

Dinsdag, 13 januari 2009

17. apeluje do przedstawicieli społeczeństwa europejskiego o aktywne włączanie się w dialog obywatelski oraz w opracowywanie programów i europejskich strategii politycznych, co pozwoli wpływać na procesy decyzyjne;
18. zachęca obywateli UE do szerszego udziału w debatach i dyskusjach europejskich, a także do uczestnictwa w nadchodzących wyborach do Parlamentu Europejskiego;
19. zwraca uwagę, iż prowadzenie dialogu z obywatelami na wszystkich szczeblach: europejskim, krajowym, regionalnym i lokalnym wymaga odpowiednich środków finansowych i zwraca się do podmiotów zainteresowanych i odpowiedzialnych za jego organizację o zapewnienie stosownego wsparcia finansowego;
20. podkreśla, że poza dialogiem ze społeczeństwem obywatelskim potrzebny jest również otwarty, przejrzysty i systematyczny dialog prowadzony przez Unię z Kościołami i wspólnotami wyznaniowymi, zgodnie z postanowieniami traktatu lizbońskiego;
21. zaleca instytucjom unijnym, żeby wspólnie udostępniały informacje o reprezentatywności i dziedzinach działalności organizacji społeczeństwa obywatelskiego w Europie, np. poprzez publiczną i przyjazną użytkownikom bazę danych;
22. zwraca się do Komisji o przedstawienie nowego wniosku dotyczącego stowarzyszeń europejskich, żeby europejskie organizacje społeczeństwa obywatelskiego miały oparcie we wspólnej podstawie prawnej;
23. zobowiązuje swojego Przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji parlamentom państw członkowskich, Radzie, Komisji oraz Europejskiemu Komitetowi Ekonomiczno-Społecznemu i Komitetowi Regionów.

Transpozycja, wykonanie i egzekwowanie dyrektywy 2005/29/WE dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych na rynku wewnętrznym oraz dyrektywy 2006/114/WE dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej

P6_TA(2009)0008

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 13 stycznia 2009 r. w sprawie transpozycji, wdrażania i egzekwowania dyrektywy 2005/29/WE dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz dyrektywy 2006/114/WE dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej (2008/2114(INI))

(2010/C 46 E/04)

Parlament Europejski,

- uwzględniając Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską, a w szczególności jego postanowienia dotyczące ustanowienia rynku wewnętrznego i zagwarantowania przedsiębiorstwom swobody świadczenia usług w innych państwach członkowskich,
- uwzględniając dyrektywę 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym ⁽¹⁾ („dyrektywa dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych”),
- uwzględniając dyrektywę 2006/114/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej ⁽²⁾,

⁽¹⁾ Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22.

⁽²⁾ Dz.U. L 376 z 27.12.2006, s. 21.

Dinsdag, 13 januari 2009

- uwzględniając dyrektywę 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r. zmieniającą dyrektywę 84/450/EWG dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd w celu włączenia do niej reklamy porównawczej ⁽¹⁾,
 - uwzględniając dyrektywę Rady 84/450/EWG z dnia 10 września 1984 r. w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących reklamy wprowadzającej w błąd ⁽²⁾,
 - uwzględniając rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 października 2004 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów („rozporządzenie w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów”) ⁽³⁾,
 - uwzględniając dyrektywę 98/27/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 maja 1998 r. w sprawie nakazów zaprzestania szkodliwych praktyk w celu ochrony interesów konsumentów ⁽⁴⁾ oraz sprawozdanie Komisji z dnia 18 listopada 2008 r. dotyczące stosowania niniejszej dyrektywy (COM(2008)0756),
 - uwzględniając zieloną księgę Komisji z dnia 27 listopada 2008 r. w sprawie dochodzenia zbiorowych roszczeń konsumentów (COM(2008)0794),
 - uwzględniając komunikat Komisji z dnia 13 marca 2007 r. dotyczący strategii polityki konsumenckiej UE na lata 2007-2013 (COM(2007)0099),
 - uwzględniając otrzymanych przez Komisję Petycji ponad 400 petycji w sprawie nieuczciwych przedsiębiorstw oferujących wpisy do katalogów z 24 państw członkowskich i 19 krajów trzecich,
 - uwzględniając swoją rezolucję z dnia 16 grudnia 2008 r. w sprawie nieuczciwych przedsiębiorstw oferujących wpisy do katalogów biznesowych ⁽⁵⁾,
 - uwzględniając Porozumienie międzyinstytucjonalne w sprawie lepszego stanowienia prawa ⁽⁶⁾,
 - uwzględniając art. 45 Regulaminu,
 - uwzględniając sprawozdanie Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów oraz opinię Komisji Petycji (A6-0514/2008),
- A. mając na uwadze, że przygotowana przez Komisję strategia polityki konsumenckiej UE na lata 2007-2013 ma na celu „lepsze monitorowanie rynków konsumenckich oraz krajowych polityk konsumenckich” oraz osiągnięcie „terminowej i jednolitej transpozycji dyrektywy w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych” w szczególności,
- B. mając na uwadze, że dyrektywa dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych odzwierciedla nowe podejście w dziedzinie prawa konsumenckiego UE przewidując najwyższy stopień harmonizacji w zakresie ochrony konsumentów przeciwko nieuczciwym praktykom handlowym,
- C. mając na uwadze, że dyrektywa dotycząca reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej kodyfikuje postanowienia dyrektywy 84/450/EWG, a w szczególności poprawki wprowadzone do niej dyrektywą 97/55/WE, a także ogranicza jej zastosowanie do transakcji między przedsiębiorstwami,

⁽¹⁾ Dz.U. L 290 z 23.10.1997, s. 18.

⁽²⁾ Dz.U. L 250 z 19.9.1984, s. 17.

⁽³⁾ Dz.U. L 364 z 9.12.2004, s. 1.

⁽⁴⁾ Dz.U. L 166 z 11.6.1998, s. 51.

⁽⁵⁾ Teksty przyjęte, P6_TA(2008)0608.

⁽⁶⁾ Dz.U. C 321 z 31.12.2003, s. 1.

Dinsdag, 13 januari 2009

- D. mając na uwadze, że dyrektywa dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych dotyczy jedynie transakcji pomiędzy przedsiębiorstwami i konsumentami i nie obejmuje wszystkich praktyk handlowych, lecz jedynie te, które można uznać za nieuczciwe; mając na uwadze, że obejmuje ona praktyki handlowe, które mogą przynieść szkodę gospodarczą konsumentom i jej ramy prawne nie wymagają dostosowania praw krajowych w zakresie ochrony przedsiębiorstw przed nieuczciwymi praktykami handlowymi innych przedsiębiorstw,
- E. mając na uwadze, że trzy państwa członkowskie, a mianowicie Niemcy, Hiszpania i Luksemburg, nie poinformowały Komisji o środkach podjętych z myślą o transpozycji dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych; mając na uwadze, że do Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich wpłynęły trzy sprawy dotyczące wydania orzeczenia wstępnego w odniesieniu do zgodności środków krajowych z dyrektywą dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych; mając na uwadze, że Komisja doszła do wniosku, iż w niektórych państwach członkowskich transpozycja przeprowadzona została w sposób niedostateczny,
- F. mając na uwadze, że dyrektywa dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych i dyrektywa dotycząca reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej pozostawiają państwom członkowskim znaczną swobodę w zakresie działań naprawczych i kar związanych z niedotrzymaniem wynikających z nich zobowiązań,
- G. mając na uwadze brak skutecznych prawnych środków naprawczych w przypadku naruszenia dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych, a także wykazane nieegzekwowanie przestrzegania tej dyrektywy m.in. przez przedsiębiorstwa, które oferują wpisy do katalogów stosując wprowadzające w błąd praktyki,

Wprowadzenie

1. podkreśla znaczenie dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych i dyrektywy dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej dla zwiększenia zaufania konsumentów i handlowców do transgranicznych transakcji oraz dla zapewnienia przedsiębiorstwom większej pewności prawnej, jeśli chodzi o dopuszczalność różnych praktyk handlowych i reklamowych na rynku wewnętrznym;
2. zwraca uwagę na przełomowy charakter dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych w dziedzinie prawa konsumenckiego UE oraz na fakt, że jej transpozycja, wdrażanie i egzekwowanie będą podstawą przyszłego rozwoju prawa konsumenckiego UE oraz pełnego rozwoju możliwości rynku wewnętrznego, rozwoju transgranicznego handlu i handlu elektronicznego;
3. jest głęboko przekonany, że właściwa transpozycja, wdrażanie i egzekwowanie dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych i dyrektywy dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej są istotne dla osiągnięcia celów tych dyrektyw, w szczególności ze względu na różnice między systemami egzekwowania prawa i sposobami wdrażania przepisów w poszczególnych państwach członkowskich, ze względu na złożony charakter niektórych pojęć prawnych zawartych we wspomnianych dyrektywach, wielorakie i kompleksowe istniejące przepisy krajowe dotyczące nieuczciwych praktyk handlowych i reklamowych oraz szeroki zakres zastosowania tych dyrektyw;
4. zgodnie z punktem 8 preambuły dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wzywa Komisję do rozpatrzenia potrzeby ochrony małych i średnich przedsiębiorstw przed agresywnymi praktykami handlowymi oraz, jeśli zajdzie taka potrzeba, do podjęcia odpowiednich kroków;

Dinsdag, 13 januari 2009

Kodyfikacja i transpozycja

5. z zadowoleniem przyjmuje starania Komisji w zakresie pomocy państwom członkowskim w transpozycji dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych i dyrektywy dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej;
6. zauważa, że art. 3a ust. 2 dyrektywy 84/450/EWG zmienionej dyrektywą 97/55/WE, w którym mowa o „reklamie porównawczej związanej z ofertą specjalną”, został usunięty i nie pojawił się ani w dyrektywie dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych ani w dyrektywie dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej; wyraża ubolewanie, że usunięcie tego artykułu spowodowało chaos w odniesieniu do transakcji między przedsiębiorstwami a konsumentami, co objawiło się w szczególności poprzez różne traktowanie przez państwa członkowskie kwestii zachowania w krajowym prawodawstwie - po przyjęciu dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych - istniejących przepisów wdrażających art. 3a ust. 2 dyrektywy 84/450/EWG zmienionej dyrektywą 97/55/WE; wzywa państwa członkowskie, by z pomocą Komisji przeanalizowały tę kwestię i podjęły ewentualne dalsze działania;
7. jest zdania, że Komisja powinna albo złożyć wniosek w sprawie zmiany dyrektywy dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej w celu uwzględnienia tzw. czarnej listy praktyk, które w każdym przypadku należy uznać za wprowadzające w błąd, albo rozszerzyć zakres dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych, tak by objąć nią umowy między przedsiębiorstwami ze szczególnym uwzględnieniem punktu 21 załącznika I do tej dyrektywy; zwraca się do Komisji o sporządzenie sprawozdania dotyczącego podjętych działań do grudnia 2009 r.;
8. zauważa, że szereg państw członkowskich transponując i wdrażając dyrektywę dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych podzieliło na części tzw. czarną listę zawartą w załączniku I do tej dyrektywy; uważa, że rozdzielenie elementów tzw. czarnej listy między różne akty prawne państw członkowskich wprowadza przedsiębiorstwa w błąd i może prowadzić do nieprawidłowości w stosowaniu dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych; zwraca się do Komisji o współpracę z państwami członkowskimi przy dostosowywaniu ich ustawodawstwa krajowego, tak aby tzw. czarna lista była widoczna i przydatna dla konsumentów w jak najpełniejszym zakresie;
9. nawołuje państwa członkowskie do kontroli swoich systemów prawnych, tak by uniknąć ewentualnego pokrywania się przepisów przyjętych w ramach transpozycji dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych i dyrektywy dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej oraz już istniejących przepisów krajowych, a tym samym zapewnić konsumentom i przedsiębiorstwom większą przejrzystość procesu transpozycji;
10. zwraca się do państw członkowskich o skoncentrowanie wysiłków na odpowiednim transponowaniu, wdrażaniu i egzekwowaniu dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych i dyrektywy dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej oraz o zapewnienie przestrzegania wszystkich istotnych orzeczeń sądów krajowych i Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości;
11. uważa, że w transgranicznych transakcjach konsumentom i przedsiębiorcom przeszkadza nieprawidłowa lub opóźniona transpozycja dyrektyw przez państwa członkowskie;

Wdrażanie i egzekwowanie

12. zauważa, że niektóre państwa członkowskie przewidują, iż egzekwowaniem przepisów przyjętych w ramach wdrażania dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych mogą zajmować się jedynie określone organy regulacyjne oraz że konsumenci nie dysponują prawem do bezpośredniego odwołania, a zatem nie mogą występować o odszkodowanie za straty poniesione w wyniku nieuczciwych praktyk handlowych; wzywa państwa członkowskie, które jeszcze tego nie zrobiły, do rozważenia konieczności przyznania konsumentom prawa do bezpośredniego odwołania się w celu zapewnienia wystarczającej ochrony przed nieuczciwymi praktykami handlowymi;
13. z zadowoleniem przyjmuje mechanizm systematycznej kontroli UE nad praktykami stosowanymi przez linie i lotnice i firmy oferujące dzwonki do telefonów komórkowych (z ang. EU Sweep) jako pierwszy krok w kierunku lepszego nadzoru nad wdrażaniem i egzekwowaniem prawodawstwa dotyczącego rynku wewnętrznego; podkreśla potrzebę poszerzonych i regularnych kontroli w tym zakresie; wzywa Komisję, by w ramach współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów zbierała podobne dane w sprawie wdrażania prawodawstwa dotyczącego rynku wewnętrznego w innych kluczowych sektorach tego rynku;

Dinsdag, 13 januari 2009

14. zachęca Komisję, by opracowała skuteczniejsze narzędzia nadzoru nad wdrażaniem prawodawstwa, takie jak mechanizmy kontroli (z ang. EU Sweeps), tak aby usprawnić egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów; wzywa Komisję do rozpatrzenia możliwości włączenia mechanizmów kontroli (z ang. EU Sweeps) do mechanizmów nadzoru tablicy wyników dla rynków konsumenckich;

15. wzywa państwa członkowskie do pełnej współpracy z Komisją przy wdrażaniu mechanizmów kontroli Komisji;

16. podkreśla, że odpowiednia kontrola rynku dóbr konsumenckich wymaga uzasadnionych, dokładnych i dostarczonych na czas danych i informacji; zauważa kluczową rolę przedsiębiorstw i organizacji konsumenckich w dostarczaniu tych danych;

17. podkreśla znaczenie transgranicznego wdrażania dla funkcjonowania rynku wewnętrznego; zwraca się do Komisji o rozwijanie wykorzystania sieci ochrony konsumentów, tak aby poprawić transgraniczne egzekwowanie prawa; podkreśla potrzebę dalszego podnoszenia świadomości na temat Sieci Europejskich Centrów Konsumenckich;

18. wzywa państwa członkowskie, by z myślą o transgranicznym wdrażaniu prawa oddelegowały odpowiednią liczbę pracowników i przeznaczyły odpowiednie środki finansowe;

19. wzywa państwa członkowskie i krajowe organy wymiaru sprawiedliwości do intensyfikacji transgranicznej współpracy w odniesieniu do wprowadzających w błąd usług w zakresie baz danych;

20. z zadowoleniem przyjmuje inicjatywę Komisji polegającą na utworzeniu publicznie dostępnej bazy danych obejmującej środki krajowe podjęte w ramach transpozycji dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych, odnośne orzeczenia sądowe i inne istotne materiały; wzywa Komisję do włączenia do tej bazy danych sprawozdań kontrolnych ekspertów, które, na podstawie przypadków udokumentowanych w bazie danych, formułują konkretne zalecenia działań mających na celu poprawę stanu egzekwowania prawa; wzywa Komisję ponadto do wykorzystania tej bazy danych do utworzenia strony internetowej będącej „jednym punktem dostępu”, dzięki któremu zarówno przedsiębiorstwa, jak i konsumenci, będą mogli uzyskać informacje w sprawie prawodawstwa obowiązującego w państwach członkowskich;

21. wzywa Komisję i państwa członkowskie do organizowania kampanii informacyjnych dla zwiększenia świadomości konsumentów na temat ich praw, zapewniając im większą ochronę przed nieuczciwymi praktykami handlowymi i wprowadzającą w błąd reklamą porównawczą;

22. zauważa, że monitorowanie transpozycji, wdrażania i egzekwowania wymaga dużego nakładu środków; uważa zatem, że z myślą o skuteczniejszym nadzorowaniu wdrażania prawa Komisji należy zapewnić odpowiednie zasoby ludzkie;

23. wzywa państwa członkowskie do sporządzenia odpowiednich wytycznych dla przedsiębiorstw na szczeblu krajowym; jako przykład najlepszej praktyki stawia publikację pt. „Ochrona konsumentów przed nieuczciwą kontrolą handlową: podstawowy podręcznik dla przedsiębiorców” wydany przez Wydział ds. działalności handlowej, przedsiębiorstw i reformy regulacyjnej Wielkiej Brytanii we współpracy z Urzędem ds. uczciwych praktyk handlowych Wielkiej Brytanii;

24. nalega, aby zgodnie z art. 18 dyrektywy w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych Komisja przedstawiła do dnia 12 czerwca 2011 r. obszernie sprawozdanie na temat wdrażania, omawiające również doświadczenia wynikające z dyrektywy dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej;

*
* *

25. zobowiązuje swojego Przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie, Komisji oraz rządóm i parlamentóm państw członkowskich.