III

(Přípravné akty)

EVROPSKÝ HOSPODÁŘSKÝ A SOCIÁLNÍ VÝBOR

571. PLENÁRNÍ ZASEDÁNÍ EVROPSKÉHO HOSPODÁŘSKÉHO A SOCIÁLNÍHO VÝBORU – POUZE V PREZENČNÍM REŽIMU, 13. 7. 2022 – 14. 7. 2022

Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru k návrhu směrnice Evropského parlamentu a Rady, kterou se mění směrnice 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o posílení postavení spotřebitelů pro ekologickou transformaci prostřednictvím lepší ochrany před nekalými praktikami a lepších informací

(COM(2022) 143 final – 2022/0092 (COD))

(2022/C 443/10)

Zpravodaj: **Thierry LIBAERT**

Spoluzpravodaj: **Gonçalo LOBO XAVIER**

	Rada Evropské unie, 12. 4. 2022
	Evropský parlament, 7. 4. 2022
Právní základ	článek 114 Smlouvy o fungování Evropské unie.
Odpovědná sekce	Jednotný trh, výroba a spotřeba
Přijato v sekci	27. 6. 2022
Výsledek hlasování	82/0/3
(pro/proti/zdrželi se hlasování)	
Přijato na plenárním zasedání	14. 7. 2022
Plenární zasedání č.	571
Výsledek hlasování	
(pro/proti/zdrželi se hlasování)	209/0/1

1. **Závěry a doporučení**

1.1 Evropský hospodářský a sociální výbor (EHSV) podporuje návrhy Evropské komise na posílení postavení spotřebitelů pro ekologickou transformaci. Vyzývá Komisi, aby si zachovala vysokou úroveň ambicí, neboť se jedná o opatření s pozitivním hospodářským, sociálním a environmentálním dopadem.

1.2 EHSV zdůrazňuje, že je třeba učinit vše pro to, aby byly spotřebitelům systematicky poskytovány informace, zejména o náhradních dílech a návodech k opravě, jakož i o plánovaných aktualizacích softwaru.

1.3 EHSV vyzývá Evropskou komisi, aby byla ambiciózní a zakotvila v předpisu ukazatel opravitelnosti pro domácí spotřebiče a přístroje. Tento ukazatel musí odrážet očekávání spotřebitelů, a to jak z hlediska rozmanitosti výrobků, na které se vztahuje, tak z hlediska zohledňovaných kritérií.

1.4 EHSV se domnívá, že kromě opravitelnosti výrobků musí Komise napříště prosazovat též zásadu jednoduchého a harmonizovaného označení udržitelnosti výrobků.

1.5 Je třeba též podpořit vzdělávání nových opravářů a posílení kompetencí stávajících aktérů jako nezbytný předpoklad rozvoje oprav, který pro náš kontinent představuje významný zdroj zaměstnanosti. EHSV rovněž vyzývá Evropu, aby snížila svoji závislost na surovinách a posílila svoji kapacitu na poli oprav a zajištění náhradních dílů. Podobně Evropa potřebuje seriózní a účinnou politiku v oblasti reindustrializace. Nedávné krize totiž odhalily slabiny, které je třeba pojmout jako příležitosti k oživení.

1.6 Kromě nutnosti prosazovat uvádění zákonné záruční lhůty je třeba lépe chránit spotřebitele před záměnou zákonné a obchodní záruky. Navíc je v rámci záruky třeba podporovat přednost opravy před výměnou za nový kus, aniž by však byla omezena svobodná volba spotřebitele při výběru způsobu nápravy.

1.7 V zájmu podpory prodlužování životnosti výrobků EHSV schvaluje doplnění nových obchodních praktik na seznam jednání, která jsou považována za klamavá. Ve třech bodech však EHSV žádá Komisi, aby šla nad rámec povinnosti informovat:

— postupy zavedené za účelem zkrácení životnosti výrobku: podle EHSV by měly být mezi klamavé obchodní praktiky zařazeny tyto postupy, ne pouhá absence informací o nich.

— neopravitelnost určitého zboží: i v tomto případě lze za klamavé obchodní praktiky považovat záměrné bránění opravě, nikoliv pouze neexistenci informací o dané problematice;

— aktualizace, které mohou způsobit poruchy: zde je třeba zavést vratnost aktualizace.

1.8 Posílení postavení spotřebitelů musí být doprovázeno lepší ochranou před klamavou reklamou. V tomto smyslu musí být do právního rámce upravujícího reklamu lépe začleněny cíle udržitelného rozvoje.

1.9 Z reklamy tak musí být odstraněna veškerá neopodstatněná tvrzení, často například o uhlíkové neutralitě, a veškeré odkazy na chování, které je v rozporu s ochranou životního prostředí a zachováním přírodních zdrojů, nebo jeho znázorňování. Posílit je dále nutno kapacity ke kontrole ekologicky zaměřených tvrzení.

1.10 Aby se předešlo nedorozuměním a vzhledem k šíření často samozvaných označení environmentální povahy, musí Evropská komise více prosazovat evropskou ekoznačku a nutnost certifikačních postupů při jejím udělování.

1.11 EHSV vyzývá EU, aby v zájmu varování před klamavými obchodními praktikami posílila ochranu oznamovatelů (whistleblowerů) ve věci ekologických vlastností výrobků.

1.12 EHSV závěrem vyzývá Komisi, aby podporovala výrazné zvyšování povědomí spotřebitelů o otázkách spojených s odpovědnou spotřebou.

2. **Shrnutí dokumentu Komise**

2.1 Cílem návrhu projednávané směrnice je posílit práva spotřebitelů změnou dvou směrnic, které chrání zájmy spotřebitelů na úrovni EU: směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ([1]) o nekalých obchodních praktikách a směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ([2]) o právech spotřebitelů. Návrh má přispět k oběhovému, čistému a ekologickému hospodářství EU tím, že spotřebitelům umožní přijímat informovaná rozhodnutí o koupi a přispívat tak k udržitelnější spotřebě. Zaměřuje se rovněž na nekalé obchodní praktiky, které spotřebitele klamáním odvádějí od možností udržitelné spotřeby.

([1]) Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách) (Úř. věst. L 149, 11. 6. 2005, s. 22).

([2]) Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES (Úř. věst. L 304, 22. 11. 2011, s. 64).

2.2 Návrh byl jednou z iniciativ stanovených v Novém programu pro spotřebitele ([3]) a v Akčním plánu pro oběhové hospodářství ([4]) a navazuje na Zelenou dohodu pro Evropu ([5]).

2.3 Návrh obsahuje řadu opatření, která mají aktualizovat stávající právní předpisy v oblasti ochrany spotřebitele s cílem zajistit ochranu spotřebitelů a umožnit jim aktivně přispět k ekologické transformaci. Směrnice o právech spotřebitelů v současné době vyžaduje, aby obchodníci spotřebitelům poskytovali informace o hlavních vlastnostech zboží nebo služeb.

2.4 Jelikož však neexistuje požadavek poskytovat informace o neexistenci obchodních záruk na trvanlivost, směrnice výrobce dostatečně nemotivuje k tomu, aby tyto záruky spotřebitelům poskytovali. Výzkum ukazuje, že v případech, kdy jsou spotřební výrobky nabízeny s obchodní zárukou, jsou informace o těchto obchodních zárukách a o způsobu, jakým jsou spotřebitelům účtovány, často nejasné, nepřesné nebo neúplné, což spotřebitelům ztěžuje porovnání výrobků a odlišení obchodní záruky od (povinné) zákonné záruky ([6]).

2.5 Směrnice navíc neobsahuje zvláštní požadavky na poskytování informací o opravitelnosti zboží spotřebitelům. Tyto informace, které by pomohly prosadit opravu zboží, a byly by tedy obzvlášť užitečné k většímu zapojení spotřebitelů do oběhového hospodářství, v místě prodeje z velké části chybí. Nedávné studie ukazují, že až 80 % spotřebitelů v EU prohlašuje za obtížné nalézt informace o tom, jak snadné je opravit určitý výrobek ([7]).

3. **Obecné připomínky**

3.1 Většina evropských spotřebitelů si v dnešní době stěžuje na nedostatek informací o dopadech spotřeby na životní prostředí. Potvrdila to i veřejná konzultace, kterou uspořádala Evropská komise. Z průzkumu Eurobarometru z roku 2012 na téma „Chování a postoje evropských spotřebitelů k ekologickým výrobkům“ vyplynulo, že 92 % evropských respondentů podporuje poskytování informací o životnosti výrobků.

3.2 Tento nedostatek informací je škodlivý, neboť jasné a čitelné informace mohou podpořit změnu chování. Tento účinek potvrdil i EHSV, který ve své studii, do níž se zapojilo 3 000 evropských spotřebitelů, provedl simulaci zobrazení životnosti výrobků každodenní spotřeby na stránkách internetového obchodu. Podle studie vede zobrazení životnosti výrobků k tomu, že se prodá o 56 % více výrobků s dlouhou životností.

3.3 Nedostatek informací pro spotřebitele má velký společenský význam Nižší kupní síla je pak dalším důvodem pomoci středním a znevýhodněným sociálním skupinám vydat se směrem k upřednostnění oprav a odpovědnější spotřebě. Zlepšení informovanosti spotřebitelů jednoduchými způsoby je jedním ze způsobů, jak pomoci zpřístupnit odpovědnou spotřebu těm nejzranitelnějším.

3.4 Lepší informovanost spotřebitelů přispívá k posílení podnikatelského modelu evropských podniků. V prostředí ohroženém dumpingem spojeným s dovozem levných výrobků se mikropodniky, malé a střední podniky a jejich odběratelé mohou zviditelnit u spotřebitelů; budou tak moci propagovat kvalitu výrobků evropského původu.

3.5 Z nadcházejícího legislativního vývoje mohou těžit i evropští maloobchodníci a kamenné obchody, protože mohou zvýšit svou komparativní výhodu oproti internetovým prodejcům. Nové informace, které se poskytují spotřebiteli, totiž posilují poradenskou úlohu fyzického prodejce. Tento vývoj přispívá ke zvýšení zaměstnanosti v EU. K tomu Evropa nutně potřebuje náležitě připravené lidské zdroje. EHSV proto vyzývá Komisi, aby podpořila odbornou přípravu v podnicích, zejména pak malých a středních.

([3]) COM(2020) 696 final ze dne 13. listopadu 2020.
([4]) COM(2020) 98 final ze dne 11. března 2020.
([5]) COM(2019) 640 final ze dne 11. prosince 2019.
([6]) Evropská komise, *Consumer market study on the functioning of legal and commercial guarantees for consumers in the EU* (Studie spotřebitelského trhu o fungování zákonných a obchodních záruk pro spotřebitele v EU), 2015. Podpůrná studie k posouzení dopadů Evropské komise: *Study on Empowering Consumers Towards the Green Transition* (Studie o posílení postavení spotřebitelů na cestě k ekologické transformaci), červenec 2021. *Commercial warranties: are they worth the money?* (Obchodní záruky: stojí za ty peníze?), ECC-Net, duben 2019.
([7]) Evropská komise, *Behavioural Study on Consumers' engagement in the circular economy* (Behaviorální studie účasti spotřebitelů v oběhovém hospodářství), 2018, s. 81.

3.6 Jakkoli je nutné poskytovat vhodné informace o životním prostředí, je důležité zajistit, aby byly zohledněny všechny dopady na životní prostředí. Mezi ústřední témata veřejné diskuse patří dopady na klima měřené ve formě emisí skleníkových plynů, ty však tvoří pouze část dopadů na životní prostředí. Z analýzy životního cyklu výrobků tak vyplývá, že dopad většiny spotřebního zboží na životní prostředí souvisí s těžbou zdrojů a výrobou výrobků, a proto je prioritou z hlediska životního prostředí prodloužení jejich životnosti.

3.7 Ve všech těchto ohledech však průměrná spotřeba Evropanů není z hlediska životního prostředí udržitelná. Podle výpočtu ekologické stopy by například životní styl Evropana vyžadoval ekvivalent 2,8 planety Země.

3.8 Z koncepce výrobků často přímo vyplývá jejich kratší životnost, ať už kvůli technickým postupům, překážkám bránícím opravám nebo softwarovým řešením. Výsledné předčasné zastarávání je jedním z hlavních důvodů nespokojenosti spotřebitelů, kteří jsou obětí výrazně nerovného přístupu k informacím.

3.9 V neposlední řadě EHSV konstatuje, že válka na Ukrajině ještě více zvyšuje nutnost posílit evropskou strategickou autonomii. Z tohoto hlediska je třeba podporovat iniciativy, které přispívají k delší životnosti výrobků, zejména těch, které využívají strategické kovy.

4. **Konkrétní připomínky**

4.1 *Poskytování dalších informací o trvanlivosti zboží spotřebitelům*

4.1.1 Vzhledem k důležitosti otázek týkajících se životnosti výrobků je nutné posílit informovanost spotřebitelů. V tomto smyslu je návrh Komise vítán, neboť jeho cílem je systematizovat poskytování informací o dostupnosti náhradních dílů, návodů k použití nebo době, po kterou jsou poskytovány aktualizace softwaru.

4.1.2 Je třeba mít na paměti, že nedostatek informací je sice na závadu, právě tak škodlivá je však i jejich přemíra nebo přílišná technická podrobnost.

4.1.3 EHSV upozorňuje Komisi na možné nevýhody nových informací nabízených prostřednictvím elektronického štítku nebo kódu QR. Kromě toho, že tyto techniky mají další digitální dopad na životní prostředí, je třeba mít na paměti, že každý další krok (nutnost vytáhnout chytrý telefon, kliknout, zaznamenat atd.) je další překážkou odpovědné spotřeby.

4.1.4 Návrh Komise je krokem správným směrem, neboť propojuje otázku komunikace s otázkou předčasného zastarávání výrobků. Prvním krokem ke zlepšení informovanosti spotřebitelů by mělo být zavedení hodnocení opravitelnosti u co největšího počtu výrobků, jako je tomu od roku 2021 ve Francii. Opravitelnost je přitom jedním z nejsnáze měřitelných aspektů trvanlivosti výrobku.

4.1.5 Aby bylo možné dostát uvedeným výzvám, musí být hodnocení opravitelnosti ambiciózní alespoň ve dvou ohledech. Na jedné straně by se mělo vztahovat na co nejvíce elektrických, elektronických a domácích spotřebičů. Za druhé je opravitelnost třeba posuzovat ze všech hledisek, včetně nákladů na opravu (cena náhradních dílů), dostupnosti náhradních dílů a podmínek softwarové podpory.

4.1.6 EHSV se domnívá, že ambiciózní politika informování spotřebitelů by se neměla omezovat na opravitelnost. Spotřebitelé očekávají především to, že výrobky vydrží dlouhodobě funkční, nikoli to, že je lze opravit. EHSV se ostatně k tomuto tématu již vyjádřil ([8]). EU by měla vypracovat jednoduchý ukazatel, který by poskytoval informace o trvanlivosti výrobku včetně jeho opravitelnosti, ale také odolnosti a možnostech modernizace. Nepřímo to také napomůže reindustrializaci Evropy. Tuto zásadu, jejíž uplatňování je samozřejmě třeba projednat se zúčastněnými stranami a které musí být postupné, musí Komise do svých návrhů zahrnout, jinak tím riskuje, že opomene jedno z hlavních očekávání spotřebitelů.

([8]) Úř. věst. C 67, 6. 3. 2014, s. 23.

4.1.7 Pro posílení informovanosti spotřebitelů je třeba dále pracovat na zárukách. Evropská komise musí především potvrdit jednoduchou zásadu: existence a délka záruční povinnosti (směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ([9])) musí být u veškerého dotčeného zboží uvedena všude, ať už v kamenných obchodech, nebo na internetu. Před přidáváním nových práv musí mít přednost prosazování práva již platného.

4.1.8 EHSV vítá, že byly zohledněny obtíže, které mohou mít spotřebitelé při rozlišování mezi obchodními a zákonnými zárukami. Komise proto správně dbá na to, aby tyto obchodní záruky nepůsobily zmatení.

4.1.9 Aby se zvýšil pozitivní vliv záruky na ochranu životního prostředí, mohla by podporovat opravu poškozeného zboží, a nikoliv jeho nahrazení novým. EU může podporovat přednost opravy před výměnou v případě poruchy tím, že oprava bude pro spotřebitele představovat jednodušší, rychlejší a pohodlnější možnost.

4.1.10 Vedle této úpravy může k této změně směřování spotřeby přispět v ještě větší míře zvyšování informovanosti občanů. Proto je třeba, aby EU podporovala nebo dokonce iniciovala kampaně zaměřené na správné návyky odpovědné spotřeby (informovanost, použité zboží, opravy, údržba výrobků), a to zejména s podporou organizované občanské společnosti, která může v souvislosti s tímto návrhem hrát zásadní roli.

4.2 *Posílení ustanovení nad rámec povinnosti informovat*

4.2.1 Pokud by Evropská unie postihovala pouze absenci informací, otevřela by cestu k legalizaci těchto praktik, které jsou však neslučitelné s ochranou spotřebitele a životního prostředí. EU nemůže pouze zakázat absenci informací o postupech, jejichž cílem je omezit životnost výrobku, ale musí zakázat tyto praktiky jako takové. Jinými slovy, nebylo by pochopitelné, kdyby EU vyslala signál, že je plánované zastarávání přípustné, pokud je doplněno informacemi pro spotřebitele. Toto ustanovení by mělo výrobcům dát jasně najevo, že výrobky v Evropě nemohou být konstruovány tak, aby se předčasně porouchaly.

4.2.2 I u ostatních formulací ve směrnici hrozí, že nebudou dostatečně chránit spotřebitele. Nestačí, aby byl výrobce povinen informovat spotřebitele, že zboží není opravitelné. Zakázat je třeba úmyslnou neopravitelnost zboží jako takovou.

4.2.3 EHSV i Evropské komisi je známo, že aktualizace softwaru často instalují paměťově a energeticky náročný software, který zkracuje životnost připojených zařízení. Právní předpisy by neměly pouze vyžadovat, aby výrobce informoval spotřebitele o nežádoucích účincích aktualizace. Opět si lze snadno představit, jak může být tato informace skryta uprostřed záplavy pozitivních informací o této aktualizaci, a v důsledku toho s ní spotřebitel souhlasí.

4.3 *Regulace a sankcionování praktik, které zhoršují postavení spotřebitelů*

4.3.1 Jak Komise správně upozorňuje, jsou praktiky „lakování nazeleno“ jednou z hlavních překážek informování spotřebitelů v zájmu podpory ekologické transformace. Návrh směrnice správně poukazuje na nutnost postihovat obecná environmentální tvrzení, která nelze objektivně doložit nebo prokázat.

4.3.2 EHSV vítá zákaz uvádění označení udržitelnosti, které nepodléhají formálnímu systému certifikace. Tuto potřebu by mohl naplnit postupný a koordinovaný vývoj evropského hodnocení, jak je navržen v tomto stanovisku.

4.3.3 Další environmentální tvrzení často řádnému poskytování informací spotřebitelům spíše škodí. Je oprávněné zakazovat tvrzení o ekologických přednostech, pokud se týkají pouze jedné vlastnosti výrobku nebo jsou pouhým uplatněním zákonných povinností či standardních postupů.

4.3.4 Podpora odpovědné spotřeby znamená také posílení označení osvědčujících seriózní přístup k životnímu prostředí. V tomto ohledu se evropská ekoznačka i přes dosažený pokrok stále ještě dostatečně nepoužívá. Měla by být poskytnuta podpora přístupnosti tohoto označení a připravena vhodná komunikační kampaň.

([9]) Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, o změně nařízení (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES a o zrušení směrnice 1999/44/ES (Úř. věst. L 136, 22.5.2019, s. 28).

4.3.5 V logické návaznosti na tyto kroky musí právní rámec týkající se reklamy lépe začlenit zásady udržitelného rozvoje, včetně striktní regulace reklamy na výrobky, které nejvíce znečišťují životní prostředí, což je v souladu s nedávným stanoviskem EHSV k této otázce ([10]).

4.3.6 Ve stejném duchu platí, že má-li se reklama vyvarovat používání environmentálních tvrzení o celém výrobku, která se ve skutečnosti týkají pouze určitých jeho prvků, je třeba také zakázat veškerá neopodstatněná tvrzení, často například o uhlíkové neutralitě, a veškeré odkazy na chování, které je v rozporu s ochranou životního prostředí a zachováním přírodních zdrojů, nebo jeho znázorňování. Kromě toho by se reklama měla vyvarovat jakéhokoli znázorňování, které by mohlo zlehčovat nebo propagovat postupy či myšlenky, jež jsou v rozporu s cíli udržitelného rozvoje.

4.3.7 Pro včasné varování před klamavými obchodními praktikami je často nutné mít informace přímo od těch, kdo výrobky uvádí na trh. Dnes je však v této oblasti málo oznamovatelů, protože se obávají represí. Na tyto oznamovatele by se měl vztahovat postup oznamování uvedený ve směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/1937 ([11]).

Všechna tato ustanovení budou plně účinná pouze tehdy, pokud budou koordinována s hospodářskými subjekty, které zastupují jak velké, tak malé a střední podniky, a se sociálními partnery, sdruženími spotřebitelů a v širším smyslu s občanskou společností. EHSV považuje tuto politiku za stěžejní, neboť uplatňuje konkurenční tržní model, který je přizpůsoben otázkám životního prostředí, dbá na spotřebitele a konkurenceschopnost evropských hospodářských subjektů a je slučitelný s otázkami evropské strategické autonomie.

V Bruselu dne 14. července 2022.

Předsedkyně
Evropského hospodářského a sociálního výboru
Christa SCHWENG

([10]) Úř. věst. C 105, 4. 3. 2022, s. 6.
([11]) Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/1937 ze dne 23. října 2019 o ochraně osob, které oznamují porušení práva Unie (Úř. věst. L 305, 26.11.2019, s. 17).