

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee Arvamus teemal „Komisjoni teatis nõukogule, Euroopa Parlamendile ning Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele: EÜ tarbijapoliitika strateegia 2007–2013. Tarbijate mõjukuse suurendamine, heaolu edendamine ja tõhus kaitse”

KOM(2007) 99 lõplik

(2008/C 162/02)

13. märtsil 2007 otsustas Euroopa Komisjon vastavalt EÜ asutamislepingu artiklile 262 konsulteerida Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteega järgmises küsimuses:

„Komisjoni teatis nõukogule, Euroopa Parlamendile ning Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele: EÜ tarbijapoliitika strateegia 2007–2013.- Tarbijate mõjukuse suurendamine, heaolu edendamine ja tõhus kaitse”

Asjaomase töö ettevalmistamise eest vastutava ühtse turu, tootmise ja tarbimise sektiooni arvamus võeti vastu 31. jaanuaril 2008. Raportöör oli Anna Maria **Darmanin**.

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee võttis täiskogu 442. istungjärgul 13.–14. veebruaril 2008 (13. veebruari istungil) vastu järgmise arvamuse. Poolt hääletas 148, erapooletuks jäi 5.

1. Järeldused ja soovitused

enamik siseturu osapooltest on väikesed ja keskmise suurusega ettevõtted.

1.1 Komitee toetab kõnealust strateegiat 2007.–2013. aastaks ja usub, et see on tarbijakaitse valdkonnas paljulubav samm edasi. Komitee tunnustab, et komisjon on koostanud ambitsioonika, kuigi kohati hõgusa kava ja arvab, et eesmärgid on võimalik saavutada määratud aja raames.

1.3.1 Tarbijakaitsepoliitika programmiga ei tagata mitte ainult tarbijate õiguste kaitse jõustamine ja hindamine, vaid aidatakse ka lihtsustada liikmesriikide äri sektorite ja tarbijakaitse organisatsioonide vahelist koostööd ja koordineerimist. Lõppkokkuvõttes on lisaks õigusaktidele tarbijate õigused kõige paremini kaitstud siis, kui kõnealused kaks sektorit ühise eesmärgi poole koos liiguvad.

1.1.1 Samas on komitee siiski seisukohal, et tarbijakaitse strateegia aastas keskmiselt 22,7 miljoni euro suurune eelarve on kahjuks liiga väike strateegias kirjeldatud meetmete rakendamiseks. Strateegia elluviimiseks püstitatud ambitsioonide ja eraldatud vahendite vahel on selge ebakõla.

1.4 Tarbija ja jaemüüja/teenuseosutaja haridus on määrava tähtsusega nii õigusaktide jälgimises ja tundmises, kui ka vastutustundliku ja säästva tarbimise ning tootmise juures.

1.2 Komitee märgib, et kuigi strateegia on positiivne ja ambitsioonikas, ei saa selle õnnestumises kuigi kindel olla, sest senised katsed tarbijakaitsepoliitika valdkonnas midagi parandada on osutunud pettumuseks. Nimetatud ambitsioonide saavutamiseks on vaja koostada lähituleviku dünaamiline kava.

1.5 Komitee peab oluliseks, et perioodil 2007–2013 tegeletakse järgmiste temadega:

1.3 Komitee märgib samuti, et tarbijakaitse valdkonnas on õigusaktidel esmatähtis roll. Teisest küljest ei ole olemasolevad õigusaktid paindlikud ning tarbijate ja tarnijate jaoks võib olulise tähtsusega olla õiglane turg. Kui turg ei toimi hästi, siis on õigusaktid vältimatult vajalikud. Komitee kutsub komisjoni üles tagama, et seal, kus õigusaktid on vajalikud, neid ka tõesti kohaldatakse ja järgitakse. See ei tohiks mingil viisil kahjustada liikmesriikide tarbijakaitset. Üks määratletud vahenditest on turu järelevalve, mille jaoks peab komisjon komitee arvates teostama korraliku makro- ja mikromajanduse teadusuuringu. Õigusakte tuleb jõustada ja pidevalt hinnata. Lisaks on oluline, et õigusaktid oleksid lihtsad ja arusaadavad, eelkõige seetõttu, et

— üha suurem tehnika kasutamine kaupade ja teenuste ning vastutustundliku tarbimise õiglasel edendamisel muudab e-kaubanduse üha levinumaks kaupade ja teenuste ostmise vahendiks, kuigi kehtivas õigusraamistikus ei ole e-kaubanduses tarbijakaitse tagatud, sest e-kaubanduse edusammud on kiiremad kui tarbijakaitse omad;

— õigusaktide jõustamise seal, kus see vajalik on — liikmesriikide õigusaktid ja nende jõustamine on ELis riigiti erinev. Oluline on, et need riigid, kus õigusaktide jõustamine on madalamal tasemel, jõuaksid järgi parema korraldusega riikidele;

— tarbijate kaebuste esitamise võimalus nii kollektiivsel kui individuaalsel tasandil — tarbijail peaks olema lihtsad ja tõhusad vahendid hüvituse saamiseks nii kodumaal kui

teistes riikides. Lisaks tuleks kogu Euroopa Liidus ühtlustada kollektiivse kaebuse esitamist nii, et individuaalsete tarbijate rühmad ja ühinenud tarbijad (eelkõige väikesed ja keskmise suurusega ettevõtted) saaksid sel moel kaebust esitada;

- tarbijate õiguste kaitse rahvusvahelistel turgudel;
- tarbijakaitsega kõigis ELi poliitikates ja õigusaktides arvestamine;
- nende turusektorite tugev järelevalve, kus tarbijakaitse on hädavajalik.

2. Komisjoni strateegia põhisisu

2.1 Strateegias rõhutatakse peamisi probleeme järgmisel perioodil. Kõnealused probleemid on seotud sellega, et jaemüügi ja teenuste turg areneb ning kasvab selliselt, et tarbijate mõjukus üha suureneb. Suurem mõjukus võib siiski tekitada suure lõhe tarbijate vahel, kellel on piisavad teadmised ja vahendid ning neil, kes on vähem kaitstud. See ei tähenda siiski, et tarbija heaolu oleks praegu maksimaalne, kuid peamine on mitte seada ohtu tarbijausaldust. Teine probleem on seotud ettevõtete, eelkõige väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete võimega kohaneda tehnoloogia edusammudega, mis toob kaasa muutuse nende toodete/teenuste müügi mudelis ning nad keskenduvad rohkem e-kaubandusele ja tarbijale suunatud teenustele.

2.2 Strateegias kirjeldatud eesmärgid, mis tuleb 2013. aastaks saavutada, on järgmised:

- ELi tarbijate mõjukuse suurendamine, sest see on tarbija heaolu tagamisel peamise tähtsusega, tugevdades samal ajal õiglasel ja asjaomasel teabel, õiglastel lepingutel ja kaebuse esitamise võimalusel põhinevat konkurentsivõimet;
- tarbijate heaolu parandamine hindade, valikuvõimaluste, kvaliteedi, sobiva hinna ja ohutuse seisukohast;
- tarbijate tõhus kaitsmine tõsiste riskide eest, eelkõige nende eest, mille eest eraisikud ise otseselt ei saa kaitsta.

Neid eesmärgi peetakse siseturu majandusliku kasvu saavutamisel peamisteks.

2.3 Kõnealused eesmärgid saavutatakse ELi tarbijapoliitika vahendite jaoks õigusraamistikku luues, et tagada tarbijakaitse ja õigusaktide tõhus rakendamine jõustamise, koostöö, teabe, hariduse ja kaebuste esitamise abil.

2.4 Prioriteetsed valdkonnad on seega järgmised:

- parem järelevalve tarbijaturgude ja riiklike tarbijapoliitikate üle;
- paremad tarbijakaitse normid;
- parem jõustamine ja kaebuste lahendamine;
- teadlikumad ja haritumad tarbijad;
- tarbija asetamine kesksel kohal muudes ELi poliitikates ja õigusaktides.

Strateegias tuuakse esile igas prioriteetses valdkonnas rida meetmeid, millest mitmeid on eraldi märkuste osas kommenteeritud.

3. Üldised märkused

3.1 Komitee tervitab tarbijapoliitika strateegiat 2007.–2013. aastaks ja avaldab erilist poolehoidu strateegias selgelt väljendatud kontseptsioonile, mille kohaselt on tarbijausaldus ja –kaitse hästitoimiva ja eduka siseturu võtmesõnadeks. Siiski tuleks pöörata tähelepanu ELi edukatele näidetele seoses iseregulatsiooni, kaasregulatsiooni ja tegevusjuhendite koostamisega.

3.1.1 Komitee jaoks ei piirne tarbijapoliitika siseturu rakendamise, vaid — nagu on õigesti märgitud komisjoni teatises „21. sajandi Euroopa ühtne turg” (KOM(2007) 724 lõplik) — tarbija huvide rahuldamisel ja teenimisel tuleks eesmärgiks seada siseturg.

3.1.2 Komitee leiab, et komisjon peaks suunama oma poliitika turgude läbipaistvuse suurendamise ja siseturu tugevdamise suunas — tarbijapoliitika, mis on suunatud tõhusatele turgudele, aitab kaasa majanduskasvule ja tööhõivele ning parandab tarbija heaolu.

3.2 Probleemid, mida komisjon siseturul näeb, on tõelised väljakutsed, millega tuleb tegeleda ja mis on kõnealuses strateegias tegelikult sihtkule võetud. Siiski on komisjon komitee arvates lisaks siseturu probleemidele vastamisi veel kahe teise probleemiga: liikmesriikide poliitikate tõeline ühtlustamine ja komisjoni erinevates peadirektooriatides tarbija heaolu prioriteediks pidamine.

3.3 Komitee on seisukohal, et kõnealune komisjoni uus teatis 2007.–2013. aastate strateegia kohta on väga oluline ja paljulubav samm edasi ning palju paremini struktureeritud kui eelmine tervise ja tarbijakaitse ühisstrateegia (KOM(2005) 115 lõplik), mille kohta komitee koostas arvamuse ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ ELT C 88, 11.4.2006. INT/271, raportöör Jorge Pegado Liz.

3.4 Komitee on mures selle pärast, et ettepanek võib teiste ELi tasemel heakskiidetud meetmetega seoses tekitada järjekindlustust. Tegevuseesmärkide ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu otsuse vahel, millega sätestatakse ELi tegevuskava tarbijapoliitika kohta (2007–2013) ⁽²⁾, peaks valitsema ühtlus.

3.5 Kuigi komisjoni püstitatud eesmärgid on liiga ambitsioonikad ja vahel ka ebaselged ning mitte väga täpsed, siis arvab komitee siiski, et need saavutatakse ettemääratud aja jooksul ning siseturu ja tarbijate nõuetega võimalikult kooskõlas.

3.6 Kuna komisjon on juba käivitanud mitmed algatused tarbijapoliitika eesmärkide saavutamiseks, nagu roheline raamat ühenduse tarbijaõigustiku läbivaatamise kohta, ärgitab komitee komisjoni vaatama hoolikalt läbi ka selle valdkonna direktiivid. Hiljutine, 21. septembri 2006. aasta teatis sidevahendi abil sõlmitud lepingute direktiivi [KOM(2006) 514 lõplik], tarbekaupade müügi ja nendega seotud garantiide direktiivi [KOM(2007) 210 lõplik] ja 2007. aasta kinnisvara osaajalise kasutamise direktiivi muutvate direktiivide rakendamise kohta on olnud komitee jaoks tegelikult pettumuseks, sest nimetatud ettepanekutega ei minda piisavalt kaugele, et lahendada nende teenuste ees seisvaid probleeme. Lisaks ei ole nad tarbijapoliitika strateegias sätestatud eesmärkide kõrgusel.

3.6.1 Komitee ootab komisjoni direktiivi ettepanekut tarbijate lepinguliste õiguste kohta, nagu on sätestatud komisjoni 2008. aasta õigusloome- ja tööprogrammis (KOM(2007) 640 lõplik) ja on valmis pärast ettepaneku ilmunist oma arvamuse esitama, eriti seoses ELi õiguse lihtsustamisprotsessis sätestatud põhimõtete täitmiseks.

3.7 Komitee on valmis teatud tingimustel ja väga konkreetsetel eesmärkidel toetama tarbijakaitseaduste täielikku ühtlustamist. Siseturu elluviimine jääb siiski peamiseks eesmärgiks. Sellise lähenemisega ei tohiks siiski nõrgendada olemasolevaid õigusi, neid tuleks erinevates liikmesriikides hoopis tugevdada, et toetada ka tulevikus piiriüleste ooste, milles võivad nii tarbijad kui jaemüügi/teenuseturu osapooled. Tarbijakaitse piisava taseme tagamiseks ei peaks ühtlustama ainult liikmesriikide, vaid ka Euroopa Liidu tasemel, tehes pingutusi tõelise turu integreerituse saavutamiseks.

3.8 Komitee tervitab meetmeid, mida kirjeldati tarbijapoliitika strateegia prioriteetsete valdkondade all. Komitee jääb ootama, kuidas nimetatud meetmeid rakendama hakatakse. Ta leiab, et tervishoiu ja tarbijakaitse peadirektoraadi rahalised vahendid ja inimressursid on tegelikult piiratud. See muudab peadirektoraadi

ülesande eesmärkide saavutamisel veelgi raskemaks. Lisaks on tarbijapoliitika strateegia aastast keskmiselt 22,7 miljoni euro suurune eelarve kahjuks liiga väike summa meetmete rakendamiseks.

3.8.1 Eelmiste programmide kogemus näitas, et liiga mitmeid kavade sätteid ei saanud rakendada ka piisava personali puudumise tõttu. Lisaks oli aasta alusel eraldatud eelarve suurem kui käimasoleva perioodi eelarve, mille eesmärgid olid vähem ambitsioonikad.

4. Konkreetsete märkused

4.1 Parem turu järelevalve: komitee tunnistab, et turgu peab paremini tundma ja toetab käesoleva prioriteedi all pakutud meetmeid. Komitee kutsub komisjoni siiski leidma uuenduslikemaid viise tarbijate kogemuste ja arusaamade paremaks mõistmiseks. Lisaks võiks komisjon liikmesriikide tarbijate kogemuste kindlakstegemisel tegelike juhtumite analüüsimise ja nende hiliemate lahenduste kaudu võtta laiema lähenemise. Komitee arvates ei tohiks turu kohta teabe kogumine toimuda täiendavate koormavate ülesannete hinnaga ettevõtetele, eelkõige väikestele ja keskmise suurusega ettevõtetele.

4.2 Parem tarbijakaitse normid: kõnealuses prioriteetses valdkonnas tehtud algatuste puhul tuleks põhjalikult kaaluda e-kaubanduse ja digitaalmaailma mõju tarbijate õigustele ja sellest tulenevalt sätestada selged kohutused ja õigused digitaalkeskonnas. Lisaks tuleks võtta meetmeid tagamaks, et teatud tarbijarühmad ei jääks digitaalse lõhe tõttu ilma teatud teenustest, sest nii tekiks veel üks vähem kaitstud tarbijarühm.

4.3 Parem jõustamine ja kaebuste lahendamine: kindlasti on vajalik jõustamine, et tagada käesoleva poliitika eesmärkide tegelik saavutamine. Siinkohal on väga oluline liikmesriikide ja komisjoni koostöö. Komitee kiidab heaks ja toetab komisjoni pakutud kollektiivse kaebuste esitamise meetmeid. Selline kaebuste esitamise vorm tagab, et pannakse tähele ka selliseid tarbijate probleeme, millega ei saa eraisiku tasandil tegeleda.

4.4 Teadlikud ja haritud tarbijad: komitee on kindlal seisukohal, et haridusel ja teabel on tarbijakaitse suur osa. Euroopa tarbijakeskuste võrgustiku (ECC-Net) loomine on olnud suur samm edasi tarbijate teavitamisel. Komitee usub siiski, et komisjon peaks leidma veel uuenduslikemaid ja loovamaid vahendeid, et tarbijale tõesti teavet vahetada nii üldises plaanis kui ka sellises keeles, mis on üldsusele arusaadav.

⁽²⁾ 18. detsembri 2006. aasta otsus nr 1926/2006/EÜ, — ELT L 404, 3.12.2006, lk.39.

4.5 Vastutustundlik ja säästev tarbimine: kuigi eesmärk on tarbijaid hästi teavitada, siis on oluline rõhutada, et tarbimine peaks olema ka vastutustundlik. Kõnealuses strateegias täpsustatakse, et takistada tuleb kelmidest jaemüüjate/teenuseosutajate tegutsemist, kuid samas tuleks märkida ka, et ettevõtted ja kauplused ootavad, et tarbijad käituksid oma tarbimisharjumustes mõistlikult. Lisaks peaks säästev tarbimine muutuma oluliseks siseturu valdkonnaks ja nii jaemüüjad/teenuseosutajad kui tarbijad peaksid olema teadlikumad sellest, mida säästlik tarbimine endast tegelikult kujutab ja selle omaks võtma.

4.6 Tarbijakaitsega peaks kõigis ELi poliitikates ja õigusaktides arvestama: komisjoni pakutud meetmed, nt tarbija kontaktnumbrid peadirektoraahtides, on positiivsed ja need peaksid tõhusalt tagama kõnealuse prioriteedi saavutamise. Komitee on nõus, et iga peadirektooraat peaks igal aastal esitama aruande selle kohta, kuidas nende valdkonnas tarbijapoliitikaga arvestati. Nii tervitab komitee artikli 153 lõike 2 lisamist üldsätetesse (Lissaboni lepingu eelnõu uus artikkel 12).

4.7 Tarbijate parem kaitse rahvusvahelistel turgudel: tarbijaid tuleb kaitsta ka rahvusvahelistel turgudel. Nimetatud kaitse ei peaks olema seotud ainult toodete ohutusega — mis on ELi tarbijate jaoks järjest olulisem valdkond — vaid ka kaitsega tarbijale probleeme tekitavate e-kaubanduse vahendusel müüdavate teenuste/kaupade puhul.

4.8 Kõnealune strateegia näitab, et komisjon on eesmärgiks seadnud selle kindlustamise, et üldhuviteenuste poliitika käiks käsikäes õigete meetmetega tarbijate jaoks. Komitee ootab, et komisjon jagaks komitee mitmes üldhuviteenuseid ja universaalteenuseid käsitlevas arvamuses väljendanud seisukohta kooskõlas Lissaboni strateegia üldhuviteenuste uue protokolliga.

4.9 Koostöö tööstuse ja tarbijakaitse organisatsioonide vahel: lisaks õigusaktidele ja jõustamisele võimaldab just nende kahe sektori vaheline koostöö tarbijakaitset tagada. Tuleb teha pingutusi selle koostöö lihtsustamiseks, nt võiks võtta eeskuju headest tavadest liikmesriikides, kus on kõnealune lähenemine omaks võetud ja kus on ka käitumisjuhendid, mida võiks kogu ELis kasutada.

Brüssel, 13. veebruar 2008

Majandus- ja Sotsiaalkomitee

president

Dimitris DIMITRIADIS