

**Euroopa Komisjoni tarbijapoliitika nõuanderühma koosoleku memo.**

3.märts 2021

Brüssel - istung toimus veebis

**Päevakorra punkt nr.1**

**Nõuanderühma koosseis ja roll Komisjoni uue tarbijapoliitika tegevuskava raames.**

Komisjon on võtnud endale kohustuse moodustada ekspertrühm, mis koosneb: tarbijaorganisatsioonide esindajatest - üks esindaja liikmesriigi kohta;

10-12 tööstuse ja Euroopa äriringkondade esindajat;

 4-6 eksperti, kes esindavad akadeemilisi ringkondi.

Rühma ülesanne on aidata kaasa Komisjoni uue tegevuskava 2020-2025 jõustamisele omapoolsete ettepanekute ja teadmistega tagamaks nii tegevuskava poliitilise visiooni kui ka 22 konkreetset tegevust võtmevaldkondades, mis on kajastatud tegevuskava raames.

Nõuanderühma ülesanne on regulaarselt üle vaadata ja hinnata juba saavutatut ja

välja töötada sisendit järgmise aasta Tarbijate tippkohtumisele.

Samuti nõustada Komisjoni erinevates tarbijapoliitika valdkondades tulenevalt vajadusest.

Konkreetsed tegevuskava prioriteedid arutatakse läbi eelseisval tarbijate tippkohtumisel, kiidetakse heaks ministeeriumite vahelisel istungil, rakendatakse ja vaadatakse üle järgmise aasta tippkohtumisel.

Selle aasta tippkohtumisel 15.märtsil leiavad aset neli töötuba, mis käsitlevad Covid -19

teemat, jõustamist, digitaliseerimist ja rohelist tarbimist.

Ühiste jõududega loodetakse välja selgitada mõned tegevused, mille tulemusi saaks

hinnata juba aasta pärast järgmisel tippkohtumisel märtsis 2022.

Iga töötuba esitab kaks-kolm ettepanekut plenaaristungil arutamiseks.

Ettepanekud pannakse hääletusele ja parimad neist edastatakse liikmesriikide ministritele.

**PÄEVAKORRA PUNKT 2**

Nõuanderühma panus tarbijapoliitika tegevuskava jõustamisse kuni märts 2022.

**Prioriteetsemad valdkonnad:**

COVID-19

Pandeemia on mõjutanud ja mõjutab jätkuvalt tarbijaid enim järgmistes valdkondades:

**Reiside tühistamised**: Euroopa Liidu tarbijatel on õigus rahade tagastamisele ärajäänud reiside puhul täismahus vaatamata sektori likviidsusprobleemidele;

**Tarbijate pettused**: ebaausad kaubandustavad ja e-kaubanduse pettused on tunduvalt suurenenud. Mõned liikmesriigid hoiatavad tarbijaid petturite eest avaldades nende nimed spetsiaalsetes nimekirjades nagu näiteks [www.watchlist-internet.at/](http://www.watchlist-internet.at/);

**Ebaausad kauplejad** pakkuvad valeväidetega tooteid COVID-19 infektsiooni tõkestamiseks;

**Tarbijate finantsiline haavatavus** on paljudes Euroopa majapidamistes süvenenud viies tarbijad ülelaenamisele – 38 protsenti tarbijatest on mures oma arvete maksmise pärast, nagu on selgunud 2020. aasta lõpu küsitlustest.

**Rohepööre**

Seadusandlik algatus, mille eesmärk on võimestada tarbijaid seoses rohepöördega peaks parandama müügikohtades antavat teavet toodete kestlikkuse kohta ja tugevdama juriidilisi meetmeid võitlemaks rohepesuga ja oma aja äraelanud praktikatega.

Mõningad kõrvalmeetmed on olemas juba praegu nagu näiteks:

**Rohelised lubadused**: mõned ettevõtjad on võtnud endale kohustuseks toetada kestlikku tarbimist seadusandluse üleselt. Piloot kuulutati välja 25.jaanuaril ja viis ettevõtet on kohustunud enda peale võtma konkreetsed ülesanded edendamaks kestlikku tarbimist ja tootmist.

**Rohepesu :** eksitavad rohelised väited on jätkuvalt väga laialdane probleem.

Jõustajatel sageli puudub nii tehniline ekspertiis hindamaks väidete vastavust kui ka teave selle kohta, millisel määral need väited mõjutavad tarbijate valikuid tegelikult.

**Toodete enneaegne vananemine:** mõjutab tarbijaid väga otseselt ja suures mahus.

Sageli puudub aga tõendusmaterjal, mis osutaks sellistele praktikatele aitamaks ametitel neid efektiivsemalt käsitleda.

**Tarbijate kaitse digitaalajastul ja kuidas kiirendada üleminekut.**

Interneti platvormid etendavad võtmerolli, et luua vajalikku ja turvalist keskkonda kasutajatele, aga tarbijad ise peaksid samuti olema rohkem ettevaatlikumad ja targemad.

**Peamised murekohad** : mitmete sektorite kohta tarbijad arvavad, et ülevaated on olulisemad kui reklaamid, näiteks puhkuse majutuste puhul kuni 71 protsenti tarbijatest on mõjutatud ülevaadetest ja 18 protsenti reklaamist.

**Efektiivne jõustamine** : interneti turuosa kasvab suure kiirusega, uued digitaalsed ärimudelid

tekitavad probleeme riiklikele järelevalveasutustele ja kohtutele.

**Toote ohutus**: sellised algatused nagu toote ohutuse kohustus (Product Safety Pledge)

on näidanud mõningast progressi, kuid liiga paljud veebiturud, eriti väikesed ja kohalikud ettevõted ei ole kohustunud täitma vabatahtlike meetmeid.

Komisjon ja liikmesriigid peavad siin astuma julgemaid samme edendamaks meetmete

rakendamist.

**Euroopa Liidu tarbijakaitse õiguse ja toote ohutuse seaduse jõustamine:**

Küsimus on kuidas tõsta ametite ja teiste asjaosaliste jõustamisalast võimekust.

Toote ohutus on liikmesriikide ühine mure ja vastutus – jõustamisalane võimekus

on võtmeküsimus.

Tarbijakaitse alase koostöö määrus näeb ette kiiret teabe kogumist – hoiatusteated,

ECC-NETi andmed, statistika jne.

**Koordineeritud tegevused TKK jõustamiseks, et parandada äripoole vastavust nõuetele:**

* välja selgitada keerulised probleemid, nagu näiteks tarbijat eksitavad rohelised

 väited, mis nõuavad ühtset metoodikat, mida edaspidi ettevõtted saaksid kasutada

 juhistena oma tegevuses;

* tarbijakaitse õiguse ja andmekaitse seaduse vahelise koosmõjuga arvestamine;
* aktiivne osalemine rahvusvahelises koostöös, et luua kõrgetasemelised vastavuse

 standardid maailma tasemel digitaalsetele turgudele.

 Linda Läänesaar

 Eesti Tarbijakaitse Liidu

 tegevdirektor

 6411697