**Informatīvais ziņojums**

**“Par Eiropas Savienības Patērētāju aizsardzības ministru 2021. gada 16. marta videokonferencē izskatāmajiem jautājumiem”**

2021. gada 16. martā notiks neformālā Eiropas Savienības (turpmāk - ES) Patērētāju aizsardzības ministru videokonference. Videokonferences diskusiju jautājumi ir balstīti uz 2020.gada 13. novembra Eiropas Komisijas paziņojumu Eiropas Parlamentam un Padomei “*Jaunā patērētāju tiesību aizsardzības programma. Patērētāju noturības stiprināšana, lai panāktu ilgtspējīgu atveseļošanos*” (turpmāk – Patērētāju programma), kas atjaunina ES patērētāju aizsardzības politikas vispārējo stratēģisko satvaru, pamatojoties uz Patērētāju tiesību aizsardzības programmas 2012.gadam (tās termiņš beidzas 2020. gadā) sasniegto un 2018.gada uz patērētājiem orientēto jauno kursu[[1]](#footnote-1).

COVID-19 pandēmija ir radījusi jaunus izaicinājumus patērētāju aizsardzībā. Pašreizējās krīzes iespaidā ir ievērojami samazinājies privātais patēriņš, kas ir ietekmējis ne tikai pieprasījumu, bet arī piedāvājumu Eiropas Savienības ekonomikā. Arvien vairāk patērētāju izvēlās iepirkties tiešsaistē, līdz ar to ir palielinājies krāpniecisku gadījumu skaits. Piemēram, negodīgi tirgotāji piesaista patērētājus izmantojot maldinošas reklāmas vai piedāvājumus, tajā skaitā, pārdodot viltotas vai nedrošas preces, kuras nepatiesi tiek piedāvātas kā Covid-19 infekcijas ārstēšanas vai novēršanas līdzekļi. Tā pat auguši distances tirdzniecības apjomi ar dzīvniekiem, dzīvnieku barību un pārtiku un vērojams attiecīgo krāpniecības gadījumu apjoma palielinājums.

Ņemot vērā, ka privātie izdevumi veido apmēram pusi no ES iekšzemes kopprodukta, patērētāju uzticēšanās un iespēju apzināšanās ir būtiska, lai stimulētu ekonomikas atveseļošanos. Tādēļ, lai veicinātu patērētāju nozares atveseļošanos, svarīgi izprast un vadīt patērētāju uzvedības attīstību pēc COVID-19 pandēmijas zaļās un digitālās pārejas kontekstā, kas vidējā termiņā un ilgtermiņā noteiktu patēriņa modeļu attīstību. Turklāt, ir svarīga visaptveroša un līdzsvarota pieeja, turpinot darbu pie Eiropas patērētāju tiesību aktu izstrādes, jo jāņem vērā tirgus attīstības tendences un ekonomikas zaļā un digitālā pāreja. Pēckrīzes atveseļošanās procesā jāvērš uzmanība augsta līmeņa patērētāju aizsardzībai, kas nodrošinātu, ka patērētāju tiesības paliek efektīvas un aizsargātas.

Patērētāju programmā izklāstīti pasākumi ar mērķi veicināt videi draudzīgāku un taisnīgāku Vienoto tirgu, kā arī palielināt patērētāju uzticību. Turklāt jaunajā patērētāju programmā arī uzsvērta nepieciešamība pēc tādiem politikas pasākumiem, kas sniegtu atbildes jautājumiem, kas radušies digitālās transformācijas rezultātā, piemēram, mākslīgais intelekts.

Vienlaikus nepieciešams izstrādāt sistēmu, kas garantē augstu patērētāju aizsardzības līmeni, ņemot vērā, ka digitālā pāreja noved pie jaunu preču un pakalpojumu radīšanas, kā arī maina patērētāju lomu. Šīs izmaiņas ļauj patērētājiem iepirkties visā pasaulē, bet rada arī jaunus izaicinājumus patērētāju aizsardzībai. Pašreizējā situācija prasa arī plašu partnerību starp valsts iestādēm dažādās valstīs, patērētāju organizācijām, uzņēmumiem un citām ieinteresētajām pusēm, kas atspoguļota Patērētāju programmā. Tas būs svarīgs atveseļošanās faktors, jo uzņēmumi iepriekš nebija pietiekami iekļauti attiecīgajās politikas veidošanas struktūrās.

Programma kopumā atspoguļo nepieciešamību ņemt vērā patērētāju tiesību aizsardzības prasības, formulējot un īstenojot citas politikas jomas un darbības. Tā papildina citas ES iniciatīvas, piemēram, Eiropas zaļo kursu[[2]](#footnote-2), Aprites ekonomikas rīcības plānu[[3]](#footnote-3) un Paziņojumu “Eiropas digitālās nākotnes veidošanu[[4]](#footnote-4)”. Tā arī atbalsta attiecīgos starptautiskos satvarus, piemēram, Apvienoto Nāciju Organizācijas (ANO) Ilgtspējīgas attīstības programmu 2030. gadam un ANO Konvenciju par personu ar invaliditāti tiesībām.

Patērētāju programmā sniegts ilgtermiņa redzējums līdz 2025. gadam un ierosinātas konkrētas rīcības piecās galvenajās jomās, lai aizsargātu patērētājus un sniegtu viņiem iespēju aktīvi piedalīties zaļajā un digitālajā pārejā:

1. **zaļā pārkārtošanās** – labākas informācijas sniegšana par produktu paredzēto dzīves ilgumu, kā arī papildu aizsardzības nodrošināšana patērētājiem pret “zaļmaldināšanu”[[5]](#footnote-5) *(greenwashing)* un nepamatotiem ekoloģiskajiem apgalvojumiem, preču labošanas un ilgtspējīgāku produktu ražošanas veicināšana, sadarbība ar uzņēmējiem brīvprātīgu pasākumu īstenošanai ilgtspējīgas pārtikas atbalstam;
2. **digitālā pārveide** – vienlīdzīgu tiesību tiešsaistē un bezsaistē nodrošināšana, horizontāla tiesību akta izstrāde vienotu prasību noteikšanai mākslīgajam intelektam, Direktīvas par produktu vispārējo drošumu un Mašīnu direktīvas pārskatīšana, Patēriņa kredītu direktīvas un Direktīvas par finanšu pakalpojumu tālpārdošanu pārskatīšana;
3. **patērētāju tiesību aizsardzība un īstenošana** - Direktīvas par patērētāju tiesību aktu labāku izpildi un modernizēšanu un Direktīvas par pārstāvības prasībām efektīva ieviešana un piemērošana, Regulas par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā tīkla kopēju izpildes prioritāšu noteikšana dažādās nozarēs konstatēto problēmu risināšanai, regulas efektivitātes izvērtēšana ES mēroga problēmu risināšanā, inovatīvu e-rīku kopuma izstrāde, lai stiprinātu valstu iestāžu spēju apkarot nelikumīgu tiešsaistes komercpraksi un identificēt nedrošus produktus;
4. **konkrētu patērētāju grupu īpašās vajadzības** – papildus finansējums parādu konsultāciju pakalpojumu pieejamības un kvalitātes uzlabošanai dalībvalstīs, iniciatīvu atbalsts vietējo konsultāciju nodrošināšanai patērētājiem, Komisijas lēmuma sagatavošana par drošības prasībām, kas jāievēro bērnu aprūpes produktu standartos, kā arī stratēģiskas pieejas izstrāde patērētāju informētības un izglītošanas uzlabošanai, pievēršoties arī dažādu grupu vajadzībām;
5. **starptautiskā sadarbība** - rīcības plāna izstrāde sadarbības stiprināšanai ar Ķīnu attiecībā uz tiešsaistē pārdoto produktu drošumu, regulatīva atbalsta, tehniskās palīdzības izstrāde un spēju veidošana ES partneru valstīm, tostarp Āfrikā.

Vienlaikus, Patērētāju programma pievēršas arī Covid-19 pandēmijas izraisītajām galvenajām patērētāju bažām, kā arī paredz divas aktivitātes - Patērētāju tiesību aizsardzības politikas padomdevēju grupas izveidi un Rezultātu apkopojumu par patērētāju apstākļiem pārskatīšanai, lai uzlabotu savu uzraudzības un salīdzinošās novērtēšanas funkciju.

**Latvijas nostāja:**

**Latvija kopumā atbalsta jaunās Patērētāju programmas mērķus** un tajā paredzētos uzdevumus un aktivitātes. Latvija atbalsta zaļās un digitālās pārejas izvirzīšanu Programmas prioritāšu priekšgalā, ņemot vērā šo jautājumu aktualitāti un patērētāju ietekmi abās jomās.

Detalizēta Latvijas nostāja ir pausta Nacionālajā pozīcijā “Par Komisijas paziņojumu Eiropas Parlamentam un Padomei “Jaunā patērētāju tiesību aizsardzības programma. Patērētāju noturības stiprināšana, lai panāktu ilgtspējīgu atveseļošanos””, kura apstiprināta 2021.gada 18.februāra MK sēdē (sēdes protokols Nr.18 59.§) un 2021.gada 24.februāra Saeimas Eiropas lietu komisijā.

***Diskusijas jautājumi:***

**1) Kā Dalībvalstis var labāk formulēt valsts politikas izstrādi un dalīties labajā praksē, lai rastu Eiropas mēroga risinājumus un padarītu patērētāju aizsardzību ātrāku, efektīvāku un uz sadarbību vērstu?**

Mūsdienu globalizācijas apstākļos dalībvalstis arvien biežāk saskaras ar līdzīga rakstura problēmām patērētāju aizsardzībā, kuru risināšanai ar nacionālo politiku veidošanu nepietiek un nepieciešama ES mēroga rīcība. Uzskatām, ka Eiropas Komisija varētu spēlēt aktīvāku lomu šādu kopēju problēmu identificēšanā un potenciālo risinājumu apspriešanā, izmantojot eksistējošās komitejas, piemēram, Patērētāju tiesību aizsardzības politikas tīklu (CPN). Latvija uzskata, ka labākie Eiropas mēroga risinājumi, lai padarītu patērētāju aizsardzību ātru un efektīvu, ir patērētāju tiesību aizsardzības tiesību aktu harmonizācijas neatlaidīga turpināšana, mazinot patērētāju tiesību fragmentāciju ES un stiprinot sadarbību starp dalībvalstu patērētāju tiesību aizsardzības iestādēm, radot drošu vidi patērētājiem, kas vēlas iepirkties ES un tādejādi atbalstīt ES ekonomikas atveseļošanos.

**2) Kurus pasākumus jūs uzskatāt par prioritāriem to sasniegšanai līdz 2022.gada martam, lai sniegtu iespējas patērētājiem un uzlabotu Iekšējā tirgus funkcionēšanu (identificējiet 2-3 mērķus)?**

Latvija uzskata, ka steidzami jāīsteno pasākumi Covid-19 krīzes seku apzināšanai un likvidēšanai, tai skaitā to patērētāju tiesību aizsardzības jomu identificēšana, kurās spēkā esošā likumdošana nenodrošina pienācīgu patērētāju aizsardzību vai atbalstu krīzes situācijās, kā arī nenodrošina pietiekamu līdzsvaru un taisnīgumu tirgotāju un patērētāju savstarpējās attiecībās. Piemēram, ceļošanas un viesmīlības sektors ir visvairāk cietis pandēmijas ietekmē, tāpēc būtu nepieciešamas steidzami izvērtēt likumdošanas piemērotību nākotnes krīzes situācijām.

Papildus minētajam, Latvija uzskata par prioritārām likumdošanas uzlabošanu preču drošuma jomā un patērētāju kreditēšanas jomā. Preču vispārējā drošuma direktīva ir spēkā kopš 2001. gada, kopš tā laika mainoties gan tirdzniecības metodēm, gan produktiem kļūstot arvien sarežģītākiem. Savukārt, patērētāju kreditēšanas regulējumu nepieciešams pielāgot tirgus izmaiņām, pakalpojumiem kļūstot arvien vieglāk pieejamiem un digitalizētākiem. Tāpat jāstrādā pie parādu konsultāciju plašākas pieejamības, ņemot vērā Covid krīzes potenciālās sekas.

**3) Saistībā ar zaļo un digitālo pāreju, kādas tēmas/bažas jums šķiet aktuālākas, lai nodrošinātu ilgtspējību un drošu digitālo vidi, vienlaikus garantējot augsta līmeņa patērētāju aizsardzību?**

Patērētājiem būtu jādod reāls atbalsts zaļajā un digitālajā pārejā, lai tam būtu ietekme ilgtermiņā uz Vienotā tirgus konkurētspēju. Patērētāju tiesību ievērošanas nodrošināšana, atbalsts jūtīgām patērētāju grupām (bērni, vecāka gada gājuma iedzīvotāji, personas ar īpašām vajadzībām, personas ar finansiālām problēmām un parādu slogu, u.c.), jaunu prasmju attīstīšana, izglītošana un informācijas pieejamības nodrošināšana ir tikai daži no piemēriem patērētāju noturības stiprināšanai. Ieguldījumus digitālajā transformācijā un zaļajā pārejā būtu jāveic tā, lai tiktu maksimāli ņemtas vērā patērētāju kā preču un pakalpojumu gala lietotāju intereses un vajadzības. Piemēram, digitālajā pārejā ir svarīgas patērētāju prasmes, tostarp digitālā kompetence, un iespējas izmantot digitālās pārejas sniegtās priekšrocības un droša interneta vide, savukārt, zaļajā pārejā ir svarīga ilgtspējīgu preču un pakalpojumu plaša pieejamība par saprātīgām cenām visām sabiedrības grupām, lai jebkuram no mums būtu iespēja izdarīt ilgtspējīgu izvēli. Tāpat vienlaikus ir jāatrod līdzsvars un piemērots temps arī biznesa pielāgošanai jauno prasību izpildei, lai ES uzņēmumi saglabātu savu vietu globālajā tirgū.

**III. Latvijas delegācija**

Delegācijas vadītājs: **Jurģis Miezainis**, Ekonomikas ministrijas parlamentārais sekretārs

Ekonomikas ministrs: J. Vitenbergs

Valsts sekretārs: E. Valantis

L. Duntava 3222383114

Linda.duntava@em.gov.lv

1. <https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en>. [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en>. [↑](#footnote-ref-2)
3. COM(2020) 98 final. [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://ec.europa.eu/info/publications/communication-shaping-europes-digital-future_en>. [↑](#footnote-ref-4)
5. Informācija, kas nav patiesa vai sniegta neskaidrā vai maldinošā veidā, lai radītu neprecīzu iespaidu, ka produkts vai uzņēmums ir videi nekaitīgāks. [↑](#footnote-ref-5)