

I

(Rezoluții, recomandări și avize)

AVIZE

COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN

A 502-A SESIUNE PLENARĂ A CESE, DIN 15 ȘI 16 OCTOMBRIE 2014

Avizul Comitetului Economic și Social European pe tema „Fragilitatea consumatorilor față de practicile comerciale de pe piața unică”

(aviz din proprie inițiativă)

(2015/C 012/01)

Raportor: dl **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

La 22 ianuarie 2014, în conformitate cu articolul 29 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, Comitetul Economic și Social European a hotărât să elaboreze un aviz din proprie inițiativă pe tema

„Fragilitatea consumatorilor față de practicile comerciale de pe piața unică”

(aviz din proprie inițiativă).

Secțiunea pentru piața unică, producție și consum, însărcinată cu pregătirea lucrărilor Comitetului pe această temă, și-a adoptat avizul la 23 septembrie 2014.

În cea de-a 502-a sesiune plenară, care a avut loc la 15 și 16 octombrie 2014 (ședința din 15 octombrie 2014), Comitetul Economic și Social European a adoptat prezentul aviz cu 92 de voturi pentru, 37 de voturi împotriva și 5 abțineri.

1. Concluzii și recomandări

1.1 În contextul reducerii beneficiilor în climatul de afaceri actual, erodarea treptată a puterii de cumpărare a clasei mijlocii, adevărat motor al societății de consum, și a consumatorilor, în general, precum și dificultățile financiare pe care le întâmpină întreprinderile mici și mijlocii în a continua să supraviețuiască au dus la revizuirea multor practici comerciale obișnuite de pe piață.

1.2 Repercusiunile denaturărilor pe care practicile neloiale le-au provocat pe piață au favorizat apariția unor consumatori care sunt prizonierii unei noi situații economice, apărută brusc și caracterizată prin pierderea libertății de decizie și prin greutatea de a-și exercita drepturile în acest domeniu. Și acești consumatori trebuie protejați de politicile respective, pentru a evita excluziunea lor.

1.3 Pe de altă parte, criza economică a evidențiat o tendință generalizată și constantă de fragilizare progresivă a consumatorilor potențiali, care lasă să se întrevadă faptul că acest declin al consumului ar putea continua să se agraveze. Până în prezent, autoritățile publice nu au propus măsuri sistemice menite să prevină și să apere consumatorii de această deteriorare a situației.

1.4 Corectarea acestor dezechilibre ar îmbunătăți, totodată, situația producătorilor și a întreprinderilor mici și mijlocii, în măsura în care transparența și libera concurență micșorează presiunea exercitată asupra acestora (scăderea cererii, prețuri de ruinare etc.) și care determină o funcționare defectuoasă a pieței interne.

1.5 Trebuie adoptate măsuri preventive și de protecție, precum și de atenuare și redresare, fără a aduce atingere celorlalte propuneri cuprinse în prezentul aviz. Se impune cel puțin:

A. adoptarea de către instituțiile europene a unor măsuri care urmăresc:

- 1) asigurarea unei mai bune aplicări a regulilor pieței unice, mai ales a celor privind siguranța produselor și supravegherea pieței, a Directivei privind practicile comerciale neloiale și a Regulamentului privind cooperarea dintre Comisie și autoritățile însărcinate cu protecția consumatorului;
- 2) sprijinirea, completarea și supravegherea politicilor statelor membre în domeniul protecției consumatorilor;
- 3) monitorizarea noilor obstacole apărute, care îngreunează funcționarea pieței interne, cum ar fi violența economică exercitată asupra consumatorilor la momentul încheierii contractului, precum și alte probleme, adoptându-se măsurile adecvate pentru eliminarea lor efectivă.

B. În ceea ce le privește, statele membre ar trebui:

- 1) să atribuie resurse financiare corespunzătoare asociațiilor de consumatori, pentru ca acestea să-și poată îndeplini funcția de protejare a drepturilor consumatorilor. S-ar impune analizarea posibilității creării unui fond care să utilizeze sumele corespunzătoare sancțiunilor impuse în materie de consum pentru conceperea și aplicarea politicilor de protecție a consumatorilor, dar mai ales pentru desfășurarea activităților de interes general puse în slujba tuturor consumatorilor, plecând de la experiența statelor membre în care există astfel de fonduri, în vederea concepției și lansării unui astfel de fond, conform legislației fiecărui stat membru;
- 2) să adopte, în cadrul sistemelor lor de protecție socială, măsuri care să nu permită excluziunea socială a consumatorilor și a tuturor cetățenilor atunci când indicele lor multidimensional de sărăcie depășește 30 %, în special în ceea ce privește furnizarea serviciilor esențiale și accesul la acestea. În acest scop, fiecare stat membru, în funcție de necesitățile sale, ar putea facilita dezvoltarea și punerea în aplicare a unui „plan de salvare pentru cetățeni”, pentru a contribui la redresarea economică a gospodăriilor și a puterii lor de cumpărare.

1.6 Interesele consumatorilor trebuie integrate mai bine în toate politicile UE. Astfel, programele UE în domeniu ar trebui să aloce un buget specific promovării contribuției organizațiilor reprezentative ale consumatorilor, prin activități de interes general, pentru a favoriza incluziunea consumatorilor care ajung într-o situație de precaritate economică în urma unor circumstanțe neprevăzute.

2. Introducere

2.1 Durata și amploarea crizei economice și financiare actuale, precum și măsurile adoptate de numeroase guverne ale statelor membre ale Uniunii Europene, au avut efecte colaterale asupra cererii și ofertei de bunuri și servicii din cauza scăderii puterii de cumpărare în cazul majorității consumatorilor, lucru care este pe cale să ducă la o fragmentare socială.

2.2 Reducerile salariale au constrâns cetățenii să-și modifice tiparele de consum, pentru a-și putea adapta bugetul familial la noua putere de cumpărare.

2.3 Pierderea surselor de venituri – chiar în condițiile asistenței acordate uneori de rețelele familiale – și scăderea continuă a valorii acestor venituri au dus la îngroșarea rândurilor consumatorilor cu o situație economică precară și care se confruntă cu riscul excluziunii sociale, în special în ceea ce privește anumite produse, prestații și servicii de bază, această situație putând fi privită ca o formă de slăbiciune conjuncturală.

2.4 Mai mult, trecerea unor grupuri de consumatori în categoria de populație cu o putere mai scăzută de cumpărare, precum și excluziunea financiară și șomajul, au restricționat și mai mult accesul la piețele tradiționale de bunuri și servicii, favorizând apariția unor spații și canale alternative de comercializare, care, uneori, pot genera disfuncționalități pe piață.

2.5 Pentru a putea evalua situațiile și a lua decizii în vederea prevenirii excluziunii sociale, se impune utilizarea, în scop statistic, a indicelui multidimensional de sărăcie (IMS) ⁽¹⁾. Acesta analizează, prin intermediul a 10 indicatori (calitatea vieții/bunăstarea socială), mai multe aspecte esențiale, precum educația, sănătatea și nivelul de viață, considerând că o persoană este săracă dacă nu are acces la cel puțin 30 % dintre indicatorii ponderați. În consecință, este important ca statele membre să ia măsuri, astfel încât cetățenii să depășească acest prag.

2.6 În același timp, situația economică fragilă a consumatorilor slăbiți de criză din punct de vedere financiar îi împiedică să dispună de unele dintre mijloacele necesare pentru a avea acces la medii virtuale de comercializare, fapt ce restrânge, la rândul său, un acces mai favorabil la piața de bunuri și servicii. „Decalajul digital” sporește, astfel, „decalajul social”, întrucât consumatorilor le este greu să se protejeze de riscurile care rezultă în urma efectelor crizei economice și a complexității piețelor digitale.

2.7 De asemenea, consumatorii pe care circumstanțe neprevăzute i-au adus într-o situație de vulnerabilitate economică suferă de o lipsă de informare și de protecție a intereselor lor economice în tranzacțiile pe care le realizează în segmente ale pieței în care se regăsesc din ce în ce mai mult.

2.8 În sfârșit, reducerea resurselor publice puse la dispoziția consumatorilor, în cadrul politicilor de ajustare pe care guvernele le aplică în ultimii ani, scade considerabil eficiența activităților privind, îndeosebi, controlul și vigilența pieței. De asemenea, UE a alocat mai puține fonduri Programului multianual privind protecția consumatorilor pentru perioada 2014-2020 ⁽²⁾, așa cum a semnalat CESE ⁽³⁾.

3. Practicile comerciale care ar putea fragiliza protecția consumatorilor ca urmare a apariției crizei economice

3.1 Diversitatea caracteristicilor diferitelor practici comerciale neloiale și impactul lor pe piață asupra consumatorilor celor mai fragilizați (din motive care depind de criza economică) duc la o deteriorare a capacității acestora de a-și satisface cele mai elementare necesități.

3.2 Respectarea standardelor care garantează sănătatea și siguranța consumatorilor și a utilizatorilor nu trebuie să poată fi negociată de către furnizori. Consumatorii și utilizatorii trebuie apărați de orice risc în acest sens și trebuie împiedicăți, prin aplicarea principiului precauției (în condițiile prevăzute de Comunicarea Comisiei din 2 februarie 2000), comercializarea acelor produse, bunuri și servicii care pun în pericol integritatea lor fizică sau mentală sau subminează interesele lor economice legitime, fără a aduce atingere obligației generale de siguranță aplicabile oricărui produs destinat consumatorului sau care poate fi utilizat de către consumatori, inclusiv acelor produse utilizate de consumatori în cadrul prestării unui serviciu.

3.3 Necesitățile elementare în materie de alimentație nu numai că nu pot fi satisfăcute corespunzător în situații de vulnerabilitate economică a consumatorilor, dar pot fi chiar serios compromise de o ofertă de produse alimentare a căror valoare nutritivă este scăzută, în schimbul unui preț mai mic.

3.4 Același lucru este valabil în ceea ce privește evaluarea condițiilor de conservare și de vânzare a produselor care, prin natura lor perisabilă, trebuie consumate până la o anumită dată.

3.5 Ar putea apărea chiar și practici comerciale care, pentru a reduce drastic prețurile, propun vânzarea de produse care nu corespund cerințelor de comercializare, această situație putând fi întâlnită și în cazul prestării de servicii. Prin urmare, ar trebui adoptate toate măsurile necesare pentru a preveni, atunci când este cazul, comercializarea de astfel de produse, prin adoptarea unei abordări active și vigilente de către statele membre. Așa cum a arătat CESE ⁽⁴⁾, ar trebui consolidată cooperarea dintre autoritățile naționale competente și Comisie, prin aprobarea revizuirii legislației privind siguranța produselor, care ar trebui să intre imediat în vigoare.

⁽¹⁾ Parametru statistic conceput în 2010 de ONU și de Universitatea Oxford, pentru a măsura tipul și gradul de sărăcie.

⁽²⁾ JO L 84, 20.3.2014, p. 42.

⁽³⁾ JO C 181, 21.6.2012, p. 89.

⁽⁴⁾ JO C 271, 19.9.2013, p. 86.

3.6 În acest sens, trebuie luată în considerare și utilizarea deliberată de termeni și denumiri care induc în eroare consumatorii în ce privește caracteristicile produselor în promoțiile și reducerile comerciale. Același lucru este valabil și pentru publicitatea care induce în eroare, atât în ce privește campaniile de marketing care pretind a avea un scop etic, care încurajează cumpărătorii să achiziționeze fiind atrași emoțional de ideea că sunt „solidari”, cât și în ce privește afirmațiile înșelătoare legate de mediu, a căror veridicitate este greu de dovedit.

3.7 Ar trebui supravegheată, de asemenea, comercializarea de produse cărora li se atribuie denumirea generică de „marcă privată sau proprie”, care nu îndeplinesc exigențele și standardele de comercializare în vigoare.

3.8 În același mod, în sectorul alimentar, este deosebit de îngrijorătoare proliferarea de canale alternative de comercializare, care scapă controlului administrativ, așa cum se întâmplă în cazul „contrafacerilor alimentare”⁽⁵⁾, care constau în fabricarea de produse de bază falsificate, vânzarea ilegală de alimente, reutilizarea de deșeuri alimentare pentru consumul uman etc. Aceleași observații sunt valabile în cazul vânzării de medicamente fără rețetă, dar care sunt comercializate liber (OTC)⁽⁶⁾ și sunt produse fără nicio garanție, constituind imitații ale medicamentului original, autorizat, și generând riscuri grave pentru sănătate.

3.9 Pe de altă parte, anumite produse sunt concepute în mod special astfel încât să prezinte o obsolescență programată, care le scurtează anticipat durata de viață, ceea ce obligă la cumpărarea altora noi, cu încălcarea principiilor de durabilitate și de consum eficient, acest fapt fiind deja remarcat de CESE⁽⁷⁾.

3.10 În general, pentru consumatorii vulnerabili din punct de vedere economic, insecuritatea este generată de o ofertă de produse comercializate în afara circuitelor tradiționale, inclusiv online, și care, adesea, urmărește să segmenteze cererea în rândul acestui grup de populație, prin utilizarea de reclame legate de preț, facilități de plată, reduceri fictive (uneori printr-un „sistem dinamic de prețuri”⁽⁸⁾), care ar trebui interzis în mod explicit), cupoane și bonuri care, deseori, incită în mod clar la cumpărare, profitând de poziția asimetrică a participanților la tranzacția comercială. Adesea, pe paginile internet de comparare a prețurilor nu se indică clar identitatea comerciantului care gestionează pagina web respectivă și/sau dacă comercianții plătesc pentru a-și prezenta produsele sau serviciile.

3.11 Cu toate acestea, trebuie să se țină seama de faptul că o utilizare optimă a potențialului noilor tehnologii oferă și oportunități consumatorilor aflați în precaritate economică, lărgind gama de oferte de produse și promovând concurența între întreprinderi și scăzând astfel costurile de distribuție care nu sunt inerente produsului respectiv.

3.12 În general, practica comercială care implică diminuarea garanțiilor la care consumatorul are dreptul, în schimbul unei reduceri a prețului produsului sau serviciului oferit, implică o mai slabă protecție a drepturilor și intereselor economice ale acestuia. Aceasta are drept consecință o mai mare vulnerabilitate, propice generării de efecte negative, care pot aduce un consumator, ajuns într-o stare de precaritate economică din cauza unor circumstanțe neprevăzute, în situația de a se confrunta cu noi dificultăți.

3.13 De asemenea, trebuie subliniat impactul tot mai mare al efectelor sărăciei energetice asupra sănătății consumatorilor vulnerabili din punct de vedere economic în acele regiuni din Europa ale căror caracteristici climatice au un impact decisiv în acest sens. Din acest motiv, trebuie să se țină seama și de circumstanțele de suspendare a evacuărilor pe timp de iarnă sau de orice alt fel de factori care pot fi avuți în vedere de întreprinderile din sector în situații de risc rezultate în urma întreruperii alimentării cu energie în cazul unor dificultăți de plată intervenite ca urmare a unor circumstanțe economice neprevăzute.

3.14 În general, ar trebui reamintite și practicile prejudiciabile pe care unele întreprinderi le pot exercita și care, adesea, provoacă daune ireparabile pentru bugetele gospodăriilor aflate într-o situație economică dificilă, în special cele desfășurate de anumite case de depuneri și de economii, precum și de produse financiare care nu pun la dispoziție informații veridice și garanții adecvate de contractare (așa cum se întâmplă în cazul creditelor de consum cu dobânzi anuale foarte ridicate). Pentru numeroși consumatori, aceste practici prejudiciabile au dus la o „criză a crizei”, adică la distrugerea perspectivelor lor de viitor, generând situații de supraîndatorare familială sau chiar de insolvabilitate totală.

⁽⁵⁾ Acestea fac obiectul anchetelor desfășurate de Unitatea de combatere a traficului cu produse ilicite a Interpol (operațiunea Opson).

⁽⁶⁾ *Over the counter* (medicament comercializat liber, fără rețetă).

⁽⁷⁾ JO C 67, 6.3.2014, p. 23.

⁽⁸⁾ Instrument de marketing care constă într-un sistem flexibil de stabilire a prețurilor în funcție de cererea și de oferta de la un anumit moment, ceea ce îl face pe consumator să creadă, în mod greșit, că este vorba de o reducere.

3.15 Circumstanțele menționate la punctul anterior pot fi întâlnite și în sectoare mai specifice, cum ar fi criza ipotecară, asigurările insuficiente etc., care se traduc printr-o precaritate crescândă și continuă, greu de suportat pentru consumatorii care se regăsesc într-o astfel de situație. În acest sens, trebuie menționată în special perceperea abuzivă de comisioane, deseori explicabilă prin lipsa de transparență a activității bancare, care nu duce numai la fraudarea conturilor micilor depunători, ci și la înșelarea investitorilor privați în cadrul unor operațiuni de valori în care aceștia sunt atrași chiar de instituțiile financiare sau de către alte entități care țin de acest sector, dar nu dispun de o autorizație de funcționare.

3.16 La nivelul schimburilor transfrontaliere, punerea în aplicare neuniformă a Directivei 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale⁽⁹⁾ implică riscul ca aceasta să nu-și atingă obiectivul, care constă în garantarea unei mai mari securități juridice pentru întreprinderi. O mai bună punere în aplicare ar contribui la îmbunătățirea protecției consumatorilor. Astfel, Comisia va trebui să vegheze acum la aplicarea corectă a directivei în toate statele membre, la acest lucru putând contribui adoptarea rapidă a unor „linii directoare” menite să faciliteze interpretarea ei, din perspectiva obiectivului efectiv al acesteia.

3.17 În ceea ce privește practicile comerciale neloiale, este esențială monitorizarea de către Comisie a aspectelor legate de măsurile pe care statele membre vor trebui să le adopte în cazul nerespectării prevederilor directivei. Ca regulă generală, valoarea sancțiunii care ar trebui aplicată nu trebuie să fie mai mică decât beneficiul obținut prin intermediul unei practici considerate neloială sau înșelătoare. Procedurile, inclusiv cele judiciare, trebuie și ele să fie adecvate și eficiente, astfel încât să permită atingerea obiectivelor directivei.

3.18 Pe viitor, pentru a asigura o mai mare coerență cu legislația Uniunii, vor trebui revizuite, simultan și în coordonare, Directiva privind practicile comerciale neloiale și Directiva privind publicitatea înșelătoare și comparativă, fapt subliniat de CESE⁽¹⁰⁾.

3.19 În definitiv, este vorba despre a împiedica transformarea unei piețe unice într-o piață bipolară, al cărei aspect mai puțin plăcut este vizibil pentru persoanele cele mai defavorizate și nevoiașе. Practicile comerciale trebuie să fie mai riguroase atunci când se adresează consumatorilor celor mai fragili din punct de vedere economic. Trebuie luată în considerare nevoia consumatorilor de a avea acces la produsele, serviciile și aprovizionările de bază, în cantități suficiente și în mod continuu, astfel încât aceștia să ducă un trai decent. Acest drept trebuie protejat de către autoritățile publice competente.

4. Propuneri de acțiune instituțională în vederea combaterii fragilității economice a consumatorilor care a apărut în urma unor circumstanțe neprevăzute

4.1 CESE invită autoritățile competente să adopte măsuri eficiente pentru a garanta un acces sigur la bunurile și serviciile de bază, precum și protecția explicită și efectivă a drepturilor acelor consumatori și utilizatori care, din cauza evoluțiilor economiei, au fost loviți din plin de criza economică și financiară. Așa cum CESE a afirmat deja în trecut, obiectivul urmărit constă în evitarea excluziunii sociale a acestora, prin adoptarea de măsuri cum ar fi reglementarea supraîndatorării gospodăriilor⁽¹¹⁾, care urmărește atenuarea presiunii financiare foarte ridicate la care sunt supuse anumite segmente de populație.

4.2 Pe de altă parte, protecția specifică a drepturilor consumatorilor care ajung într-o situație de vulnerabilitate economică în urma unor circumstanțe neprevăzute și, în special, a accesului lor la piața de bunuri și servicii de bază în condiții decente trebuie să constituie o provocare fundamentală pentru politicile europene de protecție a consumatorilor, în termeni de aplicare a legislației în domeniu.

4.3 Diferitele măsuri se pot împărți în patru categorii: preventive, de protecție, de atenuare și de redresare.

4.4 Elaborarea unui plan de acțiune va trebui să aibă în vedere, cel puțin, acțiuni care fac posibile aceste diferite categorii de măsuri de intervenție.

⁽⁹⁾ JO L 149, 11.6.2005, p. 22.

⁽¹⁰⁾ JO C 271, 19.9.2013, p. 61.

⁽¹¹⁾ JO C 311, 12. 9.2014, p. 38.

4.5 În primul rând, suma corespunzătoare sancțiunilor economice impuse celor care au comis infracțiuni în materie de consum ar trebui folosită pentru crearea unui fond, care să fie alocat politicii de protecție a consumatorilor și în special acțiunilor de interes general, prin intermediul instrumentului acțiunilor colective, în beneficiul întregii populații, desfășurate de asociațiile de consumatori, de administrațiile publice și de alte entități care se pot implica în punerea în practică a politicii respective, conform prevederilor din fiecare stat membru.

4.6 În cazul comiterii unor infracțiuni grave care implică un risc pentru sănătatea și siguranța persoanelor sau produc daune efective, vor trebui consolidate competențele de sancționare ale autorităților competente, inclusiv sub aspectul identificării, reținerii și/sau confiscării instrumentelor sau bunurilor utilizate și închiderii întreprinderii, cu respectarea deplină a tuturor garanțiilor oferite de statul de drept.

4.7 Măsurile cu caracter preventiv sunt acelea care pot avea un impact asupra diferiților factori externi care contribuie la sporirea numărului de consumatori vulnerabili din punct de vedere economic din cauza crizei economice, precum și la apariția unor situații și practici care îi pot afecta pe acești consumatori în mod diferit.

4.8 În completarea factorilor externi, trebuie adoptate măsuri menite să consolideze rolul de parteneri economici și sociali al reprezentanților consumatorilor și să îi încurajeze să se implice, printre altele, în proiecte cooperative, de achiziții colective sau de economie colaborativă.

4.9 În mod similar, o măsură elementară cu caracter preventiv ar fi crearea unui Observator care să monitorizeze politicile strategice adoptate în sectoare-cheie, precum cele care privesc serviciile de interes general, audiovizualul, combustibilii, băncile, oligopolurile din domeniul energiei, locuințele etc. și care pot reprezenta un risc față de care consumatorii cei mai fragili sunt și cei mai vulnerabili.

4.10 În definitiv, este vorba despre acțiuni legate de scenariile economice, financiare și de ocupare a forței de muncă, precum și de celelalte scenarii care rezultă în urma impactului negativ pe care îl pot avea noile tehnologii asupra accesului la piața de bunuri și servicii, în cadrul protecției drepturilor consumatorilor și utilizatorilor. Astfel, trebuie avute în vedere activitățile publicitare și de marketing care pot duce la luarea de decizii inadecvate situației consumatorilor sau pot distorsiona criteriile lor de achiziție.

4.11 Măsurile de protecție ar consolida mecanismele de apărare a consumatorilor și utilizatorilor aflați în situație de inferioritate sau subordonare și privesc în special accesul la protecție tehnică și juridică, precum și acordarea de despăgubiri și repararea daunelor, ținând seama de situația specială a consumatorilor care au ajuns într-o situație de precaritate economică în urma unor circumstanțe neprevăzute.

4.12 Trebuie consolidată cooperarea între autoritățile naționale și Comisie și procedat la o revizuire în profunzime a domeniului de aplicare a Regulamentului 2006/2004 privind cooperarea în materie de protecție a consumatorilor, introducând mecanisme de verificare echivalente, armonizând sancțiunile și îmbunătățind eficiența și mecanismele de funcționare a regulamentului. De asemenea, consumatorii trebuie să poată dispune de bunuri și servicii sigure, aceasta presupunând o supraveghere eficientă a piețelor. De aceea, CESE speră că va fi aprobată revizuirea legislației privind siguranța produselor.

4.13 Măsurile de atenuare sunt acele măsuri adresate consumatorilor a căror situație economică a devenit vulnerabilă din cauza crizei economice. Obiectivul acestor măsuri constă în a-i ajuta pe consumatorii respectivi să poată face față consecințelor, pentru a le permite, pe viitor, să-și satisfacă nevoile esențiale în condiții de viață decente.

4.14 Atât în ce privește acest tip de măsuri, cât și măsurile de redresare adoptate de statele membre, este important ca unele dintre ele să țină seama de ajutorul acordat de rețelele de sprijin familiale și sociale, care, la rândul lor, vor trebui să beneficieze de sprijinul instituțional necesar pentru a-și exercita rolul. De asemenea, fondurile structurale ar putea contribui la crearea acestor fonduri de solidaritate, pentru a evita excluziunea socială, îndeplinindu-și astfel obiectivele.

4.15 Printre măsurile de redresare ar trebui să se numere toate măsurile care permit promovarea de alternative de depășire a situației de precaritate economică în condiții de reală viabilitate. În această privință, se propune elaborarea și punerea în aplicare a unui „plan de salvare pentru cetățeni”, care să contribuie la reactivarea economiei gospodăriilor prin restabilirea puterii de cumpărare a consumatorilor, pentru a compensa astfel pierderile și restricțiile suferite în timpul crizei economice, ca echivalent, din punct de vedere al echității, al măsurilor de salvare a băncilor de care au beneficiat entitățile financiare. Astfel, s-ar respecta mai bine prevederile liniilor directe din 1999 ale Națiunilor Unite pentru protecția consumatorilor, în care, la punctul 5, se afirmă: „Politicile de promovare a consumului durabil ar trebui să țină seama de următoarele obiective: eradicarea sărăciei, satisfacerea nevoilor esențiale ale tuturor membrilor societății și reducerea inegalităților atât la nivel național, cât și între țări”.

4.16 Pe de altă parte, articolul 34 alineatul (3) din Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene, al cărei obiectiv constă în combaterea excluziunii sociale și a sărăciei, permite Uniunii și statelor membre să stabilească modalități de asigurare a unei existențe demne tuturor celor care nu dispun de resurse suficiente.

4.17 În sfârșit, ar fi interesant să se efectueze studii și cercetări privind factorii de natură să cauzeze și să permită sporirea precarității economice a consumatorilor.

4.18 Printre factorii care pot crea obstacole în calea funcționării pieței interne se numără violența economică exercitată asupra consumatorului la momentul încheierii unui contract, având în vedere situația de dezechilibru și de subordonare în care se găsește acesta. Poziția în care se află acesta îi poate afecta voința și poate constitui un viciu de consimțământ la încheierea contractului. În aceste condiții, consumatorilor li se impun contracte cu care altfel nu ar fi fost de acord sau pe care nu le-ar fi încheiat, ori clauze care conțin obligații disproporționate, pe care nu le-ar fi acceptat de bunăvoie la momentul deciziei.

4.19 CESE ar trebui să ia în considerare acest viciu de consimțământ la momentul încheierii contractului de către consumator, precum și denaturarea concurenței, care generează disfuncționalități pe piața internă. Celelalte instituții ale Uniunii vor trebui să îi acorde atenția cuvenită, adoptând măsurile necesare pentru a împiedica exercitarea unei violențe economice asupra consumatorului la momentul încheierii contractului, în virtutea situației sale de subordonare.

Bruxelles, 15 octombrie 2014.

Președintele
Comitetului Economic și Social European
Henri MALOSSE

ANEXĂ

la avizul Comitetului Economic și Social European

Amendamentele următoare, care au întrunit cel puțin o pătrime din voturile exprimate, au fost respinse în timpul dezbaterii [art. 54 alineatul (3) din Regulamentul de procedură]:

a) Punctul 1.3

Se modifică după cum urmează:

Pe de altă parte, criza economică a evidențiat o tendință generalizată și constantă de fragilizare progresivă a situației economice a consumatorilor potențiali, care lasă să se întrevadă faptul că acest declin al consumului ar putea continua să se agraveze. Până în prezent, autoritățile publice nu au propus măsuri sistemice menite să prevină și să apere consumatorii de această deteriorare a situației.

Expunere de motive

Trebuie precizat ce anume este fragilizat.

Rezultatul votului:

Voturi pentru: 49

Voturi împotriva: 86

Abțineri: 3

b) Punctul 3.5

Se modifică după cum urmează:

Ar putea apărea chiar și practici comerciale abuzive care, pentru a reduce drastic prețurile, propun vânzarea de produse care nu corespund cerințelor de comercializare, această situație putând fi întâlnită și în cazul prestării de servicii. Prin urmare, ar trebui adoptate toate măsurile necesare pentru a preveni, atunci când este cazul, comercializarea ilegală de astfel de produse, prin adoptarea unei abordări active și vigilente de către statele membre. Așa cum a arătat CESE ⁽¹⁾, ar trebui consolidată cooperarea dintre autoritățile naționale competente și Comisie, prin aprobarea revizuirii legislației privind siguranța produselor, care ar trebui să intre imediat în vigoare.

Expunere de motive

Comercializarea unor bunuri/servicii care nu îndeplinesc cerințele pentru prezentarea pe piață nu poate avea loc, prin urmare orice încercare de comercializare este ilegală.

Rezultatul votului:

Voturi pentru: 42

Voturi împotriva: 77

Abțineri: 14

Următoarele puncte ale avizului secțiunii au fost modificate în urma adoptării în sesiunea plenară a amendamentelor corespunzătoare, însă au întrunit mai mult de o pătrime din voturile exprimate [cf articolul 54 alineatul (4) din Regulamentul de procedură].

⁽¹⁾ Avizul privind supravegherea pieței – JO C 271, 19.9.2013, p. 86.

c) Punctul 4.9

În definitiv, este vorba despre acțiuni legate de scenariile economice, financiare și de ocupare a forței de muncă, precum și de celelalte scenarii care rezultă în urma impactului negativ pe care îl pot avea noile tehnologii asupra accesului la piața de bunuri și servicii, în cadrul protecției drepturilor consumatorilor și utilizatorilor. Astfel, trebuie avute în vedere activitățile publicitare și de marketing care pot duce la luarea de decizii inadecvate situației consumatorilor sau pot distorsiona criteriile lor de achiziție.

Rezultatul votului:

Voturi pentru: 60

Voturi împotriva: 58

Abțineri: 9

d) Punctul 4.14 (un nou punct 4.15)

Printre măsurile de redresare ar trebui să se numere toate măsurile care permit promovarea de alternative de depășire a situației de precaritate economică în condiții de reală viabilitate. Astfel, s-ar respecta mai bine prevederile liniilor directoare din 1999 ale Națiunilor Unite pentru protecția consumatorilor, în care, la punctul 5, se afirmă: „Politicele de promovare a consumului durabil ar trebui să țină seama de următoarele obiective: eradicarea sărăciei, satisfacerea nevoilor esențiale ale tuturor membrilor societății și reducerea inegalităților atât la nivel național, cât și între țări”.

Rezultatul votului:

Voturi pentru: 66

Voturi împotriva: 63

Abțineri: 11
