

Terça-feira, 9 de Março de 2010

I

(Resoluções, recomendações e pareceres)

RESOLUÇÕES

PARLAMENTO EUROPEU

Protecção dos consumidores

P7_TA(2010)0046

Resolução do Parlamento Europeu, de 9 de Março de 2010, sobre a protecção dos consumidores (2009/2137(INI))

(2010/C 349 E/01)

O Parlamento Europeu,

- Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 28 de Janeiro de 2009 intitulada «Acompanhamento dos resultados para os consumidores no mercado único: Segunda edição do painel de avaliação dos mercados de consumo» (COM(2009)0025) e o respectivo documento de trabalho dos serviços da Comissão intitulado Segundo painel de avaliação dos mercados de consumo (SEC(2009)0076),
 - Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 2 de Julho de 2009 sobre a aplicação do acervo relativo à defesa do consumidor (COM(2009)0330),
 - Tendo em conta o Relatório da Comissão de 2 de Julho de 2009 sobre a aplicação do Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de Outubro de 2004 relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação de defesa do consumidor (regulamento relativo à cooperação no domínio da defesa do consumidor) (COM(2009)0336),
 - Tendo em conta a Comunicação da Comissão de 7 de Julho de 2009 relativa a uma metodologia harmonizada para classificar e comunicar queixas e pedidos de informação dos consumidores (COM(2009)0346) e o respectivo projecto de recomendação da Comissão (SEC(2009)0949),
 - Tendo em conta o documento de trabalho dos serviços da Comissão, de 22 de Setembro de 2009, sobre o seguimento do painel de avaliação dos mercados de consumo nos serviços financeiros de retalho (SEC(2009)1251),
 - Tendo em conta a sua resolução de 18 de Novembro de 2008 sobre o Painel de Avaliação dos Mercados de Consumo ⁽¹⁾,
 - Tendo em conta o artigo 48.º e o n.º 2 do artigo 119.º do seu Regimento,
 - Tendo em conta o relatório da Comissão do Mercado Interno e da Protecção dos Consumidores (A7-0024/2010),
- A. Considerando que o Painel de Avaliação dos Mercados de Consumo («o Painel de Avaliação»), juntamente com o Painel de Avaliação do Mercado Interno, visa melhorar o funcionamento do mercado interno e torná-lo mais sensível às expectativas e preocupações dos cidadãos,

⁽¹⁾ Textos Aprovados, P6_TA(2008)0540.

Terça-feira, 9 de Março de 2010

- B. Considerando que, nas orientações para a próxima Comissão, o Presidente Barroso solicita uma abordagem mais sistemática e integrada para a realização do mercado interno, por exemplo, através duma «iniciativa de monitorização do mercado»,
- C. Considerando que os 499 milhões de consumidores da UE são essenciais para o efectivo funcionamento do mercado interno e têm um papel crucial a desempenhar na prossecução dos objectivos da agenda de Lisboa de aumento do crescimento, do emprego e da competitividade, uma vez que as despesas dos consumidores representam metade de riqueza da UE,
- D. Considerando que, no quadro da estratégia pós-Lisboa 2020, é conveniente orientar a política relativa aos consumidores para um desenvolvimento duradouro, que respeite o ambiente e preste atenção à dimensão social do mercado interno,
- E. Considerando que um mercado interno que responda eficazmente à procura dos consumidores contribui também para construir uma economia mais inovadora e saudável, uma vez que mercados de consumo eficientes e reactivos em todo o sector económico são motores fundamentais da competitividade e do bem-estar dos cidadãos,
- F. Considerando que um mercado interno que funcione bem deve poder proporcionar aos consumidores uma vasta escolha de produtos e serviços de alta qualidade a preços competitivos, oferecendo-lhes, ao mesmo tempo, um nível de protecção elevado,
- G. Considerando que é na sua qualidade de consumidores que a maior parte dos cidadãos da UE vive diariamente o mercado interno,
- H. Considerando que a eficácia de uma política dos consumidores será reforçada pelos conhecimentos que os consumidores e as empresas têm dos seus direitos e obrigações ao abrigo da legislação em vigor, assim como da sua capacidade de os aplicar nas suas transacções comerciais,
- I. Considerando que consumidores confiantes, bem informados e com capacidade de acção são fundamentais para o bom funcionamento dos mercados, porque recompensam os profissionais mais cumpridores e que melhor respondem às suas necessidades,
- J. Considerando que uma política dos consumidores activa - ao criar consumidores bem informados e com capacidade de acção que, por sua vez, exigirão produtos e serviços de alta qualidade - desempenhará um papel importante para tornar a UE competitiva, dinâmica e inovadora a nível global,
- K. Considerando que a crescente complexidade dos mercados retalhistas, principalmente dos mercados retalhistas de serviços, torna cada vez mais difícil uma escolha bem fundamentada dos consumidores quando adquirem bens e serviços,
- L. Considerando que há necessidade duma abordagem coordenada para permitir que os consumidores actuem com confiança ao exercerem os seus direitos,
- M. Considerando que os consumidores têm direito a indemnização quando são vítimas de práticas ilícitas, mas, na realidade, vêem-se confrontados com obstáculos de monta para levar os seus casos a tribunal, devido aos custos elevados, a processos longos e complexos e aos riscos associados aos litígios,
- N. Considerando que o Painel de Avaliação revela que só quatro em cada dez consumidores dizem ser fácil sanar um conflito com um vendedor ou fornecedor através de mecanismos alternativos de resolução de litígios e só três em cada dez consideram que é fácil recorrer ao tribunal nestes casos,
- O. Considerando que cerca de metade dos consumidores europeus que apresentaram queixa não ficou satisfeita com o modo como ela foi tratada e que só metade deles continuou a sua acção,

Terça-feira, 9 de Março de 2010

- P. Considerando que a crise económica aumentou a pressão sobre os grupos de consumidores de baixos rendimentos, que estão a gastar a maior parte na alimentação e no alojamento, e que, consequentemente, um número crescente de consumidores fica em situação de sobre-endividamento,
- Q. Considerando que a dimensão transfronteiriça dos mercados de consumo está a aumentar rapidamente com a emergência do comércio electrónico, mas que os consumidores continuam relutantes em colher os benefícios que podem retirar da integração do mercado, principalmente porque não têm a certeza de que os seus direitos beneficiem de igual protecção quando fazem transacções transfronteiras e devido à incerteza quanto ao direito a indemnização,
- R. Considerando que um elevado nível de protecção dos consumidores é essencial para o desenvolvimento dum verdadeiro comércio transfronteiriço no âmbito do mercado interno que responda às necessidades dos consumidores,
- S. Considerando que a crescente dimensão transfronteiriça dos mercados de consumo coloca novos desafios às autoridades competentes, que se vêem condicionadas por fronteiras jurisdicionais e pela fragmentação do quadro regulamentar,
- T. Considerando que a Comissão e as autoridades de aplicação nacionais precisam de envidar mais esforços para alcançar um nível elevado de defesa do consumidor e dotar os consumidores da confiança necessária para explorar todo o potencial do mercado único,
- U. Considerando que as regras de protecção do consumidor da UE de pouco servem se não forem adequadamente transpostas e aplicadas a nível nacional,
- V. Considerando que, depois de promulgada a legislação nacional, a Comissão deve ajudar activamente as autoridades nacionais a aplicar a legislação de forma correcta,
- W. Considerando que, face ao actual abrandamento económico, garantir a coerência e o rigor na aplicação da legislação assume ainda maior importância, uma vez que a crise está a agravar a vulnerabilidade dos consumidores e que a existência de baixos níveis de conformidade pode prejudicá-los ainda mais, enquanto que as autoridades de supervisão podem ter de fazer face a uma pressão acrescida sobre os recursos e têm de definir cuidadosamente as suas prioridades e maximizar o impacto das suas actividades,
- X. Considerando que o Parlamento Europeu e os parlamentos nacionais podem contribuir activamente para uma melhor transposição e aplicação da legislação de defesa do consumidor continuando a trabalhar em estreita colaboração,

Introdução

1. É de opinião que a nomeação, em 2007, de uma Comissária especificamente encarregada da protecção dos consumidores, bem como o seu forte empenhamento pessoal, grande abertura e posição muito pró-activa, contribuiu para fazer avançar a política comunitária de protecção dos consumidores e os problemas dos consumidores, para grande benefício dos cidadãos da União Europeia;
2. Receia que o facto de, na Comissão, a defesa dos consumidores ter sido repartida por duas pastas possa conduzir a uma diminuição da importância reconhecida pela nova Comissão aos consumidores e, do mesmo modo, receia que a nova estrutura organizativa formada por várias direcções gerais resulte na fragmentação da política de defesa do consumidor ou prejudique a sua coerência e eficácia;
3. Salaria que, após a entrada em vigor do Tratado de Lisboa, o artigo 12.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia reitera – como disposição de aplicação geral – que os requisitos de protecção dos consumidores devem ser tidos em consideração na definição e aplicação de outras políticas e actividades da União; convida, por isso, a Comissão a velar pela efectiva integração dos interesses dos consumidores em todas as políticas da UE e a examinar nos seus estudos de impacto os efeitos potenciais de qualquer nova legislação e das novas políticas directa ou indirectamente relacionadas com os consumidores; insta todas as direcções-gerais competentes da Comissão a publicar um relatório anual sobre a forma como a política de defesa dos consumidores foi integrada nos respectivos domínios de acção;

Terça-feira, 9 de Março de 2010

4. Salienta a necessidade de uma política dos consumidores activa para que os cidadãos possam retirar todos os benefícios do mercado interno; considera que uma política dos consumidores activa é ainda mais essencial na actual crise económica para apoiar a política social na luta contra as crescentes desigualdades e proteger os consumidores vulneráveis e os grupos de baixo rendimento;
5. Salienta que os consumidores devem poder fazer escolhas bem fundamentadas, sem serem sujeitos a condicionamentos psicológicos pelos produtores através de alegações tendenciosas ou não verdadeiras sobre os produtos, na medida em que geram uma maior concorrência entre os profissionais, que procuram aumentar a qualidade dos produtos e serviços que propõem e manter os preços a níveis competitivos;
6. Entende que uma posição responsável por parte do mundo empresarial, com o respeito da responsabilidade empresarial, das regras da concorrência e dos interesses económicos dos consumidores contribuirá para construir a confiança dos consumidores;
7. Reitera que as organizações de consumidores têm um papel crucial a desempenhar, alertando as autoridades públicas para os problemas com que os consumidores se confrontam no seu dia a dia, e que devem ser optimizados os instrumentos à sua disposição para melhorarem a sua capacidade de actuar mais eficazmente a nível nacional e da UE; insta os Estados-Membros a garantir que as organizações de consumidores sejam adequadamente consultadas em todas as fases do processo de tomada de decisões e na transposição e aplicação da legislação relativa à defesa do consumidor;
8. Solicita à Comissão e aos Estados Membros que promovam uma maior sensibilização e educação dos consumidores ao longo da vida, a fim de os tornar mais capazes de se defender; incita os Estados Membros a garantirem o fornecimento também aos mais jovens de informações claras e inteligíveis, sobretudo nos produtos e serviços que se destinam a eles e a ponderar o desenvolvimento de acções de formação destinadas aos pais e consumidores adultos com o objectivo a mais longo prazo de desenvolver e consolidar a consciência do consumidor; assinala que esses programas deverão corresponder às necessidades e capacidades de aprendizagem dos alunos de cada grau de ensino em que são aplicados e, simultaneamente, deverão utilizar métodos de ensino modernos, vivos e com o recurso a exemplos; lembra que os consumidores informados, que conhecem os seus direitos e sabem o que fazer em caso de não conformidade, são também elementos importantes para detectar infracções;
9. Salienta a necessidade de promoção do consumo sustentável, sublinhando que tanto os prestadores de serviços e comerciantes retalhistas como os consumidores devem ser mais bem formados e informados sobre o conceito de consumo sustentável, para que adoptem este comportamento;
10. Insta a Comissão e os Estados-Membros a lançar uma estratégia de comunicação bem orientada para promover o esclarecimento dos cidadãos da UE sobre os riscos de exposição e os seus direitos enquanto consumidores, principalmente através da criação de sítios Web conviviais, campanhas de sensibilização e pontos de informação a nível local, regional e nacional; salienta a necessidade de utilizar canais de comunicação específicos para chegar junto dos consumidores mais vulneráveis, controlando a fiabilidade, credibilidade e imparcialidade dos organismos encarregados da gestão e organização desses canais;

Painel de Avaliação dos Mercados de Consumo

11. Reitera o seu ponto de vista de que o Painel de Avaliação representa um instrumento importante para acompanhar os mercados de consumo a fim de proporcionar elementos úteis para melhorar os processos de elaboração das políticas e da regulamentação, mas também para mostrar aos cidadãos que as suas preocupações são devidamente tomadas em consideração;
12. Congratula-se com os cinco principais indicadores do Painel de Avaliação – queixas, preços, índice de satisfação, mudanças de fornecedor e segurança – que são importantes para identificar os mercados com maior risco de disfuncionamentos em termos de resultados económicos e sociais para os consumidores; contudo, considera que é conveniente recorrer também a critérios que permitam medir a adequação dos produtos e serviços ao objectivo do desenvolvimento duradouro;

Terça-feira, 9 de Março de 2010

13. Reconhece que, embora os cinco indicadores não abranjam todos os aspectos do ambiente de consumo, fornecem uma base suficiente para estabelecer prioridades e retirar conclusões quanto à necessidade de prosseguir a análise, desde que os dados fornecidos pelos Estados-Membros sejam completos e a sua compilação possa ser feita numa base facilmente comparável;
14. Considera que os dados de que dispomos actualmente em matéria de queixas, preços, índice de satisfação, mudança de fornecedor e segurança não permitem ainda retirar conclusões definitivas, sendo necessários mais dados qualitativos para estabelecer uma base sólida de dados sobre o consumo; salienta que os indicadores precisam, por isso, de ser aperfeiçoados e que as recolhas de dados a organizar têm de ter em conta as diferenças entre os sistemas nacionais;
15. Sugere que, logo que os cinco indicadores de base e da metodologia associada estejam suficientemente desenvolvidos para produzir resultados de alta qualidade, a Comissão deverá considerar a possibilidade de incluir no Painel de Avaliação indicadores de longo prazo como os relacionados com as partes de mercado, a qualidade, a publicidade, a transparência e a comparabilidade da oferta, indicadores relacionados com a aplicação, a capacidade de acção dos consumidores e indicadores para avaliar as vias de recurso e os prejuízos para o consumidor; considera, porém, que isto deve ser feito gradualmente, de molde a garantir um Painel de Avaliação específico e compreensível, a fim de lograr uma abordagem mais integrada da protecção dos consumidores de forma a permitir-lhes tirar pleno partido do mercado interno;
16. Reitera que o Painel de Avaliação deve abranger todas as principais categorias de despesas dos consumidores, a fim de identificar os mercados mais problemáticos e preparar o terreno para novas análises sectoriais mais detalhadas, principalmente quando existem provas da existência de problemas comuns a diferentes mercados; exorta, por isso, a Comissão e os Estados-Membros a garantir o financiamento e a dotação em pessoal necessários à evolução do Painel de Avaliação;
17. Tem consciência de que os consumidores estão menos satisfeitos e experimentam mais problemas nos mercados dos serviços do que no dos bens, o que reflecte em parte a maior complexidade das relações contratuais e das prestações na área dos serviços; insta a Comissão a realizar análises aprofundadas de todos os sectores problemáticos identificados no Painel; convida também a Comissão a assegurar que esses exercícios serão adequadamente seguidos de recomendações específicas sobre as políticas a seguir destinadas aos Estados Membros e que o PE será informado;
18. Congratula-se com o interesse e a qualidade do trabalho da Comissão no estudo que encomendou em 2009 sobre os preços dos serviços financeiros de retalho e, em particular, as revelações que ele lhe proporcionou, revelando assim problemas importantes em termos de transparência e de comparabilidade das despesas ligadas às contas correntes na UE; considera que se devem retirar todas as conclusões quanto à necessidade de uma melhor regulamentação deste sector;
19. Assinala que, embora as queixas dos consumidores sejam importantes para detectar disfuncionamentos no mercado, a ausência destas nem sempre significa que os mercados funcionem bem, pois, nalguns Estados-Membros, os consumidores mostram-se menos propensos a apresentar queixa devido a tradições diferentes ou à incerteza quanto às probabilidades de êxito; salienta, por outro lado, que um número elevado de queixas num único Estado-Membro não deve ser necessariamente interpretado como um sinal de disfuncionamento do mercado, mas pode dever-se à existência de organismos eficazes no tratamento das queixas ou a uma recente campanha de informação sobre os direitos dos consumidores;
20. Nota que existem mais de 700 organizações terceiras que recolhem as queixas dos consumidores na União Europeia, mas que os métodos diferem consideravelmente e são relativamente poucas as organizações que recolhem dados sobre a natureza da queixa e o sector em causa; entende que, apesar de isto poder ser suficiente para aconselhar ou informar, não é, de forma alguma, adequado para identificar potenciais lacunas do mercado na perspectiva dos consumidores; apela, por isso, a que todos os organismos que recebem queixas adoptem uma metodologia uniforme para classificar e comunicar as queixas dos consumidores e encoraja-os a comunicar dados sobre queixas em todos os campos – recomendados e facultativos – sugeridos pela Comissão na sua proposta de recomendação; acredita que o estabelecimento de uma metodologia harmonizada permitirá aos Estados-Membros coligir dados mais pertinentes e ter uma visão mais completa dos mercados de consumo nacionais, levando à criação de uma base de dados de toda a União Europeia, que permitirá comparar os problemas dos consumidores ao nível da UE;

Terça-feira, 9 de Março de 2010

21. Chama a atenção para a análise dos preços disponíveis, que mostra variações transfronteiriças inexplicadas em vários bens e serviços; considera que, embora as diferenças de preços estejam muitas vezes ligadas a diferenças na procura, níveis de despesa, fiscalidade ou estrutura dos custos, são também com frequência sinal de fragmentação ou disfuncionamento do mercado interno; sugere que, se o preço de um determinado produto for superior a um valor de referência, se estude a relação entre os preços na importação e no consumidor e se analisem cuidadosamente as razões dos diferentes níveis de preços;

22. Entende que os dados sobre preços não são por ora suficientes para acompanhar o funcionamento do mercado interno de modo adequado e convida os serviços nacionais de estatística e o Eurostat, em colaboração com a Comissão, a fornecer mais dados e a continuar a desenvolver a sua metodologia para obter preços médios de um conjunto de bens e serviços comparáveis e representativos; neste contexto, recorda a necessidade de os institutos nacionais de estatística validarem e participarem mais nos trabalhos de recolha e cálculo dos preços médios; salienta que a apresentação de dados mais transparentes sobre os preços inspirará mais confiança aos consumidores e comprovará, igualmente, que as suas preocupações diárias são tidas em consideração;

23. Reconhece que a satisfação do consumidor é um indicador importante para compreender se os mercados estão a funcionar bem ou mal para os consumidores; pede à Comissão que continue a desenvolver a sua metodologia e as técnicas destinadas a medir a satisfação dos consumidores através de inquéritos e que, futuramente, sejam abrangidos novos sectores;

24. É de opinião que a possibilidade de mudar de fornecedor é uma dimensão essencial da concorrência numa economia de mercado; insta a Comissão e os Estados-Membros a tomar medidas para facilitar a mudança de fornecedor nos sectores retalhistas mais importantes;

25. Nota que os inquéritos apontam para um nível geralmente elevado de confiança dos consumidores na segurança dos produtos, embora a percepção que os consumidores têm da segurança seja significativamente diferente de um Estado-Membro para outro; solicita à Comissão e aos Estados-Membros que melhorem os dados actualmente disponíveis sobre a segurança dos produtos de consumo, que é sobretudo medida com base nas informações comunicadas relativas a acidentes e danos corporais provocados por produtos defeituosos ou provenientes dos sistemas de notificação dos riscos; realça, em particular, a necessidade de vigilância em matéria de segurança dos brinquedos e pede à Comissão que, se necessário, pondere a revisão da directiva relativa à segurança dos brinquedos;

26. Insta, no intuito de reforçar a protecção dos consumidores, todos os Estados-Membros a procederem à recolha e registo sistemático de informações sobre acidentes e feridos através de uma base de dados comum;

27. Nota que a actividade transfronteiriça conhece variações significativas ao nível da UE e que, embora a despesa média em transacções transfronteiriças seja considerável (737 euros por pessoa e por ano), a grande maioria (75 %) dos retalhistas vende apenas a consumidores do próprio país e apenas um quarto dos consumidores da UE optam por adquirir fora do país; considera que, embora existam alguns obstáculos estruturais, como a língua, a distância e as diferenças na legislação de defesa dos consumidores, se a confiança dos consumidores aumentasse, o comércio transfronteiriço aumentaria também substancialmente; considera que o desenvolvimento do comércio transfronteiriço não deve provocar o relaxamento das regulamentações mas, pelo contrário, torna ainda mais necessários os esforços para garantir um óptimo nível de protecção dos consumidores na UE;

28. Toma nota do facto de que as compras em linha se generalizam cada vez mais, mas que o comércio transfronteiriço em linha não acompanha o aumento do comércio nacional; solicita à Comissão a inclusão, em futuros painéis de avaliação, de dados mais completos sobre o volume real das transacções transfronteiras e os problemas encontrados pelos consumidores transfronteiras;

29. Nota que pouco mais de metade dos consumidores da UE (51 %) consideram que estão adequadamente protegidos pelas medidas de defesa dos consumidores em vigor, mais de metade (54 %), que as autoridades públicas defendem bem os seus direitos e uma percentagem ligeiramente mais elevada (59 %), que os vendedores e os fornecedores respeitam os seus direitos;

30. Sublinha que quase um terço (30 %) dos consumidores da UE que efectuaram uma compra à distância através da Internet ou por via telefónica ou postal declaram ter tido problemas na entrega; nota, porém, que nove entre dez consumidores que tentaram devolver a compra ou cancelar um contrato durante o período de reflexão conseguiram fazê-lo;

Terça-feira, 9 de Março de 2010

31. Lembra que, para prepararem as suas políticas, vários Estados-Membros criaram sistemas para acompanhamento dos respectivos mercados nacionais na perspectiva do consumidor como observatórios de preços ou sistemas completos de apresentação de queixa, enquanto outros Estados-Membros não usam dados para acompanhar os mercados de consumo e têm dificuldades na agregação de dados; sublinha, por essa razão, a necessidade de um intercâmbio de melhores práticas entre os Estados-Membros;
32. Salaria que o contributo significativo do Eurostat e dos institutos nacionais de estatística, bem como a colaboração estreita entre estes órgãos, a Comissão, os decisores políticos na matéria, as autoridades nacionais de aplicação da lei e as organizações de consumidores e de empresas será fundamental para assegurar que os dados tenham qualidade e sejam exaustivos e para continuar a desenvolver a necessária base de dados concretos; insta o Eurostat, os Estados-Membros e todas as partes interessadas a tomar medidas para facilitar essa colaboração;
33. Considera que os dados relevantes para o mercado podem desempenhar um papel crucial para dar um impulso à inovação e à competitividade; por isso, realça a importância do Painel como instrumento que permite identificar as preferências e exigências dos consumidores; constata que estes dados podem estimular a inovação, oferecendo incentivos às empresas para entrarem em novos mercados e criando pressão sobre elas para melhorarem os seus produtos e serviços;
34. É de opinião que o Painel - quando completado com dados fiáveis e facilmente comparáveis entre os 27 Estados Membros - deveria funcionar também como uma valiosa fonte de dados comparativos para ajudar os políticos nacionais nas áreas da concorrência e do consumo, entre outras, a identificar os mercados que não funcionam bem para os consumidores a nível nacional;
35. Convida a Comissão a realizar uma análise comparativa da situação dos consumidores em cada Estado-Membro tendo em conta as diferenças ao nível da legislação e das tradições de consumo; reitera que a comparação dos resultados para os consumidores dos diversos Estados-Membros e a avaliação comparativa do consumo ao nível da UE ajudam a identificar boas práticas e, em última instância, contribuem para a realização do mercado interno dos consumidores;
36. Encoraja todos os Estados-Membros a realizarem anualmente uma ampla acção de acompanhamento do mercado, a fim de detectar mercados inoperantes para os consumidores e a fornecerem dados completos que permitam à Comissão acompanhar e comparar os problemas com que se confrontam os consumidores no mercado interno;
37. Defende que o Painel de Avaliação não deveria ser utilizado apenas para melhorar a política de defesa dos consumidores mas ter, também, repercussões sobre todas as políticas que o afectam, garantindo, assim, uma melhor integração dos seus interesses em todas as políticas da União Europeia e a integração do objectivo do desenvolvimento duradouro na política de defesa dos consumidores; sublinha que o Painel de Avaliação deve estimular um debate mais geral sobre as questões relacionadas com a política dos consumidores;
38. Insta a Comissão a desenvolver, com o apoio dos Estados-Membros, uma estratégia para divulgar melhor o Painel de Avaliação a um público mais vasto, assegurando, nomeadamente, que seja facilmente acessível e visível em sítios da Internet pertinentes, e a promover uma boa divulgação junto dos meios de comunicação social, das autoridades nacionais, das organizações de consumidores e de outras partes interessadas; considera que é necessário manter a publicação anual do Painel de Avaliação sob a forma de brochura em todas as línguas oficiais da UE; solicita à Comissão e aos Estados-Membros que promovam adequadamente junto dos cidadãos europeus o sítio «eYou Guide», criado de propósito pela Comissão como guia dos direitos dos cidadãos;

Aplicação do acervo relativo à defesa do consumidor

39. Congratula-se com os cinco domínios de acção prioritários identificados pela Comissão na sua Comunicação sobre a aplicação do acervo relativo à defesa do consumidor;
40. Realça que a eficaz aplicação das regras de defesa dos consumidores da UE contribui para aumentar a confiança do consumidor, desencorajando, simultaneamente, as empresas que procuram furta-se a essas regras; insta a Comissão a acompanhar de perto e a ajudar os Estados-Membros na transposição e aplicação do acervo da UE relativo à defesa do consumidor; neste contexto, convida a Comissão a explorar outras opções - fazendo uso da base jurídica oferecida pelo artigo 169.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia - para dar relevo à política de protecção dos consumidores com medidas que apoiem e complementem as políticas dos Estados Membros, incluindo a possível criação duma Agência Europeia dos Consumidores;

Terça-feira, 9 de Março de 2010

41. Nota que a aplicação da legislação está longe de ser uniforme na UE e que a maior parte dos países revela aspectos positivos e negativos; salienta que os dados mostram diferenças importantes entre os Estados-Membros em termos de orçamentos para a fiscalização do mercado e do número de inspetores envolvidos; insta os Estados-Membros a redobrar esforços e a aumentar os recursos para assegurar que as leis que protegem os consumidores e garantem a concorrência sejam aplicadas nos mercados retalhistas;
42. Considera que é primordial reforçar a fiscalização do mercado e os mecanismos coercitivos e a sua aplicação eficaz e abrangente, de maneira a encorajar a confiança do consumidor, uma vez que o consumo será um importante factor da recuperação económica; é de opinião que devem ser dados às autoridades públicas mais recursos para investigarem e erradicarem as práticas comerciais ilegais;
43. Sublinha que os mercados de consumo evoluem rapidamente e que as instâncias de aplicação da legislação têm de ser capazes de fazer face aos novos desafios que as mudanças económicas e tecnológicas colocam à sua capacidade de serem eficazes num ambiente transfronteiriço como o do mercado interno e que, para que tal seja possível, é necessário conjugar os esforços de todos, de modo a que a aplicação seja eficaz e coerente em toda a União Europeia; considera que uma revisão do quadro normativo é também necessária para preencher eventuais lacunas na regulamentação;
44. Encoraja a criação em todos os Estados-Membros de organizações de consumidores independentes encarregadas de prestar informações e instaurar processos nos tribunais nacionais para defender os interesses dos consumidores; encoraja pois a colaboração, em todos os Estados-Membros, entre as organizações de protecção dos consumidores;
45. Recomenda a todos os Estados-Membros que examinem as vantagens da instituição de um Provedor do consumidor; salienta que em certos Estados-Membros esta instância existe como órgão não judicial de resolução por comum acordo de diferendos de consumo e como órgão consultivo junto do Estado para a resolução de problemas que recaem na sua área de competência;
46. Concorde com a opinião da Comissão de que os mecanismos de resolução alternativa de litígios, como a mediação e a arbitragem ou as resoluções extrajudiciais, podem ser uma opção expedita e atraente para os consumidores que não tenham sido bem sucedidos na resolução amigável de um litígio com um comerciante ou um organismo público de prestação de serviços; insta os Estados-Membros a encorajar o estabelecimento de mecanismos de resolução alternativa de litígios, a fim de aumentar o nível de defesa do consumidor e maximizar a conformidade com a legislação, mas realça que tais mecanismos devem complementar e não substituir os meios coercitivos judiciais ou administrativos; considera, além disso, que a definição de prazos fixos para as respostas que as várias entidades e empresas devem dar relativamente às práticas notificadas poderá ajudar consideravelmente os consumidores que pretendam mobilizar-se com vista à resolução dum litígio;
47. Recorda que os dados recolhidos revelam grandes diferenças entre as situações nos Estados-Membros, havendo possibilidades de melhorar os mecanismos de resolução de litígios; recorda que existem actualmente em 13 Estados Membros sistemas judiciais de reparação colectiva e apela à Comissão para que dê seguimento, o mais depressa possível, ao seu Livro Verde de 27 de Novembro de 2008 sobre a tutela colectiva dos consumidores (COM(2008)0794);
48. Salienta a necessidade de formação e educação adequadas dos funcionários públicos e das autoridades judiciais no domínio das regras de protecção dos consumidores da UE;
49. Nota que a análise da rede de Cooperação no domínio da Defesa do Consumidor (CDC) indica que o tratamento dos casos transfronteiras pelas autoridades está a encontrar dificuldades devido à falta de recursos; pede à Comissão que estude a maneira de assegurar recursos adequados para cumprir as obrigações impostas pelo Regulamento sobre a Cooperação no domínio da Defesa do Consumidor;
50. Manifesta o seu apoio a acções coercitivas concertadas (fiscalizações) quando as autoridades nacionais procedem em simultâneo a um controlo minucioso de um sector específico para analisar a sua conformidade com a legislação da UE; sublinha que essas acções devem ser levadas a cabo mais frequentemente (duas vezes por ano) com base numa metodologia comum e ser combinadas com outros instrumentos;

Terça-feira, 9 de Março de 2010

51. Tem em conta a complexidade jurídica associada à publicação dos resultados da fiscalização do mercado e às actividades coercitivas e o facto de o trabalho de investigação estar muitas vezes sujeito a regras estritas de confidencialidade, mas considera que a Comissão e os Estados-Membros devem divulgar esses resultados, incluindo a sua repartição por empresa, quando tenha sido identificado o recurso a práticas ilegais; considera que tal assegurará uma maior transparência, dará maior visibilidade ao trabalho de aplicação realizado pelas autoridades nacionais e permitirá que os consumidores façam escolhas bem fundamentadas;

52. Apela ao reforço das estruturas de fiscalização do mercado em todos os Estados-Membros para que os produtos que circulam nos seus mercados estejam em conformidade com elevadas normas de segurança e os produtos defeituosos ou perigosos sejam rapidamente retirados do mercado; pede à Comissão que verifique e reveja periodicamente as orientações relativas ao sistema de alerta rápido, RAPEX, a fim de melhorar o funcionamento do sistema;

53. Neste contexto, exorta a Comissão a vigiar mais severamente a aplicação pelos Estados-Membros dos regulamentos relativos à fiscalização do mercado - em particular, o Regulamento (CE)765/2008 - e, se necessário, a iniciar rapidamente processos por infracção ao Tratado;

54. Apoia os esforços da Comissão no sentido de testar as mais recentes possibilidades de vigilância técnica com vista a assegurar a rastreabilidade global dos produtos ao longo de toda a cadeia de produção (por exemplo, através de *chips* RFID ou códigos de barras); exorta a Comissão a apresentar ao PE as suas iniciativas actuais e conhecimentos mais recentes de que dispõe relativamente à criação duma rede global de rastreabilidade;

55. Recorda que a Rede de Centros Europeus do Consumidor precisa de financiamento adequado para promover a confiança dos consumidores, aconselhando-os sobre os seus direitos enquanto consumidores e oferecendo acesso fácil a reparação nos casos em que tenham feito compras transfronteiras;

56. Salaria que, face ao incessante aumento das importações de países terceiros para a União Europeia, as autoridades aduaneiras têm um papel importante a desempenhar para proteger os consumidores de produtos importados que não são seguros, o que torna necessária uma cooperação cada vez maior entre as autoridades de fiscalização do mercado e as autoridades aduaneiras, mas também entre as autoridades aduaneiras dos diferentes Estados-Membros;

57. Sublinha que a segurança dos produtos que circulam no mercado interno exige uma conjugação de esforços com as autoridades dos países terceiros; apoia, por isso, a iniciativa da Comissão de intensificar a cooperação internacional e celebrar acordos formais com as autoridades competentes dos países terceiros, principalmente da China, dos EUA e do Japão; nota que o diálogo permanente e a partilha de informação sobre a segurança dos produtos interessam a todas as partes e são fundamentais para conquistar a confiança dos consumidores; exorta a Comissão a informar regularmente o Parlamento sobre o diálogo que mantém com países terceiros;

*

* *

58. Encarrega o seu Presidente de transmitir a presente resolução ao Conselho, à Comissão e aos governos e parlamentos dos Estados-Membros.
