

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO  
**PRAVNA UREDITEV VARSTVA POTROŠNIKOV V SLOVENIJI IN  
ITALIJI**

Ljubljana, junij 2011

LUČKA CENCIČ

## **IZJAVA**

Študentka **Lučka Cencič** izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom doc. dr. Mitje Kovača, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1 POTROŠNIK IN NJEGOVO VARSTVO</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1 Oblike varstva potrošnikov</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2 Politika varstva potrošnikov</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 Optimalna zakonodaja</b> .....	<b>4</b>
<b>2 VARSTVO POTROŠNIKOV V EVROPSKI UNIJI</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1 Pravni red EU</b> .....	<b>6</b>
2.1.1 Direktive.....	7
2.1.2 Harmonizacija zakonodaj na področju varstva potrošnikov .....	7
<b>2.2 Proces ocenjevanja učinkov nove zakonodaje</b> .....	<b>8</b>
<b>2.3 Razvoj varstva potrošnikov v Evropski uniji</b> .....	<b>9</b>
<b>2.4 Smernice potrošniške politike danes</b> .....	<b>10</b>
2.4.1 Strategija potrošniške politike EU 2007-2013 .....	11
2.4.2 Poročilo o izvajanju strategije .....	13
<b>2.5 Organizacije potrošnikov</b> .....	<b>14</b>
2.5.1 Pomembne institucije in organizacije .....	14
<b>2.6 Deset temeljnih načel varstva potrošnikov v EU</b> .....	<b>16</b>
<b>3 VARSTVO POTROŠNIKOV V SLOVENIJI</b> .....	<b>17</b>
<b>3.1 Razvoj varstva potrošnikov</b> .....	<b>17</b>
<b>3.2 Pravne podlage</b> .....	<b>18</b>
3.2.1 Zakon o varstvu potrošnikov.....	19
<b>3.3 Slovenija in evropska zakonodaja</b> .....	<b>20</b>
<b>3.4 Nacionalni programi varstva potrošnikov</b> .....	<b>23</b>
<b>3.5 Nosilci varstva potrošnikov</b> .....	<b>24</b>
3.5.1 Urad Republike Slovenije za varstvo potrošnikov .....	24
3.5.2 Organizacije potrošnikov in Zveza potrošnikov Slovenije (ZPS).....	25
3.5.3 Izvajalci izobraževanja potrošnikov in varuh človekovih pravic .....	26
<b>3.6 Inšpekcijski nadzor in upravni ukrepi</b> .....	<b>27</b>
<b>4 VARSTVO POTROŠNIKOV V ITALIJI</b> .....	<b>28</b>
<b>4.1 Codice del Consumo</b> .....	<b>29</b>
<b>4.2 Italija in evropska zakonodaja</b> .....	<b>30</b>
<b>4.3 Pristojnosti državnih institucij in drugih organizacij</b> .....	<b>30</b>
4.3.1 Državne institucije in organi .....	30
4.3.2 Državni svet potrošnikov in uporabnikov .....	31
4.3.3 Organizacije potrošnikov .....	32
<b>4.4 Alternativno reševanje potrošniških sporov in razredna tožba</b> .....	<b>34</b>

<b>5</b>	<b>MNENJA PREDSTAVNIKOV POTROŠNIŠKIH ORGANIZACIJ .....</b>	<b>35</b>
5.1	Slovenija .....	35
5.2	Italija .....	36
<b>6</b>	<b>PRIMERJAVA .....</b>	<b>37</b>
6.1	Evropske smernice in nacionalna zakonodaja.....	38
6.2	Državne institucije in potrošniško organiziranje .....	38
6.3	Nadzor in mehanizmi reševanja sporov .....	39
	<b>SKLEP.....</b>	<b>40</b>
	<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>42</b>

## UVOD

Vsakdanje življenje potrošnika postaja vse bolj zapleteno, takšne so tudi težave, s katerimi se na trgu sooča. Ponudba blaga in storitev je neprimerno večja kot nekoč, preglednost trga pa se s tem zmanjšuje. Težko je pričakovati, da bo imel potrošnik vedno na voljo vsa potrebna znanja in informacije, ki jih za obvladovanje teh težav potrebuje. Tukaj mu na pomoč priskočijo država ter številni drugi nosilci potrošniške politike, ki ga skušajo zavarovati in krepiti njegov položaj v družbi, saj ga obravnavajo kot šibkejši člen na trgu. Enako je usmerjeno tudi delovanje Evropske unije, ki za varstvo potrošnikov skrbi z uvajanjem neposrednih ukrepov za zaščito njihovih pravic, interese potrošnikov vključuje v zakonodajo, skrbi za uveljavitev pravic do obveščenosti ter spodbuja ustanavljanje potrošniških organizacij.

Slovenija, kot relativno nova, in Italija, kot ena najstarejših držav članic Evropske unije (v nadaljevanju EU), sta obvezani k spoštovanju pravnega reda EU, sledenju napotilom in strategijam ter k prenosu in izvajanju evropske zakonodaje. Namen diplomskega dela je predstaviti razvoj in današnjo ureditev področja varstva potrošnikov tako pri nas kot v Italiji. Ugotoviti in primerjati želim, kako državi sledita evropskim smernicam, kako sta področje zakonodajno uredili, prav tako pa me zanima razvoj potrošniškega organiziranja, ureditev v okviru državnih institucij ter instrumenti, ki jih imajo potrošniki na razpolago za reševanje sporov. Zanima me, če je varstvo potrošnikov v Italiji kot dolgoletni članici EU na višji stopnji oziroma ali so razvili sisteme in instrumente, ki jih pri nas ni, pa bi jih bilo morda smiselno uvesti.

Diplomsko delo ima poleg uvoda in sklepa še šest poglavij. V prvem delu je predstavljen pojem potrošnika, osnovne ideje potrošniške politike ter pogledi na smiselnost sprejemanja zakonodaje s področja varstva potrošnikov. Drugo poglavje obravnava varstvo potrošnikov v okviru EU, prikazana je sestava pravnega reda, glavne značilnosti direktiv in načina prenosa v pravni red držav članic ter način analize učinkov, ki jo EU izvaja v postopku sprejemanja novih predpisov. Predstavljeni so tudi zgodovinski razvoj varstva potrošnikov in aktualne smernice potrošniške politike.

Varstvo potrošnikov v Sloveniji je tema tretjega poglavja. Ta del obravnava razvoj področja pri nas, aktualno zakonodajo ter postopek usklajevanja z evropskimi predpisi, predstavljeni so nosilci varstva potrošnikov in njihove naloge ter nadzor nad izvajanjem zakonodaje. Podobna področja so predmet obravnave četrtega poglavja, kjer je predstavljeno varstvo potrošnikov v Italiji. Peto poglavje povzema mnenja predstavnikov potrošniških organizacij o dejanskem stanju področja. Šesto, zadnje poglavje pa primerja stanje in ureditev (zakonodajo, organiziranje, izvajanje zakonodaje) varstva potrošnikov v Italiji in Sloveniji. Pomembnejše ugotovitve, ki sem jih oblikovala s pomočjo domače in tuje literature in z uporabo drugih virov, pa so predstavljene v sklepu.

# 1 POTROŠNIK IN NJEGOVO VARSTVO

»Potrošniki so največja gospodarska skupina, ki vpliva na trg in je hkrati tudi sama pod vplivom odločitev javnih in zasebnih gospodarskih subjektov. Vendar so edina pomembna skupina ... katere pogledi so pogosto prezrti.« je 15. marca 1962 dejal predsednik Združenih držav Amerike, John F. Kennedy, ko je ameriškemu kongresu predstavil svojo vizijo potrošniških pravic ter s tem postavil temelje sodobnega varstva potrošnikov (Consumers International, 2011). Predsednik Kennedy je dejal, da smo potrošniki »vsi«. V iskanju definicije potrošnika pa naletimo še na številne druge opredelitve.

Potrošnik, kot ga pri nas opredeljuje Zakon o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2), je fizična oseba, ki pridobiva ali uporablja blago in storitve za namene izven njegove poklicne ali pridobitne dejavnosti. Potrošnika lahko povežemo tudi s pojmom potrošnje, kakor navaja Pernek (1993, str. 44). Tu zasebno potrošnjo razumemo v širšem smislu kot rabo dobrin (zaradi neposredne zadovoljitve potreb), v ožjem smislu pa potrošnja predstavlja tržni odvzem oz. uničenje tržne vrednosti dobrin. Iz tega sledijo različne definicije potrošnika: z vidika odvzema trga se pojavi kot kupec dobrin, pri upoštevanju tržnega uničenja ali porabe pa kot uporabnik. Damjan in Možina (1995, str. 27) pa ga definirata kot osebo, ki ima možnosti (vire in sposobnosti) za nakup dobrin, ki jih ponuja trg, z namenom zadovoljiti osebne ali skupne (npr. družinske) potrebe.

Potrošnik, ne glede na različne teoretične opredelitve, pa je vse pomembnejši člen sodobne družbe in je hkrati postavljen pred različne izzive. Hiter gospodarski in tehnološki razvoj prinašata naraščanje ponudbe raznovrstnega blaga in storitev, s čimer se preglednost trga zmanjšuje (Resolucija o nacionalnem programu varstva potrošnikov 2006-2010, v nadaljevanju ReNPVP, 2005). Informacije so bistveni element našega življenja, so temeljna sestavina odločanja in odločanje med omejenimi dobrinami je tudi centralno vprašanje ekonomije. Pomanjkanje informacij onemogoča sprejemanje popolnih, racionalnih odločitev, zato te nastanejo v pogojih negotovosti. To pa nas vodi v sprejemanje drugačnih odločitev, kot bi jih sicer sprejeli v svetu popolnih informacij. Negotovost tako postane vir nezadovoljstva in informacije edino sredstvo za njegovo odpravo. Tako lahko trdimo, da so skoraj vsi pravni problemi direktna posledica problema nepopolnih informacij (Kovač, 2009, str. 5).

Informacije, ki jih ima potrošnik na razpolago, torej niso vedno popolne. Tako Joseph Stiglitz govori o »asimetričnih informacijah«, vidiku nepopolnosti informacij, ki je posledica tega, da različni ljudje na trgu vedo različne stvari (na primer prodajalec rabljenega avtomobila ve o avtomobilu več kot kupec) (Stiglitz, 2011)<sup>1</sup>. Pomanjkanje popolnih informacij pa potrošnika, nasproti gospodarskim sistemom, postavlja v neenakovreden položaj na trgu (ReNPVP, 2005).

---

<sup>1</sup> Leta 1961 je Nobelov nagrajenec George J. Stigler v članku „The Economics of Information“ prvi v zgodovini pisal o ekonomiji informacij.

## 1.1 Oblike varstva potrošnikov

Pernek in Škof (1995, str. 217-219) delita varstvo potrošnikov na štiri oblike:

- **ekonomsko varstvo potrošnikov:** ekonomski temelj varstva potrošnikov je vzdrževanje ekvivalentnega razmerja blago – denar – blago, kar pomeni, da bi bili potrošniki zavarovani, če bi bili blagovni in kupni skladi uravnovešeni. Zlorabe so tako odvisne od razmerja med ponudbo dobrin in povpraševanjem po njih – kadar je povpraševanje večje in ponudba manjša, so možnosti zlorab večje;
- **pravno varstvo potrošnikov:** kot najpomembnejše pravne vire za varstvo potrošnikov štejemo mednarodne akte, Ustavo RS, zakone, podzakonske akte, splošne poslovne pogoje (če se morejo šteti med pravne vire) ter druge pravne vire (načela, potrošniški kodeksi ipd.);
- **institucionalno varstvo potrošnikov (organiziranost potrošnikov):** organiziranost potrošnikov se šteje kot metoda uspešnega varstva potrošnikov, katere namen je sodelovanje in vplivanje potrošnikov na reševanje potrošniških vprašanj, izobraževanje, obveščanje potrošnikov ipd.;
- **lastno varstvo potrošnikov:** zgoraj naštetih oblik varstva potrošnikov lahko zatajijo, če za varstvo ne poskrbijo tudi potrošniki sami. Potrošnik lahko uveljavlja svoje pravice le, če je primerno izobražen, vzgojen in informiran s področja varstva potrošnikov.

## 1.2 Politika varstva potrošnikov

Potrošniška politika predstavlja skupek ukrepov, s katerimi želijo država in drugi nosilci gospodarske politike krepiti položaj potrošnikov v družbi, saj velja potrošnik za šibkejši člen na trgu (Pernek, 1993, str. 45). Gre za zelo kompleksno in interdisciplinarno področje, saj stoji na stičišču različnih politik, posega v ključna področja življenja, konvergira s področjem človekovih pravic in ima pomembno mesto na področju sodobnih informacijskih tehnologij (ReNPVP, 2005).

Leta 1986 je Organizacija združenih narodov sprejela Smernice varstva potrošnikov (dopolnjene leta 1999), ki obsegajo osem pravic, ki predstavljajo temeljna načela politike varstva potrošnikov (ReNPVP, 2005):

- pravica do osnovnih dobrin in storitev,
- pravica do varnih proizvodov in storitev na trgu,
- pravica do obveščeniosti,
- pravica do izbire,
- pravica do zastopanosti,

- pravica do pravnega varstva,
- pravica do izobraževanja,
- pravica do zdravega in trajnostno naravnega okolja.

Kot že rečeno, gre za zelo interdisciplinarno področje, zato so vanj vključeni različni resorji, številne stroke in institucije ter različni izvajalci. Vse zakone za varstvo potrošnikov pripravljajo in sprejemajo vladna telesa. Njihova učinkovitost v korist potrošnikov pa je odvisna od izvajanja te zakonodaje v vsakdanji praksi, zato lahko med nosilce potrošniške politike vključimo: tržne subjekte, inšpekcijske službe, pravosodne organe in druge. Prav tako med nosilce štejemo različne ustanove, ki skrbijo za obveščanje potrošnikov (potrošniški svetovalni centri, mestni svetovalni uradi, zakoniti svetovalni centri ter drugi centri ali službe, ki zagotavljajo obveščanje). In kot tretje področje vplivanja (obveščanja) so tu še različne organizacije potrošnikov (Pernek, 1993, str. 46).

Varstvo potrošnikov je torej skrb vsake družbe, s številnimi pristojnostmi pa je ta skrb naložena predvsem državnim institucijam. Njihova vloga je ključna za uresničevanje temeljnih pravic potrošnikov, ki jim zagotavljajo enakovrednejši položaj na trgu, prispeva k družbeni pravičnosti, preprečevanju revščine, varovanju okolja in trajnostno naravni družbi (Vrbnjak, 2007). Prizadevanja in uspehi tega varstva pa se razlikujejo od države do države. Na tako razlikovanje vplivajo številni dejavniki, kot npr. družbeno-politična ureditev države, stopnja razvitosti države in struktura njenega prebivalstva, narodni dohodek na prebivalca, idr. (Pernek, 1991, str. 472). V nadaljevanju bomo spoznali področje varstva potrošnikov na evropskem nivoju, kako se je to razvijalo skozi čas, kako se ureja danes, ter razvoj in stanje na področju varstva potrošnikov pri nas in v sosednji Italiji.

### 1.3 Optimalna zakonodaja

“If you have 10.000 regulations, you destroy all respect for the Law.”  
- Winston Churchill, 1931<sup>2</sup>

Adam Smith je v 18. stoletju prvi spoznal urejenost tržnega sistema. Smith je govoril o načelu »nevidne roke«, po katerem se vsak posameznik s tem, ko sledi lastni koristi, obnaša, kot bi ga vodila nevidna roka, da doseže tisto, kar je najboljše za vse. V razmerah popolne konkurence in ko ni tržnih slabosti, bodo trgi iztisnili iz razpoložljivih virov toliko uporabnih dobrin in storitev, kot je le mogoče. Smith je bil tudi mnenja, da je vladno vmešavanje v tržno konkurenco skoraj škodljivo (Samuelson & Nordhaus, 2002, str. 29). Dandanes pa vemo, da trgi ne delujejo popolno in da ne vodijo vedno do najbolj učinkovitih izidov. Tržne pomanjkljivosti, kot so monopol in ostale oblike nepopolne konkurence, drugi netržni zunanji učinki (na primer onesnaževanje) ali politično in etično nesprejemljiva porazdelitev dohodka, pripeljejo do tega, da se doktrina nevidne roke zlomi. Prav v takih primerih bo vlada želela poseči vmes in popraviti napake nevidne roke (Samuelson & Nordhaus, 2002, str. 29).

---

<sup>2</sup> Arculus (2009)



Obstajajo tri utemeljitve v službi javnih interesov, ki upravičujejo vladni nadzor in predpise. Prva je ta, da z nadzorom podjetij preprečimo tržne moči pri monopolih in oligopolih. Z nadzorom popravljamo negativne zunanje učinke, kot je na primer onesnaževanje. In kot tretje – nadzor odpravlja informacijske nepopolnosti, denimo tiste, ki se pojavijo, kadar potrošniki sprejmejo odločitve na osnovi neustreznih informacij o značilnosti pomembnih izdelkov (zdravila, gospodinjski aparati ipd.) (Samuelson & Nordhaus, 2002, str. 304).

Kot odgovor na pomanjkljivosti se tu pojavijo tudi potrošniške politike, ki stremijo k temu, da bi potrošnikom omogočile pozitivno izbiro na trgu, da bi to izbiro opravili čim učinkoviteje ter bili pri tem zaščiteni pred zlorabami (Pernek, 1996, str 20-22). Postavi pa se vprašanje, ali se zgoraj omenjeni cilji potrošniške politike obrnejo kdaj tudi potrošnikom v škodo. Predpisi s področja varstva potrošnikov nalagajo ponudnikom nove obveznosti in pravila, usklajevanje postopkov z zakonodajo pa predstavlja dodatne stroške. Se potem ti stroški odražajo na ceni in so, kljub »dobrim namenom« novih predpisov, potrošniki na slabšem? Kateri so še možni vplivi teh politik poleg dodatnega bremena za ponudnike? Ali je morda trg sposoben sam poskrbeti za varstvo potrošnikov, brez dodatne intervencije države in dodatnih potrošniških politik?

Med literaturo in članki, ki obravnavajo smiselnost potrošniških politik in njihove vplive, najdemo različne teorije. Armstrong se v svoji raziskavi o medsebojnih vplivih politike konkurence in potrošniške politike dotika naslednjih vprašanj: ali lahko trg sam poskrbi za ustrezno varstvo potrošnikov, brez dodatnega poseganja države; katera so področja, kjer bi kljub temu potrebovali državno intervencijo; kdaj je konkurenca tista, ki potrošnika postavi v slabši položaj in kdaj do tega pride zaradi slabo zasnovanih potrošniških politik (Armstrong, 2008, str. 68-70)?

Ugotovitve njegove študije kažejo, da v večini konkurenčnih trgov ponudba zadovoljuje potrebe povpraševanja in večje potrebe po varstvu potrošnikov izven tega okvira ni. Primeri, v katerih potrošniške politike prispevajo k boljšemu delovanju trga, vključujejo številne politike, katerih cilj je informiranje: zagotavljanje spletnih strani, ki omogočajo primerjavo cen, prizadevanje za povečanje števila potrošnikov, ki poznajo razmere na trgu, razkrivanje prikritih stroškov ipd. Na drugi strani pa je lahko tudi politika konkurence v škodo potrošniku. Če imamo na trgu veliko število ponudnikov in pri tem določen del potrošnikov spremlja cene, medtem ko preostali kupujejo v »nevednosti«, nas to privede do tega, da je cena, ki jo plačajo neinformirani potrošniki, višja (Armstrong, 2008, str. 68-70).

Slabo zastavljene potrošniške politike pa lahko pridejo v konflikt s politiko konkurence in s potrošnikovo svobodo izbire in večkrat »zavarujejo« določeno skupino potrošnikov na račun druge, kar se kaže na primer pri predpisih, ki urejajo oglaševanje. Z namenom zaščititi nepoučene, nepremišljene in lahkovorne potrošnike se omeji oglase, ki bi lahko bili uporabni ali zabavni za bolj sofisticirane potrošnike (Armstrong, 2008, str. 68-70). V še večje skrajnosti pa gredo predpisi, ki prepovejo proizvode, ki bi si jih lahko nekateri potrošniki želeli, z

namenom zaščititi ranljive in neprevidne potrošnike. Armstrong je tudi mnenja (2008, str. 68-70), da lahko prevelika zaščita potrošnikov vodi v to, da potrošniki nikoli ne razvijejo veščin, ki bi jim pomagale, da bi se na trgu sami zaščitili (t. i. lastno varstvo potrošnikov).

Teorije kot je zgornja pa so danes manj opazne, do potrošniških politik prevladuje drugačen odnos. Nekdaj veljavno načelo »*caveat emptor*« (Pazi naj kupec!) zamenjuje pristop, po katerem se novi zakoni večinoma oblikujejo tako, da se potrošnika kar se da zaščiti (Bowett, 2011)<sup>3</sup>. Oblikovanje novih politik se ne omejuje le na tiste, ki bi prispevale k informiranju potrošnika (kot predlaga Armstrong), ampak zajema širši spekter zaščite, kar pa prinaša številne posledice na različnih področjih. Da bi bile odločitve kar se da optimalne, pa so nujne temeljite raziskave. V nadaljevanju bomo videli, kako se Evropska komisija loteva procesa ocenjevanja vseh učinkov, ki jih nova zakonodaja ustvarja.

## **2 VARSTVO POTROŠNIKOV V EVROPSKI UNIJI**

Vsi državljani Evropske unije so potrošniki in EU je odločena izboljšati kakovost njihovega življenja, zaščititi njihovo zdravje, prizadeva si za njihovo varnost in gospodarsko blaginjo. Za zaščito evropskih potrošnikov skrbi z uvajanjem neposrednih ukrepov za zaščito njihovih pravic, vključuje njihove interese v zakonodajo, skrbi za uveljavitev njihovih pravic do obveščenosti ter spodbuja ustanavljanje organizacij potrošnikov (Evropa – Portal Evropske Unije, 2010). Njena glavna vloga je določanje minimalne ravni varstva potrošnikov na enotnem trgu. Glavno gonilo za ustvarjanje prava varstva potrošnikov pa predstavljajo direktive. Da bi bolje razumeli, kaj v pravni red držav članic prinašajo direktive, moramo najprej spoznati sestavo pravnega reda EU ter glavne značilnosti direktiv.

### **2.1 Pravni red EU**

Pravo EU je poseben mednarodni pravni sistem, pri katerem velja načelo primarnosti, kar pomeni, da pravila, sprejeta na ravni EU, prevladajo nad pravili v pravnih redih držav članic. Sestavljata ga predvsem primarna in sekundarna zakonodaja, pomemben pravni vir pa so tudi mednarodni sporazumi ter sodna praksa organov EU s pravosodnimi pooblastili. Primarne pravne akte sestavljajo ustanovitvene pogodbe, spremembe in dopolnitve teh pogodb in pogodbe o pristopu k EU. Sekundarno zakonodajo tvorijo pravni akti, ki izhajajo iz primarne zakonodaje in posegajo v delovanje držav članic. Sem uvrščamo uredbe, direktive, odločbe, priporočila in mnenja (Slovenija: doma v Evropi, 2011).

Uredbe so splošni predpisi, ki se neposredno uporabljajo v vseh državah članicah; države članice uredb ne prenašajo v notranji pravni red, saj avtomatično veljajo neposredno na celotnem območju držav članic. Uredbe so značilno sredstvo za unifikacijo. Odločbe so individualni pravni akti, ki zavezujejo tistega, na katerega so naslovljene, medtem ko so

---

<sup>3</sup> Gospodarska kriza leta 2008 je takšno miselnost še dodatno okrepila, posebno kar zadeva zaščito potrošnikov v finančnem sektorju (glej npr. Brix & McKee, 2010).

priporočila in mnenja neobvezujoči akti evropskih institucij (Janevski, 2009, str. 28). Področje varstva potrošnikov pa se po večini ureja z direktivami.

### **2.1.1 Direktive**

Direktive s področja varstva potrošnikov so precej natančne in neposredno namenjene dvigovanju ravni varstva potrošnikov v državah članicah. V nasprotju z uredbami služijo kot podlaga zakonodajalcu v državi članici, da na podlagi njihovih določb z notranjim predpisom uredi določeno pravno področje (Grilc & Ilešič, 2004, str. 87). Direktive zavezujejo države članice glede rezultata, ki ga je treba doseči, prepuščena pa jim je izbira oblike in metode za doseg tega rezultata.

S sprejetjem in objavo direktive ne postanejo avtomatično del pravnega reda države članice; to se zgodi šele s predpisom, ki ga sprejmejo organi države članice. Tako zanje rečemo, da niso neposredno uporabne, ampak obvezujejo države članice, da uredijo neko pravno področje skladno s cilji direktive (direktiva določa tudi časovni rok, v katerem jo je potrebno prenesti). Direktive so instrument harmonizacije zakonodaje, saj državam puščajo možnost, da svojo notranjo zakonodajo prilagodijo enotnemu standardu EU in je ne nadomestijo v celoti (kakor uredba). Z direktivo so določeni minimalni standardi, ki jih morajo države vnesti v svoj pravni red, vendar jim ta ne preprečuje, da ne bi same predpisale strožjih meril – t. i. minimalna harmonizacija (Grilc & Ilešič, 2004, str. 87).

### **2.1.2 Harmonizacija zakonodaj na področju varstva potrošnikov**

Za harmonizacijo ureditve mora vsaka država članica (Knez, 2004, str. 95):

- preveriti obstoječo zakonodajo in ugotoviti, ali že ustreza zahtevam direktive;
- sprejeti predpis v tistih primerih, ko neko področje ali vprašanje v njej še ni urejeno;
- spremeniti predpis, ki to vprašanje ureja na način, ki ni skladen s cilji, ki jih državam članicam nalaga direktiva, ali sprejeti nov predpis.

Minimalna harmonizacija (najnujnejše približanje) državam članicam dopušča, da sprejmejo strožja pravila, kot jih določajo direktive. Je torej pomembno sredstvo, ki omogoča državam članicam prilagajanje njihovim potrebam, paziti pa morajo, da v primeru strožjih standardov niso omejene temeljne svoboščine (Knez, 2004, str. 105-106).

Strožji ukrepi veljajo potem samo za državo članico, na pa tudi za pravila trgovanja na notranjem trgu. Če vzamemo kot primer garancije – Slovenija pozna ureditev obvezne garancije, pravo Skupnosti pa ga smatra kot enostransko obljubo nekoga, da bo nekaj brezhibno delovalo in je zgolj sredstvo konkurenčnosti. Tako je naša ureditev strožja in pomeni, da je bila izkoriščena minimalna harmonizacija (Knez, 2004, str. 105-106).

## 2.2 Proces ocenjevanja učinkov nove zakonodaje

Skozi leta se je na evropskem nivoju razvil kompleksen sistem zakonodaje, ki še naprej omogoča gospodarski razvoj, varstvo okolja in izboljšanje socialnih standardov predvsem z dokončnim oblikovanjem notranjega trga. Z napredovanjem pri doseganju teh ciljev pa je postalo jasno, da ima način, po katerem se oblikujejo predpisi, velik vpliv na to, ali bodo ti cilji doseženi (Evropska komisija: boljša zakonodaja, 2011). Pred uvedbo vsakega novega predpisa je tako potrebno pripraviti temeljito oceno učinkov, ki jih ta prinaša. V tem procesu Evropska komisija sledi celostnemu pristopu, ki je leta 2002 nadomestil ocenjevanje po posameznih sektorjih. Takšna metodologija ocenjuje predloge novih predpisov z ekonomskega, socialnega in okoljskega vidika (Evropska komisija: boljša zakonodaja, 2011). Uravnotežena ocena vplivov je podprta z načelom sorazmerne analize, pri čemer sta poglobljenost in obseg presoje vplivov, in s tem dodeljenih sredstev, sorazmerna pričakovani naravi predloga in njegovih vplivov. Obsežno posvetovanje z vsemi zainteresiranimi stranmi je prav tako sestavni del tega pristopa. Sistem ocene učinkov je tako Evropski komisiji v pomoč pri izboljšanju kakovosti in preglednosti predlogov ter pri iskanju uravnoteženih rešitev, skladnih s cilji politike Skupnosti (Evropska komisija: boljša zakonodaja, 2011).

Ta proces pa seveda ni enostaven, je pa izredno pomemben<sup>4</sup>, kot se je pokazalo tudi na primeru Direktive o pravicah potrošnikov (COD/2008/0196). Nova direktiva (predlagana leta 2008) naj bi združila štiri že obstoječe direktive, ki zagotavljajo pravice potrošnikov: Direktivo 85/577/EGS o pogodbah, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, Direktivo 93/13/EGS o nedovoljenih pogojih v potrošniških pogodbah, Direktivo 97/7/ES o pogodbah na daljavo in Direktivo 1999/44/ES o nekaterih vidikih prodaje potrošniškega blaga in z njim povezanih garancij. Nov, enoten horizontalni instrument bi sistematično uredil skupne vidike, poenostavil in posodobil obstoječa pravila ter odstranil nedoslednosti in zmanjšal vrzeli. Hkrati pa se predlog odmika od pristopa minimalne harmonizacije in prevzema pristop popolne uskladitve (Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta o pravicah potrošnikov, 2008).

Direktiva, kot je bila prvotno zastavljena, naj bi zagotovila visoko raven varstva potrošnikov in bila usmerjena k oblikovanju notranjega maloprodajnega trga, kar naj bi trgovcem zagotovilo lažji in cenejši način čezmejne prodaje, potrošnikom pa zagotovilo večjo izbiro in konkurenčne cene (Evropska komisija: potrošniške zadeve, 2011). Evropski parlament je konec marca 2011 preložil zadnje glasovanje o direktivi ter vrnil predlog v Odbor Evropskega parlamenta za notranji trg in varstvo potrošnikov, da bi dosegli sporazum s Svetom.

Po številnih razpravah, spremembah in analizah pa se pojavljajo mnenja, da bodo učinki direktive, če bi obveljal zadnji predlog, v popolnem nasprotju s prvotno zastavljenimi cilji. Dawson (2011) je na primer mnenja, da bodo številna podjetja, ki svoje izdelke prodajajo prek spleta, morala zaradi naraslih stroškov prenehati s poslovanjem, saj jim direktiva nalaga

---

<sup>4</sup> Tudi drugi pripisujejo velik pomen tem raziskavam, s poudarkom na potrebi po daljših analizah, vključevanju neodvisnih strokovnjakov ter učinkovitejšemu izvajanju ex-post analiz (glej npr. Arculus, 2009).

nove stroške, jemlje jim pravico do odločitve, na katerih trgih bodo poslovali ipd. Tudi Arnaldo Abruzzini, generalni sekretar združenja evropskih gospodarskih zbornic Eurochambers, je bo zadnjem glasovanju Evropskega parlamenta izpostavil negativne posledice (Consumer Rights Directive: a costly vote for businesses, 2011). Abruzzini predvsem opozarja na posledice ponovnega uvajanja klavzul o minimalni harmonizaciji (prvotno je bilo zastavljeno popolno usklajevanje). Glede na oceno učinkov, opravljano s strani Evropske komisije, bi prilagajanje 27 razdrobljenim pravnim okvirom posamezno podjetje stalo 70.000 evrov, kar predstavlja ogromno breme, zlasti za mala podjetja. Tako Abruzzini poziva k pametnejšemu pristopu in ponovnemu, temeljitemu presojanju vplivov in sprememb, ki jih direktiva prinaša (Consumer Rights Directive: a costly vote for businesses, 2011).

### **2.3 Razvoj varstva potrošnikov v Evropski uniji**

Dolga leta je bil potrošnik zgolj pasivni spremljevalec ekonomskega povezovanja. O varstvu potrošnikov se je sicer govorilo, vendar so akti, sprejeti pred koncem osemdesetih let, večinoma t. i. mehko pravo (predvsem resolucije), zavezujoči predpisi pa so datirani večinoma po letu 1985 (Trstenjak, Knez, Možina, 2005, str. 21). Tako je prvi pravni temelj varstvu potrošnikov leta 1987 dal Enotni evropski akt (člen 100a) z ugotovitvijo, da zakonodaja o enotnem trgu zahteva visoko raven varstva potrošnikov.

Z Maastrichtsko pogodbo, ki je stopila v veljavo novembra 1993, pa je bilo varstvo potrošnikov formalnopravno določeno kot politika, enakovredna ostalim politikam Skupnosti. Z njo so bili v Rimsko pogodbo o Evropski gospodarski skupnosti (od tedaj naprej Pogodba o Evropski skupnosti) vneseni predpisi o varstvu potrošnikov (Šmid Božičević & Kostanjevec, 2006, str. 12). Sledila je Amsterdamska pogodba (1997, člen 153), kjer je deklarirana tudi aktivna vloga EU, saj bo »EU prispevala in spodbujala« varstvo potrošnikovega zdravja, varnosti in ekonomskih interesov ter prispevala k promociji potrošnikovih pravic, izobraževanja in organiziranja z namenom doseganja višje ravni zaščite (Šmid Božičević & Kostanjevec, 2006, str. 12).

Evropska komisija je leta 1990 začela z oblikovanjem konkretnih triletnih programov dejavnosti. Pred tem pa so bili sprejeti trije potrošniški programi, prvi 1975., drugi 1981. in tretji 1986. leta (Kendall, 1994, str. 8). Program iz leta 1975 je predstavil številne zakonodajne predloge, povezane s pravicami potrošnikov. Predlogi pa so naleteli na odpor s strani držav članic, saj so bili prepričani, da bodo vodili v znižanje obstoječih nacionalnih standardov, hkrati pa so imeli težave z dosegom soglasja v Svetu ministrov (sedaj Svet Evropske unije). Nesoglasja so bila odpravljena šele s sprejemom Enotnega evropskega akta leta 1987. Kljub temu pa so bili v tem obdobju predlagani ukrepi na področju kozmetike, označevanja živil, prodaje od »vrat do vrat«, zavajajočega oglaševanja, odgovornosti za izdelek ter potrošniških kreditov (Kendall, 1994, str. 8).

Drugi program (1981) je skušal nadaljevati in graditi na delu prejšnjega, vendar so glavne težave ostajale nerešene. V okviru programa se je spodbujal dialog med potrošniki, proizvajalci in distributerji, poudarjen pa je bil tudi pomen razmerja med ceno in kakovostjo v očeh potrošnika. Z razvojem notranjega trga (in napredovanjem programov s tega področja) pa je postajalo vse bolj jasno, da je varstvo potrošnikov temeljnega pomena (Kendall, 1994, str. 8-9). Tretji program (1986) je bil predhodnica Enotnemu evropskemu aktu (1987). Osredotočil se je na področja, kjer se je kazala potreba po usklajevanju znotraj Skupnosti in omogočil sprejemanje zakonodaje po manj težavni poti, kot je bil potrebna do takrat. Poudarjen je bil pomen visokih standardov kakovosti in varnosti (zakonodajni ukrepi s področja varnosti igrač, varnosti materialov, ki so vgrajeni v objekte, osebne zaščitne opreme idr.) (Kendall, 1994, str. 8-9).

Prvi triletni program na področju potrošniške politike je Evropska komisija sprejela za obdobje od leta 1990 do leta 1992. Prednostne naloge programa so bile izbrane glede na njihov doprinos h krepitvi zaupanja potrošnikov, potrebnega za vzpostavitev notranjega trga. Sledili so programi za obdobja 1993-1995, 1996-1998 in 1999-2001, ki so bili prav tako usmerjeni h graditvi zaupanja potrošnikov, osredotočeni na področja, ki so ključna za krepitev zaupanja potrošnikov v notranji trg (obveščanje, dostop do pravnega varstva ter zdravje in varnost potrošnikov). Leta 1999 je bil sprejet tudi splošni okvir za dejavnosti Skupnosti v korist potrošnikov za obdobje 1999-2003 (Weatherill, 2005, str. 23).

Leta 2002 je bila sprejeta petletna Evropska strategija politike varstva potrošnikov za obdobje 2002-2006. Strategija je bila rezultat odprtega dialoga posvetovalne narave med državami članicami v okviru Zelene knjige varstva potrošnikov iz leta 2001. Nanašala se je na tri glavne cilje (Trstenjak et al., 2005, str. 28):

- doseganje visoke stopnje varstva potrošnikov,
- učinkovita realizacija pravil, ki varujejo potrošnike,
- prisotnost organizacij za varstvo potrošnikov v politikah EU.

## **2.4 Smernice potrošniške politike danes**

Potrošniška politika izpolnjuje cilje iz 153. in 95. člena Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti (v nadaljevanju PES). 153. člen PES zagotavlja pravico do obveščenosti, pravico do izobraževanja in pravico do zastopanosti. Člen 153 določa (Trstenjak et al., 2005, str. 22):

- Zato da bi podprli interese potrošnikov in zagotovili visoko raven varstva potrošnikov, Skupnost prispeva k varovanju zdravja, varnosti in ekonomskih interesov potrošnikov, pa tudi k spodbujanju njihove pravice do obveščenosti, izobraževanja in samoorganiziranja za zaščito interesov.

- Pri opredeljevanju in izvajanju drugih politik dejavnosti Skupnosti se upoštevajo zahteve varstva potrošnikov.
- Skupnost prispeva k doseganju ciljev iz odstavka 1 z:
  - ukrepi, sprejetimi v skladu s členom v okviru uresničevanja notranjega trga;
  - ukrepi za podporo, dopolnitev in nadzor politike držav članic.
- Svet v skladu s postopkom iz člena 251 in po posvetovanju z Ekonomsko-socialnim odborom sprejme ukrepe iz odstavka 3(b).
- Ukrepi, sprejeti v skladu z odstavkom 4, državam članicam ne preprečujejo ohranjanja ali uvedbe strožjih zaščitnih ukrepov. Takšni ukrepi morajo biti združljivi s to pogodbo. O njih se uradno obvesti Komisijo.

Poleg 153. člena PES je hkrati pravna podlaga za ukrepe, ki se na ravni EU sprejemajo na področju varstva potrošnikov, tudi 95. člen PES, ki zasleduje cilj doseganja delujočega notranjega trga. Potrošniška politika zagotavlja odprtost, pravičnost in preglednost notranjega trga, kar potrošnikom omogoča resnično izbiro, izključuje nepoštene trgovce ter potrošnikom in podjetjem pomaga izkoristiti celoten potencial trga (Evropska komisija: potrošniške zadeve, 2010).

Potrošniška politika je vedno pogostejše na stičišču glavnih izzivov, s katerimi se soočajo državljani, gospodarstvo in družbe. Zaradi izpopolnjevanja maloprodajnih trgov imajo potrošniki vedno večjo vlogo, hkrati pa vedno večjo odgovornost pri urejanju lastnih poslov. Še nikoli ni bilo takšne potrebe po zaupljivih potrošnikih kot gonilni sili gospodarstev (Evropska komisija: potrošniške zadeve, 2010). Tako je marca 2007 Komisija sprejela Strategijo potrošniške politike za obdobje 2007-2013, ki opredeljuje nove izzive, nove prednostne naloge in ukrepe potrošniške politike EU za to obdobje.

#### **2.4.1 Strategija potrošniške politike EU 2007-2013**

Evropska unija se sooča s tremi glavnimi izzivi: rast, delovna mesta ter potreba po ponovnem povezovanju z njenimi državljani, ki so življenjska sila gospodarstva. V odgovor na te izzive je treba potrošnike opremiti s sposobnostmi in orodji, da lahko odigrajo svojo vlogo v sodobnem gospodarstvu, ter organizirati trge, da delajo za potrošnike in jim hkrati zagotoviti učinkovito varstvo pred tveganji, ki jim kot posamezniki ne morejo biti kos (Strategija potrošniške politike EU 2007–2013, 2007).

Pri soočanju z gospodarskimi izzivi in doseganju otipljivih koristi za državljane igra glavno vlogo notranji trg. Toda potrošniško razsežnost tega trga in zlasti maloprodajnih trgov je treba še bolj okrepiti. Nov gospodarski, socialni, okoljski in politični okvir zahteva spremembo

usmeritve politike EU k potrošnikom. V obdobju 2007–2013 bo tako Evropska komisija imela **tri glavne cilje** (Strategija potrošniške politike EU 2007–2013, 2007):

- okrepiti potrošnike EU. Usposobljeni potrošniki potrebujejo pravo izbiro, natančne informacije, preglednost trga in zaupanje, ki izhaja iz učinkovitega varstva in trdnih pravic;
- izboljšati blaginjo potrošnikov EU v smislu cen, izbire, kakovosti, raznovrstnosti, dostopnosti in varnosti. Jedro dobro delujočih trgov je blaginja potrošnikov;
- učinkovito zavarovati potrošnike pred resnimi tveganji in nevarnostmi, ki jim kot posamezniki ne morejo biti kos. Visoka raven varstva pred temi tveganji je za zaupanje potrošnika bistvena.

Do leta 2013 naj bi na ta način Evropska komisija (v nadaljevanju Komisija) dosegla korenito spremembo na notranjem trgu. Potrošniki bodo imeli enako visoko raven zaupanja (v izdelke, trgovce, tehnologije, prodajne metode) na maloprodajnih trgih po vsej EU. Potrošniški trgi bodo konkurenčni, odprti, pregledni in pošteni, izdelki in storitve pa varni. Trgovci, zlasti mala in srednja podjetja, bodo lahko na preprost način tržili in poslovali s potrošniki po vsej EU. Politika EU bo uspešna, če bo državljanom do leta 2013 dokazala, da lahko kupujejo kjerkoli v EU in da so pri tem enako zaščiteni ter če bo vsem maloprodajnim trgovcem dokazala, da lahko trgujejo kjer koli na podlagi enotnih, preprostih predpisov (Strategija potrošniške politike EU 2007–2013, 2007).

Pri doseganju zgoraj omenjenih ciljev bo Komisija upoštevala ustrezne člene PES, ki so razvidni v operativnih ciljih novega finančnega programa potrošnikov za obdobje 2007-2013 (Strategija potrošniške politike EU 2007–2013, 2007):

- zagotoviti visoko raven varstva potrošnikov z enostavnim pravnim okvirom, izboljšanimi dokazi, boljšim posvetovanjem in boljšim zastopanjem interesov potrošnikov;
- zagotoviti učinkovito uporabo predpisov, predvsem s sodelovanjem, informacijami, izobraževanjem in pravnimi sredstvi.

Kljub omejenim finančnim sredstvom za potrošniško politiko program ponuja vrsto različnih instrumentov za podporo prednostnih nalog, zlasti na področju izvrševanja zakonodaje, obveščanja in izobraževanja.

Za doseganje zgoraj navedenih ciljev se bo potrošniška politika osredotočila na naslednje **prednostne naloge** in ukrepe (Strategija potrošniške politike EU 2007–2013, 2007):

- boljše spremljanje potrošniških trgov in nacionalnih potrošniških politik; razvoj orodij in kazalnikov spremljanja za ocenjevanje delovanja trga z vidika potrošnika; boljše razumevanje vedenja potrošnikov; razvoj orodij za spremljanje trgov v smislu osnovnih rezultatov (varnost, zadovoljstvo, cena, pritožbe ipd.); tesnejše sodelovanje med



oblikovalci in izvajalci politik na področju varstva potrošnikov; izvajanje primerjalnih analiz in usklajeno zbiranje statističnih podatkov;

- boljša pravna ureditev na področju varstva potrošnikov; spodbujanje usklajevanja na visoki ravni (razprava o možnosti popolne uskladitve predpisov in ne več po načelu minimalnega usklajevanja); pregled potrošniškega reda Skupnosti o varstvu potrošnikov, pregled direktiv, predlogi novih direktiv in poročanje o obstoječih; podpiranje potrošniških organizacij EU in svetovanje nacionalnim potrošniškim organizacijam z Evropsko posvetovalno skupino za potrošnike (v nadaljevanju ECCG);
- boljše izvrševanje zakonodaje in pravnih sredstev; prejšnja strategija je imela velik poudarek na izvrševanju zakonodaje, tako bo tudi v prihodnje. Ukrepi bodo osredotočeni na izvajanje že začelih pobud, zapolnjevanje vrzeli ter zagotavljanje usklajevanja. S pomočjo raziskav in drugih orodij pa bo Komisija spremljala učinkovitost nacionalnih režimov za izvrševanje zakonodaje;
- bolje poučeni in obveščeni potrošniki; naloga pokriva mrežo Evropskih potrošniških centrov (v nadaljevanju ECC-Net), informacijske kampanje, razvoj portala potrošnikov in internetno izmenjavo najboljših praks med potrošniškimi oddajami, razvoj modulov izobraževanja odraslih itd.;
- postavljanje potrošnikov v ospredje drugih politik in področij pravne ureditve EU; na potrošnike neposredno vplivajo številne politike EU (notranji trg, podjetništvo, okolje, finančne storitve, transport, konkurenčnost, energija, trgovina). Napredek je bil dosežen, v prihodnje pa bo treba graditi na dosedanjih dosežkih za bolj sistematično integracijo interesov potrošnikov;
- boljše varstvo potrošnikov Evropske unije na mednarodnih trgih; organi za urejanje in izvajanje politik po celem svetu imajo skupni interes za sodelovanje pri odkrivanju nevarnih proizvodov, tveganj in pri izvajanju ocen tveganj. Komisija bo okrepila sodelovanje z ameriškimi in kitajskimi organi na podlagi obstoječih sporazumov ter si prizadevala za nove sporazume.

#### **2.4.2 Poročilo o izvajanju strategije**

V mesecu marcu 2011 je bilo na straneh Evropske komisije objavljeno poročilo o izvajanju strategije, pripravljeno po preteku polovice obdobja izvajanja, kjer najdemo glavne ugotovitve o dosedanjem delu ter priporočila glede nadaljnjih ukrepov. Poročilo ugotavlja, da se povečuje uspešnost vključevanja interesov potrošnikov v druge politike, povečuje se tudi uspešnost zbiranja podatkov (pregled trga, poglobljene študije) ter sodelovanje med organi za nadzor trga (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

Usposabljanje nacionalnih potrošniških organizacij se je izkazalo za učinkovito, ne zgolj z vidika poučevanja glede evropskih politik, ampak tudi kot forum za izmenjavo idej in znanja. Povečalo se je število potrošnikov, ki se poslužujejo Evropskih potrošniških centrov za pomoč pri reševanju čezmejnih sporov, ne glede na to pa je treba prepoznavnost omenjenih centrov izboljšati (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

Delo se nadaljuje v smeri izboljšanja dostopa do pravnega varstva (alternativnih mehanizmov reševanja sporov) in reševanja čezmejnih sporov. Nadaljevati je treba v smeri izvajanja poglobljenih raziskav, posebej na področju finančnih storitev in čezmejnih nakupov prek spleta, ter se osredotočiti na vedenjske vzorce potrošnikov in ne le na zbiranje dokazov o problemih (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011). Graditi je treba na odnosih z drugimi generalnimi direktorati in ostalimi interesnimi skupinami, da bi povečali stroškovno učinkovitost ukrepov. Izboljšati je treba poročanje o učinkovitosti posameznih ukrepov – kot rešitev so tu predlagana krajša letna poročila o integraciji različnih dejavnosti in letnega napredka (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

## **2.5 Organizacije potrošnikov**

Pernek (1992, str. 246) opredeljuje glavne razlike med organizacijami za varstvo potrošnikov: razlikujejo se po tem, ali je težišče njihovega dela preventivno delovanje ali uveljavljanje pravic potrošnikov. Prva združenja so npr. organizacije, ki se borijo proti porabi izdelkov, škodljivih za potrošnike (npr. tobak), druge organizacije (številčnejše in pomembnejše) pa se borijo za pravice in interese potrošnikov, jih informirajo o izdelkih, zastopajo njihove interese, pri potrošnikih zbujejo zavest o njihovih interesih ipd.

Povezovanje gospodarstev v celote (večje ali manjše), v okviru svetovnega trga je že pred desetletji ustvarilo potrebo po varstvu potrošnikov zunaj državnih okvirov. Tako so nastale (in bodo nastajale tudi v prihodnje) številne mednarodne organizacije, ki skrbijo za delno ali celovito varstvo potrošnikov in takšen del tega je tudi EU (Pernek, 1992, str. 247).

### **2.5.1 Pomembne institucije in organizacije**

Na evropskem nivoju so potrošniška vprašanja obravnavana v okviru različnih institucij/organov. Evropska komisija, katere naloge obsegajo pripravo zakonodajnih aktov (o katerih odločata Evropski parlament in Svet Evropske unije), skrb za izvajanje zakonodaje, oblikovanje skupnih politik idr., ima v svoji sestavi več uradov in služb. Vprašanja, ki zadevajo potrošnika, so obravnavana v okviru Generalnega direktorata za zdravje in varstvo potrošnikov (Evropska komisija: potrošniške zadeve, 2010).

Na tem področju pa je dejaven tudi Evropski parlament, v okviru katerega sta pristojna dva odbora: Odbor za notranji trg in varstvo potrošnikov ter Odbor za okolje, javno zdravje in varnost hrane (Evropski parlament, 2011).

Ustrezno vključevanje potrošniških organizacij v politike EU pa je ključni element za doseganje boljše in bolj učinkovite ureditve zaščite potrošnikov. Oblikovanje potrošniških politik zahteva sodelovanje vseh zainteresiranih strani. Evropska komisija si tako želi sodelovanja potrošnikov in potrošniških skupin pri oblikovanju nadaljnjega razvoja EU potrošniških politik (Evropska komisija: potrošniške zadeve, 2010).

Evropske potrošniške organizacije so združenja nacionalnih potrošniških organizacij iz EU, ki skušajo vplivati na razvoj politik EU ter zastopajo in ščitijo interese vseh evropskih potrošnikov. Spodaj so naštet nekatere najpomembnejše:

- Evropski biro združenj potrošnikov – Bureau Européen des Unions des Consommateurs, v nadaljevanju BEUC, je bil ustanovljen leta 1962 na pobudo potrošniških organizacij iz Belgije, Luksemburga, Francije, Nizozemske, Italije in Nemčije v obliki povezovalnega komiteja organizacij potrošnikov. Združuje 44 neodvisnih nacionalnih potrošniških organizacij iz 33. držav. BEUC deluje v Bruslju kot krovna organizacija potrošniških združenj, njegova glavna naloga pa je zastopati svoje člane in zagovarjati interese vseh evropskih potrošnikov na ravni skupnosti (BEUC, 2011).
- Evropska zveza za usklajevanje zastopstva potrošnikov v standardizaciji - European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardisation, v nadaljevanju ANEC. Zveza, ustanovljena leta 1995, si prizadeva povečati vpliv potrošnikov v postopku standardizacije, tehničnih pravilih in smernicah, ki zagotavljajo, da so izdelki, materiali in storitve, primerni in varni. Predstavlja in zagovarja interese evropskih potrošnikov v procesu standardizacije in certificiranja tudi na področju politike in zakonodaje, povezane s standardizacijo (ANEC, 2011).
- Evropska skupnost potrošniških zadrug - European Community of Consumer Cooperatives - je bila ustanovljena leta 1970 na generalnem zboru EGS z namenom zagotavljanja uradnega zastopanja državnih organizacij konzumnih zadrug pri organih Skupnosti (Pernek, 1992, str. 253). Organizacija zastopa interese potrošnikov na evropski ravni v svetovalnih odborih, ki jih je ustanovila Evropska komisija.
- Zveza družinskih organizacij - Confederation of Family Organizations in the European Union, v nadaljevanju COFACE, je bila ustanovljena leta 1958. K organizacijam članicam spadajo čiste družinske organizacije in združbe, ki zastopajo posebne interese, kot npr. organizacije žensk (trenutno več kot 50 organizacij iz 20. držav članic) (COFACE, 2011).

V to poglavje bi uvrstila še mrežo Evropskih potrošniških centrov (ECC-Net), ki jo je ustanovila Evropska komisija. V mreži delujejo centri iz 27. držav članic ter Islandije in Norveške. Centri objavljajo različne raziskave, nudijo informacije, nasvete in pomoč pri pravicah ob nakupu blaga ali storitev v drugi državi članici EU. Letno obravnavajo prek

60.000 primerov ter tako potrošnikom pomagajo pri čezmejnih nakupih. Storitve centrov so za potrošnike brezplačne (Evropska komisija: potrošniške zadeve, 2010).

## **2.6 Deset temeljnih načel varstva potrošnikov v EU**

Evropska komisija (Varstvo potrošnikov v EU: deset temeljnih načel, 2005) opredeljuje temeljna načela varstva potrošnikov, ki so predstavljena v nadaljevanju.

- Kupite, kar želite, kjer želite: zakonodaja EU nam daje pravico do »nakupovanja do onemoglosti«, ne da bi nas pri tem skrbelo, ali bomo ob vrnitvi domov morali plačati carino ali dodatni DDV.
- Če ne deluje, pošljite nazaj: po EU zakonodaji lahko kupljen izdelek, ki ni v skladu z dogovorom, ki smo ga ob nakupu sklenili s prodajalcem, odnesemo nazaj in zahtevamo popravilo ali zamenjavo.
- Visoki varnostni standardi za živila in izdelke široke porabe: EU ima zakonodajo, ki pomaga zagotavljati, da so izdelki, ki jih kupite, varni. Države unije imajo ene najvišjih varnostnih standardov na svetu.
- Vedite, kaj jeste: zakonodaja določa, da morajo biti na etiketi podane vse podrobnosti o sestavinah, morebitnih barvilih, konzervansih, sladilih idr. Določa tudi uporabo oznake »ekološki«.
- Pogodbe morajo biti poštene do potrošnikov: EU zakonodaja prepoveduje nepoštene pogodbene pogoje (drobni tisk ipd.); ne glede na to, v kateri državi EU podpišemo tako pogodbo, nas zakonodaja EU varuje pred tovrstnimi zlorabami.
- Včasih si potrošniki lahko premislijo: zakonodaja EU nas varuje pri prodaji na domu, pri naročanju po pošti, spletni ali telefonski prodaji ter drugih »prodajah na daljavo«. Pogodbo za tako kupljen izdelek/storitev lahko brez navedbe razlogov prekličemo v sedmih delovnih dneh (pri nekaterih izjemah tudi v 14. koledarskih dneh).
- Lažja primerjava cen: cena mora biti navedena na enoto izdelka. Prav tako zakonodaja EU zahteva od družb, ki nudijo finančne storitve, da določene informacije sporočijo na standardiziran način.
- Potrošnikov se ne sme zavajati: oglaševanje, katerega namen je zavajanje ali prevara potrošnikov, je po zakonodaji EU prepovedano.
- Varstvo med počitnicami: zakonodaja EU dovoljuje preklic rezervacije, če skuša organizator potovanja zvišati ceno ali spremeniti počitniški kraj brez naše privolitve.

Organizatorji morajo nuditi odškodnino, če počitnice ne ustrezajo obljubam v katalogu, prav tako morajo poskrbeti za prevoz domov, če gredo v stečaj v času, ko smo na počitnicah.

- Učinkovita odškodnina pri čezmejnih sporih: eno od osnovnih načel evropske potrošniške politike je priznavanje potrošnika kot bistvenega, odgovornega ekonomskega subjekta na notranjem trgu. Potrošnikom je treba omogočiti poznavanje vseh okoliščin o blagu in storitvah, ki jih kupujejo. Cilj notranjega trga EU ni le v tem, da koristi podjetjem, temveč tudi, da potrošnikom nudi večjo izbiro in več za isti denar. To pomeni, da si morajo potrošniki upati poiskati najboljše kupčije kjer koli v Evropi. Evropska mreža potrošniških centrov pa spodbuja zaupanje potrošnikov tako, da jim svetuje o pravicah, ki jih imajo kot potrošniki v EU, jim pomaga reševati spore, svetuje o pravicah, ko nakupujejo prek meja, ter pomaga poiskati pravno varstvo, če so v sporu s trgovcem v drugi državi.

Omenjena načela predstavljajo najnižjo raven varstva, ki jo morajo v skladu z zakonodajo EU potrošnikom nuditi vse države članice Evropske unije. Natančne pravice potrošnika in način, kako jih lahko uporablja, pa se razlikujejo od države do države glede na to, kako je posamezna država predpise EU prenesla v svojo zakonodajo (Varstvo potrošnikov v EU: deset temeljnih načel, 2005).

### **3 VARSTVO POTROŠNIKOV V SLOVENIJI**

V državah Srednje in Vzhodne Evrope se je koncept politike varstva potrošnikov razvil šele v začetku devetdesetih let z demokratičnimi spremembami in pojavom tržnega gospodarstva, do tedaj pa je na tem področju obstajalo bolj malo izkušenj, iz katerih bi lahko črpali (ReNPVP, 2005). Želja po približevanju Evropski uniji je pospešila njen razvoj, prav tako pa pritisk s strani EU na vlade v regiji, naj pospešijo proces usklajevanja svojih zakonodaj s pravnim redom EU. Nujnost te uskladitve je bila v večini držav ena glavnih gonilnih sil uvajanja novih predpisov na področju varstva potrošnikov in institucionalnih struktur za izvajanje politike varstva potrošnikov (ReNPVP, 2005).

#### **3.1 Razvoj varstva potrošnikov**

Družbene kontrole v obliki institucije »ljudskih inšpektorjev« štujemo pri nas za predhodnico organiziranja potrošnikov. Ti »inšpektorji« so organom oblasti pomagali pri ukrepanju zoper nepravilne oblike distribucije blaga, vendar pri tem niso bili zelo uspešni. Pojem potrošnika je bil prvič omenjen v zvezni Uredbi o trgovanju, trgovinskih podjetjih in trgovinah (Ur. l. SFRJ, št. 37/55) iz leta 1955, na podlagi katere so se oblikovali potrošniški sveti z namenom krepiti družbeni nadzor v trgovini s sodelovanjem potrošnikov. Prvi sveti so začeli delovati leta 1956, ustanavljali so jih občinski ljudski odbori, vendar žal tudi ti niso mogli uspešno razviti svoje dejavnosti, ker ni bilo povsem jasnih smernic glede njihove vloge ter njihove pristojnosti v odnosu do organov delavskega upravljanja v trgovini. S časom so tako izgubljali

na pomenu (Pernek & Škof, 1995, str. 250). Širše družbene akcije za poživitev samoupravne organiziranosti potrošnikov pa so se pričele po letu 1971. Ustavi SFRJ in SR Slovenije, ki sta bili sprejeti leta 1974, sta poudarili novo družbeno vlogo organiziranih potrošnikov ter nujnost povezovanja in usklajevanja njihovih interesov z interesi takratnega združenega dela (Pernek & Škof, 1995, str. 252).

Z ustavnimi amandmaji je bilo leta 1989 končano obdobje samoupravnega dogovarjanja in oblikovanje potrošniških svetov v krajevnih skupnostih ni imelo več pravne podlage. Istega leta je, s konstituiranjem nove vlade Republike Slovenije, Skupščina Republike Slovenije ustanovila poseben skupščinski odbor za varstvo potrošnikov, ki je obravnaval vse zadeve s področja varstva potrošnikov. Zakoni, ki so varovali potrošnika, pa so bili: Zakon o trgovini, Zakon o tržni inšpekciji, Zakon o blagovnem prometu, Zakon o standardizaciji in drugi (Pernek & Škof, 1995, str. 227-230).

Leta 1993 se pri nas začne novo poglavje na področju varstva potrošnikov, saj se naša zakonodaja začne zgledovati po evropski ureditvi. V tem času so bile na evropskem nivoju sprejete številne direktive, ki so služile oblikovanju notranjega trga in varstvu potrošnikov. Novo nastajajoči Zakon o varstvu potrošnikov se je zgledoval po njih in jih poskušal horizontalno prenesti (Knez, 2004, str. 92).

### **3.2 Pravne podlage**

Varstvo potrošnikov ni samo kategorija ekonomske politike za varovanje ekonomskih interesov potrošnikov, ampak gre tudi za zagotavljanje določene ravni varstva pravic, varnosti in zdravja potrošnikov v okviru človekovih pravic. Potrošniške pravice imajo tudi ustavno podlago: ustavna pravica do sodnega varstva (23. člen) in pravica do pritožbe ali drugega pravnega sredstva (25. člen), pravica do zastopanosti oz. združevanja potrošnikov v interesne skupine (42. člen), pravica potrošnikov do zdravega življenjskega okolja (72. člen) (ReNPVP, 2005).

Varstvo potrošnikov pri nas urejajo številni predpisi. Najpomembnejši je Zakon o varstvu potrošnikov, ki je osrednji predpis potrošniške zakonodaje in je z njim v slovenski pravni red prenesenih več direktiv evropske zakonodaje. Ostali predpisi, ki urejajo področje so Zakon o potrošniških kreditih, Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami, Zakon o varstvu kupcev stanovanj in enostanovanjskih stavb, Zakon o splošni varnosti proizvodov, Zakon o spodbujanju razvoja turizma, Pravilnik o proizvodih zavajajočega videza, Pravilnik o označevanju cen blaga in storitev, Pravilnik o blagu, za katere se obvezno izda garancija za brezhibno delovanje, in še nekateri drugi (Janevski, 2009, str. 22).

Zakon o varstvu potrošnikov je bil v postopku šest let. Do sprejema zakona leta 1998 je bilo področje varstva potrošnikov zajeto v številnih predpisih, kar je prinašalo nepreglednost in pomanjkljivo ureditev področja ter nepoznavanje pravic potrošnikov (Drol Novak, 1998, str.

7). S tem zakonom je slovenski pravni red dobil krovni zakon, ki določa temeljne pravice potrošnikov v odnosu do ponudnikov blaga in storitev na trgu.

### **3.2.1 Zakon o varstvu potrošnikov**

Zakon o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2) v prvih členih poudarja svoj namen: zakon ureja pravice potrošnikov pri ponujanju, prodajanju in drugih oblikah trženja blaga in storitev s strani podjetij in določa dolžnosti državnih organov in drugih subjektov, da te pravice zagotavljajo. Zakon morajo spoštovani vsi ponudniki blaga in storitev ne glede na svojo pravno organizacijsko obliko. Jasno so opredeljene definicije potrošnika, podjetja, proizvajalca, uvoznika, finančnih in informacijskih storitev. Ker zakon ureja pogodbeno razmerja, ki so že urejena v drugih predpisih, je zaradi varstva pravic potrošnika vnesena posebna določba, da pravice iz tega zakona ne posegajo v pravice, ki jih ima po splošnih predpisih o obligacijskih razmerjih, kar pomeni, da se potrošnik pri uveljavljanju svojih pravic sklicuje na tisti zakon, ki mu daje močnejše pravno varstvo (Drol Novak, 1998, str. 14).

Členi drugega poglavja obravnavajo odgovornost za izdelek; določajo vrsto škode, za katero odgovarja proizvajalec, kdaj je odgovoren za napako; pogoje za povračilo škode; definirajo izdelek, določajo merilo za presojo kdaj ima ta napako ipd. Izključujejo tudi možnost, da bi proizvajalec svojo odgovornost omejil ali izključil. Tretje poglavje opredeljuje oglaševanje blaga in storitev. Določa, da oglaševanje ne sme biti v nasprotju z zakonom, ne sme biti nedostojno ali zavajajoče ter podaja definicije nedostojnega in zavajajočega oglaševanja; določa tudi, kaj je primerjalno oglaševanje in kdaj je dovoljeno, katere sestavine lahko oglaševanje in oglaševalska sporočila vsebujejo ter ponuja oglaševalcem zakonsko osnovo za svoje združevanje (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2).

Četrto poglavje zakona se nanaša na garancijo za brezhibno delovanje stvari. Opredeljeno je blago, za katerega se izda garancija za brezhibno delovanje, najkrajši garancijski roki, izdaja garancijskih listov ter podatki, ki jih morajo vsebovati, obveznosti proizvajalca, če garancijski list ni bil izdan, povračila škode ipd. Pogodbene pogoje, kaj se zanje šteje, kako zavezujejo potrošnika in kdaj veljajo ter kdaj se štejejo za nepoštene, pa določajo členi petega poglavja (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2).

Najdaljše poglavje zakona je šesto poglavje, ki obravnava prodajo blaga in opravljanje storitev. Prvi del poglavja nalaga podjetjem dolžnost, da pri prodaji oz. opravljanju storitev ne smejo kršiti dobrih poslovnih običajev ter morajo poslovati z vsemi potrošniki pod enakimi pogoji. Določeno je označevanje cen, kdaj se denarne obveznosti potrošnika štejejo za poravnane ter višina zamudnih obresti. Drugi del poglavja določa posebna pravila o lastnostih blaga. Ureja razprodaje, blago z napako, označbe roka uporabnosti blaga, navodila za uporabo, izdajanje računov, embalaže, stvarno napako – kdaj je napaka stvarna, kdaj lahko potrošnik uveljavlja pravice iz naslova stvarne napake idr. Tretji del obravnava predplačilo, četrti pa posebne vrste pogodb (dostava blaga na dom, pogodbe, sklenjene na daljavo,

pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov, pogodbe o dobavi energije in vode). Peti del ureja prodajo na obroke, šesti turistične storitve, sedmi pa časovni zakup stanovanjskih objektov (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2).

Sedmo poglavje zakona ureja področje nosilcev varstva potrošnikov. Določene so pristojnosti in sestava Urada Republike Slovenije za varstvo potrošnikov (v nadaljevanju: Urad), opredeljene so organizacije potrošnikov (katere organizacije se štejejo za take, kako se lahko povezujejo), kdo so izvajalci izobraževanja potrošnikov (vzgojno-izobraževalne institucije, ki lahko sodelujejo z Uradom in organizacijami potrošnikov) ter naloga varuha človekovih pravic na področju varstva pravic potrošnikov. Temu poglavju sledi poglavje o nacionalnem programu varstva potrošnikov, kjer je določeno, da se dejavnosti s področja varstva potrošnikov opravljajo kot javna služba ter katere so te dejavnosti, kdo lahko javno službo opravlja in kaj se določa z nacionalnim programom varstva potrošnikov. Inšpekcijski nadzor in upravni ukrepi pa so opredeljeni v devetem poglavju, kjer je določeno, kateri inšpekcijski organi nadzirajo uresničevanje Zakona o varstvu potrošnikov in izrekajo ukrepe v skladu z zakonom (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2).

Premoženjskopravno varstvo iz naslednjega poglavja določa, kdo lahko vloži tožbo zaradi zavajajočega ali primerjalnega oglaševanja, kdo lahko vloži tožbo, s katero se zahteva ugotovitev neveljavnosti določenih pogodb, ki jih toženec sklepa s potrošniki ter kaj prinašajo ugodilne in zavrnilne sodbe. Poglavje o kazenskih določbah določa primere, v katerih se samostojni podjetnik posameznik, pravna oseba ali njuna odgovorna oseba kaznuje za različne prekrške z globo (določa tudi višino te globe) ter kdaj prekršek zastara. Na koncu so opredeljene še predhodne in končne določbe zakona (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2).

Ker je pravno varstvo ena izmed pomembnih poti, ki zagotavlja doseganje ciljev pri varstvu potrošnikov, je potrebno pravni sistem neprestano prilagajati spremembam in ga dopolnjevati (Pernek & Škof, 1995, str. 230). Zakon o varstvu potrošnikov, kot je bil sprejet leta 1998, je doživel še nekaj sprememb in dopolnitev (najverjetneje jih bo tudi v prihodnje).

Prvi Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o varstvu potrošnikov (ZVPot-A) je bil sprejet leta 2002, sledil je Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o varstvu potrošnikov (ZVPot-B) iz leta 2004, Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o varstvu potrošnikov (ZVPot-C) iz leta 2007 ter zadnja sprememba, iz leta 2009, Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o varstvu potrošnikov (ZVPot-D). Nove različice so prinesle spremembo številnih členov, odpravo nedoslednosti pri prenosu nekaterih direktiv, prenesle so se nove direktive idr.

### **3.3 Slovenija in evropska zakonodaja**

Z vstopom naše države v EU je slovenski trg postal del notranjega trga EU. Za dobro delovanje notranjega trga pa je bilo treba najprej doseči minimalno harmonizacijo zakonodaj



držav članic. V ta namen sta Evropski parlament in Svet sprejela več direktiv. Zanje velja, da ne učinkujejo neposredno, temveč države članice njihove rešitve prenesejo v svoj pravni red. Potrošnik se tako ne more sklicevati neposredno na posamezno direktivo, temveč na nacionalni predpis, s katerim je bila direktiva prenesena v pravni red njegove države (Janevski, 2009, str. 27). Obstajajo sicer tudi redki primeri, po katerih je posameznikom ob določenih pogojih dovoljeno sklicevanje neposredno na določbe direktive. To lahko stori v primeru, da država direktive ni prenesla v predpisanem roku in uporabi tako sklicevanje v obrambi proti državi (Grilc & Ilešič, 2004, str. 116).

Slovenija je delno ali v celoti prenesla v svoj pravni red naslednje direktive Evropskega parlamenta in Sveta:

- Direktiva Sveta 85/374/EGS z dne 25. julija 1985 o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic v zvezi z odgovornostjo za proizvode z napako (UL L št. 210 z dne 7. 8. 1985, str. 29), kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo 1999/34/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. maja 1999 o spremembi Direktive Sveta 85/374/EGS o prilagajanju zakonov in drugih predpisov držav članic v zvezi z odgovornostjo za proizvode z napako (UL L št. 141 z dne 4. 6. 1999, str. 20);
- Direktiva Sveta 85/577/EGS z dne 20. decembra 1985 za varstvo potrošnika v primeru pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov (UL L št. 372 z dne 31. 12. 1985, str. 31);
- Direktiva Sveta 90/314/EGS z dne 13. junija 1990 o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih (UL L št. 158 z dne 23. 6. 1990, str. 59);
- Direktiva Sveta 93/13/EGS z dne 5. aprila 1993 o nedovoljenih pogojih v potrošniških pogodbah (UL L št. 95 z dne 21. 4. 1993, str. 29);
- Direktiva 94/19/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 30. maja 1994 o sistemih zajamčenih vlog (UL L št. 135 z dne 31. 5. 1994, str. 5);
- Direktiva 94/47/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 26. oktobra 1994 o varstvu potrošnikov v zvezi z nekaterimi vidiki pogodb o nakupu pravice do uporabe nepremičnin na podlagi časovnega zakupa (UL L št. 280 z dne 29. 10. 1994, str. 83);
- Direktiva 97/9/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 3. marca 1997 o odškodninskih shemah za vlagatelje (UL L št. 84 z dne 26. 3. 1997, str. 22);
- Direktiva 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. maja 1997 o varstvu potrošnikov glede sklepanja pogodb pri prodaji na daljavo (UL L št. 144 z dne 4. 6. 1997, str. 19), kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo 2007/64/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. novembra 2007 o plačilnih storitvah na notranjem trgu in o spremembah direktiv 97/7/ES, 2002/65/ES, 2005/60/ES in 2006/48/ES ter o razveljavitvi Direktive 97/5/ES (UL L št. 319, z dne 5. 12. 2007, str. 1);

- Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 97/55/ES z dne 6. oktobra 1997 o spremembi Direktive 84/450/EGS o zavajajočem oglaševanju, tako da vključuje primerjalno oglaševanje (UL L št. 290 z dne 23. 10. 1997, str. 18);
- Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 98/6/ES z dne 16. februarja 1998 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov (UL L št. 80 z dne 18. 3. 1998, str. 27);
- Direktiva 98/27/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. maja 1998 o opustitvenih tožbah zaradi varstva interesov potrošnikov (UL L št. 166 z dne 11. 6. 1998, str. 51), kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (UL L št. 149 z dne 11. 6. 2005, str. 22);
- Direktiva 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. maja 1999 o nekaterih vidikih prodaje potrošniškega blaga in z njim povezanih garancij (UL L št. 171 z dne 7. 7. 1999, str. 12);
- Direktiva 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (UL L št. 178 z dne 17. 7. 2000, str. 1);
- Direktiva 2002/65/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. septembra 2002 o trženju finančnih storitev potrošnikom na daljavo in o spremembi Direktive Sveta 90/619/EGS ter direktiv 97/7/ES in 98/27/ES (UL L št. 271 z dne 9. 10. 2002, str. 16), kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo 2007/64/ES;
- Direktiva 2008/48/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. aprila 2008 o potrošniških kreditnih pogodbah in razveljavitvi Direktive Sveta 87/102/EGS (UL L št. 133 z dne 22. 5. 2008, str. 66).

Zgoraj navedene direktive je Slovenija prenesla v svoj pravni red z Zakonom o varstvu potrošnikov (ZVPot), v katerem je zajetih več evropskih direktiv, Zakonom o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami (ZVPNPP), Zakonom o potrošniških kreditih (ZPotK), Zakonom o splošni varnosti proizvodov (ZSVP-1), Zakonom o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT) ter Pravilnikom o označevanju cen blaga in storitev (Janevski, 2009, str. 29-30).

Slovenija je večkrat izkoristila minimalno harmonizacijo in predpisala strožja pravila, kot jih je določala posamezna direktiva. V nekaterih primerih je bilo to narejeno z namenom, da se ohranijo obstoječa pravila, spet v drugih je bila to namerna odločitev, da bi potrošnikom zagotovili višji nivo zaščite. Tu lahko kot primer navedemo že prej omenjeno obvezno

garancijo ter pravila o prodaji potrošniškega blaga, ki se pri nas uporabljajo tudi za potrošniške storitve in ne izključno za blago (kot opredeljeno v Direktivi 1999/44/ES) (EC Consumer Law Compendium: Comparative Analysis, 2008, str. 150-151).

### **3.4 Nacionalni programi varstva potrošnikov**

Leta 2000 je Državni zbor Republike Slovenije na osnovi Zakona o varstvu potrošnikov sprejel prvi Nacionalni program varstva potrošnikov za obdobje 2001-2005, ki je predstavljal prvi politični dokument slovenske države na področju varstva potrošnikov (ReNPVP, 2005). Program je opredelil temeljne politike varstva potrošnikov, njihova načela in cilje, naloge, ki imajo pri uresničevanju te politike prioriteto, opredelil je naloge, ki se opravljajo na podlagi koncesij, okvirni obseg sredstev za izvedbo nalog ter dejavnosti, ki se financirajo/sofinancirajo iz državnega proračuna in opredelil delovanje potrošniških organizacij. Program pa se je osredotočal le na aktivnosti, ki se jih je RS zavezala zagotavljati v okviru nevladnega sektorja, niso pa navedene in finančno ovrednotene aktivnosti, ki naj bi se izvajale v okviru državne uprave in širšega sektorja javne uprave (ReNPVP, 2005). Ne glede na dejstvo, da se je program le delno uresničeval (zaradi velikega razkoraka med prvotno predvidenimi in dejansko dodeljenimi sredstvi v proračunu ter večkratnimi spremembami prioritet), je odigral pomembno vlogo v razvoju varstva potrošnikov pri nas.

Resolucija o nacionalnem programu varstva potrošnikov 2006-2010 predstavlja drugi dokument politike varstva potrošnikov v RS. Resolucija je rezultat tako pozitivnih kot tudi negativnih izkušenj pri izvajanju prvega programa, njen glavni referenčni okvir pa predstavlja Evropska strategija varstva potrošnikov 2002-2006 (ReNPVP, 2005). Resolucija navaja naslednje splošne ter prednostne cilje (ReNPVP, 2005):

#### **Splošni cilji:**

- doseganje visoke ravni varstva potrošnikov, ki predstavlja skupni imenovalec vseh ciljev politike varstva potrošnikov;
- zdravje in varstvo potrošnikov.

#### **Prednostni cilji:**

- integracija varstva potrošnikov v vse politike, ki vplivajo na položaj in interese potrošnikov na trgu;
- popolna institucionalna krepitev in ustrezna organiziranost nosilcev varstva potrošnikov za učinkovito izvajanje nalog na področju varstva potrošnikov;
- učinkovito izvrševanja potrošniške zakonodaje;
- učinkovit tržni nadzor varnosti proizvodov in varstva ekonomskih interesov potrošnikov;
- učinkovite in dostopne javne službe na področju varstva potrošnikov;
- krepitev sodelovanja z nevladnimi organizacijami;
- učinkovito reševanje potrošniških sporov z vzpostavitvijo javne sheme alternativnega reševanja sporov ter vzpostavitve Evropskega potrošniškega centra.

Zakon o varstvu potrošnikov v 61. členu (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2) določa, da Urad RS za varstvo potrošnikov na podlagi nacionalnega programa varstva potrošnikov pripravi letni program varstva potrošnikov. Temeljni strateški dokument na tem področju, na podlagi katerega so bili v tem obdobju oblikovani programi, je prej omenjena Resolucija o nacionalnem programu varstva potrošnikov 2006-2010, v kateri je predvideno, da se njeno uresničevanje določa z dvoletnimi (in ne letnimi) programi dela, ki morajo biti vezani na vsebinsko strukturo ciljev resolucije (Vlada RS, 2011).

Program za obdobje 2006-2007 je, tako kot resolucija, upošteval izrazito horizontalno naravo področja varstva potrošnikov, temeljil je na med-sektorskem in interdisciplinarnem pristopu, določil je ukrepe in naloge za doseg ciljev, zastavljenih z resolucijo, za katere so odgovorna različna ministrstva, inšpekcijske službe in drugi organi, katerih delo je povezano z zagotavljanjem varnosti in zdravja potrošnikov, z varstvom njihovih pravic in interesov, upoštevajoč evropske strateške usmeritve na tem področju (Vlada RS, 2011).

Skrb nosilcev izvajanja Resolucije o nacionalnem programu varstva potrošnikov 2006-2010 se s programom za leti 2007 in 2008 nadaljuje v smeri vključevanja politike varstva potrošnikov v vse politike, ki vplivajo na potrošnika. Široke javne razprave in posvetovanja ter druge oblike sodelovanja naj bi omogočile vključevanje in sodelovanje zainteresirane javnosti pri pripravi predpisov in ukrepov, nosilci izvajanja pa naj bi se trudili uveljaviti načelno usmeritev v poenostavitev zakonodaje, ki ureja to področje (Vlada RS, 2011).

Resolucija se izteče z zadnjim letom njenega izvajanja, tako da je bil za leto 2010 pripravljen enoletni program s podobnimi prednostnimi nalogami kot prejšnja dva. Spodbujala naj bi se trajnostna potrošnja; dvig ravni varstva potrošnikov na stanovanjskem področju, področju prometa, finančnih storitev; krepitev ekonomskih interesov potrošnikov pri infrastrukturnih storitvah, kot so elektronske komunikacije, poštne storitve; oskrba z energijo, plinom; večja varnost proizvodov ter večji nadzor nad varnostjo le-teh; večja učinkovitost javnih služb ter krepitev civilne družbe in reševanje sporov (Vlada RS, 2011).

### **3.5 Nosilci varstva potrošnikov**

Zakon o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2) opredeljuje nosilce varstva potrošnikov, ki so: (i) Urad Republike Slovenije za varstvo potrošnikov, (ii) organizacije potrošnikov, (iii) izvajalci izobraževanja potrošnikov in (iiii) varuh človekovih pravic.

#### **3.5.1 Urad Republike Slovenije za varstvo potrošnikov**

Z ustanovitvijo Urada Republike Slovenije za varstvo potrošnikov (v nadaljevanju Urad) je bila v državni upravi vzpostavljena institucionalna podlaga za varstvo potrošnikov. Leta 1996 je Urad začel delovati kot samostojni organ v sestavi Ministrstva za ekonomske odnose in razvoj, po reorganizaciji uprave leta 2001 pa je Urad postal organ v sestavi Ministrstva za gospodarstvo. Vzrok za njegovo ustanovitev so bile potrebe po institucionalnem prilagajanju

RS na področju varstva potrošnikov med približevanjem EU, saj do takrat še nismo imeli ustreznega organa v državni upravi, ki bi bil primerljiv s strukturami, kakršne so tedanje države članice EU že dolgo pred tem vzpostavile za varstvo potrošnikov (UVP, 2011).

Urad za Ministrstvo za gospodarstvo in Vlado RS pripravlja predloge zakonov, aktov, predpisov in druga gradiva ter zagotavlja strokovno pomoč pri oblikovanju politik na področju varstva potrošnikov. Sodeluje v delovnih in strokovnih skupinah Evropske komisije – Consumer Protection Network, Cross-border Enforcement and Cooperation, Consumer Market Expert Group, Consumer Complaints Expert Group ter pripravlja stališča RS na teh področjih (UVP, 2011).

Urad sodeluje s Tržnim inšpektoratom RS in drugimi nadzornimi organi pri opravljanju inšpekcijskega nadzora nad izvajanjem predpisov s področja varstva potrošnikov; na podlagi Zakona o potrošniških kreditih izdaja dovoljenja za potrošniško kreditiranje ter odločbe na podlagi Pravilnika o načinu in pogojih za vpis potrošniških organizacij v register. Pripravlja mnenja o udeležbi RS v postopkih pred Sodiščem Evropskih skupnosti ter spremlja stanje na področju varstva potrošnikov in pripravlja programe in poročila o izvajanju programa varstva potrošnikov (UVP, 2011).

Naloga Urada je tudi, da pripravlja programe dela in je odgovoren za spremljanje in usklajevanje aktivnosti na področju varstva potrošnikov med različnimi resorji. V okviru javnih služb vsako leto pripravlja in izvaja javne razpise za projekte za osveščanje in izobraževanje potrošnikov ter razvoja in delovanja potrošniških organizacij. Skupaj z Evropsko komisijo zagotavlja sofinanciranje Evropskega potrošniškega centra pri nas (EPC) ter izdajatelju revije VIP (potrošniška organizacija MIPOR) na podlagi sklenjene koncesijske pogodbe izplačuje koncesnino do 50 odstotkov stroškov izdajanja revije.

Urad nadzoruje, usmerja, usklajuje, spremlja in ugotavlja kakovost opravljanja javne službe. Potrošnikom in javnosti zagotavlja splošne informacije o organizaciji in načinu delovanja javne službe ter na enotni vstopni točki sprejema vprašanja in dopise potrošnikov. Na podlagi ZVPot pa je pri Uradu ustanovljen Strokovni svet, ki ga sestavljajo predstavniki (16 članov) zainteresiranih pristojnih upravnih organov, organizacij potrošnikov, podjetniških zbornic in združenj ter strokovnjaki s področja varstva potrošnikov. Svet sodeluje pri pripravi nacionalnega in letnega programa za varstvo potrošnikov, obravnava vprašanja, ki zadevajo strokovno delo Urada, ter direktorju Urada daje mnenja in predloge.

### **3.5.2 Organizacije potrošnikov in Zveza potrošnikov Slovenije (ZPS)**

Na spletnih straneh Urada je na voljo seznam potrošniških organizacij (seznam velja le kot obvestilo, Urad ne jamči, da organizacije dejansko delujejo). Kot take se štejejo organizacije, registrirane kot društva ali zavodi, ali druge organizacije, ki ne opravljajo pridobitne dejavnosti in jih ustanovijo potrošniki zaradi varstva svojih pravic ter so vpisane v register potrošniških organizacij pri Uradu (UVP, 2011):

- Društvo potrošnikov Spodnjega Podravja (Ptuj),
- Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave (Ljubljana),
- Zavod za varstvo potrošnikov (Ljubljana),
- Združenje potrošnikov Pomurja (Murska Sobota),
- Združenje potrošnikov Primorske (Nova Gorica),
- Združenje potrošnikov Zasavja (Zagorje ob Savi),
- Združenje potrošnikov Gorenjske Kranj (Kranj),
- Zveza potrošnikov Slovenije – društvo (Ljubljana),
- Zveza potrošniških združenj Slovenije (Murska Sobota).

**Zveza potrošnikov Slovenije** (v nadaljevanju ZPS) je neodvisna, neprofitna, mednarodno priznana nevladna organizacija, ki od leta 1990 varuje in zastopa interese slovenskih potrošnikov. Poslanstvo ZPS so informirani in osveščeni potrošniki, ki so seznanjeni s svojimi pravicami in jih tudi uveljavljajo, na drugi strani pa potrošnikom naklonjena družba, ki spoštuje in varuje njihove pravice. ZPS sodeluje v številnih mednarodnih projektih in odborih, je članica mednarodne neprofitne organizacije za izvajanje potrošniških testiranj imenovane International Consumer Research and Testing ter evropske in svetovne potrošniške organizacije – BEUC in CI (ZPS, 2011).

ZPS nudi potrošnikom številne uporabne informacije. Objavlja teste kakovosti izdelkov in storitev, ki jih opravljajo v sodelovanju z neodvisnimi strokovnjaki in akreditiranimi laboratoriji, na voljo je svetovanje potrošnikom prek elektronske pošte, telefona in pravne pisarne. ZPS za potrošnike izdaja številne brezplačne brošure in zloženke ter sodeluje z različnimi izobraževalnimi ustanovami. Leta 1991 je ZPS začela izdajati revijo VIP, kjer so na voljo primerjalni testi, raziskave ter številne informacije za nakupne odločitve (ZPS, 2011).

ZPS je v sodelovanju z britansko potrošniško organizacijo Consumer Association ustanovila Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave v Ljubljani. Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave (v nadaljevanju MIPOR) je raziskovalna organizacija, ki se ukvarja s politiko varstva potrošnikov, s primerjalnim ocenjevanjem kakovosti izdelkov in storitev ter z informacijsko dejavnostjo v podporo zastopanju, svetovanju, informiranju in izobraževanju potrošnikov (ZPS, 2011).

### **3.5.3 Izvajalci izobraževanja potrošnikov in varuh človekovih pravic**

Temeljna znanja o varstvu potrošnikov so vključena v programe osnovnega in srednjega šolstva. Vzgojno-izobraževalne institucije sodelujejo z Uradom ter organizacijami potrošnikov pri pripravi programov varstva potrošnikov, pri njihovem izvajanju, pripravi vzgojno-izobraževalnega gradiva in drugih aktivnostih. Zakon (65. člen) pa določa tudi varuha človekovih pravic kot enega izmed nosilcev varstva potrošnikov, ki na tem področju

opravlja svoje naloge v razmerju do državnih organov, organov lokalne samouprave in nosilcev javnih pooblastil (Ur. l. RS, št. 98/2004, UPB2).

### **3.6 Inšpekcijski nadzor in upravni ukrepi**

Zakon o varstvu potrošnikov v svojem 70. členu določa tržni inšpektorat in druge pristojne organe, da v skladu s svojimi pooblastili nadzirajo uresničevanje tega zakona in izrekajo ukrepe v skladu z zakonom. Tržni inšpektorat Republike Slovenije je inšpekcijski organ RS, organizacijsko povezan z Ministrstvom za gospodarstvo kot organ v sestavi ministrstva, ki deluje samostojno in neodvisno ter po pravilih, ki jih določajo Ustava RS, zakoni in podzakonski predpisi in katerega delo poteka na 24 lokacijah po Sloveniji (Tržni inšpektorat RS, 2011). Tržni inšpektorat ima pristojnosti in opravlja inšpekcijski nadzor na dveh področjih: varstvo potrošnikov in varstvo proizvodov.

#### **Varstvo potrošnikov**

S spremembami in dopolnitvami Zakona o varstvu potrošnikov (kot posledica prilagajanja evropskemu pravnemu redu), s sprejetjem Zakona o potrošniških kreditih (ZPotK) leta 2002 ter Zakona o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami (ZVPNPP) leta 2007 se je postopoma širil obseg pristojnosti Tržnega inšpektorata na tem področju. Tako sedaj opravlja nadzor nad spoštovanjem določil naslednjih zakonov in na njihovi podlagi sprejetih predpisov (Tržni inšpektorat RS, 2011):

- Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot),
- Pravilnik o načinu označevanja cen blaga in storitev,
- Pravilnik o blagu, za katerega se izda garancija za brezhibno delovanje,
- Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami (ZVPNPP),
- Zakon o potrošniških kreditih (ZPotK),
- Pravilnik o pogojih, ki jih mora izpolnjevati kreditni posrednik,
- Odredba o obliki in vsebini nalepke, ki izkazuje izpolnjevanje pogojev za potrošniško kreditiranje,
- Povprečne učinkovite obrestne mere potrošniških kreditov bank in hranilnic,
- Pravilnik o poročanju dajalcev kreditov o sklenjenih kreditnih pogodbah in dogovorjeni učinkoviti obrestni meri.

Potrošnikom je treba omogočiti, da lahko svoje pravice uveljavijo v praksi. V ta namen je poleg redne sodne poti vzpostavljen ustrezen sistem, delovanje Tržnega inšpektorata RS, kjer lahko potrošnik hitro in z relativno majhnimi stroški (npr. stroški sodnega izvedenca) doseže rešitev spora s podjetjem (Tržni inšpektorat RS, 2011).

Tržni inšpektorat mora zagotoviti spoštovanje pravic potrošnikov z nadzorom nad poslovanjem podjetij kot tudi z reševanjem potrošniških sporov. Za doseg te naloge ima na

voljo izdajo upravne odločbe, s katero podjetju npr. prepove prodajo ali oglaševanje, ali pa podjetju naloži, da ugotovi potrošnikovemu zahtevku. Od leta 2005 pa ima možnost kot prekrškovni organ zoper podjetje ukrepati tudi z izrekom kazenske sankcije – globe (Tržni inšpektorat RS, 2011).

## **Varstvo proizvodov**

Tržni inšpektorat ima pristojnosti tudi na področju nadzora skladnosti oz. varnosti neživilskih proizvodov in lahko v primeru proizvodov, ki so v neskladju z našo zakonodajo, odredi prepoved dajanja proizvoda na trg, zahteva lahko umik proizvoda iz dobavne verige ali odredi t. i. odpoklic nevarnega proizvoda (Tržni inšpektorat RS, 2011).

## **4 VARSTVO POTROŠNIKOV V ITALIJI**

Zakonodaja s področja varstva potrošnikov se je v Italiji začela razvijati s koncem osemdesetih let. Pred začetkom prenosa potrošniških direktiv v italijanski pravni red so bile z varstvom potrošnikov povezane le nekatere splošne določbe Kazenskega zakonika (ital. *Codice penale*), ki so preprečevale nepoštena ravnanja trgovcev in proizvajalcev, ki so se smatrala kot škodljiva za kupca (vezana npr. na izdelke, ki imajo skrite napake). Z leti so jim sledili različni zakoni ter spremembe posameznih členov Civilnega zakonika (ital. *Codice civile*), s katerimi so bile v pravni red prenesene tudi nekatere evropske direktive (Tutela del consumatore in Italia, 2011).

Ob ostalih pojmih zaradi večje preglednosti besedila v nadaljevanju večkrat uporabljam za italijanski pojem »*decreto legislativo*« prevod »zakonska uredba«. Tako uporabljena besedna zveza je sicer direktni prevod, tako da je potrebno opredeliti, kaj »*decreto legislativo*« pomeni. Gre za akt z zakonodajno močjo, ki ga izda vlada na podlagi predhodnega poziva parlamenta, s katerim so bile vladi dane zakonodajne pristojnosti in pooblastilo, da uredi določeno področje. Tak poziv (dejansko gre pri pozivu za zakon, ital. *legge delega*, in je v parlamentu obravnavan po rednem zakonodajnem postopku) se ponavadi izda v primerih, ko parlament zaradi različnih razlogov določene zadeve ne more obravnavati. Večinoma se to zgodi v primeru t. i. kodeksov (enotnih dokumentov, kjer so zbrani vsi zakoni in predpisi, ki urejajo določeno področje) ter morebitnih spremembah le-teh. ,

Parlament prav tako določi smernice in kriterije, ki jih mora vlada pri tem upoštevati, ter časovni okvir, v katerem mora biti zakonska uredba izdana; tako določa 76. člen Ustave (La Costituzione della Repubblica Italiana, 2011). Čeprav Ustava tega izrecno ne določa, pa je postala ustaljena praksa, da vlada predloži uredbo (pred dokončno odobritvijo) tudi parlamentarnim odborom, pristojnim za določeno področje, ki podajo strokovna mnenja in nasvete.



Če se vrnemo na določbe, ki urejajo pravice potrošnikov, ugotovimo, da so bile od konca osemdesetih razdrobljene med številne zakone (Zakon 52/1996<sup>5</sup>, Zakon 281/1998<sup>6</sup> idr.), zakonske uredbe, npr. uredba št. 185/1999<sup>7</sup> o pogodbah na daljavo, in predpise. Taka razdrobljenost pa je bila prevelika in kazala se je potreba po enotni zakonodaji, ki bi uskladila obstoječe določbe, zlasti tiste, ki so izhajale iz raznih direktiv (Gobbato, 2007, str. 20).

## 4.1 Codice del Consumo

*Codice del Consumo* (v nadaljevanju uporabljam prevod »zakonik«), ki je stopil v veljavo 23. oktobra 2005 (sprejet z zakonsko uredbo št. 206, z dne 6. 9. 2005 in objavljen v italijanskem uradnem listu dne 8. 10. 2005), je zbral, uskladil in poenostavil predpise, ki zadevajo potrošnika kot državljana, ki se zaveda svojih pravic in dolžnosti. Vsebina prejšnjih predpisov se je prenesla (sami predpisi so bili razveljavljeni), spremenila pa se je tam, kjer se je pojavila potreba po usklajevanju oz. po prilagajanju spremenjenim in novonastalim problematikam (Di Martino, 2007).

Lahko bi sicer rekli, da je bilo pri oblikovanju zakonika preveč »zbiranja« prejšnjih zakonov in »kopiranja« teh v enotni dokument, premalo truda pa vloženega v spremembo teh določb, vendar je končni rezultat glede na omejen čas in kompleksnost morebitnih sprememb vseeno pozitivna sprememba predhodnih razmer (Di Martino, 2007).

Zakonik je sestavljen iz šestih delov, obsega pa 146 členov. V prvem delu najdemo splošne opredelitve (namen, temeljne pravice potrošnikov in uporabnikov, definicije idr.). Drugi del obravnava izobraževanje potrošnikov, oglaševanje, označevanje izdelkov, označevanje cen, različne sankcije ter nepošteno poslovne prakse. Tretji del zadeva pogodbene pogoje, potrošniške kredite, pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov, ter paketna potovanja (*Codice del Consumo*, 2011).

Varnost proizvodov, odgovornost proizvajalcev ter garancije so tema četrtega poglavja. Peto poglavje zadeva organizacije potrošnikov ter dostop do pravnega varstva. Zadnje poglavje pa predstavljajo končne določbe zakonika (spremembe členov Civilnega zakonika), spisek predpisov, ki jih ta zakonik nadomesti in so sedaj razveljavljeni, pooblastila regij in provinc ipd.) (*Codice del Consumo*, 2011).

Zakonik tako zajema področja, ki so pri nas razdeljena med različne zakone – Zakon o varstvu potrošnikov, Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami, Zakon o splošni varnosti proizvodov.

---

<sup>5</sup> Legge 6 febbraio 1996, n. 52 (in Suppl. ordinario n. 24, alla Gazzetta Ufficiale n. 34 del 10 febbraio 1996).

<sup>6</sup> Legge 30 luglio 1998, n. 281 (pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 189 del 14 agosto 1998).

<sup>7</sup> Decreto Legislativo 22 maggio 1999, n. 185 (pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 143 del 21 giugno 1999).

## 4.2 Italija in evropska zakonodaja

Kot že omenjeno v prejšnjih odstavkih, so bili v Italiji z namenom prenosa direktiv s področja varstva potrošnikov sprejeti številni predpisi. Njihova neorganiziranost in razdrobljenost je oteževala pregled in izvajanje direktiv ter morebitne spremembe, ki so bile potrebne. Z namenom organizirati in izboljšati preglednost je bil tako sprejet enotni zakonik, ital. *Codice del Consumo*<sup>8</sup>.

Italija je, tako kot Slovenija, v svoj pravni red prenesla direktive, ki zadevajo varstvo potrošnikov, vendar pri prenosu ni vedno upoštevala časovnega roka, ki je bil z direktivo določen ter zato dobila opomin s strani EU in poziv k ureditvi tega področja (EC Consumer Law Compendium: Comparative Analysis, 2008, str. 106). Rok je bil pri nekaterih direktivah prekoračen za nekaj mesecev (Direktiva 98/6/ES), spet pri drugih za dve ali tri leta (Direktiva 94/47/ES in Direktiva 90/314/EGS), ponekod pa celo dlje (Direktiva 98/27/ES, Direktiva 85/577/EGS in Direktiva 97/7/ES). V primerjavi s Slovenijo je Italija le ponekod uvedla strožje predpise v primerjavi s tistimi, določenimi z direktivami in je, kot je zapisano v dokumentu EC Consumer Law Compendium: Comparative Analysis (2008, str. 106), direktive bolj ali manj »kopirala« v svoj pravni red.

## 4.3 Pristojnosti državnih institucij in drugih organizacij

Področje varstva potrošnikov je v Italiji v pristojnosti Ministrstva za gospodarski razvoj (ital. *Ministero dello sviluppo economico*, v nadaljevanju MSE), katerega glavna naloga je zagotavljanje potrošniških pravic na področju trga in konkurence. V okviru ministrstva deluje Državni svet potrošnikov in uporabnikov (ital. *Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti*, v nadaljevanju CNCU), ki je krovna organizacija italijanskih združenj potrošnikov (MSE, 2011). Tu pa so še drugi organi ter številne večje in manjše nevladne organizacije, ki se ukvarjajo z vprašanji potrošnikovega varstva.

### 4.3.1 Državne institucije in organi

Ministrstvo za gospodarski razvoj ima pristojnosti na področju proizvodnih ter ekonomskih dejavnosti na področju energije, naravnih virov, internacionalizacije ter potrošnikov. Ministrstvo skrbi za krepitev sodelovanja med javnimi organi, ki so zadolženi za izvrševanje potrošniške zakonodaje ter skrbi za nemoteno in skladno delovanje notranjega trga (MSE, 2011). Vprašanja potrošniške politike se obravnavajo v okviru Generalnega direktorata za trg, konkurenco, potrošnike, nadzor in tehnične standarde. V okviru Generalnega direktorata pa deluje oddelek, imenovan »*Divisione X - Cooperazione amministrativa e punto di contatto infoconsumatore*«, ki skrbi za nadzor nad izvajanjem potrošniške zakonodaje (MSE, 2011).

---

<sup>8</sup> Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, "Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229" (pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 235 del 8 ottobre 2005 - Supplemento Ordinario n. 162)

Za nadzor pa poleg oddelka skrbijo še drugi organi, kot na primer *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, v nadaljevanju AGCM, ki je odgovorna za nadzor nad izvajanjem predpisov, ki zadevajo nepošteno poslovne prakse in nadzira predvsem trg storitev. Hkrati pa podpira številne pobude s področja varstva potrošnikov, predvsem s sredstvi, ki izhajajo iz sankcij podjetjem zaradi zavajajočega oglaševanja (AGCM, 2011). Za nadzor pa so pristojni še drugi sektorski regulatorji, ki pokrivajo področja zavarovalnic, varovanja osebnih podatkov, telekomunikacij in medijev, energije idr.

Leta 2008 je Ministrstvo ustanovilo urad ital. »*Garante per la sorveglianza dei prezzi*«. Njegova naloga je, da zbira in analizira podatke o cenah izdelkov in storitev, ki jih posredujejo gospodarske zbornice ter te podatke tudi javno objavi na spletu. Na podlagi poročil potrošniških organizacij lahko začne preiskave, sodeluje z davčno upravo, spodbuja dialog med združenji potrošnikov ter poslovnimi subjekti ipd. Spletna stran »*Osservatorio prezzi e tariffe*«, kjer so objavljene analize, se redno posodablja in ponuja pregled nad cenami izdelkov in storitev ter možnost spremljanja njihovih sprememb (Osservatorio prezzi e tariffe, 2011).

Tu gre omeniti še usklajevanje osrednje vlade z regionalnim organi oziroma konferenco ital. »*Conferenza Stato-Regioni*«, katere namen je spodbujanje sodelovanja med dejavnostmi države, regij in avtonomnih pokrajin in v okviru katere se usklajujejo nacionalne in regionalne dejavnosti in politike, tako kot tudi politike Evropske unije (Conferenza Stato-Regioni, 2011). To pa je pomembno predvsem zato, ker se v Italiji tudi na nivoju regij in provinc sprejemajo posamezni zakoni ter delovni programi, ki zadevajo varstvo potrošnikov in ki naj bi bili usklajeni tako z nacionalno kot z EU zakonodajo.

Poleg pravic, ki jih prinašajo potrošnikom, ti zakoni urejajo tudi status regionalnih odborov za varstvo potrošnikov ter drugih organizacij potrošnikov na regionalnem in lokalnem nivoju (Conferenza Stato-Regioni, 2011). Med vsemi italijanskimi regijami le regija Calabria nima posebnega zakona, vse ostale (nekatero jih imajo že več kot 10 let, spet druge so jih sprejele v zadnjih letih) pa so sprejele različne predpise za zaščito pravic potrošnikov, za podporo potrošniškega organiziranja ipd. (CNCU, 2011).

#### **4.3.2 Državni svet potrošnikov in uporabnikov**

Državni svet potrošnikov in uporabnikov je svetovalni organ, ki zastopa združenja potrošnikov in uporabnikov na nacionalni ravni. Ustanovljen je bil z Zakonom 281/1998<sup>9</sup>, ki je bil kasneje združen v zakonik iz leta 2005. Sedež ima na Ministrstvu za gospodarski razvoj, predseduje mu minister oz. njegov pooblaščenec, sestavlja pa ga 18 potrošniških organizacij (priznanih v 137. členu zakonika), ki so zastopane vsaka s svojim predstavnikom (CNCU, 2011).

---

<sup>9</sup> Legge 30 luglio 1998, n. 281 (pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 189 del 14 agosto 1998)

V 136. členu zakonika so določene njegove glavne naloge, ki prispevajo k izboljšanju in krepitvi položaja potrošnika na trgu (Codice del Consumo, 2011). Med naloge spadajo tudi: podajanje mnenj in sodelovanje z vlado pri oblikovanju potrošniških politik, spodbujanje usklajevanja državnih, regionalnih in EU politik s področja varstva potrošnikov, spodbujanje raziskav na temo varstva potrošnikov, sklepanje sporazumov s sektorskimi regulatorji, sklepanje dogovorov z institucijami, podjetji in drugimi organi za razvoj orodij za obveščanje potrošnikov o njihovih pravicah, organizacija usposabljanj in tečajev s tega področja ipd. Hkrati skrbi za izdajo promocijskih materialov, mesečno izdaja publikacijo »*Tuttoconsumatori*« ter letno istoimenski priročnik, kjer so predstavljene aktivnosti vseh organizacij. Sam pa nima neposrednih stikov s potrošniki, ampak je to naloga prej omenjenih združenj potrošnikov (CNCU, 2011).

Državni svet potrošnikov in uporabnikov vsako leto določi glavne problematike, ki naj se obravnavajo prednostno, in v ta namen oblikuje letne delovne programe, s katerimi definira cilje in vprašanja za tekoče obdobje. Razprava o predlogih in rešitvah posameznih vprašanj se odvija enkrat mesečno na plenarnem zasedanju, posamezne delovne skupine pa potem vprašanja temeljito proučijo. Delovne skupine obravnavajo različna področja: cene, liberalizacijo javnih storitev, kmetijsko-živilski sektor, varnost in kakovost proizvodov, okolje, zdravstvo, finančne storitve, odnose z regijami, mednarodne odnose, pravno varstvo, zavarovanja, družbeno odgovornost, potrošništvo (CNCU, 2011).

### **4.3.3 Organizacije potrošnikov**

Leta 1955 se je v Italiji oblikovalo prvo združenje potrošnikov, *Unione Nazionale Consumatori*, ki se je razvilo iz združenja uporabnikov javnih storitev, ki pa je bilo dejavno že nekaj let pred tem. Združenje je delovalo predvsem na področju prehrane in se je že v tistih letih zavzemalo za predpise, ki so urejali prehransko industrijo. Leta 1973 je število članov naraslo že na 50.000, v naslednjem letu pa se je proti združenju začel sodni postopek, ki je prekinil trend rasti članstva in združenje je potrebovalo skoraj osem let, da je ponovno doseglo prejšnje stanje. V začetku sedemdesetih je bilo ustanovljeno združenje *Comitato Difesa Consumatori*, ki je s pomočjo novinarskih preiskav, vloženih kazenskih ovadb in s številnimi drugimi raziskavami doseglo, da je Ministrstvo za zdravje začelo z urejanjem predpisov, ki so se nanašali na označevanje zdravil in navodil za njihovo uporabo (Di Martino, 2007, str. 21-22).

Vseeno pa je bilo obdobje od šestdesetih pa do konca osemdesetih let eno najtežjih za te in druge organizacije, ki so kasneje nastale. Mediji so vsekakor pripomogli in v določeni meri »nadomestili« vlogo organizacij, kjer te niso imele moči. Že leta 1978 je bila na televiziji prva potrošniška oddaja, kjer so izvajali primerjalne teste, kar pa je seveda zmotilo marsikatero podjetje in je bila oddaja (po nekaj letih predvajanja) ukinjena, vendar je bila kasneje ponovno uvrščena na spored (Di Martino, 2007, str. 23). V naslednjih letih so nastale tri velike organizacije potrošnikov, ustanovljene ob podpori treh sindikatov. S stališča sindikatov so te organizacije pomenile širši obseg storitev za člane in so predstavljale neko novo

dejavnost, ki je imela velik potencial za širitev. Prav zaradi podpore sindikatov so imele te organizacije (ADICONSUM, ADOC, Federconsumatori) omogočeno boljšo osnovo za širitev in razvoj, saj so imele na voljo vsa potrebna sredstva. Povezale so se tudi z različnimi tujimi institucijami za pomoč pri izvedbi primerjalnih testov, ki so bili potem objavljeni v njihovih tiskovinah; izvajale so izobraževanja po šolah ipd. (Di Martino, 2007, str. 25-26).

V naslednjih letih so nastale še številne organizacije, nekatere od njih bolj »splošne«, spet druge specializirane (na bančni sektor, zavarovanja, storitve ipd.). Konec osemdesetih let je nastalo tudi združenje imenovano *Consulta Nazionale Consumatori e Utenti*, ki je predstavljalo prvo krovno organizacijo vseh italijanskih potrošniških organizacij. Ker pa je prihajalo do trenj med sindikalnimi potrošniškimi organizacijami in tistimi, ki so bile od njih neodvisne, so kasneje tri zgoraj omenjene sindikalne organizacije iz združenja izstopile, samo združenje pa je po treh letih delovanja razpadlo (Di Martino, 2007, str. 29).

Glavne organizacije potrošnikov, ki so danes prijavljene na Ministrstvu za gospodarski razvoj (MSE, 2011):

- ACU – Associazione consumatori utenti: ustanovljena leta 1984, število članov: 107.703;
- ADICONSUM – Associazione difesa consumatori e ambiente: ustanovljena leta 1987, število članov: 122.000;
- ADOC - Associazione Nazionale per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori: ustanovljena leta 1988, število članov: 70.000;
- ADUSFEB – Associazione Difesa Utenti Servizi Bancari Finanziari Assicurativi Postali: ustanovljena leta 1987, število članov: 35.207;
- Altroconsumo: ustanovljena leta 1973, število članov: 300.000;
- ASSOCONSUM – Associazione per la difesa dei consumatori, degli utenti e dei cittadini nel campo della vita, dei consumi consapevoli, dell' eco-ambiente, del territorio e dell' energia: ustanovljena leta 2002, število članov: 32.150;
- Assoutenti: ustanovljena leta 1972, število članov: 36.000;
- Casa del Consumatore: ustanovljena leta 2000, število članov: ni podatka;
- CTCU - Il Centro Tutela Consumatori Utenti – Bolzano: ustanovljena leta 1993, število članov: 2.195;
- Cittadinanzattiva: civilna iniciativa, ki deluje od leta 1978, število članov: 92.000 članov in 12 združenj bolnikov;
- CODACONS – Coordinamento delle associazioni per la difesa ambientale e dei diritti degli utenti e consumatori: ustanovljena leta 1986, število članov: 30.082;
- CODICI- Centro per i diritti del cittadino: ustanovljena leta 1993, število članov: 33.320;
- CONFCONSUMATORI – Confederazione generale dei consumatori: ustanovljena leta 1976, število članov: 28.721;

- FEDERCONSUMATORI – Federazione Nazionale Consumatori e Utenti: ustanovljena leta: 1988, število članov: 59.696;
- Lega Consumatori: ustanovljena leta 1971, število članov: 43.100;
- MC - Movimento Consumatori: ustanovljena leta 1985, število članov: 41.147;
- MDC – Movimento difesa del Cittadino: ustanovljena leta 1987, število članov: 32.239;
- Unione Nazionale Consumatori: ustanovljena leta 1955, število članov: 45.644.

Vsaka izmed zgoraj navedenih organizacij ima številne podružnice po celi Italiji. Posamezne organizacije so tudi članice mednarodnih organizacij, kot sta na primer BEUC in Consumer International. Vsem je skupni cilj varstvo potrošnikovih pravic, vendar se razlikujejo po področjih delovanja, saj so usmerjene na različna področja: varovanje pravic na področju omrežnih storitev, zavarovanj, telefonskih storitev, turizma, varnosti v prometu idr. (CNCU, 2011). Financirajo se iz podobnih virov: članarine, donacije, sredstva za dejavnosti, ki jih opravljajo za/v sodelovanju z različnimi institucijami, prispevki s strani države, regionalnih ter lokalnih oblasti, prispevki mednarodnih organizacij. Vse pa tudi izjavljajo, da delujejo neodvisno od podjetij, strank, vlade ter sindikatov (tudi prej omenjene tri organizacije, ustanovljene ob podpori sindikatov) (CNCU, 2011).

#### **4.4 Alternativno reševanje potrošniških sporov in razredna tožba**

Italija ima vzpostavljene mehanizme alternativnega reševanja potrošniških sporov, ki pa večinoma obravnavajo spore med potrošniki in bankami/drugimi finančnimi posredniki. Prvi je »*Arbitro Bancario Finanziario*«, v nadaljevanju ABF, ki je sistem za reševanje sporov v povezavi s transakcijami ter bančnimi in finančnimi storitvami, financira pa ga Banka Italije. Je izvensodni sistem, ki ponuja enostaven, hiter in cenejši način reševanja sporov v primerjavi z dolgimi (in dražjimi) sodnimi postopki (zanj je treba odšteti 20 evrov). Neodvisno in nepristransko (v nekaj mesecih) odloči, kdo ima prav in kdo ne. Ne smemo pa ga zamenjati npr. s spravo ali arbitražo (ne glede na ime); odločitve niso zavezujoče, v tem primeru pa se vsa neupoštevanja odločitev javno objavijo. Tak način reševanja sporov se lahko uporabi samo v primeru, da je potrošnik že sam poskušal urediti zadeve (pri banki vložil pritožbo), če pa stranka ni zadovoljna z odločitvijo, se lahko še vedno obrne na sodišče (ABF, 2011). Med 15. oktobrom 2009 in 31. marcem 2010 je bilo na ta način obravnavanih približno 1.050 primerov (Consumer scene by country: Italy, str. 13, 2010).

Bančni Ombudsman (ital. *Ombudsman Bancario*) je organ, ki deluje od maja 1993, njegova naloga pa je posredovanje pri sporih z bankami. Potrošniki se na bančnega ombudsmana obrnejo šele potem, ko so spor sami poskušali rešiti z banko ter vložili pritožbo. Obravnavni so lahko spori, kjer znesek ne presega 100.000 evrov, odločitev je znana v 90. dneh (obdobje se lahko sicer podaljša, če je potrebno zbrati dodatno dokumentacijo), za potrošnika pa je postopek brezplačen (Ombudsman Bancario, 2011). Drugi mehanizmi alternativnega reševanja sporov pa so na voljo tudi pri rimski in milanski gospodarski zbornici.

*Codice del Consumo* v členu 140bis opredeljuje tudi t. i. razredno tožbo, angl. »*class action*« in ital. »*azione di classe*« (*Codice del consumo*, 2011). Razredne tožbe so bile prvič umeščene v italijanski pravni red leta 2007. Z menjavo vlade so leta 2008 izvajanje zakona »ustavili«, nove različice pa so bile v obravnavi vse do leta 2010. Tako je razredna tožba od 1. decembra 2010 ponovno omogočena, vendar le zoper kazniva dejanja, storjena po 16. septembru 2009. Tožbo lahko vloži potrošnik/uporabnik tudi prek organizacij potrošnikov, ki jih je k temu pooblastil ali katerih član je. Potrošniki, ki so se znašli v istem položaju kot pobudniki tožbe, se tej lahko kasneje pridružijo, ne da bi za to potrebovali odvetnika (*Codice del consumo*, 2011). V okviru prve obravnave sodišče potrdi/zavrne upravičenost zahtevka. Večina do sedaj vloženih tožb je bila proti bankam, trenutno pa omenjena organizacija na svoji spletni strani poziva prebivalce določenih predelov Italije, naj se pridružijo novemu ukrepu – vsebnost arzena v pitni vodi je namreč v omenjenih predelih previsoka. Pozivajo k oddaji prijave, pošiljanju dokumentacije ter navajajo, da si prizadevajo doseči odškodnino v višini 600 evrov na družino (*Codacons*, 2011).

## **5 MNENJA PREDSTAVNIKOV POTROŠNIŠKIH ORGANIZACIJ**

V diplomskem delu se nisem želela opirati le na razpoložljivo literaturo in vire, ampak sem želela vključiti tudi vidik nekoga, ki aktivno deluje na področju varstva potrošnikov. Moj prvotni namen je bil v nalogo vključiti dva intervjuja, ki sem ju nameravala opraviti s predstavnikoma potrošniških (državnih ali nevladnih) organizacij v Sloveniji in v Italiji. Pri nas sem stopila v stik z Zvezo potrošnikov Slovenije, na italijanski strani pa žal ni bilo odziva.

V nadaljevanju povzemam vsebino telefonskega pogovora z gospo Bredo Kutin, predsednico Zveze potrošnikov Slovenije. Analizo stanja na področju varstva potrošnikov v Italiji pa povzemam po poročilu izvajanja aktualne evropske strategije za varstvo potrošnikov, kjer je bila Italija, poleg Švedske, Poljske in Velike Britanije, udeležena v podrobnejši študiji primera.

### **5.1 Slovenija**

V mesecu aprilu (20. aprila 2011, ob 15.00) sem imela krajši telefonski pogovor z Bredo Kutin, predsednico Zveze potrošnikov Slovenije. Kutinova je poleg aktivnega dela pri nas dejavna tudi na evropskem nivoju, tako sem lahko dobila odgovore na različna vprašanja. Ker sem v medijih večkrat zasledila omembo, da je naša zakonodaja s področja varstva potrošnikov (v primerjavi z ostalimi članicami EU) zelo dobra, me je najprej zanimalo, kaj meni glede tega. Povedala mi je, da je Zveza potrošnikov odigrala veliko vlogo pri usklajevanju naše zakonodaja z evropsko, še zlasti pri tem, da se evropske direktive niso samo »prepisovale«, ampak da se je naredil pregled nad tem, kar smo že imeli, kar je bilo dobro in je bilo smotrno ohraniti. Tako je naša zakonodaja ponekod »strožja« v primerjavi z evropskimi priporočili (institut obvezne garancije; strožji predpisi pri zakonu o potrošniških kreditih ipd.).

Bolj kot zakonodaja »na papirju« pa jo skrbi njeno dejansko izvajanje. Poudarila je tudi, da so velik problem našega pravnega sistema izvensodni mehanizmi za reševanje potrošniških sporov, saj jih nimamo. Kar imamo, je Poravnalni svet pri Združenju bank, ki pa ni v skladu s priporočili EU (sestava, kako se vodijo postopki ipd.). Zakon o alternativnem reševanju potrošniških sporov je bil skoraj dokončan, uskladiti je bilo treba še en del, vendar trenutno zadeva stoji, ne vedo pa, kdaj lahko pričakujemo napredek v tej smeri.

Trenutna situacija glede Urada za varstvo potrošnikov jim prav tako otežuje delo. Urad naj bi bil v postopku ukinjanja, informacij glede tega, kako ta postopek poteka, ni imela. Nejasnosti so glede tega, kdo bo prevzel naloge Urada, hkrati pa smo v Sloveniji trenutno brez temeljnih strateških dokumentov s področja varstva potrošnikov. Zadnji petletni nacionalni program se je iztekel z letom 2010, potrebovali bi novega (ki bi sledil aktualni evropski strategiji), ampak se zaradi prej omenjenih težav pri Uradu stvari ne premaknejo. S tem, ko ni programov, pa ni niti razpisov in zato so ostali brez dela finančnih sredstev, ki jih potrebujejo za delovanje.

Glede varstva potrošnikov na nivoju EU pa me je zanimalo, če se pred sprejetjem novih predpisov vedno opravijo analize (ocene učinkov) ter ali to ponovimo tudi pri nas. Povedala mi je, da se na evropskem nivoju sicer delajo raziskave, vendar pa je poudarila tudi moč lobistov in njihov velik vpliv. V Sloveniji pa takih raziskav pred prenosom direktive sploh ne izvedemo.

Omenila je še pomen potrošniških organizacij pri informiranju potrošnikov, da jim s tem pomagajo pri izbiri. Niti ona pa ne ve, ali preostale potrošniške organizacije, ki so prijavljene pri Uradu, sploh delujejo. Povedala je, da žal sodelovanje z Uradom do sedaj ni bilo dobro, vsi postopki so bili vedno zelo počasni, sedaj pa je še toliko več nejasnosti in trenutno nima nihče odgovora, kdaj je pričakovati izboljšanje.

## **5.2 Italija**

V okviru poročila o izvajanju Strategije potrošniške politike EU 2007-2013, ki je bilo pripravljeno po preteku polovice obdobja izvajanja strategije, je bila Italija ena izmed držav, kjer so podrobneje analizirali stanje na področju varstva potrošnikov. Poročilo sta za Generalni direktorat za zdravje in varstvo potrošnikov pripravili neodvisni svetovalni podjetji Risk & Policy Analysts Limited in NERA Rome, ki sta v Italiji opravili več sestankov (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011). Po sestanku z ministrom za gospodarski razvoj so se v raziskavo vključili še drugi uradniki, ki so pomagali pri študiji ter pri organizaciji srečanj z drugimi zainteresiranimi stranmi, predvsem potrošniškimi organizacijami (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011). V nadaljevanju povzemam bistvene ugotovitve teh srečanj.

Vloga in odgovornosti potrošniških organizacij so se v Italiji v zadnjih desetih letih močno povečale kljub pomanjkanju finančne podpore s strani osrednje vlade. Nekatere regije



potrošniškim organizacijam sicer nudijo finančno podporo, v osnovi pa so organizacije avtonomne pri načinu zbiranja sredstev iz članarin in prostovoljnega dela, dopolnjujejo pa jih z nepovratnimi sredstvi za projekte, ki pridejo s strani države ali Evropske komisije. Zaradi relativno enostavnega dostopa do medijev so potrošniške organizacije uspele dvigniti nivo osveščenosti o potrošniških pravicah in nenehno opozarjajo na potrošniška vprašanja (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

Italijanski pristojni organi sledijo srednje- in dolgoročnim ciljem Strategije potrošniške politike EU 2007-2013. Leta 2009 je bilo z zakonom<sup>10</sup> odločeno, da bodo potrošniška vprašanja vključena v letni zakon za trg in konkurenco, katerega cilj je odprava morebitnih pravnih, regulatornih in upravnih ovir za liberalizacijo trgov, s tem se spodbujata konkurenca in varovanje potrošnikov. Potrošniške organizacije in ostali organi se strinjajo, da so evropske politike in strategije veliko pripomogle k razvoju kulture varstva potrošnikov in osveščenosti. Pri primerjavi učinkov in koristi aktualne strategije pa je opaziti, da so te v primerjavi s prejšnjimi evropskimi programi manjše, vendar se vsi strinjajo, da je imela na to velik vpliv gospodarska kriza leta 2008 (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

Tudi sicer potrošniška politika pridobiva na pomenu, predvsem zaradi trajnih vprašanj na trgih kot so telekomunikacije, promet in finančne storitve. Prav v teh sektorjih regulatorji spodbujajo večjo preglednost pri pogodbah, cenah in kakovosti storitev, da bi potrošnikom omogočili boljšo izbiro. Potrošniške organizacije so mnenja, da izboljšana preglednost sicer koristi, vendar to še ni dovolj, da bi potrošnik dosegel najboljšo ponudbo. Asimetrije med potrošniki in podjetji so še posebej opazne pri razlagi tehničnih klavzul v pogodbah, ki potrošnikom ne omogočijo, da bi si ustvarili zanesljivo mnenje o tveganjih in stroških, povezanih z nakupom (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

V Italiji so poleg običajne sodne poti potrošnikom na voljo številni mehanizmi za alternativno reševanje sporov. Zelo izvirna pobuda v primerjavi s prakso EU so dvostranski sporazumi med posameznimi podjetji in potrošniškimi organizacijami, ki so se izkazali za zelo uspešne. Večina največjih ponudnikov javnih storitev je že podpisala tak protokol, katerega cilj je izboljšanje postopka reševanja sporov brez sodelovanja tretje strani. Nova razredna tožba pa je kljub nekaterim kritikam s strani potrošniških organizacij zapolnila vrzel med kolektivni orodji, medtem ko so običajni postopki na sodiščih še vedno dolgotrajni (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

## **6 PRIMERJAVA**

V zgornjih petih poglavjih smo obravnavali ureditev področja varstva potrošnikov na evropskem nivoju ter podrobneje spoznali razvoj in trenutno ureditev področja pri nas in v

---

<sup>10</sup> 47. člen zakona Legge 23 luglio 2009, n. 99, "Disposizioni per lo sviluppo e l'internazionalizzazione delle imprese, nonché in materia di energia" (pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 176 del 31 luglio 2009 - Supplemento ordinario n. 136)

Italiji. Na podlagi zgornjih podatkov lahko primerjamo zakonodajno ureditev, organiziranje ter izvajanje zakonodaje in različne pristojnosti organov v obeh državah.

## **6.1 Evropske smernice in nacionalna zakonodaja**

Želja po članstvu v EU je v Sloveniji pospešila ureditev področja varstva potrošnikov ter usklajevanje zakonodaje s pravnim redom EU. Tako smo v okviru predpristopnih pogajanj morali prenesti številne evropske direktive s področja varstva potrošnikov (ReNPVP, 2005). Pri tem Slovenija ni nižala zakonske zaščite, ohranila je nekatera že obstoječa pravila, pri prenosu direktiv pa večkrat postavila strožja pravila, kot so jih direktive narekovale (EC Consumer Law Compendium: Comparative Analysis, 2008, str. 150-151).

Italija, ki ni bila podvržena pritisku obveznega usklajevanja kot pogoja za članstvo, pa direktiv ni vedno prenesla v časovnem roku, tudi klavzule minimalne harmonizacije velikokrat ni izkoristila in je večkrat ohranila nespremenjeno vsebino direktiv (EC Consumer Law Compendium: Comparative Analysis, 2008, str. 150-106). Prav tako do leta 2005 ni imela enotnega dokumenta (primerljivega z našim ZVPot, sprejetim leta 1998), ki bi urejal pravice potrošnikov. Vsebine direktiv so se v italijanski pravni red prenašale s sprejemanjem številnih zakonov, taka nepreglednost zakonodaje pa je vodila do sprejetja enotnega zakonika, imenovanega ital. *Codice del Consumo* (Gobbato, 2007, str. 20). Zakonik, v primerjavi z Zakonom o varstvu potrošnikov, pa vključuje vsebine, ki se pri nas urejajo z drugimi zakoni, npr. Zakonom o splošni varnosti proizvodov (*Codice del Consumo*, 2011). Tu pa gre omeniti še posebnost, in sicer zakone, ki se v Italiji sprejemajo na nivoju provinc in regij. Zakoni morajo biti usklajeni z nacionalno in EU zakonodajo, poleg ostalih pravic pa urejajo status regionalnih odborov za varstvo potrošnikov ter organizacij na regionalnem/lokalnem nivoju (Conferenza Stato-Regioni, 2011).

Cilji in prioritete strategij potrošniške politike, ki jih oblikuje EU, so se pri nas do sedaj odražali v nacionalnih programih varstva potrošnikov ter posledično letnih/dvoletnih programih dela (Vlada RS, 2011). Evropska strategija 2002-2006 predstavlja referenčni okvir za naš zadnji nacionalni program (2006-2010) (ReNPVP, 2005). Na nivoju EU je trenutna evropska strategija oblikovana za obdobje 2007-2013, pri nas pa še vedno nimamo novih programov, ki bi sledili smernicam omenjene strategije. V Italiji pa se omenjena napotila od leta 2009 prenašajo v letni zakon za trg in konkurenco (poleg letnih delovnih programov potrošniških organizacij) (Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations, 2011).

## **6.2 Državne institucije in potrošniško organiziranje**

Državni organi in uradi, ki imajo pristojnosti na področju varstva potrošnikov, so v obeh državah povezani z gospodarskima ministrstvom. V Italiji se potrošnike politike obravnavajo na Ministrstvu za gospodarski razvoj, in sicer v okviru Generalnega direktorata za trg, konkurenco, potrošnike, nadzor in tehnične standarde (MSE, 2011), pri nas pa na Ministrstvu za gospodarstvo deluje Urad za varstvo potrošnikov. Razlika v primerjavi z Italijo je ta, da na

njihovem ministrstvu deluje še Državni svet potrošnikov in uporabnikov, svetovalni organ, ki je krovna organizacija vseh potrošniških organizacij in vezni člen med njimi in državnimi organi (CNCU, 2011). Ta organ skrbi za dobro sodelovanje med organi ministrstva in potrošniškimi organizacijami, sodelovanje, ki bi ga pri nas bilo potrebno izboljšati (pogovor z go. Kutin).

Začetki potrošniškega organiziranja v Italiji segajo v leto 1955, ko se je oblikovalo prvo združenje potrošnikov. Razvoj se je nadaljeval v sedemdesetih letih z ustanavljanjem novih organizacij, tako da ima Italija danes 18 glavnih potrošniških organizacij. Razumljivo je, da je število primerno večjemu številu prebivalstva, zanimiva pa je ozka specializiranost nekaterih organizacij, saj varujejo pravice potrošnikov na točno določenih področjih (bančni sektor, zavarovanja, energija ipd.) (CNCU, 2011). Potrošniškega organiziranja do začetka devetdesetih let pri nas praktično ni bilo. Z demokratičnimi spremembami in pojavom tržnega gospodarstva se je koncept varstva potrošnikov začel razvijati in takrat je nastala tudi naša glavna in (večinoma edina) aktivna potrošniška organizacija, Zveza potrošnikov Slovenije.

V obeh državah organizacije skrbijo za informiranost in osveščanje potrošnikov, so članice mednarodnih potrošniških organizacij ter skrbijo za izdajo različnih publikacij (ZPS, 2011). Podobno je tudi financiranje teh organizacij, prek članarin, sredstev, ki jih dodeljujejo državne institucije, različnih razpisov, prispevkov mednarodnih organizacij in donacij (CNCU, 2011).

### **6.3 Nadzor in mehanizmi reševanja sporov**

Tržni inšpektorat RS je inšpekcijski organ v sestavi Ministrstva za gospodarstvo, ki ima pristojnosti in opravlja inšpekcijski nadzor na dveh področjih: varstvo potrošnikov in varstvo proizvodov (Tržni inšpektorat RS, 2011). V Italiji podoben nadzor opravlja vrsta različnih organov. Eden izmed njih je oddelek Generalnega direktorata za trg, konkurenco, potrošnike, nadzor in tehnične standarde (MSE, 2011). Tu pa so še različni organi ter sektorski regulatorji, ki nadzirajo izvajanje predpisov, ki zadevajo nepoštene poslovne prakse in druge evropske direktive, pokrivajo področja zavarovalnic, telekomunikacij ipd.

Za reševanje sporov so poleg običajne sodne poti potrošnikom v Italiji na voljo številni mehanizmi za alternativno reševanje potrošniških sporov, vključno z možnostjo razredne tožbe (Codice del Consumo, 2011). Obrnejo se lahko na Bančnega Ombudsmana, ki posreduje pri sporih z bankami; prav tako je pri Banki Italije vzpostavljen izvensodni sistem, ki ponuja hitro rešitev sporov (ABF, 2011). Za uspešne so se izkazali tudi dvostranski sporazumi med posameznimi podjetji in potrošniškimi organizacijami, katerih cilj je izboljšanje postopka reševanja sporov, brez sodelovanja tretje strani. Takih sistemov pri nas žal nimamo. Priprava in obravnava Zakona o alternativnem reševanju potrošniških sporov je obstala; pri Združenju bank imamo Poravnalni svet, ki pa po mnenju Zveze potrošnikov ni v skladu s priporočili EU. Zagotovo je to področje, ki ga bo prej ali slej potrebno urediti.

## SKLEP

Potrošniška vprašanja so se na evropskem nivoju začela resneje obravnavati konec osemdesetih let z oblikovanjem programov dela ter postopnim sprejemanjem direktiv s področja varstva potrošnikov. Tako Slovenija kot Italija sta direktive prenesli v svoj pravni red in so sedaj vključene v aktualno zakonodajo, ki varuje potrošnika. Po več dopolnitvah ostaja pri nas osrednji predpis potrošniške zakonodaje Zakon o varstvu potrošnikov, sprejet leta 1998. Italija pa je šele z letom 2005 dobila enotni dokument, zakonik, imenovan *Codice del Consumo*, ki je združil in uskladal razdrobljene zakone in predpise, ki so urejali pravice potrošnikov. Z razliko od Italije je Slovenija večkrat izkoristila minimalno harmonizacijo in ni pri prenosu nikjer nižala zaščite, nasprotno, marsikje je postavila strožja pravila.

Tako v Italiji kot pri nas je varstvo potrošnikov v pristojnosti organov gospodarskih ministrstev, s to razliko, da pri italijanskem ministrstvu deluje še Državni svet potrošnikov in uporabnikov, organizacija, ki predstavlja vezni člen med organi ministrstva in nevladnimi organizacijami. Prav teh je v Italiji neprimerno več, nekatere so zelo ozko specializirane, prav tako pa so nastale kar nekaj desetletij pred nastankom naših. Poleg organizacij, ki v Italiji zastopajo potrošnike, pa imajo ti na voljo številne mehanizme alternativnega reševanja potrošniških sporov; sistemi, ki pri nas še niso vzpostavljeni.

Večji problem kot pomanjkanje izvensodnih mehanizmov pa je pri nas trenutna situacija na Uradu RS za varstvo potrošnikov. Urad naj bi bil v postopku ukinjanja, vendar ni znano, kdaj točno bo do tega prišlo in kdo bo prevzel njegove naloge. Trenutna situacija je pripeljala do tega, da so se številne aktivnosti na področju varstva potrošnikov ustavile. Z lanskim letom se je iztekel petletni nacionalni program varstva potrošnikov (2006-2010), novega strateškega dokumenta, ki bi sledil aktualni evropski strategiji in bil podlaga za oblikovanje politike vlade, trenutno nimamo. Tudi razpisov za dodelitev sredstev ni, tako so organizacije potrošnikov ostale brez pomembnega dela finančnih sredstev, ki ga potrebujejo za delovanje.

Lahko bi torej rekli, da so potrošniki z zakonodajnega vidika pri nas boljše zaščiteni kot v Italiji. Stroga zakonodaja »na papirju« pa nam ni v veliko pomoč, če je večina aktivnosti, namenjenih krepitevi varstva potrošnikov, ustavljenih, če nimamo sistemov alternativnega reševanja sporov oziroma so že začeti postopki obstali, sredstva, namenjena organizacijam potrošnikom, ki skrbijo za njihovo informiranje, se ne razdeljujejo ipd. Nastalo situacijo bi bilo potrebno čim prej urediti; pohvaliti pa gre delo Zveze potrošnikov Slovenije, ki trenutno ostaja edina organizacija, ki se zavzema za potrošnike in aktivno deluje na tem področju.

Za konec pa ne smemo pozabiti še na vplive, ki jih zakonodaja s področja varstva potrošnikov prinaša. Ali nam bolj restriktivni predpisi res zagotavljajo izključno koristi in zaščito? Smo res na boljšem kot italijanski potrošniki? Na evropskem nivoju se pred sprejetjem novih predpisov analizirajo vplivi in učinki morebitne nove zakonodaje. Postopek ni enostaven, vendar je zelo pomemben, če želimo doseči zastavljene cilje, ne pa ravno nasprotnega učinka.

To dejstvo pa je posebej pomembno za nas, ravno zato, ker takih analiz v Sloveniji ne izvajamo. Predvsem pri prenosu zakonodaje, ko se odločamo za spremembe v smislu bolj restriktivnih ukrepov, bi bilo morda smiselno pristopiti k takšnemu načinu ocenjevanja posledic in bolj premišljeno sprejemati predpise.

## LITERATURA IN VIRI

1. Arculus, D. (2009, maj). *The Arculus review: Enabling enterprise, encouraging responsibility*. Najdeno 25. aprila 2011 na spletnem naslovu: <http://www.scribd.com>
2. Armstrong, M. (2008, april). *Interactions between competition and consumer policy*. A report prepared for the United Kingdom Office of Fair Trading. Najdeno 18. aprila 2011 na spletnem naslovu [http://www.oft.gov.uk/shared\\_of/economic\\_research/oft991.pdf](http://www.oft.gov.uk/shared_of/economic_research/oft991.pdf)
3. *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)*. Najdeno 4. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.agcm.it/>
4. *Arbitro Bancario Finanziario (ABF)*. Najdeno 14. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.arbitrobancariofinanziario.it/>
5. Bowett, R. (2011). External Environment – Consumer Protection. Najdeno 20. aprila 2011 na spletnem naslovu [http://tutor2u.net/business/external/consumer\\_protection.htm](http://tutor2u.net/business/external/consumer_protection.htm)
6. Brix, L. & McKee, K. (2010, februar). *Consumer Protection Regulation in Low-Access Environments: Opportunities to Promote Responsible Finance*. Najdeno 18. aprila 2011 na spletnem naslovu <http://www.cgap.org/gm/document-1.9.42343/FN60.pdf>
7. *Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU)*. Najdeno 17. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.tuttoconsumatori.it>
8. Consumer Rights Directive: a costly vote for businesses. Najdeno 26. aprila 2011 na spletnem naslovu <http://www.eubusiness.com/Members/EUROCHAMBRES/consumer-2>
9. *Consumer International (CI)*. Najdeno 28. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.consumersinternational.org/>
10. *Costituzione della Repubblica Italiana*. Najdeno 22. januarja 2011 na spletnem naslovu [http://www.governo.it/Governo/Costituzione/2\\_titolo1.html](http://www.governo.it/Governo/Costituzione/2_titolo1.html)
11. *Codacons - Coordinamento delle associazioni per la difesa dell'ambiente e dei diritti degli utenti e dei consumatori*. Najdeno 5. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.codacons.it>
12. *Confederation of Family Organizations in the European Union (COFACE)*. Najdeno 4. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://coface-eu.org/en/>
13. *Conferenza Stato-Regioni*. Najdeno 20. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.statoregioni.it/>
14. Damjan, J. & Možina, S. (1995). *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
15. Dawson, C. (2011, 6. april). *EU Consumer Rights Directive threatens your business*. Najdeno 26. aprila 2011 na spletnem naslovu <http://tamebay.com>
16. Di Martino, R. (2007). *Tutela dei consumatori: storia e strumenti e tecniche di attuazione. La vendita dei beni di consumo*. Napoli: Facoltà di scienze politiche.
17. Drol Novak, Ž. (1998). *Zakon o varstvu potrošnikov s komentarjem*. Lesce: Založba Oziris.
18. *European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC)*. Najdeno 4. januarja 2011 na spletnem naslovu [www.anec.eu](http://www.anec.eu)
19. *European Consumers Organisation (BEUC)*. Najdeno 4. januarja 2011 na spletnem naslovu [www.beuc.org](http://www.beuc.org)

20. Evropska komisija, Generalni direktorat za zdravje in varstvo potrošnikov (2005). *Varstvo potrošnikov v Evropski uniji: deset temeljnih načel*. Najdeno 21. novembra 2010 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/consumers/cons\\_info/10principles/sl.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/sl.pdf)
21. *Evropa – Portal Evropske Unije*. Najdeno 21. novembra 2010 na spletnem naslovu [http://europa.eu/pol/cons/index\\_sl.htm](http://europa.eu/pol/cons/index_sl.htm)
22. *Evropska komisija: potrošniške zadeve*. Najdeno 19. decembra 2010 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/consumers/pro/index\\_sl.htm](http://ec.europa.eu/consumers/pro/index_sl.htm)
23. *Evropska komisija: boljša zakonodaja*. Najdeno 20. aprila 2011 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/governance/better\\_regulation](http://ec.europa.eu/governance/better_regulation)
24. Gobbato, M. (2007). *La tutela del consumatore: Clausole vessatorie, commercio elettronico e Codice del consumo*. Matelica: Halley Editrice S.r.l.
25. Grilc, P. & Ilešič, T. (2004). *Pravo Evropske Unij, prva knjiga*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
26. Janevski, S. (2009). *Varstvo potrošnikov: Prodaja in nakup potrošniškega blaga in storitev s sodno prakso, primeri iz prakse in obrazci*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
27. Kendall, V. (1994). *EC Consumer Law*. London [etc.]: W. Chancery.
28. Knez, R. (2004). Varstvo potrošnikov v Evropski uniji. *Revizor: revija o reviziji*, 15(6), str. 88 – 111.
29. Komisija Evropskih skupnosti (2007, 13. marec). *Strategija potrošniške politike EU 2007–2013: Usposabljanje potrošnikov, izboljševanje blaginje potrošnikov, učinkovito varstvo Potrošnikov*. Sporočilo Komisije Svetu, Evropskemu Parlamentu in Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru. Najdeno 4. januarja 2011 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons\\_policy/doc/SL\\_99.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/SL_99.pdf)
30. Komisija Evropskih skupnosti (2008, 8. oktober). *Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta o pravicah potrošnikov*. Najdeno 20. aprila 2011 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/COMM\\_PDF\\_COM\\_2008\\_0614\\_F\\_SL\\_PROPOSITION\\_DE\\_DIRECTIVE.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/COMM_PDF_COM_2008_0614_F_SL_PROPOSITION_DE_DIRECTIVE.pdf)
31. Kovač, M. (2009). Bistvena zmota in prevara v obligacijskem zakoniku – pravnoekonomska perspektiva. *Podjetje in delo*, (2), str. 5.
32. Ministero dello sviluppo economico (2010). *Codice del Consumo: Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni*. Najdeno 28. januarja 2011 na spletnem naslovu [http://www.sviluppoeconomico.gov.it/pdf\\_upload/documenti/DGMCCVNT-CODICE\\_CONSUMO/Codice\\_Consumo2010.pdf](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/pdf_upload/documenti/DGMCCVNT-CODICE_CONSUMO/Codice_Consumo2010.pdf)
33. *Ministero dello sviluppo economico (MSE)*. Najdeno 20. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.sviluppoeconomico.gov.it/>
34. *Osservatorio prezzi e tariffe*. Najdeno 14. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.osservaprezzi.it>
35. *Ombudsman Bancario*. Najdeno 14. februarja 2011 na spletnem naslovu [http://www.conciliatorebancario.it/ombudsman\\_chi.html](http://www.conciliatorebancario.it/ombudsman_chi.html)
36. Pernek, F., Škof, B. (1995). *Gospodarski sistemi Slovenije*. Maribor: Pravna fakulteta.

37. Pernek, F. (1991). Naloge nekaterih mednarodnih organizacij za varstvo potrošnikov. *Podjetje in delo*, (5), str. 472-482.
38. Pernek, F. (1993). Nekateri pravni vidiki potrošniške politike. *Pravnik : revija za pravno teorijo in prakso*, (1/3), str. 43-53.
39. Pernek, F. (1992). Organiziranost potrošnikov v Evropski skupnosti. *Podjetje in delo*, 18(3), 246-256.
40. Pernek, F. (1996). Cilji potrošniške politike: mednarodno varstvo potrošnikov. *Pravna praksa: časopis za pravna vprašanja*, 15(1), str 20-22.
41. Portal Evropske komisije: potrošniške zadeve (2011, marec). *Framework contract on evaluation, impact assessment and related services. Consumer policy: Ex-Post and Mid-Term Evaluations*. Najdeno 20. aprila 2011 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/consumer\\_policy\\_03032011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/consumer_policy_03032011_en.pdf)
42. Portal Evropske komisije: potrošniške zadeve (2008). *EC Consumer Law Compendium: Comparative Analysis*. Najdeno 17. januarja 2011 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/consumer\\_law\\_compendium\\_comparative\\_analysis\\_en\\_final.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/consumer_law_compendium_comparative_analysis_en_final.pdf)
43. Portal Evropske komisije: potrošniške zadeve (2010, september). *Consumer scene by country: Italy*. Najdeno 17. januarja 2011 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/consumers/overview/country\\_profile/IT\\_web\\_country\\_profile.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/overview/country_profile/IT_web_country_profile.pdf)
44. Portal Evropskega parlamenta. Najdeno 20. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.europarl.europa.eu/activities/committees/committeesList.do?language=SL>
45. Resolucija o nacionalnem programu varstva potrošnikov 2006-2010 (ReVPVP). *Uradni list RS* št. 114, 19.12.2005.
46. Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2002). *Ekonomija*. Ljubljana: GV Založba d.o.o.
47. *Slovenija: doma v Evropi – Vladni portal RS z informacijami o življenju v Evropski Uniji*. Najdeno 17. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.evropa.gov.si/si/pravni-red/>
48. Stigler, G. J. (1961). The Economics of Information. *The Journal of Political Economy*, 69(3), str. 213-225.
49. Stiglitz, J. (2001, 17. december). *Asimetrija informacij*. Najdeno 11. maja 2011 na spletnem naslovu [www.finance.si](http://www.finance.si)
50. Šmid Božičević, U., Kostanjevec, S. (2006). *Smernice potrošniškega izobraževanja odraslih v Sloveniji : stanje in priporočila*. Ljubljana: Zveza potrošnikov Slovenije.
51. *Tržni inšpektorat Republike Slovenije*. Najdeno 10. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.ti.gov.si>
52. *Tutela del consumatore in Italia*. Najdeno 4. februarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.comune.monfalcone.go.it>
53. Trstenjak, V., Knez, R., Možina, D. (2005). *Evropsko pravo varstva potrošnikov: Direktive ES/EU z uvodnimi pojasnili*. Ljubljana: GV Založba, d.o.o.
54. *Urad Republike Slovenije za varstvo potrošnikov (UVP)*. Najdeno 10. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.uvp.gov.si/>
55. *Vlada Republike Slovenije*. Najdeno 10. januarja 2011 na spletnem naslovu [www.vlada.si](http://www.vlada.si)



56. Vrbnjak, H. (2007). *Porast cen in varstvo potrošnikov v Sloveniji po vstopu Slovenije v EMU (diplomsko delo)*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
57. Zakon o varstvu potrošnikov. *Uradni list RS* št. 98/2004-UPB2
58. Zveza potrošnikov Slovenije (ZPS). Najdeno 10. januarja 2011 na spletnem naslovu [www.zps.si](http://www.zps.si)
59. Weatherill, S. (2005). *EU Consumer Law and Policy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.