Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o obveščanju potrošnikov (mnenje na lastno pobudo)

(2011/C 44/11)

Poročevalec: **g. PEGADO LIZ**

Evropski ekonomsko-socialni odbor je 16. julija 2009 sklenil, da v skladu s členom 29(2) poslovnika pripravi mnenje na lastno pobudo o naslednji temi:

Obveščanje potrošnikov.

Strokovna skupina za enotni trg, proizvodnjo in potrošnjo, zadolžena za pripravo dela Odbora na tem področju, je mnenje sprejela 15. junija 2010.

Evropski ekonomsko-socialni odbor je mnenje sprejel na 464. plenarnem zasedanju 14. in 15. julija 2010 (seja dne 14. julija) z 81 glasovi za, 1 glasom proti in 7 vzdržanimi glasovi.

1. **Sklepi in priporočila**

1.1 Pravica posameznika do obveščenosti je v svojih različnih oblikah – kot svoboda obveščanja, pravica do obveščanja in do obveščenosti ter še posebej pravica do potrošniških informacij – dandanes priznana kot splošno zavezujoča temeljna pravica v primarni zakonodaji pravnega sistema Skupnosti (odstavek 5 preambule in členi 11, 27, 38, 42 in 53 Listine EU o temeljnih pravicah, člen 2 PEU ter člen 169 PDEU).

1.2 Kljub temu je treba na področju sekundarne zakonodaje narediti še marsikaj, saj nova oblika tega temeljnega pravila še ni bila prenesena vanjo oziroma opredeljena. Pravzaprav vsebina pravice potrošnikov do informacij, dostop do njih ter njihov pomen, profil in način v zakonodaji Skupnosti niso dosledno opredeljeni, saj se pojavljajo vrzeli in podvajanja, ki vplivajo na nacionalne zakonodaje držav članic in se v njih še stopnjujejo; to škoduje tako potrošnikom kot gospodarskim akterjem, posledično pa tudi prizadevanjem za dokončno vzpostavitev enotnega trga.

1.3 EESO meni, da bi bilo treba pravico potrošnikov do informacij, naj bodo posredovane pred sklenitvijo pogodbe, ob njej ali po njej, pa tudi pravico do pomoči in svetovanja – brez poseganja v načelo subsidiarnosti – opredeliti s posebnimi pravili EU.

1.4 Namen tega mnenja na lastno pobudo, ki mora biti omejeno na temeljne vidike pravice potrošnikov do informacij, je torej opozoriti na nekatera načela, ki izhajajo iz tega novega pristopa, in na praktične posledice tega pristopa, zlasti v okviru prizadevanj za vzpostavitev enotnega trga za 21. stoletje kot dela strategije 2020.

1.5 Priznati je treba, da so nedavne smernice Komisije o pravicah potrošnikov nasploh in še posebej o pravicah potrošnikov do informacij, ki brez izjeme uporabljajo metodo popolne uskladitve, nedvoumno v nasprotju s tem konceptom, saj s kršenjem načela subsidiarnosti omejujejo države članice, ki bi želele dvigniti raven pravic potrošnikov, celo tako, da uvajajo retroaktivni učinek za pravice, ki jih podeljujejo direktive Skupnosti ter ustave in zakoni držav članic.

1.6 EESO je še vedno prepričan, da bi moral pri oblikovanju potrošniške zakonodaje, ki sodi na področje pristojnosti EU, prevladati koncept šibkejše ali bolj izpostavljene stranke, ne pa koncept poučenega, pozornega in preudarnega potrošnika, ki sprejema odločitve izključno na ekonomski osnovi. EESO v skladu s tem pristopom vztraja, da sta minimalno usklajevanje in visoka raven zaščite bolj usklajeni z zahtevami pogodb in z resnično naravo odnosov s potrošniki.

1.7 V tem kontekstu je v ospredju koncept „ustreznih informacij“, ki poudarja, da je treba večjo pozornost pripisati kakovosti informacij, ne pa njihovi količini, da se zadosti resničnim potrebam in pričakovanjem potrošnika v zvezi z namenom, vsebino, predstavitvijo in kontekstom teh informacij.

1.8 Kar zadeva pravico do obveščenosti nasploh, je treba na ravni Skupnosti opredeliti univerzalni značaj subjektivne pravice, pa tudi obveznosti javnih organov in poklicnih združenj, ki bi morali takšne informacije dati na voljo.

1.9 EESO meni, da bi bilo treba za vlogo komercialnih sporočil, med drugim oglasov, pri obveščanju potrošnikov na splošno uporabljati pravilo iz direktive o paketnem potovanju, po katerem sporočila s točnimi, konkretnimi informacijami o blagu, storitvah ali pravicah, ki so predmet potrošniškega razmerja, veljajo za sestavni del pogodbe.

1.10 V tem okviru bi bilo treba pregledati in preoblikovati celotno sestavo direktive o nepoštenih poslovnih praksah, da bi preprečili katastrofalni učinek popolne uskladitve, ki ga Sodišče Evropske unije zdaj priznava v vrsti svojih sodb.

1.11 Področja, na katerih je še vedno mogoče ukrepati v skladu s priporočili v tem mnenju, so naslednja: predlog Komisije o pravicah potrošnikov, ki naj bi vseboval resnično „listino o pravicah potrošnikov do informacij“, predpogodbeni, pogodbeni in popogodbeni vidiki, pravica do svetovanja in pomoči ter opredelitev narave pomanjkljivosti ter posledic pomanjkljivih ali nepravilnih informacij.

1.12 V ta namen predlaga EESO celovito revizijo podrobnega seznama zahtev za predpogodbene in pogodbene informacije, ki veljajo za poslovne subjekte in so si v različnih sektorskih direktivah prepogosto nasprotujoče, so nedosledne in se podvajajo.

1.13 EESO tudi priporoča, da se splošne zahteve v zvezi s temi obveznostmi opredelijo ob upoštevanju naslednjih smernic:

a) Uvesti bi bilo treba splošno obveznost zagotavljanja predpogodbenih informacij, ki bi med drugim zajemale zadevno blago in storitve, sodelujoče poslovne subjekte, ceno izvedbe pogodbe in povezane pogoje, pravico do odstopa od pogodbe in način reševanja sporov.

b) Vsebino in obseg zagotovljenih predpogodbenih informacij bi bilo treba na splošno prilagoditi zadevnemu blagu in/ali storitvam, sploh če je predmet pogodbe zapleten ali vpliva na zdravje in varnost potrošnika.

c) Način zagotavljanja informacij mora biti skladen s splošnim načelom poštenosti: ne sme biti zavajajoč ali izpustiti ključnih vidikov, biti mora jasen in razumljiv, ne le kar zadeva predmet pogodbe, temveč tudi način trženja.

d) Predpogodbene informacije morajo vsebovati tudi pogodbo, ki jo bo sklenil potrošnik.

e) Vzpostaviti bi bilo treba načelo brezplačnih informacij o temeljnih vidikih pogodbe, skupaj z načelom uskladitve cen s stroški v drugih primerih.

f) Potrošniki bi morali imeti pri odločanju, ali naj sklenejo pogodbo, preprost dostop do razpoložljivih predpogodbenih informacij in pravico do pojasnila v zvezi s temi informacijami, pa tudi v zvezi z vsebino in posledicami pogodbe.

g) Oblikovati bi bilo treba določbo, ki bi poslovnim subjektom nalagala, da zagotovijo pomoč in svetovanje; ta zahteva bi morala biti še posebej stroga v primeru proizvodov in/ali storitev, ki so bodisi zapleteni ali prinašajo tveganje za zdravje oziroma varnost potrošnikov v skladu s pogoji, navedenimi v točki 8.

h) Dokazno breme, da so bile predpogodbene informacije zagotovljene in da je bila zahteva za nudenje pomoči izpolnjena, mora biti na strani poslovnega subjekta.

i) Potrošnik bi moral imeti v primeru neizpolnjevanja obveznosti glede predpogodbenih informacij in pomoči, ki je zelo pomemben vidik, pravico do odstopa od pogodbe in odškodnine za morebitno škodo.

1.14 Odbor poziva Komisijo, naj podrobno revidira zgoraj omenjeni predlog direktive, zlasti del, ki obravnava pravico potrošnikov do informacij, ter s tem, kot je priporočeno v tem mnenju, upošteva načela in konkretne primere, v katerih je te pravice mogoče uveljavljati.

1.15 Odbor prav tako poziva Evropski parlament in države članice, naj pred odobritvijo omenjenega predloga ob upoštevanju priporočil iz tega mnenja obravnavajo vse ključne točke v predlogu, ki se nanašajo na pravico potrošnikov do informacij.

1.16 Prav tako je treba na ravni Skupnosti vzpostaviti skladen pravni okvir za regulacijo spletnih komercialnih sporočil, v okviru katerega se bo v vsakem primeru spoštovala pravica do zasebnosti kot temeljna pravica posameznika.

2. **Uvod: pravica do obveščenosti – temeljna državljanska pravica – in pravica potrošnikov do informacij**

2.1 To je prvič, da je katera od institucij EU uporabila neodvisen in sistematičen pristop do pravice potrošnikov do informacij, v širšem okviru pravice do obveščenosti kot ene od pravic evropskih državljanov. EESO je sprejel prav takšen pristop kot prispevek k širši razpravi o tem vprašanju v civilni družbi nasploh, ne da bi pozabil na poseben učinek, ki bi ga lahko imel na morebitne nove pristope k dokončni vzpostavitvi enotnega trga.

2.2 Ker je ta tema tako obsežna, jo je treba podrobno opredeliti, kar je neizbežna posledica naravnih omejitev tovrstnega mnenja ter rezultat prispevkov različnih organov in pomislekov, izraženih na dobro obiskanem posvetovanju, ki ga je EESO organiziral 1. marca 2010 (več o tem najdete na strani opazovalne skupine za enotni trg na spletnem mestu EESO: http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.consumer-information).

2.3 Treba je poudariti, da je pravica ljudi do obveščenosti, zapisana v večini splošnih izjav in listin o temeljnih pravicah, resnično postala del pravnega sistema Skupnosti šele, ko je bila Listina Evropske unije o temeljnih pravicah vključena v Lizbonsko pogodbo (ta je začela veljati nedavno). Zajema svobodo obveščanja, pravico do obveščanja/pravico do prejemanja informacij in dolžnost obveščanja/pravico do obveščenosti (glej zlasti odstavek 5 preambule in členi 11, 27, 38, 42 in 53 Listine EU o temeljnih pravicah, člen 2 PEU ter člen 169 PDEU). Poleg tega je tukaj še temeljna pravica potrošnika do varstva zasebnosti pred agresivnimi in nezaželenimi poslovnimi praksami ter neželenimi komercialnimi elektronskimi sporočili ali spamom.

2.4 Ti vidiki so dandanes še posebej pomembni, zlasti v povezavi s pravicami potrošnika; in sicer predvsem vsebina teh pravic in način, kako se uveljavljajo, pa tudi povezane posebne obveznosti, ki jih imajo posamezne vpletene strani, od trenutka, ko obveljajo za temeljne pravice in jih je treba upoštevati pri opredeljevanju in izvajanju različnih politik in ukrepov Skupnosti.

2.5 Brez poseganja v izvajanje načela subsidiarnosti in deljenih pristojnosti, ki veljajo za pravni sistem EU na tem področju, je dandanes osnovni pogoj za gladko delovanje modela svobodne konkurence, značilnega za tržno gospodarstvo, na katerem sloni EU, da imajo vse vpletene strani na voljo vsa ključna dejstva za razumsko sprejemanje odločitev na tem trgu.

2.6 Ena od posledic te splošne zahteve je dolžnost zagotoviti „preglednost“ pri delovanju institucij Skupnosti, kjer bi morala biti „tajnost“ izjema, ustrezno upravičena s tehtnimi argumenti glede neoviranega delovanja pravnega sistema, javnega interesa, javnega reda in zaščite zasebnosti. Čeprav so institucije Skupnosti na tem področju nedvomno dosegle velik napredek – Komisija in Evropski parlament sta sprejela pomembne pobude ([1]) – Svet tega priporočila žal ni upošteval; obstaja pa upanje, da bo začetek veljavnosti Lizbonske pogodbe prinesel občuten premik na bolje. Čeprav je ta tema izjemno pomembna za izboljšanje informacij za potrošnike nasploh, tokrat ne bo obravnavana podrobno; bralci lahko preberejo posebno mnenje EESO o njej.

2.7 Prav tako ne bodo podrobno obravnavani enako pomembni vidiki splošnega izobraževanja potrošnikov, vendar si lahko bralci ogledajo mnenje EESO o tej temi ([2]), še zlasti pa mnenje EESO na lastno pobudo o izobraževanju potrošnika ([3]).

2.8 Čeprav avtor izrecno priznava, da je potreben sektorski pristop k pravici do obveščenosti na ravni Skupnosti, s katerim bi poudarili specifično naravo nekaterih področij, proizvodov in storitev, kot so živila, zdravila, finančne storitve in e-trgovina, na katerih bi bilo treba zagotoviti uskladitev na najvišji ravni, pa omejitve, značilne za tovrstno mnenje, ne dopuščajo obravnave takšnih podrobnosti.

2.9 To mnenje se bo tako med drugim osredotočilo na smernice, ki bi jih bilo treba sprejeti na ravni Skupnosti in ki bi opredeljevale in kategorizirale pravice potrošnikov do informacij nasploh, podrobneje pa tudi različne stopnje pogodbenega razmerja.

3. „Povprečen“ potrošnik v primerjavi z „ranljivim“ potrošnikom – koncept ustreznih informacij

3.1 Že od prvih programov Komisije za varstvo potrošnika (ki so postali najpomembnejši zakonodajni ukrepi zadnjih 30 let) se je v pravnem redu Skupnosti – ob podpori sodne prakse Sodišča Evropskih skupnosti in skupnega pristopa vrhunskih strokovnjakov na tem področju – izoblikoval koncept potrošnika kot „šibkejše stranke“ v pravnem razmerju med potrošnikom in prodajalcem, ki je že po svoji naravi neenakovredno. Vsa zakonodaja na tem področju je usmerjena v ponovno vzpostavitev ravnovesja v tem razmerju s posebnimi zaščitnimi ukrepi.

3.2 Komisija pa je nedavno v drugih strateških dokumentih, iz katerih so izšle najrazličnejše zakonodajne pobude, ([4]) zasnovala koncept „povprečnega potrošnika“, ki je „razmeroma dobro obveščen in razmeroma dovolj pazljiv ter razsoden“ ([5]), s čimer je skušala vpeljati nov pristop k evropski potrošniški politiki na podlagi popolne uskladitve, spremljanja, ki ga opravlja država izvora, in vzajemnega priznanja.

3.3 Ta smernica, ki so ji nasprotovale številne organizacije za varstvo potrošnikov v državah članicah in tudi EESO v več mnenjih, dejansko vodi v slabšo zaščito potrošnikov in je nesprejemljiv korak nazaj v politiki Skupnosti na tem področju.

3.4 Prav v luči teh novih smernic je vprašanje pravic potrošnikov postalo pomembnejše, saj se morajo potrošniki vse bolj informirati, če želijo sprejemati pametne odločitve na svetovnem trgu. Neoliberalni model, na katerem to sloni, se opira na znane predpostavke, zlasti na:

a) kritično zavedanje lastnih potreb in prednostno razvrstitev možnosti;

b) možnost primerjave različnih proizvodov in storitev na trgu;

c) (strokovno in gospodarsko) poznavanje kakovosti in cene posameznega blaga in storitev ([6]).

([1]) Glej zeleno knjigo Komisije o pobudi za preglednost v Evropi (COM(2006)194 konč.) in mnenje EESO o tej temi: UL C 324, 30.12.2006, str. 74.

([2]) Glej mnenje EESO, UL C 133, 6.6.2003, str. 46.

([3]) Glej mnenje EESO, UL C 133, 6.6.2003, str. 1.

([4]) Glej Direktivo 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah, UL L 149, 11.6.2005, str. 22; Direktivo 98/7/ES o potrošniških posojilih, UL L 101, 1.4.1998, str. 17; nedavni predlog direktive o pravicah potrošnikov COM(2008) 614 konč. (mnenje EESO: UL C 317, 23.12.2009, str. 54).

([5]) Glej sodbo Sodišča Evropskih skupnosti – zadeva C-220/98, 13.1.2000, Estée Lauder Cosmetics proti Lancaster Group, in sodbo Sodišča Evropskih skupnosti – zadeva C-210/96, 16.6.1998, Gut Springenheide in Tusky. Glej tudi nedavno sodbo Sodišča Evropskih skupnosti – zadeva C-278/08, 25.3.2010, BergSpechte Outdoor Reisen in Alpinschule Edi Kobimuller GmbH proti Gunter Guni trekking at Reisen GmbH, kjer so uporabniki interneta opisani kot normalno obveščeni in razmeroma pozorni (točki 35 in 39).

([6]) Glej: K. Simitis, *Verbraucherschultz – Schlagwort oder Rechtsprinzip?*, str. 109.

3.4.1 Glede na zapisano postajata vprašanje narave in kakovosti informacij, ki bi morale biti na voljo potrošnikom, ter koncept „ustreznih“ informacij vse pomembnejša.

3.5 V nasprotju z navedbami Komisije v nedavnih dokumentih ni pomembna količina informacij, temveč morajo te zadovoljiti potrošnikove resnične potrebe in pričakovanja, njihovo ustreznost pa je treba meriti glede na:

a) namen;

b) vsebino;

c) predstavitev in

d) kontekst.

3.6 Informacije je treba tudi redno preverjati s testom „ustreznosti“, da se njihova kakovost prilagodi namenu, ki mu služijo, in potrošnikom, ki so jim namenjene. Glavna merila za to bi morala biti zanesljivost, aktualnost, nepristranskost, točnost, tehtnost, jedrnatost, razumljivost, jasnost, berljivost in preprost dostop.

3.7 EESO v okviru boljše zakonodaje poziva Komisijo, da uvede potrošniško testiranje vsebine in oblike informacij, s čimer bo prikazala njihovo učinkovitost in potrošnikom omogočila, da sami določijo, katere informacije so zanje uporabne.

3.8 Pri finančnih storitvah gredo obveščanje potrošnikov ter finančno izobraževanje in finančna sposobnost z roko v roki. Informacije bi morale biti poenostavljene, uporaba pravnega in strokovnega žargona pa omejena. Ker pa so nekateri finančni produkti kompleksni, morajo biti informacije natančne, da odražajo njihovo kompleksnost.

3.9 Informacije (vsebina ali oblika) in z njimi povezan ureditveni okvir se skozi čas ne smejo spreminjati. Če bi pogosto spreminjali parametre informacij, bi lahko postale težje razumljive za potrošnike.

4. Obveščanje, oglaševanje in trženje: Direktiva 2005/29/ES

4.1 Pravica potrošnikov do informacij lahko po eni strani privede do splošne prednosti, kadar državni in drugi javni organi igrajo vlogo generičnega ponudnika informacij, in je ni mogoče opredeliti kot resnično „subjektivno pravico“. Ta pravica lahko tudi naloži obveznost dobaviteljem in drugim stranem, udeleženim v proizvodnji in trženju blaga in storitev, da takšne informacije zagotovijo sami.

4.2 V ta namen lahko komercialna sporočila, katerih neposredna posledica ni pogodbeno ali predpogodbeno razmerje, kljub temu vzpostavijo pravice, ki so kolektivne (uveljavljajo jih najverjetneje zveze potrošnikov ali sodelujoči v kolektivnih ukrepih) ali dejanske subjektivne pravice, ki veljajo zanje.

4.3 To področje danes ureja Direktiva 2005/29/ES; EESO je pripravil mnenje o predlogu te direktive iz leta 2005 ([7]).

4.3.1 Kot je EESO upravičeno opozarjal že takrat, je uporaba metode popolne uskladitve privedla do očitnega znižanja splošne ravni zahtev glede zagotavljanja informacij potrošnikom.

4.3.2 Resno poslabšanje stanja, ki ga je povzročila ta direktiva v zvezi z vlogo, ki jo imata oglaševanje in trženje pri obveščanju in poštenih informacijah za potrošnika, pa se najbolj kaže v opredelitvi nepoštenih poslovnih praks, naj gre za dejanja ali opustitve, in nepopolnem seznamu praks, ki je priložen direktivi.

4.3.3 Zadevo še zaostruje izrecna potrditev, da je „običajna in zakonita oglaševalska praksa, za katero so značilna pretiravanja ali trditve, ki naj se ne bi razumele dobesedno“, sprejemljiva, četudi je naslovljena na skupino potrošnikov, „ki so zaradi telesne ali duševne hibe, starosti ali lahkovernosti še posebej ranljivi“.

4.3.4 Že tako slabe razmere lahko poslabša še dejstvo, da zaradi te direktive ni mogoče ohraniti določb, ki uresničujejo zakonodajo Skupnosti ali nacionalno zakonodajo, na primer tistih, ki določajo, da bi morale biti konkretne in objektivne informacije v oglaševanju blaga, storitev ali pravic, sestavni del pogodb, sklenjenih po začetku veljavnosti direktive, pri čemer velja, da temu nasprotne pogodbene klavzule zdaj ne veljajo.

5. Informacije o pogodbah in predlog direktive o pravicah potrošnikov

5.1 Eno od področij, na katerih je treba narediti še veliko, je oblikovanje resnične listine o pravicah potrošnikov do informacij. Nedavni predlog direktive o pravicah potrošnikov naj bi bil po pričakovanjih odločilen prispevek k premostitvi te vrzeli v pravnem redu Skupnosti.

5.2 Poglavje o *informacijah za potrošnike* je resnično razočaranje: namesto da bi opredelilo dejanske, zavezujoče pravice, ki jih vsebujejo vse nacionalne zakonodaje, vsebuje le preprost seznam informacij, ki jih je treba zagotoviti – „če te niso že jasne iz okoliščin“ ([8]) – in ki so poleg tega očitne in osnovne ter jih je mogoče najti v vsakem kodeksu poklicnega ravnanja. V zvezi s tem bi omenili mnenje EESO o tem predlogu ([9]).

([7]) UL C 108, 30.4.2004, str. 81.
([8]) COM(2008) 614 konč., poglavje II, člen 5(1), odstavek 1.
([9]) Mnenje EESO: UL C 317, 23.12.2009, str. 54.

6. **Predpogodbene informacije**

6.1 Čeprav zaradi načela subsidiarnosti večino potrošniških razmerij še vedno ureja zakonodaja držav članic, je vse večji del odvisen od zahtev glede obveščanja, ki izhajajo iz Skupnosti; takšni primeri so denimo predpogodbene informacije, storitve na splošno, paketno potovanje in zlasti finančne storitve, določeno potrošniško blago, ki vpliva na zdravje in varnost potrošnika, pa tudi prodaja blaga, storitev in pravic na daljavo, ki so predmet komercialnih sporočil in praks ali standardnih pogodb.

6.2 Analiza zakonodaje Skupnosti jasno razkriva skupne točke in občutne razlike v vsebini in pristopu do predpogodbenih informacij, in sicer:

i) Popolno ali delno upoštevanje zahtev glede predpogodbenih informacij, in sicer obveznih podrobnosti ali prepovedanih izjav, pri oglaševanju določenega blaga, storitev ali pravic; takšen primer so **potrošniška posojila**, kjer je pri oglaševanju treba navesti standardne informacije, in **paketna potovanja**, kjer je treba navesti obvezne podrobnosti o bistvenih vidikih. Podoben primer so tudi **zdravila**, kjer so informacije za potrošnika združene s komercialnimi sporočili, vključno z oglaševanjem, in kjer je poudarek na zahtevi za pisne informacije na oznakah in v dokumentih, ter **živila**, kjer trenutni razmah oznak in poenostavljenih oznak povzroča nepotrebno zmedo, h kateri prispevajo še pravila o informacijah v določenih **prehranskih** in **zdravstvenih trditvah** na živilih, ki lahko na močno spreminjajočem se trgu povzročijo tveganje za zdravje potrošnikov.

ii) Standardizacija predpogodbenih informacij, ki jih je treba predložiti, z uvedbo enotnega obrazca za vse proizvode na notranjem trgu. Ta rešitev je bila sprejeta na primer za potrošniška posojila, za katera je bil uveden obrazec za standardne informacije o evropskem potrošniškem kreditu, temelji pa na sprejetju skupne metode za prejemanje in razumevanje predpogodbenih informacij v Evropi.

6.3 Kljub očitnim prednostim, ki jih ima standardizacija predpogodbenih informacij v nekaterih primerih za primerjavo ponudb, je treba nujno omogočiti nekoliko manevrskega prostora, da se lahko države članice prilagodijo posebnim značilnostim potrošnikov. Ker trgi večinoma ostajajo nacionalni, bi lahko zaradi količine informacij, ki jih je treba predložiti za namene primerjave, nastali precejšnji stroški pri transakcijah, ki se ne bi izravnali z rastjo čezmejnega trga, in to bi utegnilo škodovati malim in srednje velikim podjetjem.

7. **Pred- in popogodbene informacije**

7.1 Obveznost posredovanja informacij se nadaljuje v pogodbeni fazi, posebno pri potrošniških pogodbah, iz katerih izhajajo trajne obveznosti, so dolgoročne ali zapletene (npr. finančne storitve in proizvodi, časovni zakup) oziroma imajo lahko dolgotrajne učinke (zdravila).

7.2 V zakonodaji Skupnosti že obstajajo primeri, ki predvidevajo pravico do pogodbenih informacij, na primer direktiva o paketnem potovanju in direktiva o plačilnih storitvah.

7.3 Pravica potrošnika do svobodne odločitve na podlagi informacij, iz katere izhaja obveznost posredovanja informacij pred sklenitvijo pogodbe, se nadaljuje v celotnem obdobju veljavnosti pogodbe in v nekaterih primerih tudi po izteku pogodbe. Potrošnikova odločitev, ali bo pogodbo podaljšal ali ne, in morebitni sprejem odgovornosti za izvajanje pogodbe sta odvisna od zagotovljenih informacij.

7.4 Glavna ovira za pravico do obveščenosti v teh fazah – poleg odkrite zavrnitve zahteve za informacije – so dodatni stroški, ki nastanejo zaradi spoštovanja zahtev. Treba je opozoriti, da pravilo o **brezplačnih informacijah za potrošnika** ni vključeno v večino določb Skupnosti, in sicer niti v določbe o predpogodbenih informacijah. Kljub vsemu je Direktiva 2007/64/ES (o plačilnih storitvah na notranjem trgu) uvedla dve obveznosti, ki naj bi zagotovili pravilno izvajanje pravice/obveznosti zagotavljanja informacij:

i) brezplačne informacije: ponudnik plačilnih storitev uporabniku plačilne storitve ne sme zaračunati nudenja določene količine informacij;

ii) cena informacij mora ustrezati stroškom: kadar ponujene informacije niso brezplačne, mora biti zaračunani znesek primeren in v skladu z dejanskimi stroški ponudnika plačilnih storitev.

7.5 EESO meni, da je treba pravico do zagotavljanja oziroma obveznost zagotavljanja informacij priznati v celotnem obdobju izvajanja pogodbe in tudi po njenem izteku, zlasti pri pogodbah, iz katerih izhajajo trajne obveznosti, so srednje- ali dolgoročne oziroma imajo dolgotrajne učinke. Poleg načela uskladitve cen s stroški v drugih primerih je treba še vedno vzpostaviti splošno načelo brezplačnih informacij o temeljnih vidikih pogodbe.

8. **Obveznost pomoči in svetovanja**

8.1 Informacije, ki izhajajo iz pravnih obveznosti za poslovne subjekte, da zagotovijo informacije, so pogosto v standardizirani ali vnaprej pripravljeni obliki in niso vedno zadostne, da bi potrošnik lahko sprejel svobodno in obveščeno odločitev, ali naj sklene oziroma podaljša neko pogodbo. Pravica do zagotavljanja oziroma obveznost zagotavljanja informacij zato vključuje pravico do pridobitve ali zagotavljanja oziroma obveznost pridobitve ali zagotavljanja pojasnil v zvezi z vsebino.

8.2 Pravico potrošnikov do pomoči, kot je na primer opredeljena v Direktivi 2008/48/ES [10] o potrošniških posojilih, bi bilo treba razširiti na vse potrošniške pogodbe, zlasti tiste, ki zadevajo trajno blago ali storitve, iz katerih izhajajo trajne obveznosti, ki so srednje- ali dolgoročne, zapletene ali prinašajo tveganje za zdravje in varnost. Informacije, posredovane v skladu z obveznostjo nudenja pomoči potrošnikom, morajo biti na zahtevo potrošnika zagotovljene v pisni obliki.

8.3 EESO poudarja, da je treba pravico do pomoči, ki naravno izhaja iz obveznosti, da poslovni subjekt zagotovi informacije, razlikovati od pravice do svetovanja, ki ga je od poslovnega subjekta mogoče zahtevati samo v primeru posebnih proizvodov ali storitev, ki so zapleteni, velike vrednosti ali bi lahko vplivali na zdravje ali varnost potrošnika.

9. **Težave in druge posledice pomanjkanja informacij**

9.1 V direktivah, ki nalagajo poslovno obveznost posredovanja informacij, med drugim manjkajo kazni za primere neupoštevanja določb. EU je to nalogo prepustila državam članicam, ki so se odločile za obsežen niz najrazličnejših civilnih in kazenskih sankcij, kar izkrivlja enotni trg in s tem škoduje potrošnikom in gospodarskim akterjem.

9.2 Le v redkih primerih posamezne direktive določajo, da imajo potrošniki pravico odstopiti od že sklenjene pogodbe v trenutku, ko prejmejo ali se seznanijo z informacijami, ki bi morale biti posredovane [11], ali da je dokazno breme, da so bile informacije posredovane, na strani poslovnega subjekta, kot v zvezi s predpogodbenimi informacijami določa Direktiva 2006/123/ES o storitvah na notranjem trgu [12].

9.3 Mehanizmi, ki začetek odstopnega obdobja opredeljujejo kot dan, ko potrošnik prejme informacije ali se seznani z njimi, in preložitev dokaznega bremena glede zagotavljanja informacij na poslovni subjekt sta osnovno jamstvo za uveljavljanje pravice do obveščenosti, skupaj z načelom odgovornosti za škodo, povzročeno zaradi pomanjkanja informacij, ki je že vključeno v več nacionalnih pravnih sistemov, pa zagotavljata priznanje in pomen pravice potrošnikov do obveščenosti, ki bi jo bilo treba izrecno in povsod vzpostaviti na ravni Skupnosti.

10. **Obveščanje potrošnikov in dokončanje notranjega trga**

10.1 Nedavne spremembe obetov glede dokončanja notranjega trga, v povezavi z novimi smernicami Komisije v okviru strategije 2020, so dobro znane.

10.2 V vseh pomembnih dokumentih je v ospredju stališče, da so potrošniki končni uporabniki in dejanski koristniki notranjega trga, oblikovanega kot instrument za strategijo razvoja in gospodarske rasti, ki je ključna za obvladovanje sedanje krize in mora še bolj upoštevati socialne vidike in zagotavljati temeljne pravice državljanov. Zato bo izboljšanje obveščanja potrošnikov pripomoglo k povrnitvi njihovega zaupanja v enotni trg.

10.3 Glede na te okoliščine je treba zagotoviti ustrezne informacije za potrošnike na obnovljenem notranjem trgu, usmerjenem v izzive 21. stoletja, da se pridobi njihovo zaupanje in zagotovi njihovo konstruktivno sodelovanje. To bi pregnalo sedanje strahove, upravičene pomisleke, omahovanje in nenaklonjenost odločnejši udeležbi v čezmejni trgovini.

10.3.1 Določbe Skupnosti o spletnih komercialnih sporočilih so trenutno razpršene po različnih besedilih (direktiva o elektronskem poslovanju, direktiva o prodaji na daljavo, direktiva o zasebnosti in elektronskih komunikacijah, direktiva o nepoštenih poslovnih praksah itd.), zato bi bilo treba razmisliti o reformi, ki bi v enotnem besedilu združila obstoječo zakonodajo in preprečila protislovja.

10.4 To je eno glavnih vprašanj tega mnenja.

V Bruslju, 14. julija 2010

Predsednik
Evropskega ekonomsko-socialnega odbora
Mario SEPI

---

[10] UL L 133, 22.5.2008, str. 66.

[11] Direktiva 85/577/EGS, ki uvaja pravico do odstopa v sklopu osnovnih dolžnosti v zvezi z informacijami, ne predvideva kazni za nespoštovanje te pravice. V skladu s sodno prakso Sodišča Evropskih skupnosti je treba od trenutka, ko je potrošnik ustrezno obveščen, odpovedni rok zanj neomejeno podaljšati; glej sodbo Sodišča v zadevi C-227/08, 17.12.2009, Eva Martín Martín, odstavka od 25 do 29.

[12] UL L 376, 27.12.2006, str. 36.