

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

Polityka ochrony konsumentów

P7_TA(2011)0491

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 15 listopada 2011 r. w sprawie nowej strategii dla polityki ochrony konsumentów (2011/2149(INI))

(2013/C 153 E/04)

Parlament Europejski,

- uwzględniając Kartę praw podstawowych Unii Europejskiej, włączoną do traktatów na mocy art. 6 Traktatu o Unii Europejskiej (TUE),
- uwzględniając art. 26 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE), który stanowi, że „rynek wewnętrzny obejmuje obszar bez granic wewnętrznych, w którym jest zapewniony swobodny przepływ towarów, osób, usług i kapitału, zgodnie z postanowieniami traktatów”,
- uwzględniając art. 3 ust. 3 TUE, który zobowiązuje Unię do tego, by dążyła do „wysokiej konkurencyjnej społecznej gospodarki rynkowej, zmierzającej do pełnego zatrudnienia i postępu społecznego oraz do wysokiego poziomu ochrony i do poprawy jakości środowiska naturalnego”,
- uwzględniając art. 9 TFUE, który stanowi, że „przy określaniu i realizacji swoich polityk i działań Unia bierze pod uwagę wymogi związane ze wspieraniem wysokiego poziomu zatrudnienia, zapewnianiem odpowiedniej ochrony socjalnej, zwalczaniem wykluczenia społecznego, a także z wysokim poziomem kształcenia, szkolenia oraz ochrony zdrowia ludzkiego”,
- uwzględniając art. 11 TFUE, który stanowi, że „przy ustalaniu i realizacji polityk i działań Unii, w szczególności w celu wspierania zrównoważonego rozwoju, muszą być brane pod uwagę wymogi ochrony środowiska”,
- uwzględniając art. 12 TFUE, który stanowi, że „wymogi ochrony konsumentów są uwzględniane przy określaniu i urzeczywistnianiu innych polityk i działań Unii”,
- uwzględniając art. 14 TFUE oraz dołączony do traktatu protokół nr 26 w sprawie usług świadczonych w interesie ogólnym (gospodarczym),
- uwzględniając komunikat Komisji do Rady Europejskiej zatytułowany „Europa 2020, strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu” (COM(2010)2020),
- uwzględniając swoje stanowisko z dnia 6 lipca 2011 r. w sprawie stanowiska Rady w pierwszym czytaniu w sprawie przyjęcia rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmieniającego rozporządzenia (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylającego dyrektywy 87/250/EWG, 90/496/EWG, 1999/10/WE, 2000/13/WE, 2002/67/WE, 2008/5/WE i rozporządzenie (WE) nr 608/2004 ⁽¹⁾,
- uwzględniając swoje stanowisko z dnia 23 czerwca 2011 r. w sprawie wniosku dotyczącego dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie praw konsumentów ⁽²⁾,

⁽¹⁾ Teksty przyjęte, P7_TA(2011)0324.

⁽²⁾ Teksty przyjęte, P7_TA(2011)0293.

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

- uwzględniając roczne sprawozdanie za rok 2010 Sieci Europejskich Centrów Konsumentckich (Urząd Publikacji Unii Europejskiej, 2011 r.),
- uwzględniając dokument roboczy służb Komisji z dnia 7 kwietnia 2011 r. zatytułowany „Umocnienie pozycji konsumenta w UE” (SEC(2011)0469),
- uwzględniając komunikat Komisji z dnia 11 marca 2011 r. zatytułowany „Konsumenci czujący się pewnie na jednolitym rynku”, piąte wydanie Tablicy wyników dla warunków konsumentckich (SEC(2011)0299),
- uwzględniając komunikat Komisji z dnia 22 października 2010 r. zatytułowany „Wykorzystanie rynków na rzecz konsumentów”, czwarte wydanie Tablicy wyników dla rynków konsumentckich (SEC(2010)1257),
- uwzględniając swoją rezolucję z dnia 20 października 2010 r. w sprawie kryzysu finansowego, gospodarczego i społecznego: zalecenia dotyczące działań i inicjatyw, jakie należy podjąć (sprawozdanie śródkresowe) ⁽¹⁾,
- uwzględniając swoją rezolucję z dnia 21 września 2010 r. w sprawie ostatecznego utworzenia wewnętrznego rynku handlu elektronicznego ⁽²⁾,
- uwzględniając swoją rezolucję z dnia 5 lipca 2011 r. w sprawie wydajniejszego i bardziej sprawiedliwego rynku detalicznego ⁽³⁾,
- uwzględniając sprawozdanie prof. Mario Montiego z dnia 9 maja 2010 r. dla Komisji dotyczące ożywienia jednolitego rynku, zatytułowane „Nowa strategia dla jednolitego rynku”,
- uwzględniając swoją rezolucję z dnia 20 maja 2010 r. w sprawie przybliżenia jednolitego rynku konsumentom i obywatelom ⁽⁴⁾,
- uwzględniając swoją rezolucję z dnia 9 marca 2010 r. w sprawie ochrony konsumenta ⁽⁵⁾,
- uwzględniając sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego i Rady 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 dla Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów w sprawie transgranicznego elektronicznego handlu konsumentckiego w UE (COM(2009)0557),
- uwzględniając komunikat Komisji z dnia 7 lipca 2009 r. dla Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów w sprawie zharmonizowanej metodologii klasyfikacji i zgłaszania skarg i zapytań konsumentów (COM(2009)0346) oraz dołączony do niego projekt zalecenia Komisji (SEC(2009)0949),
- uwzględniając komunikat Komisji z dnia 2 lipca 2009 r. w sprawie egzekwowania dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta (COM(2009)0330),

⁽¹⁾ Teksty przyjęte, P7_TA(2010)0376.

⁽²⁾ Teksty przyjęte, P7_TA(2010)0320.

⁽³⁾ Teksty przyjęte, P7_TA(2011)0307

⁽⁴⁾ Dz.U. C 161 E z 31.5.2011, s. 84.

⁽⁵⁾ Dz.U. C 349 E z 22.12.2010, s. 1.

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

- uwzględniając zalecenie Komisji z dnia 29 czerwca 2009 r. w sprawie środków na rzecz poprawy funkcjonowania jednolitego rynku ⁽¹⁾ oraz zalecenie Komisji z dnia 12 lipca 2004 r. w sprawie transpozycji dyrektyw dotyczących rynku wewnętrznego do prawa krajowego ⁽²⁾,
 - uwzględniając dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/48/WE z dnia 18 czerwca 2009 r. w sprawie bezpieczeństwa zabawek (dyrektywa w sprawie bezpieczeństwa zabawek) ⁽³⁾,
 - uwzględniając rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku odnoszące się do warunków wprowadzania produktów do obrotu ⁽⁴⁾, którego celem jest stworzenie ogólnych ramowych przepisów i zasad dotyczących akredytacji i nadzoru rynkowego,
 - uwzględniając komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego zatytułowany „Strategia polityki konsumenckiej UE na lata 2007-2013 – wzmocnienie pozycji konsumentów, polepszenie ich dobrobytu oraz zapewnienie ich skutecznej ochrony” (COM(2007)0099) oraz rezolucję Parlamentu Europejskiego z dnia 20 maja 2008 r. w sprawie strategii polityki konsumenckiej UE na lata 2007-2013 ⁽⁵⁾,
 - uwzględniając sprawozdanie Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Sekcji ds. jednolitego rynku, produkcji i konsumpcji, zatytułowane „Obstacles to the European single market 2008” („Przeszkody dla jednolitego rynku europejskiego w 2008 r.”) ⁽⁶⁾,
 - uwzględniając rozporządzenie (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”) ⁽⁷⁾,
 - uwzględniając swoją rezolucję z dnia 12 grudnia 2006 r. w sprawie wspólnego stanowiska Rady dotyczącego przyjęcia decyzji Parlamentu Europejskiego i Rady ustanawiającej program działań Wspólnoty w dziedzinie polityki ochrony konsumentów (2007–2013) ⁽⁸⁾,
 - uwzględniając dyrektywę 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) ⁽⁹⁾,
 - uwzględniając dyrektywę Rady 2004/113/WE z dnia 13 grudnia 2004 r. wprowadzającą w życie zasadę równego traktowania mężczyzn i kobiet w zakresie dostępu do towarów i usług oraz dostarczania towarów i usług ⁽¹⁰⁾,
 - uwzględniając art. 48 Regulaminu,
 - uwzględniając sprawozdanie Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów oraz opinię Komisji Gospodarczej i Monetarniej (A7-0369/2011),
- A. mając na uwadze, że w osiągnięciu celów strategii „Europa 2020” w postaci inteligentnego, trwałego wzrostu gospodarczego sprzyjającego włączeniu społecznemu obywatele UE – jako konsumenci – mają do odegrania kluczową rolę, gdyż wydatki konsumpcyjne generują ponad połowę PKB UE;

⁽¹⁾ Dz.U. L 176 z 7.7.2009, s. 17.

⁽²⁾ Dz.U. L 98 z 16.4.2005, s. 47.

⁽³⁾ Dz.U. L 170 z 30.6.2009, s. 1.

⁽⁴⁾ Dz.U. L 218 z 13.8.2008, s. 30.

⁽⁵⁾ Dz.U. C 279 E z 19.11.2009, s. 17

⁽⁶⁾ http://www.eesc.europa.eu/smo/news/Obstacles_December-2008.pdf.

⁽⁷⁾ Dz.U. L 364 z 9.12.2004, s. 1.

⁽⁸⁾ Dz.U. C 317 E z 23.12.2006, s. 61.

⁽⁹⁾ Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22.

⁽¹⁰⁾ Dz.U. L 373 z 21.12.2004, s. 37.

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

- B. mając na uwadze, że zgodnie ze wskaźnikiem niedostatku materialnego 16,3 % ludności UE jest zagrożonych ubóstwem, a w przypadku kobiet odsetek ten wzrasta do 17,1 %;
- C. mając na uwadze, że jak wskazuje specjalne badanie Eurobarometr 342 w sprawie umocnienia pozycji konsumenta z kwietnia 2011 r., znaczna większość konsumentów czuje się pewnie i uważa się za dobrze poinformowanych, lecz jednocześnie duży ich odsetek wykazuje się brakiem znajomości podstawowego prawa konsumenckiego;
- D. mając na uwadze, że konsumenci nie tworzą jednorodnej grupy, ponieważ występują między nimi znaczne różnice, jeżeli chodzi o umiejętności konsumenckie, świadomość prawa, asertywność oraz gotowość do dochodzenia roszczeń;
- E. mając na uwadze, że zgodnie ze specjalnym badaniem Eurobarometr 342 w sprawie umocnienia pozycji konsumenta z kwietnia 2011 r. kobiety spędzają na zakupach więcej czasu (3,7 godziny w zwykłym tygodniu) niż mężczyźni (2,8 godziny);
- F. mając na uwadze, że zgodnie z piątym wydaniem Tablicy wyników dla warunków konsumenckich z marca 2011 r. konsumenci w UE nadal mają do czynienia z bardzo zróżnicowanymi warunkami;
- G. mając na uwadze, że niezadowolenie konsumentów w odniesieniu do funkcjonowania usług finansowych spowodowane jest między innymi niewłaściwymi poradami, które otrzymują konsumenci, i faktem, że – jak wykazała tablica wyników dla rynków konsumenckich – większość konsumentów nie ma pojęcia o swoich prawach w zakresie usług finansowych, a 98 % nie jest w stanie wybrać najwłaściwszej formy inwestycji, przy czym koszt szacuje się na 0,4 % PKB UE;
- H. mając na uwadze, że ujawnianie informacji jest zarówno niezbędne, jak i ważne we wszystkich sektorach usług finansowych dla konsumentów; mając na uwadze, że w ramach strategii należy uznać, że ujawnianie informacji jest niewystarczające samo w sobie, aby zagwarantować konkurencyjność rynków, na których konsumenci mogą podejmować najbardziej korzystne dla siebie decyzje; mając na uwadze, że aby ujawnianie informacji było efektywniejsze, ważne jest podawanie informacji w językach urzędowych UE oraz urzędowych językach regionalnych;
- I. mając na uwadze konieczność specjalnej ochrony grup osób szczególnie podatnych na zagrożenia ze względu na niepełnosprawność umysłową, fizyczną lub psychiczną, wiek lub łatwowierność, takich jak dzieci, nastolatki, osoby starsze lub osoby znajdujące się w trudnej sytuacji społeczno-ekonomicznej (np. osoby nadmiernie zadłużone);
- J. mając na uwadze, że UE określiła cele w zakresie zmniejszenia emisji CO₂, wzywając do bardziej zrównoważonych wzorców konsumpcji;
- K. mając na uwadze, że dobrze funkcjonujący rynek wewnętrzny powinien oferować konsumentom szerszy wachlarz produktów i usług wysokiej jakości w konkurencyjnych cenach i, jednocześnie, wysoki poziom ochrony konsumenta i środowiska naturalnego;
- L. mając na uwadze, że rynek wewnętrzny musi się rozwijać nie zagrażając ochronie konsumenta i gwarantując swobodny przepływ usług oraz zwracając należytą uwagę na kwestię ochrony pracowników;
- M. mając na uwadze, że konsumenci o umocnionej pozycji lepiej rozpoznają najlepsze ceny, warunki sprzedaży i jakość, stymulując tym samym konkurencję i innowacje;
- N. mając na uwadze, że w pełni zintegrowany rynek wewnętrzny stworzyłby wiele korzyści dla europejskich konsumentów, takich jak niższe ceny i szerszy wachlarz produktów i usług;

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

- O. mając na uwadze, że jak wskazuje Tablica wyników dla warunków konsumenckich z marca 2011 r., detaliści wykazują się brakiem znajomości podstawowych unijnych praw konsumenckich, co może przynosić szkody konsumentom, lecz także wpływać na ich gotowość do angażowania się w transgraniczną wymianę handlową;
- P. mając na uwadze, że wszystkie zainteresowane strony (w tym Komisja Europejska, krajowe organy ścigania, organizacje konsumenckie i sektor prywatny) muszą zwiększyć wysiłki, aby osiągnąć cel, jakim jest wysoki poziom ochrony i umocnienie pozycji konsumentów, gdyż efektywność publicznego nadzoru rynku i egzekwowanie prawa są niezbędne do zagwarantowania, że nielegalne i niebezpieczne produkty nie trafiają na europejski rynek lub zostaną z niego usunięte;
- Q. mając na uwadze, że z uwagi na obecne pogorszenie koniunktury gospodarczej zdecydowane i konsekwentne egzekwowanie prawa jest jeszcze istotniejsze, gdyż kryzys ma wpływ na wybory dokonywane przez konsumentów;
- R. mając na uwadze, że Parlament Europejski i parlamenty krajowe muszą przyczynić się do skuteczniejszej transpozycji i skuteczniejszego egzekwowania przepisów w dziedzinie ochrony konsumentów poprzez dalszą ścisłą współpracę;
- S. mając na uwadze, że Parlament Europejski i parlamenty krajowe powinny chronić zdrowie i dobre samopoczucie obywateli UE;

Główne cele

1. z zadowoleniem przyjmuje inicjatywę Komisji dotyczącą uruchomienia programu na rzecz praw konsumentów i podkreśla, iż konieczne jest, by Komisja zaproponowała proaktywną politykę w dziedzinie inteligentnych regulacji w celu ustanowienia spójnych ram prawnych; apeluje ponadto, aby wszystkie przyszłe środki w zakresie polityki ochrony konsumentów były oparte na kompleksowym podejściu stawiającym konsumentów w centrum jednolitego rynku;
2. podkreśla, że priorytety polityczne muszą być powiązane z Tablicą wyników dla rynków konsumenckich i na niej bazować; wzywa Komisję, by w swojej strategii dotyczącej polityki ochrony konsumentów wzięła pod uwagę opublikowane niedawno 20 głównych obaw obywateli i przedsięwzięciom związanych z rynkiem wewnętrznym;
3. z zadowoleniem przyjmuje zawarte w programie prac Komisji na rok 2012 propozycje dotyczące przeglądu polityki ochrony konsumentów oraz strategii ustawodawczej, łączące inicjatywy wszystkich odpowiedzialnych służb Komisji; zauważa w szczególności potrzebę zapewnienia konsumentom w całej Unii Europejskiej pełnej ochrony zapisanej w kluczowym ustawodawstwie, takim jak dyrektywy w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych i w sprawie kredytu konsumenckiego;
4. z zadowoleniem przyjmuje strategiczne podejście do ochrony konsumentów, uwzględniające wnioski wyciągnięte ze strategii na lata 2007-2013; podkreśla potrzebę lepszej koordynacji między polityką konsumencką a celami społecznymi i środowiskowymi w ramach strategii Europa 2020;
5. podkreśla potrzebę właściwego wdrożenia i egzekwowania istniejących przepisów (zwłaszcza ostatniej dyrektywy w sprawie praw konsumentów), którym towarzyszyć będzie rozpowszechnianie odpowiednich informacji na temat praw i obowiązków każdej ze stron; podkreśla ponadto, że po przyjęciu dyrektywy w sprawie praw konsumentów i w związku z planowanymi nowymi inicjatywami zachodzi konieczność przeanalizowania aktualnego dorobku prawnego;
6. podkreśla potrzebę spójności w sposobie realizacji polityki ochrony konsumentów i w związku z tym proponuje ponowne zainicjowanie dyskusji na temat sposobu podziału tego zakresu odpowiedzialności w Komisji;

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

7. wzywa Komisję do zapewnienia lepszej koordynacji pomiędzy poszczególnymi strategiami jej polityki konsumenckiej;
8. wzywa Komisję i państwa członkowskie do wzmocnienia międzynarodowej współpracy i wymiany informacji w dziedzinie ochrony konsumentów z krajami niebędącymi członkami UE;
9. zwraca uwagę na liczne wyzwania, z jakimi musi się zmierzyć program na rzecz praw konsumentów, w tym na kwestie takie jak wzmocnienie pozycji konsumentów i zmniejszenie nierówności, wspieranie zrównoważonej konsumpcji, zmniejszenie narażenia konsumentów na niebezpieczne produkty i ochrona konsumentów – zwłaszcza dzieci – przed działaniem bezpośredniej reklamy wprowadzającej w błąd; wzywa decydentów do szczegółowego przeglądu sposobów projektowania inteligentnych strategii politycznych, zapewniających konsumentom potrzebne informacje, z których rzeczywiście mogą oni skorzystać, nie tworząc przy tym dodatkowych obciążeń dla przedsiębiorstw;
10. wzywa Komisję do zagwarantowania specjalnej ochrony grupom konsumentów szczególnie narażonych ze względu na swoją niepełnosprawność umysłową, fizyczną czy psychologiczną, wiek lub łatwowierność czy szczególnie podatnych na zagrożenia ze względu na swoją sytuację społeczną i finansową; popiera badania Komisji w dziedzinie ekonomii behawioralnej, gdyż uważa, że ma to podstawowe znaczenie dla zapewnienia skuteczności środków ochrony konsumentów w praktyce;
11. wzywa Komisję do poprawy kryteriów i ustaleń w zakresie wykonywania większej liczby ocen wpływu, a w stosownych przypadkach do przeglądu prawodawstwa UE mającego wpływ na politykę ochrony konsumentów, a także do opracowania najlepszych praktyk, dzięki którym państwa członkowskie mogą w sposób właściwy wdrożyć istniejące przepisy;

Wzmocnienie pozycji konsumentów

12. zauważa znaczący wzrost handlu elektronicznego, który ma ogromne znaczenie dla konsumentów, gdyż zakupów w internecie dokonuje 40 % obywateli UE; zwraca uwagę, że należy zwiększyć zaufanie konsumentów i detalistów, zwłaszcza zaufanie do transgranicznego zakupu i handlu za pośrednictwem internetu, poprzez zagwarantowanie konsumentom i detalistom ich praw i obowiązków w internecie;
13. ubolewa w związku ze znaczną różnicą między poziomem krajowych i transgranicznych internetowych zakupów detalicznych; odnotowuje, że zgodnie z Tablicą wyników dla rynków konsumenckich 44 % konsumentów oświadczyło, iż niepewność co do ich praw zniechęca ich do zakupu towarów w innych państwach członkowskich, a opóźniona dostawa lub jej brak, jak również oszustwa to zasadnicze czynniki odstręczające od dokonywania zakupów transgranicznych; apeluje zatem, by unijna strategia dotycząca polityki ochrony konsumentów wspierała wzrost i innowacje w sektorze detalicznym, a szczególnie proces tworzenia jednolitego rynku cyfrowego, aby pomagać konsumentom z UE w dokonywaniu zakupów transgranicznych;
14. zwraca uwagę, że zaufanie konsumentów to siła napędowa gospodarki zarówno w odniesieniu do handlu krajowego, jak i transgranicznego, w internecie i poza nim;
15. podkreśla potrzebę informowania konsumentów o ich prawach i obowiązkach i zadbania o pełne poszanowanie praw konsumentów w zakresie korzystania z internetu i praw własności intelektualnej przy jednoczesnej ochronie danych osobowych i prywatności;
16. podkreśla, że dane osobowe konsumentów mają istotną wartość ekonomiczną, na przykład bazy danych zawierające profile konsumentów wykorzystywane do celów reklamy ukierunkowanej; zaznacza, że użytkownicy w znacznej mierze nie zdają sobie sprawy z wartości danych, jakie dobrowolnie udostępniają przedsiębiorstwom; zwraca się do Komisji o zapewnienie wystarczającej konkurencji na rynku reklamy internetowej oraz wyszukiwarek i do monitorowania sposobu wykorzystywania danych przez zainteresowane przedsiębiorstwa, zgodnie z obowiązującymi ramami ochrony danych;

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

17. podkreśla potrzebę przekazywania konsumentom i przedsiębiorcom bardziej przejrzystych i porównywalnych informacji, na przykład poprzez stosowanie cen jednostkowych i strony internetowe oferujące usługę porównywania cen, które podawałyby dokładne i przejrzyste informacje, jak również treściwego i skutecznego oznakowania produktów;
18. podkreśla znaczenie oznakowania i w związku z tym wzywa Komisję do uwzględnienia coraz liczniejszych głosów konsumentów dotyczących na przykład sprawiedliwego handlu, śladu węglowego, zakresu i rodzajów recyklingu, a także oznaczenia pochodzenia;
19. podkreśla potrzebę zapewnienia powszechnego dostępu do szybkich sieci szerokopasmowych i telekomunikacyjnych, a także powszechnego dostępu do towarów i usług w internecie, w tym poprzez usuwanie ograniczeń dla dystrybucji, rozwiązanie problemu podziału ze względu na położenie geograficzne, a także poprzez rozwój usług płatności elektronicznych;
20. podkreśla, że w programie na rzecz praw konsumentów należy uwypuklić kwestię rynku treści produktów cyfrowych, np. e-booków;
21. podkreśla potrzebę wzmocnienia pozycji konsumentów poprzez przekazywanie im przydatnych, ukierunkowanych i możliwych do zrozumienia informacji; podkreśla, że organy UE i krajowe, jak również organizacje konsumentów i przedsiębiorstwa muszą zwiększyć wysiłki, aby poprawić edukację konsumentów; wzywa Komisję, aby zaproponowała „przyjazne dla konsumenta” przepisy prawne odnoszące się do jednolitego rynku w celu zadbania o pełną integrację interesów konsumentów z funkcjonowaniem jednolitego rynku;
22. wzywa Komisję i państwa członkowskie do zapewnienia odpowiedniego wsparcia oraz wzmocnienia potencjału organizacji konsumentów w poszczególnych państwach członkowskich w celu zwiększenia ich roli i zasobów, wzmacniając w ten sposób pozycję konsumentów;
23. podkreśla potrzebę edukowania konsumentów od jak najwcześniejszego wieku, aby rozumieli oni informacje figurujące na produktach i z nich korzystali; wzywa Komisję do uczynienia bardziej rozpoznawalnymi i intuicyjnymi europejskich logo, w przypadku których wskaźnik rozpoznawalności nadal wydaje się niesatysfakcjonujący (w szczególności logo oznakowania zgodności CE, europejskiego oznakowania ekologicznego, wstęgi Möbiusa odnośnie do recyklingu czy oznakowania zagrożeń);
24. wzywa Komisję do zainicjowania we wszystkich państwach członkowskich kampanii informacyjnych na temat europejskiego oznakowania CE i jego znaczenia, wyjaśniania konsumentom, czym ono jest (lub nie jest), i udzielania im wszechstronnych informacji, a przy tym do zwiększania świadomości w zakresie bezpieczeństwa produktów w kręgach branżowych;
25. uważa, że społeczeństwo obywatelskie wraz z organizacjami konsumentów i przedsiębiorstwami powinno dalej wprowadzać innowacyjne rozwiązania w zakresie rozpowszechniania informacji na jednolitym rynku, umożliwiając obywatelom pełne korzystanie z istniejących możliwości; podkreśla ważną rolę, jaką społeczeństwo obywatelskie odgrywa we wspieraniu MŚP i konsumentów, szczególnie tych najsłabszych, takich jak osoby młode lub osoby bez dostępu do internetu, w przewyciężaniu istniejących barier i ograniczeń językowych, technologicznych i administracyjnych w państwach członkowskich;
26. ubolewa, że zmiana dostawcy lub taryfy jest nadal utrudniona w niektórych sektorach, co ogranicza swobodę wyboru konsumentów i niszczy konkurencję; wzywa Komisję do bliższego przyjrzenia się tej kwestii, aby zapewnić konsumentom możliwość korzystania ze wszystkich korzyści, jakie daje jednolity rynek;
27. wzywa Komisję do zajęcia się kwestią utrzymujących się przeszkód w przypadku zmiany banku przez konsumentów oraz do znalezienia sposobów ich zlikwidowania, takich jak utworzenie ogólnounijnego systemu przenoszenia numeru konta bankowego;
28. odnotowuje znaczenie, jakie dla konsumentów posiadających konta bankowe mają przejrzyste opłaty bankowe, krótsze terminy wykonania transakcji i prostsze procedury przenoszenia kont bankowych;

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

29. zauważa, że około 30 milionów obywateli UE nie ma dostępu do podstawowych usług bankowych i wzywa Komisję do przedstawienia wniosku zapowiedzianego przez Komisję w Akcie o jednolitym rynku i w programie prac Komisji na rok 2011 r.;

Ochrona konsumentów i bezpieczeństwo produktów

30. podkreśla potrzebę opracowania strategii politycznych dotyczących konsumentów, które uwzględniłyby cechy szczególne słabszych grup konsumentów;

31. domaga się określenia wyraźnych powiązań między strategią a programem w zakresie polityki konkurencji oraz wzywa do podjęcia wspólnych działań w tym celu, tak by konsumenci mogli korzystać z usług lepiej dostosowanych do ich potrzeb i świadczonych według lepszych warunków;

32. podkreśla pilną potrzebę zwiększenia ogólnego poziomu bezpieczeństwa produktów konsumpcyjnych w UE, zwłaszcza w ramach zbliżającego się przeglądu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów; wzywa Komisję, aby we współpracy z właściwymi agencjami UE bliżej przyjrzała się kwestiom dotyczącym wpływu substancji chemicznych na zdrowie konsumentów, oporności na antybiotyki i nanotechnologiom, na podstawie obowiązującego w tych obszarach prawodawstwa unijnego;

33. podkreśla też potrzebę zwiększenia norm bezpieczeństwa dla zabawek i apeluje do państw członkowskich o szybką transpozycję i pełne wdrożenie nowej dyrektywy w sprawie bezpieczeństwa zabawek;

34. wzywa Komisję, by zgodnie z zapisami rezolucji w sprawie jednolitego rynku sprzyjającego przedsiębiorstwom i wzrostowi gospodarczemu opracowała wspólny system oceny i oznakowania, bazujący na całym cyklu życia produktu, przede wszystkim aby uprościć i zharmonizować systemy oraz ograniczyć koszty fragmentacji dla przedsiębiorstw i konsumentów, a także zapobiec zjawisku występowania reklam wprowadzających w błąd;

35. apeluje o lepsze gwarancje bezpieczeństwa produktów, zwłaszcza w handlu elektronicznym na wewnętrznym rynku;

36. apeluje o wzmocniony oraz bardziej skuteczny i przejrzysty dla konsumentów wspólnotowy system szybkiego informowania (RAPEX), aby zwiększyć ogólną świadomość zagrożeń, jakie niosą ze sobą określone produkty konsumpcyjne, a także umożliwić przedsiębiorstwom i organom celnym podejmowanie szybkich i odpowiednich działań;

37. odnotowuje w związku z tym znaczenie przejrzystości i wiarygodności rynków, poprawy standardów zawodowych i unikania konfliktów interesu w świadczeniu usług finansowych dla konsumentów, oraz podstawową rolę edukacji finansowej;

38. podkreśla znaczenie dostępu do edukacji finansowej i doradztwa finansowego i apeluje o poprawę uregulowań prawnych dotyczących usług doradztwa finansowego;

39. zwraca uwagę, że nowe europejskie organy nadzoru mają wyraźnie określone uprawnienia i obowiązki w zakresie ochrony konsumentów w obszarze usług finansowych, oraz oczekuje, że strategia będzie te zadania odzwierciedlała i rozwijała możliwości europejskich organów nadzoru w zakresie ochrony konsumentów, wykorzystując obecne najlepsze praktyki organów krajowych i zapewniając odpowiedni udział zainteresowanych podmiotów, zwłaszcza przedstawicieli konsumentów;

40. domaga się określenia wysokiego poziomu ochrony konsumentów w całej UE, aby jeszcze bardziej wzmocnić rynek wewnętrzny w dziedzinie usług finansowych i zlikwidować praktyki protekcyjnistyczne;

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

41. apeluje o przyznanie ukierunkowanego finansowania na projekty badawcze dotyczące konsumentów, szczególnie w dziedzinie zachowań konsumenckich oraz gromadzenia danych, aby pomóc w opracowywaniu strategii politycznych, które spełniają potrzeby konsumentów;
42. proponuje zwiększenie europejskiego wsparcia na rzecz badań w sektorach wschodzących, takich jak zielona i etyczna konsumpcja, oraz na rzecz wspólnego korzystania z dóbr konsumpcyjnych codziennego użytku (samochody, rowery, domowe urządzenia gospodarstwa domowego itd.);
43. wzywa Komisję do kontynuowania prac nad kwestiami takimi jak sprzedaż towarów i nieuczciwe warunki umów, przegląd przepisów dotyczących nieuczciwych praktyk handlowych, dyrektywa w sprawie kredytu konsumenckiego, dyrektywa w sprawie reklamy wprowadzającej w błąd oraz szerzej zakrojona kwestia dotycząca tego, czy przepisy odnoszące się do nieuczciwych praktyk handlowych powinny mieć zastosowanie do stosunków między przedsiębiorstwami; apeluje do państw członkowskich o pełne i poprawne wdrożenie przepisów i prawodawstwa w sprawie rynku wewnętrznego, a szczególnie dyrektywy w sprawie praw konsumentów, dyrektywy o handlu elektronicznym oraz rozporządzenia w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności;
44. wzywa Komisję do uwypuklenia w programie na rzecz praw konsumentów znaczenia standaryzacji, aby uprościć złożone procesy i złożone informacje dla konsumentów na przykład temat usług, oraz do dopilnowania, by w działania te włączyły się zarówno organizacje konsumentów, jak i władze krajowe;

W kierunku europejskiej polityki ochrony konsumentów o bardziej społecznym i zrównoważonym charakterze

45. wzywa Komisję, aby w programie na rzecz praw konsumentów uwzględniła element dostępności, aby najsłabszym grupom zagwarantować dostęp do podstawowych niezbędnych im towarów i usług;
46. zaznacza, że osoby starsze i niepełnosprawne nadal stają wobec problemów dotyczących bezpieczeństwa i dostępu w kontekście podstawowych towarów i usług; w związku z tym wskazuje, że można skutecznie stosować normy, aby udostępniać te towary i usługi możliwie największej liczbie konsumentów, bez względu na ich wiek czy zdolności fizyczne;
47. wzywa Komisję do uwzględnienia w programie na rzecz praw konsumentów perspektywy płci, zgodnie ze zobowiązaniem do uwzględniania aspektu płci jako integralnej części procesu formułowania zasad polityki; wzywa Komisję do dopilnowania, by w programie na rzecz praw konsumentów wykluczono wszelką dyskryminację ze względu na płeć przy dostępie do towarów i usług, a także ich dostarczaniu;
48. wzywa Komisję do zajęcia się kwestią dotyczącą sposobu, w jaki spożycie prywatne może przybrać bardziej zrównoważony charakter, w celu promowania innowacji, wzrostu gospodarczego oraz gospodarki niskoemisyjnej, przy zachowaniu celu określonego w strategii „Europa 2020”; jest zdania, że szczególną uwagę poświęcić należy inteligentnym systemom energetycznym: stosowanie nowych technologii powinno umożliwiać wszystkim użytkownikom sieci uczestnictwo w wewnętrznym rynku energii, aby oszczędzać energię oraz redukować jej koszty, zapewniając przy tym dostawy energii dla słabszych konsumentów;
49. wzywa Komisję, państwa członkowskie i zainteresowane strony do koordynacji wysiłków, aby lepiej informować konsumentów o bardziej skutecznych sposobach nabywania i konsumpcji żywności, aby zapobiegać zjawisku marnotrawienia żywności i je zwalczać;
50. podkreśla znaczenie oceny wpływu liberalizacji na zadowolenie konsumentów i w związku z tym wzywa do oceny funkcjonowania rynku energii;

Wtorek, 15 listopada 2011 r.

Egzekwowanie praw konsumentów i dochodzenie roszczeń

51. zachęca Komisję, aby dalej wspierała oraz zwracała uwagę na działalność Sieci Europejskich Centrów Konsumentckich, które powinny odgrywać kluczową rolę w informowaniu konsumentów o ich prawach, a także wspierać ich w przypadku złożenia skargi; podkreśla kluczową rolę, jaką odgrywa transgraniczna sieć egzekwowania i współpracy przy zapewnianiu należytej ochrony konsumentów oraz rozwijaniu współpracy właściwych organów krajowych;

52. wzywa Komisję, by skorzystała z wszelkich uprawnień przynależnych jej na mocy Traktatów, aby poprawić transpozycję, stosowanie i egzekwowanie wszystkich unijnych przepisów dotyczących konsumentów; wzywa państwa członkowskie do zwiększenia wysiłków, aby w pełni i poprawnie wdrażać wspomniane przepisy;

53. apeluje o bardziej dostępne i skuteczniejsze mechanizmy dochodzenia roszczeń, takie jak alternatywne metody rozwiązywania sporów, powództwo zbiorowe czy rozstrzyganie sporów dla elektronicznych transakcji handlowych, aby wzmocnić pozycję konsumentów w całej UE; odnotowuje z zaniepokojeniem, że obecny brak kompensacji to zasadnicza luka prawna w systemie, ponieważ umożliwia zachowanie przez przedsiębiorstwa handlowe zysków uzyskanych niezgodnie z prawem;

54. domaga się dostępnych i skutecznych mechanizmów dochodzenia roszczeń dla konsumentów europejskich, gdyż są one niezbędne do zlikwidowania przeszkód na rynku wewnętrznym, w szczególności w odniesieniu do handlu elektronicznego, i wzywa Komisję do przedstawienia jednego lub kilku wniosków w ramach zwyczajnej procedury ustawodawczej, tak aby zapewnić odpowiednie zaangażowanie Parlamentu;

55. z zadowoleniem przyjmuje trwające prace nad rozwojem europejskiego systemu alternatywnych metod rozwiązywania sporów, z wykorzystaniem istniejących systemów krajowych i biznesowych, aby połączyć wysoki poziom ochrony konsumentów ze sprawiedliwymi warunkami handlu dla przedsiębiorców;

56. wzywa Komisję do skorzystania z najlepszych praktyk państw członkowskich, takich jak nordycki rzecznik praw obywatelskich, oraz do rozważenia możliwości nadania sieci europejskich ośrodków konsumentckich uprawnień w zakresie nadzoru prawnego w dziedzinie rozwiązywania sporów konsumentckich;

57. jest zdania, że taki system sprzyjać będzie jednolitemu rynkowi i zapewni konsumentom sprawiedliwy system odwoławczy w przypadku sporów transgranicznych, budując tym samym zaufanie pomiędzy konsumentem a przemysłem i unikając kosztownych postępowań sądowych zarówno dla przedsiębiorstw, jak i konsumenta;

58. wzywa Komisję do zainicjowania debaty międzyinstytucjonalnej na temat odpowiednich kroków naprzód w celu zwiększenia ochrony prawnej konsumentów w odniesieniu do transakcji rynkowych, z należywym uwzględnieniem podejścia, które zostało określone w dyrektywie w sprawie praw konsumentów;

59. podkreśla, iż konieczne jest, aby przyszłe wieloletnie ramy finansowe na okres po roku 2013 uwzględniały odpowiednie finansowanie środków na rzecz realizacji celów określonych w niniejszym sprawozdaniu, jak również w przyszłym programie na rzecz praw konsumentów; zaznacza, że aby organizacje konsumentów mogły reprezentować konsumentów we wszystkich państwach członkowskich UE, niezbędne jest odpowiednie i gwarantowane finansowanie unijne;

*

* *

60. zobowiązuje swojego przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie, Komisji oraz rządów i parlamentom państw członkowskich.