

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

§ 15.1. Історія становлення захисту прав споживачів у Європейському Союзі

Захист прав споживачів є однією із пріоритетних сфер в Європейському Союзі. Однак Римський договір не містив окремої спільної політики – політики захисту прав споживачів. Це було пов'язано з тим, що при створенні ЄС його основною метою було тільки усунення перешкод в торгівлі між державами-членами, а уваги фізичній особі в Договорі не приділялося.

Ситуація почала змінюватися на початку 70-х років 20-го сторіччя. По-перше, це було викликано тим, що перші зміни почалися в самих державах-членах. Зокрема, Франція та Німеччина, держави які були ініціаторами створення ЄС, прийняли окремі закони про захист прав споживачів. По-друге, Данія і Великобританія (які на той час не були членами ЄС) прийняли закони, які були більш прогресивними, ніж в інших країнах-членах. Тому при їх приєднанні до ЄС вони поставили перед керівництвом ЄС питання про усунення дискримінації між громадянами їх держав та громадянами інших держав-членів ЄС в цьому питанні. Тому на Паризькому саміті в 1972 році глави держав та урядів вперше закликали до політичних дій у цій сфері. Зважаючи на ці обставини, перед Комісією ЄС було поставлено завдання знайти спеціальну сферу політики ЄС, яку потім назвали – захист прав споживачів. Цим ЄС хотів показати, що він думає не тільки про економіку, а і про своїх громадян.

Незабаром після саміту в 1975 р. були прийняті перші документи, які дійсно торкалися захисту прав споживачів, зокрема Програма і План дій в сфері захисту прав споживачів¹. У цих документах передбачено п'ять фундаментальних прав, на яких повинно ґрунтуватися законо-

¹ Див.: Регламент Ради ЄС від 14 квітня 1975 року про попередню програму Європейського економічного співтовариства щодо захисту інтересів споживачів та інформаційної політики (ОJ 1975 C92/1).

давство Спільноти у цій сфері, зокрема, це такі права, як: право на безпеку життя і безпечні засоби існування; право на захист економічних інтересів; право на відшкодування шкоди; право на інформацію та навчання; право на представництво.

Певним прогресом для розвитку сфери захисту прав споживачів стало прийняття в 1986 році Єдиного Європейського Акта. В ньому містилася ст. 100a¹, в якій вперше було вжито термін «споживач» в прямому розумінні цього слова, хоча самого визначення терміна стаття не містила. Стаття передбачала гармонізацію законодавства держав-членів в сфері захисту прав споживачів з метою нормального розвитку і функціонування спільного ринку. Цей Акт забезпечив основу для законодавчого визнання політики ЄС у сфері захисту прав споживачів.

Саме Маастріхтський Договір вважається відправною точкою формування окремої політики ЄС – захист прав споживачів. На основі Маастріхтського договору в Римський Договір була включена спеціальна стаття 129а щодо захисту прав споживачів. Цю статтю назвали «мінімальний характер» – це означало, що відбувається мінімальна гармонізація сфери захисту прав споживачів на рівні ЄС.

В цей же період (1999 р.) в рамках Європейської Комісії було створено окремий Генеральний Директорат, який відповідав за політику в сфері захисту прав споживачів.

Підписання в 1997 році, а потім вступ в силу Амстердамського договору привнесло на відміну від інших сфер політики ЄС нові незначні зміни в сферу захисту прав споживачів. Окрім того, що згідно з новою нумерацією статей стаття 129а щодо захисту прав споживачів тепер стала статтею 153, в неї були внесені доповнення. Згідно зі зміненою ст. 153 Договору загальною метою ЄС повинні стати напрями захисту здоров'я, безпеки та економічних інтересів споживачів, реалізація їх через інформування та навчання, самоорганізацію з метою захисту їх прав².

Ніццький договір не привніс концептуальних змін у конституційну основу захисту прав споживачів. Лісабонський договір, крім того, що ст. 153 за нумерацією стала ст. 169, вніс незначні правки у статтю щодо захисту прав споживачів.

¹ Див.: Єдиний Європейський Акт – http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_en.htm.

² Див. Амстердамський договір – http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/index_en.htm.

На даний час програма дій ЄС в сфері політики захисту прав споживачів ґрунтується на двох основних актах: Європейська Програма захисту прав споживачів 2012 р.¹, яка передбачає стратегічне бачення політики ЄС щодо захисту прав споживачів, та Програма захисту прав споживачів на 2014–2020 роки². Відповідно до цих документів у сфері захисту прав споживачів є такі ключові цілі: підвищення безпеки споживачів; підвищення знань та забезпечення відшкодування шкоди.

ЄС організував заходи з навчання споживачів на різних етапах, таких як поступове включення навчання споживачів в програми початкової та середньої школи. *Europa Diary* це шкільний щоденник, призначений для учнів середньої школи (у віці 15–18 років). Він містить інформацію для молоді з питань, пов'язаних з ЄС, включаючи їх права як споживачів. Європейська Комісія також випробувала схеми підготовки вчителів і підтримала створення курсів магістратури з питань споживчої політики. Інтерактивний і інтерактивний інструмент навчання споживачів «*Dolceta*» (<http://www.dolceta.eu>) доступний у всіх державах-членах і на всіх офіційних мовах ЄС. Він призначений для інструкторів та викладачів, а також для поінформованих споживачів і охоплює, зокрема, основні права споживачів, безпеку продукції і фінансову грамотність. Краща інформація та краще знання прав споживачів можуть привести до підвищення довіри споживачів. ЄС створив європейські споживчі центри (мережа ЕСС) для надання інформації та консультацій з питань транскордонних покупок і розгляду скарг споживачів. Паралельна мережу FIN-NET виконує ту ж роль, що і скарги на транскордонні фінансові послуги. Європейська Комісія також проводить інформаційні кампанії для споживачів в державах-членах і публікує матеріали з інструкціями для споживачів. SOLVIT це сервіс, призначений для вирішення спорів, що виникають в результаті порушень європейського законодавства.

Ефективне і правильне дотримання цих прав так само важливо, як і наявність прав споживачів. Відповідальність за їх виконання лежить головним чином на органах державної влади. Регламент (ЄС) 2006/2004 про співпрацю в галузі захисту прав споживачів об'єднує ці національні органи влади в загальноєвропейську мережу, надаючи їм основу для

¹ Див.: Європейська Програма захисту прав споживачів – http://ec.europa.eu/consumers/eu_consumer_policy/policy-strategy/index_en.htm.

² Див.: Програма захисту прав споживачів на 2014–2020 роки – <https://ephtinktank.eu/2014/.../consumer-programme-2014>.

обміну інформацією та спільної роботи для запобігання будь-яких порушень законів про захист прав споживачів (наприклад, щодо вводити в оману реклами, Пакетні канікули або дистанційний продаж). Мережа також здійснює спільні дії з нагляду за ринком та правозастосування (наприклад, у формі інтернет-опитування, в ході якого влада перевіряє веб-сайти на предмет їх відповідності законодавству).

§ 15.2. Загальна характеристика спільної політики щодо захисту прав споживачів у Європейському Союзі

Статті 4(2)(e), 12, 114(3) і 169 Договору про діяльність ЄС є базою спільної політики ЄС щодо захисту прав споживачів. Однак ст. 169 розділу XV містить основні положення для захисту прав споживачів на рівні «первинного права ЄС». Відповідно до норм цих статей ЄС:

1) передбачає заходи для забезпечення високого рівня захисту прав споживачів у ЄС; 2) надає державам-членам можливість ухвалювати норми, спрямовані на забезпечення більш високого рівня захисту прав споживачів, ніж закріплений у законодавстві ЄС. Тобто на рівні ЄС встановлено мінімальні стандарти гармонізації у сфері захисту прав споживачів; 3) бере до уваги необхідність захисту прав споживачів при визначенні інших напрямів політики та діяльності ЄС.

Спільна політика ЄС у сфері захисту прав споживачів переслідує такі цілі: високий рівень захисту здоров'я, безпеки та економічних інтересів споживачів; сприяння їх правам на інформацію, освіту та організацію з метою забезпечення їх інтересів; врахування вимог із захисту інтересів споживачів при визначенні та запровадженні інших напрямів політики та діяльності ЄС.

До напрямів спільної політики ЄС у сфері захисту прав споживачів умовно відносяться: діяльність та компетенція спеціалізованих інститутів ЄС, забезпечення безпеки продукції – як загальної, так і окремих продуктів; вимоги до якості послуг; контрактні зобов'язання; убезпечення від нечесної підприємницької практики щодо споживачів; розв'язання спорів за участю споживачів.

Сучасна споживча політика ЄС: захищає права споживача згідно з законодавством, включаючи допомогу у вирішенні спорів швидко та ефективно (наприклад шляхом альтернативного вирішення спорів та

європейських споживчих центрів); гарантує, що права споживачів не відстають від економічних та соціальних змін, особливо в цифровій сфері, сферах енергетики та фінансових послуг; гарантує безпеку будь-якого продукту, який купує споживач на єдиному ринку¹.

Дефініція «споживач» не має єдиного визначення у праві ЄС. Однак можна виокремити такі ознаки цього поняття: а) суб'єктом є винятково фізична особа; б) така особа укладає договір, як правило, не у комерційних та професійних цілях (винятком є відносини з надання туристичних послуг, коли підприємець споживає туристичні послуги у бізнес-турі). Такий підхід до поняття «споживач» неодноразово підкреслено практикою СПЄС².

Поняття «продукт» в законодавстві ЄС є також неоднозначним і визначається в кожному випадку, наприклад:

а) товари, у тому числі нерухоме майно, послуги, права та зобов'язання (Директива 2005/29);

б) рухоме майно за винятком сільськогосподарських товарів (Директива 85/374);

в) продукт, який призначено для споживання будь-якою особою, включаючи товари, роботи, послуги, у тому числі використані та перероблені продукти (Директива 2001/95).

Узагальнюючи положення актів ЄС, можна дати таке визначення *права ЄС щодо захисту споживачів* – це система нормативно-правових актів (*acquis ЄС*), в яких закріплено спеціальні правила та принципи, які регулюють відносини між споживачами та виробниками/надавачами продукту в ЄС щодо захисту прав споживачів.

§ 15.3. Система органів Європейського Союзу із захисту прав споживачів

Захист прав споживачів здійснюється низкою інституцій та органів, зокрема: Європейським Парламентом, Радою ЄС, Європейською Комісією, комітетом регіонів, Європейським комітетом зі стандартизації, виконавчим агентством з питань споживачів, охорони здоров'я, сіль-

¹ Див. Офіційний сайт ЄС – https://europa.eu/european-union/topics/consumers_en.

² Справа C-361/89 *Patrice Di Pinto*, ECR 1991. Справа C-541/99, *Cape SNC v. Idealservice Srl* (2001) ECR 2001, I-09049. Справа C-542/99 *Idealservice MN RE Sas v. OMAI Srl* (2001) ECR I-9049.

ського господарства та продовольства (*Chafea*), Європейським агентством з безпеки харчових продуктів (EFSA) та Європейською організацією зі страхових та професійних пенсій (EIOPA).

У рамках Європейського Парламенту за питання захисту прав споживачів відповідає два комітети: Комітет з внутрішнього ринку та захисту прав споживачів (анг. *Committee on internal market and consumer protection*) та Комітет з питань навколишнього середовища, громадського здоров'я та безпеки харчових продуктів (анг. *Committee on the environment, public health and food safety*). Комітет з питань Внутрішнього ринку та захисту споживачів Європейського Парламенту відповідає за координацію на рівні ЄС законодавства держав-членів у сфері Внутрішнього ринку, Митного союзу, сприяння та захисту економічних інтересів споживачів (окрім питань громадського здоров'я та безпеки продуктів). У своєму складі має 40 членів-представників політичних партій, що у пропорції відповідають кількості місць партій у Європейському Парламенті.

В Раді ЄС функціонує консультативна рада з питань зайнятості, соціальної політики, охорони здоров'я та споживчих питань (анг. *Employment, social policy, health and consumer affairs – EPSCO*), яка надає висновки щодо розроблених актів перед їх прийняттям. Після цього Рада ЄС разом з Європейським Парламентом приймає акти ЄС щодо захисту здоров'я та безпеки споживачів, а також їхніх економічних інтересів.

Європейська Комісія в рамках своїх повноважень здійснює узагальнення імплементації і впровадження державами-членами актів ЄС у сфері захисту прав споживачів та готує проекти документів та програмні акти щодо реформування сфери захисту прав споживачів. У роботі Європейського комітету зі стандартизації (англ. *European Committee for Standardisation*) беруть участь представники держав-членів ЄС та ЄАВТ, інститутів ЄС, організації споживачів, екологів, медиків, дрібних та середніх корпорацій тощо. Стандарти формуються на основі консенсусу, приймаються більшістю голосів. Після цього стандарти мають бути імплементовані у національне законодавство учасників Комітету. Європейський комітет зі стандартизації співпрацює з Європейським комітетом електричних стандартів, Європейським інститутом телекомунікаційних стандартів, Міжнародною організацією зі стандартизації. Європейська агенція з питань безпеки харчових продуктів (англ. *European Food Safety Authority*) займається оцінкою

та інформуванням щодо харчових ризиків, а за управління ризиками, функціонування систем контролю продуктів харчування відповідають Європейська Комісія та держави-члени ЄС. У рамках Європейської агенції з питань безпеки харчових продуктів оцінку ризиків здійснюють Науковий комітет та відповідні експертні групи з усіх питань щодо харчових продуктів та їх безпеки, у тому числі у сфері благополуччя тварин та рослин. Так, Науковий комітет забезпечує інститути ЄС та держави-члени науковим підґрунтям для розробки законодавства та політик ЄС щодо харчових продуктів та їх безпеки. Захист прав споживачів є одним з ключових для Європейської організації зі страхових та професійних пенсій (анг. *European Insurance and Occupational Pensions Authority* (EIOPA)). Ця організація в частині захисту прав споживачів відповідає за прозорість, простоту та справедливість на ринку фінансових послуг на території ЄС. Європейська організація зі страхових та професійних пенсій координує питання фінансової грамотності споживачів.

Крім того, для зручностей споживачів створено Європейську мережу споживчих центрів (ECC-Net)¹. Також значну роль у захисті прав споживачів відіграють недержавні організації. Так, на рівні ЄС функціонує Європейська організація споживачів (BEUC)¹, яка діє як «парасолькова» група в Брюсселі для своїх членів і має на меті представляти їх на європейському рівні та захищати інтереси споживачів Європи.

§ 15.4. Регулювання контрактних зобов'язань у праві Європейського Союзу

В останні роки *acquis* ЄС щодо захисту прав споживачів систематично переглядається, однак основна увага актів ЄС зосереджена на врегулювання споживчих контрактів.

Регулювання контрактних зобов'язань в ЄС здійснюється як актами, що мають загальний характер, так і актами, які стосуються конкретних видів договорів. До перших відносяться: Директива 93/13 про несправедливі умови в договорах зі споживачами, Директива 99/44

¹ Див. European Consumer Centres Network – http://ec.europa.eu/internal_market/scoreboard/performance_by_governance_tool/european_consumer_centre_network/index_en.htm.

Європейського Парламенту та Ради ЄС про продаж товарів споживачам та пов'язані із цим гарантії та Директива 2011/83/ЄС про права споживачів. До актів, що регулюють конкретні види договорів відносяться, наприклад, Директива 2008/48/ЄС про споживче кредитування.

В програмах захисту прав споживачів ЄС вимагається захисту прав споживачів від умов, які були б вигідними лише для однієї сторони. Саме для з цією метою була прийнята Директива 93/13/ЄЕС про несправедливі умови в договорах¹. Норми даної Директиви поширюються на всі види договорів, де з одного боку яких виступає споживач, а з іншого – продавець товару (послуг). Умови договору визнаються несправедливими, якщо: (а) вони не обговорювалися індивідуально, (б) всупереч вимогам добросовісності, вони призводять до значного дисбалансу в правах і обов'язків сторін, які впливають з договору, причому на шкоду споживачу.

У Додатку до Директиви 93/13/ЄЕС міститься невичерпний перелік умов, які можуть бути визнані несправедливими, як от: обмеження чи виключення відповідальності виробника, постачальника за їх дії (бездіяльність) стосовно заподіяння шкоди споживачеві; незаконне зменшення чи обмеження прав споживача відносно продавця, постачальника та інших осіб у разі повного або часткового невиконання чи неналежного виконання ними будь-яких зобов'язань за договором; укладення угоди, що «пов'язує» споживача обставинами, за яких виконання договору залежить від продавця, виконавця тощо. У зв'язку з цим національні суди мають право на свій розсуд вирішувати чи є та чи інша умова договору несправедливою².

Продавці товарів в рамках ЄС зобов'язані гарантувати відповідність товару умовам договору, протягом двох років після поставки товару відповідно до положень законодавства ЄС про продаж товарів споживачам та пов'язані з цим гарантії якості та безпеки товарів³. Існують певні стандарти для оцінки відповідності, коли можна вважати, що товар якісний, а коли ні. Саме Директивою 99/44/ЄЕС встановлюють-

¹ Див.: Директива Ради ЄС 93/13/ЄЕС про несправедливі умови у договорах зі споживачами від 5 квітня 1993 р. (О. J. 1993 L95).

² Див.: Справа C-240-244/98 *Oceano Grupo Editorial SA v. Rocio Murciano Quintero* (2000) ECR I-4941; Справа C-473/00, *Cofidis SA v. Jean-Louis Fredout* (2002) ECR I-10875; Справа C-237/02, *Freiburger Kommunalbauten GmbH Baugesellschaft & Co. KG v. Hofstetter* (2004) ECR I-3403.

³ Див.: Директива 99/44/ЄЕС Європейського Парламенту та Ради ЄС про продаж товарів споживачам та пов'язані із цим гарантії від 25 травня 1999 р. (О. J. 1999 L171).

є мінімальні стандарти якості товарів, що пропонуються споживачам. Товари вважаються такими, що відповідають умовам контракту, якщо вони: відповідають опису, наданому продавцем, та мають ті ж властивості, що і зразки або моделі, надані продавцем; придатні для цільового використання, для якого вони потрібні споживачеві і про яке він повідомив продавця під час укладення контракту, а продавець прийняв таке повідомлення; придатні для цільового використання, що є нормальним для такого типу товарів; мають властивості та характеристики, які звичайно мають товари такого типу і які очікуються споживачем з урахуванням походження цих товарів та публічних заяв про особливі властивості цих товарів, що їх робить продавець, виробник чи його представник у рекламі чи шляхом маркування.

На продавця чи виробника покладається обов'язок без стягнення додаткової плати зі споживача повернути останньому гроші, сплачені за товар, або здійснити заміну товару чи його ремонт у випадку, якщо властивості товару не відповідають специфікації, наданій відповідно до гарантійного зобов'язання або у рекламі. Споживач, зі свого боку, має право на відшкодування збитків, зниження ціни товару або розірвання контракту.

Директива 2011/83/ЄС про права споживачів¹ спрямована на наближення законодавчих положень держав-членів щодо дистанційних договорів (особливо при здійсненні покупок он-лайн), договорів, що укладені поза діловими приміщеннями та деяких інших аспектів споживчих відносин з метою покращення функціонування внутрішнього ринку шляхом досягнення високого рівня захисту прав споживачів.

В даній Директиві застосовано принцип повної гармонізації певних правових положень, зокрема щодо споживчої інформації та права на розірвання договорів, що укладені поза діловими приміщеннями, а також дистанційних договорів. Дистанційним вважається «будь-який договір, що укладений між продавцем та споживачем в рамках організованої схеми дистанційних продажів чи надання послуг без одночасної фізичної присутності продавця і споживача, виключно шляхом використання одного чи декількох засобів дистанційного зв'язку до моменту і в момент укладення договору». Договір, який укладений поза діловим приміщенням, визначається в Директиві як «будь-який

¹ Див.: Директива 2011/83/ЄС про права споживачів від 25 жовтня 2011 р., що вносить зміни у Директиву 93/13/ЄЕС і Директиву 1999/44/ЄС, та відміняє Директиву 85/577/ЄЕС і Директиву 97/7/ЄС (ОJ L 304, 22.11.2011, р. 64–88).

договір між продавцем та споживачем, що: (а) укладений в фізичній присутності продавця та споживача на території, що не є діловим приміщенням продавця; або (б) стосовно якого споживач зробив пропозицію, за умови фізичної присутності продавця та споживача на території, що не є діловим приміщенням продавця; або (в) що укладається в діловому приміщенні продавця або шляхом використання будь-яких засобів дистанційної комунікації відразу після особистого та індивідуального звернення до споживача на території, що не є діловим приміщенням продавця, та за умови одночасної фізичної присутності споживача та продавця; або (г) укладений під час екскурсії організованої продавцем з метою проведення рекламних заходів щодо продажу товарів або послуг та укладення відповідних договорів із споживачем»

Положення Директиви 2011/83/ЄС стосуються всіх споживчих договорів за винятком окремих сфер, що чітко вказані в самій Директиві. До таких винятків належать, наприклад: договори медичного та соціального обслуговування, фінансові послуги, азартні ігри, договори з нерухомістю, транспортні послуги пасажирського перевезення, договори щодо будівництва та оренди житлового приміщення, комплексні туристичні послуги тощо. Основні положення Директиви 2011/83/ЄС стосуються:

- заборони прихованих витрат для споживача при укладенні договорів через Інтернет;
- заборони встановлення доплат при здійсненні оплати кредитною картою та завищення тарифів при здійсненні замовлення телефоном;
- підвищення прозорості формування цін;
- встановлення чіткості інформації про те, хто платить за повернення товару в разі відмови від договору;
- закріплення єдиного 14-денного строку для відмови від договору та можливості його продовження до 12 місяців та інше.

Розвиток цифрових технологій привносить також свої особливості в захист прав споживачів в ЄС. Захист прав споживачів в єдиному цифровому ринку є одним з головних пріоритетів європейської політики. Дане питання регулюється в таких актах ЄС, як, Директива 2011/83/ЄС щодо захисту прав споживачів, та Регламенті 2016/679 Європейського Парламенту та Ради від 27 квітня 2016 року про захист фізичних осіб у зв'язку з опрацюванням персональних даних та про вільний рух таких даних та скасування Директиви 95/46/ЄС. Спеціальним в цьому напрямку є: Директива 2000/31/ЄС про деякі правові ас-

пекти послуг інформаційного суспільства, зокрема електронної комерції, на внутрішньому ринку; Директива 2002/22/ЄС про універсальну послугу і прав користувачів, що відносяться до електронних мереж і послуг зв'язку; Директива 2002/65/ЄС щодо дистанційного маркетингу надання фінансових послуг споживачам.

Саме Директива 2000/31/ЄС про деякі правові аспекти послуг інформаційного суспільства¹ поширюється на договірні взаємовідносини у сфері продажу періодики, фінансових і професійних послуг, розважальних заходів, банківської справи, страхування, інвестування, надання кредитів, рекламування.

Відповідно до положень Директиви 2000/31/ЄС договори про продаж товарів та надання послуг можуть бути укладені у електронній формі; наміри сторін повинні бути чітко визначені; якщо учасники діятимуть через представників, останні повинні бути також чітко окреслені; знижки, подарунки та умови їх отримання мають бути зрозуміло та недвозначно зазначені. Під час торгівельних операцій в електронному форматі для споживача повинна бути забезпечена така інформація: реквізити виробника; технічні етапи для укладення договору у електронній формі; чи збережеться у виробника текст договору; технічні засоби для виправлення помилок у договорі. Умови контракту та загальна інформація повинні бути надані споживачеві таким шляхом, щоб він міг їх зберегти; виробник повинен негайно повідомити споживача у електронній формі про отримання замовлення останнього. Крім того, Директивою 2000/31/ЄС передбачається регулювання електронної торгівлі за допомогою кодексів поведінки.

Важливою в контексті захисту прав споживачів є також Директива 98/6/ЄС про захист споживачів при вказівці цін на товари, що пропонуються споживачам². Основною метою даної Директиви є забезпечення того, що ціна продажу та ціна за одиницю виміру (ціна за одиницю) були вказані на всіх продуктах, що пропонуються продавцями споживачам. Ціна продажу повинна бути однозначною, легко ідентифікованою та чіткою.

¹ Див.: Директива 2000/31/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС про деякі аспекти електронної торгівлі від 8 червня 2000 р. (ОJ L 178, 17.7.2000, р. 1–16).

² Див.: Директива 98/6/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС від 16 лютого 1998 року про захист споживачів при вказівці цін на товари, що пропонуються споживачам (ОJ L 80, 18.3.1998, р. 27–31).

§ 15.5. Регулювання якості послуг у Європейському Союзі

§ 15.5.1. Регулювання надання фінансових послуг споживачам у ЄС

Захисту прав споживачів фінансових послуг зараз в ЄС приділяється велике значення, оскільки послугами фінансових установ користується щоденно мільйони споживачів.

Питання захисту прав споживачів у сфері фінансових послуг регулюються Директивою 2002/65/ЄС від 23 вересня 2002 р. про дистанційний маркетинг фінансових послуг споживачам¹. Сфера застосування Директиви 2002/65/ЄС охоплює усі договори (контракти) про фінансові послуги (наприклад, будь-які послуги, що надаються банком, страховиком, послуги кредитного, інвестиційного характеру). Такі контракти повинні бути укладені між споживачем та постачальником із застосуванням засобів дистанційного зв'язку або через особу, уповноважену на те постачальником.

На постачальника покладається обов'язок надавати споживачеві у розумний строк до укладення контракту докладну інформацію: про постачальника; про послугу або продукт (опис головних характеристик послуги, загальна сума, з урахуванням усіх податків та пов'язаних з ними платежів, зазначення ризиків послуги або продукту, інформація про можливі додаткові витрати та строки їх оплати); про контракт (строки, можливість дострокового припинення контракту, право, яке буде застосовано до контракту, арбітражне застереження); про механізм відшкодування шкоди. Будь-які контакти та обмін інформацією між сторонами після укладення контракту повинні фіксуватися на папері. У будь-якому разі за споживачем визнається право відмовитися від зобов'язань без пояснення причин за контрактом упродовж 14 днів з моменту його укладення (30 днів у контрактах про страхування життя та операціях з пенсією). Винятком є: послуги, що знаходяться поза контролем постачальника, сплата за які залежить від коливань на фінансовому ринку, наприклад, обмін валют; короткострокове страхування (до 1 місяця); кредитування, пов'язане з нерухомим майном.

¹ Див.: Директива 2002/65/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС про дистанційний маркетинг фінансових послуг споживачам від 23 вересня 2002 р. (О. J. 2002 L271).

Врегулюванню питань пов'язаних зі споживчим кредитуванням присвячено Директиву 2008/48/ЄС¹. Під кредитним договором розуміється «угода, за якою кредитор надає або обіцяє надати споживчий кредит у вигляді відстроченого платежу, позику або іншу подібну фінансову послугу, за виключенням угод про надання послуг на постійній основі або про постачання товарів одного і того ж виду, коли споживач сплачує за такі послуги або товари впродовж терміну їх постачання шляхом окремих платежів». Проте в Директиві вказані кредитні договори, на які положення даної Директиви не поширюються.

До укладення договору споживачу повинні бути відповідна «до контрактна інформація». В Директиві уточнюється, яка саме інформація повинна бути надана з метою надати споживачу можливість прийняти рішення чи укласти кредитний договір.

Крім того Директивою зобов'язується, щоб до укладення кредитної угоди кредитор повинен оцінити кредитоспроможність споживача на основі достатньої інформації, за доцільності, отриманої від споживача, та, за необхідності, на основі довідок, отриманих з відповідних баз даних.

Кредитні договори повинні укладатися лише у письмовій формі. У Директиві міститься перелік тих питань, які обов'язково повинні бути відображені у кредитному договорі зі споживачем, як от: тип кредиту; ідентифікаційну інформацію та адреси географічного місцезнаходження договірних сторін, а також, в залежності від конкретного випадку, ідентифікаційну інформацію та адресу географічного місцезнаходження залученого кредитного посередника; тривалість кредитної угоди; загальну суму кредиту та умови, що регулюють списання та використання коштів тощо.

Директивою надається право споживачу протягом 14 календарних днів розірвати кредитні угоду без обґрунтування причин. В Директиві вирішується проблема з так званими «пов'язаними з кредитом угодами». Вказується як повинна розраховувати річна відсоткова ставка та надається право споживачу дострокового повернення кредиту.

Директива 2014/92/ЄС про порівнянність комісій, що стосуються платіжних рахунків, зміни платіжних рахунків та доступу до базових платіжних рахунків². Директива спрямована на вирішення 3 основних

¹ Див.: Директива 2008/48/ЄС про споживче кредитування (OJ L 312, 22.11.2008).

² Див.: Директива 2014/92 / ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС від 23 липня 2014 року про порівнянність плати за платіжні рахунки, перемикання платіжних рахунків та доступ до платіжних рахунків з основними функціями (OJ L 257, 28.8.2014, р. 214–246).

питань: доступ до основних платіжних рахунків, прозорість та порівнянність плати за платіжні рахунки, а також зміни банківського рахунку. Відповідно до положень Директиви доступ до банківських рахунків має будь-який житель ЄС, а саме він має право відкривати платіжний рахунок із основними функціями в будь-якій країні ЄС. Проте особа, яка бажає відкрити такий банківський рахунок, повинна завжди відповідати правилам боротьби з відмиванням коштів ЄС. Основний банківський рахунок включає різні послуги, такі як вилучення готівкових коштів у банкоматі та виконання платіжних операцій, таких як пряме дебетування або кредитні перекази в межах ЄС.

Крім того Директива закріплює правила щодо прозорості та порівнянності комісій, що стягуються з власників платіжних рахунків, розміщених у межах ЄС, правила щодо зміни платіжних рахунків у державах-членах та правила щодо спрощення відкриття таких рахунків в інших державах-членах. Відповідно до положень Директиви держави-члени мають гарантувати споживачам право на відкриття та користування базовими платіжними рахунками. Директива поширюється на платіжні рахунки, за допомогою яких користувачі можуть, зокрема вносити кошти на рахунок, виводити їх, а також переводити та отримувати зазначені кошти. Надавачі платіжних послуг мають безоплатно і принаймні раз на рік надавати користувачам виписки із зазначенням всіх стягнутих комісій. Держави-члени мають забезпечити користувачам доступ до веб-сайтів, на яких можна порівняти комісії різних надавачів платіжних послуг. Крім того, держави-члени мають створити належні умови для вільної зміни рахунків, їх відкриття в інших державах-членах, а також забезпечити право всіх споживачів на доступ до базових платіжних рахунків.

Крім того, захист прав споживачів не прямо, однак опосередковано передбачено в нормативно-правових актах щодо ринку надання фінансових послуг, що регулюють діяльність кредитних установ, страхування, наприклад, Директива 2014/49/ЄС про схеми гарантування вкладів.

Незалежно від того з якою метою (відпочинок чи бізнес) споживач подорожує в межах ЄС, він повинен мати можливість робити депозити або отримувати кошти з платіжного рахунку, здійснювати платежі легким і безпечним способом. Дане питання врегульовано Директивою 2015/2366/ЄС про платіжні послуги на внутрішньому ринку,¹ яку ще

¹ Див.: Директива Європейського Парламенту та Ради ЄС 2015/2366 від 25 листопада 2015 року про оплату послуг на внутрішньому ринку, внесення змін до Директив 2002/65 / ЄС, 2009/110 / ЄС та 2013/36 / ЄС та Регламент (ЄС)) № 1093/2010 та скасування Директиви 2007/64/ С (ОJ L 337, 23.12.2015, р. 35–127).

називають PSD 2, та Регламентом 924/2009/ЄС про транскордонні платежі¹. Директива 2015/2366/ЄС спрямована на поліпшення існуючих правил ЄС для електронних платежів та враховує нові та інноваційні платіжні послуги, такі як Інтернет і мобільні платежі. Директива доповнюється Регламентом (ЄС) 2015/751², який встановлює обмеження на обмінні комісії, що стягуються між банками за карткові транзакції.

В цілому для полегшення платежів в межах єврозони з 2014 року створено Єдину платіжну систему в зоні євро (SEPA Single Euro Payment Area). Метою SEPA є гармонізація безготівкових платежів по всій Європі з використанням загальних процедур і стандартів для платежів, що здійснюються в євро.

§ 15.5.2. Регулювання надання туристичних послуг у ЄС

Туризм відіграє важливу роль в економіці ЄС. Тому цьому питанню приділяється значна увага. Саме питанню якості надання туристичних послуг у ЄС регламентується в Директиві 2015/2302 Європейського Парламенту та Ради від 25 листопада 2015 року щодо пакетних поїздок та пов'язаних з ними поїздок³, що включають у себе не менш 2–3 компонентів (транспортування, розміщення у готелі, тощо). Така послуга повинна надаватися якнайменше на 24 години, або вона має включати розміщення на ніч. Комплексність турів не обмежується часовими рамками, тобто складові комплексу можуть бути замовлені як разом, так і окремо⁴. Норми Директиви забезпечують захист для пов'язаних поїздок, коли, наприклад, турист бронює рейс на веб-сайті, а потім бронює готель на іншому веб-сайті.

Організатор туру визначається як особа, що регулярно влаштовує комплексні тури та здійснює інші туристичні послуги, продає або про-

¹ Див.: Регламент 924/2009 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 16 вересня 2009 року про транскордонні платежі в Співтоваристві та скасування Регламенту 2560/2001 (OJ L 266, 9.10.2009, р. 11–18).

² Див. Регламент 2015/751 Європейського Парламенту і Ради ЄС від 29 квітня 2015 року про міжбанківські комісійні збори за платіжні операції, що здійснюються за допомогою платіжних карток (OJ L 123, 19.5.2015, р. 1–15).

³ Див.: Директива 2015/2302 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 25 листопада 2015 року щодо пакетних поїздок та пов'язаних з ними поїздок (OJ L 326, 11.12.2015, р. 1–33).

⁴ Див.: Рішення СПЕС у Справі C – 400/00 *Club Tour, Viagens e Turismo SA v. Alberto Carlos Lobo Goncalves Garrido, and Club Med Viagens Ld* (2002) ECR I-4051.

понує їх безпосередньо або через продавця; продавець – як особа, яка пропонує та продає комплексні подорожі тощо, що були попередньо сформовані організатором. Суб'єктами відповідальності за неналежне виконання умов контракту є і організатор, і продавець незалежно від форми їх вини (за вибором споживача).

Будь-яка описова інформація про подорож, тур не повинна містити відомостей, що вводять в оману. Брошури мають поширювати чітку, вичерпну та достовірну інформацію про ціну продукту та про таке: транспортні засоби та їх місце прибуття; тип розміщення та харчування; маршрут поїздки; загальні відомості про отримання візи; сума чи відсоток від неї, які мають бути сплачені на рахунок і визначення дат сплати ціни продукту; чи необхідна мінімальна кількість учасників туру. Умови, що визначені у брошурі, є зобов'язуючими для організатора та продавця, якщо у разі змін вони не зв'язалися із споживачем до укладення договору (контракту).

Туристи мають право, протягом встановленого терміну, при певних обставинах і за додаткову плату, переформити пакетний тур на іншу особу. Вартість пакетного туру може збільшитися тільки в разі збільшення витрат (наприклад, на паливо) і, якщо це передбачено договором, але в будь-якому випадку не пізніше, ніж за 20 днів до початку туру. Якщо збільшення вартості перевищує 8% від вартості пакетного туру, турист має право відмовитися від договору. Якщо туроператор залишає за собою право збільшувати вартість туристичного продукту, то особа, яка мандрує може вимагати зниження ціни, якщо відповідні витрати знизяться.

Туристи можуть розірвати договір без виплати збору за розірвання і отримати повне повернення всіх сплачених сум, якщо будь-який з істотних умов пакетного туру, за винятком ціни, було значно змінено. Якщо до початку пакетного туру відповідальний за пакетний тур оператор скасовує його, туристи мають право на повернення коштів і компенсацію (при необхідності).

Туристи можуть розірвати договір без виплати збору за його розірвання до початку пакетного туру в разі надзвичайних обставин, наприклад, якщо є серйозні проблеми з безпекою в пункті призначення, які можуть вплинути на виконання пакетного туру. Крім того, туристи можуть в будь-який час розірвати договір до початку пакетного туру за умови сплати відповідного і обґрунтованого збору за розірвання договору.

Якщо після початку пакетного туру істотні елементи пакетного туру не можуть бути надані відповідно до договору, туристу повинні бути запропоновані відповідні альтернативні варіанти без будь-яких додаткових витрат. Турист може розірвати договір без виплати збору за розірвання, якщо послуги не надаються відповідно до договору, що істотно впливає на виконання пакетного туру, і при цьому організатор не усуває проблему.

Туристи також мають право на зниження ціни і/або компенсацію збитків у випадках, коли туристські послуги не були надані або були надані неналежним чином. Організатор повинен сприяти туристу в складних ситуаціях.

Якщо організатор або роздрібний продавець (в деяких державах-членах ЄС) стають неспроможними, платежі будуть повернуті. Якщо організатор або, у разі необхідності, роздрібний продавець стають неспроможними після початку пакетного туру і якщо транспорт включений в пакетний тур, повернення туристів на батьківщину гарантується.

Директива 2008/122/ЄС про захист прав споживачів у зв'язку з деякими аспектами таймшеру, довгострокових відпусток, перепродажу та обміну договорів¹. Метою нової директиви є створення спрощеної і узгодженої основи для регулювання таймшера і довгострокових продуктів для відпочинку, а також їх обміну і подальшого перепродажу. Відповідно до Директиви, то договір таймшеру – це угода тривалістю не менше року, в якій покупець, на власний вибір, набуває право використання однієї або більше ночівлі протягом одного або більше періоду користування. Тобто договір таймшеру надає покупцям (а) право на отримання у власність майнового права на використання нерухомого майна, правомочності власника щодо якого (права) можна використовувати у повному обсязі (володіння, користування, розпорядження), або (б) отримання права власності у спільній сумісній власності. Важливим, проте, є дотримання певних регулятивних положень, що містяться, як правило, у договорі. Самим майном власник розпоряджатися не може. Власне таймшер є майновим правом, яке може бути об'єктом цивільного обороту (передаватися у власність, бути об'єктом накладення стягнення і т.п.).

¹ Див.: Директива 2008/122/ЄС про захист прав споживачів у зв'язку з деякими аспектами таймшеру, довгострокових відпусток, перепродажу та обміну договорів від 14 січня 2009 р. (OJ L 33, 3.2.2009, р. 10–30).

Крім того, Директива стосується будь-якої форми відпустки (в тому числі відпочинку на кораблях (круїзи) та використання іншої рухомої власності).

Задля уникнення зловживань та шахрайства існують певні нормативні вимоги до укладення договору, його змісту, виконання та інших значущих особливостей, які передбачені Директивою, а також національним законодавством держав-членів ЄС. Насамперед, перед укладення договору турагент зобов'язаний надати всю необхідну інформацію (затверджений перелік і форма надання інформації) у зрозумілій формі. Також існують обмеження щодо продажу, маркетингу та реклами таймшеру.

Для забезпечення прав клієнта встановлена можливість у 14-ти денний строк після укладення договору розірвати його без пояснення причин і повернути собі сплачені кошти. Інформація, яку має надати турагент, є дуже детальною. В основному, вказується, що доступно за сплачені кошти (напр. електрика, водопостачання), а що потребує доплати (напр. послуги зв'язку), як міняються ціни на послуги, правовий режим майна (які існують обтяження, яка міра готовності до експлуатації, можливості відчуження і т.п.), можливість обміну/продажу права на користування майном. У обов'язкові вимоги навіть включається інформація про мову, якою може спілкуватися продавець (кореспонденція, інші документи).

§ 15.5.3. Регулювання надання послуг у сфері Інтернету та телекомунікацій у ЄС

Ринки телекомунікацій залишаються важливим сектором, що турбує всіх європейських споживачів. Охоплення широкого кола споживачів «цифровою революцією», що дозволяє спілкуватися один з одним за допомогою різних типів цифрових послуг, а також використовувати інші цифрові послуги, дуже важливим є підтримувати певний набір правил, які гарантують високий рівень захисту прав споживачів.

Саме з цією метою в рамках ЄС було прийнято низку нормативно-правових актів, зокрема: Регламент 2015/2120/ЄС про заходи щодо відкритого доступу до Інтернету,¹ Директива 2002/22/ЄС про універсальну послугу та права користувачів щодо мереж та послуг електро-

¹ Див.: Регламент 2015/2120 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 25 листопада 2015 року, що встановлює заходи щодо відкритого доступу до Інтернету та внесення змін до Директиви 2002/22 / ЄС про універсальні послуги та права користувачів, що стосуються електронних комунікаційних мереж і послуг 531/2012 про роумінг у мережах громадського мобільного зв'язку в межах Союзу (OJ L 310, 26.11.2015, р. 1–18).

ного зв'язку¹, Регламент 531/2012/ЄС про роумінг у мережах мобільного зв'язку загального користування в межах Союзу², Регламент 2017/1128/ЄС щодо транскордонної переносимості послуг онлайн-контенту на внутрішньому ринку³.

Відповідно до зазначених документів в ЄС встановлено правило «бути як вдома», яке означає, що коли споживач користується мобільним зв'язком, коли подорожує за межами своєї країни в будь-якій державі-члені ЄС, споживачу не потрібно оплачувати додаткові роумінгові збори. Іншими словами споживач платить рівно ту ж ціну за користування цими послугами під час подорожей в ЄС, якби він був вдома. Аналогічне стосується Інтернет послуг.

Крім того у споживача є право розірвати контракт, якщо провайдер хоче змінити або змінить умови початкового контракту. При цьому споживач має також право перейти до іншого провайдера із збереженням свого номеру.

При цьому провайдеру не дозволяється навмисно знижувати якість контенту, який споживач отримує, перебуваючи за кордоном, порівняно з тим, що він отримував вдома. Дане правило «бути як вдома» не застосовується, якщо споживач перебуває за межами ЄС.

Також споживач повинен мати доступ до високоякісних телекомунікаційних послуг включаючи підключення до телефонної лінії та функціональний доступ до Інтернету у фіксованому місці. В кожній державі-члені ЄС має бути принаймні один телекомунікаційний провайдер, який може надати споживачу цю послугу. Це відоме як принцип «універсальної послуги».

Враховуючи швидкі темки розвитку цифрових послуг, у ЄС прийнято Директиву 2018/1972/ЄС про створення Європейського кодексу електронних комунікацій (*European Electronic Communications Code* (ЕЕСС), яка набирає чинності з 21 грудня 2020 р.⁴ Нова директива

¹ Див.: Директива 2002/22/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС від 7 березня 2002 року універсальну послугу та права користувачів щодо мереж та послуг електронного зв'язку (OJ L 108, 24.4.2002, р. 51–77).

² Див.: Регламент 531/2012 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 13 червня 2012 року про роумінг у мережах мобільного зв'язку загального користування в межах Союзу (OJ L 172, 30.6.2012, р. 10–35).

³ Див.: Регламент 2017/1128 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 14 червня 2017 року щодо транскордонної переносимості послуг онлайн-контенту на внутрішньому ринку (OJ L 168, 30.6.2017, р. 1–11).

⁴ Див.: Директива (ЄС) 2018/1972 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 11 грудня 2018 р. про створення Європейського кодексу електронних комунікацій (OJ L 321, 17.12.2018).

гармонізує регулювання надання телекомунікаційних послуг в ЄС. В Директиві прописані спільні правила та цілі ЄС щодо регулювання телекомунікаційної галузі та визначає, яким чином постачальники мереж та/або послуг можуть регулюватися національними органами влади. Положення кодексу включають заходи для стимулювання інвестицій у мережі ЄС, створення нових мереж високої потужності, нові правила використання спектра для мобільного зв'язку та 5G, а також зміни в управлінні, режим універсальної послуги, захисті прав кінцевого користувача, а також правил нумерації зв'язку та зв'язку з аварійними службами.

§ 15.5.4. Регулювання надання комунальних послуг в ЄС

Споживачі ЄС на додаток до загальних прав мають також специфічні права, що пов'язані з отриманням публічних (комунальних) послуг. З моменту відкриття ринку енергопостачання фізичні особи в ЄС також користуються правами як споживачі енергії. Те ж саме стосується користування газом. Дані питання врегульовано в Директиві 2009/72/ЄС щодо спільних правил внутрішнього ринку електроенергії¹ та Директиві 2009/73/ЄС щодо спільних правил внутрішнього ринку природного газу².

Відповідно до зазначених Директив споживачі мають право на:

1) електричне підключення та використання електропостачання з мережі. Споживачі мають право на підключення до місцевої електричної мережі та постачання електроенергії (газу). Підключення здійснюється оператором мережі, призначеним для керування енергетичною/газовою інфраструктурою у відповідній місцевості. При цьому споживач має право вільно вибирати свого постачальника енергії з повного спектру постачальників електроенергії або газу, що пропонують свої послуги у відповідному регіоні;

2) чітке отримання інформації про контракт та можливості відстеження використання енергії/газу. Зокрема, перед підписанням

¹ Див.: Директива 2009/72/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС від 13 липня 2009 року щодо спільних правил внутрішнього ринку електроенергії та скасування Директиви 2003/54/ЄС (ОJ L 211, 14.8.2009, р. 55–93).

² Див.: Директива 2009/73/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС від 13 липня 2009 року щодо спільних правил внутрішнього ринку природного газу та скасування Директиви 2003/55/ЄС (ОJ L 211, 14.8.2009, р. 94–136).

контракту на постачання електроенергії/газу споживачі повинні отримати від постачальника чітку, правильну та зрозумілу істотну інформацію. Споживач має право відмовитися від нового контракту протягом 14 днів, якщо договір був укладений поза офісом постачальника або через Інтернет або телефон;

3) отримання допомоги при виникненні труднощів. Для цього в державах-членах повинні бути створені відповідні регуляторні органи, які зобов'язані контролювати, щоб оператори локальних мереж забезпечували належну роботу локальної інфраструктури. Крім того якщо у споживача є фінансові або інші труднощі (наприклад, якщо немає належної інфраструктури або немає можливості оплатити рахунки за енергію), споживач не може бути відключений від мережі електроенергії/газу, і споживач має право на пільги.

§ 15.6. Заборона нечесної комерційної практики та недобросовісної реклами у сфері захисту прав споживачів

Згідно з Директивою 2005/29/ЄС¹ «*нечесною комерційною практикою*» визнано ту, яка вона суперечить вимогам «професійної порядності», викривляє економічну поведінку споживача, є практикою, що вводить в оману, агресивною комерційною практикою або одним з певних видів практики, зазначених у Додатку до Директиви.

«*Професійна порядність*» визначається як «загальноприйняті спеціальні вміння та турбота, яких очікують від продавця у відношенні до споживачів відповідно до чесної практики на ринку та/або загального принципу добропорядності у сфері торгівлі». Поняття «*викривлення економічної поведінки споживача*» визначається як «використання комерційної практики для суттєвого зниження здатності споживача приймати обізнане рішення, якого він за відсутності таких умов не прийняв би».

Для визнання практики такою, що вводить в оману, необхідно, щоб дії суб'єкта підприємницької діяльності поширювалися хоча б на один з таких елементів інформації:

¹ Див.: Директива 2005/29 Європейського Парламенту та Ради ЄС про нечесну комерційну практику на внутрішньому ринку Співтовариства та про внесення змін до Директив 97/7 та 2002/65, Регламенту 2006/2004 від 11 травня 2005 р. (О. J. 2005 L149).

- 1) сутність, природа, головні характеристики продукту;
- 2) ступінь, обсяг зобов'язань продавця, мотиви комерційної практики, природа процесу продажу;
- 3) спосіб формування вартості продукту;
- 4) необхідність у подальшому сервісному обслуговуванні продукту, ремонтуванні тощо;
- 5) реквізити, права продавця, чи його представника;
- 6) права споживача. Практика, що вводить в оману, полягає у такому: а) будь-який продаж продукту, зокрема порівняльна реклама, що призводить до переплутання із продуктами, торговельними марками, торговельними найменуваннями конкурентів; б) недодержання продавцем попередньо взятих на себе зобов'язань за кодексами поведінки. «Кодекс поведінки» визначається як угода чи сукупність правил, не закріплених у законодавстві країни, що визначають поведінку продавців, які беруть на себе обов'язки обмежувати свою діяльність одним чи більше секторами підприємництва.

Різновидом нечесної комерційної практики є умовчання, яке вводить в оману. Умовчання призводить до ситуації, коли матеріальна інформація, якої потребує споживач для прийняття свідомого рішення за договором, його оминає, в результаті чого споживач приймає рішення, яке у іншому випадку не прийняв би. Зокрема, «умовчанням, що вводять в оману» є дії (бездіяльність) продавця з приховування чи надання у двозначній, незрозумілій формі матеріальної інформації або подання матеріальної інформації несвоєчасно (той же підхід поширюється і на інформацію про мету комерційної діяльності, якщо вона не є очевидною). Під «матеріальною інформацією» у Директиві 2005/29/ЄС розуміються: загальна характеристика продукту; географічна адреса, торговельна назва продавця, виробника або їх представників; ціна товару, враховуючи податки та збори; порядок оплати, доставки товару, розгляду скарг; для договорів чи продукції, за якими у споживача є право відмови від договору, інформація про таке право.

Крім ознак різних груп правопорушень, Директива 2005/29/ЄС містить орієнтовний перелік конкретних правопорушень: невідповідне дійсності твердження, що суб'єкт підприємницької діяльності взяв на себе, зобов'язання, які насправді не виконувались; неповідомлення споживача до укладення договору, що продавець буде здійснювати після продажне обслуговування, для здійснення якого споживачеві потрібні знання іноземної мови; представлення споживачеві його прав,

що належать йому за законом, як наданих продавцем в індивідуальному порядку; поширення власного продукту таким чином, що у споживачів складається враження, що це є продукт іншого виробника. У Директиві зазначається ще півтора десятка різновидів правопорушень.

Директива 2006/114/ЄС про введення в оману і порівняльну рекламу¹ наразі забезпечує загальний мінімальний рівень захисту від реклами, що вводить в оману та регулює питання порівняльної реклами. Відповідно до положень Директиви, реклама, яка вводять в оману або яка може вводити в оману споживачів, є забороненою. Оманливий характер реклами залежить від сукупності критеріїв: характеристики товарів або послуг (наявність, характер або склад, спосіб виробництва або забезпечення, походження тощо), результати, які слід очікувати від їх використання, та результати перевірки якості; ціна або спосіб, у який ціна розраховується; умови, що регулюють постачання товарів чи надання послуг; характер, якості та права рекламодавця (особистість та майно, кваліфікація, права інтелектуальної власності тощо).

«Порівняльна реклама» означає будь-яку рекламу, яка прямо чи опосередковано визначає конкурента або товари чи послуги, що пропонуються конкурентом. Порівняльна реклама як правило заборонена. Цей вид реклами дозволяється лише в тому випадку, якщо він не є оманливим і не можливо при цьому ідентифікувати виробника товарів чи надавача послуг.

§ 15.7. Регулювання безпеки продуктів як складової частини захисту прав споживачів у Європейському Союзі

Регулювання безпеки продуктів здійснюється як загальними актами, так і в рамках питань стандартизації. Так, загальною є Директива 2001/95/ЄС про загальну безпеку продуктів² застосовується до усіх продуктів, придбаних споживачем, або тих, що куплені осо-

¹ Див.: Директива 2006/114 / ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС від 12 грудня 2006 року щодо неналежної та порівняльної реклами (ОJ L 376, 27.12.2006, р. 21–27).

² Див.: Директива 2001/95/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС про загальну безпеку продуктів від 3 грудня 2001 р. (О. J. 2002 L11).

бою-професіоналом, але користування ними буде здійснено споживачем.

У Директиві 2001/95/ЄС встановлено обов'язок юридичних та фізичних осіб вводити до торговельного обороту тільки безпечні продукти, тобто такі, які за нормальних або передбачуваних умов використання, включаючи тривалість, обслуговування, встановлення, не спричиняють жодного ризику чи викличуть мінімальні ризики, які сумісні з високим рівнем захисту безпеки та здоров'я людей. Крім того, держави-члени зобов'язані створити наділені широкими повноваженнями національні органи контролю за постачанням на власні ринки безпечної продукції.

Не менш важливим питанням безпеки продукції є відповідальність виробника за дефектну продукцію (Директива 85/374/ЄЕС¹), тобто таку, яка з моменту введення її в обіг не відповідає вимогам безпеки щодо порядку використання, яку очікує споживач. Зокрема, моментом, коли продукт уже є вилученим з виробничого процесу та потрапив до ринку у формі, прийнятній для надання суспільству та до споживання вважається презентація продукту потенційним споживачам².

Виробником вважається не тільки безпосередньо виробник кінцевого продукту, імпортер, а й виробник сировини чи компоненту продукту або інша особа, яка заявляє про себе як про виробника, розміщуючи на товарі своє найменування, торговельну марку та інші розпізнавальні елементи. Якщо виробника товару неможливо встановити, то як такий розглядатиметься постачальник товару. Ці положення є принциповими для притягнення до відповідальності виробника.

Принциповим підходом є також відповідальність виробника за шкоду, заподіяну дефектним продуктом (окрім ситуації, коли на момент введення продукції в обіг виробникові бракувало технічної та наукової обізнаності про дефекти продукції) незалежно від вини виробника. Допускається притягнення до відповідальності виробника продукту і у випадках, коли шкоду заподіяно одночасно дефектом продукту та упущенням третьої особи. Відповідальність виробника може бути зменшена, якщо шкоду було частково заподіяно через вину постраж-

¹ Див.: Директива 85/374/ЄЕС Ради ЄС про відповідальність за дефектну продукцію від 25 липня 1985 р. (О. J. 1985 L210).

² Див.: Справа C-127/04, *Declan O'Byrne v. Sanofi Pasteur* (2006) ECR I-1313.

далої особи. Споживач може вимагати відшкодування матеріальної, нематеріальної шкоди, ушкодження здоров'я тощо, які заподіяно недоліками продукту¹.

Відносини, пов'язані з безпекою харчової продукції, у законодавстві ЄС врегульовані низкою нормативних актів². Їх можна охарактеризувати як детальний опис вимог до процесу виготовлення продуктів³, безпеки складових продукту⁴, до певних продуктів⁵. Серед особливих норм слід назвати застосування встановлених стандартів до сільськогосподарських продуктів⁶. Регламенти та директиви ЄС з цих питань охоплюють всю сферу (галузь), скажімо, пов'язану із харчовими барвниками, регулюючи загальні питання, а формулювання технічних стандартів покладено на спеціалізовані органи зі стандартизації (наприклад, Європейський комітет зі стандартизації).

Основні принципи безпеки харчової продукції у ЄС закріплено у Регламенті 178/2002/ЄС. Щодо харчової продукції встановлено такі вимоги: тільки безпечні харчові продукти можуть бути розміщені на Спільному ринку ЄС; держави-члени ЄС повинні здійснювати аналіз ризиків продукції, що включає оцінку (наукове консультування та аналіз інформації), управління (регулювання та контроль), взаємодію (швидкий обмін інформацією); орган з безпеки продовольства (Європейська агенція з питань безпеки харчових продуктів) має здійснювати наукове консультування та підтримку, обмін інформацією. Усі вимоги до харчової продукції поширюються на всі стадії виробництва,

¹ Див.: Справа С-203/99, *Veefald v. Aarhus Amtskommune* (2001) ECR I-3569.

² Наприклад, див.: Регламент 1169/2011 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 25 жовтня 2011 р. про надання інформації про харчові продукти споживачам (ОJ L 304, 22.11.2011, р. 18–63).

³ Наприклад, див.: Регламент 178/2002/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС, що встановлює загальні принципи та вимоги до продуктів харчування, Європейський орган з продовольства та процедурні питання у цій сфері від 28 січня 2002 р. (О. J. 2002 L31).

⁴ Наприклад, див.: Регламент (ЄС) № 1333/2008 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 16 грудня 2008 року щодо харчових добавок (ОJ L 354, 31.12.2008, р. 16–33).

⁵ Наприклад, див.: Директива Ради ЄС 2001/112 про фруктові соки та подібні харчові продукти від 20 грудня 2001 р. (О. J. 2002 L 10); Директива Ради ЄС 2001/114/ЄС про сухе молоко від 20 грудня 2001 р. (О. J. 2002 L15).

⁶ Див.: Регламент (ЄС) № 1151/2012 Європейського Парламенту та Ради ЄС від 21 листопада 2012 року щодо схем якості для сільськогосподарської продукції та продуктів харчування (ОJ L 343, 14.12.2012, р. 1–29).

обробки, збуту та повинні дотримуватися як у відношенні до товарів, вироблених у ЄС, так і до імпортованих з інших країн.

Законодавство ЄС встановлює стандарти безпеки окремих видів продуктів: швидкого заморожування, фруктових соків, какао, кави, лікарських засобів, іграшок, косметичних засобів тощо. Окремо врегульовано порядок відстеження і маркування генетично модифікованих організмів (ГМО), харчових продуктів і кормів, виготовлених із ГМО, контролю продуктів, що містять ГМО (Регламент 1829/2003/ЄС)¹. В ЄС діє інформаційна система з базою даних про ГМО, без реєстрації у якій продукт не можна розміщувати на Внутрішньому ринку ЄС (реєстрація здійснюється у спеціально уповноваженому органі)². Діють також правила щодо розміщення у магазинах продовольчих товарів, вироблених з ГМО, на полицях, окремих від продуктів, вироблених традиційним шляхом³.

§ 15.8. Розв'язання спорів за участю споживачів у Європейському Союзі

Якщо споживач має проблеми з виробником (продавцем, надавачем послуг) щодо якості товарів та послуг, то норми ЄС передбачають можливість їх вирішення через позасудове врегулювання спору шляхом використання альтернативного способу вирішення спорів. Ці способи є недорогими, швидкими та зазвичай звернення до них є простішим, ніж до суду, в тому числі й за допомогою використання дистанційних засобів зв'язку. Крім того, ці способи можуть бути використані при вирішенні як внутрішніх, так і міждержавних спорів. У Директиві 2013/11 від 21 травня 2013 р. про альтернативні способи вирішення спорів у сфері захисту прав споживачів та внесення змін до Регламен-

¹ Див.: Регламент 1829/2003/ЄС від 22 вересня 2003 р. Європейського Парламенту та Ради ЄС про генетично модифіковані харчові продукти та корми (О. J. 2003 L268).

² Див.: Регламент Європейської Комісії 65/2004/ЄС від 14 січня 2004 р. про встановлення системи впізнання, поширення ГМО (О. J. 2004 L10).

³ Це рішення було прийнято Європейською Комісією за попередньою пропозицією кіпрської влади, тим не менш ініціатива стала гарним прикладом для застосування на всій території ЄС: Рішення Європейської Комісії 2006/255 звернене до кіпрської влади про національні повноваження з накладення на супермаркети зобов'язань розміщувати продовольство, вироблене з ГМО, на полицях, окремих від продовольства, виробленого традиційним шляхом від 14 березня 2006 р. (О. J. 2006 L92).

ту 2006/2004 та Директиви 2009/22/ЄС¹ у пункті 5 преамбули зазначається, що альтернативне вирішення спорів (надалі – АВС) передбачає просте, швидке, мало затратне позасудове вирішення спорів між споживачами і продавцями. Ця Директива про АВС є частиною так званого нового європейського права². Цією Директивою створюється єдина, уніфікована правова платформа для створення та діяльності різних інститутів АВС.

Крім цієї Директиви про АВС, в ЄС також ще прийнятий Регламент 524/2013 від 21 травня 2013 р. про он-лайн вирішення спорів споживачів та про внесення змін до Регламенту 2006/2004 і Директиви 2009/22/ЄС³. Регламентом створюється веб-платформа, яка спеціально призначена, щоб допомогти споживачам, які купили товари або послуги в Інтернеті, а потім у них виникли проблеми з цією покупкою он-лайн. Платформа ОВС передбачає передання спорів лише в органи АВС, що включені в національні списки органів АВС та відповідають обов'язковим вимогам, встановленим Директивою про АВС.

Взагалі АВС-схеми можуть бути засновані державними органами, приватними особами, промисловістю або у співпраці між державним сектором, промисловістю і організаціями захисту прав споживачів. На сьогодні в ЄС налічується понад 750 схем АВС. Вони працюють по-різному і мають різні назви⁴. Але найбільш поширеними є переговори, медіація та арбітраж (третейське судочинство).

Подібні позасудові органи, створені на всій території ЄС, різняться за своїм статусом, формою, правилами функціонування та іншими елементами. Вони також обмінюються інформацією. Однак усі ці органи повинні бути створені та функціонувати на підставі принципів, передбачених у Директиві про АВС. Такими принципами є: професійність, незалежність та неупередженість, прозорість, ефективність, справедливість, свобода, законність.

¹ Див.: Директива 2013/11/ЄС Європейського Парламенту та Ради ЄС від 21 травня 2013 р. про альтернативні способи вирішення спорів у сфері захисту прав споживачів (О. J. 2013 L 165).

² Див.: Our future service – and where the Alternative Dispute Resolution (ADR) directive fits in [Електронний ресурс] Режим доступу http://www.financial-ombudsman.org.uk/publications/technical_notes/alternative-dispute-resolution.html.

³ Див.: Регламент (ЄС) 524/2013 Європейського парламенту та Ради від 21 травня 2013 р. про он-лайн вирішення спорів споживачів та про внесення змін до Регламенту (ЄС) 2006/2004 і Директиви 2009/22/ЄС (О. J. L 165).

⁴ Див.: ADR and ODR in the European Union – http://ec.europa.eu/consumers/solving_consumer_disputes/non-judicial_redress/adr-odr/index_en.htm.

Контрольні питання

1. Який установчий договір ЄС вважається «відправною точкою» формування політики захисту прав споживачів?
2. Вкажіть основні ознаки терміна «споживач» у ЄС.
3. Окресліть систему спеціалізованих органів ЄС із захисту споживачів.
4. Що становлять собою базові контрактні вимоги із захисту споживачів в ЄС?
5. Наведіть ознаки нечесної комерційної практики у сфері захисту споживачів, заборонені правом ЄС.
6. Які принципи передбачені для створення та діяльності інститутів альтернативного вирішення спорів?