna cena in enotna cena morata biti označeni na vseh izdelkih, ki jih trgovci ponujajo potrošnikom**
2. **prodajna cena in enotna cena morata biti nedvoumni, lahko spoznavna in jasno berljiva.**

Da bi razumeli ti dve pravili je potrebno razjasniti sledeče termine:

»**Trgovec**« pomeni kateregakoli naravno ali pravno osebo, ki prodaja ali ponuja v prodajo izdelke, ki sodijo v njegovo komercialno ali profesionalno aktivnost.

»**Potrošnik**« pomeni katerokoli naravno osebo, ki kupi izdelek za namene, ki ne sodijo v sfero njegove komercialne ali profesionalne aktivnosti.

»**Prodajna cena**« pomeni končno ceno za enoto izdelka ali dano količino izdelkov, vključujoč VAT in vse druge davke.

»**Enotna cena**« pomeni končno ceno, vključujoč VAT in vse druge davke za en kilogram, en liter, en meter, en kvadratni meter ali en kubični meter izdelka ali druge posamezne enote količine, ki se na široko in običajno uporablja v Državi članici, ki se ukvarja s trženjem specifičnih izdelkov.

V gornjih dveh pravilih je nekaj izjem:

- Enotna cena mora biti označena, če je enaka prodajni ceni;
- Za izdelke, ki se prodajajo nepakirani (to pomeni produkte, ki niso vnaprej pakirani in se merijo v prisotnosti potrošnika), mora biti označena le enotna cena;
- Države članice se lahko odločijo, da se ne prilagodijo prvi obveznosti za izdelke dobavljene med potekom preskrbe usluge, prodaje na aukciji, prodaje umetnin in antikvitet;
- Države članice lahko imajo obvezo, da označijo enotno ceno izdelkov, za katere taka oznaka ne bi bila koristna zaradi narave ali namembnosti izdelka ali pa bi ustvarila zmedo;
- Smernica skrbi za tranzicijsko obdobje, med katerim majhna podjetja za prodajo na drobno ne bodo podvržena obvezi po oznaki enotne cene izdelkov, razen v primeru izdelkov, ki se prodajajo nepakirani.

In končno, Države članice morajo podvzeti primerne mere, da informirajo vse osebe, ki se jih tiče nacionalni zakon, ki menja to Smernico. Položiti morajo tudi kazen za kršitev nacionalnih predpisov, ki so jih osvojili pri aplikaciji te Smernice in bodo sprejeli vse potrebne mere, da zagotovijo njihovo uresničitev. Te kazni morajo biti učinkovite, proporcionalne in odvračalne.

9. Interesi potrošnikov

Namen te Smernice je uskladiti zakone, predpise in administrativne ukrepe Držav članic v zvezi z akcijami za prepoved, s ciljem zaščititi kolektivne interese potrošnikov, ki so vključeni v Smernice o zaščiti potrošnika z namenom zagotoviti gladko delovanje Internega trga.

Države članice bodo določile sodišča in administrativne oblasti, kompetentne, da vodijo procedure, ki so jih začele kvalificirane enote, iščoč:

- red z vsem pripadajočimi možnostmi, s primerno proceduro in zahtevo po prenehanju ali prepovedi prekrškov;
- tam kjer je primerno mere, kot so publiciranje odločb v celoti ali delno, v obliki, ki se zdi primeren in/ali publiciranje popravkov z namenom odstraniti nepretrgan učinek kršitev;
- zaenkrat, dokler pravni sistem Držav članic to dovoljuje, iščoč odredbo proti obtoženčevemu zgubljanju denarja v javno denarnico ali kakemu drugemu koristniku v ali pod nacionalno zakonodajo.

»Kvalificiran namen« začeti akcijo pomeni katerokoli telo ali organizacijo, ki ima, če je bila pravilno konstituirana glede na zakon Držav članic, legitimen interes pri zagotavljanju, da so odločbe smernice o zaščiti potrošnika v skladu z, predvsem:

- enim ali več neodvisnih javnih teles, posebej odgovornih za zaščito potrošnika Državah članicah, kjer taka telesa obstajajo; in/ali
- organizacijah, katerih namen je zaščititi interese potrošnikov v skladu s kriterijem njihovega nacionalnega prava.

10. Odgovornost za okvarjene izdelke

Cilj te smernice je približati zakone Držav članic, ki zadevajo odgovornost za izdelke, da bi zagotovili visoko raven zaščite potrošnika, ki jo zdravju ali lastnini potrošnika lahko povzroči okvarjen izdelek in, da bi zmanjšali neskladnost med nacionalnimi zakoni, ki bi lahko popačila konkurenco in vplivala na svobodno menjavo dobrin.

Glede na to smernico, bo proizvajalec odgovoren za poškodbe, ki so posledica napak pri proizvodnji. Kjer sta za isto poškodbo odgovorni dve osebi ali več, bodo skupno odgovorni.

Smernica uporablja zelo široko definicijo »proizvajalca«:

- proizvajalec končnega izdelka, proizvajalec surovega materiala ali izdelovalec sestavnega dela in katerakoli oseba, ki na izdelek da svoje ime, tovarniški zaščitni znak ali ga predstavlja kak drug razpoznavni znak na izdelku kot proizvajalca;
- brez predsodkov do odgovornosti proizvajalca, vsaka oseba, ki uvaža v Skupnost proizvod za prodajo, najetje, lizing ali kakšno drugo obliko širjenja pri svojem poslu;
- kjer proizvajalec ne more biti identificiran, bo vsak dobavitelj proizvodov tretiran kot proizvajalec, razen, če v sprejemljivem času ne obvesti oškodovano osebo o identiteti proizvajalca ali osebe, ki mu je priskrbela izdelek. Enako velja v primeru uvoženega izdelka, če ta nima podatkov o identiteti uvoznika, tudi, če je označeno ime proizvajalca.

Smernica velja za vse premičnine z izjemo primarno poljedelskih obdelovalnih proizvodov in lova. Vključuje tudi električno. Ta smernica je bila dopolnjena leta 1999 in sedaj vključuje tudi primarno poljedelske proizvode in tiste iz lova, eliminira pa možnost kršitev.

Oškodovana oseba mora dokazati:

1. škodo;
2. napako pri proizvodni;
3. in vzročno povezavo med napako in poškodbo.

Kot že prej omenjeno, smernica uvaja princip odgovornosti brez napake, tako, da ni potrebno dokazati napake ali malomarnosti proizvajalca.

Glede na to smernico je izdelek pomanjkljiv, če ne zagotavlja varnosti, katero ima oseba pravico pričakovati, z vsemi posledicami, vključujoč:

- prezentacijo proizvoda;
- uporabo;
- čas, ko je bil produkt dan v obtok.

Dejstva, da je bil naknadno dan v obtok boljši proizvod, se ne more vzeti v obzir pri ugotavljanju defektnosti produkta.

Proizvajalec je prost vseh odgovornosti, če dokaže:

- da on ni dal proizvoda v obtok;

- da je verjetno, da napaka, ki je povzročila okvaro ni obstajala v času, ko je dal izdelek v obtok ali, da je ta napaka nastopila kasneje ali,
- da izdelka ni proizvedel za prodajo ali drugo obliko distribuiranja v ekonomske namene on v času njegovega posla ali,
- daje napaka posledica predpisov z mandatornimi predpisi, ki so jih izdale javne oblasti ali,
- da stanje tehnične in znanstvenega znanja v času, ko je dal proizvod v obtok ni bilo tako, da bi odkrilo obstoječo napako ali
- v primeru, da je pri izdelavi sestavnega dela, napaka posledica dizajna proizvoda ali navodil, ki jih je dal proizvajalec proizvoda.

Odgovornost proizvajalca ne bo zmanjšana, če je napaka povzročena zaradi okvare proizvoda in akta izostanka tretje strani.

Seveda pa, kadar se poškodovana oseba moti, je odgovornost proizvajalca zmanjšana.

»Poškodba« pomeni:

- poškodba povzročena s smrtjo ali osebnimi poškodbami;
- poškodba lastnine za privatno uporabo ali potrošnjo poleg poškodovanega izdelka samega, v vrednosti več kot 500 Euro.

Odgovornost proizvajalca ne sme v odnosu do oškodovane osebe biti omejena ali izključena s pogodbenim pridržkom, ki omejuje njegovo odgovornost ali ga izvzema od odgovornosti.

Države članice lahko postavijo mejo prodajalčevi popolni odgovornosti za poškodbe, ki rezultirajo v smrti ali osebnih poškodbah, povzročenih z identičnimi proizvodi z enakimi napakami. Ta meja naj ne bi bila manj kot 70 milijonov Euro.

11. varnost splošnih produktov

Namen te smernice je zagotoviti, da so proizvodi plasirani na trg varni. To je tako imenovana »horizontalna« direktiva, ki nalaga splošne dolžnosti podjetnikom, da tržijo le varne izdelke, ker je zelo težko pripraviti zakonodajo za vsak obstoječ izdelek ali izdelek v razvoju. Pomeni tudi, da v pomanjkanju več specifičnih varnostnih ukrepov, je treba ukrepe te smernice izvajati v okviru skupnih predpisov.

Predpis, ki ga proizvajalcem predpisuje ta smernica je, da so ti obvezani na tržišče plasirati le varne proizvode. Smernica, ki ima jasen preventivni značaj nalaga Državam članicam odgovornost za nadzor.

Smernica v glavnem velja za potrošniške proizvode. Ne velja za proizvode iz druge roke, ki jih dobavljajo kot starine ali kot proizvode, ki jih je pred uporabo treba popraviti, pri tem, da mora dobavitelj o tem jasno obvestiti osebo kateri proizvod dobavi.

»Varen proizvod« je vsak proizvod, ki pod normalnimi ali relativno predvidljivimi pogoji uporabe, vključujoč trajanje, ne predstavlja rizika ali le minimalni riziko združljiv z rabo produkta in se smatra za sprejemljivega in v skladu z visokim nivojem zaščite za varnost in zdravje oseb, ki v račun jemlje predvsem:

- karakteristike proizvoda, vključujoč sestavo, embalažo, navodila za uporabo in vzdrževanje;
- učinek na druge proizvode, kjer je mogoče predvideti, da bo uporabljan skupaj z drugimi proizvodi;
- predstavitev proizvoda, označevanje, navodila za uporabo in druge informacije s strani proizvajalca;
- rizične kategorije potrošnikov, ki uporabljajo proizvod, predvsem otroci.

Smernica podaja podrobno definicijo »proizvajalca«. To je:

- izdelovalec proizvoda, ko je uveljavljen v Skupnosti in katerakoli druga oseba, ki se predstavlja za proizvajalca tako, da proizvodu nadene svoje ime, zaščitni znak ali oseba, ki obnovi proizvod;
- predstavniki proizvajalca, ko ta ni uveljavljen v Skupnosti ali, če ni uveljavljenega predstavnika v Skupnosti, je to uvoznik proizvoda;
- drugi strokovnjaki v oskrbovalni verigi, kolikor njihove aktivnosti lahko vplivajo na varnost proizvoda plasiranega na trg.

Presumpcija varnosti: Proizvod se bo smatral za varnega, če odgovarja specifičnim zahtevam Skupnosti, dalje mora odgovarjati specifičnim nacionalnim pravilom o zdravju in varnosti in pravilom varnosti pred trženjem v Državah članicah, kjer je v obtoku. V odsotnosti pravil Skupnosti in nacionalnih pravil, se mora ustreznost proizvoda oceniti z ozirom na:

- prostovoljne nacionalne standarde, ki vplivajo na evropske standarde;
- tam kjer obstajajo, tehnične specifikacije Skupnosti;
- standarde Držav članic, kjer je izdelek v obtoku;
- kodeks dobrega obnašanja z ozirom na zdravje in varnost;
- stanje umetnosti in tehnologije in varnosti, ki jo potrošniki lahko pričakujejo.

Druge obveznosti proizvajalcev in razdeljevalcev

Razen obveznosti, da na tržišče plasirajo le varne produkte, imajo znotraj meja njihovih spoštovanih aktivnosti sledeče dolžnosti:

- oskrbeti potrošnike z relevantnimi informacijami, da jim omogočijo ocenitev rizičnosti proizvoda za normalen ali predvidljiv čas uporabe, kjer tak riziko ni takoj očiten brez ustreznih opozoril, da bi se proti riziku zavarovali;
- osvojiti mere, sorazmerne s karakteristikami proizvodov, ki jih dobavljajo, da jim omogočijo informiranost v zvezi z rizikom, ki ga ti proizvodi lahko predstavljajo in podvzeti ustrežno akcijo, vključujoč, če je potrebno, umik vprašljivega proizvoda iz tržišča, da se izogne riziku. Te mere vključujejo na primer, kadar je to primerno, označitev proizvodov ali serije proizvodov na tak način, da jih je moč identificirati, dalje testiranje vzorcev, proučevanje pritožb in informiranje distributerjev o takšnem spremljanju.

Razdeljevalci (to pomeni katerekoli profesionalce v verigi preskrbe, katerih aktivnost ne vpliva na varnost proizvoda) morajo postopati z dolžno skrbjo, da bi pomagali zagotoviti skladnost z zahtevami po varnosti, predvsem tako, da ne dobavijo proizvodov, za katere vedo ali bi morali predvidevati na osnovi svojih informacij in kot profesionalci, ki ne ustrezajo predpisom. Predvsem, znotraj meja njihovih cenjenih aktivnosti, bodo sodelovali pri spremljanju varnosti proizvodov plasiranih na trg, še posebej s širjenjem informacij o rizičnosti produkta in s sodelovanjem pri akcijah v izogib rizikom.

Smernica daje nerestriktiven seznam mer, ki ji Države članice morajo podvzeti, da uveljavijo sorazmerje z glavnimi varnostnimi zahtevami:

- organiziranje primernih pregledov varnosti proizvodov tudi potem, ko so že bili plasirani na tržišču kot varni, na ustrezni lestvici, do končne stopnje uporabe;
- zahtevanje vseh potrebnih informacij s strani prizadetih strank;
- jemanje vzorcev proizvodov ali proizvodnih linij in podrejanje teh preverjanju varnosti;
- podrejanje trženja produktov predhodnim pogojem, ustvarjenim za zagotovitev varnosti produkta in zahtevanje, da se dodajo primerna opozorila v zvezi z rizikom, ki ga proizvod lahko predstavlja;
- ustvarjanje pogojev, da osebe, ki bi mogle biti izpostavljene rizičnim proizvodom, informirajo ob pravem času in na primeren način;
- začasna prepoved, za čas potreben za preverjanje, dobave, kadar obstajajo indikacije, da obstaja nevarnost; prepoved plasiranja na tržišče produktov, ki so se pokazali nevarne in uveljavitev spremljajočih ukrepov;
- organiziranje učinkovitega in takojšnjega umika nevarnega produkta ali serije, ki je že na tržišču in, če je potrebno, uničenje pod primernimi pogoji.

Te mere so primerne za:

- proizvajalca
- znotraj meja njihovih aktivnosti, distributerji in predvsem stran odgovorna za prvo stopnjo distribucije na nacionalnem trgu;
- katerakoli oseba, kjer je to potrebno.

Razgled

Predlog za Smernico evropskega parlamenta in Sveta z dne 15. Junija 2000 o varnosti splošnih produktov: sledeč poročilo Komisije o pridobljenih izkušnjah v aplikaciji Smernice 92/59/EEC ta predlog stremi k reviziji te Smernice.

Obseg smernice je razširjen na neke usluge in na proizvode, ki niso namenjeni potrošnikom. Obveznosti proizvajalcev in razdeljevalcev so razširjene in razjasnjene; Še več, sledeče točke so razjasnjene: povezava med Smernico in sektorsko zakonodajo Skupnosti; komunikacija, menjava in zaupnost podatkov; Akcija Skupnosti v situacijah neposrednega rizika.

12. Nevarni ponaredki

Ta smernica prepoveduje trženje, uvoz in tako proizvodnjo, kot izvoz proizvodov, ki zato, ker jih je mogoče zamenjati z živili, ogrožajo zdravje ali varnost potrošnikov. Cilj smernice je primerjati zakone Držav članic na tem polju.

Bolj izrecno ta smernica velja za proizvode, ki čeprav niso živila, imajo obliko, vonj, barvo, izgled, pakiranje, oznako, količino ali velikost takšno, da je verjetno, da jih bodo potrošniki, še posebej otroci zamenjali z živili in jih zato dali v usta, jih sesali ali zaužili, kar je lahko nevarno in povzroči na primer zadušitev, zastrupitev ali perforacijo ali oviro prebavnega trakta.

13. Prodaja potrošnih dobrin in pripadajoče garancije

Namen te Smernice je približevanje zakonov, predpisov in administrativnih odlokov Držav članic o določenih aspektih prodaje potrošnih dobrin in pripadajočih garancij, da bi zagotovili enotni minimalni nivo zaščite potrošnika v kontekstu notranjega trga, skozi ustvaritev skupnega niza pravil potrošniškega zakona, ki velja ne glede na to, kje v Skupnosti so dobrine kupljene. Ker se glavni vir nesporazumov med potrošniki in prodajalci tiče neprimerljivosti dobrin s pogodbo, je cilj smernice zblížati nacionalne zakonodaje, ki vodijo prodajo potrošnih dobrin.

Kot v večini smernic, ki zadevajo zaščito potrošnika, velja le prodajo potrošnih dobrin potrošniku, misleč pri tem na naravno osebo, ki deluje z nameni, ki niso povezani s trgovanjem, posli ali poklicem.

Potrošne dobrine so definirane kot katerikoli materialna premična postavka, z izjemo:

- dobrin prodanih na način rubeža ali drugače z avtoriteto zakona;
- vode in plina, kjer nista naprodaj v omejeni ali določeni količini;
- elektrika;
- Države članice lahko izločijo tudi blago iz druge roke, ki se prodaja na javnih aukcijah, kjer imajo potrošniki možnost, da se osebno udeležijo prodaje.

Princip, vsiljen prodajalcem s to smernico je, da so ti obvezani dobaviti dobrine potrošniku, ki so v soglasju s prodajno pogodbo.

Potrošne dobrine so v soglasju s pogodbo, če v trenutku dobave potrošniku:

- ustrezajo danemu opisu prodajalca in imajo kvalitete blaga, ki jih je prodajalec prikazal koz vzorec ali model;
- so primerni za katerikoli namen, za katerega jih potrošnik potrebuje, kar je razložil prodajalcu v asu zaključka pogodbe in kar je prodajalec sprejel;
- so primerni za namen, za katerega se dobrine istega tipa navadno uporabljajo;
- kažejo kvaliteto in uporabo, ki sta za dobrine istega tipa normalni in ki ju potrošnik lahko pričakuje glede na naravo dobrin in upošteva kakršnekoli javne izjave o specifičnih karakteristikah dobrin s strani prodajalca, proizvajalca ali njegovega predstavnika, še posebej v oglaševanju ali pri etiketiranju.

Prodajalec ni omejen z javnimi navedbami s strani proizvajalca ali njegovega predstavnika, če:

- pokaže, da se ni in se ni mogel zavedati teh navedb;
- pokaže, je bila navedba do časa zaključka pogodbe popravljena ali,
- kaže, da na odločitev o nakupu dobrin navedba ni mogla vplivati.

Kakršnokoli pomanjkanje ustreznosti zaradi nepravilne namestitve potrošnih dobrin se smatra kot ekvivalent pomanjkanja ustreznosti dobrin, če namestitev tvori del pogodbe prodaje dobrin in so bile te nameščene s strani prodajalca ali pod njegovo odgovornostjo. Enako velja, če je proizvod, ki naj bi ga namestil potrošnik, ta to stori in je napačna namestitev posledica pomanjkljivih navodil o nameščanju.

Prodajalec je odgovoren za kakršnokoli pomanjkanje ustreznosti, ki ob dostavi obstaja, a postane očitno znotraj dveh let po dostavi dobrin, razen, če je v trenutku zaključka prodajne pogodbe potrošnik vedel ali se ni mogel zavedati pomanjkanja primernosti.

Kakršnokoli pomanjkanje primernosti, ki postane očitno znotraj šestih mesecev po dostavi dobrin, se bo smatralo, kot, da je obstajala že v času dostave, razen:

- če ni ta predpostavka nekompatibilna z naravo dobrin ali naravo pomanjkanja primernosti;
- če ni dokaza o nasprotnem.

Kakor je bilo omenjeno prej, je prodajalec odgovoren potrošniku za kakršnokoli pomanjkanje ustreznosti, ki obstaja v času dobave. Če se to predoči prodajalcu, bo imel potrošnik pravico vprašati.

- ali bodo dobrine za dosego ustreznosti popravili ali zamenjali brez plačila, v razumnem času in brez neprijetnosti za potrošnika;
- če sta popravilo ali zamenjava nemogoča ali prodajalec ni tega opravil v razumnem času, brez neprijetnosti za potrošnika in za primerno znižanje cene ali pa je razveljavil pogodbo.

Potrošnik ne more razveljaviti pogodbe, če je pomanjkanje ustreznosti neznatno.

Države članice lahko poskrbijo, da zato, da potrošnik pridobi od svojih pravic, mora informirati prodajalca o pomanjkanju ustreznosti v roku dveh mesecev od datuma, ko je zaznal tako pomanjkljivost.

Če je končni prodajalec odgovoren potrošniku zaradi pomanjkljivosti, ki so rezultat proizvajalca, bo končni prodajalec imel pravico iskati pomoč proti osebam, ki so v pogodbeni verigi odgovorne, pod pogoji nacionalnih zakonov.

Komercialna garancija bo zakonito obvezna pod pogoji v izjavi o garanciji in s tem povezanim oglaševanjem. Garancija bo:

- navedla, da ima potrošnik zakonite pravice iz nacionalne zakonodaje, ki vodi prodajo potrošnih dobrin in pojasnjuje, da te garancije na te pravice ne vplivajo;
- bo podrobno razložila v preprostem, razumljivem jeziku vsebino garancije in bistvene podrobnosti, potrebne za zahteve pod garancijo, tako trajanje in teritorialni doseg garancij, kakor tudi ime in naslov poroka.

Na prošnjo potrošnika, bo garancija na razpolago pisno ali dostopna na kak drug način. Znotraj svojega teritorija bo lahko Država članica, v kateri so dobrine tržene, priskrbelo garancijo v enem ali več uradnih jezikih Skupnosti.