

Czwartek 15 grudzień 2005

7. zwraca się do Rady i Komisji o pełne informowanie Parlamentu o działaniach i decyzjach, które zostaną podjęte na najbliższym posiedzeniu Rady stowarzyszeniowej UE — Tunezja; wzywa w związku z tym Radę i Komisję do informowania opinii publicznej o działaniach, jakie zostaną podjęte w szczególności w odniesieniu do obrońców praw człowieka;
8. wyraża zadowolenie z faktu, że Unia Europejska jednym głosem wyraziła swe mocne stanowisko w czasie obrad w Tunisie, pełniąc jednocześnie rolę siły napędowej poprzez przedstawione propozycje, w szczególności w zakresie postępów w dziedzinie zarządzania Internetem i konkretyzacji planu działania; wyraża także zadowolenie z udziału Parlamentu w całym procesie i pragnąłby, aby metoda ta była stosowana także w przyszłości;
9. z zadowoleniem odnotowuje decyzję o kontynuacji procesu w związku z porozumieniem osiągniętym w kwestii zarządzania Internetem i stwierdzenia niezależności Stowarzyszenia internetowego na rzecz przypisanych nazw i numerów użytkowników; wyraża zadowolenie z wyboru drogi ściślejszej współpracy pomiędzy rządami w oparciu o zasadę równego traktowania państw oraz utworzenia forum dotyczącego zarządzania Internetem; podkreśla, że postęp w tym zakresie jest wynikiem troski Parlamentu Europejskiego o utworzenie zrównoważonego systemu zarządzania Internetem;
10. zobowiązuje swojego Przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie i Komisji, rządowi i parlamentom państw członkowskich, Komisji Praw Człowieka ONZ, a także rządowi tunezyjskiemu, Międzynarodowemu Związkiowi Telekomunikacyjnemu, Komitetowi Organizacyjnemu Szczytu oraz Sekretariatowi Wykonawczemu ŚSSI.

---

**P6\_TA(2005)0526**

## **Promowanie i ochrona praw konsumentów w nowych Państwach Członkowskich**

### **Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie promowania i ochrony praw konsumentów w nowych Państwach Członkowskich (2004/2157(INI))**

*Parlament Europejski,*

- uwzględniając art. 45 Regulaminu,
  - uwzględniając sprawozdanie Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów (A6-0378/2005),
- A. mając na uwadze, że wysoki poziom ochrony konsumentów i zaufanie konsumentów jest warunkiem wstępnym prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego;
  - B. mając na uwadze, że rynek wewnętrzny przynosi wiele wymiernych korzyści konsumentom UE, poprzez obniżane cen i wzbogacanie możliwości wyborów;
  - C. mając na uwadze, że członkami UE jest teraz dziesięć nowych Państw Członkowskich, przy czym dla większości z nich ochrona konsumentów jest stosunkowo nowym problemem;
1. z zadowoleniem zauważa, że, ogólnie rzecz ujmując, ochrona konsumentów w dziesięciu nowych Państwach Członkowskich rozwija się w dobrym kierunku, podnosząc standardy, mimo że wiele jeszcze pozostało do zrobienia;
  2. uważa, że rynek wewnętrzny nie będzie prawidłowo funkcjonował, jeśli konsumenci w niektórych Państwach Członkowskich będą chronieni w mniejszym stopniu niż w innych; przypomina w związku z tym, że wspólny wysoki poziom ochrony we wszystkich Państwach Członkowskich będzie czynnikiem wspierającym transakcje transgraniczne i zapewni odnośnienie przez konsumentów korzyści ze wspólnego rynku;
  3. przypomina także znaczenie artykułu 153 Traktatu o WE, umożliwiającego Państwom Członkowskim podtrzymanie lub wprowadzenie bardziej restrykcyjnych kroków,
  4. wzywa Komisję, aby szczegółowo zbadała struktury organizacji konsumenckich i polityki konsumenckiej w nowych Państwach Członkowskich;

Czwartek 15 grudzień 2005

### **Ramy prawne**

5. z zadowoleniem przyjmuje osiągnięcia Państw Członkowskich w zakresie transpozycji prawa wspólnotowego; podkreśla jednakże, że ustawodawstwo wspólnotowe musi także być skutecznie stosowane i wprowadzane w życie; wzywa rządy nowych Państw Członkowskich do weryfikacji wszystkich dostępnych instrumentów i metod w celu identyfikacji środków, za pomocą których przepisy dotyczące konsumentów mogą być skutecznie stosowane i egzekwowane w praktyce;
6. wzywa do wzmocnienia struktur nadzoru rynku w nowych Państwach Członkowskich, tak aby towary i usługi znajdujące się w obiegu na rynkach tych Państw spełniały wysokie standardy bezpieczeństwa, i aby wszystkie wadliwe lub niebezpieczne produkty zostały niezwłocznie usunięte z rynku;
7. wskazuje na fakt, że małoletnich konsumentów często nie chroni się w należyty sposób przed produktami, które mogłyby być szkodliwe dla ich zdrowia lub samopoczucia; wzywa Państwa Członkowskie i Komisję do skupienia się przede wszystkim na wzmocnieniu ochrony konsumentów w przypadku dzieci i innych wrażliwych grup społecznych;
8. wzywa Komisję do pomocy w polepszaniu wyników oraz koordynacji między organami kontrolnymi zarówno „starych” jak i nowych Państw Członkowskich, w tym transgranicznej wzajemnej współpracy między nimi;
9. z zadowoleniem przyjmuje propozycję Komisji, aby dokonać przeglądu, unowocześnić i uprościć obowiązujące wspólnotowe ustawodawstwo konsumenckie, co mogłoby się okazać ważne w procesie wdrażania europejskiego ustawodawstwa konsumenckiego oraz ułatwić konsumentom w całej UE skuteczniejsze korzystanie z przysługujących im praw, w tym również poza granicami kraju;
10. podkreśla, że transponowanie ustawodawstwa wspólnotowego nie prowadzi automatycznie do jego wdrożenia i że w celu jego pomyślnego wdrożenia konsumenci powinni być świadomi swoich praw, wyrażać gotowość do postępowania jak „konsumenci polityczni” i mieć taką możliwość;
11. przyjmuje z zadowoleniem projekt Komisji dotyczący rozwoju i uaktualnienia bazy wiedzy naukowej oraz instrumentów oceny narażenia konsumentów na działanie substancji chemicznych, w tym w zakresie ogólnego bezpieczeństwa wyrobów, a także przyczyniania się do stosowania rozporządzenia w sprawie REACH;

### **Kultura konsumencka**

12. podkreśla, że stworzenie „kultury konsumenckiej” opartej na wyższym poziomie świadomości konsumentów jest kluczowe dla lepszego wprowadzania w życie i stosowania obowiązujących ram prawnych oraz podkreśla istotną rolę, jaką we wzmacnianiu kultury konsumenckiej odgrywają zarówno organizacje konsumenckie, instytucje ochrony konsumentów, jak i organizacje zawodowe;
13. przyznaje, że świadomość konsumencka jest na znacznie niższym poziomie w nowych Państwach Członkowskich, gdzie swoboda wypowiedzi oraz swoboda stowarzyszania się były tłumione od dziesięcioleci; podkreśla, że jeżeli ma się rozwijać „kultura konsumencka”, to należy systematycznie podnosić stopień świadomości konsumentów w zakresie ich praw, a także uczynić znacznie łatwiejszym korzystanie z nich; w związku z tym wzywa Komisję do opracowania specyficznej strategii zachęcającej do rozwijania kultury konsumenckiej w nowych Państwach Członkowskich;

### **Organizacje konsumenckie**

14. wzywa Komisję do ocenienia możliwości zdefiniowania parametrów na szczeblu wspólnotowym odnośnie tego, co rozumie się przez „przedstawicielskie stowarzyszenie lub organizację konsumencką”, w celu zapewnienia właściwego i niezależnego reprezentowania konsumentów w UE;
15. wzywa „stare” Państwa Członkowskie do kontynuowania ich zobowiązania do popierania organizacji konsumenckich;

Czwartek 15 grudzień 2005

16. zauważa, że w większości istniejących organizacji konsumenckich, które działają w nowych Państwach Członkowskich, pracują głównie wolontariusze, oraz że często brakuje im środków finansowych; wzywa zatem nowe Państwa Członkowskie do zapewnienia odpowiedniego finansowania tych organizacji konsumenckich, które są reprezentatywne, utrzymując jednocześnie ich niezależność;

17. podkreśla, że w nowych Państwach Członkowskich pozarządowe organizacje non-profit na ogół nie posiadają niezbędnego kapitału własnego, że zbiórka funduszy nie jest odpowiednio rozwinięta i że sami konsumenci nie przejawiają chęci do finansowania organizacji konsumenckich z własnych kieszeni, wierząc uporczywie, że jedynie państwo jest odpowiedzialne za ochronę konsumentów;

18. zauważa, że wymogi określone przez Komisję odnośnie otrzymywania wsparcia w formie dotacji są surowe i trudne do spełnienia dla organizacji konsumenckich w nowych Państwach Członkowskich ze względu na doświadczenie zawodowe ich personelu oraz kłopoty z finansowaniem, które często uniemożliwiają im zgromadzenie środków własnych niezbędnych do zagwarantowania wymaganego wkładu finansowego; wzywa zatem Komisję do zbadania, czy nie można by spowodować, aby wymagania te były bardziej elastyczne, i czy praca wolontariuszy nie mogłaby być traktowana jako część wkładu finansowego;

19. kładzie nacisk na to, że silne i niezależne organizacje konsumenckie stanowią podstawę skutecznej polityki konsumenckiej; wzywa zatem organizacje konsumenckie, aby zakładały wspólne organizacje patronackie i aby ze sobą współpracowały; wzywa także rządy nowych Państw Członkowskich, aby popierały powstawanie mniejszej liczby, ale silniejszych organizacji poprzez coraz doskonalsze i skuteczne sposoby finansowania;

20. uważa, że jeżeli jakość ochrony konsumentów ma zostać poprawiona, poszczególne organizacje konsumenckie muszą być wzmocnione finansowo, i że należy dokonywać obiektywnych i publicznie dostępnych ocen jakości ich osiągnięć; w związku z tym wzywa Komisję i Państwa Członkowskie do intensywnej współpracy zarówno przy opracowywaniu takich zasad finansowych, jak i ustalaniu wymiernych wskaźników jakości wyników uzyskanych przez te organizacje;

21. wzywa rządy nowych Państw Członkowskich do zapewnienia, by na wszystkich etapach procesu podejmowania decyzji politycznych oraz przy wdrażaniu prawa konsumenckiego, odpowiednio konsultowano się z organizacjami konsumenckimi;

22. wzywa nowe Państwa Członkowskie oraz Komisję do opracowywania i, w miarę możliwości, wspierania finansowego projektów zwiększania zdolności, w celu wzmocnienia organizacji konsumenckich w nowych Państwach Członkowskich, przy pomocy projektów bliźniaczych, projektów doradczych i innych programów mających na celu dzielenie się wiedzą i informacjami pomiędzy organizacjami w „nowych” i „starych” Państwach Członkowskich;

23. wzywa Komisję do wspierania intensywnych programów szkoleniowych dla personelu organizacji konsumenckich, organizowanych w nowych Państwach Członkowskich i prowadzonych w ich urzędowych językach, przy czym celem przedsięwzięcia jest przeszkolenie większej ilości personelu i wolontariuszy pracujących dla tych organizacji, a nie tylko ich kierownictwa, co ma na celu zwiększenie skuteczności ruchu konsumenckiego;

#### *Organizacje zawodowe*

24. zachęca organizacje zawodowe i rządy krajowe do zajęcia się problemami licznych przedsiębiorstw w nowych Państwach Członkowskich, które nie doceniają znaczenia i korzyści płynących z zajmowania się sprawami konsumentów i źle postrzegają organizacje konsumenckie, tj. jako przeciwników, a wzmocnienie świadomości konsumenckiej uznają za zagrożenie dla prowadzonej działalności;

25. zauważa, że nowe Państwa Członkowskie muszą również walczyć z nieuczciwymi praktykami ze strony handlowców ze „starych” Państw Członkowskich, w których takie praktyki zazwyczaj nie są dozwolone — jak np. ograniczanie praw użytkowników w przypadku wyrobów objętych ochroną własności intelektualnej, próby dystrybucji nieprzetestowanych wyrobów z krajów spoza UE, itp;

26. zachęca organizacje zawodowe w nowych Państwach Członkowskich do bliskiej współpracy z organizacjami konsumenckimi i do ustanowienia dobrowolnych standardów etycznych praktyk zawodowych z przejrzystymi i skutecznymi procedurami wprowadzania w życie, konsumenckimi i zawodowymi programami edukacyjnymi oraz sprawiedliwymi i skutecznymi alternatywnymi sposobami rozstrzygania sporów; wzywa także nowe Państwa Członkowskie, by zachęcały do powstawania takich inicjatyw i do wspierania ich;

**Czwartek 15 grudzień 2005***Organy ochrony konsumentów*

27. zauważa, że organy ochrony konsumentów w nowych Państwach Członkowskich mają również do odegrania kluczową rolę w tworzeniu kultury konsumenckiej;
28. Stwierdza, że brak właściwie funkcjonującej administracji w dziedzinie ochrony konsumentów, obserwowany w niektórych nowych Państwach Członkowskich, stanowi poważną przeszkodę w zapewnieniu wysokiego poziomu ochrony konsumentów; nalega w dalszym ciągu na nowe Państwa Członkowskie, aby rozwijały i wzmacniały swoje systemy administracyjne w dziedzinie ochrony konsumentów;
29. nalega na organy ochrony konsumentów Państw Członkowskich, organizacje branżowe oraz organizacje konsumenckie, aby działały w ścisłej współpracy w celu promowania ochrony konsumentów; zauważa, że sprawne funkcjonowanie rynku leży w interesie wszystkich zainteresowanych stron;

*Informowanie konsumentów*

30. z zadowoleniem przyjmuje utworzenie przez Komisję Europejskich Centrów Konsumenckich we wszystkich nowych Państwach Członkowskich oraz uruchomienie Europejskiej Agencji Konsumenckiej;
31. zaleca, aby kwestii świadomości konsumentów przyznano wyższy priorytet w szkolnych programach nauczania w całej Europie;
32. wzywa Komisję do przyznawania funduszy na rozpoczęcie działalności jako uzupełnienia istniejącej pomocy tym ośrodkom, które udzielają konsumentom informacji ponad granicami państwowymi między „starymi” a nowymi Państwami Członkowskimi, zwłaszcza w regionach przygranicznych;
33. z zadowoleniem przyjmuje fakt, że Komisja przeprowadziła kampanie podnoszenia świadomości w wielu Państwach Członkowskich, i zachęca Komisję do przeznaczania na ten cel większych zasobów finansowych i ludzkich;
34. wzywa Komisję wraz ze wszystkimi zainteresowanymi stronami do rozpoczęcia strategicznej kampanii informacyjnej i edukacyjnej, przygotowującej skutecznie konsumentów do przyjęcia euro w nowych Państwach Członkowskich; podkreśla, że kampania ta mogłaby opierać się zarówno na pozytywnych, jak i negatywnych doświadczeniach związanych z wprowadzeniem euro w „starych” Państwach Członkowskich;
35. zaleca opublikowanie próbnych czasopism przez organizacje konsumenckie w nowych Państwach Członkowskich; wzywa Komisję i nowe Państwa Członkowskie, przynajmniej początkowo, do zapewnienia wystarczającego finansowania i przeszkolenia, w celu umożliwienia opracowywania takich publikacji;
36. wzywa nowe Państwa Członkowskie do ulepszenia systemu przekazywania konsumentom i przedsiębiorstwom informacji dotyczących ich praw i obowiązujących ram prawnych w sprawie polityki konsumenckiej, w szczególności poprzez zakładanie przyjaznych dla użytkowników portali internetowych, a także poprzez przeprowadzanie kampanii podnoszących świadomość społeczną, prowadzenie badań, organizowanie konferencji i zakładanie punktów informacyjnych, przy użyciu sieci krajowych i regionalnych;
37. wzywa Komisję do ustanowienia mechanizmów monitorowania dla krajowych polityk konsumenckich, wytycznych i zaleceń, w celu określenia najlepszych praktyk oraz do opracowania danych statystycznych, wskaźników i innych danych interesujących dla konsumentów wraz z obserwatorium cen i analizą jakości;

*Rozstrzyganie sporów*

38. wzywa Komisję i nowe Państwa Członkowskie do poszerzenia sieci Europejskich Centrów Konsumenckich (ECC-Net) poprzez włączanie niezależnych organizacji konsumenckich w celu dostarczania konsumentom informacji na temat systemów alternatywnego rozstrzygania sporów, a także porad prawnych i pomocy praktycznej w składaniu skarg w ten sposób;
39. zaleca, aby nowe Państwa Członkowskie rozszerzyły stosowanie mechanizmów alternatywnego rozstrzygania sporów poprzez rozwijanie wspieranych przez państwo tego rodzaju mechanizmów oraz zachęcanie do tworzenia prywatnych komitetów ds. zażaleń w specyficznych sektorach;

Czwartek 15 grudzień 2005

40. proponuje, aby Komisja podjęła się realizacji wszechstronnego studium na temat istnienia i funkcjonowania organizacji alternatywnego rozstrzygania sporów w celu identyfikacji potrzeby zgłoszenia innych inicjatyw i wspierania na szczeblu europejskim, co mogłoby uzupełnić ECC-Net i być także lepiej nakierowane na specyficzną sytuację nowych Państw Członkowskich;

41. zachęca do tworzenia we wszystkich Państwach Członkowskich niezależnych agencji ochrony konsumentów, posiadających pełne prawa wnoszenia spraw do krajowych sądów w celu ochrony interesów konsumentów;

42. zachęca Parlament Europejski oraz Radę jako władze budżetowe, aby rozważyły przeznaczenie większych środków finansowych na wzmocnienie ochrony konsumenta w nowych Państwach Członkowskich, w ramach niniejszej rezolucji;

43. podkreśla, że instytucje UE powinny utrzymywać swoje zainteresowanie ochroną konsumentów w nowych Państwach Członkowskich, ponieważ wciąż istnieją poważne i niepokojące kwestie, jak pokazuje to niniejsza rezolucja;

44. sugeruje, aby te same instytucje włączyły kwestie konsumenckie do głównego nurtu swojej pracy legislacyjnej oraz nielegislacyjnej, uwzględniając zwłaszcza sytuację nowych Państw Członkowskich; podkreśla, że szczególnie ważne jest uwzględnienie specyficznej sytuacji nowych Państw Członkowskich odnośnie strategii dotyczącej konsumentów i zdrowia;

\*  
\*   \*

45. zobowiązuje swojego Przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie, Komisji oraz rządów Państw Członkowskich.

---

**P6\_TA(2005)0527**

## **Pomoc publiczna jako narzędzie rozwoju regionalnego**

### **Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie w sprawie znaczenia pomocy publicznej jako narzędzia rozwoju regionalnego (2004/2255(INI))**

*Parlament Europejski,*

- uwzględniając projekt komunikatu Komisji — Wytycznych w sprawie Krajowej Pomocy Regionalnym na lata 2007-2013 (projekt Wytycznych w sprawie Pomocy Regionalnej),
- uwzględniając nieoficjalną wersję dokumentu Dyrekcji Generalnej Komisji ds. Konkurencji, poddaną pod dyskusję na pierwszym wielostronnym spotkaniu z ekspertami z Państw Członkowskich,
- uwzględniając art. 87 ust. 3, 158 i 299 ust. 2 Traktatu WE,
- uwzględniając komunikat Komisji – Trzeci raport na temat spójności gospodarczej i społecznej (COM (2004)0107),
- uwzględniając swoją rezolucję z dnia 22 kwietnia 2004 r. w sprawie Trzeciego raportu na temat spójności gospodarczej i społecznej<sup>(1)</sup>,
- uwzględniając swoje stanowisko z dnia 12 kwietnia 2005 r. w sprawie wniosku dotyczącego rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającego rozporządzenie (WE) nr 1059/2003 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ustalenia wspólnej klasyfikacji Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NUTS) w związku z przystąpieniem do Unii Europejskiej Czech, Estonii, Cypru, Łotwy, Litwy, Węgier, Malty, Polski, Słowenii i Słowacji<sup>(2)</sup>,

<sup>(1)</sup> Dz.U. C 104 z 30.4.2004, str. 1000.

<sup>(2)</sup> Teksty przyjęte, P6\_TA(2005)0083.