



## VERIFIKACIONI KRITERIJUMI

# FER SA POTROŠAČEM

Kriterijumi po oblastima
<b>1. Zaštita bezbjednosti i zdravlja potrošača</b>
1.1. Sveobuhvatno, tačno i odgovarajuće označavanje proizvoda u smislu sadržaja, zdravstvenih aspekata, bezbjedne upotrebe, održavanja, skladištenja i odlaganja
1.2. Obezbeđivanje proizvoda i pružanje usluga koji su pogodni za zdravlje potrošača
1.3. Upotreba zdravstvenih oznaka upozorenja
<b>2. Praktikovanje poštene poslovne prakse pri informisanju, reklamiranju, označavanju i sklapanju ugovora sa potrošačima</b>
2.1. Označavanje takvo da sadrži sastav, zemlju porijekla, energetska efikasnost, podatke o reciklaži i dr.
2.2. Reklamiranje proizvoda i usluga takvo da se posebna pažnja posvećuje djeci, starijim licima, hroničnim bolesnicima i svima onima koji možda nisu u mogućnosti da sveobuhvatno razumiju ili da budu informisani
2.3. Komuniciranje sa potrošačima kroz jasne i razumljive poruke/načine
2.4. Povećanje transparentnosti u smislu aktivnog pružanja informacija
2.5. Emitovanje odgovornih, istinitih i poštenih reklamnih poruka, pružanje informacija i ugovora
2.6. Emitovanje jasnog i prepoznatljivog vida reklamiranja
<b>3. Odnosi sa potrošačima, tehnička podrška i rješavanje potrošačkih prigovora i sporova</b>
3.1. Pružanje podrške pri snabdijevanju i korisničke usluge
3.2. Izdavanje garantnog lista
3.3. Vršenje ispitivanja proizvoda u smislu učešća u uporednom ispitivanju sličnih proizvoda od strane nezavisnih institucija, a sve u svrhu utvrđivanja kvaliteta
3.4. Omogućavanje pristupa pravdi u smislu ukazivanja potrošačima na koji način su u mogućnosti da ostvare svoja prava ukoliko su nezadovoljni proizvodom ili uslugom, što uključuje i mogućnost upotrebe alternativnih mehanizama za rješavanje potrošačkih sporova
3.5. Upravljanje potrošačkim prigovorima
<b>4. Zaštita ličnih podataka i pravo na privatnost</b>
4.1. Zaštita ličnih podataka i privatnosti potrošača
4.2. Uspostavljen sistem za obradu i upotrebu ličnih podataka potrošača

<b>Kriterijumi po oblastima</b>
<b>5. Edukacija i podizanje svijesti potrošača</b>
5.1. Uvođenje inovacija koje su korisne za životnu sredinu i prirodu, u smislu smanjenja štetnih efekata proizvoda i stvaranja otpada od istih
5.2. Edukacija o bezbjednoj i pravilnoj upotrebi proizvoda i odlaganju otpada na način da ne šteti životnoj sredini
5.3. Pružanje tačnih i objektivnih informacija u cilju edukacije potrošača i načinima zaštite njihovih prava
5.4. Podizanje svijesti potrošača o aktivnostima koje se sprovode sa ciljem smanjenja štetnih posljedica upotrebe proizvoda
<b>6. Savjesna i održiva potrošnja</b>
6.1. Roba i usluge na tržištu su energetske efikasne i ekološki prihvatljivi
6.2. Promocija održive potrošnje
6.3. Životni ciklus proizvoda
6.4. Inicijativa za promociju veće odgovornosti za životnu sredinu uključujući i promociju razvoja tehnologije koja je ekološka ili manje štetna, što obuhvata i optimizaciju energetske efikasnosti u stambenim zajednicama (zgradama)

Za sertifikaciju je potrebno **ispunjavati najmanje 50% kriterijuma iz svake od navedenih oblasti**, odnosno:

1. **Zaštita bezbjednosti i zdravlja potrošača**, 2 od ukupno 3 kriterijuma;
2. **Praktikovanje poštene poslovne prakse pri informisanju, reklamiranju, označavanju i sklapanju ugovora sa potrošačima**, 3 od ukupno 6 kriterijuma;
3. **Odnosi sa potrošačima, tehnička podrška i rješavanje potrošačkih prigovora i sporova**, 3 od ukupno 5 kriterijuma;
4. **Zaštita ličnih podataka podataka i pravo na privatnost**, 1 od ukupno 2 kriterijuma;
5. **Edukacija i podizanje svijesti potrošača**, 2 od ukupno 4 kriterijuma;
6. **Savjesna i održiva potrošnja**, 3 od ukupno 5 kriterijuma.

Ukoliko dovoljan broj sertifikacionih kriterijuma nije zadovoljen, **verifikator može kompaniji predložiti na koji način da iste ispuni**, a sve u cilju dobijanja sertifikata.

**U cilju provjere ispunjenosti kriterijuma koriste se sljedeći izvori:**

- uvid verifikatora lično u toku posjete preduzeću;
- dokumenti ili akti preduzeća, a u vezi sa konkretnim kriterijumom;
- informacije javno dostupne na internet stranici ili socijalnoj mreži;
- razgovori sa predstavnikom kompanije nadležnim za pitanja vezana za određeni kriterijum;
- anketiranje najmanje 3 potrošača;
- drugo (npr. sertifikat koji kompanija posjeduje za određenu oblast ili kriterijum).