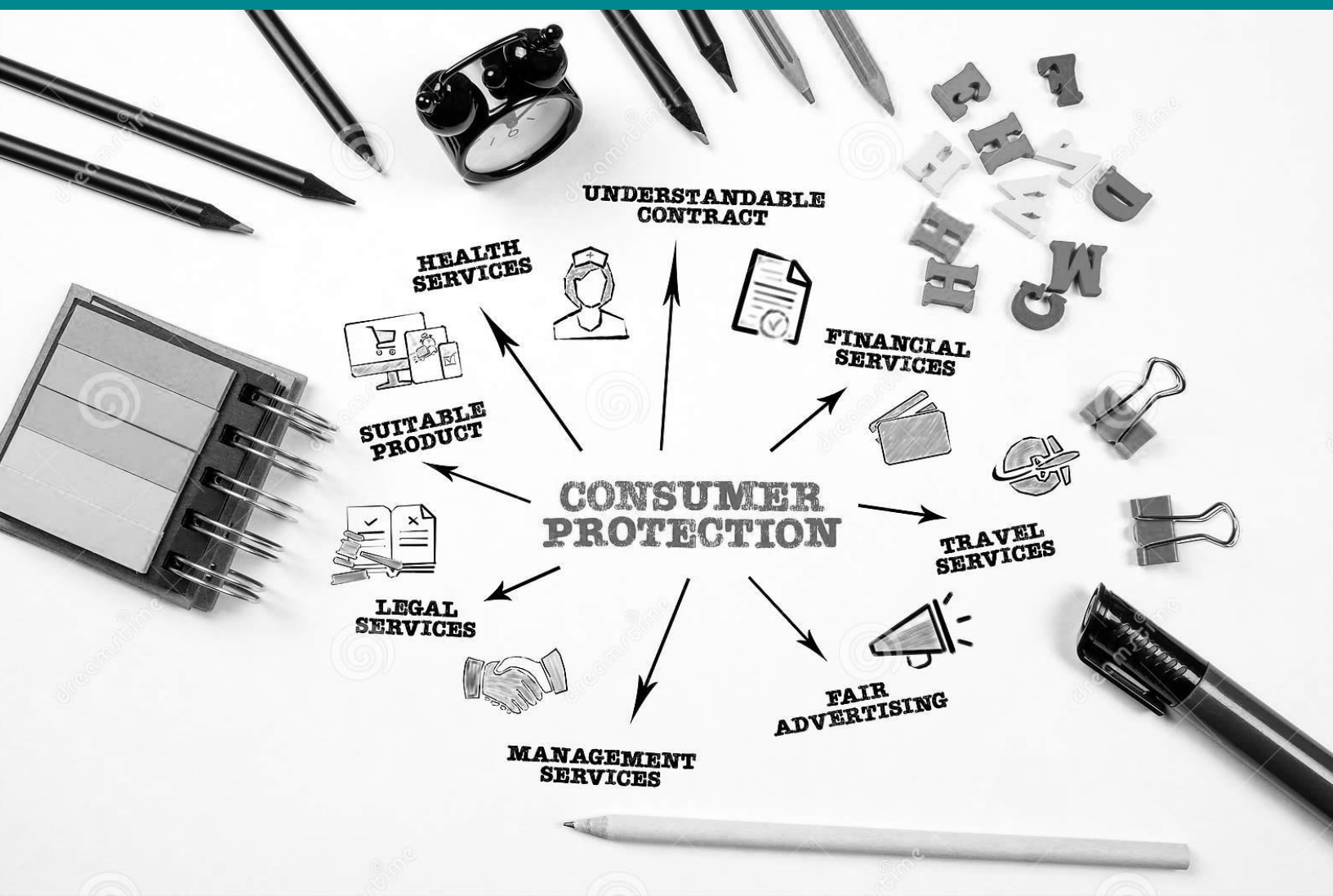




REPUBLIKA E SHQIPËRISË

KOMISIONI I MBROJTJES SË KONSUMATORËVE



Raport

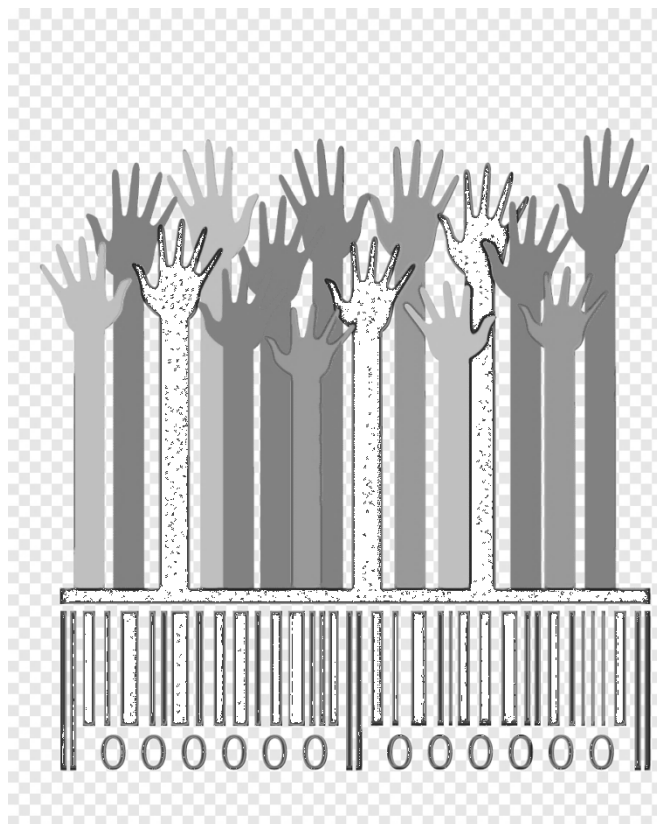
MBI VEPRIMTARINË E KOMISIONIT TË MBROJTJES SË KONSUMATORËVE
Janar 2019 - Qershor 2020

PËRMBAJTJA

I. HYRJE DHE SITUATA AKTUALE....2

II. KOMISIONI I MBROJTJES SË KONSUMATORËVE NË PERIUDHËN JANAR 2019– QERSHOR 2020..... 5

- ↪ Misioni, kompetencat, përbërja
- ↪ Funksonimi i KMK
- ↪ Ankesat dhe çështjet e trajtuara
- ↪ Vendimet e Komisionit
- ↪ Mbrojtja e konsumatorëve si mbrojtje e interesit të përgjithshëm publik
- ↪ Funksonimi si strukturë ZAM për ankesat individuale të konsumatorëve



III. AKTIVITETE TË TJERA..... 12

- ↪ Hartimi dhe përafrimi i legjislacionit
- ↪
- ↪ Përmirësimi i informimit të konsumatorëve dhe tregtarëve
- ↪ Bashkëpunimi me të gjithë palët e lidhura me mbrojtjen e konsumatorëve

I. HYRJE DHE SITUATA AKTUALE

↳ 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 të mallra apo shërbime për të 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:

"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. "

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, ekskursionë, 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 praktikatat e ndryshme tregtare paraqiten me mangësi për sa i takon të drejtave të konsumatorëve. Prandaj, lind si domosdoshmëri mbrojtja e këtij 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, të drejtat e konsumatorëve në blerjet në qendra tregtare, jashtë tyre apo në largësi, praktikatat 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 krahases, 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 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.

↳ 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 ekonomikë. Nisi rritjes së ekonomisë të një vendi i nevojitet edhe kërkesa e fortë blerje nga

Për këtë qëllim, duke njohur impaktin që sjellja e konsumatorëve ka në politikat e zhvillimit të vendit e në forcimin e tregut funksional, sigurimi i një niveli sa më të lartë të mbrojtjes së konsumatorëve është një ndër prioritetet e Ministrisë së Financave dhe Ekonomisë (MFE), si zbatim i objektivave të përcaktuara në Programin e Qeverisë, dhe e shprehur në përgjegjësitë e MFE.

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

▽ **Strategjia Ndersektoriale “për mbrojtjen e konsumatorëve dhe mbikëqyrjen e tregut, 2020”**

└ **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:

- ⊗ Përmirësimi i sigurisë së konsumatorëve mbështetur në një infrastrukturë efektive të cilësisë sipas praktikave më të mira evropiane.



- ⊗ 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.
- ⊗ Përmirësimi i edukimit të konsumatorëve për pjesëmarrje aktive në treg dhe përmirësimi i informimit dhe ndërgjegjësimit të konsumatorëve dhe operatorëve ekonomike për të drejtat e konsumatorëve.

Institucionet pjesëmarrëse: Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, Ministria e Shëndetësisë dhe Mbrojtjes Sociale, Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë dhe Ministria e Arsimit, Sportit dhe Rinisë, institucionet të varësisë: të Infrastrukturës së Cilësisë, Autoriteti Kombëtar i Ushqimit, Autoriteti Kombëtar i Kontrollit të Barnave, si dhe Banka e Shqipërisë.

çështjet kryesore të strategjisë sipas fushave:



Grupit Ndërinstitucional të Punës të ngritur për këtë qëllim, e i kordinuar nga Ministria e Financave dhe Ekonomisë.

└ Baza ligjore

Ligji nr. 9902, datë 11.04. "Për mbrojtjen e konsumatorëve" i ndryshuar në vitin 2011 dhe së fundmi në vitin 2018, si dhe 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.

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

⊗ interesat ekonomike të konsumatorëve: si praktikatat tregtare, kushtet e padrejta kontraktuale, kredia konsumatore, komunikimet elektronike, etj.

⊗ informimi, ndërgjegjësimi dhe edukimit, 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.

Sipas planit të veprimit të kësaj strategjie, strukturat përkatëse kanë siguruar në vite zbatimin e aktiviteteve dhe masave të parashikuara në planin e veprimit të strategjisë. Ky zbatim është finalizuar me një raport monitorimi, të bazuar në kontributin e anëtarëve të

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..

└─ **Struktura institucionale**

o **Sektori i Tregut të Brendshëm (STB) në Drejtorinë e Politikave të Zhvillimit Ekonomik (DPZHE).**

STB është struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorit në MFE. 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 të drejtave të tjera të konsumatorëve, nëpërmjet hartimit të politikave dhe sigurimit të instrumenteve rregullues për mbrojtjen e konsumatorëve.

o **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 MFE, 2 përfaqësues të Ministrisë së Drejtësisë dhe një përfaqësues i shoqërisë civile dhe drejtohet nga përfaqësuesi i MFE. Funksionimi i komisionit rregullohet me VKM nr. 1444, date 22/10/2008 “Për mënyrën e funksionimit e të pagesës së anëtareve të komisionit të mbrojtjes së konsumatorëve, si dhe përcaktimin e procedurave të vlerësimit të shkeljeve”. Ky komision ka filluar funksionimin në maj 2009. STB kryen funksionin edhe të sekretariatit teknik të KMK.

o **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 Ministrinë e linjës;
- | 5 përfaqësues nga organizatat jo fitimprurëse që mbrojnë interesat e konsumatorëve;
- | 4 përfaqësues nga organizatat e biznesit.

o **Inspektorati Shtetëror i Mbikëqyrjes së Tregut**

IMT është struktura tjetër zbatuese e legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorëve dhe të sigurisë së 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

ne 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).

II. KOMISIONI I MBROJTJES SË KONSUMATORËVE NË PERIUdhËN JANAR 2019– QERSHOR 2020

└ Misioni, kompetencat, përbërja

Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve (KMK), është struktura kryesore zbatuese e legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorëve. Komisioni është organ vendimmarrës me kompetenca për marrjen e masave administrative, në rast të shkeljes së dispozitave të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit. Sektori i Tregut të Brendshëm në Drejtorinë e politikave të Zhvillimit Ekonomik në Ministrinë e Financave dhe Ekonomisë (MFE) kryen dhe funksionin sekretariatit teknik të KMK.

- o **Misioni i Komisionit:** është mbrojtja e interesave ekonomike të konsumatorëve, nëpërmjet shqyrtimit të shkeljeve të legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorëve në lidhje me: praktikën e padrejta tregtare; publicitetin çorientues, të padrejtë dhe krahësues; kushte të padrejta në kontratën e konsumatorit; të drejtat e konsumatorëve në kontratat e konsumatorëve, jashtë qendrave të tregtimit dhe kontratat në largësi; shitjen e mallrave të konsumatorëve të shoqëruar me garanci dhe përputhshmëria kontraktuale; kreditë konsumatore; 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.

- o **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 apo publik të konsumatorëve.

Një funksion i shtuar së fundmi për KMK, nga ndryshimet e vitit 2018, të Ligjit nr. 9902/2008, i ndryshuar është dhe kompetenca e tij, në rolin për mbikëqyrjen dhe vlerësimin e zbatimit të dispozitave të parashikuara në ligjin 9902/2008, për zgjidhjen alternative të mosmarrëveshjeve (ZAM) të konsumatorëve me tregaret, nga të gjitha strukturat e ngarkuara me ZAM në fushat e interesit të përgjithshëm.

Përbërja e Komisionit:

Komisioni përbëhet nga 5 anëtarë, të emeruar me Urdhrin e Kryeministrit Nr. 152, datë 18.11.2019 “Për emërimin e kryetarit dhe të anëtarëve të Komisionit të Mbrojtjes së Konsumatorëve”, i ndryshuar me Urdhrin nr. 81, datë 19.6.2020:



∴ **Znj. Klotilda Neziri**, Kryetare, përfaqësuese e Ministrisë së Financave dhe Ekonomisë;

∴ **Znj. Joniada Zaimaj**, Anëtare, përfaqësuese e Ministrisë së Financave dhe Ekonomisë;

∴ **Znj. Eljona Bylykbashi**, përfaqësuese e Ministrisë së Drejtësisë;

∴ **Znj. Anairda Arizaj**, përfaqësuese e Ministrisë së Drejtësisë;

∴ **Znj. Blerta Çani (Drenofci)**, përfaqësuese e shoqërisë civile me eksperiencë në fushën e çështjeve të mbrojtjes së konsumatorit.

Funksionimi i Komisionit

Në funksion të zbatimit të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorëve, KMK gjatë periudhës raportuese,

ka zhvilluar 10 mbledhje. Çështjet e trajtuara janë të lidhura me mbrojtjen e interesit të përgjithshëm të konsumatorëve, por njëkohësisht janë shqyrtuar dhe ankesat individuale të konsumatorëve, apo ankesat e përcjella nga shoqata e konsumatorëve, pushteti vendor, etj. Gjithashtu, pjese e çështjeve të trajtuara janë dhe ankesat e ardhura nga subjekte tregtare, të cilat janë vlerësuar nga Komisioni, dhe kanë gjetur trajtim të mëtijshëm, nëse janë gjykuar nga Komisioni se preknin interesin e përgjithshëm të konsumatorëve.

o Çështjet dhe ankesat e ngritura pranë Komisionit

Komisioni ka trajtuar dhe shqyrtuar rreth 44 çështje, të ngritura në bazë të 76 ankesave, që janë paraqitur pranë tij. Këto ankesa, në vijim klasifikohen respektivisht sipas burimit të paraqitjes dhe problematikës që paraqesin:

Burimi i ankesave:

- ⊗ 20 ankesa nga konsumatorë individuale, të dërguara pranë nëpërmjet sistemit online të KMK, postës, drejtpërdrejt, etj.
- ⊗ 21 ankesa të konsumatorëve të përcjella nga shoqata të konsumatorëve;
- ⊗ 18 ankesa të përcjella nga strukturave të posaçme të mbrojtjes së konsumatorëve pranë pushtetit vendor;
- ⊗ 10 ankesa të ardhura në platformën e bashkëqeverisjes që funksionon pranë Kryeministrit;
- ⊗ 5 ankesa nga tregtare/operatorë ekonomike;

- ⊗ 2 ankesa/çështje të ngritura nga institucione shtetërore dhe media.

Problematika që paraqesin:

- ⊗ Praktika të padrejta tregtare – 14 ankesa;
- ⊗ Mos përputhshmëria me kushtet e kontratës në ofrimin e shërbimit - 43 ankesa;
- ⊗ Mospërputhshmëria me kushtet e kontratës në blerjen e mallit/garancia e produkteve – 7 ankesa;
- ⊗ Mosrespektimi i të drejtave të konsumatorit në kontratat/blerjet në largësi - 3 ankesa;
- ⊗ Kushte të padrejta në kontrata standarde – 2 ankesa;
- ⊗ Të tjera, jashtë fushës së kompetencave të KMK - 8 ankesa

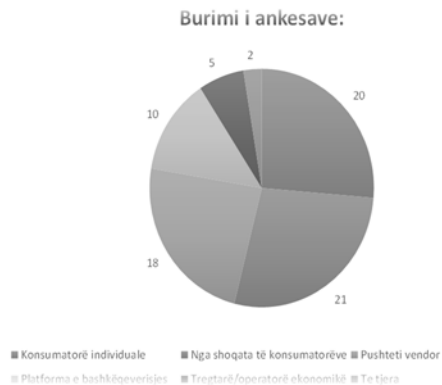
Ankesat e sipërpërmendura, me problematikat shqetësuese për konsumatorët kanë përbërë njëkohësisht edhe çështjet që Komisioni ka shqyrtuar. Numri i përgjithshëm i tyre është 44 çështjes, të lidhura kryesisht me:



- ⊗ praktikat e padrejta tregtare - mungesa e informacionit në publicitet;
- ⊗ mospërputhshmëria me kushtet e kontratës në blerjen e mallit dhe garancia e produkteve;
- ⊗ mungesa e zbatimit të së drejtës së konsumatorit për të hequr dorë nga malli i ofruar në kontratën në largësi;
- ⊗ mos përputhshmëria e shërbimit që u jepet konsumatorëve me kushtet e kontratës;
- ⊗ kushte të padrejta në kontrata individuale të konsumatorëve;

Për një perceptim më të qartë të situatës të paraqitjes së ankesave në Komisionin e mbrojtjes së Konsumatorëve dhe problematikave që paraqesin, në vijim jepen skemat si vijon:

- Paraqitje skematike e burimit të ankesave:



- Paraqitje skematike e problematikave të ankesave:



o Vendimet e Komisionit

Komisioni gjate kësaj periudhe ka marrë 3 vendime, respektivisht:.

- | Vendim Nr. 82, Datë 04.02.2019. Komisioni mori në shqyrtim “Fushatën publicitare të Vodafone Albania sh.a, ku përfshihen transmetimi i reklamave nga ofruesit e shërbimeve mediatik audiovizive, videot e transmetuara në kanalin zyrtar të Youtube, duke marrë indicie edhe nga ankesa e Telekom Albania sh.a.

Komisioni vlerësoi të gjithë informacionin e mbledhur nga faqja zyrtare e internetit të operatorit, informacionin e dërguar nga AKEP dhe shpjegimet e palëve në një seancë dëgjimore, e konkludoi se: praktika tregtare e ndjekur nga Vodafone Albania sh.a, në përdorimin e shkronjave shumë të vogla në informacionin e përmendur në shënimet informuese, që shoqërojnë publicitetin, si dhe transmetimin në ekran me shpejtësi, për një kohë shumë të shkurtër, vlerësuar kjo dhe në raport me kohëzgjatjen e gjithë reklamës, përbën një praktikë të padrejtë tregtare në kuptim të nenit 15, të ligjit për mbrojtjen e konsumatorit.

Nëpërmjet këtij vendimi, Vodafone Albania sh.a., u urdhërua për marrjen e masave për ndreqjen e shkeljes dhe garantimin që transmetimi i fushatës publicitare të Vodafone Albania sh.a, në të gjitha

mjetet e komunikimit (televizion, internet, kanal youtube, faqe interneti, etj.) të jetë në përputhje me përcaktimet e ligjit nr. 9902, date 17.04.2010 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", i ndryshuar.

Operatori mori masat e nevojshme duke zbatuar vendimin e KMK.

- | Vendim Nr. 83, Datë 6.12. 2019. Komisioni mori në shqyrtim ankesën e konsumatorit S.K., që konsistonte në pretendimin e konsumatorit që, shërbimi i ofruar nga një subjekt pastrimi kimik, i ka shkaktuar dëm konsumatorit, duke i prishur veshjet e çuar për pastrim, dhe njëkohësisht duke kërkuar dhe dëmshpërblim për dëmin e shkaktuar ndaj tij.

Komisioni, pasi vlerësoi pretendimet e ankuesit, shpjegimet e subjekti tregtar, informacionin e dhënë nga Agjencia e Mbrojtjes së Konsumatori/Bashkia Tirane, konstatoi se konsumatori nuk paraqiti asnjë provë që të vërtetonte pronësinë e veshjeve apo dëmin e pësuar. Për këtë arsye Komisioni nëpërmjet këtij vendimi pushoi procedimin administrativ.

- | Vendim Nr. 84, Datë 28.02.2020. Komisioni në vijim të shqyrtimit të një ankesë, të paraqitur nga Qendra Konsumatori Shqiptar, me objekt "Dëmtim malli, shall Luis Vuiton, gjatë procesit të pastrimit kimik, ndaj një subjekti të pastrimit kimik, ka konstatuar se, subjekti tregtar në mënyrë të përsëritur, nuk ka paraqitur asnjë informacion me shkrim, apo ndonjë përgjigje zyrtare, me anë të së cilës për arsye objektive të kërkonte shtyrjen e afatit apo të justifikonte mosdhënien e informacionit.

Në këto kushte, Komisioni, mbështetur në nenin 52/1, të ligjit nr. 9902/2008, "Për Mbrojtjen e Konsumatorëve", i ndryshuar, konstatoi shkelje të këtij neni, si pasojë e mungesës së dhënies së informacionit të kërkuar nga Komisioni dhe vendosi gjatëmbajtjen e subjektit tregtar me shumën 300.000 lekë. Subjekti ka paraqitur ankim në Gjykatën Administrative të Shkalles së Pare kundrejt vendimit të Komisionit të mbrojtjes së Konsumatorëve dhe çështja është në proces gjyqësor.

Vendimet e komisionit janë publikuar në faqen e internetit: kmk.ekonomia.gov.al.

└─ **Mbrojtja e konsumatorëve si mbrojtje e interesit të përgjithshëm publik**

Në mbrojtje të interesit të përgjithshëm të konsumatorëve, si funksion parësor i KMK, janë trajtuar disa çështje dhe marre vendimet përkatëse:

- | Marrja e Vendimit nr. 82, datë 04.02.2019. Ky vendim siguroi mbrojtjen e të drejtës për informim plotë e të sakte të konsumatorëve, në lidhje me një praktikë të padrejte tregtare, në transmetimin e një publiciteti, nga operatori i fushës së komunikimit elektronik Vodafone Albania sh.a.
- | Nënshkrimi i një marrëveshje bashkëpunimi i Ministrisë së Financave dhe Ekonomisë (MFE) dhe Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA), në zbatim të legjislacioneve respektive Ligjit nr. 9902/2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve", i ndryshuar dhe Ligjit nr. 97/2013 "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë", ndërmorën iniciativën e përbashkët për institucionalizimin e marrëdhënieve të bashkëpunimit, duke nënshkruar një marrëveshje bashkëpunimi midis tyre. Marrëveshja synon të sigurojë mbrojtje më të mire të interesit të

përgjithshëm publik dhe veçanërisht të interesave ekonomike të konsumatorëve për zbatimin efektiv të legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorëve, gjatë praktikave tregtare të ofrimit të shërbimeve nga operatorët e fushës së mediave audiovizive kundrejt konsumatorëve.

Objekt i marrëveshjes është përcaktimi i çështjeve dhe formave të bashkëpunimit midis dy institucioneve që angazhohen të bashkëpunojnë për çështje si: hartim e përmirësim të akteve nënligjore; sigurimin e zbatimit sa me efektiv të legjislacionit ekzistues; shkëmbim të informacioneve; organizim të takimeve të përbashkëta; publikim të të dhënave; etj.

| Mbrojtja e konsumatorëve gjatë situatës së emergjencës së krijuar në vend nga virusi COVID 19. Gjatë kësaj situatë u konstatua një problematikë shqetësuese për konsumatorët, rritja në mënyrë abuzive e çmimeve të produkteve në treg. Menjëherë pas shfaqjes së këtij fenomeni, Ministria e Financave dhe Ekonomisë vuri në dispozicion të qytetarëve numrin jeshil (08001414) për të identifikuar të gjithë këto raste. Komisioni për Mbrojtjen e Konsumatorëve (KMK), shprehu gadishmerinë për trajtimin e menjëhershëm të këtyre ankesave. Për këtë qëllim, u kontaktuan menjëherë shoqatat e konsumatorëve dhe Agjencia e Mbrojtjes së Konsumatorëve/Bashkia Tiranë, për të mbledhur dhe adresuar ankesat e konsumatorëve pranë MFE .

Sipas të dhënave të mbledhura rezulton se u paraqitën rreth 300 denoncime në rang vendi. Këto ankesa u kategorizuan në bazë të llojit të produkteve, vendodhjen e subjekteve tregtare, ku rezultoi që në qytetin e Tiranës ankesat përbënin numrin më të madh rreth 160, pjesa tjetër i takonte kryesisht qyteteve të Durrësit, Elbasanit, Fierit etj. Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve (KMK), zhvilloi online mbledhjen në datën 19.03.2020, duke filluar shqyrtimin administrativ mbi ankesat/denoncimet. KMK mori informacion, edhe nga media e shkruar/vizive mbi ankesat e konsumatorëve. Për përmirësimin e situatës u bashkëpunua ngushtë me Drejtorinë e Përgjithshme të Tatimeve, e cila nëpërmjet strukturave të saj të hetimit tatimor, si dhe nëpërmjet bashkëpunimit me Task Forcën, të ngritur për këtë qëllim, kryen verifikimet dhe morën masat përkatëse për përmirësimin e situatës.

Konsumatorët shprehën shqetësimin e tyre dhe për sa i takon problematikave në fushën e komunikimeve elektronike, për të cilat u bashkëpunua me Autoritetin e Komunikimeve Elektronike për marrjen e masave dhe zgjidhjen e tyre.

└ **Funksionimi i KMK si strukture ZAM për ankesat individuale të konsumatorëve**

Komisioni, përveç se i ka trajtuar ankesat në këndvështrimin e mbrojtjes së interesave kolektive/të përgjithshme të konsumatorëve, u ka dhënë zgjidhje ankesat individuale të tyre, duke kryer në këtë mënyrë funksionet e një strukture për Zgjidhjen Alternative të Mosmarrëveshjeve (ZAM), e ngarkuar e në zbatim të dispozitave të Ligjit 9902/2008, i ndryshuar.

Nga konsumatorë janë paraqitur 76 ankesa (sipas pikës 1.2.1), prej të cilave 20 nga konsumatorë individuale, 51 nga shoqata të konsumatorëve, pushteti vendor, platforma e bashkëqeverisjes, institucione shtetërore dhe 5 nga biznesi.

Në trajtimin e ankesave të konsumatorëve, Sekretariati teknik i KMK ka zbatuar procedurat e parashikuara në Udhëzimin nr. 11, datë 2.09.2013 "Për përcaktimin e procedurave të trajtimit të ankesave

te konsumatorëve”, për sa i takon proceseve të protokollimit, regjistrimit, shqyrtimit paraprak të ankesës nga ana formale, kërkesës për plotësimin me prova dokumentare, etj.

⊗ KMK ka trajtuar apo i ka dhënë zgjidhje 15 ankesave nëpërmjet:

□ Marrjes së 2 vendimeve

- ∴ Ndërmjetësimi, ku mbas ndërhyrjes së KMK, në mirëkuptim nga vete tregtari janë zgjidhur 11 ankesa
- ∴ Pushimit të procedimit administrativ për 2 ankesa;
- ∴ Vazhdim i procesit të shqyrtimit nga KMK - 10 ankesa.
- ∴ Mbas vlerësimit, janë transferuar tek institucionet përkatëse për trajtim të mëtejshëm, në bazë të fushës së përgjegjësisë, gjithsej 51 ankesa, respektivisht në institucionet:
- ∴ Inspektorati Shtetëror i Mbikëqyrjes së Tregut (ISHMT) - 7 ankesa;
- ∴ Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare (AKEP) - 36 ankesa;
- ∴ Ministria e Turizmit dhe Mbrojtjes (MTM) - 6 ankesa; dhe
- ∴ Enti Rregullator i Ujit (ERRU) – 2 ankesa

Me të gjitha institucionet e sipërpërmendura janë mbajtur komunikime zyrtare, nëpërmjet të cilave KMK është njoftuar për zgjidhjen që u është dhënë ankesave të konsumatorëve.

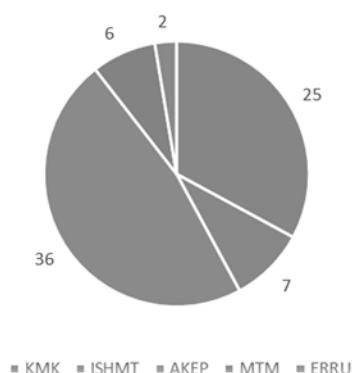
Mbështetur në të dhënat e mësipërme, në vijim jepen respektivisht dy skema:

▽ Skema për trajtimin/zgjidhjen dhe delegimin e ankesave



▽ Skema për trajtimin apo zgjidhjen sipas institucioneve përkatëse

Zgjidhja e ankesave sipas institucioneve



III. AKTIVITETE TË TJERA

└ **Hartimi dhe përafrimi i legjislacionit në përputhje me acquis në fushën e mbrojtjen e konsumatorit**

Është në proces hartimi i projektvendimit “Për mënyrën e organizimit dhe e funksionimit të strukturës përgjegjëse për zgjidhjen alternative të mosmarrëveshjeve të tjera nga ato që lidhen me shërbimet me interes publik, si dhe përcaktimin e kriterëve shtesë që duhet të përmbushin strukturat për zgjidhjen alternative të mosmarrëveshjeve”

Qëllimi i këtij akti është përcaktimi i kushteve dhe procedurave për funksionimin e strukturës përgjegjëse për zgjidhjen jashtëgjyqësore të mosmarrëveshjeve (ZAM), të tjera nga ato që lidhen me shërbimet me interes publik, që sipas përcaktimeve të Ligjit nr. 9902, datë 17.04.2008 “Për mbrojtjen e konsumatorëve”, i ndryshuar, parashikuar të ngrihet pranë ministrisë që mbulon tregtinë, si dhe përcaktimin e kriterëve shtesë, duke shtjelluar dhe plotësuar më tej parimet dhe kriteret e përgjithshme që ka përcaktuar ligji 9902/2008, i ndryshuar, e që duhet të përmbushen nga të gjitha strukturat ZAM, të shërbimeve të interesit të përgjithshëm publik, si dhe struktura ZAM për mosmarrëveshjet e tjera.

Gjithashtu, përcakton funksionet e Komisionit të Mbrojtjes së Konsumatorëve, në rolin e tij për mbikëqyrjen dhe vlerësimin e zbatimit të dispozitave të parashikuara në ligjin 9902/2008, i ndryshuar dhe këtij projektvendimi nga të gjitha strukturat ZAM.

Në funksion të zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve midis konsumatorëve dhe tregtarëve, zbatimi i këtij projektvendimi plotëson sistemin institucional të nevojshëm në mbrojtje të konsumatorëve, si dhe siguron respektimin e gjashtë parimeve themelore të parashikuara nga Direktiva 2013/11/BE, i pavarësisë, paanësisë, profesionalizmit, i transparencës, i eficensës dhe i ligjshmërisë, nga strukturat ZAM, duke kontribuar kështu në funksionimin më të mirë të tregut të brendshëm dhe arritjen e një mbrojtje më të mire të të drejtave të konsumatorëve.

└ **Përmirësimi i informimit të konsumatorëve dhe tregtarëve**

Në mars të vitit 2020, përfundoi procesi i ristrukturimit të faqes së internetit të KMK, me asistencën teknike të Projektit IPA 2014, "Asistenca teknike për një mbikëqyrje efektive të tregut në përputhje me Acquis".

Përmirësimi i faqes në internet (<http://kmk.financa.gov.al/>) solli një prezantim më të mirë të informacionit për konsumatorët, lehtësoi paraqitjen e ankesave nga konsumatorët dhe përpunimin e ankesave dhe të dhënave nga Sekretariati Teknik i Komisionit.

Faqja e internet është në përditësim dhe plotësim të vazhdueshëm të informacionit që përmban, nëpërmjet publikimit të vendimeve të KMK, materialeve informuese, spoteve publicitare, apo publikime të ndryshme ndergjegjesuese, etj.

└ **Bashkëpunimi me të gjithë palët e lidhura me mbrojtjen e konsumatorëve**

Gjatë kësaj periudhe raportimi ka vazhduar bashkëpunimi me të gjitha palët e lidhura me mbrojtjen e konsumatorëve, si: njësitë e pushtetit vendor, shoqatat e konsumatorëve, institucione shtetërore etj., për përmirësimin e ndergjegjësisë së konsumatorëve mbi të drejtat e tyre, për inkurajimin në drejtim të paraqitjes së ankesave kundrejt tregtarëve pranë KMK, etj.

Gjatë muajve Prill - Shtator 2019 janë organizuar disa takime këshilluese me Agjencinë e Mbrojtjes së Konsumatorit (AMK) të Bashkisë Tiranë, prefektin e Tiranës, dhe përfaqësues të organizatave të konsumatorëve. Qëllimi i këtyre takimeve ka qenë diskutimet paraprake me qëllim të gjetjes së zgjidhjes më të mirë për trajtimin e mosmarrëveshjeve të konsumatorëve në bashkëpunim me pushtetin vendor.

Gjithashtu ka vazhduar bashkëpunimi me organizatat e konsumatorëve. Një aktivitet ndergjegjesues në lidhje me konsumatorët shqiptarë dhe rolin e institucioneve shtetërore u organizua me Qendrën e



Konsumatorëve Shqiptarë (QKSH), në Ditën e Ndërkombëtare të Konsumatorëve - 15 Mars 2019. Kjo veprimtari mbledhi së bashku të gjithë aktorët e përfshirë në mbrojtjen e konsumatorëve, të tillë si: politikëbërës, institucionet publike, tregtarët, organizatat e konsumatorëve dhe vetë konsumatorët, për të diskutuar rolin, veprimtarinë, të drejtat dhe sfidat në fushën e mbrojtjes së konsumatorit.

Sa i përket edukimit të konsumatorëve, ekspertë nga MFE, KMK dhe ISHMT kanë dhënë leksione trajnimi në Akademinë e Konsumatorëve të organizuar nga QKSH. Kjo akademi mbledhi të rinjtë në një platformë trajnimi dhe zhvilloi njohuritë e tyre mbi të drejtat e konsumatorit, marrëdhëniet midis konsumatorëve dhe tregtarëve dhe rolin e institucionit shtetëror në mbrojtjen e konsumatorit.

