

KONFERENCJA PRASOWA KOMISARZ DANUTY HUEBNER
INAUGURACJA KAMPANII INFORMACYJNEJ NA TEMAT PRAW
KONSUMENTA

WARSZAWA, 16 MAJA 2005

Uwagi wstępne

Mam przyjemność reprezentować Markosa Kyprianou, **komisarza ds. Zdrowia i Ochrony Konsumenta**. Daje mi to okazję, żeby mówić o tej polityce Unii Europejskiej, która dotyczy wszystkich obywateli; polityce, która przynosi obywatelom realne korzyści z bycia częścią Unii Europejskiej.

Niedawno minął rok, kiedy Polska stała się członkiem Unii Europejskiej. Premier Marek Belka przedstawił już korzyści gospodarcze, które rozszerzenie przyniosło naszym eksporterom żywności, rolnikom i Polakom poszukującym pracy za granicą.

Jest jednak więcej, choć mniej oczywistych, korzyści płynących z naszego członkostwa. Unia Europejska nie tylko otwiera drzwi do swoich rynków. Unia również promuje i chroni interesy swoich obywateli w codziennym życiu.

Europejskie reguły ochrony konsumenta gwarantują, że każdy obywatel może w pełni korzystać z rynku wewnętrznego. Prawa konsumenta są drugą stroną medalu gospodarki wolnego rynku. A ponieważ wszyscy jesteśmy konsumentami, wszyscy mamy te prawa i korzyści z nich płynące.

Jednak, aby korzyści te stały się namacalne, konsumenci muszą najpierw poznać swoje prawa; muszą wiedzieć, jak z nich korzystać, aby dokonywać świadomych wyborów – a także wiedzieć, **gdzie** i **jak** dochodzić swoich praw, jeśli nie są one respektowane.

Stąd właśnie ta kampania, którą dziś inaugurujemy:

- chcemy **poinformować Polaków** o prawach konsumenta, wynikających z legislacji europejskiej,
- chcemy **zachęcić Polaków, aby domagali się swoich praw** oraz
- chcemy **promować organizacje konsumenckie**, jako kluczowe źródło informacji i porady.

Polska, jako największe państwo wśród tych, które przystąpiły w zeszłym roku do Unii Europejskiej, jest pierwsza, gdzie taka kampania jest organizowana.

Dlaczego Unia Europejska chce informować konsumentów

Dzisiaj nasze prawodawstwo daje polskim konsumentom te same albo podobne prawa i ochronę, jakie mają inni obywatele Unii.

Ale zmiany prawne to tylko część procesu. Teraz musimy zapewnić, że przynoszą one realne korzyści obywatelom.

Oznacza to: pomoc konsumentom w dochodzeniu ich praw, zmiana postaw konsumentów z biernej na aktywną, promocja organizacji konsumenckich, stymulacja zachowań biznesowych przyjaznych konsumentom.

Większość polskich konsumentów uważa, że nie zna swoich praw: 70% nie wie, jakie ma prawa przy zaciąganiu kredytu na zakup pralki do prania, 76% nie wie, jakie ma prawa, kupując wakacje z biurem podróży, 82% nie zna swoich praw, robiąc zakupy przez internet albo z katalogu wysyłkowego, 85% nie zna swoich praw, kiedy kupuje od akwizytora.

Otwarte rynki, internet i inne innowacje przynoszą nowe możliwości, nowe produkty, nowe usługi, ale także pułapki. Techniki marketingowe stają się z każdym dniem coraz bardziej wyrafinowane. Aby móc dokonywać słuszných wyborów, konsumenci muszą mieć odpowiednie informacje.

Poinformowani i pewni siebie konsumenci dokonują świadomych wyborów, które przyczyniają się do wzrostu konkurencji na rynku i podnoszą standardy biznesu. Wydatki gospodarstw domowych stanowią prawie 60% PKB w UE. A więc zachowania konsumentckie mają realną siłę.

Dobrze poinformowani konsumenci, którzy dochodzą swoich praw przyczyniają się również do lepszego wdrożenia i wykonania praw ochrony konsumenta.

Polscy konsumenci, którzy znają swoje prawa, mogą korzystać z takich samych praw i takiej samej ochrony w jakimkolwiek innym państwie UE.

Dlaczego EU chce promować organizacje konsumenckie

Organizacje konsumenckie cieszą się największym zaufaniem jako źródło informacji na temat praw konsumenta we wszystkich krajach UE. W Polsce, jeśli chodzi o wyjaśnianie praw konsumenta, najwięcej z nas, bo aż 50% najbardziej ufa organizacjom konsumenckim, 18% prawnikom, 14% znajomym lub rodzinie.

Silna organizacja konsumencka to najlepszy sposób, aby zapewnić, że interesy konsumentów/obywateli są brane pod uwagę w podejmowaniu decyzji na poziomie krajowym i unijnym, a także w dialogu z biznesem.

Dlatego ta kampania łączy doświadczenie profesjonalistów zajmujących się komunikowaniem i doświadczenie organizacji konsumenckiej z jej 49 lokalnymi klubami.

Mimo że 55% Polaków słyszało o Federacji Konsumentów, tylko 7% zwróciło się do niej po informację lub poradę.

Podniesienie rangi organizacji konsumenckich, takich jak Federacja Konsumentów jest również częścią budowy społeczeństwa obywatelskiego i sprawnie funkcjonującej demokracji.

Silna organizacja konsumencka może przyczynić się do stymulacji debaty publicznej na temat respektowania praw konsumenta, a także służyć jako arena większego zaangażowania Polaków w życie publiczne.

Uwagi końcowe

W polityce konsumenckiej, podobnie jak w innych obszarach, aby dostrzec korzyści, jakie przyniosło nam członkostwo w UE, musimy **sprawdzić**, jakie mamy **prawa**, musimy być **aktywni**.

Mam nadzieję, że ta kampania będzie okazją, aby poznać prawa konsumenta oraz pobudzi dyskusje na ich temat wśród tych, którzy mogą być nimi zainteresowani, czyli: młodzi profesjonaliści, rodziny, organizacje konsumenckie, ludzie biznesu oraz politycy.

Z naszej strony, Komisja Europejska, a zwłaszcza komisarz Kyprianou, dołożymy wszelkich starań, aby zwiększyć świadomość praw konsumenta w Unii Europejskiej.

Dziękuję