

Martedì 22 maggio 2012

19. sottolinea che un approccio coerente impone al Parlamento, prima di approvare qualsiasi proposta legislativa inerente al diritto penale sostanziale, di disporre di un'analisi giuridica della proposta stessa che indichi se tutti i requisiti menzionati nella presente risoluzione sono pienamente rispettati o quali miglioramenti risultano ancora necessari;

20. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio, alla Commissione e ai parlamenti nazionali degli Stati membri nonché al Consiglio d'Europa.

Rafforzamento dei diritti dei consumatori più vulnerabili

P7_TA(2012)0209

Risoluzione del Parlamento europeo del 22 maggio 2012 su una strategia per rafforzare i diritti dei consumatori vulnerabili (2011/2272(INI))

(2013/C 264 E/03)

Il Parlamento europeo,

- vista la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno ⁽¹⁾,
- vista la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, sui diritti dei consumatori, recante modifica della direttiva 93/13/CEE del Consiglio e della direttiva 1999/44/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 85/577/CEE del Consiglio e la direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽²⁾,
- visti la proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo a un programma per la tutela dei consumatori 2014-2020 (COM(2011)0707) e i documenti di accompagnamento (SEC(2011)1320 e SEC(2011)1321),
- vista la direttiva 2006/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, relativa alla pubblicità ingannevole e comparativa ⁽³⁾,
- vista la direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) ⁽⁴⁾,
- visto il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 ottobre 2004, sulla cooperazione tra le autorità nazionali responsabili dell'esecuzione della normativa che tutela i consumatori (regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori) ⁽⁵⁾,
- vista la direttiva 2004/113/CE del Consiglio, del 13 dicembre 2004, che attua il principio della parità di trattamento tra uomini e donne per quanto riguarda l'accesso a beni e servizi e la loro fornitura ⁽⁶⁾,
- vista la sua risoluzione del 25 ottobre 2011 sulla mobilità e l'integrazione delle persone con disabilità e la strategia europea in materia di disabilità 2010-2020 ⁽⁷⁾,

⁽¹⁾ GU L 149 dell'11.6.2005, pag. 22.

⁽²⁾ GU L 304 del 22.11.2011, pag. 64.

⁽³⁾ GU L 376 del 27.12.2006, pag. 21.

⁽⁴⁾ GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1.

⁽⁵⁾ GU L 364 del 9.12.2004, pag. 1.

⁽⁶⁾ GU L 373 del 21.12.2004, pag. 37.

⁽⁷⁾ Testi approvati, P7_TA(2011)0453.

Martedì 22 maggio 2012

- vista la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, così come integrata nei trattati dall'articolo 6 del trattato sull'Unione europea (TUE), in particolare gli articoli 7 (rispetto della vita privata e della vita familiare), 21 (non discriminazione), 24 (diritti dei minori), 25 (diritti degli anziani), 26 (integrazione dei disabili) e 38 (protezione dei consumatori),
- visto l'articolo 12 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE) che prevede che «nella definizione e nell'attuazione di altre politiche o attività dell'Unione sono prese in considerazione le esigenze inerenti alla protezione dei consumatori»,
- visto l'articolo 9 del TFUE che prevede che «nella definizione e nell'attuazione delle sue politiche e azioni, l'Unione tiene conto delle esigenze connesse con la promozione di un elevato livello di occupazione, la garanzia di un'adeguata protezione sociale, la lotta contro l'esclusione sociale e un elevato livello di istruzione, formazione e tutela della salute umana»,
- vista la sua risoluzione del 15 novembre 2011 su una nuova strategia per la politica dei consumatori ⁽¹⁾,
- vista la comunicazione della Commissione al Consiglio europeo intitolata «Europa 2020, una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva» (COM(2010)2020),
- vista la sua risoluzione del 21 settembre 2010 sul completamento del mercato interno per il commercio elettronico ⁽²⁾,
- vista la sua risoluzione del 15 dicembre 2010 sull'impatto della pubblicità sul comportamento del consumatore ⁽³⁾,
- visti la comunicazione della Commissione, del 7 luglio 2009, al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni su una metodologia armonizzata per la classificazione e la notifica dei reclami e delle richieste dei consumatori (COM(2009)0346) e il progetto di raccomandazione della Commissione ad essa allegato (SEC(2009)0949),
- visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione, del 7 aprile 2011, dal titolo «Consumer Empowerment in the EU» (potenziamento delle responsabilità dei consumatori nell'Unione europea) (SEC(2011)0469),
- vista la comunicazione della Commissione, dell'ottobre 2011, dal titolo «Garantire il buon funzionamento dei mercati nell'interesse dei consumatori», sesta edizione del quadro di valutazione dei mercati dei beni al consumo (SEC(2011)1271),
- vista la comunicazione della Commissione, dell'11 marzo 2011, dal titolo «Consumers at home in the single market», quinta edizione del quadro di valutazione delle condizioni dei consumatori (SEC(2011)0299),
- vista la direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 ottobre 1995, relativa alla tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati ⁽⁴⁾,
- vista la direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 luglio 2002, relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche ⁽⁵⁾,
- vista la direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno ⁽⁶⁾,
- vista la sua risoluzione del 9 marzo 2010 sulla protezione dei consumatori ⁽⁷⁾,

⁽¹⁾ Testi approvati, P7_TA(2011)0491.

⁽²⁾ GU C 50 E del 21.2.2012, pag. 1.

⁽³⁾ Testi approvati, P7_TA(2010)0484.

⁽⁴⁾ GU L 281 del 23.11.1995, pag. 31.

⁽⁵⁾ GU L 201 del 31.7.2002, pag. 37.

⁽⁶⁾ GU L 178 del 17.7.2000, pag. 1.

⁽⁷⁾ GU C 349 E del 22.12.2010, pag. 1.

Martedì 22 maggio 2012

- vista la sua risoluzione del 9 marzo 2010 sul quadro di valutazione del mercato interno ⁽¹⁾,
 - vista la sua risoluzione, del 13 gennaio 2009, sul recepimento, attuazione e applicazione della direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno e della direttiva 2006/114/CE concernente la pubblicità ingannevole e comparativa ⁽²⁾,
 - vista la sua risoluzione del 3 settembre 2008 sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini ⁽³⁾,
 - visto l'Eurobarometro speciale n. 342 sul potenziamento delle responsabilità dei consumatori,
 - vista la relazione analitica sugli atteggiamenti verso le vendite transfrontaliere e la protezione dei consumatori, pubblicata dalla Commissione nel marzo 2010 nell'Eurobarometro Flash n. 282,
 - visto l'approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale,
 - visti gli orientamenti della Commissione sull'applicazione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali (SEC(2009)1666),
 - visto l'articolo 48 del suo regolamento,
 - vista la relazione della commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori (A7-0155/2012),
- A. considerando che la promozione dei diritti dei consumatori e la loro tutela rappresentano valori fondamentali per lo sviluppo delle pertinenti politiche dell'Unione europea, in particolare per il potenziamento del mercato unico, e per la realizzazione degli obiettivi della strategia Europa 2020;
- B. considerando che la politica dell'UE a favore dei consumatori dovrebbe ambire a un livello elevato di tutela e di potenziamento delle responsabilità di ogni consumatore;
- C. considerando che il mercato unico deve anche assicurare un elevato livello di protezione di tutti i consumatori, prestando particolare attenzione ai consumatori vulnerabili al fine di tenere conto delle loro necessità specifiche e di rafforzare le loro capacità;
- D. considerando che il concetto largamente utilizzato di consumatori vulnerabili è basato sulla nozione di vulnerabilità in quanto endogena e si riferisce a un insieme eterogeneo composto da persone ritenute tali, su base permanente, per via della loro disabilità mentale, fisica o psicologica, dell'età, della credulità o del genere; che il concetto di consumatore vulnerabile dovrebbe includere anche i consumatori in una situazione di vulnerabilità, ossia coloro che si trovano in uno stato di temporanea impotenza risultante da un divario tra il loro stato e le loro caratteristiche individuali, da un lato, e l'ambiente esterno, dall'altro, tenendo conto di criteri quali l'istruzione, le condizioni sociali ed economiche (ad esempio il sovraindebitamento), l'accesso ad Internet, ecc.; che tutti i consumatori, in un dato momento della loro vita, possono diventare vulnerabili a causa di fattori esterni e delle loro interazioni con il mercato o in ragione delle difficoltà che incontrano ad accedere e comprendere le pertinenti informazioni destinate ai consumatori e, di conseguenza, richiedono un livello speciale di protezione;

Vulnerabilità e consumatori vulnerabili

1. ricorda che la varietà delle situazioni di vulnerabilità, sia quando il consumatore è inserito in un regime di protezione giuridica, sia quando si trova in una situazione di vulnerabilità settoriale o temporanea specifica, ostacola un approccio unitario e l'adozione di uno strumento legislativo globale, creando quindi una situazione in cui la legislazione esistente e le politiche applicate trattano la questione della vulnerabilità caso per caso; sottolinea pertanto che la legislazione europea deve affrontare la questione della vulnerabilità dei consumatori impostandola secondo un approccio orizzontale, tenendo conto delle diverse necessità, capacità e circostanze dei consumatori;

⁽¹⁾ GU C 349 E del 22.12.2010, pag. 25.

⁽²⁾ GU C 46 E del 24.2.2010, pag. 26.

⁽³⁾ GU C 295 E del 4.12.2009, pag. 43.

Martedì 22 maggio 2012

2. rileva che gli Stati membri sono tenuti ad adottare misure adeguate e a fornire garanzie sufficienti per proteggere i consumatori vulnerabili;
3. sottolinea che la strategia per i diritti dei consumatori vulnerabili si deve incentrare sul rafforzamento dei loro diritti, assicurandone l'effettiva salvaguardia e applicazione, oltre a fornire al consumatore tutti i mezzi necessari per garantire che possa prendere le decisioni giuste e farsi valere, indipendentemente dallo strumento impiegato; ritiene che, alla luce del fatto che l'UE deve concentrarsi nel garantire la protezione efficace dei diritti di tutti i consumatori, la nozione di «consumatore medio» manchi della flessibilità necessaria per adattarsi ai casi specifici e talvolta non corrisponda alle situazioni reali;
4. sottolinea che una strategia volta ad affrontare la vulnerabilità dei consumatori deve essere proporzionata, in modo da non limitare le libertà individuali e la scelta dei consumatori;
5. invita la Commissione ed esorta gli Stati membri ad analizzare attentamente e in permanenza i comportamenti sociali e di consumo e le situazioni che possono indurre determinati gruppi o singoli individui a condizioni di vulnerabilità, ad esempio esaminando i reclami dei consumatori, e a porre fine alla vulnerabilità attraverso misure specifiche, se del caso, al fine di tutelare tutti i consumatori, a prescindere dalle loro capacità e dalla fase della vita in cui si trovano;
6. sottolinea che i prodotti della stessa marca presentano ancora delle differenze nei diversi Stati membri e che pertanto i consumatori di taluni paesi sono meno tutelati; sottolinea che l'attuale quadro normativo non consente di eliminare le differenze nella qualità dei prodotti di una determinata marca nei diversi Stati membri e invita la Commissione europea a completare la normativa sulla protezione dei consumatori di conseguenza;

Valutazione del quadro legislativo vigente

7. rileva che la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori nel mercato interno ha introdotto la questione della vulnerabilità dei consumatori incentrandosi sull'«indebito condizionamento» che potrebbe essere esercitato sui consumatori la cui capacità di decidere non sia pienamente sviluppata; osserva che la direttiva 2005/29/CE affronta la questione della vulnerabilità dalla prospettiva degli interessi economici dei consumatori;
8. sottolinea che la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, che rappresenta lo strumento dedicato alla loro tutela di più recente concezione, consolida i requisiti di informativa precontrattuale e contrattuale prevedendo un diritto di recesso rafforzato nel caso in cui il fornitore o il venditore non abbiano ottemperato all'obbligo giuridico di fornire le informazioni pertinenti e richiedendo che esse siano fornite in modo chiaro e comprensibile; ritiene che dovrebbero essere adottate misure adeguate ed efficaci anche in settori non coperti dalla direttiva 2011/83/UE e in cui possa osservarsi una vulnerabilità particolare, quali il settore finanziario e dei trasporti;

Potenziamento delle responsabilità: la responsabilità dei consumatori ai fini della loro tutela

9. ritiene che il rafforzamento dei diritti dei consumatori vulnerabili implichi non solo uno sviluppo del corpus giuridico e una efficace applicazione dei loro diritti, ma anche un rafforzamento della loro capacità di prendere da soli le decisioni migliori; accoglie con favore e sostiene pienamente, di conseguenza, gli sforzi della Commissione volti a promuovere il potenziamento della responsabilità dei consumatori mediante la fornitura di informazioni facilmente accessibili e comprensibili e la loro formazione poiché ogni azione intrapresa in tal senso contribuisce ad una maggiore efficienza ed equità del mercato interno; esprime tuttavia preoccupazione per il fatto che tale approccio potrebbe risultare insufficiente nella tutela del consumatore vulnerabile, dal momento che la sua vulnerabilità può essere dovuta alla difficoltà di accedere alle informazioni messe a disposizione o di valutarle; chiede alla Commissione di elaborare una politica dei consumatori destinata a tutti i consumatori europei e di garantire che i consumatori vulnerabili abbiano accesso agli stessi beni e servizi e non siano indotti in errore;
10. osserva che la vulnerabilità di molti consumatori risiede precisamente nella loro scarsa assertività e nella carente comprensione delle informazioni ricevute o delle opzioni a disposizione, oppure nell'ignoranza dei sistemi esistenti di reclamo e rimborso, e che queste barriere sono maggiori nel caso delle vendite porta a porta e del consumo transfrontaliero, ivi compreso il commercio elettronico transfrontaliero;

Martedì 22 maggio 2012

11. invita l'Unione europea e gli Stati membri ad attribuire maggiore importanza alle campagne di informazione e formazione dei consumatori che veicolino i giusti messaggi ai giusti segmenti di consumatori, e a dedicare investimenti maggiori in tale ambito;

12. chiede pertanto alla Commissione e agli Stati membri di promuovere e sviluppare ulteriormente le iniziative esistenti (quali Dolceta, la rete ECC-Net, ecc.), assicurandone nel contempo la coerenza, onde migliorare l'informazione e la formazione dei consumatori;

13. sottolinea che, nelle relazioni contrattuali, il consumatore rappresenta spesso la parte più debole; chiede alle imprese di promuovere e sviluppare iniziative di autoregolamentazione per rafforzare la tutela dei diritti dei consumatori vulnerabili, garantire loro l'accesso a una informazione migliore e più chiara ed elaborare prassi che migliorino la capacità di tutti i consumatori di comprendere e valutare un contratto; chiede alle autorità nazionali competenti di fornire incentivi in tal senso e di garantire la necessaria tutela giuridica dei consumatori;

Informazione e regolamentazione

14. esorta la Commissione e gli Stati membri a garantire in modo migliore che, in fase di elaborazione delle norme di sicurezza e delle condizioni di funzionamento di taluni prodotti, le norme di qualità e le misure di protezione siano messe in risalto e la necessità di garantire un'adeguata protezione dei consumatori vulnerabili sia effettivamente presa in considerazione; osserva che l'uso previsto può non tenere conto dei rischi specifici cui potrebbero essere esposti i consumatori in condizioni vulnerabili, in particolare per quanto riguarda l'accesso degli ipovedenti ai prodotti di uso corrente; suggerisce pertanto che la regolamentazione delle norme e le condizioni di sicurezza per taluni prodotti contempli, ove possibile, non solo l'uso previsto ma anche l'uso prevedibile; chiede che la futura revisione della direttiva sulla sicurezza generale dei prodotti tenga conto delle suddette preoccupazioni;

15. esorta gli Stati membri e la Commissione a concentrare i loro sforzi nel garantire l'accessibilità delle segnalazioni destinate ai cittadini disabili, anche tramite la standardizzazione, nel mettere a disposizione delle imprese le buone prassi e sollecitarne l'applicazione e nel promuovere la fornitura di informazioni e servizi da parte delle imprese in formati accessibili a tutti i cittadini, anche in caso di utilizzo di risorse provenienti dall'Unione europea;

16. chiede agli Stati membri di firmare e ratificare la convenzione del 13 gennaio 2000 sulla protezione internazionale degli adulti, che si applica alla protezione, nelle situazioni a carattere internazionale, degli adulti che, a causa di un'alterazione o di un'insufficienza delle facoltà personali, non sono in grado di curare i propri interessi;

17. chiede alla Commissione e al Consiglio di considerare il rafforzamento dei diritti dei consumatori vulnerabili come una delle priorità fondamentali nel quadro dell'attuale revisione della proposta di regolamento relativo a un programma per la tutela dei consumatori 2014-2020, nonché dell'imminente pubblicazione dell'agenda dei consumatori;

18. chiede alla Commissione di includere la dimensione della vulnerabilità dei consumatori nelle attività del quadro di valutazione dei consumatori, ad esempio ripartendo i dati in base all'età, al grado d'istruzione o a fattori socioeconomici, per avere una panoramica più chiara delle necessità dei consumatori vulnerabili;

19. chiede alla Commissione e agli Stati membri, conformemente ai principi in materia di responsabilità sociale delle imprese, di incentivare le imprese a introdurre un sistema volontario di etichettatura in formato braille sugli imballaggi dei prodotti industriali (su cui, ad esempio, venga almeno indicata la natura del prodotto e la data di scadenza), in modo da facilitare la vita dei consumatori ipovedenti;

20. chiede analogamente agli Stati membri e alla Commissione di promuovere la ricerca e lo sviluppo di beni, servizi, apparecchiature e impianti a concezione universale, ossia che possano essere utilizzati da tutti, per quanto possibile, senza la necessità di progettazioni o adattamenti speciali;

Martedì 22 maggio 2012

Settori ad elevata problematicità

21. osserva che nelle sedi internazionali è stata riconosciuta la necessità di proteggere i consumatori per mezzo dell'informazione e della regolamentazione dei mercati finanziari, la cui complessità comporta che ogni consumatore può potenzialmente essere vulnerabile; osserva che detta complessità può causare il sovraindebitamento dei consumatori; osserva che, secondo un recente studio della Commissione, nel 70% dei siti web degli istituti finanziari e delle imprese del settore si osservano errori di fondo nella pubblicità e nelle informazioni essenziali riguardanti i prodotti offerti, mentre il costo viene indicato in modo ingannevole; sottolinea tuttavia che le imprese del settore dei servizi finanziari dovrebbero fare di più per fornire spiegazioni chiare e semplici sulla natura dei prodotti e dei servizi forniti e chiede altresì a tutte le parti interessate di sviluppare programmi efficaci di alfabetizzazione finanziaria;

22. chiede che le informazioni siano più mirate e diffuse attraverso tutti i canali, non solo quelli ufficiali ma anche tramite le organizzazioni di consumatori e gli uffici regionali, comunali e locali, che sono molto più vicini e visibili e più facilmente accessibili per i consumatori a mobilità ridotta;

23. sottolinea la necessità di procedere a interventi mirati principalmente ai consumatori vulnerabili, sia a livello dell'UE che degli Stati membri, secondo i risultati dell'ultimo sondaggio dell'Eurobarometro dai quali emerge che la percentuale di consumatori che si sente informata e tutelata è inferiore al 50% e che, in particolare, i gruppi vulnerabili hanno difficoltà a comprendere le possibilità di scelta a loro disposizione, non conoscono i loro diritti, sono più esposti a situazioni problematiche e si mostrano riluttanti a compiere eventuali passi nel caso emergano dei problemi;

24. sottolinea che bambini e giovani, che soffrono sempre più le conseguenze negative di uno stile di vita sedentario e dell'obesità, sono maggiormente sensibili alla pubblicità di prodotti alimentari ricchi di grassi, sali e zuccheri; accoglie con favore le iniziative di autoregolamentazione e i codici di condotta promossi dalle imprese per limitare l'esposizione di bambini e giovani alla pubblicità di prodotti alimentari (quali quelli promossi nel quadro della piattaforma d'azione della Commissione sulla dieta, l'attività fisica e la salute), ed esorta tutte le parti interessate ad educare ed informare in modo efficace i bambini, i giovani e chi si occupa di loro sull'importanza di una dieta equilibrata e di uno stile di vita attivo e sano; chiede a tale proposito alla Commissione di effettuare un'analisi approfondita per valutare l'eventuale necessità di norme più rigorose in materia di pubblicità rivolta ai bambini e ai giovani; esorta la Commissione ad includere la tutela dei bambini tra le priorità fondamentali dell'agenda dei consumatori, prestando particolare attenzione alla pubblicità aggressiva o ingannevole, in televisione o su Internet;

25. chiede alla Commissione e agli Stati membri di sensibilizzare maggiormente i consumatori in merito alla sicurezza dei prodotti, rivolgendosi in particolare ai gruppi di consumatori più vulnerabili, quali i bambini e le donne in gravidanza;

26. esprime preoccupazione in merito all'impatto che l'uso quotidiano della pubblicità comportamentale online e lo sviluppo di pratiche di pubblicità online intrusive, in particolare mediante l'utilizzo dei social network, possono avere sui consumatori vulnerabili; chiede nuovamente alla Commissione di realizzare, entro la fine del 2012, un'analisi dettagliata dell'impatto della pubblicità ingannevole e aggressiva sui consumatori vulnerabili, in particolare i bambini e gli adolescenti;

27. sottolinea che la pubblicità relativa ai prodotti d'investimento finanziario spesso non spiega sufficientemente i rischi ad essi soggiacenti e pone eccessivamente l'accento sui possibili guadagni, che spesso non si realizzano, esponendo in tal modo i consumatori dei prodotti dei servizi finanziari a perdite del proprio capitale; chiede alla Commissione di introdurre norme più rigorose in materia di pubblicità dei prodotti finanziari sofisticati destinati agli investitori al dettaglio, che potrebbero non avere una piena comprensione del rischio finanziario, ivi compresa la richiesta di indicare esplicitamente qualsiasi perdita in cui potrebbe incorrere l'investitore;

28. ritiene che bambini e adolescenti siano particolarmente vulnerabili al marketing e alla pubblicità aggressivi; chiede alla Commissione di svolgere un'analisi dettagliata dell'impatto della pubblicità ingannevole e aggressiva sui consumatori vulnerabili, in particolare i bambini e gli adolescenti;

29. sottolinea che i bambini e gli adolescenti sono particolarmente vulnerabili per quanto riguarda l'utilizzo delle tecnologie della comunicazione, come gli smart phone e i giochi online; è del parere che in tali casi debbano essere attuate misure di protezione volte ad evitare le fatture eccessivamente onerose;

Martedì 22 maggio 2012

30. prende atto che, nonostante la legislazione vigente, i consumatori ancora riscontrano spesso difficoltà quando viaggiano e sono esposti a situazioni di vulnerabilità, soprattutto in caso di cancellazione o ritardo del viaggio, e che dette difficoltà sono aggravate nel caso in cui il consumatore presenta una disabilità; invita la Commissione e gli Stati membri ad intraprendere le azioni necessarie a garantire che siano fornite informazioni migliori relative, tra l'altro, ai diritti dei passeggeri e alla trasparenza delle tariffe e l'accesso alle procedure di reclamo; chiede alla Commissione, nell'ambito della revisione prevista della normativa europea sui diritti dei passeggeri, di tenere conto della situazione dei consumatori vulnerabili, in particolare le persone a mobilità ridotta o disabili, e di adattare i livelli, i criteri e i meccanismi di indennizzo, garantendo nel contempo che non vi sia una riduzione dei livelli attuali;

31. osserva che la digitalizzazione dei servizi può far sì che i consumatori che per vari motivi non possono utilizzare o accedere a Internet si trovino in una situazione di vulnerabilità in quanto non sono in condizione di beneficiare pienamente dei vantaggi del commercio elettronico e sono pertanto esclusi da una quota sostanziale del mercato unico, pagando di più per gli stessi prodotti e dipendendo dall'aiuto degli altri; invita la Commissione e gli Stati membri a stimolare la fiducia dei consumatori e a superare le barriere al commercio elettronico transfrontaliero, mediante lo sviluppo di una politica efficace che presti particolare attenzione alle necessità dei consumatori vulnerabili in tutte le misure preposte a colmare il divario digitale; chiede agli Stati membri e alla Commissione di accelerare il compimento dell'agenda digitale europea, a beneficio di tutti i cittadini e i consumatori dell'UE; sottolinea che tutta la società e in particolare le imprese dovrebbero essere incoraggiate a contribuire ad informare i consumatori vulnerabili, compresi gli anziani, e consentire loro di usufruire appieno dei vantaggi della digitalizzazione;

32. sottolinea che la liberalizzazione dei principali mercati di fornitura ha prodotto un aumento della concorrenza che può, quindi, andare a vantaggio dei consumatori, se adeguatamente informati e in grado di fare un raffronto dei prezzi e cambiare fornitore; osserva che la mancanza di trasparenza nei principali mercati di fornitura, compresi i settori dell'energia e delle telecomunicazioni, può avere generato, in alcuni casi, una difficoltà ulteriore per i consumatori in generale, e per quelli vulnerabili in particolare, a identificare la tariffa più adatta alle loro esigenze, a cambiare fornitore e a comprendere i servizi fatturati; invita la Commissione, gli Stati membri e le imprese ad adottare le misure necessarie per assicurare che i consumatori in generale, e quelli vulnerabili in particolare, abbiano accesso ad informazioni chiare, comprensibili e confrontabili sulle tariffe, le condizioni e gli strumenti di ricorso e possano facilmente cambiare fornitore;

33. esorta la Commissione e gli Stati membri a garantire che la proposta di direttiva relativa alla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori e la proposta di regolamento relativo alla risoluzione delle controversie online dei consumatori, attualmente in fase di revisione, consentano ai consumatori vulnerabili di avere un accesso effettivo alla composizione extragiudiziale delle controversie, a titolo gratuito o al minor prezzo possibile; chiede alla Commissione di esaminare meccanismi adeguati per assicurare che le esigenze dei consumatori vulnerabili siano tenute in debito conto, nel contesto della possibile creazione di un regime di ricorso collettivo a livello dell'UE;

34. chiede alla Commissione e agli Stati membri di collaborare per adottare una strategia legislativa e politica contro la vulnerabilità, che sia ampia e coerente e tenga conto della diversità e della complessità di tutte le situazioni esistenti;

*

* *

35. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione nonché ai governi e ai parlamenti degli Stati membri.