

P7_TA(2012)0209

Krepitev pravic ranljivih potrošnikov

Resolucija Evropskega parlamenta z dne 22. maja 2012 o strategiji za krepitev pravic ranljivih potrošnikov (2011/2272(INI))

Evropski parlament,

- ob upoštevanju Direktive 2005/29/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu¹,
- ob upoštevanju Direktive 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/577/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta²,
- ob upoštevanju predloga uredbe Evropskega parlamenta in Sveta o programu varstva potrošnikov 2014–2020 (COM(2011)0707) in spremljajočih dokumentov (SEC(2011)1320 in SEC(2011)1321),
- ob upoštevanju Direktive 2006/114/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju³,
- ob upoštevanju Direktive 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah)⁴,
- ob upoštevanju Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. oktobra 2004 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov (uredba o sodelovanju na področju varstva potrošnikov)⁵,
- ob upoštevanju Direktive Sveta 2004/113/ES z dne 13. decembra 2004 o izvajanju načela enakega obravnavanja moških in žensk pri dostopu do blaga in storitev ter oskrbi z njimi⁶,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 25. oktobra 2011 o mobilnosti in vključevanju invalidov ter Evropski strategiji o invalidnosti 2010–2020⁷,
- ob upoštevanju Listine Evropske unije o temeljnih pravicah, vključene v Pogodbi s členom 6 Pogodbe o Evropski uniji, zlasti njenega člena 7 (spoštovanje zasebnega in družinskega življenja), člena 21 (nediskriminacija), člena 24 (otrokove pravice), člena 25 (pravice starejših), člena 26 (vključevanje invalidov) in člena 38 (varstvo potrošnikov),

¹ UL L 149, 11.6.2005, str. 22.

² UL L 304, 22.11.2011, str. 64.

³ UL L 376, 27.12.2006, str. 21.

⁴ UL L 95, 15.4.2010, str. 1.

⁵ UL L 364, 9.12.2004, str. 1.

⁶ UL L 373, 21.12.2004, str. 37.

⁷ Sprejeta besedila, P7_TA(2011)0453.

- ob upoštevanju člena 12 Pogodbe o delovanju Evropske unije, ki določa, da se pri opredeljevanju in izvajanju drugih politik in dejavnosti Unije upoštevajo zahteve varstva potrošnikov,
- ob upoštevanju člena 9 Pogodbe o delovanju Evropske unije, ki določa, da Unija pri opredeljevanju in izvajanju svojih politik in dejavnosti upošteva zahteve, ki so povezane s spodbujanjem visoke stopnje zaposlenosti, zagotavljanjem ustrezne socialne zaščite, bojem proti socialni izključenosti in visoko stopnjo izobraževanja in usposabljanja ter varovanjem človekovega zdravja,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 15. novembra 2011 o novi strategiji EU za potrošniško politiko¹,
- ob upoštevanju sporočila Komisije z naslovom "Evropa 2020 – strategija za pametno, trajnostno in vključujočo rast" (COM(2010)2020),
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 21. septembra 2010 o dokončnem oblikovanju notranjega trga za elektronsko poslovanje²,
- ob upoštevanju svoje resolucije 15. decembra 2010 o vplivu oglaševanja na vedenje potrošnikov³,
- ob upoštevanju sporočila Komisije z dne 7. julija 2009 Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij o usklajeni metodologiji za klasifikacijo pritožb in poizvedb potrošnikov ter poročanje o njih (COM(2009)0346) in spremljajočega osnutka priporočila Evropske komisije (SEC(2009)0949),
- ob upoštevanju delovnega dokumenta služb Evropske komisije z dne 7. aprila 2011 o krepitevi moči potrošnikov v Evropski uniji (SEC(2011)0469),
- ob upoštevanju sporočila Komisije iz oktobra 2011 o spremljanju rezultatov za potrošnike na enotnem trgu – šesta izdaja pregleda stanja potrošniških trgov (SEC(2011)1271),
- ob upoštevanju sporočila Komisije z dne 11. marca 2011 na temo Potrošniki doma na enotnem trgu, peta izdaja pregleda stanja razmer za potrošnike (SEC(2011)0299),
- ob upoštevanju Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 95/46/ES z dne 24. oktobra 1995 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov⁴,
- ob upoštevanju Direktive 2002/58/ES evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. julija 2002 o obdelavi osebnih podatkov in varstvu zasebnosti na področju elektronskih komunikacij⁵,
- ob upoštevanju Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja

¹ Sprejeta besedila, P7_TA(2011)0491.

² UL C 50 E, 21.2.2012, str. 1.

³ Sprejeta besedila, P7_TA(2010)0484.

⁴ UL L 281, 23.11.1995, str. 31.

⁵ UL L 201, 31.7.2002, str. 37.

na notranjem trgu¹,

- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 9. marca 2010 o varstvu potrošnikov²,
 - ob upoštevanju svoje resolucije z dne 9. marca 2010 o pregledu stanja notranjega trga³,
 - ob upoštevanju svoje resolucije z dne 13. januarja 2009 o prenosu, izvajanju in izvrševanju Direktive 2005/29/ES o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter Direktive 2006/114/ES o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju⁴,
 - ob upoštevanju svoje resolucije z dne 3. septembra 2008 o vplivu trženja in oglaševanja na enakost med ženskami in moškimi⁵,
 - ob upoštevanju posebne raziskave Eurobarometra št. 342 o krepitvi moči potrošnikov,
 - ob upoštevanju analitskega poročila o odnosu podjetij do čezmejnega trgovanja in varstva potrošnikov, ki ga je marca 2010 v Flash Eurobarometru št. 282 objavila Komisija,
 - ob upoštevanju evropskega pristopa k medijski pismenosti v digitalnem okolju,
 - ob upoštevanju navodil Komisije za izvajanje/uporabo direktive o nepoštenih poslovnih praksah (SEC(2009)1666),
 - ob upoštevanju člena 48 Poslovnika,
 - ob upoštevanju poročila Odbora za notranji trg in varstvo potrošnikov (A7-0155/2012),
- A. ker sta spodbujanje pravic potrošnikov in njihovo varstvo temeljni vrednoti pri razvoju ustreznih politik Evropske unije, zlasti pa pri krepitvi enotnega trga in doseganju ciljev strategije Evropa 2020;
- B. ker bi morala biti ambicija v potrošniški politiki EU doseči visoko raven moči in varstva vseh potrošnikov;
- C. ker mora enotni trg zagotavljati visoko raven varstva vseh potrošnikov, predvsem ranljivih, tako da bodo lahko upoštevane njihove posebne potrebe in okrepljene njihove zmožnosti;
- D. ker široko rabljeni pojem ranljivih potrošnikov temelji na konceptu ranljivosti v človekovi naravi, zadeva pa zelo raznovrstno skupino oseb, ki so ranljive zaradi svoje duševne, telesne ali psihološke invalidnosti, starosti, zaupljivosti ali spola, in ker bi moral omenjeni pojem zajemati tudi potrošnike v ranljivem položaju, torej tiste, ki se znajdejo v stanju začasne nemoči zaradi razkoraka med razmerami in značilnostmi posameznika na eni strani ter zunanjega okolja na drugi strani, pri čemer je treba upoštevati merila, kot so izobrazba, socialni in finančni položaj (na primer prezadolženost), dostop do interneta itd.; ker lahko vsak potrošnik nekoč v življenju postane ranljiv – zaradi zunanjih dejavnikov in interakcije teh dejavnikov s trgom ali ker bi težko dostopal in razumel pomembne potrošniške

¹ UL L 178, 17.7.2000, str. 1.

² UL C 349 E, 22.12.2010, str. 1.

³ UL C 349 E, 22.12.2010, str. 25.

⁴ UL C 46 E, 24.2.2010, str. 26.

⁵ UL C 295 E, 4.12.2009, str. 43.

informacije, tako da bi bil potreben posebnega varstva;

Ranljivost in ranljivi potrošnik

1. opozarja, da različne vrste ranljivosti, torej kadar potrošnike varuje zakon ali kadar doživljajo posebno tematsko ali začasno ranljivost, otežujejo enoten pristop in sprejetje obsežnejšega sektorskega instrumenta, tako da morajo zakonodaja in obstoječe politike obravnavati ta problem po posameznih primerih; zato poudarja, da mora evropska zakonodaja obravnavati to vprašanje kot horizontalno nalogo, pri tem pa upoštevati različne potrebe, zmožnosti in okoliščine potrošnikov;
2. poudarja, da morajo države članice sprejeti ustrezne ukrepe, da bi ranljivim potrošnikom zagotovile primerna jamstva;
3. poudarja, da se mora strategija za pravice ranljivih potrošnikov osredotočiti na okrepitev teh pravic in zagotavljanje, da se bodo učinkovito varovale in uveljavljale, obenem pa je treba potrošnikom nuditi tudi vsa potrebna sredstva za to, da bodo lahko sprejemali ustrezne odločitve in odločno ukrepali, ne glede na uporabljeni instrument; meni, da se mora EU osredotočiti na učinkovito varstvo pravic vseh potrošnikov, zato pojem "povprečni potrošnik" ni dovolj prožen, da bi ga prilagodili posebnim primerom, včasih pa celo ne ustreza niti situacijam v resničnem življenju;
4. poudarja, da mora biti strategija za obravnavanje ranljivosti potrošnikov sorazmerna, tako da ne bi omejevala svoboščin in potrošniške izbire;
5. poziva Komisijo in spodbuja države članice, naj nenehno pozorno opazujejo družbena in potrošniška ravnanja in situacije, ki lahko določene skupnosti ali posameznike privedejo v ranljiv položaj – na primer z analizo potrošniških pritožb, in naj ranljivost po možnosti končajo s posebnimi ukrepi, da bi zagotovile zaščito vseh potrošnikov, ne glede na njihove zmožnosti ali življenjsko obdobje;
6. poudarja, da so v različnih državah še vedno razlike med izdelki iste znamke, zaradi česar so potrošniki v nekaterih državah članicah manj zaščiteni; poudarja, da veljavni zakonodajni okvir ne dopušča odprave razlik v kakovosti izdelkov iste znamke v različnih državah članicah, in poziva Komisijo, naj ustrezno dopolni zakonodajo o varstvu potrošnikov;

Ocena sedanjega zakonodajnega okvira

7. ugotavlja, da Direktiva 2005/29/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu sicer uvaja pojem ranljivosti potrošnika, a je osredotočena na "nedopustno vplivanje" na potrošnika, ki še ni dokončno oblikoval svoje odločitve; se zaveda, da je Direktiva 2005/29/ES osredotočena na ranljivost prvenstveno z vidika potrošnikovih ekonomskih interesov;
8. poudarja, da je Direktiva 2011/83/EU o pravicah potrošnikov, ki je najnovejši tovrstni instrument, okrepila zaščito ter zahteve po predpogodbenem in pogodbenem obveščanju, natančneje opredelila pravico do odstopa od pogodbe, če dobavitelj ali prodajalec ne izpolni zakonske obveznosti glede jasnega in razumljivega obveščanja, in postavila zahtevo, da mora biti to obveščanje jasno in razumljivo; meni, da bi morali biti podobni ustrezni in učinkoviti ukrepi sprejeti tudi v sektorjih, ki niso zajeti v Direktivi 2011/83/EU in v katerih

bi utegnilo priti do posebne ranljivosti, na primer v finančnem ali prometnem sektorju;

Krepitev vloge potrošnika: odgovornost potrošnikov za lastno zaščito

9. meni, da krepitev pravic ranljivih potrošnikov ne zajema zgolj napredka v pravnih instrumentih in učinkovitega uveljavljanja teh pravic, temveč tudi krepitev njihove zmožnosti za samostojno sprejemanje najboljših možnih odločitev; pozdravlja in močno podpira prizadevanja Komisije za krepitev vloge potrošnikov z zagotavljanjem zlahka dostopnih in razumljivih informacij ter izobraževanja potrošnikov, saj vsi tovrstni ukrepi prispevajo k učinkovitejšemu in pravičnemu notranjemu trgu; je vseeno zaskrbljen, da ta pristop morda ni dovolj za zaščito ranljivih potrošnikov, saj njihova ranljivost izvira iz težav pri dostopanju do informacij, ki so jim na voljo, ali njihovem ali vrednotenju; poziva Komisijo, naj razvije potrošniško politiko za vse evropske potrošnike in zagotovi, da bodo imeli ranljivi potrošniki dostop do enakega blaga in storitev ter da ne bodo zavedeni;
10. poudarja, da ranljivost mnogih potrošnikov izhaja ravno iz njihove nezadostne odločnosti in razumevanja pridobljenih informacij oziroma razpoložljivih možnosti ali iz nepoznavanja obstoječih sistemov reklamacij in odškodnin, in da so te ovire večje pri čezmejnem trgovanju, prodaji od vrat do vrat, pa tudi elektronskem čezmejnem trgovanju;
11. poziva EU in države članice, naj vložijo več pozornosti in sredstev v kampanje za informiranje in izobraževanje potrošnikov, katerih namen je pravilno obveščanje pravih skupin potrošnikov;
12. zato poziva Komisijo in države članice, naj še bolj spodbujajo in razvijajo že obstoječe pobude (kakršne so Dolceta, ECC-Net in druge), obenem pa zagotovijo skladnost med njimi, da bi izboljšale obveščenost in razgledanost potrošnikov;
13. poudarja, da je v pogodbenih razmerjih pogosto prav potrošnik v najšibkejšem položaju; poziva podjetja, naj spodbujajo in razvijajo samoregulatorne pobude, s katerimi bodo okrepila varstvo pravic ranljivih potrošnikov in jim zagotovila dostop do boljših in jasnejših informacij, ki bodo povečale zmožnosti potrošnikov za razumevanje in oceno pogodb; poziva pristojne nacionalne organe, naj poskrbijo za spodbude na tem področju ter potrebno pravno varstvo za potrošnike;

Obveščanje in predpisi

14. poziva Komisijo in države članice, naj poskrbijo, da bo pri razvoju varnostnih standardov in delovnih pogojev za nekatere proizvode poudarek na zahtevah glede kakovosti in zaščitnih ukrepih in da bo dejansko upoštevana potreba po zagotovitvi ustrezne zaščite za ranljive potrošnike; želi spomniti, da pri predvideni rabi morda niso upoštevana posebna tveganja potrošnikov v ranljivem položaju, zlasti pri dostopu slepih in slabovidnih oseb do proizvodov za vsakodnevno rabo; zato predlaga, da se pri ureditvi varnostnih standardov in pogojev za nekatere proizvode po možnosti upošteva ne samo predvidena, temveč tudi predvidljiva raba; poziva, da bi pri prihodnjem pregledu direktive o splošni varnosti proizvodov osredotočili na te pomisleke;
15. poziva države članice in Komisijo, naj si prizadevajo za dostopnost navodil, namenjenih invalidnim državljanom, med drugim s standardizacijo, naj podjetjem omogočijo dostop do dobre prakse in spodbujajo njeno izvajanje ter naj omogočijo pridobivanje informacij in storitev podjetij v oblikah, ki bodo dostopne vsem državljanom, tudi pri uporabi sredstev

Evropske unije;

16. poziva države članice, naj podpišejo in ratificirajo konvencijo z dne 13. januarja 2000 o mednarodnem varstvu odraslih oseb v mednarodnih okoliščinah – oseb, ki zaradi invalidnosti ali osebne nezmožnosti ne morejo varovati svojih interesov;
17. poziva Komisijo in Svet, naj razmislita o tem, da bi bila krepitev pravic ranljivih potrošnikov osrednja prednostna naloga pri potekajočem pregledu predloga uredbe o programu varstva potrošnikov 2014–2020 in pri bližnji objavi potrošniške politike;
18. poziva Komisijo, naj v delo pregleda stanja potrošniških trgov vključi razsežnost ranljivosti potrošnikov, na primer z razčlenbo podatkov po starosti, ravni izobrazbe ali socio-ekonomskih dejavnikih, da bi pridobila jasnejšo sliko o potrebah te skupine potrošnikov;
19. poziva Komisijo in države članice, naj v skladu z načeli družbene odgovornosti podjetij ponudijo podjetjem spodbude za vzpostavitev sistema za prostovoljno označevanje embalaže industrijskih proizvodov v brajici (na primer vsaj vrsto proizvoda in rok uporabe), da bi olajšali življenje slepim in slabovidnim potrošnikom;
20. države članice in Komisijo tudi poziva, naj spodbujajo raziskave in razvoj univerzalno zasnovanih izdelkov, storitev, opreme in naprav, tako da jih bodo lahko v čim večji meri uporabljali vsi ljudje brez posebnega prilagajanja ali preoblikovanja;

Posebej problematični sektorji

21. opozarja, da je bila na mednarodnih forumih priznana potreba po zaščiti potrošnika z obveščanjem in regulacijo finančnih trgov, katerih zapletenost povzroča, da imajo ranljivi potrošniki lahko še posebne težave in da jih to lahko zavede v prezadolženost; opominja, da je po nedavni raziskavi Komisije kar na 70 % spletnih straneh finančnih institucij in družb najti osnovne napake v oglasih in osnovnih informacijah o ponujenih proizvodih, stroški pa so zavajajoče predstavljeni; poudarja, da bi moral sektor finančnih storitev storiti še več, da bi zagotovil jasne in enostavne razlage o naravi proizvodov in storitev, ki jih zagotavlja, in poziva vse zainteresirane strani, naj oblikujejo učinkovite programe za finančno pismenost;
22. poziva, naj bodo informacije bolj namensko usmerjene in naj se razširjajo po vseh poteh, ne samo po uradnih poteh, marveč tudi prek potrošniških organizacij ter regionalnih, občinskih in lokalnih uradov, ki so bližje, bolj prepoznavni in lažje dostopni manj mobilnim potrošnikom;
23. poudarja, da je potrebno ukrepanje, posebej namenjeno ranljivim potrošnikom, tako na ravni EU kot na ravni držav članic, skladno z ugotovitvami najnovejše raziskave Eurobarometer, ki je pokazala, da se manj kot polovica potrošnikov čuti dobro obveščena in zaščitena; ranljive skupine le stežka razumejo izbiro, ki jim je na voljo, ne poznajo svojih pravic, se srečujejo z več težavami in pri soočenju z njimi ne želijo vedno ukrepati;
24. poudarja, da so otroci in mladi, ki vse bolj trpijo za posledicami premalo gibanja in prekomerne telesne teže, bolj dojemljivi za reklame za živila z visoko vsebnostjo maščob, soli in sladkorjev; pozdravlja samoregulativne spodbude in kodekse ravnanja, ki so jih uvedla podjetja, da bi omejila izpostavljenost otrok in mladine reklamam za živila (kot so pobude v okviru platforme Evropske komisije za ukrepanje glede prehrane, telesne dejavnosti in zdravja), ter poziva vse zainteresirane strani, naj otroke in mladino dejavno

vzgjajajo in obveščajo o pomenu uravnotežene prehrane in aktivnega življenjskega sloga; v zvezi s tem poziva Komisijo, naj opravi poglobljeno analizo, ali so potrebna strožja pravila za reklame, namenjene otrokom in mladini; poziva Komisijo, naj zaščito otrok vključi med glavne prednostne naloge potrošniške politike, pri čemer naj posebno pozornost nameni agresivnemu ali zavajajočemu televizijskemu in spletnemu oglaševanju;

25. poziva Komisijo in države članice, naj povečajo ozaveščenost potrošnikov glede varnosti proizvodov, zlasti v najranljivejših skupinah potrošnikov – pri otrocih in nosečih ženskah;
26. je zaskrbljen zaradi vpliva rutinske uporabe spletnega vedenjskega ciljanja ranljivih potrošnikov in zaradi razvoja vsiljivih praks spletnega oglaševanja, zlasti prek socialnih omrežij; ponovno poziva Komisijo, naj do konca leta 2012 izvede podrobno analizo učinka, ki ga ima zavajajoče in agresivno oglaševanje na ranljive potrošnike, zlasti na otroke in mladostnike;
27. poudarja, da so v oglasih za finančne naložbene produkte pogosto premalo pojasnjena s tem povezana tveganja in preveč poudarjene koristi, do katerih velikokrat niti ne pride, tako da so uporabniki tovrstnih produktov v nevarnosti, da izgubijo kapital; poziva Komisijo, naj uvede strožje standarde za oglaševanje kompleksnih finančnih produktov, namenjenih malim vlagateljem, ki finančnega tveganja mogoče ne razumejo najbolje, vključno z zahtevo po izrecni navedbi celotne izgube, ki jo utegne vlagatelj utrpeti;
28. meni, da agresivno trženje še posebej ogroža otroke in mladostnike; poziva Komisijo, naj izvede podrobno analizo učinka, ki ga ima zavajajoče in agresivno oglaševanje na ranljive potrošnike, zlasti na otroke in mladostnike;
29. poudarja, da so otroci in mladostniki v še posebej ranljivem položaju pri uporabi komunikacijske tehnologije, kot so pametni telefoni in internetne igre; meni, da je treba sprejeti zaščitne ukrepe, da bi v takšnih okoliščinah preprečili prekomerne stroške;
30. poudarja, da se potniki kljub obstoju zakonodaje za to področje pogosto znajdejo v ranljivem položaju, zlasti v primeru odpovedi potovanja ali zamude, ta položaj pa je še slabši, če je potrošnik invalid; poziva Komisijo in države članice, naj sprejmejo potrebne ukrepe za zagotovitev večje obveščenosti in boljšega dostopa do pritožbenih postopkov, na primer glede pravic potnikov in preglednosti cen; poziva Komisijo, naj v načrtovanem pregledu zakonodaje EU o pravicah potnikov upošteva položaj ranljivih potrošnikov, zlasti manj mobilnih oseb in invalidov, in naj preuči ravni, merila in mehanizme za izplačilo odškodnine, pri čemer naj poskrbi, da se ne bodo zniževale že obstoječe ravni;
31. ugotavlja, da digitalizacija storitev lahko pomeni, da bi se mogli potrošniki, ki iz različnih razlogov ne morejo dostopati do interneta ali ga uporabljati, znajti v ranljivem položaju, saj ne morejo v celoti izkoristiti ugodnosti spletnega trgovanja in so zato izključeni s precejšnjega dela notranjega trga, za enake izdelke plačajo več ali so odvisni od tuje pomoči; poziva Evropsko komisijo in države članice, naj okrepijo zaupanje potrošnikov, hkrati pa odpravijo ovire za čezmejno elektronsko trgovanje z razvojem učinkovite politike, ki bo namenila posebno pozornost potrebam ranljivih potrošnikov v vseh ukrepih za odpravo digitalne ločnice; poziva države članice in Komisijo, naj pospešijo izvajanje evropske digitalne agende v korist vseh državljanov in potrošnikov; poudarja, da bi bilo treba še posebej spodbujati prizadevanja vse družbe in podjetij za obveščanje ranljivih potrošnikov, zlasti starejših, in za to, da se jih nauči, kako v celoti izkoristiti prednosti digitalizacije;

32. poudarja, da je liberalizacija glavnih trgov oskrbe povečala konkurenco, kar lahko potrošnikom koristi, če so ustrezno obveščeni, če znajo primerjati cene in zamenjati dobavitelja; poudarja, da je premajhna preglednost na glavnih trgih oskrbe, tudi v sektorju energetike in telekomunikacij, morda prinesla dodatno težavo za potrošnike nasploh, zlasti pa za ranljive potrošnike: kako prepoznati ceno, ki najbolj ustreza njihovim potrebam, zamenjati dobavitelja in razumeti postavke na računu; poziva Komisijo, države članice in podjetja, naj sprejmejo ustrezne ukrepe, da bi potrošnikom na splošno, zlasti ranljivim, zagotovili dostop do jasnih, razumljivih in primerljivih informacij o cenah, pogojih in pravnih sredstvih ter jim omogočili enostavno zamenjavo dobavitelja;
33. poziva Komisijo in države članice, naj zagotovijo, da bo v predlogu direktive o alternativnem reševanju potrošniških sporov in v predlogu uredbe o spletnem reševanju potrošniških sporov, ki je ravno v postopku pregleda, ranljivim potrošnikom omogočen učinkovit dostop do alternativnega reševanja sporov, bodisi brezplačno ali s čim manj stroški; poziva Komisijo, naj razmisli o primernih mehanizmih, s katerimi bi zagotovila, da bodo pri morebitni vzpostavitvi sistema skupinskih tožb na ravni Evropske unije ustrezno upoštevane potrebe ranljivih potrošnikov;
34. poziva Komisijo in države članice, naj sodelujejo pri sprejemanju obsežne in skladne politične in zakonodajne strategije za odpravo ranljivosti, upoštevaje različnost in kompleksnost vseh tovrstnih okoliščin in položajev;

o

o o

35. naroči svojemu predsedniku, naj to resolucijo posreduje Svetu, Komisiji ter vladam in parlamentom držav članic.