

Marți, 9 martie 2010

I

(Rezoluții, recomandări și avize)

REZOLUȚII

PARLAMENTUL EUROPEAN

Protecția consumatorilor

P7_TA(2010)0046

Rezoluția Parlamentului European din 9 martie 2010 referitoare la protecția consumatorilor (2009/2137(INI))

(2010/C 349 E/01)

Parlamentul European,

- având în vedere Comunicarea Comisiei din 28 ianuarie 2009 intitulată Monitorizarea rezultatelor privind consumatorii în interiorul pieței unice: a doua ediție a tabloului de bord al piețelor de consum (COM(2009)0025) și documentul de lucru aferent al serviciilor Comisiei intitulat „Al doilea tablou de bord al piețelor de consum” (SEC(2009)0076),
 - având în vedere Comunicarea Comisiei din 2 iulie 2009 privind aplicarea acquis-ului în domeniul protecției consumatorilor (COM(2009)0330),
 - având în vedere Raportul Comisiei din 2 iulie 2009 cu privire la aplicarea Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 octombrie 2004 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure aplicarea legislației în materie de protecție a consumatorului („Regulamentul privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului”) (COM(2009)0336),
 - având în vedere Comunicarea Comisiei din 7 iulie 2009 privind o metodă armonizată de clasificare și comunicare a reclamațiilor și cererilor de informații din partea consumatorilor (COM(2009)0346) și proiectul de recomandare aferent al Comisiei (SEC(2009)0949),
 - având în vedere documentul de lucru al serviciilor Comisiei din 22 septembrie 2009 privind măsurile luate în domeniul serviciilor financiare cu amănuntul ca urmare a graficului de realizări privind piețele de consum (SEC(2009)1251),
 - având în vedere Rezoluția sa din 18 noiembrie 2008 referitoare la tabloul de bord al piețelor de consum ⁽¹⁾,
 - având în vedere articolul 48 și articolul 119 alineatul (2) din Regulamentul său de procedură,
 - având în vedere raportul Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor (A7-0024/2010),
- A. întrucât graficul de realizări al piețelor de consum (graficul) și graficul de realizări al pieței interne au drept scop îmbunătățirea funcționării pieței interne, pentru ca aceasta să răspundă mai bine așteptărilor și preocupărilor cetățenilor;

(1) Texte adoptate, P6_TA(2008)0540.

Marți, 9 martie 2010

- B. întrucât, în orientările politice ale viitoarei Comisii, Președintele Barroso solicită o abordare mai sistematică și mai integrată în ceea ce privește realizarea pieței unice, spre exemplu prin intermediul unei „inițiative de monitorizare a pieței”;
- C. întrucât cei 499 de milioane de consumatori din UE reprezintă un element esențial pentru funcționarea eficientă a pieței interne și au un rol crucial în ceea ce privește realizarea obiectivelor Agendei de la Lisabona, și anume consolidarea creșterii, a ocupării forței de muncă și a concurenței, deoarece cheltuielile de consum generează jumătate din bogăția UE;
- D. întrucât, în cadrul Strategiei post-Lisabona 2020, este important ca politica privind consumatorii să fie integrată unei dezvoltări sustenabile, ce respectă mediul și acordă atenția cuvenită dimensiunii sociale a pieței interne;
- E. întrucât o piață internă care răspunde eficient cererilor consumatorilor contribuie, în același timp, la asigurarea unei economii mai inovatoare și mai sănătoase, dat fiind faptul că piețele de consum eficiente și care reacționează rapid în toate sectoarele economiei reprezintă vectori esențiali ai competitivității și bunăstării cetățenilor;
- F. întrucât o piață internă care funcționează în mod adecvat ar trebui să le ofere consumatorilor o gamă largă de produse și servicii de înaltă calitate la prețuri competitive și, în același timp, un nivel ridicat de protecție;
- G. întrucât majoritatea cetățenilor UE se confruntă zilnic, în calitate de consumatori, cu piața internă;
- H. întrucât eficacitatea politicii de protecție a consumatorilor va fi consolidată de cunoașterea de către consumatori și întreprinderi a drepturilor și obligațiilor pe care le au în temeiul legislației existente și de capacitatea de a le aplica în cadrul tranzacțiilor comerciale;
- I. întrucât încrederea consumatorilor, informarea și capacitatea de acțiune a acestora sunt indispensabile pentru funcționarea eficientă a piețelor, deoarece astfel sunt recompensați furnizorii care respectă normele și răspund cel mai bine nevoilor consumatorilor;
- J. întrucât o politică activă de protecție a consumatorilor, ce informează și responsabilizează consumatorii care, la rândul lor, vor solicita produse și servicii de înaltă calitate, va fi un factor important în procesul de constituire a unei Uniuni Europene competitive pe plan mondial, dinamice și inovatoare;
- K. întrucât, din cauza complexității sporite a piețelor cu amănuntul, în special a pieței serviciilor cu amănuntul, consumatorii se confruntă cu tot mai multe dificultăți pentru a face alegeri în cunoștință de cauză în momentul achiziționării de bunuri și servicii;
- L. întrucât o abordare coordonată a aspectelor legate de educarea consumatorilor este necesară pentru a le permite acestora să își exercite drepturile cu toată încrederea;
- M. întrucât consumatorii au dreptul la despăgubiri atunci când sunt afectați de practici ilegale, dar, în realitate, aceștia se confruntă cu obstacole considerabile pentru a aduce aceste cauze în fața instanței din cauza costurilor ridicate, a procedurilor lungi și complexe și a riscurilor asociate litigiilor;
- N. întrucât graficul de realizări indică faptul că doar patru din zece consumatori consideră că este mai ușor să se soluționeze diferendele cu vânzătorii sau cu furnizorii prin intermediul mecanismelor alternative de soluționare a diferendelor și doar trei din zece consumatori consideră că este mai ușor să se soluționeze litigiile în instanță;
- O. întrucât aproximativ jumătate dintre consumatorii din UE care depun o reclamație nu sunt mulțumiți de modul în care aceasta este soluționată și doar jumătate dintre ei întreprind demersuri suplimentare;

Marți, 9 martie 2010

- P. întrucât criza economică a exercitat o presiune sporită asupra grupurilor de consumatori cu venit redus, care cheltuiesc cea mai mare parte a veniturilor lor pe hrană și locuință, fapt ce are drept consecință îndatorarea excesivă a unui număr tot mai mare de consumatori;
- Q. întrucât dimensiunea transfrontalieră a piețelor de consum se dezvoltă rapid odată cu apariția comerțului electronic, însă consumatorii au reticențe în a profita pe deplin de avantajele pe care le oferă integrarea pieței, în special deoarece sunt neîncrezători că drepturile lor vor fi protejate în aceeași măsură atunci când fac achiziții transfrontaliere și din cauza incertitudinii care persistă în ceea ce privește dreptul la despăgubire;
- R. întrucât un nivel ridicat de protecție a consumatorilor este esențial în perspectiva dezvoltării comerțului transfrontalier în cadrul unei piețe unice astfel încât să răspundă nevoilor consumatorilor;
- S. întrucât dezvoltarea dimensiunii transfrontaliere a piețelor de consum aduce noi provocări pentru autoritățile de aplicare a legii, care se confruntă cu constrângeri legate de granițele jurisdicționale și de fragmentarea cadrului de reglementare;
- T. întrucât atât Comisia, cât și autoritățile naționale de aplicare a legii trebuie să își intensifice eforturile pentru a asigura un nivel ridicat de protecție a consumatorilor și pentru a le insufla consumatorilor încrederea de care au nevoie pentru a exploata pe deplin potențialul pieței unice;
- U. întrucât normele UE de protecție a consumatorilor nu servesc la nimic dacă nu sunt transpuse, puse în aplicare și controlate în mod adecvat la nivel național;
- V. întrucât, odată cu adoptarea legislației naționale, Comisia ar trebui să sprijine activ autoritățile naționale în vederea aplicării acesteia în mod corect;
- W. întrucât, având în vedere actuala recesiune economică, punerea în aplicare a legii în mod ferm și coerent este cu atât mai importantă cu cât criza conduce la o mai mare vulnerabilitate a consumatorilor, iar un nivel scăzut de respectare a legii poate aduce prejudicii suplimentare consumatorilor, în timp ce autoritățile de aplicare se pot confrunta cu o presiune sporită asupra resurselor, fiind necesar să își fixeze atent prioritățile și să maximizeze impactul activităților pe care le desfășoară;
- X. întrucât Parlamentul European și parlamentele naționale pot să contribuie activ la transpunerea și punerea în aplicare în condiții mai bune a legislației de protecție a consumatorilor, dacă vor continua să colaboreze îndeaproape,

Introducere

1. consideră că numirea, în 2007, a unui comisar responsabil de protecția consumatorilor care a dat dovadă de un angajament personal deosebit și de o mare deschidere și care a avut numeroase inițiative a contribuit la realizarea unor progrese semnificative în domeniul politicii europene de protecție a consumatorilor și în ceea ce privește aspectele legate de protecția consumatorilor, acest lucru fiind în mare măsură în beneficiul cetățenilor UE;
2. își exprimă îngrijorarea cu privire la faptul că împărțirea responsabilității în domeniul protecției consumatorilor între două portofolii de comisar ar putea să conducă la scăderea atenției asupra protecției consumatorilor în noua Comisie și, în mod similar, se teme că noua structură organizatorică împărțită în mai multe direcții generale ar putea să conducă la fragmentare sau să aibă efecte negative asupra coerenței și eficacității politicii de protecție a consumatorilor;
3. subliniază că, după intrarea în vigoare a Tratatului de la Lisabona, articolul 12 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene reafirmă, drept dispoziție de aplicare generală, că cerințele din domeniul protecției consumatorilor se iau în considerare în definirea și punerea în aplicare a celorlalte politici și acțiuni ale Uniunii; prin urmare, solicită Comisiei să garanteze integrarea eficientă a intereselor consumatorilor în toate politicile UE și să examineze, în cadrul evaluărilor de impact, efectele potențiale ale tuturor noilor acte legislative și politici care vizează direct sau indirect consumatorii; îndeamnă fiecare direcție generală competentă din cadrul Comisiei să publice un raport anual privind modul în care politica de protecție a consumatorilor a fost integrată în domeniul său de competență;

Marți, 9 martie 2010

4. subliniază necesitatea unei politici active de protecție a consumatorilor pentru a permite cetățenilor să beneficieze pe deplin de piața internă; consideră că o politică activă de protecție a consumatorilor este cu atât mai importantă în contextul actualei crize economice pentru a sprijini politica socială în combaterea inegalităților tot mai mari și pentru a proteja consumatorii vulnerabili și categoriile cu venituri mici;
5. subliniază faptul că consumatorii ar trebui să fie în măsură să facă alegeri în cunoștință de cauză, fără a fi supuși unor condiționări psihologice impuse de către producători prin intermediul unor afirmații tendențioase și false cu privire la produse, întrucât astfel se generează o concurență mai mare între comercianți pentru a crește calitatea produselor și a serviciilor pe care le oferă și pentru a menține prețurile la niveluri competitive;
6. consideră că o abordare responsabilă din partea întreprinderilor în ceea ce privește respectarea principiului responsabilității sociale, a regulilor concurenței și a intereselor economice ale consumatorilor ar inspira încredere în rândul acestora din urmă;
7. reiterează faptul că organizațiile de consumatori joacă un rol esențial în alertarea autorităților publice cu privire la problemele cu care se confruntă consumatorii în viața de zi cu zi și că ar trebui să fie optimizate instrumentele de care acestea dispun, în vederea îmbunătățirii capacității de acțiune eficientă la nivelul UE și la nivel național; solicită statelor membre să se asigure că organizațiile de consumatori sunt consultate în mod corespunzător în toate etapele procesului decizional și la transpunerea și punerea în aplicare a legislației privind protecția consumatorilor;
8. solicită Comisiei și statelor membre să sensibilizeze și să educe în mai mare măsură consumatorii, pe tot parcursul vieții acestora, în vederea consolidării poziției acestora din urmă; încurajează statele membre să se asigure că sunt furnizate informații clare și inteligibile în special tinerilor consumatori, în ceea ce privește produsele și serviciile care le sunt destinate; încurajează în mod special statele membre să includă, la toate nivelurile educaționale, aspectele legate de protecția consumatorilor în programele naționale de învățământ cu scopul de a permite copiilor să dobândească competențele necesare pentru a lua decizii complexe mai târziu în viață și să ia în considerare programe educaționale pentru părinți și consumatori adulți vizând, pe termen mai lung, dezvoltarea și consolidarea responsabilității în materie de consum; subliniază că aceste programe ar trebui să corespundă nevoilor educaționale și posibilităților elevilor de la fiecare nivel la care acestea vor fi aplicate, utilizând metode didactice moderne bazate pe experiență și pe utilizarea exemplelor; reamintește, de asemenea, importanța consumatorilor educați care își cunosc drepturile și știu cui să se adreseze în cazul nerespectării acestora pentru identificarea unor astfel de abateri;
9. subliniază necesitatea de a promova un consum sustenabil, insistând asupra faptului că furnizorii de servicii și comercianții, precum și consumatorii trebuie să fie mai bine instruiți și informați în ceea ce privește noțiunea de consum sustenabil, astfel încât să adopte un comportament corespunzător;
10. îndeamnă Comisia și statele membre să lanseze o strategie de comunicare bine direcționată cu scopul de a sensibiliza cetățenii UE cu privire la riscurile la care se expun și la drepturile pe care le au în calitate de consumatori, în special prin crearea de portaluri web ușor de accesat, campanii de sensibilizare și puncte de informare la nivel local, regional și național; subliniază necesitatea utilizării unor canale de comunicare specifice, de care să beneficieze consumatorii cei mai vulnerabili, garantând fiabilitatea, credibilitatea și imparțialitatea organismelor chemate să asigure gestiunea și organizarea mijloacelor de comunicare;

Graficul de realizări al piețelor de consum

11. reafirmă faptul că graficul de realizări reprezintă un instrument important pentru o mai bună monitorizare a piețelor de consum cu scopul de a oferi elemente utile pentru a asigura elaborarea unor politici mai eficiente și pentru o mai bună legiferare, dar și pentru a demonstra cetățenilor că preocupările lor sunt luate în considerare;
12. salută prezența celor cinci indicatori principali în graficul de realizări – reclamații, prețuri, satisfacție, schimbarea furnizorilor și siguranță – care sunt esențiali în identificarea piețelor care prezintă cel mai ridicat risc de disfuncționalități în ceea ce privește rezultatele economice și sociale pentru consumatori; consideră, cu toate acestea, că ar trebui aplicate, de asemenea, criterii care să permită evaluarea măsurii în care bunurile și serviciile concordă cu obiectivele dezvoltării durabile;

Marți, 9 martie 2010

13. recunoaște că, deși cei cinci indicatori nu includ toate aspectele legate de mediul de consum, aceștia oferă o bază suficientă pentru a stabili prioritățile și a concluziona cu privire la sectoarele în care este necesară o analiză ulterioară, cu condiția ca datele furnizate de către statele membre să fie complete, iar agregarea lor să poată fi realizată pe o bază ușor de comparat;
14. consideră că datele actuale referitoare la reclamațiile din partea consumatorilor, prețuri, niveluri de satisfacție, schimbări ale furnizorilor și siguranță nu sunt încă suficiente pentru a desprinde concluzii definitive și sunt necesare mai multe date fiabile pentru dezvoltarea unei baze solide de referință privind consumatorii; subliniază că, prin urmare, indicatorii trebuie să fie dezvoltați în continuare, iar colectarea datelor trebuie să fie organizată ținând seama de diferențele dintre sistemele naționale;
15. sugerează Comisiei ca, imediat ce au fost dezvoltați în mod suficient cei cinci indicatori de bază și metodologia asociată, astfel încât să producă rezultate de o calitate foarte bună, să ia în considerare oportunitatea includerii în graficul de realizări a unor indicatori suplimentari pe termen lung, cum ar fi indicatori privind cotele de piață, calitatea, publicitatea, transparența și comparabilitatea ofertelor, indicatori referitori la punerea în aplicare și responsabilizarea consumatorilor, indicatori sociali, etici și de mediu, precum și indicatori de cuantificare a căilor de atac și a prejudiciului cauzat consumatorului; consideră totuși că acest lucru ar trebui să se realizeze progresiv pentru a obține un grafic de realizări focalizat și inteligibil, în vederea unei abordări mai cuprinzătoare a aspectelor legate de protecția consumatorilor, astfel încât aceștia din urmă să poată beneficia pe deplin de avantajele oferite de piața internă;
16. reiterează faptul că graficul de realizări ar trebui să includă toate categoriile principale de cheltuieli de consum în vederea identificării piețelor celor mai problematice și pentru a pregăti terenul pentru noi analize mai detaliate ale unor sectoare specifice, în special în cazul în care există dovezi care indică probleme comune unor piețe diferite; solicită, prin urmare, Comisiei și statelor membre să asigure finanțarea corespunzătoare și personalul adecvat pentru dezvoltarea în continuare a graficului de realizări;
17. este conștient de faptul că, în ceea ce privește serviciile, consumatorii sunt mai puțin satisfăcuți și se confruntă cu mai multe probleme decât în cazul bunurilor, ceea ce reflectă, în parte, complexitatea mai ridicată a raporturilor contractuale și a prestării de servicii; îndeamnă Comisia să desfășoare analize aprofundate ale tuturor sectoarelor problematice identificate în graficul de realizări; invită, de asemenea, Comisia să se asigure că aceste activități sunt urmate în mod adecvat de inițiative legislative specifice și de recomandări politice adresate statelor membre, iar rezultatele sunt comunicate Parlamentului;
18. salută interesul dovedit și calitatea activităților depuse de Comisie în studiul său privind serviciile financiare cu amănuntul, studiu publicat ca urmare a graficului de realizări; ia act de problemele identificate în domeniul serviciilor financiare, care au fost agravate de criza financiară; salută în special descoperirile revelate de acest studiu în ceea ce privește, spre exemplu, problemele majore legate de transparență și comparabilitatea costurilor de cont curent în cadrul Uniunii Europene; consideră că ar trebui trase toate concluziile adecvate cu privire la necesitatea unei mai bune reglementări a acestui sector;
19. subliniază că, deși reclamațiile consumatorilor sunt importante pentru a identifica funcționarea necorespunzătoare a pieței, absența reclamațiilor nu indică întotdeauna că piețele funcționează bine, deoarece în unele state membre consumatorii au mai puțin tendința de a depune o reclamație din cauza tradițiilor sau percepțiilor diferite ale consumatorilor cu privire la perspectivele de reușită ale acesteia; subliniază, pe de altă parte, că numărul ridicat al reclamațiilor dintr-un anumit stat membru nu ar trebui să fie interpretat în mod necesar ca indicând o piață disfuncțională, ci s-ar putea datora existenței unor organisme eficiente de soluționare a reclamațiilor sau unei campanii recente de informare privind drepturile consumatorilor;
20. constată că pe teritoriul UE există peste 700 de organizații terțe de colectare a reclamațiilor consumatorilor, însă modalitățile de colectare diferă considerabil și relativ puține dintre acestea colectează date cu privire la natura reclamației și la sectorul în cauză; consideră că, deși colectarea poate fi suficientă pentru a oferi asistență sau informații, nu este deloc adecvată pentru a identifica posibilele disfuncționalități ale pieței din perspectiva consumatorului; solicită, prin urmare, tuturor organismelor de soluționare a reclamațiilor să adopte o metodologie armonizată de clasificare și raportare a reclamațiilor consumatorilor și le încurajează să raporteze date referitoare la reclamații care corespund tuturor domeniilor - recomandate și facultative - pe care Comisia le-a propus în proiectul de recomandare; consideră că dezvoltarea unei metodologii armonizate va permite statelor membre colectarea unor date mai semnificative și realizarea unei imagini mai complete a piețelor naționale de consum, care să conducă la crearea unei baze de date la nivelul UE pentru a permite compararea problemelor consumatorilor de pe teritoriul UE;

Marți, 9 martie 2010

21. atrage atenția asupra analizei datelor disponibile privind prețurile, care indică variații inexplicabile la nivel transfrontalier pentru o serie de bunuri și servicii; consideră că, deși diferențele de preț sunt adesea în corelație cu diferențele în materie de cerere, nivelurile cheltuielilor, structura taxelor sau a costurilor, aceste diferențe reprezintă adesea și un semn al fragmentării sau al funcționării defectuoase a pieței interne; sugerează că, în situația în care prețul unui anumit produs este mai ridicat decât o valoare de referință, este necesar să se analizeze corelația dintre prețurile de import și cele de consum și să se examineze cu atenție motivele care stau la baza nivelurilor de preț diferite;
22. consideră că datele disponibile privind prețurile nu sunt suficiente pentru a monitoriza în mod corespunzător piața internă și solicită institutelor naționale de statistică și Eurostat să colaboreze cu Comisia pentru a furniza mai multe date și pentru a dezvolta în continuare metodologia de colectare a prețurilor medii ale bunurilor și serviciilor comparabile și reprezentative; reamintește, în acest context, necesitatea ca institutelor naționale de statistică să valideze și să-și intensifice participarea la activitățile de colectare a datelor referitoare la prețurile medii și de calculare a acestor prețuri; subliniază că prezentarea unor date mai transparente referitoare la prețuri ar inspira mai multă încredere în rândul consumatorilor și le-ar demonstra că sunt căutate răspunsuri la preocupările lor cotidiene;
23. recunoaște că satisfacția consumatorilor reprezintă un indicator important pentru a înțelege dacă piețele aduc sau nu beneficii consumatorilor; solicită Comisiei să își dezvolte în continuare metodologia și tehnicile de măsurare în vederea realizării unor studii privind gradul de satisfacție al consumatorilor și pentru a include în viitor sectoare suplimentare;
24. este de părere că posibilitatea de a schimba furnizorii este un aspect esențial al concurenței într-o economie de piață; îndeamnă Comisia și statele membre să ia măsuri în vederea facilitării schimbării furnizorilor în cazul tuturor serviciilor cu amănuntul importante;
25. constată că studiile indică o încredere în general ridicată a consumatorilor în siguranța produselor, cu toate că percepțiile consumatorilor în materie de siguranță diferă în mod semnificativ între statele membre; solicită Comisiei și statelor membre să îmbunătățească datele disponibile în prezent referitoare la siguranța produselor de consum, care sunt compilate în principal pe baza rapoartelor privind accidentele și răniile cauzate de produse defectuoase sau prin intermediul sistemelor de notificare a riscurilor; subliniază în mod special necesitatea de a da dovadă de vigilență cu privire la siguranța jucăriilor;
26. solicită tuturor statelor membre ca, în vederea îmbunătățirii siguranței consumatorilor, să colecteze și să înregistreze în mod sistematic detaliile referitoare la accidente sau răniiri într-o bază de date comună;
27. ia act de faptul că importanța tranzacțiilor transfrontaliere variază încă în mod semnificativ pe întreg teritoriul UE și, cu toate că suma medie cheltuită pentru cumpărăturile transfrontaliere este considerabilă (737 EUR pe persoană pe an), marea majoritate (75 %) a comercianților cu amănuntul vând numai consumatorilor din propria țară, în timp ce numai un sfert dintre consumatorii de pe teritoriul UE efectuează achiziții transfrontaliere; consideră că, deși există mai multe bariere structurale precum limba, distanța și diferențele din legislația privind protecția consumatorilor, consolidarea încrederii consumatorilor ar intensifica în mod semnificativ schimburile comerciale transfrontaliere; consideră că dezvoltarea comerțului transfrontalier nu ar trebui să aibă drept consecință o reducere a nivelului de reglementare, ci, dimpotrivă, acest lucru face și mai necesare eforturile ce vizează garantarea unui nivel optim de protecție a consumatorilor în cadrul Uniunii Europene;
28. ia act de faptul că cumpărăturile on-line câștigă în amploare din ce în ce mai mult, însă comerțul electronic nu se dezvoltă la nivel transfrontalier la fel de rapid ca la nivel național; solicită Comisiei să includă în graficele viitoare de realizări date complete cu privire la nivelul real al vânzărilor transfrontaliere și la problemele cu care se confruntă consumatorii transfrontalieri;
29. ia act de faptul că puțin peste jumătate dintre consumatorii din UE (51 %) consideră că sunt protejați în mod corespunzător prin măsurile existente de protecție a consumatorilor, mai mult de jumătate (54 %) consideră că autoritățile publice le protejează drepturile în mod eficient și un procent puțin mai ridicat (59 %) consideră că vânzătorii și furnizorii le respectă drepturile;
30. subliniază că aproape o treime (30 %) dintre consumatorii din UE care au efectuat o achiziție la distanță prin internet, prin telefon sau prin poștă au semnalat că s-au confruntat cu probleme de livrare; constată, cu toate acestea, că nouă din zece consumatori care au încercat să returneze obiectul cumpărat sau să anuleze contractul în perioada de reflecție au reușit să facă acest lucru;

Marți, 9 martie 2010

31. reamintește că mai multe state membre au creat instrumente, cum ar fi observatoare ale prețurilor, pentru a-și monitoriza piețele naționale din perspectiva consumatorilor sau sisteme elaborate de înregistrare a reclamațiilor prin care să fie informați factorii de decizie politică, în timp ce alte state membre nu folosesc date în vederea monitorizării piețelor de consum și întâmpină dificultăți în ceea ce privește agregarea datelor; subliniază, în acest sens, necesitatea de a organiza schimburi de bune practici între statele membre;
32. subliniază că o participare importantă a institutelor naționale de statistică și a Eurostat, precum și o cooperare strânsă între aceste organisme, Comisie, responsabilii politici din domeniul protecției consumatorilor, autoritățile naționale responsabile cu aplicarea legislației și organizațiile de consumatori și de afaceri va constitui un factor esențial pentru asigurarea calității și caracterului complet al datelor și pentru dezvoltarea în continuare a bazei de date necesare; solicită Eurostat, statelor membre și tuturor părților interesate să ia măsuri pentru a facilita această cooperare;
33. consideră că datele referitoare la piață pot avea un rol esențial în promovarea inovării și a competitivității; subliniază, prin urmare, importanța graficului de realizări, care constituie un instrument propice identificării preferințelor și cerințelor consumatorilor; observă că aceste date pot stimula inovarea, oferind stimulente întreprinderilor în vederea pătrunderii pe noi piețe și exercitând presiuni asupra companiilor pentru îmbunătățirea produselor și serviciilor lor;
34. consideră că graficul cu realizări, odată completat cu date fiabile și ușor de comparat între cele 27 de state membre, ar trebui să servească drept sursă bogată de date comparative pentru responsabilii politici care ocupă de concurență, de protecția consumatorilor și de alte domenii de politică și ar trebui să le ofere posibilitatea de a identifica la nivel național piețele care nu funcționează în mod adecvat pentru consumatori;
35. invită Comisia să evalueze comparativ mediul de consum din fiecare stat membru, ținând seama de diferențele dintre legislațiile privind protecția consumatorilor și de tradițiile consumatorilor; reiterează faptul că o analiză comparativă între statele membre a rezultatelor pentru consumatori, precum și a mediului de consum de la nivelul UE contribuie la identificarea celor mai bune practici și, în cele din urmă, la garantarea unei piețe interne funcționale pentru consumatori;
36. încurajează toate statele membre să efectueze anual o operațiune generală de monitorizare a pieței pentru a identifica piețele care prezintă disfuncționalități din perspectiva consumatorilor și pentru a furniza date complete care vor permite Comisiei să monitorizeze și să compare problemele cu care se confruntă consumatorii în cadrul pieței interne;
37. susține faptul că graficul de realizări nu ar trebui folosit doar la elaborarea unei politici mai eficiente de protecție a consumatorilor, ci și ca o bază de informații pentru toate politicile care au o incidență asupra consumatorilor, asigurând astfel o mai bună integrare a intereselor consumatorilor în toate politicile UE, precum și integrarea obiectivului de dezvoltare durabilă în cadrul politicii de protecție a consumatorilor; subliniază că graficul de realizări ar trebui, de asemenea, să stimuleze o dezbatere mai generală privind chestiunile legate de politica de protecție a consumatorilor;
38. solicită Comisiei să elaboreze, cu sprijinul statelor membre, o strategie mai eficace de comunicare a graficului de realizări către un public mai larg, asigurând, printre altele, o mai bună accesibilitate și vizibilitate ale acestuia pe site-urile web relevante, și să promoveze difuzarea corespunzătoare a acestuia în cadrul mass-media, al autorităților naționale, al organizațiilor de consumatori și al altor părți interesate; consideră că este necesar să se publice în continuare anual graficul de realizări sub forma unei broșuri și să se asigure disponibilitatea acestuia în toate limbile oficiale ale UE; solicită Comisiei și statelor membre să ia măsurile adecvate pentru a promova în rândul cetățenilor europeni site-ul web „eYou Guide”, conceput în mod special de către Comisie ca ghid al drepturilor cetățenilor;

Aplicarea acquis-ului în domeniul protecției consumatorilor

39. salută cele cinci domenii prioritare de acțiune care au fost identificate de Comisie în Comunicarea sa privind aplicarea acquis-ului în domeniul protecției consumatorilor;
40. subliniază că aplicarea și controlul eficace al aplicării normelor UE privind protecția consumatorilor acționează ca stimulent pentru creșterea gradului de încredere al consumatorilor și ca o măsură fermă de descurajare a întreprinderilor care încearcă să se sustragă acestor norme; solicită Comisiei să monitorizeze îndeaproape și să sprijine statele membre în transpunerea și punerea în aplicare a acquis-ului comunitar în domeniul protecției consumatorilor; invită, în acest context, Comisia să ia în considerare, utilizând temeul juridic prevăzut la articolul 169 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, acele opțiuni care i-ar permite evidențierea politicii de protecție a consumatorilor prin intermediul unor măsuri de sprijinire și completare a politicilor statelor membre, inclusiv, eventual, crearea unei agenții europene a consumatorilor;

Marți, 9 martie 2010

41. constată că aplicarea normelor pe întreg teritoriul UE este departe de a fi uniformă și că majoritatea țărilor prezintă puncte forte și puncte slabe; subliniază că cifrele indică diferențe importante între statele membre în ceea ce privește bugetele destinate supravegherii pieței și numărul de inspectori implicați; îndeamnă statele membre să își intensifice eforturile și să sporească resursele în vederea asigurării aplicării legislației privind protecția consumatorilor și a garantării concurenței pe piețele cu amănuntul;
42. consideră că, pentru creșterea gradului de încredere a consumatorilor, este esențială consolidarea mecanismelor de supraveghere a pieței și de control al aplicării legii, precum și implementarea eficientă și cuprinzătoare a acestora, întrucât cheltuielile de consum vor fi un factor important pentru relansarea economiei; este de părere că autoritățile publice trebuie să dispună de mai multe resurse pentru cercetarea și în cele din urmă combaterea practicilor comerciale ilegale;
43. subliniază faptul că piețele de consum evoluează rapid și autoritățile de aplicare a legii trebuie să fie în măsură să facă față noilor provocări pe care schimbările economice și tehnologice le impun capacității acestora de a fi eficiente într-un mediu transfrontalier, precum piața internă, și, pentru a realiza acest lucru, trebuie conjugate eforturile în scopul garantării unei aplicări eficiente și coerente pe întreg teritoriul UE; consideră că revizuirea cadrului de reglementare este, de asemenea, necesară pentru a acoperi orice lacune de reglementare;
44. încurajează înființarea în toate statele membre de agenții independente de protecție a consumatorilor care să furnizeze informații și să introducă acțiuni în fața instanțelor naționale în vederea protejării intereselor consumatorilor; încurajează, prin urmare, cooperarea dintre agențiile de protecție a consumatorilor din toate statele membre;
45. îndeamnă toate statele membre să ia în considerare avantajele pe care le-ar avea introducerea unui ombudsman al consumatorilor; semnaleză faptul că această instituție există în anumite state membre sub forma unei instanțe extrajudiciare destinate soluționării amiabile a disputelor în materie de consum, dar și ca organism consultativ care funcționează pe lângă stat pentru a rezolva problemele ce intră în sfera sa de competențe;
46. împărtășește punctul de vedere al Comisiei potrivit căruia mecanismele alternative de soluționare a diferendelor, cum ar fi medierea, arbitrajul sau soluționarea extrajudiciară a litigiilor, pot constitui o opțiune rapidă și atractivă pentru consumatorii care nu au reușit să soluționeze pe care informală diferendul pe care îl au cu un comerciant sau cu o companie publică de servicii; îndeamnă statele membre să încurajeze crearea unor mecanisme alternative de soluționare a diferendelor în vederea creșterii nivelului de protecție a consumatorilor și a maximizării conformității cu legislația, dar subliniază că astfel de mecanisme nu ar trebui să se substituie mijloacelor de aplicare juridice sau administrative, ci să vină în completarea acestora; consideră, de asemenea, că stabilirea de date și termene fixe pentru răspunsurile venite din partea diverselor agenții și întreprinderi referitoare la practici semnalate ar putea veni în sprijinul consumatorilor care intenționează să acționeze în vederea rezolvării unei dispute;
47. reamintește că datele disponibile arată că există diferențe majore între statele membre și că ar mai putea fi aduse îmbunătățiri mecanismelor de aplicare a legislației și de obținere de despăgubiri; reamintește că în prezent există sisteme judiciare de recurs colectiv în 13 state membre și solicită Comisiei să dea curs în cel mai scurt timp posibil Cărtii verzi din 27 noiembrie 2008 privind recursul colectiv pentru consumatori (COM(2008)0794);
48. subliniază necesitatea formării și educării corespunzătoare a funcționarilor publici și a autorităților judiciare în domeniul normelor UE de protecție a consumatorilor;
49. ia act de raportul Rețelei de cooperare pentru protecția consumatorilor care indică faptul că autoritățile care instrumentează cauze transfrontaliere se confruntă cu dificultăți din cauza lipsei resurselor; solicită Comisiei să analizeze posibilitățile de a asigura resursele corespunzătoare în vederea respectării obligațiilor existente în temeiul Regulamentului privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului;
50. își exprimă sprijinul pentru realizarea unor acțiuni concertate de control al aplicării legii (acțiuni de verificare) prin care autoritățile naționale să verifice simultan un sector anume în ceea ce privește respectarea legislației UE; subliniază că aceste acțiuni ar trebui să se desfășoare mai frecvent (de două ori pe an), pe baza unei metodologii comune, și ar trebui combinate cu alte instrumente;

Marți, 9 martie 2010

51. admite complexitatea juridică legată de publicarea rezultatelor în urma activităților de control al aplicării legii și de supraveghere a pieței și faptul că munca de investigație este adesea supusă unor reguli stricte de confidențialitate, dar este de părere că atât Comisia, cât și statele membre ar trebui să publice aceste rezultate, inclusiv defalcarea lor pe fiecare societate, în cazurile în care s-a constatat o recurență a practicilor ilegale; consideră că acest lucru va asigura o mai mare transparență și vizibilitate a activității de control al aplicării legii desfășurate de autoritățile naționale și va permite consumatorilor să facă alegeri în cunoștință de cauză;

52. solicită consolidarea structurilor de supraveghere a pieței în toate statele membre, astfel încât produsele care circulă pe piețele acestora să respecte standardele ridicate de siguranță a produselor, iar produsele defecte sau periculoase să fie imediat scoase de pe piață; invită Comisia să monitorizeze și să revizuiască periodic orientările utilizate de sistemul de alertă rapidă RAPEX în scopul îmbunătățirii funcționării sistemului;

53. solicită, în acest sens, Comisiei să supravegheze mai strict aplicarea de către statele membre a reglementărilor privind monitorizarea pieței, în special a Regulamentului (CE) nr. 765/2008, și, atunci când este necesar, să inițieze fără întârziere procedurile privind încălcarea dreptului comunitar;

54. sprijină eforturile Comisiei de analizare a celor mai recente posibilități tehnice din domeniul supravegherii, pentru a asigura trasabilitatea la nivel global a produselor de-a lungul întregului lanț de aprovizionare (spre exemplu, prin intermediul etichetelor RFID sau al codurilor de bare); invită Comisia să prezinte Parlamentului inițiativele sale actuale și informațiile cele mai recente privind crearea unei rețele globale de trasabilitate;

55. reamintește că Rețeaua europeană a centrelor consumatorilor necesită o finanțare corespunzătoare în vederea promovării încrederii consumatorilor prin furnizarea de informații către cetățeni cu privire la drepturile pe care le au în calitate de consumatori și prin facilitarea accesului la căile de atac în situațiile în care consumatorii au efectuat achiziții transfrontaliere;

56. subliniază că, dată fiind creșterea continuă pe teritoriul UE a importurilor provenite din țări terțe, autoritățile vamale joacă un rol important în protejarea consumatorilor de produsele importate nesigure, ceea ce presupune o cooperare mai strânsă între autoritățile de supraveghere a pieței și cele vamale, precum și între autoritățile vamale din diferitele state membre;

57. subliniază că garantarea siguranței produselor care circulă pe piața internă necesită combinarea eforturilor cu autoritățile din țările terțe; sprijină, prin urmare, inițiativa Comisiei de intensificare a cooperării internaționale și de încheiere a unor acorduri formale cu autoritățile de aplicare a legii din țările terțe, în special China, SUA și Japonia; observă că o practică permanentă a dialogului și a schimbului de informații privind siguranța produselor este în interesul tuturor părților și reprezintă un factor primordial pentru construirea încrederii consumatorilor; solicită Comisiei să prezinte în mod regulat Parlamentului un raport privind dialogul cu țările terțe;

*

* *

58. încredințează Președintelui sarcina de a transmite prezenta rezoluție Consiliului, Comisiei, guvernelor și parlamentelor statelor membre.
