

# RAPORT

## MBI VEPRIMTARINË PËR MBROJTJEN E KONSUMATORËVE

### 2017

Ky botim është mundësuar me mbështetjen e



Implemented by



# PËRMBAJTJA

<b>I. Situata aktuale</b>	<b>4</b>
1.1 Çfarë është mbrojtja e konsumatorëve	
1.2 Politika e mbrojtjes së konsumatorëve	
1.3 Baza ligjore	
1.4 Struktura institucionale në MZHETTS	
<b>II. STRATEGJIA NDERSEKTORIALE</b>	<b>7</b>
2.1 Vizioni, qëllimi, politikat kryesore	
2.2 Zbatimi i strategjisë sipas planit të aktiviteteve	
<b>III. Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve</b>	<b>11</b>
3.1 Misioni, kompetencat	
3.2 Pak histori	
3.3 Aktivitetet kryesore gjatë vitit 2016 - 2017	
3.3.1 <i>Vendimet e Komisionit</i>	
3.3.2 <i>Mbrojtja e konsumatorëve dhe mbrojtja e interesit të përgjithshëm publik</i>	
3.3.3 <i>Ankesat individuale të konsumatorëve</i>	
<b>IV. Siguria e produkteve</b>	<b>17</b>
<b>V. Bashkëpunimi në nivel vendor</b>	<b>18</b>
<b>VI. Ndërgjegjësimi publik mbi çështjet e konsumatorëve</b>	<b>19</b>
<b>VII. Projekte të huaja që mbështesin mbrojtjen e konsumatorëve</b>	<b>24</b>

## 1

## SITUATA AKTUALE

## 1.1 Çfarë është mbrojtja e konsumatorëve



Konsumator, në jetën tonë të përditshme, por edhe sipas përcaktimit të dhënë në legjislacion është çdo person, i cili blen apo përdor te mallra apo shërbime për te përmbushur nevojat e tij vetjake, për qëllime që nuk lidhen me tregtinë, biznesin apo ushtrimin e profesionit. Një përkufizim të saktë e ka dhënë John F. Kennedy, që në 15 mars 1962:



Konsumatori në treg përballet me mallrat dhe shërbimet, të cilat ofrohen në mënyrën tradicionale, në njësi të ndryshme tregtimi, qendra tregtimi, etj. Në ditët e sotme të ndryshimeve teknologjike dhe stilit të jetesës, konsumatori ndeshet edhe në mënyra të tjera jashtë tradicionales: shitjet jashtë qendrave të tregtimit, në rrugë, festime, ekskursione, në qendrat e punës, apo në banesat e konsumatorëve, si edhe shitjet në largësi nëpërmjet mjeteve më moderne të komunikimit, sikurse janë telefoni, fax-i, TV, Interneti, etj. Në këto transaksione të përditshme vihet re shpesh se, shitja e mallrave apo ofrimi i shërbimeve, si dhe praktikrat e ndryshme tregtare, paraqiten me mangësi për sa i takon të drejtave të konsumatorëve. Prandaj, lind si domosdoshmëri mbrojtja e këtij



« Përkufizimi konsumatorë, përfshin të gjithë ne. Ata janë grupimi më i madh ekonomik në ekonomi, që ndikon dhe ndikohet nga pothuajse çdo vendim ekonomik publik dhe privat .... Por ata janë grupi i vetëm i rëndësishëm në ekonomi, që nuk janë të organizuar në mënyrë efektive, pikëpamjet e të cilëve shpesh nuk dëgjohen. »

grupimi, që në Agjendën Evropiane të Mbrojtjes së Konsumatorëve 2012, të Komisionit Evropian, përkufizohet si:

« Legjislacion i mjaftueshëm, me një zbatim efektiv të tij, bashkë me konsumatorë të fuqizuar dhe nivel të lartë etike të sjelljes së biznesit. Ku konsumatorë të fuqizuar nënkupton mbështetjen në një kuadër të fortë, që garanton sigurinë, informimin, edukimin, të drejtat, mjetet e dëmshpërblimit, e marrjen pjesë në mënyrë aktive në treg duke e bërë tregun të punojë për ta duke ushtruar fuqinë e tyre të zgjedhjes dhe duke pasur të zbatuar siç duhet të drejtat e tyre". »

Çështjet e mbrojtjes së konsumatorëve përfshijnë politikat dhe instrumentet ligjore për mbrojtjen e sigurisë së konsumatorëve dhe interesave të tyre ekonomike, si dhe implementimin dhe zbatimin e politikave të konsumatorëve.

Aspektet kryesore kanë të bëjnë me sigurinë e përgjithshme të produkteve joushqimore për konsumatorët, praktikrat e padrejta tregtare, shitjes së mallrave të konsumatorëve të shoqëruara me garancitë, kushtet e padrejta në kontrata, treguesin e çmimit, kreditë konsumatore, publicitetin çorientues dhe krahasues, paketat e udhëtimit, vendimet për mbrojtjen e konsumatorëve, etj.

Për sa i përket implementimit dhe zbatimit të politikave për mbrojtjen e konsumatorëve, referimi behet tek strukturat zbatuese kompetente, çështjet e mbikëqyrjes së tregut, mbrojtjes ligjore dhe mekanizmave për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve jashtë gjyqësorit, etj.

Shqipëria ka një legjislacion të mbrojtjes së konsumatorëve, që vlerësohet se ka arritur një progres të rëndësishëm në përafrimin legjislativ të mbrojtjes së konsumatorëve me *acquis* e BE-së. Gjithashtu, është aktualisht duke u zbatuar Strategjia ndërsektoriale "Për mbrojtjen e konsumatorit dhe mbikëqyrjen e tregut, 2020", miratuar nga Këshilli i Ministrave me VKM nr. 753, datë 16.09.2015.

## 1.2 Politika e mbrojtjes së konsumatorëve

Zhvillimet ekonomike në një botë të globalizuar tregojnë se, rritja e mirëqenies së një vendi është e lidhur ngushtë me aftësinë e të qenit pjesë. Ky zhvillim karakterizohet me sigurimin e një konkurrence të ndershme, nxitjen e inovacionit dhe rritjes ekonomike, por edhe me njohje dhe respektim të drejtave ligjore të konsumatorëve nga ana e të gjithë operatorëve ekonomike, pasi rritjes së ekonomisë të një vendi, i nevojitet edhe kërkesë e fortë blerje nga ana e konsumatorëve.

Për këtë qëllim, duke njohur impaktin që sjellja e konsumatorëve ka në politikat e zhvillimit të vendit e në forcimin e tregut funksional, siguri i një niveli sa më të lartë të mbrojtjes së konsumatorëve është një ndër prioritetet e Ministrisë së Zhvillimit Ekonomik, Tregtisë dhe Sipërmarrjes, si zbatim i objektivave të përcaktuara në Programin e Qeverisë 2013-2017, dhe e shprehur në përgjegjësitë e Ministrisë së Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregtisë dhe Sipërmarrjes.

Politikat për mbrojtjen e konsumatorëve janë përmbledhur në Strategjinë Ndërsektoriale "Për mbrojtjen e konsumatorit dhe mbikëqyrjen e tregut, 2020".

## 1.3 Baza ligjore

Ligji nr. 9902, datë 11.04. "Për mbrojtjen e konsumatorëve" i ndryshuar në vitin 2011, si dhe gjashtë aktet nënligjore të nxjerra në zbatim të ligjit, përbejnë bazën ligjore të mbrojtjes së konsumatorëve. Ky kuadër ligjor zbatohet mbi të gjitha llojet e marrëdhënieve ndërmjet tregtarëve dhe konsumatorëve e që kane të bëjnë me mallrat apo shërbimet e konsumatorëve.

Pavarësisht nga karakteri horizontal i ligjit nr. 9902/2008, i ndryshuar, ligj aplikohet pa paragjykuar dispozitat e ligjeve specifike. Gjithashtu, ekzistojnë ligje specifike që lidhen drejtpërdrejt ose jo drejtpërdrejt me të drejtat e konsumatorit në fushat e sigurisë ushqimore, shëndetit, postës dhe komunikimit elektronik etj.

## 1.4 Struktura institucionale në MZHETTS

## Sektori i Mbrojtjes së Konsumatorit (SMK) në Drejtorinë e Tregut të Brendshëm (DTB)

SMK është struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorit në Ministrinë e Zhvillimit Ekonomik, Tregtisë dhe Sipërmarrjes (MZHETS). Ky sektor është përgjegjës për formulimin e politikave dhe hartimin e

legjislacionit mbi çështjet e mbrojtjes së konsumatorit, si dhe për sigurimin e instrumentet rregullatore për të siguruar zbatimin e kësaj politike. Objekti i punës i të cilit është: Krijimi i kushteve për funksionimin i sistemit institucional për mbrojtjen e shëndetit, sigurisë dhe interesave ekonomike dhe te drejtave të tjera të konsumatorëve, nëpërmjet hartimit të politikave dhe sigurimit të instrumenteve rregullues për mbrojtjen e konsumatorëve.

### Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorit

Komisioni është struktura kryesore zbatuese e legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit. Ky komision është organ vendimmarrës me kompetenca për marrjen e masave administrative, në rast të shkeljes së dispozitave të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit. Komisioni përbëhet nga dy përfaqësues të MZHTES-s, 2 përfaqësues të Ministrisë së Drejtësisë dhe një përfaqësues i shoqërisë civile dhe drejtohet nga përfaqësuesi i MZHTES. Funksionimi i komisionit rregullohet me VKM nr. 1444, date 22/10/2008 "Për mënyrën e funksionimit e te pagesës se anëtareve të komisionit të mbrojtjes së konsumatorëve, si dhe përcaktimin e procedurave të vlerësimit të shkeljeve". Ky komision ka filluar funksionimin në maj 2009. SMK kryen funksionin edhe të sekretariatit teknik të KMK.

### Këshilli Bashkërendues

Qëllimi i këshillit është të nxisë diskutimet, të shkëmbejë mendime dhe të miratojë deklarata, opinione dhe të japë rekomandime në lidhje me çështje që kanë ndikim në mbrojtjen e konsumatorit. Këshilli funksionon në bazë të Urdhrit të Kryeministrit nr. 124, date 20.3.2014 "Për miratimin e përbërjes së Këshillit Bashkërendues të Mbrojtjes së Konsumatorëve". Në këtë këshill do të bëjnë pjesë:

- 8 – përfaqësues nga Ministritë e linjës;
- 5 – përfaqësues nga organizatat jo fitimprurëse që mbrojnë interesat e konsumatorëve;
- 4 – përfaqësues nga organizatat e biznesit.

### Inspektorati Shtetëror i Mbikëqyrjes së Tregut

IMT është struktura tjetër zbatuese e legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorëve dhe të sigurisë se përgjithshme për produktet jo ushqimore, i ngarkuar me përgjegjësi për kryerjen e aktiviteteve të mbikëqyrjes së tregut. Në bazë të ligjit të mbrojtjes së konsumatorëve, është përcaktuar se inspektorati bashkëpunon ngushtë me SMK dhe i raporton për zbatimin e dispozitave përkatëse të ligjit të konsumatorëve.

Mbikëqyrja e tregut është monitorim dhe kontroll, nëse produkti apo shërbimi i vendosur në treg përputhet me legjislacionin përkatës. Gjithashtu, është ndërmarrja e veprimeve parandaluese dhe korrigjuese kundrejt produkteve apo shërbimeve që nuk janë konform këtij legjislacioni. Kjo përfshin si veprimin reagues (kontrollin e tregut dhe sanksionet për shkeljen e ligjit) ashtu dhe trajtimin parandalues (zhvillimin e mjeteve parandaluese të rrezikut nëpërmjet informimit, këshillimit dhe bashkëpunimit).

# 2

## STRATEGJIA NDERSEKTORIALE "PËR MBROJTJEN E KONSUMATORËVE DHE MBIKËQYRJEN E TREGUT, 2020"



### 2.1 Vizioni, qëllimi, politikat kryesore

Strategjia e Mbrojtjes së Konsumatorëve dhe Mbikëqyrjes së Tregut 2020, është dokumenti politik ku gjejnë shprehje politikat e Qeverisë për mbrojtjen e konsumatorëve dhe mbikëqyrjen e tregut. Ky dokument vendos në qendër të tij konsumatorët dhe synon fuqizimin e tyre për një rol aktiv në treg, duke ushtruar të drejtat dhe fuqinë e tyre të zgjedhjes së mirë informuar në blerjen e mallrave dhe shërbimeve. Strategjia është miratuar me VKM nr. 753, datë 16.9.2015.

Në Strategji paraqitet vizioni, qëllimi i kësaj politike, politikat kryesore, si dhe objektivat strategjike. Pjesë e këtij dokumenti strategjik është plani i veprimeve, ku janë përcaktuar objektivat, produkteve kryesore, afatet e përmbushjes së tyre si dhe kostot e nevojshme.

**Vizioni:** Konsumatorë të fuqizuar, të sigurtë dhe me besim në një treg të ndershëm, të sigurtë dhe konkurrues, ku ata mund të marrin pjesë aktive duke ushtruar të drejtat dhe fuqinë e tyre të zgjedhjes së mirë-informuar.

**Qëllimi:** Hartimi dhe zbatimi i politikave për krijimin e një mjedisi të përgjithshëm ligjor dhe institucional që i garanton konsumatorëve mbrojtjen e shëndetit, të sigurisë dhe interesave ekonomike, përmirësimin e edukimit, informimit dhe ndërgjegjësimin, mbështetjen për një zbatim efektiv të të drejtave të tyre, me synim fuqizimin e konsumatorëve dhe rritjen e besimit të tyre për kryerjen e blerjeve të mallrave dhe shërbimeve në treg, duke e bërë tregun të punojë për ta.

### Politikat kryesore ku mbështetet Strategjia:

1. Përmirësimi i sigurisë së konsumatorëve mbështetur në



një infrastrukturë efektive të cilësisë sipas praktikave më të mira evropiane.

2. Përmirësimi i transparencës së tregut dhe praktikave tregtare me qëllim mbrojtjen e interesave ekonomike të konsumatorëve, duke përmirësuar dhe aksesin për dëmshpërblim dhe zgjidhjen e mosmarrëveshjeve.
3. Përmirësimi i edukimit të konsumatorëve për pjesëmarrje aktive në treg dhe përmirësimi i informimit dhe ndërgjegjësimi të konsumatorëve dhe operatorëve ekonomike për të drejtat e konsumatorëve.

#### Institucionet pjesëmarrëse:

Ministria e Bujqësisë, Zhvillimit Rural dhe Administrimit të Ujërave dhe Ministria e Shëndetësisë, përfshirë institucionet e tyre përkatëse të varësisë si ato të Infrastrukturës së Cilësisë, Autoriteti Kombëtar i Ushqimit dhe Qendra Kombëtare e Kontrollit të Barnave, si dhe Ministria e Transportit dhe Infrastrukturës, Ministria e Arsimit dhe Sportit, Ministria e Energjisë dhe Industrisë, Inspektorati Qendror Teknik, Banka e Shqipërisë, Ministria e Integrimit Evropian.

Çështjet kryesore të strategjisë sipas fushave:

- siguria e produkteve (ushqimore, jo-ushqimore, barnat për përdorim njerëzor, etj.);

- interesat ekonomike të konsumatorëve: si praktikat tregtare, kushtet e padrejta kontraktuale, kredia konsumatore, komunikimet elektronike, etj.
- informimi, ndërgjegjësimi dhe edukimi, përfshirë edukimin arsimor të konsumatorëve, integrimin e interesave të konsumatorëve në politikat e tjera të zhvillimit të vendit,
- procesi i këshillimit të konsumatorëve, nëpërmjet mbështetjes për qendrat e këshillimit;
- zgjidhja së ankesave të konsumatorëve jo vetëm nga strukturat shtetërore, të cilat kryesisht do të vlerësojnë rastet me impakt në mbrojtjen e interesave kolektive të konsumatorëve, por duke promovuar dhe orientuar zgjidhjen e tyre, në rrugë jashtëgjyqësore.

## 2.2 Zbatimi i strategjisë sipas planit të aktiviteteve

Sipas planit të veprimit të kësaj strategjie, organet përkatëse të përfshira në të zbatojnë detyrimet përkatëse, të tilla si:

Në zbatim të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit, është kryer një vlerësim i praktikave tregtare në fushën e kredive

të konsumatorëve, paketave të udhëtimit, nëpërmjet: organizimit të sondazheve respektivisht të bankave të nivelit të dytë dhe të operatorëve (agjencitë e udhëtimit); Në përfundim të tyre janë hartuar raporte vlerësuese për gjendjen në këto fusha, si dhe janë dhene rekomandime për përmirësimin e gjendjes.

SMK ka monitoruar më tej faqet e internetit të 182 operatorëve të paketave të udhëtimit, nëse këto janë korrigjuar. Ky monitorim u përqendrua kryesisht në informacionin para kontraktual dhe informacionin për kontratën standarde të dhënë për konsumatorët. SMK ka përfunduar procesin e monitorimit dhe rezultatet përkatëse janë paraqitur në KMK. Komisioni në lidhje me mangësitë e konstatuara ka rekomanduar ndjekjen e mëtejshme të detyrimeve përkatëse të operatorëve të paketave të udhëtimit në bashkëpunim me inspektoratin për mbikëqyrjen e tregut, i ngarkuar dhe me çështjet e turizmit.

Mbi zbatimin e Strategjisë së Mbrojtjes së Konsumatorëve dhe Mbikëqyrjes së Tregut 2020 nga institucione të tjera, jepet në vijim tabela përmbledhëse.



# 3 KOMISIONI I MBROJTJES SË KONSUMATORËVE

## 3.1 Misioni, kompetencat

Komisioni është struktura kryesore zbatuese e legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorëve.

**Misioni i Komisionit:** është mbrojtja e interesave ekonomike të konsumatorëve, nëpërmjet shqyrtimit të shkeljeve të legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorëve në lidhje me: praktikat e padrejta tregtare; publicitetin çorientues, të padrejta dhe krahasues; kushte të padrejta në kontratën e konsumatorit; kontratat jashtë qendrave të tregtimit; shitjen e mallrave të konsumatorëve të shoqëruar me garanci dhe përputhshmëria kontraktuale; kontratat në largësi; kreditë konsumatore; kontratat e paketave turistike, shërbimeve financiare në largësi, kontratat me afat të pasurive të paluajtshme, pushimeve afatgjata, rishitjen dhe shkëmbimin e kontratave.

Komisioni shqyrton dhe vendos sipas konstatimeve, kërkesave, ankesave apo informacioneve të tjera të paraqitura në Komision, kur ato përbejnë shkak të mjaftueshëm për procedim të mëtejshëm.

**Kompetencat e Komisionit:** janë nxjerrja e paralajmërimeve për ndreqjen e shkeljeve; dhënia e masave detyruese për ndreqjen e shkeljeve; urdhërimi i ndalimit të shkeljeve, si dhe vendosjen e gjobave administrative; Komisioni në rastin e shkeljeve të konstatuara mund të vendosë edhe për kompensim apo dëmshpërblim të konsumatorëve.

KMK, trajton gjithashtu edhe ankesat e konsumatorëve, duke kryer në këtë mënyrë funksionet e një strukture për Zgjidhjen Alternative të Mosmarrëveshjeve (ZAM). Komisioni u jep zgjidhje ankesave individuale të konsumatorëve, por roli i tij kryesor vendimmarrës i takon çështjeve të mbrojtjes së interesit të përgjithshëm të konsumatorëve.

**Përbërja e Komisionit:** dy përfaqësues të MZHTTES-s, 2 përfaqësues të Ministrisë së Drejtësisë dhe një përfaqësues i shoqërisë civile me përvojë në fushën e çështjeve të mbrojtjes së konsumatorit. Komisioni kryesohet Drejtori i tregut të Brendshëm, si një nga përfaqësuesit e MZHETTS. Komisioni ka filluar funksionimin në maj 2009.



## 3.2 Pak histori

- Viti 2009** → Katër mbledhje, marrja e Vendimit nr. 1, mbi dy publicitete çorientuese dhe krahasuese të transmetuara në media, sipas të cilit u urdhërua ndalimin i përhapjes së mëtejshme të njërit prej këtyre publiciteteve në të gjitha mjetet e komunikimit (televizion, internet, radio, gazeta, billboard etj.), për shkak të kundërshtisë me ligjin nr. 9902 të datës 17.04.2008.
- Viti 2010** → 8 mbledhje, 15 vendime në lidhje me: Kushte të padrejta në kontrata (energji elektrike, ujë, kredi bankare, etj), mënyrën e faturimit dhe të dorëzimit të faturave të telefonisë fikse, deklaratimet çorientuese në etiketimet e ujit të pijshëm, mospërfshirjen e TVSH në çmimet e ofrimit të shërbimeve, apo në publicitete të telefonisë fikse, informacion jo të plotë dhe çorientues në lojëra promovuese, apo në disa prej ofertat e ndryshme të operatoreve të telefonisë celulare, publicitetet çorientuese.
- Viti 2011** → 5 mbledhje, 7 vendime ndaj operatoreve, mbi çështje si: mënyra e faturimit të telefonisë fikse ankesave të konsumatorëve kundrejt kompanisë Cez Shpërndarje; universiteti jo publik "Vitrina" për mospërputhjet e shërbimit të ofruar studentëve/konsumatorëve me kushtet e kontratës
- Viti 2012-2013** → 6 mbledhje, 4 vendime në lidhje me çështje si: vlerësim i ankesave të studentëve kundrejt Universitetit jo publik Vitrina, praktika tregtare të operatoreve të ndryshëm të telefonisë
- Viti 2014** → Komisioni Mbrojtjes së Konsumatorëve (KMK), u riorganizua në bazë të Urdhrit të Kryeministrit nr. 169, datë 27.5.2014 "Për emërimin e kryetarit dhe anëtarëve të Komisionit të mbrojtjes së konsumatorëve" ka filluar funksionimin e tij në maj 2014. Janë zhvilluar 6 mbledhje, në lidhje me zbatimin e legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorëve, ku janë trajtuar çështjet të tilla si:
- Shqyrtimi i kontratës standarde të furnizimit me energji elektrike dhe ujë për konsumatorët, me synim gjetjen e kushteve të padrejta në këtë kontratë.
- Viti 2015** → Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve (KMK), ka mbajtur 4 mbledhje dhe ka marrë 2 vendime për çështjet e mëposhtme:
- Mbi shqyrtimin e kontratës standarde të furnizimit me ujë për konsumatorët, me synim gjetjen e kushteve të padrejta në këtë kontratë, komisioni mori Vendimin Nr. 35, datë 18.02.2015.
  - Vlerësimi i praktikës tregtare të Ndërmarrjes së Furnizimit me Ujit dhe Kanalizimeve, Tirana sh.a. mbi një praktikë të padrejta tregtare në lidhje me kryerjen e verifikimit të pajisjes matëse të ujit. Komisioni në bazë të dispozitave të ligjit për mbrojtjen e konsumatorit e ka konsideruar këtë praktikë të padrejtë dhe mori Vendimin nr. 37, datë 25.06.2015. Nëpërmjet këtij vendimi, Komisioni urdhëroi të pushimin e shkeljes, dhe urdhëroi operatorin për të marrë të gjitha masat për korrigjimin e saj kryesisht: nëpërmjet njoftimit individual dhe publik të konsumatorëve me informacion të vërtetë dhe të qartë, dhe mos përsëritjen e praktikave të tilla. Operatori njoftoi KMK për zbatimin e këtij vendimi.

## 3.3 Aktivitetet kryesore gjatë vitit 2016 - 2017

Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve ka zhvilluar 7 mbledhje, ka marrë 7 vendime dhe ka trajtuar rreth 30 ankesa të konsumatorëve.

### 3.3.1 Vendimet e komisionit

Gjatë vitit 2016 dhe deri në prill 2017, komisioni ka marrë 7 vendime, përkatësisht:

- Vendimi Nr. 38, datë 12.07.2016, në lidhje me praktikën e ndjekur nga Albtelecom, sh.a. në ofrimin e "Paketës 690". Konsumatorët në blerjen e kësaj pakete nuk paguanin çmimin e deklaruar, por një çmim prej 700 leke. Me anë të vendimit, Komisioni urdhëroi operatorin ndalimin shkeljes dhe marrjen e masave për mos përsëritjen e tyre. (Vendimi u zbatua nga operatori duke njoftuar KMK).
- Vendim nr. 39, datë 28.07.2016, në lidhje me një praktikë të padrejtë tregtare çorientuese dhe të mangët, në përmbajtjen me informacion të rremë dhe paraqitjen e publicitetit "Izolimi termik i fasadave - sistemi mantel - izoterm", i shoqërisë Alba Road sh.a. Komisioni urdhëroi operatorin të ndalojë shkeljen, duke ndaluar transmetimin e publicitetit, , në të gjitha mjetet e komunikimit (televizion, internet, radio, gazeta, etj), si dhe marrjen e të gjitha masave për ndreqjen
- Vendimi Nr. 40, datë 7.10.2016 "Shqyrtimi dhe miratimi i raportit "Vlerësim paraprak i kushteve të përgjithshme të "Kontratës së Pajtimit: Kushtet dhe Termat e Përgjithshme" të shoqërisë "Albanian Satellite Communications" sh.p.k [Tring]";
- Vendimi Nr. 41, datë 7.10.2016 "Shqyrtimi dhe miratimi i raportit "Vlerësim paraprak i kushteve të përgjithshme të "Kontratës së Pajtimit për ofrimin e shërbimeve të komunikimeve elektronike dhe televizionit dixhital kabllor", të operatorit Albanian Broadband Communication sh.p.k (ABCom sh.p.k);
- Vendimi Nr. 42, datë 7.10.2016 "Shqyrtimi dhe miratimi i raportit "Vlerësim i kushteve të përgjithshme të "Kontratës së Shërbimit", të operatorit "Abissnet";
- Vendimi Nr. 43, datë 7.10.2016 "Shqyrtimi dhe miratimi i raportit Vlerësim i kushteve të përgjithshme të kontratës së pajtimit për kategorinë familjar, të Operatorit të Shërbimit të Telefonisë Publike Fikse dhe Aksesit në Internet Albtelecom sh.a".
- Vendimi nr. 44, datë 11.04.2016, për praktikën tregtare të operatoreve ekonomik në lidhje me vendosjen në treg të marrësve numerikë, si dhe informimin e ndërgjegjësimin

e shkeljes dhe mos përsëritjen e praktikave të tilla. (Vendimi u zbatua nga operatori duke njoftuar KMK).

e konsumatorëve, që shoqërojnë procesin e kalimit të transmetimeve në sistemin numerik, Nëpërmjet këtij vendimi Komisioni urdhëroi operatorët ekonomik që duhet t'u sigurojnë të gjithë konsumatorëve informacion të saktë, të plotë, të kuptueshëm, mbi specifikimet teknike, karakteristikat e produktit, në mënyrë të tillë që çdo konsumator të jetë i mirinformuar përpara se të marrë vendimin për blerje.

### 3.3.2 Mbrojtja e konsumatorëve dhe mbrojtja e interesit të përgjithshëm publik

#### Kushtet e padrejta në kontratat standarde

Analizimi i kontratave standarde të operatoreve në fushën e telekomunikacionit, është kryer në kuadër të realizimit të objektivave afat mesëm të strategjisë ndërsektoriale "Për mbrojtjen e konsumatorëve dhe mbikëqyrjen e tregut 2020". Fuqizimi i efektivitetit të Komisionit të Mbrojtjes së Konsumatorëve (KMK) nëpërmjet shqyrtimit me iniciativën e tij të kontratave standarde që kanë impakt në interesat kolektivë të konsumatorëve përbën një produkt madhor të strategjisë të sipërpërmendur. Në mbrojtje të interesit publik të konsumatorëve, gjatë vitit 2016 komisioni ka shqyrtuar katër kontrata standarde të konsumatorëve për shërbimin e internetit ofruar nga operatorët,

me synim gjetjen dhe me pas shfuqizimin e kushteve të padrejta, duke pasur si qëllim:

« *Forcimin e pozitës së konsumatorit në treg gjatë nëpërmjet eliminimit të kushteve të padrejta në kontrate standarde për konsumatorët/klientët familjarë, në procesin e hartimit të të cilës konsumatorët nuk kanë qenë në gjendje të ndikojnë në përmbajtjen e kushteve të kontratës.* »

Komisioni mori 4 vendime (nr. 40-44, datë 7.10.2016) respektivisht kundrejt operatorëve Tring, ABcom; Abissnet dhe Albtelecom. Këto vendime u zbatuan nga operatorët dhe duke vene në dijeni Komisioni.

Në mbrojtje të interesit publik të konsumatorëve, komisioni gjate viteve 2014 - 2016 ka shqyrtuar edhe kontrata te tjera standarde të konsumatorëve ne lidhje me:



Furnizimin me energji elektrike për klientin e kategorisë familjare;



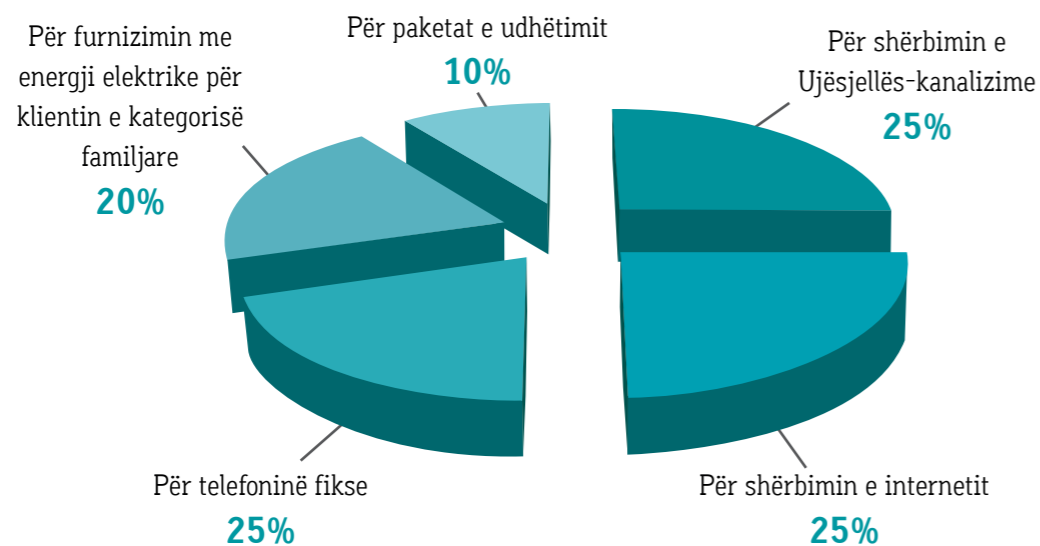
Paketat e udhëtimit;



Për shërbimin e Ujësjetës-kanalizimeve;

Paraqitja skematike, ne vijim:

#### Eliminimi i kushteve të padrejta ne kontratat standarte



#### Kushtet e padrejta me të përgjithshme të gjetura në kontratat

Kushtet e padrejta më të përgjithshme të gjetura në kontratat e sipërpërmendura janë:

1. Rasti kur operatori kërkon të mbajë të drejtën për të ndryshuar kushtet e kontratës, është në kundërshtim me LMK pasi duhet të përcaktojë në mënyrë transparente rastet e ndryshimit të

kushteve, arsyet që çojnë në ndryshimin e këtyre kushteve, në mënyrë që konsumatori të jetë në gjendje të parashikojë këto ndryshime dhe të mund të njohë që në kohën e lidhjes së kontratës pasojat dhe ndikimin që do të sjellë kjo kontratë në situatën e tij ekonomike dhe financiare.

2. Mos parashikimi i detyrimit të operatorit për njoftimin me shkrim të konsumatorit për përfundimin e afatit të kontratës, përkundrejt

detyrimit të konsumatorëve, për njoftimin me shkrim të operatorit, për mos vazhdimin e kontratës. Kjo mangësi, përbën kufizim të të drejtave të konsumatorëve, në drejtim të marrjes së një informacioni të plotë, si pasojë e mos përmbushjes së detyrimit të vetë operatorit.

3. Parashikimi në kontratë i një afati të gjatë (12 mujor) për kthim të kontratës me afat të pacaktuar, pa njoftim paraprak nga operatori, bën që, konsumatori i kërkohet marrja e një vendimi për anulim të kontratës shumë kohë përpara (një vit), dhe në rast harrrese apo gabim në parashikim, sjell zgjatjen e kontratës me afat të pacaktuar dhe si rrjedhojë, zgjatjen e detyrimeve të tyre monetare, ndoshta të padëshiruar, duke përbërë kështu një kusht të padrejtë ndaj konsumatorit.

4. Parashikimi në kontrate se mosmarrjen e faturës nuk e çliron pajtimtarin nga detyrimi për të paguar brenda kohës së përcaktuar. Por, kontrata ka të përcaktuara qartë detyrimet e dy palëve në lidhje me dorëzimin dhe pagesën e faturës. Nuk mund të ngarkohet konsumatori me pasojat që rrjedhin nga mos përmbushja e detyrimit të vetë operatorit.

5. Aplikimi i rritjes së tarifës së një apo më shumë shërbimeve të zgjedhura nga pajtimtari në kontratë, duke mos parashikuar procesin të njoftimit individual me shkrim të pajtimtarit nga

operatori. Kjo gjë përbën një mospërmbushje të detyrimit të tregtareve për të informuar me shkrim konsumatorët, e cila sjell si pasojë kufizimin e të drejtave të konsumatorëve për të marrë informacionin e plotë që duhet t'u shërbejë për një vendimmarrje sa më racionale.

6. Në lidhje me kërkesat e transparencës të parashikuara në nenin 28 të LMK, sipas të cilit përcaktohet që sshkrimi i përdorur në kontratë të jetë "Times New Roman", me madhësi të karakterit të shkrimit, të paktën 10, vihet re që kontrata është shkruar me një shkrim me madhësi karakteri më të vogël se ajo e kërkuar, çka paraqet vështirësi në lexim, për rrjedhojë dekurajon konsumatorët nga leximi i saj. Kjo kërkesë e ligjit është një kriter formal për vlerësimin e kushtit si të padrejtë.

Vendimet e sipërpërmendura kanë gjetur zbatim nga operatorët duke njoftuar KMK për kete zbatim.

#### Çështjet e trajtuara mbi praktikën e padrejta tregtare në fushën e telekomunikacionit

Konsumatorë individuale, kane ngritur disa problematika, që i takojnë praktikave tregtare të fushës së telefonisë celulare dhe të ofruara nga operatorët e kësaj fushe. Komisioni ka konstatuar se ato prekin interesat e të gjithë konsumatorëve të komunikimeve elektronike. Këto problematika kanë të bëjnë kryesisht me:

« *Mungesa e dhënies së një informacioni të plotë; Mos funksionimi i shërbimit roaming apo përfundimi i këtij shërbimi duke mos respektuar kushtet e ofrimit; Mungesën e njoftimit përfundimtar për konsumimin e plotë të një pakete, mbas njoftimit të konsumimit 80% të saj, si për numrat me kontrate edhe për ato me parapagese, si dhe mosrespektimi i njoftimit për konsumimin e 80% të paketës, për të gjithë; Mbarimin e shpejtë, përpara afatit, të njësisve të ofertës së blerë nga konsumatorët dhe mos njoftim për mbarimin e ofertave; Mospërputhjen e shërbimit të ofruar, me kushtet e ofertës "1 mujore me çmim 1000 lek"; Ndryshimin e kohëzgjatjeve të ofertave mujore të kompanive telefonike.* »

Problematika e sipërpërmendur i takon një periudhe gati dy vjeçare (shtator 2015 e në vijim). Gjatë kësaj periudhe, Komisioni konstaton se, ankesat me shqetësimet përkatëse të konsumatorëve, nuk kanë pasur konsideratën e duhur, si nga operatorët ashtu edhe nga AKEP dhe në këtë mënyrë konsumatorët nuk kanë marrë zgjidhje për ankesat e tyre.

Në konkluzion, Komisioni në muajin mars 2017, i është drejtuar AKEP, në cilësinë e organit që mbikëqyr, kontrollon dhe monitoron veprimtarinë e sipërmarrësve të rrjeteve të komunikimeve elektronike dhe të shërbimeve të komunikimeve elektronike, si dhe zgjidh mosmarrëveshjet ndërmjet pajtimtarëve dhe sipërmarrësve, në përputhje me legjislacionin për komunikimet elektronike, duke



ju kërkuar marrjen e masave për trajtimin dhe zgjidhjen e kësaj problematike të shërbimeve të sipërpërmendura.

### *Çështjet e trajtuara mbi praktikën tregtare për vendosjen në treg të marrësve numerikë (dekodera)*

Komisioni ka marre në shqyrtim praktikën tregtare të operatorëve ekonomik në lidhje me vendosjen në treg të marrësve numerikë si dhe informimin e ndërgjegjësimin e konsumatorëve, që shoqërojnë procesin e kalimit të transmetimeve në sistemin numerik, në bazë të Ligjit nr. 9902, datë 17.04.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", i ndryshuar"

Komisioni vlerësoi se ky proces përfshin në mënyrë të pashmangshme dhe ndikon direkt te konsumatorët, në cilësinë e përdoruesve përfundimtar. Bazuar në ligjin Nr. 9902, datë 17.04.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", të ndryshuar, konsumatorët kanë të drejtën të marrin të gjithë informacionin e nevojshëm në lidhje me televizionin dixhital, procesin e kalimit nga transmetimi analog në dixhital, si dhe pajisjen dhe përdorimin me marrësit numerik. Ky proces duhet të zbatohet për të gjitha dekodert që vendosen në treg dhe duhet të zbatohet nga prodhuesit, përfaqësuesit e autorizuar të prodhuesit, subjektet përgjegjëse për vendosjen e pajisjeve në treg dhe operatorët e rrjeteve numerike, nëse ata janë përgjegjës për vendosjen në treg të pajisjeve.

Me qëllim mbrojtjen e interesit publik të konsumatorëve, të drejtën e mbrojtjes së interesave ekonomik dhe realizimit të të drejtës së konsumatorëve për marrjen e informacionit, Komisioni mori Vendimin nr. 44, datë 11.04.2016, ndërmjet të cilit urdhëron operatorët ekonomik që duhet t'u sigurojnë të gjithë konsumatorëve informacion të saktë, të plotë, të kuptueshëm, mbi specifikimet teknike, karakteristikat e produktit, në mënyrë të tillë që çdo konsumator të jetë i mirinformuar përpara se të marrë një vendim për blerje.

### *Hartimi i një kodi sjellje ndërmjet operatorëve të fushës së komunikimeve elektronike*

Në zbatim të Vendimit nr. 36, datë 18.02.2015 të Komisioni të Mbrojtjes së Konsumatorëve, SMK/MZHETTS në bashkëpunim me Autoritetin e Komunikimeve Elektronike dhe Postare, ndërmorrën nismën për hartimin e një kodi sjelljeje mes operatorëve të fushës së komunikimit të telefonisë. Në zbatim të Ligjit 9902/2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", i ndryshuar.

Kodi i sjelljes u nënshkrua, në muajin tetor 2016, nga katër operatorët: Albtelecom, sh.a, Plus Communication, Telecom Albania, Vodafone Albania.

Kodi i Sjelljes përbën dokumentin, që shpreh marrëveshjen e negociuar dhe të miratuar nga sipërmarrësit/operatorët e komunikimeve elektronike, për fushën e komunikimeve elektronike

dhe që nëpërmjet saj, operatorët marrin përsipër të zbatojnë rregullat e përcaktuara në këtë kod në marrëdhëniet me konsumatorët, por edhe midis tyre.

Zbatimi i këtij kodi ka një impakt të drejtpërdrejtë tek qytetarët/konsumatorët, pasi do të sigurojë ofrimin e një shërbimi me të mirë ndaj konsumatorëve, duke respektuar norma etike të sjelljes kundrejt tyre, përmirësimin e transparencës së tregut, për një informim me të mirë të tyre. Gjithashtu, do të sjellë përmirësimin e konkurrencës së ndershme midis vetë operatorëve, si dhe uljen e ankesave të vetë operatorëve, në organet administrative shtetërore, për praktikën tregtare që ata zbatojnë në treg.

Vlen të theksohet fakti që hartimi i këtij kodi është një praktike e njohur për vendet e BE, por i zbatuar për herë të parë dhe në vendin tonë, përbën një risi. Kodi do të përbëjë një dokument publik që do të vihet në dispozicion të publikut në çdo web apo faqe zyrtare të operatorëve të komunikimit elektronike.

### *Propozimi për ndryshimin e ligjit të mbrojtjes së konsumatorëve*

SMK/MZHETTS ka ndërmarrë iniciativën për hartimin e projektligjit "Për disa shtesa dhe ndryshime në Ligjin nr. 9902, datë 17.4.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", të ndryshuar".

Objektivi i përgjithshëm që

synon projektligji është fuqizimi i konsumatorëve nëpërmjet rregullimit të informimit të tyre mbi shitjet dhe shërbimet që ofrohen në treg, si dhe ka për qëllim të kontribuojnë në arritjen e një mbrojtje më të lartë për ta, duke siguruar që mosmarrëveshjet ndërmjet tyre dhe tregtarëve të trajtohen nga struktura jashtëgjyqësore që ofrojnë procedura të zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve, të paanshme, transparente, efektive dhe të drejta, pa i kufizuar të drejtën konsumatorëve për t'iu drejtuar gjykatës, duke kontribuar kështu në funksionimin e mirë të tregut të brendshëm.

Ky informim konsiderohet mjaft i rëndësishëm për të fuqizuar konsumatorët në treg dhe për t'i mundësuar atyre vendimmarrjen e informuar dhe të ndërgjegjshme për realizimin sa më të mirë e të plotë të interesave të tyre. Detyrimi për informacion i vendosur nga projektligji mbi tregtarët minimizon asimetrinë e informacionit që rëndom ndeshet ndërmjet dy palëve; asaj të mire informuar mbi shërbimet dhe mallrat që ofron, tregtarëve, dhe palës që nuk ka të njëjtat mundësi, konsumatorëve. Pra ky projektligj, në përgjithësi synon vendosjen e ekuilibrave të drejtë në ekonominë e lirë të tregut dhe shmangien e deformimeve dhe mangësive të tregut të mallrave dhe shërbimeve të ofruara ndaj publikut të gjerë.

Objektivat specifikë të projektligjit lidhen me detyrimin për përafrimin e legjislacionit shqiptar me atë të BE, sipas përcaktimeve të

nenit 70 të MSA. Ky projektligj përfaqëson përmirësimin e fazës së parë të përafrimit të legjislacionit në fushën e mbrojtjes të konsumatorëve, pasi kërkohet përafrimi i legjislacionit në fushën e të drejtave të konsumatorëve me legjislacionin më të ri dhe bashkëkohor të BE, më konkretisht, transpozimi i Direktivës 2011/83/BE të Parlamentit Evropian dhe Këshillit, datë 25 tetor 2011 "Për të drejtat e konsumatorit. Ndërsa për sa i takon zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve, ky projektligj transponon Direktivën 2013/11/BE të Parlamentit Evropian dhe Këshillit, datë 21 maj 2013 "Për zgjidhjen alternative të mosmarrëveshjeve të konsumatorëve".

### **3.3.3 Ankesat individuale të konsumatorëve**

Komisionit i Mbrojtjes së Konsumatorëve trajton ankesat e konsumatorëve, të cilat do të përkufizohen si: deklaratë pakënaqësie e konsumatorit ndaj një tregtari të veçantë, në lidhje me shitjen, furnizimin apo promovimin e një malli apo shërbimi, përdorimin e një malli apo shërbimi apo kryerjen e shërbimeve pas shitjes.

Ankesat i paraqitet Komisionit apo sekretariatit teknik të tij, në rrugë elektronike apo me shkrim. Ankesa plotësohet në përputhje me formularin standard të ankesës, i cili është i publikuar në faqen zyrtare. Formulari standard mund të shkarkohet, të plotësohet dhe të depozitohet drejtpërdrejt ose në

rrugë postare. Të gjitha ankesat që adresohen pranë komisionit regjistrohen nga sekretariati. Në rast se ankesat janë të paplota apo të pashoqëruara me dokumentacionin e nevojshëm i kërkohet konsumatorit plotësimi i tyre.

Komisioni gjatë shqyrtimit të ankesave mund të kërkojë prova dokumentare në varësi të llojit të shkeljes, dëgjon palët apo përfaqësuesit e tyre ligjor, përcakton llojin e shkeljes, konstaton llojin e kundërvajtjes administrative, si dhe përcakton masën apo gjobën përkatëse

Komisioni mund të bashkëpunojë sipas rastit me Inspektoratin Shtetëror të Mbikëqyrjes së Tregut në lidhje me ndonjë ankesë konkrete. Në përfundim të procedurave komisioni merr vendim, i cili është i arsyetuar, regjistrohet, publikohet, si dhe i njoftohet ankuesit dhe palëve të interesuara.

Problematikat e ankesave të konsumatorëve, të paraqitura pranë komisionit, jepen në vijim:

- ◆ Qendra "Konsumatori Shqiptar", ka paraqitur ankesa nga ndaj disa operatorëve të ofrimit të shërbimit të telefonisë celulare dhe të shërbimit turistik, për mosrespektim të shërbimeve të ofruara me kushtet e kontratave: Në lidhje me ankesa për shërbimin turistik, komisioni vendosi **kalimin për kompetencë tek Inspektorati Shtetëror i Mbikëqyrjes së Tregut.**



Në lidhje me ankesat për mosrespektim të shërbimeve të ofruara me kushtet e kontratave, komisioni ngarkoi sekretariatit teknik të beje një hetim të përgjithshëm dhe përgatisë një informacion në lidhje me problematikat që janë hasur tek të gjithë operatorët elektronikë për sa i përket ofertave. Me pas, duke marrë shkas nga ankesat e shumta të konsumatorëve u organizua një seancë dëgjimore me këta operatorë, pjesë e të cilës ishin dhe përfaqësuesit e Autoritetit të Komunikimeve Elektronike dhe Postare, ku u diskutuan të gjitha problematikat. Në përfundim të seancave dëgjimore dhe shqyrtimit të materialeve, **komisioni i është drejtuar AKEP**, si institucioni kompetent, me një shkresë duke i kërkuar marrjen e masave për trajtimin dhe zgjidhjen e kësaj problematike të shërbimeve të sipërpërmendura.

- ◆ Ankesa nga konsumatorë ndaj një banke për mosrespektim të kushteve të kontratës në ofrimin e një kredie. Komisioni së bashku me sekretariatit janë në vijim të trajtimit të kësaj çështjeje, të mbledhjes së dokumentacionit, për shkak të natyrës së saj komplekse.
- ◆ Ankesat e disa operatorëve të telekomunikacionit, në lidhje me publicitetin për lançimin e internetit 4G, përpara datës 1 shtator 2015, në kundërshtim me vendimin e AKEP.

Në lidhje me ankesat e operatorëve elektronikë për publicitetin e lançimit të internetit 4G/LTE në brezin 1800 para datës 1 shtator 2015, komisioni ngarkoi Sekretariatit Teknik të kontrollojë publicitetet e bëra në lidhje me këtë shërbim, për sa i përket informimit të konsumatorit. **Çështja u zgjidh me nënshkrimin e kodit të sjelljes nga 4 operatorët elektronikë me date 24 tetor 2016.**

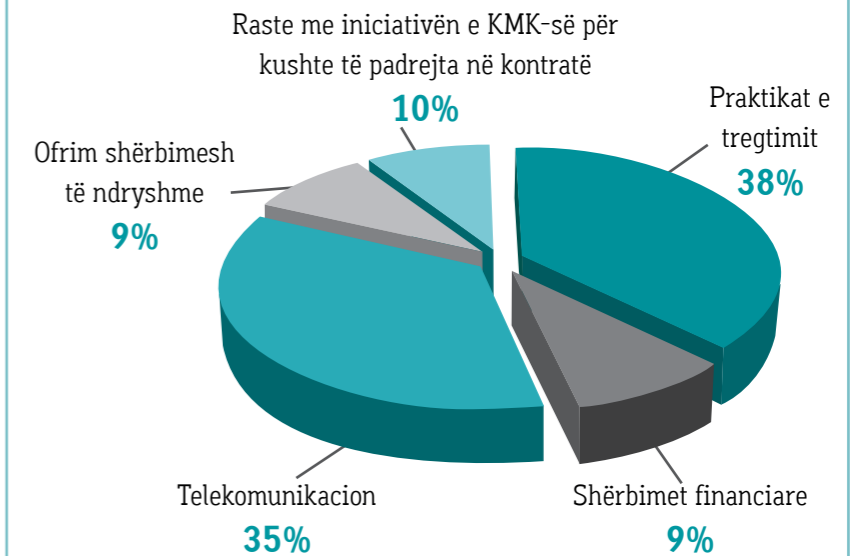
- ◆ Ankesa e një kompanie të materialeve të ndërtimit, për praktike të padrejta tregtare dhe publicitet krahasues të palejuar, në përmbajtjen me informacion të rremë dhe paraqitjen e publicitetit "Izolimi termik i fasadave - sistemi mantel - izoterm" i shoqërisë Alba Road sh.a.
- ◆ Ankesa e dërguar nga kompania MSA-IP kundrejt shoqërisë Hyseni SHPK për praktike tregtare të padrejta. Pas njoftimit nga komisioni

për fillimin e procedimit administrativ, kompanitë njoftuan me shkresë përkatëse zyrtare se **kishin nënshkruar një marrëveshje mirëkuptimi** dhe çështja u mbyll.

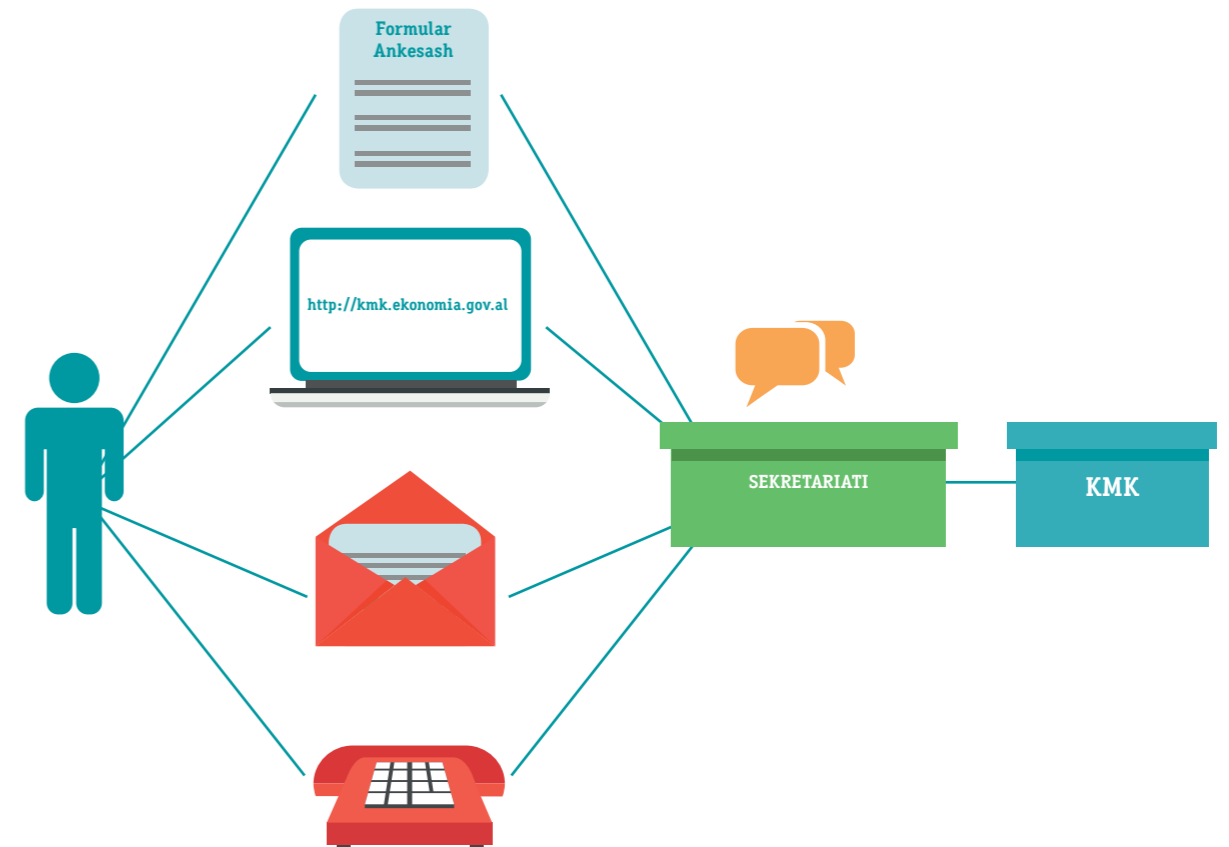
- ◆ Ankesa kundrejt subjektit "PRO EXCHANGE" për praktike tregtare të padrejta. Komisioni, pas shqyrtimit të kësaj anekese, njoftoi me shkresë zyrtare kompaninë për fillim procedimi administrativ dhe gjithashtu i kërkoj informacion në lidhje me te. Aktualisht, aktiviteti i kësaj kompani **është ende çështje në shqyrtim për komisionin** sepse rastet e ankimit ndaj kësaj zyre këmbimi valutor janë të përsëritura.
- ◆ Ankesa për mbi faturime nga OSSHE, UKT. Komisioni iu drejtua **enteve përkatëse rregullatore** si autoritete kompetente për këto çështje.
- ◆ Ankesa nga kompania Neptun ndaj Shoqërisë AZA Electronics, në lidhje me praktikë tregtare çorientuese të ushtruar nga kjo e fundit. në fushatën publicitare "Festat Nën Kosto". Komisioni e vlerësoi praktiken të padrejtë dhe mori **Vendimin nr. 46 date 16.05.2017**. Subjekti u urdhërua për marrjen e të gjitha masave për ndreqjen e shkeljeve të kësaj natyre dhe mos përsëritjen e praktikave të tilla, duke ju siguruar konsumatorëve, informacion të qartë, të plotë, të kuptueshëm për të gjitha elementët që përbëjnë fushatën publicitare.

- ◆ Ankesë nga një konsumator në lidhje me shërbimin e instalimit të pajisjes së filtrimit të ujit të pijshëm në banesë nga kompania Blue Filters AL. Komisioni mori **Vendimin nr. 45 date 16.05.2017** ku urdhëroi subjektin për marrjen e masave për ndreqjen e shkeljeve dhe mos përsëritjen e praktikave të tilla, si dhe për dëmshpërblimin e konsumatorëve.
- ◆ Ankesa për Shoqërinë Digitalb në lidhje me një praktikë tregtare agresive. Me asistencën e sekretariatit teknik, **çështja u zgjidh me mirëkuptim** mes tregtarit dhe konsumatorit.

### Fushat e ankesave të trajtuara nga KMK gjatë viteve 2015-2017



### Skema e Ankesave të Konsumatorëve



# 4

## SIGURIA E PRODUKTEVE



Një rol të rëndësishëm në mbrojtjen e interesave ekonomike të konsumatorëve ka edhe informimi për sa i përket efijencës së energjisë. Hartimi i akteve nënligjore mbi informacionin për efijencën e energjisë në produktet elektroshtëpiake është një nga objektivat e Strategjisë ndersektoriale:

« *Plotësimi i mëtejshëm i legjislacionit që ka lidhje me informacionin mbi efijencën e energjisë në produkte me ndikim në konsumin e energjisë* »



Gjatë vitit 2016 e deri prill 2017 janë hartuar disa VKM që kanë miratuar rregullat teknike në lidhje me produkte të tilla si: kondicionerët e ajrit; etiketimi i llampave dhe ndriçuesit elektrike, si dhe për furrat shtëpiake dhe aspiratorët thithës.

Në fushën e sigurisë së përgjithshme të produkteve, për ndërgjegjësimin e konsumatorëve janë përgatitur fletëpalosje informative për biçikletat e fëmijëve, drejtuar si konsumatorëve ashtu dhe operatorët. Fletëpalosja përmban informacion në lidhje me etiketimin, udhëzimet për përdorim, si dhe kërkesat e veçanta për sigurinë e këtij produkti. Këto fletëpalosje u shpërndanë në pikat ku shiten lodra dhe produkte për fëmijë, si dhe me konsumatorët dhe organizatat e biznesit.

Në fushën e sigurisë së produkteve vepron Inspektorati i Mbikëqyrjes së Tregut. VKM nr. 36, datë 01/20/2016" Për krijimin e Inspektoratit të Mbikëqyrjes së Tregut (IMT) " u miratuar më 20 janar 2016. Ky inspektorat është i strukturuar në 5 departamente kryesore (teknike, mbikëqyrjes së produkteve, mbikëqyrjen e standardeve të turizmit, të pronësisë Intelektuale dhe shërbimet e brendshme) me 90 të punësuar.

# 5

## BASHKËPUNIMI NË NIVEL VENDOR

Për përmirësimin e nivelit të mbrojtjes së konsumatorëve, zbatimin efektiv të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorëve, marrjen e masave sa më konkrete për mbrojtjen e konsumatorëve, është e nevojshme shtrirja e çështjeve të konsumatorëve në të gjithë vendin, nëpërmjet bashkëpunimit me njësitë e qeverisjes vendore. Ligjit nr. 9902, datë 17.04.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", pika 2 e nenit 49, i jep strukturës përkatëse në MZHETTS, kompetenca në lidhje me bashkëpunimin me organe qendrore e vendore për mbrojtjen e konsumatorëve.

Në kuadër të reformës dhe procesit të riorganizimit të bashkive, MZHETTS me mbështetjen edhe të Agjencisë së Zbatimit të Reformës Territoriale (AZRT), ka vendosur bazat e bashkëpunimit me 61 bashkitë e vendit. Aktualisht, çdo bashki ka punonjës in e ngarkuar me çështjet e mbrojtjes së konsumatorëve. Këta punonjës do të jenë pjesë e punës së përbashkët, për zbatimin e detyrimeve të parashikuara në legjislacionin e mbrojtjes së konsumatorëve.

Në kuadër të ndërmarrjes së iniciativës nga SMK/MZHETTS "Përfshirja e pushtetit vendor në përmirësimin e zbatimit të legjislacionit dhe rritjen e nivelit të mbrojtjes së konsumatorëve". janë organizuar gjatë muajve maj-korrik 2016, në qytetet e Shkodrës, Korçës, Sarandës dhe Elbasanit, 4 takime rajonale me përfaqësuesit e 61 bashkive, në lidhje me njohjen e punonjësve të bashkisë me legjislacionin e mbrojtjes së konsumatorëve, procedurat që duhet të ndiqen për trajtimin e ankesave të konsumatorëve, dhënien e informacionit të nevojshëm për konsumatorët, si dhe mënyrat e sigurimit të një bashkëpunimit të vazhdueshëm dhe efikas midis MZHETTS dhe bashkive.

Vendosja e kontakteve me bashkitë, përcaktimi i funksioneve dhe kompetencave, që do të kryejnë strukturat e pushteti vendor; hartimi i një memorandumi bashkëpunimi me tre bashki të përzgjedhura si pilot (Elbasan, Lushnjë, Tepelenë), dhe së fundmi përgatitja e propozimeve të ndryshimeve në legjislacionin

e mbrojtjes së konsumatorëve. Këto ndryshime, do të bëjnë të mundur sanksionimin ligjor të kësaj nisme, kryesisht për delegimin e disa kompetencave në lidhje me: informimin, njoftimin dhe ndërgjegjësimin e konsumatorëve, apo procesin e trajtimit të ankesave të konsumatorëve.

Një tjetër aspekt i rëndësishëm i parashikuar në ndryshimet legjislative është gjithashtu bashkëpunimi dhe ndihmesa e pushtetit vendor ndaj shoqatave të konsumatorëve, për procesin e këshillimit të konsumatorëve, në funksionin e shoqatave për drejtimin e qendrave të këshillimit të konsumatorëve.

## 6

## NDËRGJEGJËSIMI PUBLIK MBI ÇESHTJET E KONSUMATORËVE

### Edukimi dhe informimi i konsumatorit

SMK në vijueshmëri në vite ka ndërmarrë disa iniciativa në lidhje me informimin dhe edukimin e konsumatorëve duke ndërmarrë fushata ndërgjegjësimi. Ky proces ka ndihmuar jo vetëm konsumatorët për të njohur më mirë të drejtat e tyre dhe ti zbatojnë ato, por dhe Sektorin e Mbrojtjes së Konsumatorëve në MZHETTS dhe Komisionin e Mbrojtjes së Konsumatorëve. Në punën që këto struktura, të njohin nëpërmjet konsumatorëve, se ku qëndrojnë shkeljet e legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorëve, dhe për të marrë masat e nevojshme në zbatim të funksioneve politikëbërëse dhe rregullatore.

### Viti 2014 →

Ne muajin Shtator, SMK lancoi fushatën ndërgjegjësuëse "Përdorni të drejtat tuaja". Kjo fushatë synon inkurajimin e konsumatorëve për të njohur e mësuar me shume rrethe të drejtave të tyre, për ti ushtruar ato. Aktivitetet kryesore konsistonin në:

- ◆ Kryerjen e një anketimi tek konsumatorët mbi njohjen e të drejtave të tyre. Kështu, u përgatit një pyetësor, i cili në bashkëpunim me shoqatat e konsumatorëve dhe disa bashki u shpërnda dhe u plotësua ne disa qyteteve të vendit. Gjatë muajit dhjetor 2014, të dhënat e mbledhura u përpunuan.
- ◆ Mbajtja e prezantimeve me studente në ambientet e disa fakulteteve te Universitetit publik dhe atyre jo publik ne Tirane, ne lidhje me të drejtat e konsumatorëve sipas legjislacionit te mbrojtjes se konsumatoreve.
- ◆ Përgatitja dhe vendosja ne faqen web te Ministrisë e një publikimi për të drejtat e konsumatorëve.
- ◆ Përgatitja e 5000 cope fletëpalosje, me buxhetin e MZHTES, te cilat u shpërndanë nëpërmjet Postes Shqiptare ne disa zona kyçe te Tiranës dhe ne qytet me kryesore te Shqipërisë

Në përmblyllje të kësaj fushate u organizua një takim ku pjesëmarrës ishin përfaqësues të shoqatave të konsumatorëve, organizata biznesi dhe stafe akademike, me qëllim prezantimin e rezultateve dhe diskutime për aktivitetet e ardhshme.

### Viti 2015 →

SMK/MZHETTS ka organizuar dy fushata ndërgjegjësuëse me konsumatorët, përkatësisht:

1. Fushata e parë, në nëntor-dhjetor 2015, pati për qëllim të inkurajojë konsumatorët sidomos nxënësit e shkollave të mesme, për të mësuar më shumë për të drejtat e tyre dhe për të ushtruar ato. Aktivitetet konsistuan në:
  - ◆ Përgatitja e 7000 cope fletëve ndërgjegjësimi për konsumatorët, në bazë të modelit të publikuar në faqen e Komisionit Evropian. Përmbajtja konsiston në dhënien e informacionit në lidhje me të drejtat e tyre, të tilla si: e drejta për t'u tërhequr brenda 14 ditëve, nga kredia konsumatore, kontratat në largësi apo nga shitja jashtë qendrave të tregtimit. Këto fletëpalosje janë shpërndarë në aktivitete të ndryshme të konsumatorëve, si dhe në qendrat e biznesit, dhe vende të tjera të arritshme nga ana e tyre nëpërmjet Postës Shqiptare.
  - ◆ Një proces anketimi me 800 nxënës të klasave të larta të nëntë shkollave të mesme në Tiranë është kryer në bashkëpunim me Agjencinë për Mbrojtjen e Konsumatorit në Bashkinë e Tiranës. Qëllimi i këtij studimi ishte për të vlerësuar njohuritë që nxënësit kishin fituar për të drejtat e konsumatorit dhe zbatimin e tyre në treg. Gjatë këtij procesi janë shpërndarë fletëpalosje me informacion për të drejtat e konsumatorit. Në fund të këtij procesi u përgatit një raport përmbledhës si dhe u hartuar disa rekomandime me qëllim të përmirësimit të njohurive për të drejtat e konsumatorëve.
  - ◆ Mbajtja e një tryezë të rrumbullakët në Hotel Tirana International më 10.12.2015. Në aktivitetin kishte pjesëmarrje nga të gjitha palët e interesuara : shoqatat e konsumatorëve, ministritë, Bashkia e Tiranës, studentë, etj. Kjo veprimtari përmbylli fushatën ndërgjegjësimi dhe në të u paraqiten rezultatet e studimit të kryer në shkollat e mesme.

### Viti 2016 →

Në 15 mars 2016, me rastin e Ditës së Konsumatorëve, Sektori i Mbrojtjes së Konsumatorëve (MZHETTS), organizoi një sërë aktivitetesh me moton:

### Konsumatorë, përdorni të drejtat tuaja!

Këto aktivitete konsistuan ne:

- ◆ Ngritjen e tendave promocionale ne 4 pika kyçe te kryeqytetit. Tendat u vizituan nga rreth 1200 konsumatorë dhe në to u shpërndanë me shume se 2500 materialesh informuese: fletëpalosje dhe broshura, me informacion ne lidhje me kontratat e shitjes së mallrave, paketat turistike dhe praktikat e padrejta tregtare, si dhe materiale publicitare, si çanta, bluza, etj. Gjithashtu, në këto qendra konsumatorët paraqiten ankesa te ndryshme dhe morën këshillimin përkatës.
- ◆ Organizimin e një tryeze te përbashkët me pjesëmarrje nga te gjithë aktoret për mbrojtjen e konsumatorëve: ministri të linjës; shoqatat e konsumatorëve dhe organizata të biznesit. Në takim mori pjese dhe Ministrja e MZHTTS, znj. Milva Ekonomi, ku dhe mbajti një fjalim të rëndësishëm. Diskutimet e pjesëmarrjeve u përqendruan situatën aktuale dhe për hapat e mëtejshëm që do të ndërmerren për të

përmirësuar zbatimin e të drejtave të konsumatorëve dhe për të rritur ndërgjegjësimin e konsumatorëve dhe operatorëve.

Në muajin dhjetor 2016, në kuadër të zhvillimit të fushatës ndërgjegjësuere për konsumatorët "Konsumator, bli me zgjuarsi!", janë printuar rreth 7000 (shtatë mijë) fletëpalosje dhe janë dërguar në 61 bashki të vendit, ku personat e kontaktit përgjegjës për çështjet e konsumatorëve në këto bashki, kanë marrë masat për ekspozimin e tyre pranë zyrës së informacionit, si dhe sigurimin e shpërndarjes së tyre.

## Viti 2017

Në kuadër të 15 – Marsit, Ditës Ndërkombëtare të Konsumatorëve, Sektori i Mbrojtjes së Konsumatorëve/ Drejtoria e Tregut të Brendshëm në MZHETTS, zhvilloi një fushatë ndërgjegjësuere, në lidhje me përfshirjen e pushtetit vendor në çështjet të mbrojtjes së konsumatorëve, për zbatimin e ligjit të mbrojtjes së konsumatorëve edhe nga Njësitë e Vetëqeverisjes Vendore. Slogani i këtij viti ish:

**"Konsumator: informohu, këshillohu, ankohu".**

Me rastin e kësaj dite u zhvilluan aktivitete në Elbasan dhe në Lushnjë, ku u inaugurua dhe hapja e dy Zyrave për mbrojtjen e konsumatorëve, të ngritura pranë dy këtyre bashkive, si dhe u shpërndane materiale promovuese për mbrojtjen e konsumatorëve si: çanta letre, bluza, byzylyk plastik me sloganin e fushatës.

Gjithashtu, ky proces u parapri nga hartimi dhe nënshkrimi i një memorandumit bashkëpunimi me tre bashki të përzgjedhura si pilot (Elbasan, Lushnjë, Tepelenë) me MZHETTS.

Në lidhje me ankesat e konsumatorëve, konsumatorët mund të paraqesin ankesat e tyre drejtpërdrejtë në bashkitë përkatëse, të cilat mbas një selektimi paraprak të tyre, sipas rastit, do t'i dërgojnë tek Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve (KMK).

Ky trajtim i ankesave ka një ka një rol të dyfishtë, së pari, lehtëson konsumatorët për të paraqitur ankesat e tyre, atje ku ata banojnë, pa qenë nevoja të angazhohen deri në strukturën qendrore, MZHETTS apo KMK, dhe së dyti, ndihmon Sektorin e mbrojtjes së konsumatorëve në MZHETTS, në punën e tyre jo vetëm të zgjidhjes së ankesave, por edhe për të njohur se ku qëndrojnë shkeljet e legjisllacionit të mbrojtjes së konsumatorëve, për të marrë masat e nevojshme në zbatim të funksioneve politikëbërëse dhe rregullatore.

## Edukimi online i konsumatorëve

Në dispozicion të konsumatorit është dhe faqja e internetit e KMK (<http://kmk.ekonomia.gov.al>), që nga shtatori 2015. Kjo faqe ka për qëllim të ofrojë informacion më të mirë për konsumatorët, si dhe për paraqitjen online të ankesat të tyre. Vazhdon puna për plotësimin dhe përditësimin e rubrikave përkatëse me të dhëna të reja: miratimi i strategjisë, zhvillimi i dy fushatave ndërgjegjësuere, vendosja e rezultateve të anketimeve, disponueshmërinë e anketimit në mënyrë që të plotësohet online nga ana e konsumatorëve, botimin e fletëpalosjeve dhe broshurave të tjera, etj. Krijimi i faqes u mbështet nga projekti GIZ.

Që nga muaji prill 2014 është krijuar faqja sociale (FB) për të kontribuar në mënyrë të vazhdueshme për përmirësimin e informimit dhe ndërgjegjësimin të konsumatorëve shqiptar në lidhje me mbrojtjen e të drejtave të tyre.

## Shoqatat e konsumatorëve dhe grupet e interesit

Bashkëpunimi me grupet e interesit, përfshirë organizatat apo shoqatat në mbrojtje të konsumatorëve ka vijuar më tej. Konkretisht, gjatë procesit të konsultimeve në lidhje me procesin e hartimit të strategjisë, apo gjatë procesit të marrjes së mendimeve për aktet e ndryshme ligjore përmendim pjesëmarrjen e shoqatave të konsumatorëve.

Aktualisht, ushtrojnë aktivitetin e tyre në mbrojtje të të drejtave të konsumatorëve 5 shoqata konsumatorësh, me të cilat janë organizuar një sere

takimesh të përbashkëta me qëllim shkëmbimin e opinioneve mbi përmirësimin e bashkëpunimit midis strukturës shtetërore dhe shoqatave të konsumatorëve.

Në mars të vitit 2015, u mbajt një tryezë të rrumbullakët me përfaqësuesit e MZHETTS të mbrojtjes së konsumatorëve dhe turizmit, përfaqësues të shoqatave të mbrojtjes së konsumatorit dhe shoqatave të turizmit, si dhe përfaqësuesit e agjensive turistike. Qëllimi i takimit i shërbeu diskutimit të situatës të fushës së paketave të udhëtimit në zbatim të legjisllacionit të mbrojtjes së konsumatorëve, si dhe përmirësimin të saj.

Në muajin dhjetor 2015, u zhvilluan tre tryeza të rrumbullakëta me entet rregullatore, biznesin, në lidhje me transpozimin e Direktivës 2013/11/EU "Për zgjidhjen alternative të mosmarrëveshjeve". Qëllimi i tryezave ishte marrja e mendimeve dhe informacioneve nga palët e interesuara, për trajtimin e ankesave të konsumatorëve, për të bere të mundur gjetjen e zgjidhjeve me të mira për të zhvillimin e mëtejshëm të këtyre strukturave, në kuadër të hartimit të projekt VKM së zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve.

Gjithashtu, po në muajin dhjetor 2015, u zhvilluan tre tryeza të rrumbullakëta me entet rregullatore, dhe bizneset. Qëllimi i tryezave ishte marrja e mendimeve dhe informacioneve nga palët e interesuara, për trajtimin e ankesave të konsumatorëve, për të bere të mundur gjetjen e zgjidhjeve me të mira për të zhvillimin e mëtejshëm të këtyre strukturave, në kuadër të hartimit të projekt VKM së zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve. Këto aktivitete u mbështet nga projekti GIZ "Harmonizimi i legjisllacionit ekonomik dhe tregtar me acquis e BE-së".



## 7

# PROJEKTE TË HUAJA QË MBËSHITESIN MBROJTJEN E KONSUMATORËVE

Në drejtim të forcimit të kapaciteteve të Komisionit të mbrojtjes së Konsumatorëve dhe të Sektorit të mbrojtjes së Konsumatorëve, kanë vepruar dy projekte, përkatësisht:

## 1. Projekti GIZ "Harmonizimi i legjislacionit ekonomik dhe tregtar me acquis e BE-së"

Ky projekt ka si objektiv të përmirësojë kompetencat e MZHETS në hartimin e legjislacionit, për zbatimin e tij dhe për negociim në kuadër të anëtarësimit në BE.

Aktivitetet kryesore të mbështetura nga ky projekt janë në lidhje me:

Amendimet e ligjit "Për mbrojtjen e konsumatorit"; Vlerësimi i zbatimit të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit lidhur me "paketat e udhëtimeve", së bashku me rekomandimet dhe përgatitjen e instrumenteve për përmirësimin e situatës; Broshura shpjeguese – komentare, që janë finalizuar, publikuar dhe të aksesueshme në website-in e KMK.

## 2. Projekti i Binjakëzimit "Për forcimin e kapaciteteve të Komisionit të Mbrojtjes së Konsumatorit dhe sekretariatit teknik"

Në 15 mars 2017, ka filluar zbatimimi i Projektit të Binjakëzimit "Për forcimin e kapaciteteve të Komisionit të Mbrojtjes së Konsumatorit dhe sekretariatit teknik".

Përfitues të projektit janë: Sektori i Mbrojtjes së Konsumatorëve në Drejtorinë e Tregut të Brendshëm dhe Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve (KMK). Partnerë të projektit janë: Ministria e Drejtësisë dhe Autoriteti Shtetëror i Mbrojtjes së të Drejtave të Konsumatorit të Republikës së Lituaniës. Buxheti për projektin është 250.000 euro dhe parashikohet të ketë një kohëzgjatje 6 mujore.

Aktivitetet kryesore ku do të përqendrohet projekti janë:

- ◆ Hartimi i një programi për forcimin e kapaciteteve të Sektorit të Mbrojtjes së Konsumatorit dhe KMK;
- ◆ Zhvillimi i trajnimeve apo seminareve për stafin e MZHETS, anëtarët e KMK dhe Këshillit Bashkërendues për Mbrojtjen e Konsumatorëve, si dhe trajnime të veçanta (job training), për raste konkrete të lidhura me zbatimin e legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit;
- ◆ Kryerja e studimit të tregut lidhur me monitorimin e zbatimit të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit;
- ◆ Zhvillimi i disa aktiviteteve ndërgjegjësuese me aktorët kryesorë, përfshirë këtu edhe publikime të ndryshme, etj.