

Politika ochrany spotřebitele

Oblasti na něž se politika ochrany spotřebitele zaměřuje

Evropská politika ochrany spotřebitele zasahuje do množství oblastí, celkově je však stále pouze ostrůvkovitá - tj. existují druhy výrobků nebo služeb, které evropským právem upraveny nejsou. Hlavními oblastmi, na které se evropská politika ochrany spotřebitele soustředila, jsou následující:

- stanovení standardů pro jakost, složení a bezpečnost výrobků (technická harmonizace)
- ochrana právních (hospodářských) zájmů spotřebitele
- regulace reklamy

Stanovení standardů pro jakost, složení a bezpečnost výrobků (technická harmonizace)

Harmonizace technických standardů je pouze ostrůvkovitá. Podle „nového přístupu“ byly dosud přijaty směrnice harmonizující bezpečnostní standardy pro následující výrobky :

- elektrická zařízení nízkého napětí (73/23/EHS)
- jednoduché tlakové nádoby (87/404/EHS)
- hračky (88/378/EHS)
- stavební výrobky (89/106/EHS)
- otázky elektromagnetické kompatibility (89/336/EHS)
- osobní ochranné prostředky (89/686/EHS)
- váhy s neautomatickou činností (90/384/EHS)
- aktivní implantáty (90/385/EHS)
- spotřebiče plyných paliv (90/396/EHS)
- horkovodní ohřívače (92/42/EHS)
- výbušniny pro civilní použití (93/15/EHS)
- zdravotnické prostředky (93/42/EHS)
- zařízení pro použití v prostředí s nebezpečím výbuchu (94/9/ES)
- rekreační plavidla (94/25/ES)
- výtahy (95/16/ES)
- tlaková zařízení (97/23/ES)
- strojní zařízení (98/37/ES)
- zdravotnické prostředky in vitro (98/79/ES)
- radiové a telekomunikační přístroje (99/5/ES)
- lanovky pro přepravu osob (2000/9/ES)

K nejdůležitějším normám ochrany spotřebitele patří :

- **směrnice o nekalých ustanoveních ve spotřebitelských smlouvách** (93/13/EHS)
- **směrnice o komplexních zájezdech** (90/314/EHS)
- **směrnice o smlouvách uzavřených mimo prodejnu** (85/577/EHS)
- **směrnice o distančním prodeji** (97/7/ES)
- **směrnice o spotřebitelském úvěru** (87/109/EHS)
- **směrnice o sdíleném užívání, time-sharingu** (94/47/ES)

Regulace reklamy

Na úrovni ES došlo k omezené harmonizaci následujících aspektů reklamy:

- reklama na vybrané výrobky a služby (léky, alkohol, tabákové výrobky, potraviny)
- reklama ve vybraných médiích (televize)
- klamavá reklama
- srovnávací reklama