



PARLAMENTUL EUROPEAN

2009 - 2014

Document de ședință

A7-0369/2011

21.10.2011

RAPORT

referitor la o nouă strategie pentru politica de protecție a consumatorilor
(2011/2149(INI))

Comisia pentru piața internă și protecția consumatorilor

Raportor: Kyriacos Triantaphyllides

CUPRINS

	Pagina
PROPUNERE DE REZOLUȚIE A PARLAMENTULUI EUROPEAN.....	3
EXPUNERE DE MOTIVE.....	15
AVIZ AL COMISIEI PENTRU AFACERI ECONOMICE ȘI MONETARE.....	20
REZULTATUL VOTULUI FINAL ÎN COMISIE	25

PROPUNERE DE REZOLUȚIE A PARLAMENTULUI EUROPEAN

referitoare la o nouă strategie pentru politica de protecție a consumatorilor (2011/2149(INI))

Parlamentul European,

- având în vedere Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene, așa cum a fost încorporată în tratate prin articolul 6 din Tratatul privind Uniunea Europeană (TUE),
- având în vedere articolul 26 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE), care prevede că „piața internă cuprinde un spațiu fără frontiere interne, în care libera circulație a mărfurilor, a persoanelor, a serviciilor și a capitalurilor este asigurată în conformitate cu dispozițiile tratatelor”,
- având în vedere articolul 3 alineatul (3) din Tratatul privind Uniunea Europeană prin care Uniunea se angajează să acționeze pentru „o economie socială de piață cu grad ridicat de competitivitate, care tinde spre ocuparea deplină a forței de muncă și spre progres social, precum și pentru un nivel înalt de protecție și de îmbunătățire a calității mediului”,
- având în vedere articolul 9 din TFUE, care prevede că „în definirea și punerea în aplicare a politicilor și acțiunilor sale, Uniunea ține seama de cerințele privind promovarea unui nivel ridicat al ocupării forței de muncă, garantarea unei protecții sociale corespunzătoare, combaterea excluziunii sociale, precum și de cerințele privind un nivel ridicat de educație, de formare profesională și de protecție a sănătății umane”,
- având în vedere articolul 11 din TFUE, care prevede că „cerințele de protecție a mediului trebuie integrate în definirea și punerea în aplicare a politicilor și acțiunilor Uniunii, în special pentru promovarea dezvoltării durabile”,
- având în vedere articolul 12 din TFUE, care prevede că „cerințele din domeniul protecției consumatorilor se iau în considerare în definirea și punerea în aplicare a celorlalte politici și acțiuni ale Uniunii”,
- având în vedere articolul 14 din TFUE și Protocolul 26 la acesta privind serviciile de interes (economic) general,
- având în vedere Comunicarea Comisiei către Consiliul European intitulată „EUROPA 2020, o strategie europeană pentru o creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii” (COM(2010)2020),
- având în vedere Rezoluția sa legislativă din 6 iulie 2011 referitoare la poziția în primă lectură a Consiliului în vederea adoptării unui regulament al Parlamentului European și al Consiliului privind informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare, de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 1924/2006 și (CE) nr. 1925/2006 și de abrogare a Directivelor 87/250/CEE, 90/496/CEE, 1999/10/CE, 2000/13/CE, 2002/67/CE, 2008/5/CE

și a Regulamentului (CE) nr. 608/2004¹,

- având în vedere Rezoluția sa legislativă din 23 iunie 2011 referitoare la propunerea de directivă a Parlamentului European și a Consiliului privind drepturile consumatorilor²,
- având în vedere Raportul anual pentru 2010 al Rețelei centrelor europene pentru protecția consumatorilor publicat de Oficiul pentru Publicații al Uniunii Europene în 2011,
- având în vedere documentul de lucru al serviciilor Comisiei din 7 aprilie 2011 intitulat „Capacitatea de acțiune a consumatorilor în Uniunea Europeană” (SEC(2011)469),
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 11 martie 2011 intitulată „Consumatorii se simt ca acasă în cadrul pieței unice”, a cincea ediție a Tabloului de bord al condițiilor pentru consumatori (SEC(2011)0299),
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 22 octombrie 2010 intitulată „Pentru o mai bună funcționare a piețelor în interesul consumatorilor”, a patra ediție a Tabloului de bord al piețelor de consum (SEC(2010)1257),
- având în vedere Rezoluția sa din 20 octombrie 2010 referitoare la criza financiară, economică și socială: recomandări privind măsurile și inițiativele care trebuie luate (raport la jumătatea perioadei)³,
- având în vedere Rezoluția sa din 21 septembrie 2010 referitoare la realizarea pieței interne în ceea ce privește comerțul electronic⁴,
- având în vedere Rezoluția sa din 5 iulie 2011 referitoare la o piață a comerțului cu amănuntul mai eficientă și mai corectă⁵,
- având în vedere raportul prezentat Comisiei de profesorul Mario Monti la 9 mai 2010 referitor la revitalizarea pieței interne și intitulat „O nouă strategie pentru piața unică”,
- având în vedere Rezoluția sa din 20 mai 2010 referitoare la oferirea unei piețe unice consumatorilor și cetățenilor⁶,
- având în vedere Rezoluția sa din 9 martie 2010 referitoare la protecția consumatorilor⁷,
- având în vedere Raportul Comisiei către Parlamentul European și Consiliu din 2 iulie 2004 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),

¹ Texte adoptate, P7_TA(2011)0324.

² Texte adoptate, P7_TA(2011)0293.

³ Texte adoptate, P7_TA (2010)0376.

⁴ Texte adoptate, P7_TA (2010)0320.

⁵ Texte adoptate, P7_TA(2011)0307.

⁶ Texte adoptate, P7_TA (2010)0186.

⁷ Texte adoptate, P7_TA (2010)0046.

- având în vedere Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor privind comerțul electronic transfrontalier dintre întreprinderi și consumatori în Uniunea Europeană (COM(2009)0557),
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 7 iulie 2009 către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor privind o metodă armonizată de clasificare și comunicare a reclamațiilor și cererilor de informații din partea consumatorilor (COM(2009)0346) și proiectul de recomandare a Comisiei care însoțește comunicarea în cauză (SEC(2009)0949),
- având în vedere Comunicarea Comisiei din 2 iulie 2009 privind aplicarea acquis-ului în domeniul protecției consumatorilor (COM(2009)0330) și Raportul Comisiei din 2 iulie 2009 cu privire la aplicarea Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului 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 Recomandarea Comisiei din 29 iunie 2009 privind măsurile pentru îmbunătățirea funcționării pieței unice¹ și Recomandarea Comisiei din 12 iulie 2004 privind transpunerea în legislația națională a directivelor care privesc piața internă²,
- având în vedere Directiva 2009/48/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 18 iunie 2009 privind siguranța jucăriilor (Directiva privind siguranța jucăriilor)³,
- având în vedere Regulamentul (CE) nr. 765/2008 al Parlamentului European și al Consiliului din 9 iulie 2008 de stabilire a cerințelor de acreditare și de supraveghere a pieței în ceea ce privește comercializarea produselor, care vizează crearea unui cadru general de norme și principii referitoare la acreditare și supravegherea pieței⁴,
- având în vedere Comunicarea Comisiei către Consiliu, Parlamentul European și Comitetul Economic și Social European intitulată „Strategia UE pentru politica de protecție a consumatorilor 2007-2013 — Mai multă putere consumatorilor, bunăstare crescută și protecție eficientă a acestora” și Rezoluția Parlamentului din 20 mai 2008 privind Strategia UE pentru politica de protecție a consumatorilor aferentă perioadei 2007-2013⁵,
- având în vedere raportul Comitetului Economic și Social European, Secțiunea pentru piața unică, producție și consum, intitulat „Obstacolele în calea pieței unice europene în 2008”⁶,
- având în vedere Regulamentul (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

¹ JO L 176, 7.7.2009, p. 17.

² JO L 98, 16.4.2005, p. 47.

³ JO L 170, 30.6.2009, p. 1.

⁴ JO L 218, 13.8.2008, p. 30.

⁵ JO C 180E, 17.7.2008, p. 26.

⁶ http://www.eesc.europa.eu/smo/news/Obstacles_December-2008.pdf

(„Regulamentul privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului”)¹,

- având în vedere Rezoluția sa din 12 decembrie 2006 privind poziția comună a Consiliului în vederea adoptării deciziei Parlamentului European și a Consiliului de stabilire a unui program de acțiune comunitară în domeniul protecției consumatorilor (2007-2013)²,
 - având în vedere Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”)³,
 - având în vedere Directiva 2004/113/CE a Consiliului din 13 decembrie 2004 de aplicare a principiului egalității de tratament între femei și bărbați privind accesul la bunuri și servicii și furnizarea de bunuri și servicii⁴,
 - având în vedere articolul 48 din Regulamentul său de procedură,
 - având în vedere raportul Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor și avizul Comisiei pentru afaceri economice și monetare (A7-0369/2011),
- A. întrucât cetățenii europeni pot juca un rol esențial în calitatea lor de consumatori în atingerea obiectivelor Strategiei Europa 2020 de a realiza o creștere economică inteligentă, favorabilă incluziunii și durabilă, deoarece cheltuielile consumatorilor generează peste jumătate din PIB-ul UE;
- B. întrucât, conform ratei privațiunilor materiale, 16,3 % din populația UE este expusă riscului de sărăcie și acest procent ajunge la 17,1 % în cazul femeilor;
- C. întrucât, după cum se arată în sondajul Eurobarometru special 342 privind capacitatea de acțiune a consumatorilor din aprilie 2011, cei mai mulți dintre consumatori sunt încrezători și se consideră informați, însă, în același timp, la un număr important de consumatori se observă unele lacune în cunoașterea legislației de bază privind protecția consumatorilor;
- D. întrucât consumatorii nu formează un singur grup omogen, deoarece există discrepanțe mari între consumatori în ceea ce privește competențele acestora, gradul de cunoaștere a legislației, hotărârea și voința de a solicita despăgubiri;
- E. întrucât, conform sondajului Eurobarometru special 342 privind capacitatea de acțiune a consumatorilor din aprilie 2011, femeile petrec mai mult timp la cumpărături (3,7 ore pe săptămână) decât bărbații (2,8 ore)⁵;

¹ JO L 364, 9.12.2004, p. 1.

² JO L 404, 30.12.2006, p. 39.

³ JO L 149, 11.6.2005, p. 22.

⁴ JO L 373, 21.12.2004, p. 37.

⁵ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/docs/report_eurobarometer_342_en.pdf, pagina 113.

- F. întrucât, conform celei de-a cincea ediții a Tabloului de bord al condițiilor pentru consumatori din martie 2011, consumatorii se confruntă în continuare cu condiții foarte diferite în întreaga UE;
- G. întrucât nemulțumirea consumatorilor referitoare la modul de funcționare a serviciilor financiare este cauzată, în parte, de consilierea necorespunzătoare și de faptul că, potrivit Tabloului de bord al piețelor de consum, majoritatea consumatorilor nu își cunosc drepturile în domeniul serviciilor financiare, iar mai mult de 98% nu sunt în măsură să aleagă cea mai potrivită opțiune de investiție, costul estimat fiind de 0,4% din PIB-ul UE;
- H. întrucât publicarea informațiilor este necesară și importantă în toate sectoarele serviciilor financiare destinate consumatorilor; întrucât în strategie trebuie să se recunoască faptul că nu este suficient doar să se creeze piețe competitive în care consumatorii să poată lua cele mai bune decizii în interesul lor; întrucât, pentru ca publicarea să fie mai eficientă, este important ca informațiile să fie oferite în limbile oficiale regionale și ale UE;
- I. întrucât grupurile de persoane care sunt deosebit de vulnerabile din cauza infirmității lor mintale, fizice sau psihologice, a vârstei sau a credulității – cum ar fi copiii, adolescenții și persoanele în vârstă – sau care devin vulnerabile prin situația lor socială și financiară (cum ar fi cele cu datorii excesive) au nevoie de protecție specială;
- J. întrucât UE a stabilit ținte de reducere a emisiilor de CO₂, solicitând modele mai sustenabile de consum;
- K. întrucât o piață internă care funcționează în mod adecvat ar trebui să le ofere consumatorilor o gamă mai largă de produse și servicii de înaltă calitate la prețuri competitive și, în același timp, un nivel ridicat de protecție a lor și a mediului;
- L. întrucât piața internă trebuie să se dezvolte fără a submina protecția consumatorilor, garantând totodată libera circulație a serviciilor și acordând o atenție deosebită protecției lucrătorilor;
- M. întrucât consumatorii care dispun de capacități de acțiune pot identifica mai bine cele mai bune prețuri, condițiile de vânzare și calitatea, stimulând astfel concurența și inovarea;
- N. întrucât o piață internă complet integrată ar genera efecte benefice multiple pentru consumatorii europeni, cum ar fi prețurile scăzute și o gamă mai largă de produse și servicii;
- O. întrucât, după cum se arată în Tabloul de bord al condițiilor pentru consumatori din martie 2011, comercianții cu amănuntul manifestă o lipsă de cunoaștere a drepturilor de bază ale consumatorilor din UE, ceea ce poate fi în detrimentul consumatorilor și poate, de asemenea, să afecteze dorința comercianților cu amănuntul de a efectua schimburi comerciale transfrontaliere;
- P. întrucât toate părțile interesate (inclusiv Comisia Europeană, autoritățile naționale de punere în aplicare, organizațiile de protecție a consumatorilor și sectorul privat) trebuie să își intensifice eforturile pentru realizarea obiectivului de a asigura un nivel ridicat al protecției și capacității de acțiune a consumatorilor, deoarece eficacitatea și aplicarea

supravegherii pieței publice sunt esențiale pentru a împiedica accesul produselor ilegale și nesigure pe piața europeană sau a le elimina;

- Q. întrucât, în contextul actual de recesiune economică, sunt necesare măsuri de aplicare ferme și consecvente, cu atât mai mult cu cât criza afectează alegerile consumatorilor;
- R. întrucât Parlamentul European și parlamentele naționale trebuie să contribuie la transpunerea și punerea în aplicare mai eficace a legislației privind protecția consumatorilor, continuând să colaboreze îndeaproape;
- S. întrucât Parlamentul European și parlamentele naționale ar trebui să protejeze sănătatea și bunăstarea cetățenilor UE;

I. Obiective fundamentale

1. salută inițiativa Comisiei de a lansa o Agendă pentru protecția consumatorilor și subliniază că este necesară o propunere a Comisiei privind o politică proactivă pentru stabilirea unor reglementări inteligente în scopul obținerii unui cadru juridic coerent; în plus, solicită ca toate măsurile luate pe viitor în domeniul protecției consumatorilor să se bazeze pe o abordare holistică ce plasează consumatorii în centrul pieței unice;
2. subliniază faptul că prioritățile politice ar trebui să fie corelate și să fie susținute de statisticile din Tabloul de bord al condițiilor pentru consumatori; solicită Comisiei să ia în considerare în strategia sa politică privind consumatorii topul publicat recent al principalelor 20 de preocupări ale cetățenilor și ale întreprinderilor privind piața unică;
3. salută propunerile Comisiei din programul său de lucru pentru anul 2012 referitoare la revizuirea politicii de protecție a consumatorilor și a strategiei legislative, integrând inițiative la nivelul tuturor serviciilor competente ale Comisiei; ia act, în special, de necesitatea de a garanta că consumatorii din întreaga Uniune Europeană beneficiază de întreaga protecție oferită de acte legislative esențiale, cum ar fi practicile comerciale neloiale și directivele privind creditul de consum;
4. salută abordarea strategică în privința politicii de protecție a consumatorilor, pe baza învățămintelor strategiei 2007-2013; subliniază că, în cadrul Strategiei Europa 2020, ar trebui să existe o coordonare mai bună între politica de protecție a consumatorilor și obiectivele sociale și de mediu;
5. subliniază că este necesar ca legislația existentă (în special cea mai recentă directivă privind drepturile consumatorilor) să fie aplicată și respectată în mod adecvat, inclusiv prin diseminarea unor informații corespunzătoare privind drepturile și obligațiile fiecărei părți; subliniază, de asemenea, necesitatea de a examina acquis-ul existent în urma adoptării Directivei privind drepturile consumatorilor și în contextul noilor inițiative prevăzute;
6. subliniază nevoia de coerență în ceea ce privește modul de punere în aplicare a politicilor de protecție a consumatorilor și propune, în acest sens, să se relanseze dezbaterile cu privire la alocarea acestui portofoliu în cadrul Comisiei;

7. invită Comisia să asigure o mai bună coordonare între politicile sale care au un impact asupra consumatorilor;
8. invită Comisia și statele membre să intensifice cooperarea internațională și schimbul de informații cu țările din afara UE în domeniul protecției consumatorilor;
9. subliniază numeroasele provocări cu care se confruntă Agenda pentru protecția consumatorilor, inclusiv sporirea capacității de acțiune a consumatorilor și reducerea inegalităților, încurajarea consumului sustenabil, reducerea expunerii consumatorilor la produse nesigure, precum și protecția consumatorilor, în special a copiilor față de publicitatea directă înșelătoare; solicită ca factorii de decizie să reflecteze atent la conceperea unor politici mai inteligente, care să ofere consumatorilor informațiile de care au nevoie și care le sunt cu adevărat utile, fără a crea sarcini suplimentare pentru societăți;
10. invită Comisia să garanteze o protecție specială a grupurilor de consumatori care sunt deosebit de vulnerabili din cauza infirmității lor mintale, fizice sau psihologice, a vârstei sau a credulității, sau care devin vulnerabili prin situația lor socială și financiară; sprijină activitatea Comisiei în domeniul economiei comportamentale, considerând-o esențială pentru a asigura eficacitatea practică a măsurilor de protecție a consumatorilor;
11. îndeamnă Comisia să amelioreze criteriile și mecanismele pentru a desfășura mai multe evaluări de impact, să revizuiască, după caz, legislația UE care are un impact asupra politicii de protecție a consumatorilor și să stabilească bune practici, cu ajutorul cărora statele membre să poată aplica legislația existentă în mod corect;

II. Capacitatea de acțiune a consumatorilor

12. remarcă dezvoltarea semnificativă a comerțului electronic, care este acum foarte important pentru consumatori, 40 % dintre cetățenii UE efectuând achiziții online; atrage atenția asupra faptului că încrederea consumatorilor și a comercianților cu amănuntul trebuie sporită, în special în ceea ce privește comerțul și achizițiile online transfrontaliere, garantându-le drepturile și obligațiile pe internet;
13. deplânge decalajul mare dintre nivelul achizițiilor cu amănuntul on-line interne și al celor transfrontaliere; observă că, în conformitate cu Tabloul de bord al condițiilor pentru consumatori, 44 % dintre consumatori au declarat că incertitudinea cu privire la drepturile lor îi descurajează în achiziționarea de bunuri din alte state membre și că livrarea cu întârziere sau nelivrarea, precum și fraudă sunt factorii majori care îi împiedică să apeleze la achizițiile transfrontaliere; solicită, prin urmare, ca strategia UE de protecție a consumatorilor să sprijine creșterea economică și inovarea în sectorul comerțului cu amănuntul și, în special, realizarea pieței unice digitale pentru a ajuta consumatorii UE în efectuarea achizițiilor transfrontaliere;
14. reamintește vectorul economic reprezentat de încrederea consumatorilor, atât în ceea ce privește comerțul intern, cât și cel transfrontalier, online sau offline;
15. subliniază necesitatea de a informa consumatorii în legătură cu drepturile și obligațiile lor și de a garanta respectarea deplină a drepturilor consumatorilor în ceea ce privește utilizarea internetului și protecția drepturilor de proprietate intelectuală, asigurând totodată

protecția datelor cu caracter personal și a vieții private;

16. subliniază faptul că datele cu caracter personal ale consumatorilor au o valoare economică substanțială, de exemplu bazele de date care conțin profilurile consumatorilor în scopul unor mesaje publicitare orientate; evidențiază faptul că majoritatea utilizatorilor nu sunt conștienți de valoarea datelor pe care le pun în mod voluntar la dispoziția societăților; solicită Comisiei să se asigure că există un nivel suficient de concurență pe piață în cazul publicității online și al motoarelor de căutare și să monitorizeze modul în care societățile vizate utilizează datele în cauză, în conformitate cu cadrul existent de protecție a datelor;
17. subliniază că este necesar să se ofere consumatorilor și comercianților informații mai transparente și comparabile, de exemplu prin indicarea prețurilor unitare, prin site-uri transparente de comparare a prețurilor pe internet, precum și prin etichetarea corespunzătoare și eficiență a produselor;
18. subliniază importanța etichetării și solicită Comisiei, în acest context, să ia în considerare cerințele specifice tot mai numeroase ale consumatorilor, de exemplu în ceea ce privește comerțul echitabil, amprenta de carbon, posibilitățile și tipul de reciclare, precum și indicarea originii;
19. subliniază necesitatea de a asigura accesul universal la rețelele rapide în bandă largă și la rețelele de telecomunicații, precum și un acces larg la bunuri și servicii online, inclusiv prin eliminarea restricțiilor de distribuție, remediarea segmentării geografice și dezvoltarea serviciilor de plată electronică;
20. subliniază necesitatea evidențierii în Agenda pentru protecția consumatorilor a produselor digitale existente pe piață, de exemplu cărțile electronice;
21. subliniază necesitatea de a consolida capacitatea de acțiune a consumatorilor prin furnizarea de informații utile, direcționate și ușor de înțeles; insistă asupra faptului că UE și autoritățile naționale, precum și organizațiile de consumatori și societățile trebuie să depună eforturi pentru a îmbunătăți educația consumatorilor; invită Comisia să propună o legislație privind piața unică care să fie favorabilă consumatorilor, astfel încât să se asigure că interesele consumatorilor sunt pe deplin luate în considerare în cadrul pieței unice;
22. solicită Comisiei și statelor membre să asigure un sprijin adecvat și să consolideze capacitățile organizațiilor de consumatori în fiecare stat membru, în vederea consolidării rolului și resurselor acestora, sporind astfel capacitatea de acțiune a consumatorilor;
23. subliniază nevoia de a educa consumatorii de la o vârstă fragedă în scopul înțelegerii și utilizării informațiilor de pe produse; solicită Comisiei să îmbunătățească identificabilitatea și intuitivitatea logourilor europene a căror rată de recunoaștere este nesatisfăcătoare în prezent (în special, marcajul de conformitate CE, eticheta ecologică europeană, banda lui Möbius ca simbol pentru reciclare sau marcajul de pericolozitate);
24. invită Comisia să desfășoare campanii de informare în toate statele membre referitoare la marca comunitară CE și la semnificația acesteia, oferind consumatorilor o imagine clară cu privire la ce reprezintă (sau nu reprezintă) marca respectivă, sporind astfel gradul de

informare al consumatorilor și vizând, în același timp, o mai mare sensibilizare a profesioniștilor în ceea ce privește siguranța produselor;

25. consideră că societatea civilă, împreună cu organizațiile de consumatori și întreprinderile ar trebui să găsească soluții inovatoare de diseminare a informațiilor privind piața unică, permițând cetățenilor să profite plenar de posibilitățile existente; subliniază rolul important al societății civile în acordarea de asistență IMM-urilor și consumatorilor, în special celor care sunt foarte vulnerabili, cum ar fi tinerii sau cei care nu au acces la internet, pentru a depăși barierele și restricțiile lingvistice, tehnologice și administrative din statele membre;
26. deplânge faptul că alegerea unui alt furnizor ori tarif este încă dificilă în anumite sectoare, împiedicând libertatea de alegere a consumatorilor și afectând concurența; solicită Comisiei să analizeze mai îndeaproape această problemă pentru a se asigura că consumatorii beneficiază pe deplin de avantajele pieței unice;
27. solicită Comisiei să analizeze obstacolele rămase în calea mobilității consumatorilor legate de schimbarea băncii și să găsească soluții pentru eliminarea lor, cum ar fi constituirea unui mecanism de transferabilitate a numerelor de conturi bancare la nivelul UE;
28. remarcă importanța pentru consumatorii cu acces la conturi bancare a comisioanelor bancare transparente, a timpilor de tranzacționare mai mici și a procedurilor mai ușoare de transferare a conturilor bancare;
29. constată că circa 30 de milioane de cetățeni ai UE nu au acces la servicii bancare de bază și solicită Comisiei să prezinte o propunere, așa cum a anunțat în Actul privind piața unică și în programul său de lucru pentru 2011;

III. Protecția consumatorilor și siguranța produselor

30. subliniază că este necesar să se elaboreze politici de protecție a consumatorilor care iau în considerare caracteristicile specifice ale grupurilor de consumatori vulnerabili;
31. solicită să se stabilească legături explicite între strategie și programul politicii din domeniul concurenței și să se ia măsuri comune în acest scop, astfel încât consumatorii să poată beneficia de servicii mai bine adaptate nevoilor lor și prestate în condiții mai bune;
32. subliniază că este imperios necesar ca nivelul general de siguranță al produselor de consum să fie sporit în UE, în special în cadrul viitoarei revizuirii a Directivei privind siguranța generală a produselor; solicită Comisiei, în cooperare cu agențiile UE competente, să analizeze mai îndeaproape aspecte precum impactul produselor chimice asupra sănătății consumatorilor, rezistența la antibiotice și nanotehnologiile, pe baza legislației UE care există în aceste domenii;
33. subliniază, de asemenea, necesitatea de a ridica standardele de siguranță pentru jucării și îndeamnă statele membre să transpună și să pună rapid în aplicare pe deplin noua Directivă privind siguranța jucăriilor;

34. invită Comisia să instituie un sistem de evaluare comună și de etichetare, astfel cum este indicat în rezoluția sa privind o piață unică pentru întreprinderi și creștere economică, pe baza întregului ciclu de viață a produsului, în special în scopul de a simplifica și armoniza sistemele, de a depăși costul fragmentării pentru întreprinderi și consumatori, precum și de a preveni publicitatea înșelătoare;
35. solicită îmbunătățirea garanțiilor privind siguranța produselor, în special în comerțul electronic de pe piața internă;
36. solicită ca sistemul de notificare RAPEX să fie consolidat și să devină mai eficace și transparent pentru consumatori, pentru a asigura o mai bună conștientizare la nivel general a riscurilor generate de anumite produse de consum și pentru a permite societăților și autorităților vamale să ia măsurile necesare în mod rapid;
37. subliniază, în acest context, că este important să existe piețe transparente și sigure, să se îmbunătățească standardele profesionale și să se evite conflictele de interese în cadrul prestării serviciilor financiare către consumatori și atrage atenția asupra rolului crucial al educației financiare;
38. subliniază importanța accesului la educație financiară și la consiliere în acest domeniu și solicită o mai bună reglementare a serviciilor de consiliere financiară;
39. atrage atenția asupra faptului că noile autorități europene de supraveghere (AES) au competențe și responsabilități explicite privitoare la protecția consumatorilor în domeniul serviciilor financiare și se așteaptă ca strategia să le reflecte și să consolideze capacitatea AES de protecție a consumatorilor, pe baza bunelor practici existente ale autorităților naționale și cu participarea părților interesate, îndeosebi a reprezentanților consumatorilor;
40. solicită garantarea unui nivel ridicat de protecție a consumatorilor pe tot teritoriul UE pentru a permite consolidarea în continuare a pieței interne a serviciilor financiare și combaterea practicilor protecționiste;
41. solicită să se acorde fonduri specifice pentru proiectele de cercetare în domeniul protecției consumatorilor, în special în ceea ce privește comportamentul consumatorilor și colectarea datelor, pentru a contribui la elaborarea politicilor care răspund nevoilor consumatorilor;
42. propune intensificarea sprijinului european pentru cercetare în domeniile emergente, cum ar fi consumul ecologic și etic, și a sprijinului pentru punerea în comun a bunurilor de uz curent (autoturisme, biciclete, aparate de uz casnic etc.);
43. solicită Comisiei să își continue activitatea cu privire la vânzarea de bunuri și condițiile contractuale inechitabile, revizuirea normelor privind practicile comerciale neloiale, Directiva privind creditul de consum, Directiva privind publicitatea înșelătoare și problema mai largă a necesității de a aplica normele privind practicile comerciale neloiale în relațiile dintre întreprinderi; îndeamnă statele membre să pună în aplicare pe deplin și în mod corect normele și legislația privind piața internă, în special Directiva privind drepturile consumatorilor, Directiva privind comerțul electronic și Regulamentul referitor la informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare;

44. îndeamnă Comisia să evalueze, în Agenda pentru protecția consumatorilor, procesul de standardizare pentru simplificarea proceselor complexe și a informațiilor complexe oferite consumatorilor, de exemplu în domeniul serviciilor, și pentru garantarea implicării atât a organizațiilor de consumatori, cât și a autorităților naționale în acest important proces;

IV. Spre o politică europeană de protecție a consumatorilor mai socială și mai durabilă

45. solicită Comisiei să includă chestiunea accesibilității consumatorilor în Agenda pentru protecția consumatorilor pentru a garanta accesul grupurilor vulnerabile la produsele și serviciile esențiale de care au nevoie;

46. subliniază faptul că persoanele în vârstă și persoanele cu handicap se confruntă în continuare cu probleme de siguranță și de acces în legătură cu principalele produse și servicii; în acest sens, subliniază faptul că standardele pot fi folosite cu succes pentru a face produsele și serviciile accesibile unui număr cât mai mare de consumatori, indiferent de vârsta sau de abilitățile lor fizice;

47. invită Comisia să ia în considerare dimensiunea de gen în cadrul Agendei pentru protecția consumatorilor, în conformitate cu angajamentul său de a integra perspectiva de gen în cadrul procesului de elaborare a politicilor sale; invită Comisia să garanteze că Agenda pentru protecția consumatorilor exclude orice formă de discriminare pe criterii de gen privind accesul și furnizarea de bunuri și servicii;

48. solicită Comisiei să analizeze modul în care consumul privat ar putea deveni mai sustenabil pentru a promova inovarea, creșterea economică și o economie cu emisii reduse de carbon, în conformitate cu obiectivul preconizat în Strategia Europa 2020; consideră că ar trebui acordată o atenție specială sistemelor energetice inteligente: utilizarea noilor tehnologii ar trebui să permită tuturor utilizatorilor rețelei să participe la piața internă a energiei, în scopul de a economisi energie și de a reduce sau de a atenua costurile energiei, protejând în același timp aprovizionarea cu energie a consumatorilor vulnerabili;

49. invită Comisia, statele membre și părțile interesate să își coordoneze eforturile pentru a informa mai bine consumatorii cu privire la modalități mai eficiente de a cumpăra și de a consuma produse alimentare, în scopul prevenirii și combaterii deșeurilor alimentare;

50. subliniază că este important să se evalueze impactul liberalizării asupra satisfacției consumatorilor și solicită, în acest context, să se evalueze funcționarea pieței energiei;

V. Aplicarea drepturilor consumatorilor și mecanisme de reparație

51. încurajează Comisia să sprijine în continuare și să pună în evidență activitatea Rețelei Centrelor Europene ale Consumatorilor (ECC-Net), care ar trebui să joace un rol central în informarea consumatorilor cu privire la drepturile lor și în sprijinirea acestora în cazul în care depun o plângere; subliniază rolul-cheie jucat de Rețeaua de aplicare și cooperare transfrontalieră (CPC Network) în asigurarea aplicării corecte a legilor privind protecția consumatorilor și promovarea cooperării între autoritățile naționale competente;

52. invită Comisia să facă uz de toate competențele care îi sunt conferite prin tratate pentru a îmbunătăți transpunerea, aplicarea și respectarea tuturor actelor legislative ale UE legate

de protecția consumatorilor; invită statele membre să-și intensifice eforturile în scopul de a pune în aplicare pe deplin și în mod corect legislația respectivă;

53. solicită să se instituie mecanisme de reparație mai accesibile și mai eficiente, cum ar fi soluționarea alternativă a litigiilor, acțiunile colective în despăgubire și soluționarea litigiilor online, pentru a spori capacitatea de acțiune a consumatorilor din întreaga Uniune; constată cu îngrijorare că lipsa actuală de compensare este o lacună majoră a sistemului juridic, deoarece permite păstrarea de către comercianți a profitului ilegal;
54. solicită instituirea unor mecanisme de reparație accesibile și eficiente pentru consumatorii europeni, acestea fiind esențiale dacă se dorește eliminarea barierelor din cadrul pieței interne, în special în cazul comerțului electronic; solicită, de asemenea, Comisiei să prezinte una sau mai multe propuneri în cadrul procedurii legislative ordinare pentru a asigura astfel implicarea corespunzătoare a Parlamentului;
55. salută activitatea în curs de desfășurare de dezvoltare a unui sistem european de soluționare alternativă a litigiilor, utilizând sistemele naționale și comerciale existente pentru a combina un nivel ridicat de protecție a consumatorilor cu condiții comerciale echitabile pentru întreprinzători;
56. solicită Comisiei să țină cont de bunele practici ale statelor membre, cum ar fi modelul nordic de mediator, și să analizeze posibilitatea de a conferi ECC-Net autoritate juridică în domeniul soluționării litigiilor consumatorilor;
57. consideră că un asemenea sistem va consolida piața unică și va asigura consumatorilor un sistem echitabil de reparație în cadrul litigiilor transfrontaliere, consolidând astfel încrederea dintre consumatori și întreprinderi și evitând litigiile costisitoare atât pentru întreprinderi, cât și pentru consumatori;
58. invită Comisia să lanseze o dezbatere interinstituțională privind acțiunile viitoare adecvate pentru a ameliora protecția juridică a consumatorilor în efectuarea tranzacțiilor comerciale, ținând seama de abordarea prevăzută în Directiva privind drepturile consumatorilor;
59. subliniază că este necesar ca viitorul cadru financiar multianual pentru perioada de după 2013 să includă fonduri corespunzătoare pentru măsurile de realizare a obiectivelor stabilite în prezentul raport și în viitoarea Agendă pentru protecția consumatorilor; subliniază necesitatea unei finanțări adecvate și garantate din partea UE pentru ca organizațiile de consumatori să poată reprezenta consumatorii în toate statele membre;

o

o o

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

EXPUNERE DE MOTIVE

Raportorul dorește să înceapă prin a aduce mulțumiri dnei Eva Britta Svensson (fostă deputată în Parlamentul European), care, din păcate, a demisionat din Parlament din motive de sănătate în perioada de pregătire a proiectului de raport, pentru contribuția sa excelentă.

Comisia Europeană urmează să publice, în mai 2012, o Agendă pentru protecția consumatorilor, ca măsură de continuare a Strategiei UE privind protecția consumatorilor pentru 2007-2013 (COM(2007)0099). Agenda va fi publicată sub forma unei comunicări a Comisiei și va include toate inițiativele care vizează consumatorii începând cu 2012, dar va avea o sferă de aplicare mai largă decât Strategia UE privind protecția consumatorilor pentru 2007-2013. Salutăm această abordare ambițioasă și îndemnăm Comisia să lanseze, de asemenea, o carte verde, astfel încât să existe o platformă reală de discuție pentru organizațiile din domeniul protecției consumatorilor, cetățeni, parlamentele și guvernele naționale.

Agenda pentru protecția consumatorilor ar trebui să reunească toate temele și provocările importante cu care ne confruntăm în ceea ce privește protecția consumatorilor. Aceasta ar trebui să fie un element fundamental al politicii UE din domeniu. Agenda va transpune pentru prima dată în realitate principiul consacrat în Tratatul privind UE conform căruia interesele consumatorilor trebuie să fie luate în considerare în toate celelalte politici relevante ale UE.

Asigurarea siguranței alimentelor, a sănătății umane și a siguranței produselor ar trebui să constituie principala prioritate a Agendei pentru protecția consumatorilor. De asemenea, este necesar ca agenda să diminueze inegalitățile dintre consumatori în Europa, să contribuie la o economie cu emisii reduse de carbon, conform Strategiei Europa 2020, și să protejeze copiii de publicitate. În general, trebuie abordate noile provocări cu care se confruntă societățile moderne, cum ar fi globalizarea piețelor, digitalizarea economiei și îmbătrânirea populației, precum și importanța instrumentelor de aplicare și reparație și a sprijinirii organizațiilor de consumatori.

Tablourile de bord ale consumatorilor și agenda pentru sporirea capacității de acțiune a consumatorilor

Conform unor studii recente ale Comisiei, consumatorii trebuie să dispună de capacități sporite de acțiune. Capacitatea de acțiune a consumatorilor depinde de cunoașterea drepturilor consumatorilor, de nivelul lor de informare, de existența unor organizații neguvernamentale și autorități publice bine cunoscute și eficiente, a unei mass-media active și a unor mecanisme de reparație simple și accesibile.

Calitatea condițiilor pentru consumatori în statele membre este monitorizată prin intermediul Tabloului de bord privind condițiile pentru consumatori din martie 2011 (SEC(2011)0299). Cel de-al 5-lea tablou de bord privind consumatorii, publicat de Comisia Europeană la 11 martie 2011, arată o redresare a condițiilor pentru consumatori în aproape toate statele membre ale UE după declinul profund din 2009. Tabloul de bord confirmă, de asemenea, adâncirea diferențelor dintre comerțul electronic intern și cel transfrontalier, o sărăcie larg

răspândită și absența accesului la bunuri și servicii de bază pentru mulți cetățeni europeni și o îngrijorare larg răspândită în rândul consumatorilor cu privire la siguranța alimentelor.

Pachetul de sporire a capacității de acțiune a consumatorilor publicat de Comisia Europeană la 11 aprilie 2011 a scos la lumină faptul că consumatorii nu își cunosc drepturile și a confirmat necesitatea de a consolida capacitatea de acțiune a consumatorilor. Consumatorii trebuie să fie în măsură să înțeleagă cele mai bune instrumente ale erei internetului pentru a-și cunoaște drepturile, a fi în măsură să facă o alegere și să-și utilizeze în cel mai bun mod drepturile într-o piață care prezintă tot mai multe provocări. Implicarea activă a autorităților publice, precum și a organizațiilor de consumatori este esențială, prin urmare ar trebui să se garanteze finanțarea acestora. Crearea și sprijinirea unor organizații de consumatori puternice și competente pot ajuta cu adevărat consumatorii să își cunoască mai bine drepturile. Acestea ar putea, de asemenea, să le reprezinte interesele în procesul politic și în viața reală.

Cea de-a 6-a ediție a tabloului de bord, ce va apărea în octombrie 2011, va prezenta principalele 50 de piețe de consum în funcție de percepțiile consumatorilor în ceea ce privește transparența, comparabilitatea, încrederea, problemele, reclamațiile, schimburile și satisfacția generală.

Studiul menționat anterior stimulează puternic Uniunea Europeană să ia măsuri concrete pentru a spori capacitatea de acțiune și protecția consumatorilor.

Sustenabilitatea socială și de mediu

Condițiile pentru consumatori variază considerabil în Europa. Uniunea Europeană numără 499 de milioane de cetățeni. Toți ne confruntăm cu condiții diferite. Aproximativ 80 de milioane de oameni, dintre care 19 milioane de copii, nu își pot permite lucruri de bază, cum ar fi o locuință încălzită, plata chiriei sau o vacanță de vară departe de casă. Este nevoie să se analizeze aceste inegalități între consumatori. Agenda pentru protecția consumatorilor trebuie să vizeze accesibilitatea prețurilor pentru consumatori. Un element crucial pentru reducerea inegalității dintre consumatori și cetățeni este faptul că serviciile sociale ar trebui să fie finanțate pe bază de solidaritate și accesibile tuturor.

Conform Strategiei Europa 2020, Europa dorește o creștere economică inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii. UE și-a stabilit ținte ambițioase de reducere a emisiilor de CO₂. Pentru a atinge aceste ținte și a crea o economie cu emisii reduse de carbon în UE, trebuie să ne asigurăm că consumul privat, ce reprezintă 56% din PIB-ul UE, devine mai sustenabil.

Agenda pentru protecția consumatorilor trebuie să analizeze modalitatea de a promova o economie cu emisii reduse de consum prin intermediul consumului privat. Sursele de emisii de CO₂ care înregistrează cea mai mare creștere în UE sunt transporturile și energia. Piața internă creează externalități în ceea ce privește emisiile de CO₂. Agenda pentru protecția consumatorilor trebuie să promoveze tranziția spre o economie cu emisii reduse de carbon, ceea ce implică creșterea consumului local pentru reducerea emisiilor de CO₂ în domeniul transporturilor în UE. De asemenea, este necesar să se promoveze reciclarea și consumul de produse la mâna a doua. Reciclarea nu este însă suficientă. Produsele oferite consumatorilor trebuie să prezinte o eficiență energetică cât mai mare.

O altă chestiune care trebuie abordată de Agenda pentru protecția consumatorilor este risipa de alimente, care se ridică în UE la cca 90 de milioane de tone anual. Populația lumii va crește la 9 miliarde în 2050, iar cererea de alimente va crește cu 70%, ceea ce va crea provocări majore pentru sistemele agricole la nivel mondial și pentru consumatorii din Europa. Acesta reprezintă un alt motiv pentru a promova producția locală și ecologică de alimente.

Agenda pentru protecția consumatorilor trebuie să fie cuprinzătoare și vizionară. Ea trebuie să reflecte ce se întâmplă în lume. În prezent, ne confruntăm cu perspectiva unor consecințe dezastruoase ale schimbărilor climatice. Prin urmare, societatea de consum trebuie să se schimbe profund. Agenda pentru protecția consumatorilor trebuie să promoveze obiectivul de creștere durabilă stabilit în Strategia Europa 2020 și, implicit, intensificarea consumului durabil de servicii publice, cum ar fi educația, asistența medicală și îngrijirea vârstnicilor. Acestea sunt adevăratele lucruri importante în viață; ele creează comunități și nu generează emisii de CO₂.

Achizițiile publice au și ele un rol esențial în promovarea consumului durabil. Impunerea unui standard ridicat privind protecția mediului, drepturile lucrătorilor și contractele colective ar trebui să fie nu doar permisă, ci obligatorie în achizițiile publice.

Siguranța alimentelor și a produselor

Conform unei anchete în rândul membrilor organizațiilor care fac parte din BEUC, principalele două priorități pentru consumatori sunt asigurarea unui nivel ridicat de protecție în domeniul serviciilor financiare și în domeniul alimentar, inclusiv din perspectiva recente majorări a prețurilor la alimente. În calitate de consumatori, ne cheltuim o mare parte din venituri pe alimente. Prin urmare, este esențial ca siguranța, etichetarea și alte chestiuni legate de alimente să fie incluse în Agenda pentru protecția consumatorilor.

Pentru a soluționa problema obezității și a promova opțiuni sănătoase, consumatorii au nevoie de informații mai clare decât cele oferite în prezent. Informațiile despre alimente trebuie să fie complete și ușor de înțeles. Sunt necesare, de asemenea, standarde mai stricte privind siguranța alimentelor și o viziune privind etichetarea alimentelor cu informații privind sustenabilitatea, astfel încât consumatorii să poată alege în cunoștință de cauză. Etichetarea alimentelor face obiectul unei propuneri privind reglementarea informațiilor referitoare la produsele alimentare destinate consumatorilor, dar acest aspect ar trebui să fie inclus și în Agenda pentru protecția consumatorilor, deoarece alimentele sunt esențiale pentru consumatori.

Etichetarea nu este suficientă pentru a combate obezitatea, pesticidele și alte substanțe chimice periculoase. Trebuie să interzicem și să limităm mult mai multe substanțe pe piață, cum ar fi acizii grași trans de sinteză, care sunt folosiți în cele mai multe alimente transformate, contribuie la bolile cardiovasculare și generează costuri enorme pentru sistemele noastre de asistență medicală.

În ceea ce privește alimentele, sănătatea și siguranța, noua Agendă pentru protecția consumatorilor trebuie să abordeze, de asemenea, amenințarea pe care o reprezintă bacteriile rezistente la antibiotice. Dacă nu luăm măsuri acum, ele vor cauza probleme majore de sănătate și cheltuieli pentru sistemul de asistență medicală. Agenda pentru protecția

consumatorilor trebuie să soluționeze această amenințare semnificativă începând să elimine treptat utilizarea pe scară largă și fără motive medicale a antibioticelor în industria cărnii, care pune atât de mari probleme pentru sănătatea publică.

Tot în cadrul Agendei pentru protecția consumatorilor, Comisia trebuie să ia măsuri concrete pentru a reduce expunerea consumatorilor și a mediului la substanțe chimice periculoase. Consumatorii sunt expuși zilnic la amestecuri de substanțe chimice despre care se știe că provoacă cancer și afectează sistemul hormonal, cum ar fi parabonii, care sunt utilizați drept conservanți în aproape toate produsele cosmetice, cremele și șampoanele. Deoarece produsele de consum conțin substanțe chimice atât de periculoase utilizate pe scară largă, etichetarea nu este suficientă. Comisia ar trebui să se asigure că riscurile prezentate de parabeni pentru sănătate fac obiectul unor cercetări mai ample. Ar trebui să se acorde mai multă atenție și exemplului Danemarcei, unde a fost interzisă utilizarea parabenilor în produsele destinate copiilor mici.

Sistemul de notificare RAPEX trebuie să devină mai transparent și eficace, astfel încât autoritățile legislative să ia cunoștință de riscurile generate de anumite produse de consum. Normele privind siguranța generală a produselor trebuie consolidate și aplicate strict și trebuie elaborate sau îmbunătățite normele specifice referitoare la produsele periculoase. Nanotehnologia trebuie reglementată în mod adecvat, iar produsele care conțin nanomateriale trebuie să fie etichetate. În anumite cazuri este necesar, de asemenea, ca siguranța jucăriilor să fie testată de terți independenți.

Copiii și publicitatea

Copiii aparțin uneia dintre cele mai vulnerabile grupe de consumatori. Deși nu sunt „consumatori” la fel ca adulții, pentru că nu pot să aleagă în cunoștință de cauză, copiii sunt expuși unei publicități intense. Această problemă trebuie să fie abordată de Agenda pentru protecția consumatorilor.

Sunt necesare măsuri urgente în special pentru a proteja copiii de publicitatea la alimente nesănătoase. 177 de milioane de copii din lume suferă de obezitate, unul dintre motive fiind, conform organizațiilor consumatorilor, volumul masiv de publicitate la care sunt expuși copiii.

Uniunea Europeană trebuie să soluționeze această problemă și să protejeze copiii în cadrul Agendei pentru protecția consumatorilor. În Suedia există încă din 1991 o astfel de măsură care interzice publicitatea televizată și directă care vizează copiii sub 12 ani. Copiii sunt copii, nu consumatori. Prin urmare, una dintre principalele priorități ale Agendei pentru protecția consumatorilor ar trebui să constea în includerea perspectivei copiilor. Agenda ar trebui să propună, de asemenea, interzicerea publicității televizate și directe care vizează copiii sub 12 ani.

Mediul digital

Promovarea intereselor „consumatorului digital” constituie o mare provocare pentru viitorul

politicii de protecție a consumatorilor. Acest domeniu prezintă câteva provocări semnificative, cum ar fi asigurarea unui mediu digital sigur pentru consumatori, garantarea accesului la rețelele de telecomunicații, ca mijloc de incluziune socială și economică și respectarea drepturilor fundamentale ale consumatorului, în special protejarea datelor personale. În plus, trebuie asigurată concurența pe piața telecomunicațiilor din UE, pentru a oferi consumatorilor o gamă largă de opțiuni și calitate.

Punere în aplicare și mecanisme de reparație

Acțiunile colective în despăgubire și mecanismele alternative de soluționare a litigiilor constituie elemente majore pentru o strategie solidă în domeniul protecției consumatorilor. Salutăm faptul că mecanismele alternative de soluționare a litigiilor se numără printre prioritățile Actului privind piața unică. Cu toate acestea, soluțiile alternative nu funcționează în absența sistemelor pentru care reprezintă o alternativă. Prin urmare, solicităm Comisiei să prezinte rapid o propunere legislativă de instituire a unui instrument judiciar prin care să se asigure că acțiunile colective în despăgubire sunt posibile pentru consumatorii din întreaga UE. Această lipsă marcantă din trusa de instrumente de care consumatorii dispun pentru a-și exercita drepturile trebuie corectată acum.

În fine, importanța unei reprezentări puternice a intereselor consumatorilor este o parte crucială a unei societăți civile solide. O astfel de reprezentare trebuie să fie posibilă și să fie promovată, nu doar la nivelul UE, ci și la nivel național, în toate statele membre. La mulți ani de la aderarea la UE, în multe dintre statele membre consumatorii nu beneficiază de o astfel de reprezentare, și în aceste țări sunt indispensabile măsuri de consolidare a mișcării consumatorilor.

12.10.2011

AVIZ AL COMISIEI PENTRU AFACERI ECONOMICE ȘI MONETARE

destinat Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor

referitor la o nouă strategie pentru politica de protecție a consumatorilor
(2011/2149(INI))

Raportor pentru aviz: Alfredo Pallone

SUGESTII

Comisia pentru afaceri economice și monetare recomandă Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor, competentă în fond, includerea următoarelor sugestii în propunerea de rezoluție ce urmează a fi adoptată:

1. observă că printre beneficiarii vizați de politica din domeniul concurenței și de reglementările privind serviciile financiare se numără și consumatorii; subliniază necesitatea de a ține seama de nevoile speciale ale consumatorilor vulnerabili; reamintește că criza economică a generat dificultăți deosebite pentru consumatori;
2. salută adoptarea unei abordări strategice în privința politicii de protecție a consumatorilor, pe baza experienței dobândite în cazul strategiei 2007-2013; subliniază că în cadrul Strategiei Europa 2020 ar trebui să existe o legătură mai bună între politica de protecție a consumatorilor și obiectivele sociale și de mediu;
3. sprijină activitatea Comisiei în domeniul economiei comportamentale, considerând-o esențială pentru a asigura eficacitatea practică a măsurilor de protecție a consumatorilor;
4. remarcă nemulțumirea consumatorilor referitoare la modul de funcționare a serviciilor financiare cauzată, printre altele, de consilierea necorespunzătoare și de faptul că, potrivit Tabloului de bord al piețelor de consum, majoritatea consumatorilor nu își cunosc drepturile în domeniul serviciilor financiare, iar mai mult de 98% nu sunt în măsură să aleagă cea mai potrivită opțiune de investiție, costul estimat fiind de 0,4% din PIB-ul UE;
5. subliniază că publicarea informațiilor este necesară și importantă în toate sectoarele serviciilor financiare destinate consumatorilor, dar solicită ca în strategie să se recunoască faptul că această măsură nu este suficientă ca atare pentru a crea piețe competitive în care consumatorii să poată lua cele mai bune decizii în interesul lor; observă că, pentru ca

publicarea să fie mai eficientă, este important ca informațiile să fie oferite în limbile oficiale regionale și ale UE;

6. subliniază, în acest context, că este important să existe piețe transparente și sigure, să se îmbunătățească standardele profesionale și să se evite conflictele de interese în cadrul prestării serviciilor financiare către consumatori, precum și rolul crucial al educației financiare;
7. solicită, având în vedere natura, complexitatea și scara impactului serviciilor financiare asupra consumatorilor, ca strategia să se bazeze pe ipoteza că noua legislație trebuie să fie specifică sectorului și că serviciile financiare nu trebuie grupate cu alte sectoare, în cazul cărora nevoile și comportamentul consumatorilor sunt diferite, precum și pe ipoteza că nivelul protecției trebuie să fie cel puțin la fel de ridicat ca în alte sectoare;
8. solicită Comisiei să ia măsuri în vederea adoptării unei Carte europene a drepturilor consumatorilor în domeniul serviciilor financiare care să cuprindă și să simplifice drepturile deja existente, să includă bunele practici ale statelor membre, să clarifice responsabilitatea prestatorilor de servicii financiare și să prevadă informarea promptă corespunzătoare a consumatorilor și un nivel ridicat de protecție a consumatorilor în toate sectoarele serviciilor financiare destinate acestora;
9. subliniază importanța accesului la educație financiară și la consiliere în acest domeniu și solicită o mai bună reglementare a activității de consiliere;
10. atrage atenția asupra faptului că noile autorități europene de supraveghere (AES) au competențe și responsabilități explicite referitoare la protecția consumatorilor în domeniul serviciilor financiare și se așteaptă ca strategia să le reflecte și să consolideze capacitatea AES de protecție a consumatorilor, pe baza bunelor practici existente ale autorităților naționale și cu participarea părților interesate, îndeosebi a reprezentanților consumatorilor;
11. subliniază că, pentru a atinge un nivel ridicat de protecție a consumatorilor în domeniul serviciilor financiare, este necesar să se asigure supravegherea eficace și transparența instituțiilor financiare;
12. solicită să se stabilească legături explicite între strategie și programul politicii din domeniul concurenței și să se ia măsuri comune în acest scop, astfel încât consumatorii să poată beneficia de servicii mai bine adaptate nevoilor lor și prestate în condiții mai bune;
13. subliniază importanța evaluării impactului liberalizării asupra satisfacției consumatorilor și solicită în acest context să se evalueze funcționarea pieței energiei;
14. solicită să se asigure o protecție mai bună a consumatorilor în cazul tranzacțiilor transfrontaliere, în special în ceea ce privește produsele și serviciile online, precum și adoptarea unor măsuri care să garanteze că faptul că locuiesc într-un alt stat membru nu împiedică accesul consumatorilor la produsele și serviciile online;
15. subliniază că datele cu caracter personal ale consumatorilor, cum ar fi cele din bazele de date constituite în scopul trimiterii de mesaje publicitare cu o orientare precisă, au o valoare economică substanțială, de care consumatorii nu sunt aproape deloc conștienți;

solicită Comisiei să se asigure că există un nivel suficient de concurență pe piață în cazul publicității online și al motoarelor de căutare;

16. solicită garantarea unui nivel ridicat de protecție a consumatorilor pe tot teritoriul UE pentru a permite consolidarea în continuare a pieței interne a serviciilor financiare și a combata practicile protecționiste;
17. reamintește efectele benefice multiple pentru consumatorii europeni, cum ar fi prețurile scăzute și o gamă mai largă de produse și servicii, care ar fi generate cu ajutorul unei piețe interne complet integrate;
18. solicită instituirea unor mecanisme de despăgubire accesibile și eficiente pentru consumatorii europeni, acestea fiind esențiale pentru eliminarea barierelor din cadrul pieței interne, în special în cazul comerțului electronic; solicită, de asemenea, Comisiei să prezinte una sau mai multe propuneri în cadrul procedurii legislative ordinare pentru a asigura implicarea corespunzătoare a Parlamentului;
19. invită Comisia să asigure o mai bună coordonare între politicile sale de protecție a consumatorilor;
20. invită Comisia și statele membre să intensifice cooperarea internațională și schimbul de informații cu țările din afara UE în domeniul protecției consumatorilor;
21. subliniază necesitatea de a sprijini incluziunea financiară, de exemplu prin asigurarea diversității produselor și interzicerea deciziilor arbitrare și a discriminării, sporirea nivelului de educație financiară a consumatorilor, informarea acestora cu privire la drepturile de care se bucură și asigurarea accesului lor la mediul digital și la servicii bancare de bază reglementate în mod corespunzător;
22. solicită Comisiei să analizeze obstacolele rămase în calea mobilității consumatorilor legate de schimbarea băncii și să găsească soluții pentru eliminarea lor, cum ar fi constituirea unui mecanism de transferabilitate a numerelor de conturi bancare la nivelul UE;
23. remarcă importanța pentru consumatorii cu acces la conturi bancare a comisioanelor bancare transparente, a timpilor de tranzacționare mai mici și a procedurilor mai ușoare de transferare a conturilor bancare;
24. constată că circa 30 de milioane de europeni nu au acces la servicii bancare de bază și solicită Comisiei să prezinte o propunere pe această temă, așa cum a anunțat în Actul privind piața unică și în programul său de lucru pentru 2011;
25. subliniază importanța transpunerii, a aplicării și a asigurării respectării prompte și integrale a legislației UE și naționale în vigoare, inclusiv a Directivei privind drepturile consumatorilor;
26. salută activitatea în curs de desfășurare de dezvoltare a unui sistem european de soluționare alternativă a litigiilor, utilizând sistemele naționale și comerciale existente pentru a combina un nivel ridicat de protecție a consumatorilor cu condiții comerciale

echitabile pentru întreprinzători;

27. solicită Comisiei să țină cont de bunele practici ale statelor membre, cum ar fi modelul nordic de mediator, și să analizeze posibilitatea de a conferi rețelei centrelor europene ale consumatorilor autoritate juridică în domeniul soluționării litigiilor consumatorilor;
28. consideră că un asemenea sistem va consolida piața unică și va asigura consumatorilor un sistem echitabil de despăgubire în cadrul litigiilor transfrontaliere, consolidând încrederea dintre consumatori și sectorul financiar și evitând litigiile costisitoare atât pentru sectorul în cauză, cât și pentru consumatori.

REZULTATUL VOTULUI FINAL ÎN COMISIE

Data adoptării	11.10.2011
Rezultatul votului final	+: 36 -: 2 0: 0
Membri titulari prezenți la votul final	Burkhard Balz, Sharon Bowles, Udo Bullmann, Pascal Canfin, Nikolaos Chountis, George Sabin Cutaș, Leonardo Domenici, Diogo Feio, Elisa Ferreira, Ildikó Gáll-Pelcz, Jean-Paul Gauzès, Sven Giegold, Sylvie Goulard, Othmar Karas, Jürgen Klute, Rodi Kratsa-Tsagaropoulou, Werner Langen, Astrid Lulling, Arlene McCarthy, Ivari Padar, Alfredo Pallone, Anni Podimata, Antolín Sánchez Presedo, Olle Schmidt, Edward Scicluna, Peter Simon, Theodor Dumitru Stolojan, Ivo Strejček, Kay Swinburne, Marianne Thyssen, Ramon Tremosa i Balcells, Corien Wortmann-Kool
Membri supleanți prezenți la votul final	Elena Băsescu, Sari Essayah, Ashley Fox, Sophia in 't Veld, Olle Ludvigsson, Thomas Mann, Sirpa Pietikäinen, Gianni Pittella

REZULTATUL VOTULUI FINAL ÎN COMISIE

Data adoptării	17.10.2011
Rezultatul votului final	+ : 23 - : 0 0 : 10
Membri titulari prezenți la votul final	Cristian Silviu Bușoi, Lara Comi, Anna Maria Corazza Bildt, António Fernando Correia De Campos, Jürgen Creutzmann, Cornelis de Jong, Christian Engström, Evelyne Gebhardt, Malcolm Harbour, Iliana Ivanova, Sandra Kalniete, Kurt Lechner, Hans-Peter Mayer, Gianni Pittella, Mitro Repo, Robert Rochefort, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Barbara Weiler
Membri supleanți prezenți la votul final	Ashley Fox, Anna Hedh, Liem Hoang Ngoc, María Irigoyen Pérez, Othmar Karas, Constance Le Grip, Emma McClarkin, Antonia Parvanova, Konstantinos Poupakis, Olga Sehnalová, Kyriacos Triantaphyllides, Anja Weisgerber