

Úterý, 22. května 2012

19. zdůrazňuje, že pro účely soudržného přístupu Parlament musí mít před přijetím jakéhokoli legislativního návrhu týkajícího se trestního práva hmotného k dispozici právní analýzu návrhu, která ukáže, zda byly splněny všechny požadavky uvedené v tomto usnesení, nebo jaká zlepšení jsou ještě potřebná;

20. pověřuje svého předsedu, aby předal toto usnesení Radě, Komisi, vnitrostátním parlamentům členských států a Radě Evropy.

Posílení práv zranitelných spotřebitelů

P7_TA(2012)0209

Usnesení Evropského parlamentu ze dne 22. května 2012 o strategii k posílení práv zranitelných spotřebitelů (2011/2272(INI))

(2013/C 264 E/03)

Evropský parlament

- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu ⁽¹⁾,
- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES ⁽²⁾,
- s ohledem na návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady o programu Spotřebitelé na období 2014–2020 (COM(2011)0707) a související dokumenty (SEC(2011)1320 a SEC(2011)1321),
- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě ⁽³⁾,
- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) ⁽⁴⁾,
- s ohledem na nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání zákonů na ochranu zájmů spotřebitele (dále jen „nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele“) ⁽⁵⁾,
- s ohledem na směrnici 2004/113/ES ze dne 13. prosince 2004, kterou se zavádí zásada rovného zacházení s muži a ženami v přístupu ke zboží a službám a jejich poskytování ⁽⁶⁾,
- s ohledem na své usnesení ze dne 25. října 2011 o mobilitě a začlenění osob se zdravotním postižením a o Evropské strategii pro pomoc osobám se zdravotním postižením 2010–2020 ⁽⁷⁾,

⁽¹⁾ Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22.

⁽²⁾ Úř. věst. L 304, 22.11.2011, s. 64.

⁽³⁾ Úř. věst. L 376, 27.12.2006, s. 21.

⁽⁴⁾ Úř. věst. L 95, 15.4.2010, s. 1.

⁽⁵⁾ Úř. věst. L 364, 9.12.2004, s. 1.

⁽⁶⁾ Úř. věst. L 373, 21.12.2004, s. 37.

⁽⁷⁾ Přijaté texty, P7_TA(2011)0453.

Úterý, 22. května 2012

- s ohledem na Listinu základních práv Evropské unie, která je do Smluv začleněna na základě článku 6 Smlouvy o Evropské unii, zejména její článek 7 (respektování soukromého a rodinného života), článek 21 (zákaz diskriminace), článek 24 (práva dítěte), článek 25 (práva starších osob), článek 26 (začlenění osob se zdravotním postižením) a článek 38 (ochrana spotřebitele),
- s ohledem na článek 12 Smlouvy o fungování Evropské unie, který stanovuje, že „požadavky vyplývající z ochrany spotřebitele budou brány v úvahu při vymezování a provádění jiných politik a činností Unie“,
- s ohledem na článek 9 Smlouvy o fungování Evropské unie, který stanovuje, že „při vymezování a provádění svých politik a činností přihlíží Unie k požadavkům spojeným s podporou vysoké úrovně zaměstnanosti, zárukou přiměřené sociální ochrany, bojem proti sociálnímu vyloučení a vysokou úrovní všeobecného a odborného vzdělávání a ochrany lidského zdraví“,
- s ohledem na své usnesení ze dne 15. listopadu 2011 o nové strategii spotřebitelské politiky ⁽¹⁾,
- s ohledem na sdělení Komise Evropské radě nazvané „Evropa 2020 – Strategie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění“ (COM(2010)2020),
- s ohledem na své usnesení ze dne 21. září 2010 o dotvoření vnitřního trhu pro elektronický obchod ⁽²⁾,
- s ohledem na své usnesení ze dne 15. prosince 2010 o dopadu reklamy na chování spotřebitelů ⁽³⁾,
- s ohledem na sdělení Komise ze dne 7. července 2009 Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů o harmonizované metodice pro klasifikaci a hlášení stížností a dotazů spotřebitelů (COM(2009)0346) a na doprovodný návrh doporučení Komise (SEC(2009)0949),
- s ohledem na pracovní dokument Komise ze dne 7. dubna 2011 nazvaný „Posílení pravomocí spotřebitelů EU“ (SEC(2011)0469),
- s ohledem na sdělení Komise z října 2011, nazvané „Zajistit, aby trhy pracovaly pro spotřebitele – šesté vydání hodnotící zprávy o spotřebitelských trzích“ (SEC(2011)1271),
- s ohledem na sdělení Komise ze dne 11. března 2011 s názvem „Spotřebitelé na jednotném trhu jako doma“, 5. vydání hodnotící zprávy o spotřebitelských podmínkách (SEC(2011)0299),
- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 95/46/ES ze dne 24. října 1995 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů ⁽⁴⁾,
- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2002/58/ES ze dne 12. července 2002 o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací ⁽⁵⁾,
- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu ⁽⁶⁾,
- s ohledem na své usnesení ze dne 9. března 2010 o ochraně spotřebitele ⁽⁷⁾,

⁽¹⁾ Přijaté texty, P7_TA(2011)0491.

⁽²⁾ Úř. věst. C 50 E, 21.2.2012, s. 1.

⁽³⁾ Přijaté texty, P7_TA(2010)0484.

⁽⁴⁾ Úř. věst. L 281, 23.11.1995, s. 31.

⁽⁵⁾ Úř. věst. L 201, 31.7.2002, s. 37.

⁽⁶⁾ Úř. věst. L 178, 17.7.2000, s. 1.

⁽⁷⁾ Úř. věst. C 349 E, 22.12.2010, s. 1.

Úterý, 22. května 2012

- s ohledem na své usnesení ze dne 9. března 2010 o hodnotící zprávě o vnitřním trhu ⁽¹⁾,
 - s ohledem na své usnesení ze dne 13. ledna 2009 o provádění, uplatňování a prosazování směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a směrnice 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě ⁽²⁾,
 - s ohledem na své usnesení ze dne 3. září 2008 o vlivu marketingu a reklamy na rovnost mužů a žen ⁽³⁾,
 - s ohledem na zvláštní průzkum Eurobarometru č. 342 o posílení práv spotřebitelů,
 - s ohledem na rozbor zabývající se postoji k přeshraničnímu prodeji a ochranou spotřebitele, který Komise zveřejnila v březnu 2010 v tzv. „flash“ Eurobarometru č. 282,
 - s ohledem na „evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí“;
 - s ohledem na obecné pokyny Komise k uplatňování směrnice o nekalých obchodních praktikách (SEC(2009)1666),
 - s ohledem na článek 48 jednacího řádu,
 - s ohledem na zprávu Výboru pro vnitřní trh a ochranu spotřebitelů (A7-0155/2012),
- A. vzhledem k tomu, že podpora a ochrana práv spotřebitelů představují základní hodnoty pro rozvoj politik Evropské unie a pro plnění cílů strategie Evropa 2020;
- B. vzhledem k tomu, že cílem spotřebitelské politiky EU by měla být vysoká úroveň práv a ochrany všech spotřebitelů;
- C. vzhledem k tomu, že jednotný trh musí rovněž zajišťovat vysokou úroveň ochrany všech spotřebitelů a věnovat zvláštní pozornost ochraně zranitelných skupin spotřebitelů za účelem zohlednění jejich zvláštních potřeb a posílení jejich pravomocí;
- D. vzhledem k tomu, že široce používaný pojem zranitelní spotřebitelé vychází z pojmu zranitelnosti jako vnitřního stavu a označuje nesourodou skupinu, která je tvořena kategoriemi osob považovaných za zranitelné z důvodu duševního nebo fyzického postižení, mentální retardace, věku, důvěřivosti či pohlaví a vzhledem k tomu, že pojem zranitelní spotřebitelé by měl zahrnovat i spotřebitele v oslabeném postavení, to znamená spotřebitele, kteří jsou ve stavu dočasné bezmoci vyplývající z rozporu mezi jejich individuálním stavem a charakteristickými vlastnostmi na straně jedné a jejich vnějším prostředím na straně druhé s přihlédnutím k takovým kritériím, jako je vzdělání, sociální a finanční postavení (například nadměrné zadlužení), přístup k internetu atd.; vzhledem k tomu, že kterýkoli spotřebitel se v určitém okamžiku svého života může stát zranitelným v důsledku vnějších faktorů a interakcí s trhem, nebo protože má problémy s dostupností a s chápáním příslušných spotřebitelských informací, a proto by mu měla být poskytována zvláštní ochrana;

Zranitelnost a zranitelné skupiny spotřebitelů

1. poukazuje na skutečnost, že příčiny zranitelnosti mohou být velmi rozmanité, a to jak v případě, že spotřebitel je pod zákonnou ochranou, tak v případě, že je zranitelný dočasně nebo v souvislosti s konkrétním odvětvím, což brání jednotnému přístupu i přijetí komplexního právního nástroje, takže se otázka zranitelnosti ve stávajících právních předpisech a politikách řeší na základě kazuistiky; zdůrazňuje proto, že evropské právní předpisy musí řešit otázku zranitelnosti spotřebitele jako průřezový cíl s přihlédnutím k různým okolnostem a potřebám a schopnostem spotřebitelů;

⁽¹⁾ Úř. věst. C 349 E, 22.12.2010, s. 25.

⁽²⁾ Úř. věst. C 46 E, 24.2.2010, s. 26.

⁽³⁾ Úř. věst. C 295 E, 4.12.2009, s. 43.

Úterý, 22. května 2012

2. zdůrazňuje, že členské státy musí přijmout příslušná opatření, která zaručí ochranu zranitelných spotřebitelů;
3. zdůrazňuje, že strategie zaměřená na práva zranitelných spotřebitelů se musí soustředit na posílení jejich práv a zajištění jejich účinného zachování a prosazování a musí poskytovat spotřebitelům veškeré nezbytné prostředky, díky nimž se budou moci náležitě rozhodovat a být asertivní, bez ohledu na použité nástroje; domnívá se, že jelikož se EU musí zaměřit na účinnou ochranu všech spotřebitelů, pojem „průměrný spotřebitel“ není dostatečně flexibilní, aby se mohl přizpůsobit konkrétním případům, a někdy neodpovídá situacím ve skutečném životě;
4. zdůrazňuje, že strategie řešení zranitelnosti spotřebitelů musí být přiměřená, aby neomezovala osobní svobody a možnosti volby pro spotřebitele;
5. žádá Komisi a vybízí členské státy, aby například na základě stížností spotřebitelů pravidelně a podrobně prováděly analýzy typů sociálního a spotřebitelského chování a situací, které by mohly u některých skupin či jedinců způsobit zranitelnost, a aby ji v případě potřeby řešily přijetím reformy ochrany spotřebitele a poskytováním ochrany všem spotřebitelům, bez ohledu na jejich schopnosti a na to, v jaké životní fázi se nachází;
6. zdůrazňuje, že v různých členských státech stále existují rozdíly mezi výrobky stejné značky, z čehož plyne, že v některých členských státech jsou spotřebitelé méně chráněni; zdůrazňuje, že současný právní rámec neumožňuje odstranění rozdílů v kvalitě výrobků stejné značky v různých členských státech, a vyzývá Komisi, aby patřičně doplnila právní předpisy na ochranu spotřebitelů;

Hodnocení platného právního rámce

7. uvádí, že směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu zavedla problematiku zranitelnosti spotřebitelů, přičemž se soustředí na „nepatřičné ovlivňování“, který by mohl být vyvíjen na spotřebitele, jejichž vůle není zcela pevná; podotýká, že směrnice 2005/29/ES se problémem zranitelnosti zabývá především z hlediska ekonomického zájmu spotřebitelů;
8. zdůrazňuje, že směrnice 2011/83/EU o právech spotřebitelů, která představuje nejnovější právní nástroj na ochranu práv spotřebitelů, posiluje předmluvní a smluvní požadavky na informace, formuluje silnější právo na odstoupení od smlouvy, pokud poskytovatel nebo prodejce nesplnil svou zákonnou povinnost poskytnout uvedené informace, a vyžaduje, aby informace byly sdělovány jasně a srozumitelně; domnívá se, že vhodná a účinná opatření by se měla přijmout také pro odvětví, na něž se směrnice 2011/83/EU nevztahuje a kde se může projevit specifická zranitelnost, jako jsou například finančníctví nebo doprava;

Posílení úlohy spotřebitelů a jejich odpovědnost za vlastní ochranu

9. domnívá se, že posílení práv zranitelných spotřebitelů neznamená pouze rozvoj právních předpisů a účinné posilování jejich práv, ale i posilování jejich schopnosti samostatně přijímat optimální rozhodnutí; proto vítá a rozhodně podporuje snahu Komise o posilování úlohy spotřebitelů pomocí snadno dostupných a srozumitelných informací a vzdělávání spotřebitelů, neboť tato činnost v každém případě přispívá ke zvýšení účinnosti a spravedlivosti vnitřního trhu; obává se však, že tento přístup může být nedostatečný pro účely ochrany zranitelných skupin spotřebitelů, neboť jejich zranitelnost může pramenit z jejich potíží s přístupem k informacím nebo s vyhodnocováním informací, jež jsou jim poskytovány; žádá Komisi, aby rozvíjela spotřebitelskou politiku pro všechny evropské spotřebitele a aby zajistila, že zranitelní spotřebitelé budou mít přístup ke stejnému zboží a službám a nebudou klamáni;
10. konstatuje, že příčinou zranitelnosti je u mnohých spotřebitelů nízká asertivita a nedostatečné pochopení získaných informací či dostupných možností nebo neznalost stávajících způsobů reklamace a kompenzace, a že tyto překážky rostou v případě podomního prodeje a přeshraničního obchodu, včetně přeshraničního elektronického obchodu;

Úterý, 22. května 2012

11. vyzývá EU a členské státy, aby se více věnovaly informačním a vzdělávacím kampaním, které konkrétním skupinám spotřebitelů poskytnou odpovídající sdělení, a aby do těchto oblastí více investovaly;

12. vyzývá proto členské státy a Komisi, aby za účelem lepší informovanosti a vzdělávání spotřebitelů dále podporovaly a rozvíjely stávající iniciativy (jako Dolceta, síť ESC a pod.) a zároveň mezi nimi zajistily soudržnost;

13. zdůrazňuje, že slabší stranou smluvních vztahů bývá často právě spotřebitel; vyzývá podniky, aby podporovaly a rozvíjely samoregulační iniciativy na posílení ochrany práv zranitelných spotřebitelů, aby zajistily, že jsou spotřebitelům podávány lepší a jasnější informace, a aby rozvíjely postupy, které rozvíjejí schopnosti všech spotřebitelů porozumět smlouvám a vyhodnocovat je; vyzývá příslušné vnitrostátní orgány, aby ve vztahu k této problematice poskytovaly pobídky a aby zavedly nezbytnou právní ochranu spotřebitelů;

Právní úprava týkající se poskytování informací

14. žádá Komisi a členské státy, aby lépe zajistily, že se při vývoji bezpečnostních norem a provozních podmínek pro některé výrobky zdůrazní požadavky v oblasti jakosti a ochranných opatření a že se skutečně zohlední potřeba zajistit odpovídající ochranu zranitelných spotřebitelů; konstatuje, že určený způsob použití ne vždy zohledňuje konkrétní rizika, s nimiž se mohou setkat spotřebitelé ve zranitelném postavení, zejména co se týče dostupnosti výrobků běžné potřeby pro slabozraké osoby; navrhuje proto, aby normy a bezpečnostní podmínky některých výrobků pokud možno zohlednily nejen určený způsob použití, ale i jiné možné použití; požaduje, aby budoucí revize směrnice o obecné bezpečnosti výrobků zohlednila výše uvedené obavy;

15. žádá členské státy a Komisi, aby zaměřily své úsilí na zpřístupnění údajů poskytovaných občanům se zdravotním postižením, včetně jejich standardizace, aby daly podnikům k dispozici osvědčené postupy, aby je podněcovaly k jejich uplatňování a aby podporovaly poskytování informací a služeb v podobě, která bude pro všechny občany přijatelná, včetně případů, kdy se využívají prostředky poskytované Evropskou unií;

16. žádá členské státy, aby podepsaly a ratifikovaly úmluvu ze dne 13. ledna 2000 o mezinárodní ochraně dospělých osob, která v situacích s mezinárodním dosahem chrání dospělé osoby, jež z důvodu zhoršení nebo nedostatečnosti svých osobních schopností nejsou schopny hájit své zájmy;

17. vyzývá Komisi a Radu, aby považovaly posílení práv zranitelných spotřebitelů za hlavní prioritu v rámci probíhajícího přezkum návrhu nařízení o programu Spotřebitelé na období 2014–2020 a nadcházejícího zveřejnění programu pro spotřebitele;

18. vyzývá Komisi, aby zahrnula otázku zranitelnosti spotřebitelů do přehledu výsledků v oblasti spotřebitelských trhů, například rozdělením údajů podle věku, úrovně vzdělání nebo socioekonomických faktorů, aby tak vznikl jasnější přehled potřeb zranitelných spotřebitelů;

19. vyzývá Komisi a členské státy, aby v souladu se zásadami sociální odpovědnosti podniků poskytly podnikům pobídky na zavedení systému nepovinného označování obalů průmyslových výrobků v Braillově písmu (zahrnující alespoň informace o typu výrobku a datu spotřeby), jehož cílem je usnadnit život spotřebitelům se zrakovým postižením;

20. ve stejném duchu vyzývá Komisi a členské státy, aby podporovaly výzkum a vývoj zboží, služeb, vybavení a zařízení, které by splňovaly požadavky univerzálního designu, tedy zboží použitelného kýmkoli, v co nejvyšší možné míře a bez nutnosti provádět další úpravy či navrhovat speciální design;

Úterý, 22. května 2012

Zvláště problematická odvětví

21. konstatuje, že na mezinárodních fórech byla uznána nutnost chránit spotřebitele poskytováním informací a právní úpravou finančních trhů, jejichž složitost je příčinou toho, že se kterýkoli spotřebitel může stát zranitelným; konstatuje, že tato složitost může vést k nadměrnému zadlužení spotřebitelů; podotýká, že podle nedávného průzkumu Komise v 70 % případů byly na internetových stránkách finančních institucí a společností základní chyby v reklamách a v základních požadovaných informacích o nabízených produktech, přičemž informace o ceně byly zavádějící; zdůrazňuje, že odvětví finančních služeb musí vynaložit větší úsilí a poskytovat jasné a jednoduché informace o povaze produktů či služeb, které poskytují, a vyzývá zúčastněné strany, aby vytvořily účinné programy zaměřené na finanční gramotnost;

22. žádá, aby informace byly lépe zaměřeny a aby byly šířeny všemi způsoby, nejen úředními cestami, ale i prostřednictvím spotřebitelských organizací a regionálních, městských a místních kanceláří, které se nacházejí blíže, jsou viditelnější a přístupnější méně mobilním spotřebitelům;

23. zdůrazňuje, že v souladu s výsledky posledních průzkumů Eurobarometru, které ukazují, že méně než 50 % spotřebitelů se cítí být informováno a chráněno, je potřeba zavést opatření zaměřená zejména na zranitelné spotřebitele jak na úrovni EU, tak v členských státech; zranitelné skupiny mají především problémy pochopit toho, jaké možnosti mají k dispozici, neznají svá práva, častěji se setkávají s problémy, a pokud problémy nastanou, nejsou ochotní jednat;

24. zdůrazňuje, že děti a mládež, u nichž se stále více projevují negativní vlivy fyzické nečinnosti a obezity, jsou vnímavější vůči reklamám na potraviny s vysokým obsahem tuku, soli a cukru; vítá samoregulační iniciativy či kodexy chování podniků, které si kladou za cíl omezit působení reklamy na potraviny na děti a mládež (například iniciativy zahájené v rámci platformy Evropské komise pro stravu, tělesnou aktivitu a zdraví), a vyzývá všechny zúčastněné subjekty, aby děti, mládež a osoby, které o ně pečují, účinně vzdělávaly a informovaly o významu vyváženého stravování a aktivního životního stylu; v tomto ohledu žádá, aby Komise provedla hloubkovou analýzu s cílem zjistit, zda jsou nutná přísnější pravidla pro reklamu zaměřenou na děti a mládež; naléhavě žádá Komisi, aby zahrнула ochranu dětí mezi hlavní priority agendy Spotřebitelé se zvláštním zaměřením na agresivní nebo klamavou televizní a internetovou reklamu;

25. vyzývá Komisi a členské státy, aby zvýšila informovanost spotřebitelů o bezpečnosti výrobků, se zvláštním zaměřením na nejzranitelnější skupiny spotřebitelů, jako jsou děti a těhotné ženy;

26. vyjadřuje své znepokojení nad dopadem, jenž má na zranitelné spotřebitele běžné používání internetové reklamy založené na chování a rozvoj reklamních praktik v online prostředí, které pronikají do soukromí osob, zejména prostřednictvím sociálních sítí; opětovně vyzývá Komisi, aby do konce roku 2012 provedla podrobnou analýzu dopadu klamavé a agresivní reklamy na zranitelné spotřebitele, zejména na děti a mládež;

27. zdůrazňuje skutečnost, že reklama na finanční investiční produkty často dostatečně nevysvětluje podkladová rizika a nadhodnocuje možné zisky, které se mnohdy nerealizují, a tak spotřebitelé těchto finančních produktů tak ztrácejí svůj kapitál; vyzývá Komisi, aby zavedla přísnější normy týkající se reklamy na sofistikované finanční produkty zaměřené na drobné investory, kteří nemusí dobře chápat finanční riziko, a požadavek na výslovné uvádění ztrát, které mohou investorovi hrozit;

28. domnívá se, že děti a mládež jsou zvláště ovlivnitelní agresivním marketingem a reklamou; vyzývá Komisi, aby provedla podrobnou analýzu dopadu klamavé a agresivní reklamy na zranitelné spotřebitele, zejména na děti a mládež;

29. zdůrazňuje, že děti a mládež jsou zvláště zranitelné při používání komunikačních technologií, jako jsou chytré telefony a internetové hry; domnívá se, že by za těchto okolností měla být zavedena opatření na ochranu před nadměrně vysokými účty;

Úterý, 22. května 2012

30. konstatuje, že navzdory stávajícím právním předpisům se spotřebitelé stále často setkávají s obtížemi při cestování a ocitají se ve zranitelném postavení, zejména v případech, kdy je zrušen nebo opožděn jejich dopravní spoj, což může ohrozit zvláště spotřebitele s postižením; vyzývá Komisi a členské státy, aby přijaly opatření potřebná k lepšímu poskytování informací a k usnadnění přístupu k reklamačnímu řízení týkajícímu se mimo jiné práv cestujících a transparentnosti sazeb; žádá Komisi, aby ve své plánované revizi právních předpisů EU týkajících se práv cestujících zohlednila situaci zranitelných spotřebitelů, zejména osob s omezenou pohyblivostí a postižených, a upravila výše náhrad, jejich kritéria a mechanismy, aniž by se snížila stávající úroveň;

31. podotýká, že digitalizace služeb může znamenat, že spotřebitelé, kteří z různých důvodů nemají přístup k internetu nebo jej nemohou používat, se mohou ocitnout ve zranitelné pozici, jelikož nemohou plně využívat výhod elektronického obchodu, a jsou tudíž vyřazeni z podstatné části vnitřního trhu, jelikož za stejné produkty platí více nebo jsou závislí na pomoci ostatních; vyzývá Komisi a členské státy, aby podporovaly důvěru spotřebitelů a odstraňovaly překážky přeshraničního elektronického obchodu tak, že budou rozvíjet účinnou politiku, která bude věnovat zvláštní pozornost potřebám zranitelných spotřebitelů pomocí opatření, jejichž cílem je uzavřít „digitální propast“; vyzývá členské státy a Komisi, aby urychlily provádění evropské digitální agendy ve prospěch všech občanů a spotřebitelů EU; zdůrazňuje, že je třeba podporovat úsilí celé společnosti a zejména podniků o to, aby přispěly k informovanosti zranitelných spotřebitelů, včetně starších osob, a aby jim umožnily plně využívat výhody digitalizace;

32. zdůrazňuje, že liberalizace hlavních dodavatelských trhů posílila hospodářskou soutěž, a může tak přinést výhody spotřebitelům, pokud jsou řádně informováni, schopni srovnávat ceny a měnit poskytovatele; konstatuje, že nedostatečná transparentnost hlavních dodavatelských trhů, včetně odvětví energetiky a telekomunikací, mohla spotřebitelům obecně a zejména zranitelným spotřebitelům v některých případech způsobit další potíže při volbě nejvhodnějšího tarifu, který nejvíce odpovídá jejich potřebám, možnosti změnit poskytovatele a pochopení účtovaných položek; vyzývá Evropskou komisi, členské státy a podniky, aby přijaly příslušná opatření a zajistily přístup spotřebitelů obecně, a zranitelných spotřebitelů zvláště, k jasným, srozumitelným a srovnatelným informacím o poplatcích, podmínkách a nápravných opatřeních a k možnosti snadno změnit poskytovatele;

33. vyzývá Komisi a členské státy, aby zajistily, že návrh směrnice o alternativním řešení sporů a návrh nařízení o elektronickém řešení spotřebitelských sporů, který je v současné době předmětem přezkumu, umožní zranitelným spotřebitelům účinný přístup k alternativnímu řešení sporů buď bezplatně nebo za co nejnižší poplatek; vyzývá Komisi, aby uvažovala o vhodném mechanismu, který zajistí, aby v souvislosti s možným zavedením systému kolektivních žalob na úrovni EU byly zohledněny potřeby a práva zranitelných spotřebitelů;

34. vyzývá Komisi a členské státy, aby společně přijaly širokou a soudržnou politickou a legislativní strategii zaměřenou proti zranitelnosti a přihlédly přitom ke složitosti a různorodosti daných situací;

*

* *

35. pověřuje svého předsedu, aby předal toto usnesení Radě, Komisi a vládám a parlamentům členských států.