

Wtorek, 9 marca 2010 r.

I

(Rezolucje, zalecenia i opinie)

REZOLUCJE

PARLAMENT EUROPEJSKI

Ochrona konsumentów

P7_TA(2010)0046

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 9 marca 2010 r. w sprawie ochrony konsumenta (2009/2137(INI))

(2010/C 349 E/01)

Parlament Europejski,

- uwzględniając komunikat Komisji z dnia 28 stycznia 2009 r. zatytułowany „Monitorowanie wyników dotyczących konsumentów na jednolitym rynku: drugie wydanie tablicy wyników dla rynków konsumenckich” (COM(2009)0025) oraz towarzyszący mu dokument roboczy służb Komisji zatytułowany „Druga tablica wyników dla rynków konsumenckich” (SEC(2009)0076),
 - uwzględniając komunikat Komisji z dnia 2 lipca 2009 r. w sprawie egzekwowania dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta (COM(2009)0330),
 - uwzględniając sprawozdanie Komisji z dnia 2 lipca 2009 r. dotyczące stosowania rozporządzenia (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 października 2004 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów („rozporządzenie w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów”) (COM(2009)0336),
 - uwzględniając komunikat Komisji z dnia 7 lipca 2009 r. w sprawie zharmonizowanej metodologii w zakresie klasyfikacji i zdawania sprawozdań ze skarg i zapytań konsumentów COM(2009)0346) oraz towarzyszący mu projekt zaleceń Komisji (SEC(2009)0949),
 - uwzględniając dokument roboczy służb Komisji z dnia 22 września 2009 r. w sprawie dalszych działań związanych z tablicą wyników dla rynków konsumenckich w zakresie detalicznych usług finansowych (SEC(2009)1251),
 - uwzględniając rezolucję z dnia 18 listopada 2008 r. w sprawie tablicy wyników dla rynków konsumenckich ⁽¹⁾,
 - uwzględniając art. 48 i art. 119 ust. 2 Regulaminu,
 - uwzględniając sprawozdanie Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów (A7-0024/2010),
- A. mając na uwadze, że tablica wyników dla rynków konsumenckich (tablica), wraz z tablicą wyników dla rynku wewnętrznego, ma na celu usprawnienie funkcjonowania rynku wewnętrznego i sprawienie, by lepiej odpowiadał on oczekiwaniom i obawom obywateli,

⁽¹⁾ Teksty przyjęte, P6_TA(2008)0540.

Wtorek, 9 marca 2010 r.

- B. mając na uwadze, że w wytycznych politycznych dla nowej Komisji przewodniczący José Manuel Barroso wzywa do stosowania bardziej systematycznego i zintegrowanego podejścia do zakończenia tworzenia wspólnego rynku, na przykład poprzez inicjatywę monitorowania rynku,
- C. mając na uwadze, że 499 milionów konsumentów w UE pełni kluczową rolę w skutecznym funkcjonowaniu rynku wewnętrznego i odgrywa najistotniejszą rolę w osiąganiu celów agendy lizbońskiej w zakresie intensywniejszego wzrostu zatrudnienia i konkurencji, jako że wydatki konsumentów generują połowę dobrobytu UE,
- D. mając na uwadze, że w ramach strategii polizbońskiej po 2020 r. należy na nowo umiejscowić politykę dotyczącą ochrony konsumentów w ramach trwałego rozwoju przyjaznego dla środowiska i dbającego o społeczny wymiar rynku wewnętrznego,
- E. mając na uwadze, że rynek wewnętrzny, który w wydajny sposób odpowiada na zapotrzebowania konsumentów, pomaga także zapewnić bardziej innowacyjną i zdrowszą gospodarkę, biorąc pod uwagę, że skuteczne rynki konsumenckie reagujące na daną sytuację w gospodarce stanowią kluczową siłę napędową konkurencji i dobrobytu obywateli,
- F. mając na uwadze, że dobrze funkcjonujący rynek wewnętrzny powinien oferować konsumentom szeroki wachlarz produktów i usług wysokiej jakości w konkurencyjnych cenach i jednocześnie wysoki poziom ochrony konsumenta,
- G. mając na uwadze, że to jako konsumenci obywatele UE mają na co dzień do czynienia z rynkiem wewnętrznym,
- H. mając na uwadze, że skuteczność polityki ochrony konsumentów zwiększa fakt, że konsumenci i przedsiębiorstwa znają swoje prawa i obowiązki wynikające z obowiązującego prawodawstwa oraz że potrafią je wykorzystać w swoich transakcjach handlowych,
- I. mając na uwadze, że pokładający w rynku zaufanie, należycie poinformowani i pełnoprawni konsumenci mają kluczowe znaczenie dla skutecznego funkcjonowania rynków, ponieważ wynagradzają przedsiębiorców prowadzących działalność w uczciwy sposób i najlepiej odpowiadających potrzebom konsumentów,
- J. mając na uwadze, że aktywna polityka konsumencka – przyczyniając się do dobrego poinformowania i wzmocnienia pozycji konsumentów, co z kolei sprawi, że będą oni wymagać produktów i usług wysokiej jakości – odegra ważną rolę w konkurencyjności, dynamizmie i innowacyjności Unii Europejskiej na świecie,
- K. mając na uwadze, że podniesiona złożoność rynków detalicznych, a zwłaszcza rynku usług detalicznych, coraz bardziej utrudnia konsumentom świadome wybory w trakcie zakupu towarów i usług,
- L. mając na uwadze, że konieczne jest skoordynowane podejście do edukacji konsumenckiej, gdyż pozwala ono konsumentom z ufnością korzystać z przysługujących im praw,
- M. mając na uwadze, że konsumenci mają prawo do rekompensaty w przypadku, gdy zostaną dotknięci nielegalnymi działaniami, ale w praktyce napotykać na duże przeszkody we wnoszeniu takich spraw do sądu w związku z wysokimi kosztami, długimi i skomplikowanymi procedurami oraz ryzykiem związanym z prowadzeniem sporu sądowego,
- N. mając na uwadze, że tablica ukazuje, iż zaledwie czterech z dziesięciu konsumentów sądzi, że spory ze sprzedawcami i dostawcami można łatwo rozwiązywać poprzez alternatywne mechanizmy rozstrzygania sporów, a jedynie trzech z dziesięciu konsumentów uważa, że nietrudne jest rozstrzyganie sporów drogą sądową,
- O. mając na uwadze, że około połowa konsumentów UE, którzy wnoszą skargę, wyraża niezadowolenie w związku ze sposobem, w jaki zajęto się ich skargą, i tylko połowa z nich podejmuje dalsze działania,

Wtorek, 9 marca 2010 r.

- P. mając na uwadze, że kryzys gospodarczy zwiększył presję w stosunku do grup konsumentów o niskich dochodach, którzy wydają większość swoich przychodów na żywność i mieszkanie oraz że w związku z tym coraz więcej konsumentów znajduje się w sytuacji nadmiernego zadłużenia,
- Q. mając na uwadze, że wraz z pojawieniem się handlu elektronicznego szybko rozwijają się transgraniczne rynki konsumenckie, ale konsumenci nadal niechętnie korzystają z możliwości, jakie zapewnia integracja rynku, przede wszystkim dlatego, iż brak im przeświadczenia, że ich prawa będą tak samo chronione przy zakupach dokonywanych za granicą, a także ze względu na niepewność co do prawa do odszkodowania,
- R. mając na uwadze, że wysoki poziom ochrony konsumentów ma zasadnicze znaczenie dla rozwoju rzeczywistego handlu transgranicznego w ramach wspólnego rynku, który odpowiada na potrzeby konsumentów,
- S. mając na uwadze, że zwiększający się transgraniczny wymiar rynków konsumenckich niesie nowe wyzwania dla organów zajmujących się egzekwowaniem prawa, które ograniczone są ramami prawnymi oraz fragmentacją ram regulacyjnych,
- T. mając na uwadze, że Komisja, jak i krajowe organy egzekwowania prawa muszą zwiększyć wysiłki, aby osiągnąć wysoki poziom ochrony konsumentów i wzbudzić w nich zaufanie, które pozwoli im w pełni wykorzystywać potencjał jednolitego rynku,
- U. mając na uwadze, że przepisy UE w zakresie ochrony konsumenta nie mają większego sensu, jeżeli nie są należycie przeniesione na grunt krajowy oraz stosownie wdrażane i wykonywane na tym szczeblu,
- V. mając na uwadze, że w momencie wprowadzenia przepisów krajowych Komisja powinna w aktywny sposób wspierać władze krajowe w prawidłowym stosowaniu przepisów,
- W. mając na uwadze, że biorąc pod uwagę obecne światowe pogorszenie koniunktury gospodarczej, zdecydowane i konsekwentne egzekwowanie prawa jest jeszcze istotniejsze, ponieważ kryzys zwiększa narażenie konsumentów, a niski poziom przestrzegania przepisów może prowadzić do dodatkowych ponoszonych przez nich szkód, podczas gdy organy egzekwujące mogą odczuć większą presję wywieraną na ich zasobach i muszą precyzyjnie określić swoje priorytety oraz zmaksymalizować skutki swoich działań,
- X. mając na uwadze, że Parlament Europejski i parlamenty krajowe mogą w sposób aktywny przyczynić się do lepszej transpozycji i wdrażania przepisów w dziedzinie ochrony konsumenta poprzez dalsze działania prowadzone w ścisłej współpracy,

Wstęp

1. przyjmuje stanowisko, że mianowanie w 2007 r. wyspecjalizowanej komisarz ds. konsumenckich oraz jej silne osobiste zaangażowanie, wielka otwartość i liczne proaktywne działania doprowadziły do rozwoju europejskiej polityki ochrony konsumentów oraz postępów w zakresie spraw dotyczących konsumentów, w dużej mierze na korzyść obywateli UE;
2. obawia się, że rozdzielanie odpowiedzialności za sprawy konsumenckie pomiędzy dwa mandaty komisarzy może prowadzić do ograniczenia koncentracji na sprawach konsumentów w nowej Komisji i podobnie wyraża zaniepokojenie, że nowa struktura organizacyjna w różnych dyrekcjach generalnych może zaszkodzić spójności i skuteczności polityki konsumenckiej lub skutkować jej fragmentacją;
3. podkreśla, że w następstwie wejścia w życie traktatu lizbońskiego, art. 12 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej potwierdza – jako postanowienie o powszechnym zastosowaniu – że wymogi w zakresie ochrony konsumentów powinny być uwzględniane podczas definiowania i realizacji innych gałęzi polityki i działań Unii; wzywa zatem Komisję do zapewnienia skutecznego włączenia interesów konsumentów we wszystkie obszary polityki UE oraz do badania – poprzez ocenę wpływu – potencjalnych konsekwencji wszelkich nowych przepisów i nowej polityki pośrednio i bezpośrednio dotyczących konsumentów; wzywa każdą właściwą dyrekcję generalną Komisji do publikacji rocznego sprawozdania na temat sposobu włączenia polityki konsumenckiej w zakres jej odpowiedzialności;

Wtorek, 9 marca 2010 r.

4. podkreśla, że aby umożliwić obywatelom pełne korzystanie z rynku wewnętrznego, potrzeba aktywnej polityki konsumenckiej; uważa, że aktywna polityka konsumencka jest najistotniejsza w sytuacji obecnego kryzysu gospodarczego, aby wspierać politykę społeczną w zwalczaniu rosnących nierówności i ochronie narażonych na szkody konsumentów oraz grupy o niskich dochodach;
5. podkreśla, że konsumenci powinni mieć możliwość dokonywania świadomych wyborów bez ulegania wpływowi psychologicznemu ze strony producentów, którzy wywierają nacisk, wykorzystując instrumenty stosowane do produktów w sposób tendencyjny i zwodniczy, jako że tworzy to większą konkurencję pomiędzy przedsiębiorcami, którzy podnoszą jakość towarów i usług oraz zapewniają i utrzymują ceny na konkurencyjnych poziomach;
6. uważa, że odpowiedzialna postawa przedsiębiorstw, obejmująca przestrzeganie zasady odpowiedzialności społecznej, zasad konkurencji i gospodarczych interesów konsumentów, pomoże w zdobyciu zaufania konsumentów;
7. przypomina, że organizacje konsumenckie mają do odegrania kluczową rolę w powiadamianiu władz publicznych o problemach, na które natykają się konsumenci na co dzień, i że instrumenty oddane do ich dyspozycji powinny zostać zoptymalizowane w celu poprawy ich zdolności skutecznego działania na szczeblu UE oraz krajowym; wzywa państwa członkowskie do zapewnienia, że na każdym etapie procesu decyzyjnego oraz podczas transpozycji i wdrażania przepisów w zakresie prawa konsumenckiego, zasięgać się będzie opinii organizacji konsumenckich;
8. wzywa Komisję i państwa członkowskie do podnoszenia świadomości i zwiększania zakresu kształcenia konsumentów przez całe ich życie w celu wzmocnienia ich pozycji; zachęca państwa członkowskie do zapewnienia dostępu do jasnych i zrozumiałych informacji, a szczególnie informacji przeznaczonych dla młodych konsumentów w zakresie przeznaczonych dla nich produktów i usług; zachęca w szczególności państwa członkowskie do uwzględnienia aspektów dotyczących konsumentów w ich krajowych programach nauczania na wszystkich poziomach szkolnictwa, aby wyposażać dzieci w umiejętności niezbędne do podejmowania trudnych decyzji w kolejnych latach życia oraz do rozpatrzenia możliwości prowadzenia programów edukacyjnych dla rodziców i dorosłych konsumentów, z myślą o rozwijaniu i umacnianiu świadomości konsumenckiej w dłuższej perspektywie; zauważa, że odpowiednie programy muszą odpowiadać potrzebom edukacyjnym i możliwościom uczniów na każdym poziomie, na którym będą stosowane, a jednocześnie muszą wykorzystywać współczesne metody uczenia, bazujące na doświadczeniu i odwołujące się do przykładów; przypomina, że wykształceni konsumenci, którzy są świadomi własnych praw i wiedzą, gdzie się zwrócić na wypadek naruszenia przepisów, również odgrywają ważną rolę w wykrywaniu zachowań niezgodnych z prawem;
9. podkreśla potrzebę wspierania zrównoważonej konsumpcji, zwracając przy tym uwagę na fakt, że zarówno usługodawcy i sprzedawcy detaliczni, jak i konsumenci muszą być lepiej wykształceni i informowani o zrównoważonej konsumpcji, by przyjmowali tego rodzaju zachowania;
10. nalega, aby Komisja i państwa członkowskie rozpoczęły realizację dobrze ukierunkowanej strategii komunikacyjnej w celu podniesienia wśród obywateli UE świadomości ryzyka narażenia na takie sytuacje oraz ich praw jako konsumentów, zwłaszcza poprzez tworzenie przyjaznych dla użytkownika portali internetowych, kampanie uświadamiające oraz zakładanie punktów informacyjnych na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym; kładzie nacisk na potrzebę wykorzystania konkretnych kanałów komunikacyjnych z myślą o dotarciu do najbardziej narażonych konsumentów, czuwając nad niezawodnością, wiarygodnością i bezstronnością jednostek powołanych do zarządzania i organizowania kanałów komunikacyjnych;

Tablica wyników dla rynków konsumenckich

11. potwierdza, że tablica stanowi ważne narzędzie sprawniejszego monitorowania rynków konsumenckich z myślą o dostarczeniu informacji służących zapewnieniu lepszego politycznego procesu decyzyjnego i regulacji, ale także służącego pokazaniu obywatelom, że ich obawy są odpowiednio uwzględniane;
12. z zadowoleniem przyjmuje pięć głównych wskaźników w tablicy skargi, ceny, poziom zadowolenia, zmiany dostawców i bezpieczeństwo które mają znaczenie w określaniu, których rynków dotyczy największe ryzyko niewłaściwego funkcjonowania pod względem gospodarczego i społecznego wpływu na konsumentów; uważa jednakże, że należałoby również posługiwać się kryteriami umożliwiającymi zmierzenie adekwatności produktów i usług w stosunku do celu trwałego rozwoju;

Wtorek, 9 marca 2010 r.

13. uznaje, iż mimo że pięć wspomnianych wskaźników nie obejmuje wszystkich aspektów środowiska konsumenckiego, dostarczają one wystarczających podstaw, aby ustalić priorytety i sporządzić wnioski co do tego, w jakich obszarach potrzeba dalszych analiz, pod warunkiem, że dane przekazywane przez państwa członkowskie są pełne, a ich gromadzenie może odbywać się na łatwo porównywalnej postawie;

14. uważa, że obecne informacje na temat skarg konsumentów, cen, poziomu zadowolenia, zmian dostawców i bezpieczeństwa są w dalszym ciągu niewystarczające do wyciągnięcia ostatecznych wniosków, oraz że do rozwinięcia solidnej i opartej na dowodach bazy na użytek konsumentów potrzeba danych o wyższej jakości; podkreśla, że w związku z tym wskaźniki muszą być dalej rozwijane, a gromadzenie danych musi się odbywać przy uwzględnieniu różnic pomiędzy systemami krajowymi;

15. sugeruje, by Komisja, po opracowaniu pięciu podstawowych wskaźników oraz związanej z nimi metodologii w stopniu wystarczającym do osiągnięcia wysokiej jakości wyników, rozważyła możliwość włączenia do tablicy dodatkowych wskaźników w perspektywie długoterminowej, takich jak wskaźniki dotyczące udziałów w rynku, jakości, reklamy, przejrzystości oraz porównywalności ofert, jak również wskaźniki związane z egzekwowaniem i poprawą pozycji konsumenta, a także wskaźniki społeczne, środowiskowe i etyczne oraz wskaźniki służące określaniu roszczeń i pomiarowi szkód, jakich doznali konsumenci; uważa jednak, że powinno to się odbywać stopniowo w celu zapewnienia utworzenia należyte ukierunkowanej i zrozumiałej tablicy wyników, z myślą o uzyskaniu bardziej kompleksowego podejścia do ochrony konsumentów, aby mogli oni w pełni czerpać korzyści z rynku wewnętrznego;

16. powtarza, że tablica powinna obejmować wszystkie podstawowe kategorie wydatków konsumenckich, aby zidentyfikować rynki przysparzające największej problemowi oraz stworzyć podstawy dla dalszych, bardziej szczegółowych analiz dotyczących konkretnych sektorów, zwłaszcza w przypadku, gdy dowody wskazują na problemy wspólne dla różnych rynków; wzywa zatem Komisję oraz państwa członkowskie do zapewnienia odpowiedniego finansowania i personelu z myślą o dalszym rozwijaniu tablicy;

17. świadom jest faktu, że konsumenci są mniej zadowoleni i doświadczają więcej problemów w związku z usługami niż towarami, co częściowo odzwierciedla większą złożoność relacji wynikających z umów oraz świadczenia usług w porównaniu z obrotem towarami; wzywa Komisję do przeprowadzenia szczegółowych analiz wszystkich problematycznych sektorów określonych na tablicy; co więcej, wzywa Komisję do zagwarantowania, że po przeprowadzeniu takich działań Komisja przedstawi konkretne inicjatywy legislacyjne i zalecenia w zakresie strategii politycznych dla krajów członkowskich jak również przekaże Parlamentowi informację zwrotną;

18. z zadowoleniem przyjmuje wagę i jakość pracy Komisji widoczną w badaniu dotyczącym detalicznych usług finansowych, opublikowanym w następstwie publikacji tablicy; zwraca uwagę na problemy ujawniające się w dziedzinie usług finansowych, które w związku z kryzysem finansowym jeszcze bardziej wzrosły; ze szczególnym zadowoleniem przyjmuje fakty wynikające ze wspomnianego badania odnoszące się na przykład do głównych problemów dotyczących przejrzystości i porównywalności kosztów związanych z rachunkami bieżącymi w Unii Europejskiej; uważa, że należy w pełni wyciągnąć wnioski z tej sytuacji w związku z koniecznością lepszego uregulowania tego sektora działalności;

19. zauważa, że podczas gdy skargi konsumentów są istotne dla wykrycia nieprawidłowości w funkcjonowaniu rynku, brak skarg nie zawsze oznacza, że rynki działają należyte, ponieważ w niektórych państwach członkowskich konsumenci wykazują mniejszą tendencję do wnoszenia skarg ze względu na inne tradycje konsumenckie lub inne postrzeganie szans powodzenia; zauważa, z jednej strony, że wysoka liczba skarg w danym państwie członkowskim nie musi być interpretowana jako przejaw złego funkcjonowania rynku, ale może być związana ze skutecznym działaniem organów rozpatrujących skargi lub nową kampanią informacyjną w zakresie praw konsumentów;

20. odnotowuje, że istnieje ponad 700 organizacji zewnętrznych przyjmujących skargi konsumentów w UE, lecz ustalenia w zakresie takiego gromadzenia znacznie się różnią i stosunkowo niewiele z tych organizacji zbiera dane dotyczące natury skarg oraz sektorów, których dotyczy kwestia; uważa, że choć gromadzone dane są wystarczające dla celów związanych z udzielaniem rad lub informacji, w żadnym stopniu nie są one odpowiednie do identyfikowania potencjalnych nieprawidłowości w funkcjonowaniu rynku z punktu widzenia konsumentów; wzywa zatem wszystkie organy zajmujące się skargami do przyjęcia zharmonizowanej metodologii klasyfikowania skarg konsumenckich oraz zdawania w ich sprawie sprawozdań, a także zachęca je do składania raportów na temat danych związanych ze skargami odpowiadającymi wszystkim zalecanym i dobrowolnym obszarom proponowanym przez Komisję w jej projekcie zaleceń; sądzi, że rozwój zharmonizowanej metodologii pozwoli państwom członkowskim gromadzić więcej znaczących danych i zbudować bardziej kompletny obraz krajowych rynków konsumenckich, prowadząc do utworzenia bazy danych obejmującej całą UE, która umożliwi porównywanie problemów konsumentów na obszarze UE;

Wtorek, 9 marca 2010 r.

21. zwraca uwagę na analizę dostępnych danych na temat cen, która wskazuje na niedające się wytłumaczyć różnice cenowe pomiędzy krajami w przypadku wielu towarów i usług; sądzi iż mimo że różnice w cenach często są związane z różnicami w poziomach wydatków, strukturze podatków lub kosztów, często stanowią one również sygnał fragmentacji lub niewłaściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego; sugeruje że, w przypadku gdy ceny danych produktów są wyższe niż ceny referencyjne, konieczne jest spojrzenie na stosunek pomiędzy cenami importowymi i konsumpcyjnymi i uważne zbadanie przyczyn leżących u podstaw różnych poziomów cen;

22. sądzi, że dostępne dane na temat cen nie wystarczą do należytego monitorowania rynku wewnętrznego i wzywa krajowe urzędy statystyczne oraz Eurostat do współpracy z Komisją w celu dostarczenia większej liczby danych i do dalszego rozwijania metodologii służącej gromadzeniu informacji o średnich cenach porównywalnych i reprezentatywnych towarów i usług w tym kontekście przypomina, że krajowe urzędy statystyczne muszą zatwierdzać prace związane z gromadzeniem danych dotyczących średnich cen i obliczaniem tych cen, a także by w większym stopniu angażowały się w te prace; podkreśla, że prezentowanie przejrzystszych danych na temat cen zwiększy zaufanie konsumentów i będzie dla nich dowodem, że podejmowane są starania o rozproszenie ich codziennych obaw;

23. przyznaje, że zadowolenie konsumenta stanowi istotny wskaźnik pomagający zrozumieć, jak dobrze lub źle rynki odpowiadają na potrzeby konsumentów; zwraca się do Komisji o dalsze rozwijanie metodologii i technik pomiarowych w celu przeprowadzenia badań w zakresie satysfakcji konsumentów oraz pokrycia w przyszłości dodatkowych sektorów;

24. stoi na stanowisku, że możliwość zmiany dostawcy ma zasadnicze znaczenie dla konkurencyjności gospodarki rynkowej; nalega, aby Komisja i państwa członkowskie podjęły środki służące ułatwieniu zmian dostawców w przypadku wszystkich ważnych usług detalicznych;

25. odnotowuje, że ankiety wskazują, iż poziom zaufania klienta do bezpieczeństwa produktów jest ogólnie wysoki, mimo że postrzeganie kwestii bezpieczeństwa przez konsumentów znacznie się różni w poszczególnych państwach członkowskich; zwraca się do Komisji i państw członkowskich o poprawienie obecnie dostępnych danych na temat bezpieczeństwa produktów dla konsumenta, które gromadzone są głównie w oparciu o doniesienia o wypadkach i urazach spowodowanych wadliwymi produktami, bądź poprzez systemy powiadamiania o ryzyku; podkreśla przede wszystkim potrzebę czuwania nad bezpieczeństwem zabawek;

26. zachęca wszystkie państwa członkowskie, by w celu dalszego podniesienia bezpieczeństwa konsumentów systematycznie gromadziły i rejestrowały we wspólnej bazie danych informacje na temat wypadków i obrażeń;

27. zauważa że przewaga działalności transgranicznej wciąż znacznie się różni na obszarze UE, i mimo że średnie wydatki na zakupy za granicą są znaczne (737 euro na osobę rocznie), ogromna większość (75 %) sprzedawców detalicznych prowadzi sprzedaż jedynie wśród konsumentów w ich własnym kraju, podczas gdy zaledwie jedna czwarta konsumentów w UE dokonuje zakupów za granicą; uważa że podczas gdy istnieje szereg barier strukturalnych takich jak język, odległość i różnice w przepisach prawnych w zakresie ochrony konsumentów, większe zaufanie klientów znacznie podniosłoby poziom handlu transgranicznego; uważa, że rozwój handlu transgranicznego nie może prowadzić do złagodzenia przepisów – przeciwnie, za sprawą tego rozwoju jeszcze bardziej konieczne stają się wysiłki mające na celu zagwarantowanie optymalnego poziomu ochrony konsumentów w Unii Europejskiej;

28. odnotowuje, że zakupy przez Internet stają się coraz bardziej popularne, ale transgraniczny handel elektroniczny nie rozwija się w takim tempie, jak wymiana w obrębie jednego kraju; zwraca się do Komisji o włączenie w przyszłe tablice bardziej kompletnych danych na temat faktycznego poziomu sprzedaży transgranicznej oraz problemów napotykanych przez konsumentów dokonujących zakupów za granicą;

29. zauważa, że jedynie ponad połowa konsumentów UE (51 %) czuje, że jest właściwie chroniona przez istniejące środki dotyczące ochrony konsumentów, że ponad połowa (54 %) sądzi, że władze publiczne należycie chronią ich praw i nieco większy odsetek (59 %) uważa, że sprzedawcy i dostawcy szanują ich prawa;

30. podkreśla, że niemal jedna trzecia (30 %) konsumentów UE, którzy dokonali zakupów na odległość za pomocą Internetu, telefonu bądź poczty, donosi, że doświadczyli problemów z dostawą; odnotowuje jednak, że dziewięciu na dziesięciu konsumentów, którzy próbowali zwrócić zakup bądź odstąpić od umowy w okresie, w którym istnieje możliwość wycofania się z umowy, zdołali to uczynić;

Wtorek, 9 marca 2010 r.

31. przypomina, że kilka państw członkowskich rozwinęło narzędzia służące monitorowaniu ich krajowych rynków z perspektywy konsumentów, takich jak systemy obserwacji cen bądź całościowe systemy wnoszenia skarg przyczyniające się do informowania kręgów tworzących politykę, podczas gdy inne państwa członkowskie nie stosują danych do monitorowania rynków konsumenckich i mają trudności w grupowaniu danych; podkreśla w związku z tym potrzebę wymiany najlepszych praktyk między państwami członkowskimi;

32. podkreśla, że istotny wkład krajowych urzędów statystycznych oraz Eurostatu, jak również bliska współpraca pomiędzy tymi organami i Komisją, twórcami polityki konsumenckiej, krajowymi organami wykonawczymi oraz organizacjami skupiającymi konsumentów i przedsiębiorców, będzie stanowić podstawę zapewniania jakości oraz kompletności danych oraz dalszego rozwijania potrzebnej bazy danych; wzywa Eurostat, państwa członkowskie i zainteresowane strony do podjęcia działań mających na celu ułatwienie takiej współpracy;

33. stoi na stanowisku, że istotne z rynkowego punktu widzenia dane mogą odegrać znaczącą rolę w stymulowaniu innowacyjności i konkurencyjności; w związku z tym podkreśla znaczenie tablicy, jako narzędzia umożliwiającego identyfikację preferencji i wymagań konsumenta; zauważa, że dane takie mogą stymulować innowacje zachęcając przedsiębiorstwa do wchodzenia na nowe rynki i nakłaniając przedsiębiorstwa do ulepszania swoich produktów i usług;

34. przyjmuje stanowisko, że po wprowadzeniu wiarygodnych danych, łatwych do porównania w 27 państwach członkowskich tablica powinna posłużyć za bogate źródło danych porównawczych dla krajowych decydentów politycznych w obszarach polityki dotyczących konkurencji i konsumentów oraz innych, i powinna pomóc im określić na poziomie krajowym rynki, które nie spełniają w sposób należyty swoich funkcji wobec konsumentów;

35. wzywa Komisję do przetestowania środowiska konsumenckiego w każdym państwie członkowskim, biorąc pod uwagę różnice w prawie konsumenckim i tradycjach konsumenckich; przypomina, że porównywanie wyników dotyczących sytuacji konsumentów w poszczególnych państwach członkowskich oraz badanie środowiska konsumenckiego na obszarze UE pomaga określić najlepsze praktyki oraz ostatecznie zapewnić rynek wewnętrzny przynoszący korzyści konsumentom;

36. zachęca wszystkie państwa członkowskie, by co roku przeprowadzały szeroką operację monitorowania rynku w celu zidentyfikowania rynków, które nie zaspokajają potrzeb konsumentów, i by dostarczały kompletne dane, co pozwoli Komisji na monitorowanie i porównywanie problemów napotykanych przez konsumentów na rynku wewnętrznym;

37. utrzymuje, że tablica powinna być wykorzystywana nie tylko do zapewniania lepszej polityki konsumenckiej, ale musi także wspomagać wszystkie obszary polityki, które dotyczą konsumentów, zapewniając tym samym bardziej należyte włączenie interesów konsumenta we wszystkie gałęzie polityki UE, a także włączenie celu trwałego rozwoju do polityki ochrony konsumentów; podkreśla, że tablica powinna także zachęcać do ogólniejszej debaty na temat kwestii dotyczących polityki konsumenckiej;

38. zwraca się do Komisji o opracowanie, przy wsparciu ze strony państw członkowskich, strategii służącej lepszemu informowaniu szerszego grona odbiorców o tablicy, między innymi poprzez zapewnianie łatwego do niej dostępu oraz jej widoczności na odpowiednich stronach internetowych, a także o promowanie jej stosownego rozpowszechniania w mediach, wśród organów krajowych, organizacji konsumenckich oraz pozostałych zainteresowanych stron; uważa za niezbędne kontynuowanie rocznych publikacji tablicy w postaci broszury oraz udostępnianie jej we wszystkich oficjalnych językach UE; zwraca się do Komisji i do państw członkowskich o właściwe promowanie wśród obywateli Europy strony internetowej „eYou Guide”, utworzonej przez Komisję właśnie jako przewodnik po prawach obywateli;

Egzekwowanie dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta

39. z zadowoleniem przyjmuje pięć priorytetowych obszarów działania zidentyfikowanych przez Komisję w komunikacie na temat egzekwowania dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumentów;

40. podkreśla, że skuteczne wdrażanie i egzekwowanie przepisów UE w dziedzinie ochrony konsumenta działa niczym siła napędowa zwiększania zaufania konsumentów oraz silny czynnik odstraszający dla przedsiębiorców usiłujących obejść te przepisy; wzywa Komisję do bacznej obserwacji państw członkowskich oraz udzielania im pomocy w przenoszeniu i wdrażaniu dorobku UE dotyczącego konsumentów; w tym kontekście zachęca Komisję do zbadania możliwości, w oparciu o podstawę prawną przewidzianą w art. 169 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w zakresie zwiększenia roli strategii politycznych dotyczących ochrony konsumentów, które wspierają państwa członkowskie i uzupełniają ich strategie polityczne, w tym możliwości utworzenia Europejskiej Agencji Konsumentów;

Wtorek, 9 marca 2010 r.

41. zauważa, że egzekwowanie przepisów na obszarze UE dalekie jest od jednolitości i większość krajów posiada zarówno silne, jak i słabe punkty; zaznacza, że liczby ukazują znaczne różnice pomiędzy państwami członkowskimi w odniesieniu do budżetu przeznaczanego na nadzór nad rynkiem oraz liczby zaangażowanych w te kontrole inspektorów; nalega, aby państwa członkowskie podwoiły swoje starania i zwiększyły środki w celu zapewnienia, że przepisy prawne chroniące konsumentów i gwarantujące konkurencję będą egzekwowane na runku detalicznym;

42. uważa, że doskonalenie mechanizmów nadzoru rynku i egzekwowania prawa w celu zwiększenia zaufania konsumentów oraz ich skuteczne i pełne wdrażanie ma podstawowe znaczenie, ponieważ wydatki konsumpcyjne będą ważnym czynnikiem ożywienia gospodarczego; przyjmuje stanowisko, że władze publiczne muszą otrzymać więcej środków, aby zbadać kwestię nielegalnych praktyk handlowych i ostatecznie je powstrzymać;

43. podkreśla, że rynki konsumenckie szybko ewoluują i organy egzekwujące przepisy muszą być w stanie sprostać nowym wyzwaniom, jakie zmiany gospodarcze i technologiczne niosą ze sobą w odniesieniu do ich skuteczności w środowisku transgranicznym takim jak rynek wewnętrzny i, aby to osiągnąć, należy połączyć starania z myślą o zapewnieniu skuteczności i spójności egzekwowania przepisów w całej UE; sądzi, że przegląd ram regulacyjnych jest konieczny do wypełnienia wszelkich luk w przepisach;

44. zachęca do utworzenia we wszystkich państwach członkowskich niezależnych agencji ochrony konsumenta, których zadaniem byłoby do wnoszenie spraw przed sądy krajowe w celu ochrony interesów konsumentów; zachęca w związku z tym do współpracy agencje zajmujące się ochroną konsumentów we wszystkich państwach członkowskich;

45. zwraca się do wszystkich państw członkowskich o zbadanie korzyści płynących z powołania specjalnego rzecznika praw konsumentów; zaznacza, że w niektórych państwach członkowskich instytucja ta ma charakter pozasądowego organu polubownego rozstrzygania sporów konsumenckich, a także krajowego organu doradczego ds. rozwiązywania problemów należących do jego właściwości;

46. podziela pogląd Komisji, że alternatywne mechanizmy rozstrzygania sporów takie jak mediacja i arbitraż bądź ugody pozasądowe mogą stanowić wygodną i atrakcyjną opcję dla konsumentów, których próby nieformalnego rozwiązania sporu z przedsiębiorcą lub z jednostką publiczną świadczącą usługi zakończyły się niepowodzeniem; nalega, aby państwa członkowskie zachęcały do rozwijania alternatywnych mechanizmów rozstrzygania sporów w celu podniesienia poziomu ochrony konsumenta i zmaksymalizowania zgodności z przepisami, lecz podkreśla, że takie mechanizmy powinny raczej uzupełniać, a nie zastępować sądowych bądź administracyjnych środków służących egzekwowaniu przepisów; uważa ponadto, że określenie konkretnych dat i terminów dla udzielenia przez organizacje i przedsiębiorstwa odpowiedzi dotyczących stosowanych praktyk, może w znaczny sposób pomóc konsumentom, którzy zamierzają podjąć działania na rzecz rozwiązania konfliktu;

47. przypomina, że dane wskazują na znaczne różnice pomiędzy państwami członkowskimi oraz potrzebę poprawy w kwestii mechanizmów dochodzenia roszczeń; przypomina, że obecnie zbiorowe systemy dochodzenia roszczeń istnieją w 13 państwach członkowskich i wzywa Komisję do jak najszybszego zapewnienia dalszych działań związanych z jej zieloną księgą z dnia 27 listopada 2008 r. w sprawie dochodzenia zbiorowych roszczeń konsumentów (COM(2008)0794);

48. podkreśla potrzebę odpowiedniego szkolenia i edukowania urzędników służby cywilnej oraz pracowników organów sądowych w zakresie przepisów UE dotyczących ochrony konsumentów;

49. zauważa, że przegląd sieci współpracy w zakresie ochrony konsumentów wskazuje, iż władze zajmujące się sprawami transgranicznymi doświadczają trudności w związku z brakiem środków; wzywa Komisję do zbadania sposobów zapewnienia odpowiednich środków z myślą o zgodności z istniejącymi zobowiązaniami na mocy rozporządzenia w sprawie współpracy w zakresie ochrony konsumenta;

50. wyraża poparcie dla wspólnych działań w zakresie egzekwowania (przeglądów), w których organy krajowe równocześnie dokonują przeglądu danego sektora pod względem przestrzegania prawa UE; podkreśla, że działania te powinny być przeprowadzane częściej (dwa razy w roku), w oparciu o wspólną metodologię i połączone z innymi narzędziami;

Wtorek, 9 marca 2010 r.

51. uznaje, że złożony charakter prawny publikacji wyników nadzoru runku i działań związanych z egzekwowaniem przepisów, a także fakt, że prace dochodzeniowe podlegają często surowym przepisom dotyczącym poufności, lecz wyraża pogląd, że Komisja i państwa członkowskie powinny upublicznić te wyniki, rozkładając je na poszczególne przedsiębiorstwa, w przypadkach, gdy dowiedziono powtarzania się nielegalnych działań; uważa, że postępowanie takie zapewni większą przejrzystość, nada lepszą widoczność pracy krajowych organów związanych z egzekwowaniem prawa i umożliwi konsumentom dokonywanie bardziej świadomych wyborów;

52. wzywa do wzmocnienia struktur nadzoru rynkowego we wszystkich państwach członkowskich, tak aby produkty będące w obrocie na ich rynkach reprezentowały wysokie standardy w zakresie bezpieczeństwa, a wadliwe bądź niebezpieczne produkty były szybko usuwane z rynku; wzywa Komisję do monitorowania i dokonywania okresowych przeglądów wytycznych dotyczących systemu szybkiego ostrzegania RAPEX w celu usprawnienia jego funkcjonowania;

53. w związku z tym wzywa Komisję do większej aktywności w dziedzinie monitorowania procesu wdrażania przez państwa członkowskie rozporządzeń dotyczących nadzoru rynku, w szczególności rozporządzenia (WE) 765/2008 oraz, w razie konieczności, bezzwłocznego wszczynania postępowanie w sprawie uchybienia zobowiązaniom;

54. popiera wysiłki Komisji zmierzające do przeanalizowania najnowszych możliwości w zakresie nadzoru technicznego w celu umożliwienia śledzenia produktów w łańcuchu dostaw na skalę globalną (np. przy zastosowaniu chipów RFID lub kodów kreskowych); wzywa Komisję do przedstawienia Parlamentowi bieżących inicjatyw najnowszych ustaleń w zakresie rozwijania globalnej sieci śledzenia produktów;

55. przypomina, że Sieć Europejskich Centrów Konsumentkich wymaga odpowiedniego finansowania w celu promowania budowania zaufania konsumentów poprzez udzielanie obywatelom porad dotyczących ich praw jako konsumentów oraz poprzez zapewnianie łatwego dostępu do procedur dochodzenia roszczeń w przypadkach, w których konsumenci dokonali zakupów za granicą;

56. zauważa, że biorąc pod uwagę stale rosnącą liczbę produktów importowanych do UE z krajów trzecich, organy celne odgrywają istotną rolę w ochronie konsumentów przed importowanymi niebezpiecznymi produktami, co wymaga zatem ciągle zacieśniającej się współpracy pomiędzy organami nadzoru rynkowego oraz organami celnymi, lecz także pomiędzy organami celnymi różnych państw członkowskich;

57. podkreśla, że zapewnianie bezpieczeństwa produktów będących w obiegu na rynku wewnętrznym wymaga połączenia wysiłków z organami krajów trzecich; w związku z tym wspiera inicjatywę Komisji zakładającą wzmocnienie współpracy międzynarodowej i dążenie do formalnych porozumień z organami odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów w krajach trzecich, a zwłaszcza w Chinach, Stanach Zjednoczonych i Japonii; zauważa, że ciągły dialog i ciągła wymiana informacji na temat bezpieczeństwa produktów leżą w interesie wszystkich stron i są kluczowe dla budowania zaufania konsumentów; wzywa Komisję do powiadamiania Parlamentu na temat jej dialogu z państwami trzecimi w równych odstępach czasowych;

*

* *

58. zobowiązuje swojego przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie, Komisji oraz rządowi i parlamentowi państw członkowskich.