

Dinsdag 9 maart 2010

I

(Resoluties, aanbevelingen en adviezen)

RESOLUTIES

EUROPEES PARLEMENT

Consumentenbescherming

P7_TA(2010)0046

Resolutie van het Europees Parlement van 9 maart 2010 over consumentenbescherming (2009/2137(INI))

(2010/C 349 E/01)

Het Europees Parlement,

- gezien de Mededeling van de Commissie van 28 januari 2009 „Doorlichting van de beleidsresultaten voor consumenten in de interne markt – Tweede editie van het scorebord voor de consumentenmarkten” (COM(2009)0025) en het begeleidende interne werkdocument van de Commissie „Tweede editie van het scorebord voor de consumentenmarkten” (SEC(2009)0076),
 - gezien de Mededeling van de Commissie van 2 juli 2009 betreffende de handhaving van de consumentenwetgeving (COM(2009)0330),
 - gezien het verslag van de Commissie van 2 juli 2009 over de toepassing van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en van de Raad van 27 oktober 2004 betreffende de samenwerking tussen de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor de handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming (de verordening betreffende samenwerking met betrekking tot consumentenbescherming) (COM(2009)0336),
 - gezien de Mededeling van de Commissie van 7 juli 2009 over een geharmoniseerde methode voor indeling van en verslaggeving over klachten en vragen van consumenten (COM(2009)0346) en de begeleidende ontwerpaanbeveling van de Commissie (SEC(2009)0949),
 - gezien het interne werkdocument van de Commissie van 22 september 2009 over de maatregelen in de sector financiële diensten voor particuliere consumenten naar aanleiding van het scorebord voor de consumentenmarkten (SEC(2009)1251),
 - onder verwijzing naar zijn resolutie van 18 november 2008 over het scorebord van consumentenmarkten ⁽¹⁾,
 - gelet op artikel 48 en artikel 119, lid 2, van zijn Reglement,
 - gezien het verslag van de Commissie interne markt en consumentenbescherming (A7-0024/2010),
- A. overwegende dat het scorebord voor de consumentenmarkten (het scorebord) in combinatie met het scorebord voor de interne markt, bedoeld is om de werking van de interne markt te verbeteren zodat deze beter inspeelt op verwachtingen en problemen van burgers,

⁽¹⁾ Aangenomen teksten, P6_TA(2008)0540.

Dinsdag 9 maart 2010

- B. overwegende dat voorzitter Barroso in de politieke richtsnoeren voor de volgende Commissie, heeft aangedrongen op een meer stelselmatige en geïntegreerde aanpak van verwezenlijking van de interne markt, bij voorbeeld via een initiatief voor markttoezicht,
- C. overwegende dat de 499 miljoen consumenten in de EU de kern zijn van de doelmatige werking van de interne markt en dat zij een doorslaggevende rol spelen bij de verwezenlijking van de doelen van de agenda van Lissabon inzake meer groei, werkgelegenheid en mededinging, daar de rijkdom van de EU voor de helft voortkomt uit consumptieve uitgaven,
- D. overwegende dat de consument in het kader van de strategie voor de periode na Lissabon tot 2020 moet worden ingesteld op duurzame ontwikkeling in het kader waarvan het milieu wordt geëerbiedigd en aandacht wordt besteed aan de sociale dimensie van de interne markt,
- E. overwegende dat een interne markt die doelmatig reageert op de vraag van de consumenten eveneens bijdraagt tot totstandbrenging van een meer innovatieve en gezonde economie, daar over de hele economie verspreide markten die doelmatiger zijn en beter inspelen op de consument de belangrijkste aanjagers zijn van mededingingsvermogen en welzijn van de burger,
- F. overwegende dat een soepel werkende interne markt de consument een ruimere keuze van kwalitatief hoogwaardige producten en diensten tegen concurrerende prijzen moet bieden, gekoppeld aan een hoog niveau van consumentenbescherming,
- G. overwegende dat de meeste EU-burgers als consument dagelijks met de interne markt te maken hebben,
- H. overwegende dat de doelmatigheid van het consumentenbeleid toeneemt door de kennis die consumenten en bedrijven hebben van hun rechten en plichten overeenkomstig de vigerende wetgeving en van hun vermogen deze op hun handelstransacties toe te passen,
- I. overwegende dat zelfbewuste, goed voorgelichte en weerbare consumenten cruciaal zijn voor het doelmatig werken van markten, daar handelaren die eerlijk te werk gaan en die het best op de behoeften van de consument inspelen door hen worden beloofd,
- J. overwegende dat een actief consumentenbeleid – door te zorgen voor goed voorgelichte en zelfbewuste consumenten die op hun beurt zullen vragen om producten en diensten van hoge kwaliteit – een belangrijke rol zal spelen bij de totstandbrenging van een mondiaal concurrentiekrachtige, dynamische en innovatieve Europese Unie,
- K. overwegende dat de toegenomen ingewikkeldheid van detailmarkten en met name de markt van dienstverlening aan particulieren het voor de consument steeds moeilijker maakt bij de aankoop van goederen en diensten met kennis van zaken een keuze te maken,
- L. overwegende dat een gecoördineerde benadering van de voorlichting aan de consument noodzakelijk is om de consument in staat te stellen zelfbewust te werk te gaan als hij zijn rechten doet gelden,
- M. overwegende dat de consument recht heeft op schadeloosstelling al hij het slachtoffer is geweest van illegale praktijken, maar dat hij in werkelijkheid door hoge kosten, lange en ingewikkelde procedures en de gevaren in verband met procesvoering stuit op ernstige belemmeringen als hij in dergelijke zaken aanhangig wil maken,
- N. overwegende dat het scorebord aantoont van slechts vier van de tien consumenten het gemakkelijk vinden geschillen met verkopers en aanbieders op te lossen via alternatieve mechanismen voor de bijlegging van geschillen en dat niet meer dan drie van de tien het gemakkelijk vinden geschillen via de rechter op te lossen,
- O. overwegende dat ongeveer de helft van de consumenten die in de EU een klacht indienen ontevreden is over de manier waarop deze wordt afgehandeld en dat niet meer dan de helft van hen vervolgmaatregelen neemt,

Dinsdag 9 maart 2010

- P. overwegende dat de druk op consumenten uit de lage inkomensgroepen, die hun inkomen grotendeels uitgeven aan voedsel en huisvesting, door de economische crisis is toegenomen, en dat steeds meer consumenten derhalve diep in de schulden raken,
- Q. overwegende dat de grensoverschrijdende dimensie van de consumentenmarkten snel groeit met de opkomst van e-handel, maar dat de consument de vruchten van eenwording der markten slechts schoorvoetend plukt, voornamelijk omdat hij er niet van overtuigd is dat zijn rechten eveneens worden beschermd als hij grensoverschrijdende aankopen doet en omdat het recht op vergoeding niet zeker is,
- R. overwegende dat een hoog niveau van consumentenbescherming essentieel is voor de ontwikkeling van de grensoverschrijdende handel in een interne markt die voldoet aan de behoeften van de consument,
- S. overwegende dat de toenemende grensoverschrijdende dimensie van de consumentenmarkten de handhavingsinstanties voor nieuwe problemen stelt, omdat zij beperkt worden door grenzen van jurisdicties en versplintering van het regelgevend kader,
- T. overwegende dat de Commissie en de nationale handhavingsinstanties in sterkere mate moeten streven naar verwezenlijking van het nagestreefde hoge niveau van consumentenbescherming, en dat zij de consument het vertrouwen moeten geven om optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden van de interne markt,
- U. overwegende dat de EU-voorschriften inzake consumentenbescherming, weinig zin hebben als zij op nationaal niveau niet naar behoren worden omgezet, ten uitvoer gelegd en gehandhaafd,
- V. overwegende dat de Commissie de nationale instanties, zodra nationale wetgeving is ingevoerd, actief moet helpen de wetgeving op de juiste wijze toe te passen,
- W. overwegende dat krachtige en consequente handhaving, gezien de huidige economische neergang, des te belangrijker is daar de consument ten gevolge van de crisis kwetsbaarder is geworden, en daar lage nalevingsniveau's aanleiding kunnen zijn tot aanvullende schade voor de consument, terwijl handhavingsinstanties wellicht geconfronteerd worden met grotere druk op de middelen, hun prioriteiten zorgvuldig moeten bepalen en het effect van hun werkzaamheden zo hoog mogelijk moeten opvoeren,
- X. overwegende dat het Europees Parlement en nationale parlementen actief kunnen bijdragen tot betere omzetting en handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming, door nauw met elkaar te blijven samenwerken,

Inleiding

1. is van mening dat de benoeming in 2007 van een toegewijde Commissaris voor consumentenaangelegenheden en haar krachtige persoonlijke inzet, grote openheid en zeer proactieve rol het Europese beleid inzake consumentenbescherming en consumentenzaken vooruit hebben geholpen, zeer ten voordele van EU-burgers;
2. vreest dat de verdeling van de verantwoordelijkheid voor consumentenaangelegenheden over twee Commissieportefeuilles tot gevolg kan hebben dat de consument van de nieuwe Commissie minder aandacht krijgt, en dat de nieuwe organisatiestructuur in verschillende directoraten-generaal kan leiden tot versplintering, of de samenhang en doelmatigheid van het consumentenbeleid ongunstig kan beïnvloeden;
3. wijst erop dat in artikel 12 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie na de inwerkingtreding van het Verdrag van Lissabon – als algemeen toepasbare bepaling – wordt bevestigd dat eisen in verband met consumentenbescherming in overweging moeten worden genomen als andere vormen van beleid en werkzaamheden van de Unie worden geformuleerd en ten uitvoer gelegd; verzoekt de Commissie dan ook te zorgen voor daadwerkelijke opnemings van consumentenbelangen in alle EU-beleid, en in haar effectbeoordeling zo nodig na te gaan welke al dan niet rechtstreekse gevolgen nieuwe wetgeving en nieuw beleid kunnen hebben voor de consument; spoort elk betrokken directoraat-generaal aan om jaarverslagen te publiceren over de wijze waarop het consumentenbeleid geïntegreerd is op het terrein waarvoor het verantwoordelijk is;

Dinsdag 9 maart 2010

4. wijst op de noodzaak van een actief consumentenbeleid om de burger in staat te stellen ten volle zijn voordeel te doen met de interne markt; acht een actief consumentenbeleid in de huidige economische crisis des te wezenlijker om het sociaal beleid te steunen ter bestrijding van een groeiend gebrek aan gelijkheid en ter bescherming van kwetsbare consumenten en groepen met lage inkomens;
5. wijst er nadrukkelijk op dat de consument in staat moet zijn met kennis van zaken te kiezen zonder te worden gehersenspoeld door producenten die tendentieuze of onware beweringen doen over hun producten, daar de handel hierdoor onderling gaat concurreren om de kwaliteit van de geleverde goederen en diensten op te voeren en de prijzen op een concurrerend niveau te houden;
6. is van mening dat een verantwoorde aanpak van het bedrijfsleven, in het kader waarvan het beginsel van de verantwoordelijkheid van ondernemingen, de mededingingsvoorschriften en de economische belangen van de consument worden geëerbiedigd, zullen bijdragen tot consumentenvertrouwen;
7. herhaalt dat aan consumentenorganisaties een cruciale rol toekomt doordat zij de overheid moeten wijzen op de problemen waarmee de consumenten dagelijks te maken hebben en dat de instrumenten waarover zij beschikken moeten worden verbeterd opdat zij op EU- en nationaal niveau doelmatiger kunnen optreden; verzoekt de lidstaten erop toe te zien dat consumentenorganisaties in alle stadia van het besluitvormingsproces, de omzetting en bij de tenuitvoerlegging van consumentenwetgeving naar behoren worden geraadpleegd;
8. verzoekt de Commissie en de lidstaten het consumentenbewustzijn en de voorlichting aan de consument op te voeren om de consument gedurende zijn hele leven te emanciperen; moedigt lidstaten aan ervoor te zorgen dat met name aan jonge consumenten heldere en begrijpelijke informatie wordt verstrekt over op hen gerichte producten en diensten; moedigt lidstaten er met name toe aan consumentenaspecten op te nemen in hun nationale leerplannen om kinderen de vaardigheden aan te reiken die nodig zijn om later in het leven ingewikkelde besluiten te nemen; en opleidingsprogramma's te overwegen voor ouders en volwassen consumenten, met als lange-termijndoel ontwikkeling en verankering van consumentenbewustzijn; wijst erop dat deze programma's afgestemd dienen te zijn op onderwijsseisen en het vermogen van de studenten op ieder niveau, gebruik makend van moderne onderwijsmethoden op de grondslag van ervaringen en voorbeelden uit het werkelijke leven; wijst er andermaal op dat goed voorgelichte consumenten die hun rechten kennen en weten tot wie zij zich in geval van niet-naleving moeten wenden, eveneens belangrijk zijn om overtredingen te ontdekken; wijst er andermaal op dat goed voorgelichte consumenten die hun rechten kennen en weten tot wie zij zich in geval van niet-naleving moeten wenden, eveneens belangrijk zijn om overtredingen te ontdekken;
9. wijst op de noodzaak van duurzame consumptie en op het feit dat aanbieders van diensten en detailhandelaars alsook consumenten beter worden opgeleid en voorgelicht over het denkbeeld duurzame consumptie zodat zij hun gedrag dienovereenkomstig kunnen aanpassen;
10. verzoekt de Commissie en de lidstaten een gerichte communicatiestrategie op gang te brengen om de EU-burgers bewuster te maken van de risico's en van hun rechten als consument, met name door gebruikersvriendelijke portaalsites te openen, bewustwordingcampagnes te voeren en op plaatselijk, regionaal en nationaal niveau voorlichtingspunten op te zetten; wijst erop dat specifieke communicatiekanalen moeten worden gebruikt om de meest kwetsbare consumenten te bereiken door te zorgen voor betrouwbaarheid, geloofwaardigheid en onpartijdigheid van de organisaties die verantwoordelijk zijn voor beheer en opzetten van communicatiemediën;

Scorebord consumentenmarkten

11. bevestigt nogmaals dat het scorebord een belangrijk instrument is om de consumentenmarkten beter in het oog te houden om informatie te verstrekken die nuttig is bij de waarborging van betere beleidsvorming en regelgeving, maar ook om aan de burgers te laten zien dat met hun problemen naar behoren rekening wordt gehouden;
12. spreekt zijn waardering uit voor de vijf hoofdindicatoren op het scorebord – consumentenklachten, prijsniveaus, tevredenheid van de consument, keuze van een andere leverancier, veiligheid van goederen en diensten – die van doorslaggevende betekenis zijn om te bepalen welke markten het meeste gevaar lopen om slecht te functioneren wat betreft economische en sociale resultaten voor de consument; is echter van mening dat er eveneens normen moeten worden toegepast die het mogelijk maken de mate te bepalen waartin goederen en diensten overeenkomen met de nagestreefde duurzame ontwikkeling;

Dinsdag 9 maart 2010

13. erkent dat de vijf indicatoren weliswaar niet alle aspecten van het consumentenmilieu omvatten, maar dat zij voldoende grondslag bieden om prioriteiten te stellen en conclusies te trekken over punten die nader moeten worden geanalyseerd, mits de door de lidstaten aangeleverde gegevens volledig zijn en op gemakkelijk vergelijkbare grondslag kunnen worden samen gevoegd;
14. is van mening dat het huidige feitenmateriaal over klachten, prijzen, tevredenheid, overstap en veiligheid nog steeds onvoldoende is om definitieve conclusies te kunnen trekken en dat er meer hoogwaardige gegevens nodig zijn om een stevig bestand van consumentenverklaringen te kunnen opzetten; wijst erop dat de indicatoren derhalve verder moeten worden ontwikkeld en dat de gegevens zodanig moeten worden verzameld dat er rekening wordt gehouden met de verschillen in nationale systemen;
15. stelt voor dat de Commissie, zodra de vijf basisindicatoren en de daarmee samenhangende methodiek voldoende zijn ontwikkeld om hoogwaardige resultaten op te leveren, moet overwegen in het scorebord aanvullende lange-termijnindicatoren op te nemen met betrekking tot bij voorbeeld marktaandeel, kwaliteit, reclame, doorzichtigheid en vergelijkbaarheid van aanbiedingen, indicatoren inzake handhaving en consumentenemancipatie, sociale, milieu- en ethische indicatoren, alsmede indicatoren voor het meten van verhaal en consumentenschade; is echter van mening dat dit geleidelijk dient te gebeuren om ervoor te zorgen dat het scorebord scherp blijft ingesteld en begrijpelijk is om te zorgen voor een algemene benadering van consumentenbescherming en om de consument in staat te stellen ten volle te profiteren van de door de interne markt geboden voordelen;
16. herhaalt dat het scorebord alle belangrijke categorieën consumptieve uitgaven dient te omvatten om te bepalen welke markten de meeste problemen opleveren en de weg vrij te maken voor aanvullende, nauwkeurigere sector specifieke analyse, met name als uit het feitenmateriaal blijkt dat er zich in verschillende markten soortgelijke problemen voordoen; verzoekt de Commissie en de lidstaten derhalve te zorgen voor adequate financiering en voldoende personeel voor de verderontwikkeling van het scorebord verzoekt de Commissie en de lidstaten derhalve te zorgen voor adequate financiering en voldoende personeel voor de verderontwikkeling van het scorebord;
17. is ervan op de hoogte dat de consumenten minder tevreden zijn over en meer problemen hebben met diensten dan met goederen, wat ten dele te verklaren is doordat de contractuele betrekkingen en de verlening van diensten ingewikkelder zijn dan het geval is bij goederen; verzoekt de Commissie om een diepgaande analyse van alle probleemsectoren die in het scorebord zijn vastgesteld; verzoekt de Commissie eveneens erop toe te zien dat deze acties zo nodig worden aangevuld met specifieke wetgevende initiatieven en beleidsaanbevelingen voor lidstaten en terug te rapporteren aan het Parlement;
18. spreekt zijn waardering uit voor het belang en de kwaliteit van de door de Commissie in het kader van haar onderzoek uitgevoerde werkzaamheden over financiële dienstverlening en particulier, dat is gepubliceerd naar aanleiding van het scorebord. neemt kennis van de problemen die zijn gesignaleerd in de sector financiële dienstverlening en die door de financiële crisis nog ernstiger zijn geworden; spreekt met name zijn waardering uit voor de onthullingen die uit dit onderzoek zijn voortgekomen in verband met bij voorbeeld ernstige problemen inzake openbaarheid en vergelijkbaarheid van de kosten van lopende rekeningen in de EU; is van mening dat alle noodzakelijke conclusies moeten worden getrokken over de noodzaak van betere regelgeving in deze sector;
19. wijst erop dat klachten van consumenten weliswaar belangrijk zijn voor het opsporen van slechte marktwerking, maar dat het ontbreken van klachten niet altijd inhoudt dat de markt goed functioneert, daar de consumenten in sommige lidstaten door andere gebruiken onder consumenten of andere benaderingen van de waarschijnlijkheid van slagen, minder snel geneigd zijn te klagen; wijst er anderzijds op dat een groot aantal klachten in één enkele lidstaat niet noodzakelijkerwijs moet worden opgevat als teken dat de markt te kort schiet, maar het gevolg kan zijn van doelmatige organen voor de behandeling van klachten of een in het nabije verleden gevoerde voorlichtingscampagne over consumentenrechten;
20. stelt vast dat in de EU meer dan 700 derde organisaties klachten van consumenten verzamelen, maar dat de regelingen om dat te doen aanzienlijk verschillen en dat een relatief gering aantal van hen gegevens verzamelt over de aard van de klacht en de betrokken sector; is van mening dat dit wellicht voldoende is om advies of informatie te verstrekken, maar dat het geenszins adequaat is om vanuit het standpunt van de consument eventuele gebreken in de markt vast te stellen; verzoekt alle klachtenorganen daarom een geharmoniseerde methode toe te passen voor de indeling en melding van klachten van consumenten en moedigt hen aan klachtgegevens te melden die overeenkomen met alle – aanbevolen en vrijwillige – door de Commissie in haar ontwerp aanbeveling voorgestelde sectoren; is van mening dat de ontwikkeling van een geharmoniseerde methode lidstaten in staat zal stellen meer significante gegevens te verzamelen en zich een vollediger beeld te vormen van nationale consumentenmarkten; dit mondt uit in het opzetten van een EU-dekkend gegevensbestand, waardoor het mogelijk wordt consumentenproblemen uit de hele EU te vergelijken;

Dinsdag 9 maart 2010

21. vestigt de aandacht op de analyse van de beschikbare prijsgegevens waaruit blijkt dat een aantal goederen en diensten aan weerszijden van een grens om onverklaarbare redenen verschillend geprijsd zijn; is van mening dat prijsverschillen veelal weliswaar verband houden met verschillen in vraag, uitgavniveau, belastingen of kostenopbouw, maar dat zij vaak ook een teken zijn van versplintering of gebrekkig functioneren van de interne markt; geeft in overweging dat het, indien de prijs van een bepaald product hoger is dan een referentiepunt, noodzakelijk is de verhouding van invoer- en consumptieprijs te bezien en zorgvuldig na te gaan waarom er sprake is van verschillende prijsniveaus;
22. is van mening dat de beschikbare prijsgegevens niet voldoende zijn om de interne markt naar behoren in het oog te houden en verzoekt de nationale bureaus voor de statistiek en Eurostat met de Commissie samen te werken om meer gegevens en om haar methode voor de verzameling van de gemiddelde prijzen van vergelijkbare en representatieve goederen en diensten verder te ontwikkelen; wijst er in dit verband andermaal op dat nationale bureaus voor de statistiek de gegevensverzameling over en de berekening van gemiddelde prijzen moeten valideren en vollediger aan de werkzaamheden moeten deelnemen; wijst erop dat de verstrekking van doorzichtiger prijsgegevens zou resulteren in meer consumentenvertrouwen en aan de consument duidelijk zou maken dat zijn zorgen van alledag worden aangepakt;
23. erkent dat tevredenheid van de consument een belangrijke indicator is om te begrijpen hoe goed of slecht markten de consument bedienen; verzoekt de Commissie haar methode en meettechnieken voor het uitvoeren van onderzoek naar de tevredenheid van de consument verder te ontwikkelen en in de toekomst aanvullende sectoren mee te nemen; verzoekt de Commissie haar methode en meettechnieken voor het uitvoeren van onderzoek naar de tevredenheid van de consument verder te ontwikkelen en in de toekomst aanvullende sectoren mee te nemen;
24. is van mening dat de mogelijkheid van aanbieder te wisselen een wezenlijk kenmerk is van mededinging in een markteconomie; verzoekt de Commissie en de lidstaten maatregelen te nemen om in alle belangrijke dienstverlening aan particulieren overstappen mogelijk te maken;
25. stelt vast dat uit onderzoek blijkt dat het vertrouwen van de consument in productveiligheid in het algemeen hoog is, zij het dat de opvatting van de consument over veiligheid per lidstaat sterk verschilt; verzoekt de Commissie en de lidstaten de gegevens die momenteel beschikbaar zijn over de veiligheid van consumentenproducten te verbeteren; deze worden voornamelijk samengebracht op de grondslag van gemelde ongevallen en verwondingen ten gevolge van producten met een gebrek of via systemen om te waarschuwen voor gevaren wijst er met name op dat ten aanzien van de veiligheid van speelgoed waakzaamheid geboden is;
26. verzoekt alle lidstaten in het belang van verbetering van de consumentenveiligheid, stelselmatig bijzonderheden van ongevallen of verwondingen in te zamelen en te registreren in een gezamenlijk gegevensbestand;
27. stelt vast dat de dominantie van grensoverschrijdende activiteit in verschillende delen van de EU nog steeds aanzienlijk verschilt, en dat het grootste deel van de detailhandelaren (75 %), hoewel de gemiddelde uitgaven in verband met grensoverschrijdende aankopen aanzienlijk zijn (737 EUR per persoon per jaar), uitsluitend verkoopt aan consumenten uit eigen land terwijl slechts een kwart van de consumenten in de EU grensoverschrijdende aankopen doet; is van mening dat er weliswaar een aantal structurele belemmeringen is zoals taal, afstand en verschillen in wetgeving inzake consumentenbescherming, maar dat groter vertrouwen van de consument de niveaus van grensoverschrijdend handel aanzienlijk zou opvoeren; is van mening dat de ontwikkeling van grensoverschrijdende handel het niveau van regelgeving niet moet verlagen, maar daarentegen initiatieven om een optimaal niveau van consumentenbescherming te behouden nog noodzakelijker maakt;
28. neemt kennis van het feit dat online-winkelen steeds populairder wordt, maar dat de grensoverschrijdende e-handel zich minder snel ontwikkelt dan het winkelen in eigen land; verzoekt de Commissie op het toekomstige scorebord vollediger gegevens op te nemen over het werkelijke niveau van grensoverschrijdende verkoop en over de problemen van consumenten die in het buitenland inkopen;
29. stelt vast dat meer dan de helft van de EU-consumenten (51 %) van mening zijn dat zij naar behoren beschermd worden door bestaande maatregelen ten behoeve van consumenten, meer dan de helft (54 %) vinden dat hun rechten door de overheid goed worden beschermd en iets meer (59 %) van mening zijn dat verkopers en aanbieders hun rechten eerbiedigen;
30. wijst er met nadruk op dat bijna één derde (30 %) van de EU-consumenten die via Internet per telefoon of per post een aanschaf op afstand hadden gedaan, meldde dat zij bij de levering problemen hadden gehad; stelt echter vast dat negen van de tien personen die een aanschaf probeerden terug te sturen of een overeenkomst te annuleren daarin binnen de bedenktijd slaagden;

Dinsdag 9 maart 2010

31. wijst er andermaal op dat een aantal lidstaten instrumenten heeft ontwikkeld om zijn nationale markten vanuit consumentenstandpunt in het oog te houden, zoals prijswaarnemingsposten of omvattende klachtensystemen voor het maken van beleid, terwijl andere lidstaten gegevens niet gebruiken om de consumentenmarkten in het oog te houden en problemen hebben met het bijeen brengen van gegevens; wijst, dit in overweging nemend, op de noodzaak van uitwisseling van optimale werkmethoden tussen lidstaten;
32. wijst er met nadruk op dat de aanzienlijke bijdragen van nationale bureaus voor de statistiek, Eurostat, alsook nauwe samenwerking tussen deze organen, de Commissie, vormers van consumentenbeleid, nationale handhavingsinstanties alsook consumenten- en bedrijfsorganisaties, van doorslaggevende betekenis zullen zijn voor de waarborging van kwaliteit en volledigheid van gegevens en verderontwikkeling van het benodigde bestand van feitenmateriaal; verzoekt Eurostat, de lidstaten en alle belanghebbenden maatregelen te nemen om deze samenwerking mogelijk te maken;
33. is van mening dat gegevens die betrekking hebben op de markt een doorslaggevende rol kunnen spelen bij het aanjagen van innovatie en mededingingsvermogen; wijst dan ook met klem op de betekenis van het scorebord als instrument dat het mogelijk maakt voorkeuren en eisen van consumenten te bepalen; stelt vast dat deze gegevens de innovatie kunnen prikkelen door bedrijven de stimulansen te geven om zich op nieuwe markten te begeven een bedrijven onder druk te zetten hun producten en diensten te verbeteren;
34. is van mening dat het scorebord, als het eenmaal wordt geschraagd door betrouwbare en gemakkelijk vergelijkbare gegevens uit de 27 lidstaten, moet dienen als een rijke bron van vergelijkende gegevens voor hen die op nationaal niveau beleid maken voor mededinging, consumenten en andere sectoren, en hen moet helpen te bepalen welke markten op nationaal niveau niet goed werken voor de consument;
35. verzoekt de Commissie het consumentenklimaat in iedere lidstaat van referentiepunten te voorzien en daarbij rekening te houden met de verschillen in consumentenwetgeving en –gebruiken; herhaalt dat vergelijking van de consumentenresultaten van de lidstaten en het aanbrengen referentiepunten in het consumentenklimaat in de hele EU bijdraagt tot bepaling van optimale werkmethoden en in laatste instantie tot verwezenlijking van een interne markt die voor de consument functioneert;
36. moedigt alle lidstaten aan ieder jaar een breed opgezette operatie voor markttoezicht uit te voeren om vast te stellen welke markten voor de consument niet werken en om volledige gegevens te verstrekken die de Commissie in staat stellen de problemen waarmee de consument op de interne markt te maken heeft te volgen en te vergelijken;
37. blijft bij zijn standpunt dat het scorebord niet alleen moet worden gebruikt om een beter consumentenbeleid tot stand te brengen, maar eveneens door iedere vorm van beleid dient te lopen die gevolgen heeft voor de consument, aldus waarborgend dat de consumentenbelangen beter worden opgenomen in iedere vorm van EU-beleid; en dat de nagestreefde duurzame ontwikkeling deel wordt van het beleid inzake consumentenbescherming; wijst er met nadruk op dat het scorebord eveneens moet aanzetten tot een meer algemeen debat over problemen in verband met consumentenbeleid;
38. vraagt de Commissie met steun van de lidstaten een strategie op te zetten om het scorebord beter bekend te maken bij een groot publiek, o.m. door ervoor te zorgen dat het gemakkelijk toegankelijk en op de daarvoor in aanmerking komende websites zichtbaar is, en door te bevorderen dat het voor zichzelf reclame maakt bij media, nationale instanties, consumentenorganisaties en andere belanghebbenden; acht het noodzakelijk dat de jaarlijkse publicatie van het scorebord ook in de toekomst in brochurevorm en in alle officiële EU-talen verschijnt; verzoekt de Commissie en de lidstaten de nodige maatregelen te nemen om te bevorderen dat de Europese burgers het „eYou Gids” webportaal gebruiken, dat door de Commissie speciaal is opgezet als gids voor de rechten van de burger;

Handhaving van de consumentenwetgeving

39. spreekt zijn waardering uit voor de vijf sectoren die voorrang krijgen, die de Commissie heeft vastgesteld in haar mededeling over handhaving van de consumentenwetgeving;
40. wijst erop dat de daadwerkelijke tenuitvoerlegging en handhaving van de EU-voorschriften inzake consumentenbescherming het consumentenvertrouwen aanjagen en in hoge mate afschrikkend werken voor bedrijven die proberen deze voorschriften te omzeilen; verzoekt de Commissie lidstaten scherp in het oog te houden en hen te helpen bij de omzetting en tenuitvoerlegging van de consumentenwetgeving van de EU; verzoekt de Commissie in dat verband mogelijkheden te verkennen, met gebruikmaking van de rechtsgrondslag die wordt geboden door artikel 169 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie om het beleid inzake consumentenbescherming duidelijker zichtbaar te maken via maatregelen die het beleid van de lidstaten steunen en aanvullen, eventueel met inbegrip van de oprichting van een Europees Consumentenbureau;

Dinsdag 9 maart 2010

41. stelt vast dat de handhaving in de EU verre van eenvormig is en dat de meeste landen sterke en zwakke punten vertonen; wijst erop dat de cijfers aantonen dat er tussen de lidstaten grote verschillen bestaan in de kredieten voor bewaking van de markt en aantallen ingezette inspecteurs; verzoekt de lidstaten hun inspanningen op te voeren en de middelen te verruimen opdat de wetten inzake consumentenbescherming en waarborging van de mededinging in detailmarkten worden gehandhaafd;

42. is van mening dat mechanismen voor markttoezicht en handhaving en voor de doelmatige en algemene toepassing daarvan van doorslaggevend belang zijn om het consumentenvertrouwen aan te wakkeren, daar consumptieve uitgaven een belangrijk element zullen zijn in het economisch herstel; is van mening dat aan overheidsinstanties de middelen ter beschikking moeten worden gesteld om onwettige handelspraktijken te onderzoeken en uiteindelijk een halt toe te roepen;

43. wijst erop dat de consumentenmarkten zich snel ontwikkelen en dat de handhavingsinstanties in staat moeten zijn de nieuwe problemen die economische en technologische veranderingen met zich meebrengen zo goed mogelijk aan te pakken om doelmatig te kunnen zijn in een grensoverschrijdend klimaat zoals de interne markt, en dat ter verwezenlijking hiervan de handen ineen moeten worden geslagen opdat de handhaving in de hele EU doelmatig en consequent is; acht herziening van het regelgevend kader eveneens noodzakelijk om leemten in de wetgeving aan te vullen;

44. moedigt alle lidstaten aan onafhankelijke agentschappen op te zetten voor de bescherming van de consument om gegevens te verschaffen en bij nationale rechtbanken procedures aan te spannen ter bescherming van de consumentenbelangen; moedigt dan ook samenwerking aan tussen organen voor de bescherming van de consument in alle lidstaten;

45. dringt er bij alle lidstaten op aan de voordelen te overwegen van invoering van een consumentenombudsman; wijst erop dat deze instelling in enkele lidstaten bestaat als buitengerechtigd orgaan voor de minnelijke schikking van consumentengeschillen, en als raadgevend lichaam dat naast de overheid werkzaam is om problemen op te lossen die onder zijn ressort vallen;

46. deelt de mening van de Commissie dat alternatieve mechanismen voor de bijlegging van geschillen zoals bemiddeling en arbitrage of buitengerechtigde geschillenbeslechting voor de consument een nuttige en aantrekkelijke keuze kunnen zijn als deze er niet in is geslaagd zijn geschil met een handelaar of een overheidsorganisatie langs informele weg op te lossen; dringt er bij de lidstaten op aan de ontwikkeling van alternatieve mechanismen voor geschillenbijlegging aan te moedigen om het niveau van consumentenbescherming op te voeren en de naleving van de wetgeving te maximaliseren, maar wijst er met nadruk op dat deze mechanismen justitiële of bestuursrechtelijke handhavingsmiddelen moeten aanvullen en niet vervangen; is eveneens van mening dat de bepaling van vaste termijnen voor beantwoording door agentschappen en ondernemingen met betrekking tot gemelde praktijken consumenten die een procedure overwegen voor de bijlegging van een geschil aanzienlijk zou helpen;

47. wijst er nogmaals op dat er aanzienlijke verschillen zijn aangetoond tussen lidstaten en dat er kennelijk ruimte is voor verbeteringen op het gebied van verhaalmechanismen; wijst er andermaal op dat er momenteel in 13 lidstaten collectieve systemen van rechtsvorderingen bestaan en verzoekt de Commissie zo spoedig mogelijk maatregelen te nemen naar aanleiding van haar Groenboek van 27 november 2008 over collectief verhaal voor consumenten (COM(2008)0794);

48. onderstreept de noodzaak van een behoorlijke opleiding en scholing van ambtenaren en justitiële instanties op het gebied van interne-marktvoorschriften;

49. stelt vast dat in het verslag van het netwerk samenwerking consumentenbescherming wordt gemeld dat de instanties die grensoverschrijdende gevallen behandelen, kampen met problemen door gebrek aan beschikbare middelen; verzoekt de Commissie na te gaan hoe er kan worden gezorgd voor voldoende middelen om te voldoen aan de huidige verplichtingen uit hoofde van de verordening inzake samenwerking op het gebied van consumentenbescherming;

50. steunt de uitvoering van gecoördineerde handhavingsacties (schoonmaakoperaties) in het kader waarvan nationale instanties gelijktijdig een bepaalde sector natrekken op naleving van EU-wetgeving; wijst erop dat dergelijke operaties vaker (tweemaal per jaar) moeten worden uitgevoerd op de grondslag van een gezamenlijke methode en in combinatie met andere instrumenten;

Dinsdag 9 maart 2010

51. erkent de juridische ingewikkeldheid in verband met de publicatie van de resultaten van markttoezicht- en handhavingsactiviteiten en met het feit dat voor de onderzoekswerkzaamheden veelal strikte vertrouwelijkheidsvoorschriften gelden, maar stelt zich op het standpunt dat de Commissie en de lidstaten deze resultaten moeten publiceren (ook per bedrijf uitgesplitst), als is vastgesteld dat onwettige praktijken zich herhalen; is van mening dat dit meer openbaarheid waarborgt, de door nationale instanties verrichte handhavingswerkzaamheden beter zichtbaar maakt en de consumenten in staat stelt met kennis van zaken keuzes te maken;

52. dringt aan op uitbreiding van de structuren voor markttoezicht in alle lidstaten, zodat producten die op de markt zijn, voldoen aan strenge veiligheidsnormen en beschadigde of gevaarlijke producten snel uit de markt worden genomen; verzoekt de Commissie de richtsnoeren die door het worden snelle-alarmsysteem RAPEX gehanteerd in het oog te houden en regelmatig te herzien om de werking van het systeem te verbeteren;

53. verzoekt de Commissie in dit verband meer te doen om de tenuitvoerlegging door de lidstaten van de verordeningen voor markttoezicht in het oog te houden, met name Verordening (EG) nr. 765/2008, en zo nodig, onverwijld inbreukprocedures aanhangig te maken;

54. steunt het streven van de Commissie de meest recente technische toezichtmogelijkheden te analyseren om te zorgen dat producten overal ter wereld kunnen worden opgespoord via de leverantieketen (d.w.z. door het gebruik van RFID-etiketten of streepjescodes); verzoekt de Commissie aan het Parlement de initiatieven voor te leggen die zij momenteel overweegt alsook de meest recente bevindingen in verband met de ontwikkeling van een mondiaal opspoorbaarheidsnetwerk;

55. herinnert eraan dat het Europees netwerk van bureaus voor consumentenvoorlichting adequate financiering nodig heeft om het consumentenvertrouwen aan te wakkeren door de burgers voor te lichten over hun rechten als consument en door gemakkelijke verhaalmogelijkheden te bieden in gevallen waarin consumenten grensoverschrijdende aankopen hebben gedaan;

56. wijst erop dat douane-instanties, gezien de steeds groeiende invoer vanuit derde landen naar de EU, een belangrijke rol te spelen hebben bij het beschermen van burgers tegen onveilige importproducten, wat betekent dat instanties voor markttoezicht en douane-instanties, maar ook douane-instanties van verschillende lidstaten steeds nauwer moeten samenwerken;

57. wijst erop dat de waarborging van de veiligheid van producten die op de interne markt in omloop zijn samenwerking met instanties van derde landen vereist; steunt dan ook het initiatief van de Commissie de internationale samenwerking te intensiveren en te streven naar officiële overeenkomsten met handhavingsinstanties in derde landen, met name China, de VS en Japan; merkt op dat een aanhoudende dialoog en informatie-uitwisseling over productveiligheid in het belang van alle partijen is en van cruciale betekenis is voor het opbouwen van consumentenvertrouwen; verzoekt de Commissie aan het Parlement met regelmatige tussenpozen verslag te doen van haar dialoog met derde landen;

*

* *

58. verzoekt zijn Voorzitter deze resolutie te doen toekomen aan de Raad, de Commissie en de regeringen en de parlementen van de lidstaten.
