Úřední věstník
Evropské unie

CS
Řada C

C/2024/6876

28.11.2024

Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru

Zpřísnění požadavků týkajících se informování spotřebitelů v EU

(stanovisko z vlastní iniciativy)

(C/2024/6876)

Zpravodaj: **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

Poradce Alejandro SALCEDO AZNAL

Rozhodnutí plenárního shromáždění	18. 1. 2024
Právní základ	čl. 52 odst. 2 jednacího řádu
Odpovědná sekce	Jednotný trh, výroba a spotřeba
Přijato v sekci	26. 6. 2024
Přijato na plenárním zasedání	19. 9. 2024
Plenární zasedání č.	590
Výsledek hlasování (pro/proti/zdrželi se hlasování)	143/103/13

1. Závěry a doporučení

1.1 Vzhledem k tomu, že spotřebitelé jsou stále vnímavější vůči sociálním a environmentálním problémům, EHSV považuje za vhodné aktualizovat a systematizovat jejich práva tak, aby se o nich mohli snadněji informovat a mohli provádět odpovědnou spotřebu a aby zároveň nedocházelo k žádnému vyloučení, zejména digitální, energetické nebo finanční povahy. Úsilí o zmapování práv by mělo rovněž sloužit ke stanovení nezbytné definice odpovědné spotřeby, která zahrne mimo jiné aspekty sociální a environmentální udržitelnosti či rovný přístup výrobků, zboží a služeb na trh, a to se zohledněním zranitelného postavení různých skupin spotřebitelů.

1.2 EHSV se rovněž domnívá, že současné technologické inovace poskytují řešení, která v rámci vnitřního trhu zaručí právo na přístupné, srozumitelné a čitelné informace, a to prostřednictvím využití zařízení a nástrojů souvisejících s probíhající digitální transformací, jako jsou inteligentní štítky pro monitorování výrobků, nebo používáním vznikajících přelomových technologií, jako je např. robotika, umělá inteligence, blockchain či virtuální realita.

1.3 EHSV dále vítá, že Komise usiluje o posílení postavení spotřebitelů v rámci ekologické transformace a poukazuje na to, že je třeba zajistit účinné provádění příslušné směrnice i všech dalších platných ustanovení, jejichž cílem je ochrana spotřebitele. Je rovněž nezbytné dále zlepšovat míru ochrany tím, že se bude rozšiřovat oblast, na kterou se vztahuje, aby mohli spotřebitelé získat informace také o sociálních a pracovních podmínkách, za kterých je vyráběno zboží a zajišťovány služby.

1.4 Vzhledem ke smluvní nerovnováze, která plyne z informační asymetrie spotřebitelů, a v souladu se zásadou předběžné opatrnosti považuje EHSV za nezbytné uplatňovat mechanismy sledovatelnosti, které vnitrostátním orgánům umožní koordinovaným způsobem přijímat nezbytná preventivní opatření pro řešení zjištěných sociálních a pracovních rizik. Pokud jde o internetové stránky s informacemi pro spotřebitele, EHSV se zasazuje o jejich neutrálnější podobu bez temných vzorců.

1.5 V neposlední řadě je EHSV znepokojen praktikami některých poskytovatelů služeb online platforem a vyhledávačů, které mohou ohrozit práva spotřebitelů, a také nezákonným obsahem, který může narušit ochranu mladších spotřebitelů. V této souvislosti EHSV zdůrazňuje, že je třeba posílit opatření k monitorování a kontrole práva spotřebitelů na informace a přijmout nezbytná opatření, jež zajistí jejich účinnost při potírání těchto praktik.

2. **Souvislosti**

2.1 Nový program pro spotřebitele „Posílení odolnosti spotřebitelů pro udržitelné oživení“, který platí pro období 2020–2025, představuje rámec pro akční program Unie sloužící k rozvíjení jejích politik na ochranu spotřebitele. Zahrnuje mimo jiné tyto prioritní oblasti:

a) ochranu zranitelných skupin, která by umožnila řešit zvláštní potřeby spotřebitelů v situacích, které mohou být způsobeny mimo jiné sociálními okolnostmi, které se netýkají výlučně jednotlivých spotřebitelů či skupin spotřebitelů;

b) ochranu spotřebitele v globálních souvislostech, zajištění bezpečnosti dovozu a ochranu spotřebitelů v Unii před nekalými praktikami používanými provozovateli mimo EU prostřednictvím dozoru nad trhem a užší spolupráce s příslušnými orgány partnerských zemí Unie.

2.2 Součástí tohoto programu je rovněž problematika informování spotřebitelů a účinné prosazování jejich práv jako jedno z odvětvových opatření tohoto nového programu pro spotřebitele, včetně předpisů, které toho umožňují docílit. Mezi nimi je v souvislosti s tématem tohoto stanoviska třeba vyzdvihnout směrnici o posílení postavení spotřebitelů v rámci zelené transformace ([1]), nařízení o spolupráci mezi vnitrostátními orgány v oblasti ochrany spotřebitele ([2]) a nařízení o obecné bezpečnosti výrobků ([3]).

2.3 Směrnice o posílení postavení spotřebitelů v rámci zelené transformace také mění směrnici o nekalých obchodních praktikách a směrnici o právech spotřebitelů, což má pozitivní dopad na výše uvedené informování spotřebitelů. Je tomu tak i přesto, že tato směrnice není úplná, jelikož požadavek týkající se informací o vlastnostech výrobků, zboží a služeb se nevztahuje na aspekty související se sociálními a pracovními podmínkami, v nichž se tyto výrobky, zboží a služby vyrábějí, distribuují a poskytují.

2.4 Nařízení o spolupráci mezi vnitrostátními orgány v oblasti ochrany spotřebitele zase umožňuje výměnu informací mezi vnitrostátními orgány, což usnadňuje přijímání rozhodnutí a společných kroků za účelem zajištění komplexního a účinného provádění příslušných opatření zaměřených na kontrolu dodržování předpisů.

2.5 Stejně tak se v souvislosti s výměnou informací v rámci oznámení včasného varování prostřednictvím systému Safety Gate uvedeného v nařízení o obecné bezpečnosti výrobků stanoví, že Komise má pokročit v rozvoji a modernizaci. Jedním z kroků, na které je třeba se zaměřit, může být zahrnutí nelegálních obchodních praktik sociální a pracovní povahy mezi oblasti posuzované za účelem stanovení preventivních opatření, které je třeba přijmout.

2.6 Kromě výše popsaných souvislostí by měly být zohledněny i cíle udržitelného rozvoje Agendy 2030, přičemž je třeba vzhledem k provázanosti jejích cílů s tématem tohoto stanoviska vyzdvihnout cíl č. 5 „Rovnost mužů a žen“, cíl č. 8 „Důstojná práce a ekonomický růst“, cíl č. 10 „Snížit nerovnost uvnitř zemí i mezi nimi“ i cíl č. 12 „Zajistit udržitelnou spotřebu a výrobu“.

([1]) Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2024/825 ze dne 28. února 2024, kterou se mění směrnice 2005/29/ES a 2011/83/EU, pokud jde o posílení postavení spotřebitelů v rámci zelené transformace prostřednictvím lepší ochrany před nekalými praktikami a prostřednictvím poskytování lepších informací (*Úř. věst. L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj*).

([2]) Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/2394 ze dne 12. prosince 2017 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele a o zrušení nařízení (ES) č. 2006/2004 (*Úř. věst. L 345, 27.12.2017, s. 1*).

([3]) Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2023/988 ze dne 10. května 2023 o obecné bezpečnosti výrobků, o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1025/2012 a směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2020/1828 a o zrušení směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/95/ES a směrnice Rady 87/357/EHS (*Úř. věst. L 135, 23.5.2023, s. 1*).

3. **Informování spotřebitele ve stávajícím legislativním rámci EU**

3.1 Regulační rámec politik zaměřených na ochranu práv spotřebitelů zajišťuje přístup k informacím potřebným k ochraně spotřebitelů před praktikami, které ohrožují jejich zdraví, bezpečnost či ekonomické zájmy. Netýká se však informací o postupech souvisejících s rozhodováním spotřebitelů o nákupu na základě kritérií týkajících se sociálních a pracovních podmínek.

3.2 Nicméně byly vyvinuty iniciativy, jejichž cílem je prosazovat, šířit a podporovat etické obchodní postupy, jež jsou v souladu se zásadami spravedlivého obchodu nebo které propagují solidárnější, přístupnější a inkluzivnější spotřebu, což spotřebitele vedlo k tomu, aby se více zamýšleli nad volbou určité značky a jednotlivých výrobků a snažili se kromě uspokojení svých přání a potřeb nalézt a rozpoznat ty značky a výrobky, které nejvíce odpovídají jejich osobním hodnotám.

3.3 Je proto třeba spotřebitelům poskytovat přístupné a srozumitelné informace, z nichž mohou vycházet, aby mohli přijímat informovaná rozhodnutí a opírat se při tom o kritéria, které je vedou k racionálnímu i impulsivnímu výběru značek a výrobků, zejména v rámci nákupů prostřednictvím různých prodejních kanálů.

3.4 Skutečnost, že informovanost spotřebitelů bude posílena díky zohlednění informací týkajících se sociálních a pracovních podmínek, by neměla znamenat, že budou opomenuty jiné informace o výrobku nebo službě či že se zhorší jejich přístupnost a srozumitelnost. Nemělo by to vést ani k přemíře informací či informačnímu přehlcení způsobenému rozsahem nebo irelevantností jejich obsahu, které by vedly k pomýlenému vnímání a špatnému porozumění.

3.5 Tento nárůst informací určených spotřebiteli rovněž přispívá ke zlepšení transparentnosti trhu, neboť umožňuje větší symetrii příslušných smluvních vztahů, a brání tak šíření nekalých obchodních praktik.

3.6 Má-li však být toto zlepšení informovanosti účinné, je nezbytné zaručit, aby informace byly pravdivé a jejich obsah přesně odpovídal vlastnostem zboží a služeb. Je třeba řešit riziko sociálních dezinformací s cílem zajistit, aby se politiky a postupy skutečně zaměřovaly na sociální odpovědnost podniků a dodržování sociálních a environmentálních norem a aby byla opatření a sdělení pro spotřebitele transparentní, čímž by se zabránilo zavádějícím informacím.

3.7 Závěrem lze uvést, že zlepšení informovanosti předpokládá nejen řádnou prezentaci informačního obsahu, ale také vyžaduje, aby vnitrostátní orgány prováděly dohled a kontrolu s cílem ověřit informace a případně přijmout vhodná opatření, zejména v otázkách souvisejících s kybernetickou bezpečností a ochranou digitálních práv spotřebitelů.

4. **Návrhy EHSV na zpřísnění požadavků týkajících se informování spotřebitelů v EU**

4.1 EHSV navrhuje, aby Komise a členské státy provedly hodnocení stávajících právních předpisů s cílem posoudit, zda dostatečně chrání práva spotřebitelů na informace o environmentálních, sociálních a pracovních podmínkách týkajících se výrobků a služeb a zda je jejich uplatňování v online obchodu stejně účinné, nebo zda je třeba je uzpůsobit vlastnostem zboží, výrobků, činností a služeb a prostředku, pomocí něhož se obchodní transakce provádějí.

4.2 EHSV vyzývá Komisi a členské státy, aby připravily informační a osvětové kampaně, jejichž prostřednictvím by se spotřebitelé dozvěděli o změnách realizovaných za účelem lepšího informování a jež by zvýšily jejich povědomí, aby tak tyto informace mohly být využívány při rozhodování o nákupu.

4.3 EHSV rovněž vyzývá Komisi a členské státy, aby přezkoumaly a aktualizovaly práva spotřebitelů a definovaly odpovědnou spotřebu a její oblasti rozvoje s cílem usnadnit společné a koordinované plánování a provádění svých činností.

4.4 EHSV se také domnívá, že je vhodné zavést evropské „jednotné kontaktní místo“ určené na ochranu spotřebitele, které by sjednotilo odvětvové postupy s cílem zajistit účinné informování spotřebitelů a uplatňování jejich práv.

4.5 Závěrem EHSV doporučuje posoudit, zda by nebylo zapotřebí ve větší míře uplatňovat stávající mechanismy včasného odhalování, aby tak bylo možné lépe informovat o sledovatelnosti výrobků a služeb v celém jejich hodnotovém řetězci, zejména v těch prodejních kanálech, kde je sledování složitější.

V Bruselu dne 19. září 2024.

předseda
Evropského hospodářského a sociálního výboru
Oliver RÖPKE

PŘÍLOHA

Následující odstavce stanoviska sekce byly upraveny podle pozměňovacího návrhu shromáždění, ačkoliv původní znění získalo podporu více než jedné čtvrtiny odevzdaných hlasů (čl. 74 odst. 4 jednacího řádu):

1. **Závěry a doporučení**

1.1 Evropský hospodářský a sociální výbor (EHSV) oceňuje, že nedávno došlo v oblasti posílení postavení spotřebitelů v rámci ekologické transformace k pokroku. Naléhavě vyzývá členské státy, aby účinně provedly nedávno přijatou směrnici o posílení postavení spotřebitelů pro ekologickou transformaci, která zajistí lepší a harmonizovanější informování o trvanlivosti a opravitelnosti výrobků.

1.2 EHSV doporučuje, aby byly všem lidem zajištěny **dostupné, čitelné a srozumitelné informace**, zejména osobám se **zdravotním postižením**, a to i ohledně zboží a služeb pocházejících ze třetích zemí. Nesmí to však způsobit zbytečnou zátěž pro malé a střední podniky.

1.3 Úspěšné právní předpisy zaměřené na spotřebitele, které zohledňují potřebu ochrany spotřebitelů, ale rovněž to, že je nutný jednoduchý a použitelný rámec pro podniky, zejména pro malé a střední podniky, zvyšují důvěru spotřebitelů v jednotný trh a jeho aktéry a přispívají k většímu hospodářskému růstu a vytváření pracovních míst díky větší důvěře ve spotřebu.

1.4 Soubor právních předpisů EU v oblasti práv spotřebitelů je vnímán jako složitý a roztříštěný a jako obzvláště náročný, pokud jde o to, aby jej dodržovaly malé podniky. Pravidla EU týkající se spotřebitelů by měla být zjednodušena, aby bylo pro podniky snazší je dodržovat a aby se zajistilo, že spotřebitelé budou informováni o svých právech.

1.5 Právo spotřebitele na informace na vnitřním trhu lze posílit prostřednictvím inteligentních štítků, které umožňují monitorovat stav výrobků, a podporou digitální transformace prostřednictvím rozvoje robotiky, umělé inteligence, blockchainu a virtuální reality.

1.6 EHSV vyzývá Komisi, aby vypracovala zprávu o nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/2394 ze dne 12. prosince 2017 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování právních předpisů na ochranu zájmů spotřebitelů (dále jen nařízení (EU) 2017/2394). Tato hodnotící zpráva je zapotřebí, aby bylo možné analyzovat veškeré další potřeby, pokud jde o aktualizaci rámce pro spolupráci orgánů pro ochranu spotřebitelů.

1.7 Soubor právních předpisů EU v oblasti práv spotřebitelů je vnímán jako složitý a roztříštěný a jako obzvláště náročný, pokud jde o to, aby jej dodržovaly malé podniky. Pravidla EU týkající se spotřebitelů by měla být zjednodušena, aby bylo pro podniky snazší je dodržovat a aby se zajistilo, že spotřebitelé budou informováni o svých právech. Další harmonizace spotřebitelských práv v EU by rovněž byla pobídkou k přeshraničnímu obchodu na jednotném trhu, což by rovněž obohatilo nabídku dostupnou spotřebitelům.

1.8 EHSV vyzývá Komisi a členské státy, aby zajistily, že spotřebitelé a podniky budou jasně informováni o svých právech a povinnostech v rámci právních předpisů týkajících se spotřebitelů, například prostřednictvím aktualizovaného katalogu práv spotřebitelů. U spotřebitelských sporů je pak také třeba podporovat využívání alternativního řešení sporů.

1.9 V neposlední řadě je EHSV znepokojen působením poskytovatelů služeb online platforem a vyhledávačů, pokud jde o právo spotřebitelů na informace a povinnost uplatňovat přiměřená, úměrná a účinná zmírňující opatření zaměřená na řešení systémových rizik a nezákonného obsahu, zejména za účelem ochrany nezletilých osob. V tomto ohledu EHSV vyzývá tomu, aby byl vůči provozovatelům ze třetích zemí uplatňován stejný přístup jako k provozovatelům z EU, pokud jde o dodržování předpisů v celém hodnotovém řetězci.

2. **Souvislosti**

2.1 Akční program Unie v oblasti spotřebitelské politiky vychází z Nového programu pro spotřebitele (dále jen „program“). Cílem tohoto programu bylo poskytnout aktualizovanou vizi politiky Unie na ochranu spotřebitele pro období let 2020–2025 pod názvem „Posílení odolnosti spotřebitele pro udržitelné oživení“.

2.1.1 Program zahrnuje tyto klíčové prioritní oblasti:

a) zelenou transformaci, jejímž účelem je zajistit, aby udržitelné výrobky a životní styl byly přístupné všem;

b) digitální transformaci s cílem vytvořit bezpečnější digitální prostor pro spotřebitele, kde jsou chráněna jejich práva;

c) účinnou nápravu a prosazování práv s cílem řešit zavádějící environmentální tvrzení a nekalé obchodní praktiky ve vztahu k technikám ovlivňování on-line a personalizaci;

d) ochranu zranitelných skupin, která by umožnila řešit zvláštní potřeby spotřebitelů v situacích, které mohou být způsobeny mimo jiné sociálními okolnostmi, které se netýkají výlučně jednotlivých spotřebitelů či skupin spotřebitelů;

e) ochranu spotřebitele v globálních souvislostech, zajištění bezpečnosti dovozu a ochranu spotřebitelů v Unii před nekalými praktikami používanými provozovateli mimo EU prostřednictvím dozoru nad trhem a užší spolupráce s příslušnými orgány partnerských zemí Unie.

2.2 Tento program se kromě jiných odvětvových opatření zabývá informováním spotřebitelů a účinným prosazováním práv spotřebitelů. Podle nařízení (EU) 2017/2394 tvoří v této souvislosti veřejné orgány členských států evropskou síť usnadňující výměnu informací a společnou činnost zaměřenou proti porušování právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele.

2.3 Kromě toho nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2023/988 ze dne 10. května 2023 o obecné bezpečnosti výrobků (dále jen nařízení (EU) 2023/988), jehož cílem je zlepšit fungování vnitřního trhu a zároveň zajistit vysokou úroveň ochrany spotřebitele, stanoví, že Komise bude dále rozvíjet, modernizovat a udržovat systém včasného varování Safety Gate pro výměnu informací o nápravných opatřeních.

2.4 Parlament a Rada také nedávno přijaly směrnici o posílení postavení spotřebitelů pro ekologickou transformaci, jejímž cílem je zlepšit práva spotřebitelů prostřednictvím změny směrnice o nekalých obchodních praktikách a směrnice o právech spotřebitelů tak, aby byly přizpůsobeny ekologické transformaci a oběhovému hospodářství ([1]).

2.5 Směrnice o právech spotřebitelů sice vyžaduje, aby obchodníci poskytovali spotřebitelům informace o hlavních vlastnostech zboží nebo služeb a také o trvanlivosti a opravitelnosti, nezahrnuje však aspekty jejich sledovatelnosti v sociální oblasti a v oblasti práce. Ty však již upravují právní předpisy v jiných oblastech.

2.6 V širším rámci analýzy by měly být rovněž zohledněny cíle udržitelného rozvoje Agendy 2030 a ambice, které byly v této souvislosti stanoveny. Ačkoli se velká většina cílů udržitelného rozvoje týká politik informování a ochrany spotřebitele a přínos těchto politik k dosažení příslušných cílů udržitelného rozvoje je velmi důležitý, je třeba zdůraznit, že v rámci některých z těchto cílů mohou spotřebitelé prostřednictvím svých spotřebních návyků přijmout spoluodpovědnost. Těmito cíli udržitelného rozvoje jsou cíl č. 12 *Zajistit udržitelnou spotřebu a výrobu* a také cíl č. 5 *Rovnost mužů a žen*, cíl č. 8 *Důstojná práce a ekonomický růst* a cíl č. 10 *Snížit nerovnost uvnitř zemí i mezi nimi*.

3. **Informování spotřebitele ve stávajícím legislativním rámci EU**

3.1 Co se týče jednotlivých prvků, o nichž by se dalo uvažovat v zájmu rozvoje odpovědné spotřeby (např. takové, která je zdravá, bezpečná, udržitelná, etická a solidární, inkluzivní a dostupná), je třeba uznat, že vývoj právních přepisů a spotřebitelských politik EU v oblasti informování a ochrany spotřebitelů dostatečně zaručují práva na zdravou a bezpečnou spotřebu i ochranu ekonomických a právních zájmů spotřebitelů. Podobná míra ochrany však neexistuje, pokud jde o informace související s aspekty, jež se týkají etiky, solidarity, inkluze a dostupnosti.

3.2 Určitého pokroku však bylo dosaženo v šíření informací a zvyšování povědomí o etické a solidární spotřebě, zejména prostřednictvím iniciativ na podporu spravedlivého obchodu a také v oblasti inkluzivní či dostupné spotřeby z hlediska ochrany zranitelných skupin.

([1]) COM(2022) 143 final.

3.3 Spotřebitelé jsou v dnešní době lépe informováni, a to díky široké dostupnosti informací prostřednictvím digitálních technologií, větší transparentnosti ze strany společností, přísnějším regulačním požadavkům a proaktivnímu chování spotřebitelů. Tento lepší přístup k informacím jim umožňuje činit promyšlenější a svědomitější nákupní rozhodnutí, což odráží výrazný posun oproti chování spotřebitelů v minulosti, kdy byly informace omezenější a bylo obtížnější je získat. Posílení postavení spotřebitelů v rámci ekologické transformace a zvyšování jejich povědomí o relevantních aspektech však představuje důležitý úkol, v němž musí hrát významnou roli spotřebitelské organizace.

3.4 Spotřebitelé stále častěji zohledňují spolu s kvalitou a cenou další nákupní kritéria, a přijímají tak spoluodpovědnost související se sociálními a environmentálními aspekty, jež jsou uvedeny výše. Zohledňování těchto kritérií je však založeno na informovaných rozhodnutích, která mohou ovlivnit změnu návyků, neboť vytvářejí přesvědčení, kterému je třeba dostát prostřednictvím nákupů, z nichž bude mít spotřebitel dobrý pocit. Tento proces je velice odlišný od emocí, které vyvolávají impulzivní nákupy, jelikož se neřídí tužbou získat určité zboží či službu, a ve spotřebiteli tak nevzniká související napětí.

3.5 Charakter jednotlivých kritérií nákupu představuje pozitivní či negativní externality spotřeby, a to podle dopadu daného rozhodnutí o nákupu na jiné aspekty (jimiž se myslí veškeré vnější faktory, hmatatelné či nikoli).

3.6 Ke zlepšení informací potřebných k informovanému rozhodování o nákupu je tedy třeba, aby byli spotřebitelé obeznámeni s pozitivními nebo negativními externalitami výrobku, protože ty ovlivňují, zda si jej zvolí, nebo jej odmítnou. Spotřebitelé pak mohou uplatňovat svůj vliv na trhu prostřednictvím toho, co nakupují.

3.7 EHSV je však znepokojen nadměrnou administrativní zátěží, zejména pro střední a malé podniky, jelikož určité druhy zátěže mohou být zbytečné a někdy mohou ztížit běžné fungování těchto podniků. Za pozitivnější jak pro spotřebitele, tak pro podniky považujeme také uplatňování neutrálnějšího a zjednodušeného rámce spotřebitelského práva. Úspěšné právní předpisy zaměřené na spotřebitele, které zohledňují potřebu ochrany spotřebitelů, ale rovněž to, že je nutný jednoduchý a použitelný rámec pro podniky, zejména pro malé a střední podniky, zvyšují důvěru spotřebitelů v jednotný trh a jeho aktéry a přispívají k většímu hospodářskému růstu a vytváření pracovních míst díky větší důvěře ve spotřebu. Je také třeba podotknout, že podniky jsou trhem motivovány k tomu, aby spotřebitelům poskytovaly informace o udržitelnosti, neboť tím zlepšují svou reputaci a získávají si věrnost zákazníků i investorů, což v konečném důsledku znamená konkurenční výhodu.

3.8 Lepší informovanost spotřebitelů rovněž umožňuje větší symetrii informací a transparentnost mezi různými účastníky trhu, což brání šíření nekalých praktik a posiluje vliv spotřebitelů oproti jiným subjektům. Pro spravedlivé obchodní transakce je totiž nezbytné, aby spotřebitelé měli k dispozici veškeré informace o výrobcích, zboží nebo službách, s nimiž se obchoduje, jež jsou známy obchodníkům.

3.9 Na druhé straně může být díky zlepšení informovanosti nejprve snazší porovnávat výrobky a činit informovanější rozhodnutí o nákupu a následně poskytovat tyto informace dalším spotřebitelům, kteří je buď neznají, nebo míru své informovanosti neprojevují prostřednictvím nákupů. To má normativní dopad, který široce ovlivňuje rozhodování spotřebitelů a jejich sítí ohledně nákupu. Za tímto účelem je třeba posílit význam seznamů spotřebitelských a environmentálních stížností stanovených v právních předpisech, jež Komise nedávno přijala.

3.10 Kromě tohoto multiplikačního účinku, který zlepšení informovanosti umožňuje, je však třeba také dohlížet na to, aby byla zajištěna příslušná shoda mezi obsahem informací a skutečnými vlastnostmi výrobků, díky čemž budou spotřebitelů určitému výrobku a značce věrnější. ([2]) Jak již EHSV zdůraznil, k řešení stávajících rozporů může přispět využívání systémů alternativního řešení sporů.

3.11 V současnosti lze nedostatečný prostor pro uvádění informací na štítku výrobku řešit pomocí technologických aplikací. V této souvislosti je zřejmým krokem vpřed práce na digitálním pasu výrobku a EHSV se těší na jeho zavedení.

([2]) Enrico Letta (2024): „Much more than a market - Speed, Security, Solidarity. Empowering the Single Market to deliver a sustainable future and prosperity for all EU Citizens".

3.12 Co se týče zlepšení informací na internetových stránkách, kde se prodávají výrobky a služby (za předpokladu, že jsou užitečné a nejde o zahlcení informacemi), větší obsah informací neklade problém ohledně prostoru. Tyto informace však musí být podány srozumitelně, a nikoli pomocí přesměrování na jiné internetové adresy, které komplikuje jejich přečtení. To již bylo stanoveno pomocí právních předpisů, a je tedy třeba ověřit, zda je to odpovídajícím způsobem dodržováno.

3.13 Organizace občanské společnosti by měly plnit aktivní úlohu v digitální oblasti, co se týče práva na informování spotřebitelů ze strany poskytovatelů služeb online platforem a vyhledávačů i opatření, která tito poskytovatelé mohou přijmout za účelem řešení systémových rizik, jež zjistí při posuzování rizik způsobených jejich službami a souvisejícími systémy, včetně algoritmických systémů, nebo těch, která vyplývají z využívání jejich služeb.

3.13.1 Vlivem společenského vývoje se objevují aktuálnější výzvy, které je třeba řešit, jako je hromadné shromažďování údajů, ověřování faktů, narušení způsobená hrozbami, hybridní hrozby, kybernetická bezpečnost, dezinformace a manipulace s informacemi, které souvisejí s klasickými problémy v oblasti informování spotřebitelů, počínaje např. problémy s pohřebními službami v jednotlivých členských státech až po nově nastávající problémy související s digitálním světem.

3.14 Jak již EHSV uvedl, stanovení práva na opravu výrobků má kromě environmentálního rozměru a rozměru udržitelnosti také dopad z hlediska investování do lidských zdrojů.

4. **Návrhy EHSV na zpřísnění požadavků týkajících se informování spotřebitelů v EU**

4.1 Důvěra spotřebitelů se může zvýšit díky tomu, že bude poskytováno více informací o relevantních aspektech výrobků a služeb, čehož lze dosáhnout přijetím proaktivních i reaktivních opatření. První taková opatření se týkají označování výrobků a informací o smlouvách na služby i příslušných informačních a propagačních kampaní a rovněž zajištění nezbytných finančních prostředků malým a středním podnikům. Posílení postavení spotřebitelů v rámci ekologické transformace a zvyšování jejich povědomí o jejich právech představuje důležitý úkol, v němž musí hrát zásadní roli spotřebitelské organizace.

4.1.1 Kromě toho je třeba zhodnotit nařízení (EU) 2017/2394 s cílem analyzovat veškeré další potřeby, pokud jde o aktualizaci rámce pro spolupráci orgánů pro ochranu spotřebitelů.

4.2 Mělo by být rovněž vytvořeno jednotné kontaktní místo určené na ochranu spotřebitele, což by přispělo k prosazování práv spotřebitelů na informace a vyřešilo by to stávající rozdíly v jednotlivých odvětvích.

4.3 Na závěr je třeba poznamenat, že cílem této iniciativy je rovněž zlepšit sledovatelnost nabízeného zboží a služeb, která je obtížná vzhledem k působení zprostředkovatelů. To se týká zejména elektronického obchodu, kde sledování nemůže být vždy účinné. Ve všech případech, kdy toto sledování není stanoveno, by bylo možné ho začlenit v rámci zavádění digitálního pasu výrobku.

Výsledek hlasování

pro:	116
proti:	127
zdrželo se hlasování:	11

PŘÍLOHA

V souladu s čl. 74 odst. 5 jednacího řádu Evropského hospodářského a sociálního výboru a s prováděcími předpisy přijatými dne 15. listopadu 2022 se jako příloha překládá toto prohlášení:

Přijatý návrh stanoviska se zaměřoval na sledovatelnost výrobků ze sociálně-environmentálního a pracovního hlediska. Byly v něm uvedeny tři konkrétní iniciativy:

a) *začlenit do označování výrobků informace o původu surovin a o výrobních a distribučních postupech, aby mohli spotřebitelé uvážit environmentální a sociální dopad jejich uvedení na trh;*

Tyto informace jsou již požadovány v zemědělsko-potravinářském odvětví, v oblasti zdraví, daní atd., a proto se považuje za vhodné je zavést i v oblasti ochrany spotřebitele, a to s veškerými příslušnými nezbytnými úpravami.

b) *vytvořit systém hodnocení týkající se sociálních a etických aspektů a pracovních podmínek, jenž by byl obdobou stávajícího systému pro posuzování rizik spojených s potravinami a bezpečností, aby bylo možné objektivně posoudit dopad výrobků na sociálně-profesní oblast. Členské státy by tento systém měly jednotným způsobem používat při přijímání preventivních opatření. Zároveň by mohly být zavedeny výstražné štítky ve formě symbolů podobných těm, které se v současnosti používají pro označení chemických látek pro domácnost, jež jsou v prodeji;*

c) *rozšířit stávající systém včasného varování pro výrobky, a to vzhledem k rozsáhlým a pozitivním zkušenostem s tímto systémem a k úsporám nákladů v případě zahrnutí dalších důvodů pro vydání varování, jako jsou důvody týkající se sociálních, etických nebo pracovních aspektů spojených s výrobky.*

Tato sledovatelnost by rovněž umožnila členským státům účinně uplatňovat preventivní opatření v boji proti nezákonným obchodním praktikám, jako jsou sociální dezinformace obsažené v informacích o výrobcích, podobně jako v případě lakování nazeleno v nedávno přijaté směrnici o posílení postavení spotřebitelů při ekologické transformaci, k níž tento návrh hodlá přispět tím, že rozšíří rozsah svých cílů.

Na druhé straně se návrh tohoto stanoviska nezabývá pouze tématy, které Evropská unie stanovila jako prioritu, jako jsou sociálně odpovědné hospodářské činnosti a politika zaměřená na informování a ochranu práv pro účely odpovědné spotřeby. Jeho cílem je stanovit regulační rámec pro jejich rozvoj.

Považuje se vhodné, aby byl předložen návrh na posílení práv více než 400 milionů spotřebitelů (obdobně jako v souvislosti s pokrokem dosaženým v oblasti životního prostředí) a zároveň byla zajištěna spravedlivá hospodářská soutěž na evropském jednotném trhu. Vzhledem k údajům týkajícím se upozornění ohledně bezpečnosti výrobků by měl totiž tento návrh dopad především na výrobu podniků ze třetích zemí a mimoevropských nadnárodních korporací a na jejich vstup na trh, což by rovněž chránilo trh v zájmu evropských malých a středních podniků, jelikož by to neovlivnilo distribuci jejich výrobků ani by to neznamenalo další zátěž pro jejich řízení.

Dále zastáváme názor, že současná ustanovení sociálního a pracovního práva nejsou důvodem k tomu, aby neexistovala zvláštní právní úprava v oblasti ochrany spotřebitele, která by umožnila plné uplatňování a navíc by stanovila preventivní mechanismy navrhované v tomto stanovisku.

V neposlední řadě je cílem tohoto návrhu stanoviska upozornit také na obavy, které v tomto ohledu vyjádřily spotřebitelské organizace a organizace působící v sociální a pracovní oblasti a v oblasti spravedlivého obchodu.

Je třeba mít na paměti, že v názvu Výboru se hospodářským a sociálním aspektům přikládá stejný význam.