

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2024.5.13>  
УДК 341.213.5(061.1CC)

Діана Вікторівна **БОНДАРЕНКО**

студентка, Національний Юридичний Університет ім. Ярослава Мудрого  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9722-6082>  
e-mail: dianamusic214@gmail.com

Аліна Сергіївна **РУЧКО**

студентка, Національний Юридичний Університет ім. Ярослава Мудрого  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6736-0739>  
e-mail: alina.ruchko2004@gmail.com

Марія Сергіївна **САВЧУК**

студентка, Національний Юридичний Університет ім. Ярослава Мудрого  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1225-8963>  
e-mail: mashasav1522@gmail.com

## ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У ПРАКТИЦІ СУДУ ЄС

*Висвітлено питання реалізації механізмів захисту прав споживачів на двох ієрархічно підпорядкованих рівнях – міжнародному та національному. Помічено, що для європейської політики довіри споживача до ринку є ключовою, а тому система повинна мати достатній спектр дієвих інструментів для їхнього запобігання. На основі проаналізованих справ, які ілюструють належне забезпечення захисту прав споживачів на рівні Суду ЄС, подано уявлення про відповідність закріплення норм вимогам сучасності.*

**Ключові слова:** захист прав споживачів, право Європейського Союзу, компетенція ЄС, Суд Справедливості, споживач, виробник

### ВСТУП

Захист прав споживачів є складником захисту прав людини. Виходячи з правил споживчого ринку, споживач є головним суб'єктом. На додаток до цього Хартія ЄС з основоположних прав встановлює, що політики ЄС мають забезпечувати високий рівень захисту прав споживачів (ст. 38). Однак зазначена сфера належить до спільної компетенції ЄС та його держав-членів, тому вплив ЄС на регулювання процесів стосовно захисту прав споживачів є обмеженим. Водночас неможна говорити, про відсутність механізмів, за допомогою яких ЄС зможе здійснювати вплив на правозастосовну діяльність у сфері захисту прав споживачів. Важливе значення у цьому контексті відводиться Суду ЄС, який уповноважений вирішувати окремі категорії спорів, визначені установчими договорами ЄС, та надавати висновки за преюдиціальними запитами стосовно чинності та правильного застосування норм права ЄС. Відтак, подолання мінливої практики у застосуванні правил із захисту прав споживачів на національному рівні проводиться Судом ЄС, який забезпечує формування єдиних підходів.

**МЕТА** дослідження – аналіз підходів Суду ЄС стосовно застосування *acquis* ЄС у сфері захисту прав споживачів для забезпечення єдиних підходів до застосування відповідних норм у державах-членах ЄС. Для цього необхідно виконати такі завдання: визначити законодавче регулювання європейської споживчої політики, її основні принципи, окреслити порядок законодавчого врегулювання споживчих питань наддержавними інституціями ЄС, проаналізувати практику ЄС та виокремити тенденції правового регулювання в цій сфері.

### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У роботі застосовано низку загальнонаукових та

спеціальних методів наукового дослідження. Так, за допомогою системного методу розкрито взаємозв'язок між наднаціональною та національними правовими системами, а також подано алгоритм вирішення спорів у сфері захисту прав споживачів. Метод аналізу застосовано для дослідження заданої проблематики у різних площинах, а саме кримінального права, цифровізації та на найнижчому побутовому рівні. Завдяки методу синтезу поєднано вивчені елементи для утворення цілісної конструкції. Також було застосовано метод індукції для формулювання кінцевого висновку. Метод порівняння застосовано під час аналізу прецедентної практики Суду ЄС для висвітлення еволюції підходів та прогресу в засобах захисту прав споживачів.

### РЕЗУЛЬТАТИ

Відповідно до ч. 2 ст. 4 Договору про функціонування ЄС у сфері захисту прав споживачів ЄС та держави-члени мають спільні повноваження [6]. З цього випливає, що національні системи можуть передбачати певний рівень захисту такого права, однак обов'язково мають врахувати мінімальні вимоги, встановлені законодавством ЄС.

Крім того, ст. 12 Договору про функціонування ЄС закріплює, що вимоги до захисту прав споживачів враховуються у визначенні та реалізації інших політик та дій ЄС. Це положення має велике значення, оскільки на ринок споживчих товарів та послуг припадає лівова частка економіки. За даними 2020 р. вона становила 56 % ВВП ЄС [7].

Ст. 38 Хартії ЄС про основоположні права, яка є ключовим актом про права людини у праві ЄС, вимагає у здійсненні будь-якої політики ЄС включати підвищений рівень захисту прав споживачів. Тобто підкреслюється, що забезпечений в ЄС високий рівень захисту прав споживачів не є сталою константою, а має постійно підвищуватись та посилюватись [1].

Ефективна система захисту прав споживачів є об'єктивною необхідністю для захисту інтересів головного інвестора, забезпечення його активності та довіри до ринку, що, зі свого боку, сприяє прискоренню економічного розвитку країни. Система створюється завдяки комплексу заходів, передбачених споживчою політикою ЄС. Європейська споживча політика ґрунтується на партнерстві між ЄС, його країнами-членами та громадянами і базується на двох ключових принципах, визначених у Договорі про функціонування ЄС: 1) це життя повного комплексу заходів для захисту здоров'я, безпеки та економічних інтересів споживачів; 2) це забезпечення їх права на інформацію, освіту та об'єднання для захисту своїх інтересів.

На національному рівні компетенцією із захисту прав споживачів наділені NCO (National consumer organisations), тоді як в рамках ЄС функціонує цілих три агентства – виконавче агентство з питань споживачів, здоров'я та харчування (Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency); Європейське агентство з безпеки продуктів харчування EFSA (European Food Safety Authority) Європейське управління зі страхування та професійних пенсій EIOPA (European Insurance and Occupational Pensions Authority). Метою їх діяльності є фахові та наукові дослідження, надання експертних висновків та пропозицій щодо вдосконалення законодавства в цій сфері.

Подієкуди простежується значна різниця в національних законодавствах держав-членів. Але це не створює проблем, оскільки ЄС невинно розвивається та вдосконалює своє законодавство, сприяє реалізації нових підходів до споживчих прав. Водночас можна розглядати подальшу перспективу вдосконалення важелів впливу ЄС на сферу захисту прав споживачів на національному рівні. Можливе запровадження нових механізмів для підвищення рівня ефективності захисту прав споживачів на наднаціональному рівні. Ця думка зародилась завдяки працям науковця К.В. Громовенка, на думку якого захист прав споживачів в Європі є одним з найдинамічніших серед сфер компетенції ЄС [2].

Співпраця національних систем та наднаціонального рівня є доволі активною. Зокрема, напрацювання національних органів та агентств ЄС опрацьовує директорат юстиції та споживачів при Європейській Комісії. Крім того, він бере участь у розробленні законопроектів, які Європейська Комісія пропонує до розгляду Європейському Парламенту та Раді ЄС [5, с. 25].

Нині в ЄС помітна тенденція збільшення уваги до захисту здоров'я й економічних інтересів громадян. Це цілком природний процес тому, що спільний ринок розширив не тільки пропозицію у сфері товарів і послуг, а й збільшив ризики. Для вдосконалення системи запобігання викликам, що постають перед безпекою громадян, Європейській Комісії треба поглибити співпрацю з державами-членами для відстеження ризиків, імплементації відповідних норм у національні законодавства, підвищення ефективності роботи наукових установ. Зі збільшенням кількості економічних операцій між громадянами та підприємцями з різних держав-членів зростає потреба в захисті споживачів від наслідків некоректного бізнесу через уніфіковані заходи, що здійснюються на підтримку відповідної діяльності на національному рівні [4, с. 139].

Цікавим є захист споживачів у частині, якій відведено ключову позицію в цій сфері, від недобросовісних підприємців. Це, зі свого боку, виявляється через неякісний продукт, оманливе упакування, неправильні маркування чи рекламу, яка вводить в оману. Для запобігання таким речам, звертаємось до Директиви Європейського Парламенту і Ради 2005/29/ЄС, ст. 5 якої забороняє недобросовісні практики, а ст.ст. 6, 7 визначають, що таке оманливі дії та упущення. Важливою в контексті нашого дослідження є ст. 11 Директиви, в якій зазначається, що держави-члени забезпечують наявність належних та ефективних засобів для боротьби з неробосовісними комерційними практиками з метою забезпечення дотримання положень цієї Директиви в інтересах споживачів. Водночас у законодавчому акті ЄС наголошується на повазі до національного законодавства та забезпечення свободи розсуду держав-членів у вирішенні таких питань [3].

У контексті модернізації світу все частіше постає питання належного захисту прав споживачів, зокрема й у зв'язку з розвитком сучасних технологій. З цього погляду цікавим видається рішення Суду ЄС від 5 липня 2012 р. у справі C-49/11 [8]. Її сутність полягає в тому, що компанія Content Services управляє вебсайтом. Користуватися сайтом з метою завантаження програм можливо виключно за наявності платної підписки. Договір укладається в електронному форматі. Клієнт може укласти договір шляхом заповнення відповідної форми, в якій особа відміткою заявляє, що приймає загальні умови і відмовляється від права на розірвання договору. Інформація, що вимагається відповідно до ст.ст. 4, 5 Директиви 97/7/ЄС, зокрема інформація про право на відмову від договору, не показується безпосередньо замовнику, який, однак, може переглянути її, натиснувши на гіперпосилання на сторінці підписання договору. На думку переважної більшості урядів, простого надання інформації клієнту шляхом надання йому можливості натиснути на гіперпосилання в ході укладення договору недостатньо для задоволення вимог ст. 5. Тут важливо з'ясувати, що може вважатися «довготривалим носієм» та як споживач повинен «отримати» інформацію.

Суд дійшов до загального висновку, що способи надання інформації замовнику саме таким способом не відповідають вимогам ст. 5 Директиви. Зокрема, за цією справою Суд роз'ясняє, що під поняттям «довготривалого носія» мається на увазі наявність можливості у споживача зберігати, відновлювати та відтворювати інформацію протягом достатнього проміжку часу. Якщо говорити про з'ясування того, що є «отриманням» такої інформації, то базисом є саме те, що особа повинна володіти нею без необхідності вчиняти будь-які дії з цією метою самостійно.

Так, укладення договорів у дистанційному форматі має велику кількість ризиків, які на рівні законодавства та практики необхідно максимально нівелювати. У цьому рішенні Суд своїм тлумаченням окремих понять дає змогу у майбутньому бути більш обачливими як клієнтам, так і продавцям. Клієнтоорієнтованість та конкурентний ринок – це є невід'ємні складники демократичного суспільства, а тому питання захисту прав споживачів, яке є структурною одиницею цих сфер, потребує особливо чіткої правової регламентації як на національному законодавчому рівні, так і в контексті між-

народних правових норм.

Практика показує, що захист прав споживачів тісно пов'язаний зі всіма галузями права, зокрема й кримінальним правом. У рамках справи С-417/18 [9] з одного боку виступають АW та ін., а з іншого – Литовська держава. АW та ін. є близькими родичами ES, дівчини у віці 17 років, яка стала жертвою злочинного діяння. ES була викрадена, зґвалтована і спалена живцем у багажнику автомобіля. Опинившись у пастці в багажнику автомобіля, вона за допомогою мобільного телефону 10 разів телефонувала до литовського центру екстреної допомоги за єдиним європейським номером екстреного виклику «112», щоб попросити про допомогу. Однак об'єднання в центрі екстреної допомоги не показувало номер мобільного телефону, з якого вона телефонувала, що не дало змоги працівникам цього центру визначити її місцезнаходження.

АW та інші подали позов до суду, де стверджують, що Литовська Республіка не змогла належно забезпечити практичну імплементацію ст. 26(5) Директиви № 2002/22. Ця неспроможність, на їхню думку, означала, що неможливо було передати оперативним співробітникам поліції інформацію про місцезнаходження О.С. та не дало можливість поліції прийти їй на допомогу.

Суд зазначає, що ст. 26(5) Директиви 2002/22/ЄС зі змінами, внесеними Директивою 2009/136/ЄС, повинна тлумачитися як така, що вимагає від держав-членів за наявності технічної можливості забезпечити, щоб відповідні суб'єкти господарювання безкоштовно надавали інформацію про місцезнаходження абонента органу, який обробляє екстрені виклики на єдиний європейський номер екстреного виклику «112», як тільки виклик надходить до цього органу, зокрема тоді, коли виклик здійснюється з мобільного телефону, не оснащеного SIM-карткою.

Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що захист прав споживачів займає одне з провідних позицій, оскільки навіть має певний зв'язок із кримінальним правом. Ця справа яскраво ілюструє те, наскільки згубними можуть бути наслідки, коли держава неналежно регламентує окреслене питання, яке стосується захисту прав споживачів. Суд надав чітке тлумачення окремих норм, що, зі свого боку, має вплинути на зниження рівня дискреції судів на національному рівні стосовно питань, які мають особливо важливе значення.

Окрему увагу варто звернути на справедливе співвідношення захисту прав споживачів і встановлення об'єктивно обґрунтованих вимог до продавців товарів. Особливий акцент робиться на комфорті клієнта. Справа С-52/18 [10] полягає в такому: 8 липня 2015 р. пан Фюлла купив у Toolport за телефоном намет. Після того як намет доставили за місцем його проживання, він виявив, що намет не відповідає заявленій характеристиці, і тому попросив Toolport привести його у відповідність у своїй резиденції. Він не повернув його в Toolport і не запропонував це зробити. Зі свого боку, Toolport відхилив скарги пана Фюлли на невідповідність намету, вважаючи їх необґрунтованими. Водночас Toolport не повідомив пана Фюлла про те, що намет має бути повернуто на місце роботи Toolport, і не запропонував авансувати йому вартість цього повернення. Важливим є й те, що сторони не обговорювали місце, де намет мав бути приведений у відповідність. Крім того, в договорі, укла-

деному між сторонами, не було жодних положень про це. За цих обставин пан Фюлла запросив розірвання контракту та відшкодування купівельної ціни намету як компенсацію за повернення товару.

Суд під час вирішення окреслених у справі питань зазначає, по-перше, що ст. 3(3) Директиви 1999/44/ЄС повинна тлумачитися як така, що означає, що держави-члени компетентні у встановленні місця, де споживач зобов'язаний надавати продавцю товари, придбані за дистанційним договором, для їх приведення відповідно до цього положення. Це місце має бути відповідним для забезпечення того, щоб товари могли бути приведені у відповідність безоплатно, в розумні строки та без значних незручностей для споживача, з урахуванням характеру товару та мети, для якої споживач вимагав товар. По-друге, Суд фіксує, що право споживача на приведення товарів, придбаних за дистанційним договором, у відповідність «безоплатно» не містить у собі зобов'язання продавця оплатити вартість транспортування цих товарів з метою приведення їх у відповідність з місцем ведення бізнесу продавця.

Підсумовуючи, споживач, який поінформував продавця про невідповідність товарів, придбаних за дистанційним контрактом, перевезення яких у місце ведення бізнесу продавця, ймовірно, заподіяло йому значних незручностей, і який надав товари продавцю в себе вдома для їхнього приведення у відповідність, має право на розірвання договору внаслідок нездатності компенсувати ці витрати, а також на відшкодування витрат, які він повинен буде понести. У цьому зв'язку національний суд за допомогою тлумачення відповідно до Директиви 1999/44 повинен забезпечити право цього споживача на розірвання договору.

Показовим з погляду захисту прав споживачів є питання, що стосується безпосередньо поняття «виробник». Варто зазначити, що на це питання необхідно звернути увагу, оскільки споживач повинен мати чітке розуміння про те, до кого звертати позовні вимоги, зокрема у разі заподіяння шкоди.

Показовою в цьому контексті є обрана нами справа Суду ЄС з рішенням від 7 липня 2022 р. [11]. Її сутність полягає в тому, що в житлі споживача стався нещасний випадок, причиною якого була придбана у дилера за день до пожежі кавоварка Philips Saeco. Цю кавоварку виготовлено в Румунії компанією Saeco International Group SpA, дочірньою компанією Koninklijke Philips. Логотипи Philips та Saeco, які є торговельними марками, зареєстрованими Koninklijke Philips, нанесено на кавомашину та її упаковку. Компанія "Феннія" подала позов проти компанії "Koninklijke Philips" з вимогою відшкодувати збитки на підставі відповідальності за дефектну продукцію. Koninklijke Philips заперечувала проти цього позову, стверджуючи, що вона не є виробником кавомашини. Суд, що розглядав справу, запитує, чи, крім нанесення торговельної марки, повинні бути виконані додаткові критерії для того, щоб власник торговельної марки вважався таким, що представив себе як виробника відповідного продукту.

Зі свого боку, у наданні відповіді на це питання Суд зазначає, що відповідно до фактичного формулювання ст. 3(1) Директиви 85/374 «виробник» означає виробника готового продукту, виробника будь-якої сировини або виробника складника та будь-яку особу, яка, зазна-

чивши своє ім'я, товарний знак або іншу відмітну рису продукту, представляє себе як його виробника. Тож спостерігається лексична фігура, яка потребує більш чіткого роз'яснення. Так, ст. 3(1) Директиви 85/374 містить у суті альтернативу: перша частина стосується особи, яка принаймні частково бере участь у процесі виробництва продукту. Зі свого боку друга частина альтернативи стосується особи, яка представляє себе як виробника, вказавши на продукт своє ім'я, торговельну марку або іншу відмінну рису. Тому з умов цього положення очевидно, що участь особи, яка представляє себе як виробника, у процесі виробництва продукту не є необхідною для того, щоб така особа була класифікована як «виробник» за змістом цього положення.

Підсумовуючи, зазначимо, що осмислюючи питання того, хто є виробником товару, приходимо до цілком логічного висновку, що мета ст. 3(1) Директиви 85/374 полягає у полегшенні тягаря визначення фактичного виробника дефектного продукту. Крім того, Суд зазначає, що, вказавши своє ім'я, торговельну марку або іншу розпізнавальну позначку на продукті, особа, яка представляє себе в якості виробника, створює враження, що вона бере участь у виробничому процесі або бере на себе відповідальність за нього.

Іноді у споживачів виникають питання до товару, який їм пропонується, але у зв'язку з недостатньою обізнаністю особи навіть не усвідомлюють, що мають право на захист своїх прав навіть у контексті введення споживача в оману шляхом надання неправдивої або перебільшеної змістовно інформації про той чи інший продукт. Саме з цього погляду варто звернути увагу на рішення Суду від 4 липня 2015 р. (Teekanne GmbH & Co) [12].

Сутність справи полягає в тому, що Teekanne продає фруктовий чай під назвою «Пригода Фелікса з малиною та ваніллю». Упаковка містить низку елементів різного розміру, кольору та шрифту, зокрема зображення малини та квітів ванілі, напис «фруктовий чай з натуральними ароматизаторами – смак малини та ванілі», а також пломбу, на якій у вигляді золотого кола зазначено «лише натуральні складники». BVV подала позов проти Teekanne, стверджуючи, що написи на упаковці фруктового чаю вводять споживача в оману стосовно вмісту чаю. BVV стверджує, що через ці елементи споживач очікує, що чай містить ваніль та малину або, принаймні, натуральний ванільний ароматизатор та натуральний малиновий ароматизатор. У зв'язку з цим виникає питання, чи є допустимим, щоб маркування, презентація та реклама харчових продуктів створювали враження за допомогою їх зовнішнього вигляду, опису або графічного зображення, що певний інгредієнт є, навіть якщо цього інгредієнта насправді немає, і це видно виключно з переліку інгредієнтів, передбаченого ст. 3(1)(2)

Директиви 2000/13/ЄС.

Суд, відповідаючи на окреслене питання, чітко роз'яснює, що ст.ст. 2(1)(a)(i) й 3(1)(2) Директиви 2000/13 слід тлумачити як такі, що забороняють маркування харчового продукту та методи, що застосовуються для маркування, створювати враження за допомогою зовнішнього вигляду, опису або графічного зображення певного інгредієнта, що цей інгредієнт є, навіть якщо його насправді немає і це видно виключно зі списку інгредієнтів на упаковці харчового продукту. З огляду Суду такі дії будуть сприйматися як введення споживача в оману, і відповідно будуть викликати конкретні санкційні реакції.

## ВИСНОВОК

Отже, у сфері захисту прав споживачів ЄС та його держави-члени мають розділяти повноваження між собою так, щоб головна відповідальність за правове регулювання залишалася за державами, а ЄС виконував здебільшого координуючу та регулюючу функції, керуючись принципами субсидіарності й пропорційності. Водночас механізм впливу ЄС є доволі важливим, оскільки через призму своїх повноважень ЄС задає орієнтири всім іншим державам-членам, встановлюючи мінімальний допустимий рівень захисту прав споживачів. Це, зі свого боку, сприяє підвищенню рівню довіри серед громадян та захисту їхніх прав у рамках внутрішнього ринку ЄС. Вважаємо, що вплив ЄС в цій сфері в подальшому буде лише зростати.

Аналіз прецедентної практики Суду ЄС вказує на непоодинокі випадки неналежної імплементації норм директив у національну правову систему, що призводить до порушення прав людини. На сьогодні вже простежується тенденція до гармонізації норм і практики їх застосування у сфері захисту прав споживачів, що забезпечить однаково високий рівень цього права у всіх державах-членах ЄС. У зв'язку з цим Суд ЄС, здійснюючи належно свої повноваження, забезпечує захист прав споживачів на високому рівні.

Окремо хочемо звернути увагу, що правова регламентація йде в ногу із сучасністю. Всебічна модернізація світу вимагає прийняття нових викликів і з погляду права. Саме тому в проаналізованих справах ми зіткнулися з питанням укладення дистанційних договорів, умови яких іноді можуть ввести особу в оману. Цікавим також видається зв'язок досліджуваної проблематики з іншими сферами правового регулювання, зокрема кримінального права. Це підкреслює тезу про наскрізний та комплексний характер досліджуваної проблематики. Відтак, саме на Суд ЄС покладається важлива роль у виправленні такої практики та формуванні спільних підходів до застосування механізмів забезпечення прав споживачів.

### Список використаних джерел

1. Аналітичний розгляд системи захисту прав споживачів Європейського Союзу (станом на другу половину 2017 року). URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/AnaliticalReviewEUConsumerProtection.pdf>
2. Громовенко К.В. Компетенція ЄС у сфері прав споживачів: історико-правовий аналіз. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2015. № 4. С. 146-151.
3. Директива Європейського Парламенту і Ради 2005/29/ЄС від 11 травня 2005 року про недобросовісну комерційну практику щодо споживачів на внутрішньому ринку. URL: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994\\_b43](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_b43)
4. Письменна О.П. Політика Європейського Союзу щодо захисту прав споживачів. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6e106f71-6e0e-426f-9b5e-f09095d88b87/content>

5. Питульська Н. Система захисту прав споживачів: досвід ЄС. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2018. № 3. С. 22-37.

6. Consolidated versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union 2012/C 326/01 Article 4. EUR-Lex is an official website of European Union law. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=%20celex%3A12012E%2FTXT>

7. European consumer agenda European Commission. Official website of the European Commission. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2012:0225:FIN>

8. Case C-49/11, Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=124744&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1745751>

9. Case C-417/18, AW, BV, CU, DT v Lietuvos valstybė. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=217487&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1735536>

10. Case C-52/18, Christian Füllä v Toolport GmbH. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=214392&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=3760632>

11. Case C-264/21, Keskinäinen Vakuutusyhtiö Fennia v Koninklijke Philips NV. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=262430&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=4209943>

12. Case C-195/14, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale – Bundesverband e.V. v Teekanne GmbH & Co. KG. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=164721&text=&doclang=EN&pageIndex=0&cid=4457975>

### References

1. Analytical review of the consumer protection system of the European Union (as of the second half of 2017) URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/AnaliticalReriewEUConsumerProtection.pdf> (in Ukrainian).

2. Hromovenko K.V. EU competence in the field of consumer rights: historical and legal analysis. *South Ukrainian Law Journal*. 2015. № 4. pp. 146-151. (in Ukrainian).

3. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of May 11, 2005 on unfair commercial practices concerning consumers in the internal market. URL: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994\\_b43](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_b43) (in Ukrainian).

4. Pysmenna O.P. European Union policy on consumer protection. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6e106f71-6e0e-426f-9b5e-f09095d88b87/content> (in Ukrainian).

5. Prytulska N. Consumer protection system: EU experience. *Bulletin of the Kyiv National University of Trade and Economics*. 2018. № 3. pp. 22-37 (in Ukrainian).

6. Consolidated versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union 2012/C 326/01 Article 4. EUR-Lex is an official website of European Union law. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=%20celex%3A12012E%2FTXT>

7. European consumer agenda European Commission. Official website of the European Commission. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2012:0225:FIN>

8. Case C-49/11, Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=124744&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1745751>

9. Case C-417/18, AW, BV, CU, DT v Lietuvos valstybė. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=217487&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1735536>

10. Case C-52/18, Christian Füllä v Toolport GmbH. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=214392&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=3760632>

11. Case C-264/21, Keskinäinen Vakuutusyhtiö Fennia v Koninklijke Philips NV. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=262430&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=4209943>

12. Case C-195/14, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale – Bundesverband e.V. v Teekanne GmbH & Co. KG. URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=164721&text=&doclang=EN&pageIndex=0&cid=4457975>

**Diana BONDARENKO**

student, Yaroslav Mudryi National Law University  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9722-6082>  
e-mail: dianamusic214@gmail.com

**Alina RUCHKO**

student, Yaroslav Mudryi National Law University  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6736-0739>  
e-mail: alina.ruchko2004@gmail.com

**Mariia SAVCHUK**

student, Yaroslav Mudryi National Law University  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1225-8963>  
e-mail: mashasav1522@gmail.com

## PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN THE PRACTICE OF THE EU COURT

**Introduction.** The paper highlights the issues of implementation of consumer protection mechanisms at two hierarchically subordinate levels – international and national. It is given the generalization of separately analyzed cases illustrating the proper practical implementation of consumer protection at the level of the EU Court of Justice. It is provided a generalized view of how theoretical consolidation of the rules meets the requirements of the present.

**The purpose of the paper** is to present the practical results of the analysis of the European consumer protection system at the supranational and national levels of the EU. To do so, the following tasks need to be accomplished: to define the legislative regulation of European consumer policy and its basic principles, to outline the procedure for legislative regulation of consumer issues by the EU supranational institutions, to analyze the case law of the EU Court of Justice and to identify further trends in legal regulation in this area.

**Results.** It is emphasized that it is the European Union that serves as a priority for the national systems of its member states. It is found that the States clearly follow the principles enshrined in certain Directives, but often face difficulties in interpretation, since not all the rules have been implemented in accordance with the fluidity of the modernized world, and therefore there is a need to apply to the Court of Justice of the European Union for a broader explanation. Despite certain difficulties, new mechanisms are increasingly being introduced to ensure the effectiveness of consumer protection at the international level. In particular, the doctrinal positions of individual scholars play an important role, which, in turn, are implemented in practice.

**Conclusion.** It is noted that it is important to harmonize the national legislation of the Member States and the European legislation, since only then can the consumer protection sphere be properly regulated. In general, it is noted that the issue of building and maintaining consumer confidence in the market is a key one for European consumer policy. It cannot be ensured in the presence of unfair, aggressive and openly fraudulent trade practices, so the system must have a sufficient range of effective tools, both state and non-state, to prevent them.

**Keywords:** protection of consumer rights, EU law, competence of the European Union, Court of Justice of the European Union, consumer, manufacturer