

# A Nova “Agenda do Consumidor Europeu”\*

As despesas de consumo, equivalentes a 56 % do PIB da União Europeia (EU), reflectem o enorme potencial dos consumidores para impulsionar a economia europeia. Só consumidores confiantes e participativos podem explorar plenamente as potencialidades do Mercado Único e dinamizar a inovação e o crescimento. Por esta razão, a visão estratégica da Comissão Europeia para a política do consumidor da UE nos próximos anos – adoptada em 22 de Maio de 2012 – tem como objetivo maximizar a participação e a confiança dos consumidores no mercado.

Articulada em torno de quatro objetivos principais, a nova “Agenda do Consumidor Europeu” procura estimular a confiança reforçando a segurança dos consumidores, promovendo o conhecimento, melhorando a aplicação da regras e os mecanismos de reparação, ajustando os direitos e as políticas do consumidor às mudanças da sociedade e da economia. Inclui, igualmente, um certo número de ações-chave a executar até 2014.

Os direitos e a protecção de que beneficiam os consumidores da EU são dos mais avançados a nível mundial, permitindo protegê-los de produtos não seguros, da publicidade enganosa, de custos de *roaming* inesperados ou de práticas duvidosas “on-line”, e apoiá-los quando algo não corre bem. As propostas em análise sobre a resolução alternativa de litígios e a resolução de litígios “on-line” (RAL/ODR), permitir-lhes-ão resolver os problemas de uma forma fácil e rápida, a baixo custo.

Um outro exemplo é o processo europeu para ações de pequeno montante, que simplifica, agiliza e reduz os custos dos processos judiciais nos casos transfronteiriços em que o valor do pedido não excede 2000 euros. Através do portal “e-Justice”, os consumidores têm agora a possibilidade de preencher em linha os formulários de pedidos relativos a pequenas ações, em qualquer língua oficial, o que simplificará o processo e poupará ao consumidor tempo e esforços.

Embora a UE disponha de um importante acervo legislativo de defesa dos consumidores e os consumi-

dores constituam uma componente importante de muitas políticas da UE, é necessário um quadro abrangente que aborde igualmente os desafios iminentes, nomeadamente os relacionados com a digitalização da vida quotidiana, o desejo de adoptar padrões de consumo mais sustentáveis e as necessidades específicas dos consumidores vulneráveis.

## ■ “AGENDA DO CONSUMIDOR EUROPEU”: QUATRO OBJETIVOS PRINCIPAIS

A Agenda do Consumidor apresenta medidas destinadas a cumprir os objetivos da estratégia de crescimento da UE “Europa 2020”. Desenvolve e complementa outras iniciativas, como o “Relatório sobre a Cidadania Europeia”, o “Acto para o Mercado Único”, a “Agenda Digital” para a Europa e o “Roteiro da Eficiência dos Recursos”. Para o efeito, foi estruturada em torno de quatro objetivos principais destinados a estimular a confiança dos consumidores:

- *Reforçar a segurança dos consumidores*: em relação a bens, serviços e produtos alimentares, mas também reforçar o quadro normativo e garantir uma maior eficiência na fiscalização do mercado;
- *Promover o conhecimento*: para fazer face à crescente complexidade dos mercados, que exige aos consumidores instrumentos e informação adequados para poderem compreender todos os aspectos, desde o custo real do crédito à localização das entidades competentes para apresentar queixa. Este objectivo é importante para os consumidores e para os comerciantes, tendo um papel crucial as associações de consumidores;
- *Melhorar a aplicação das regras e os mecanismos de reparação*, sem os quais não poderão existir direitos na prática. Esta questão é sobretudo importante tendo em conta que o prejuízo sofrido pelos consumidores europeus e que decorre dos problemas objeto de queixa foi estimado em cerca de 0,4 % do PIB da EU (fonte: “Consumer Empowerment survey”, Eurobarómetro n.º 342, 2010). O papel das redes de de-

fesa do consumidor [Centros Europeus do Consumidor (“European Consumer Centres”) e “Consumer Protection Cooperation”] é fundamental;

- *Ajustar as políticas à evolução da sociedade e garantir a sua relevância para a vida quotidiana*: adaptar a legislação relativa aos consumidores à era digital e eliminar os problemas enfrentados pelos consumidores “on-line”; ter em conta as necessidades dos consumidores vulneráveis; facilitar as escolhas sustentáveis.

## ■ “AGENDA DO CONSUMIDOR EUROPEU”: CINCO SECTORES PRINCIPAIS

A Agenda apoia os interesses dos consumidores em alguns sectores-chave (esses sectores foram considerados alguns dos sectores mais problemáticos para os consumidores pelo “Painel de Avaliação dos Mercados de Consumo”):

- *Alimentos*: garantir a sustentabilidade e a segurança;
- *Energia*: assegurar aos consumidores a melhor relação qualidade/preço no mercado liberalizado e gerir de forma mais adequada o consumo de energia;
- *Finanças*: proteger os interesses financeiros dos consumidores e dar-lhes meios para gerirem as suas finanças;
- *Transportes*: adaptar a legislação aos padrões de viagem modernos e apoiar a mobilidade sustentável;
- *Era digital*: eliminar os problemas com que se depararam os consumidores e garantir a sua protecção “on-line”. ■

### Para mais informações:

Agenda do Consumidor Europeu (versão integral do documento em pdf, versão portuguesa)

[http://ec.europa.eu/consumers/strategy/index\\_en.htm#agenda](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/index_en.htm#agenda)

Agenda do Consumidor Europeu (versão integral do documento em jpeg, versão portuguesa)

Página do “Facebook” da “Anamnesis”: procurar por “Anamnesis – Revista Médica”

\* Texto elaborado a partir de um comunicado de imprensa da Comissão Europeia, emitido em Bruxelas em 22/05/2012, quando da apresentação da nova “Agenda do Consumidor Europeu”.