C/2024/6876

28.11.2024

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalgs udtalelse

Styrkelse af forbrugeroplysningskravene i EU

(initiativudtalelse)

(C/2024/6876)

Ordfører: **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

Rådgiver	Alejandro Salcedo Aznal

Plenarforsamlingens beslutning	18.1.2024
Retsgrundlag	Forretningsordenens artikel 52, stk. 2
Kompetence	Sektionen for Det Indre Marked, Produktion og Forbrug
Vedtaget i sektionen	26.6.2024
Vedtaget på plenarforsamlingen	19.9.2024
Plenarforsamling nr.	590
Resultat af afstemningen (for/imod/hverken for eller imod)	143/103/13

1. Konklusioner og anbefalinger

1.1. I lyset af forbrugernes stigende sociale og miljømæssige bevidsthed mener EØSU, at det ville være en fordel at opdatere og systematisere forbrugerrettighederne for at forbedre forbrugernes kendskab til deres rettigheder og tilskynde til ansvarligt forbrug, samtidig med at man forhindrer enhver form for udelukkelse i denne henseende, især af digital, energimæssig og finansiel karakter. Når man katalogiserer forbrugerrettigheder, bør man også fastlægge en definition på ansvarligt forbrug. En sådan bør bl.a. omfatte social og miljømæssig bæredygtighed og lige adgang til markedet for produkter, varer og tjenesteydelser, samtidig med at der tages højde for de enkelte forbrugergruppers forskellige beskyttelsesbehov.

1.2. EØSU mener endvidere, at aktuelle teknologiske innovationer tilbyder løsninger, der kan sikre retten til tilgængelig, forståelig og letlæselig information i det indre marked. Her tænkes på brugen af enheder og værktøjer i forbindelse med den nuværende digitale omstilling, såsom intelligente etiketter til produktovervågning eller brugen af moderne disruptive teknologier som robotteknologi, kunstig intelligens, blockchain, virtual reality m.fl.

1.3. EØSU bifalder Kommissionens bestræbelser på at styrke forbrugernes rolle i den grønne omstilling. Efter udvalgets mening skal der lægges vægt på en effektiv gennemførelse af det relevante direktiv og alle andre gældende bestemmelser om forbrugerbeskyttelse. Det er også vigtigt at øge denne beskyttelse yderligere ved at udvide anvendelsesområdet til at omfatte information til forbrugerne om sociale forhold og arbejdsvilkår, hvorunder varer og tjenesteydelser produceres og indkøbes.

1.4. I betragtning af de ulige forhold, der følger af, at forbrugerne ikke har det samme informationsniveau, og i overensstemmelse med forsigtighedsprincippet mener EØSU, at der bør indføres sporbarhedsmetoder for at imødegå risici i forbindelse med sociale spørgsmål og arbejdsvilkår, så de nationale myndigheder kan træffe de nødvendige forebyggende foranstaltninger på en koordineret måde. EØSU mener, at hjemmesider med forbrugerinformation bør have et mere neutralt design uden mørke mønstre.

1.5. Endelig er EØSU bekymret over visse tjenesteudbyderes praksis på onlineplatforme og søgemaskiner, der kan bringe forbrugernes rettigheder i fare, og over ulovligt indhold, som kan udgøre en risiko for yngre forbrugere. I den forbindelse påpeger EØSU, at der er behov for at forbedre indsatsen for at overvåge og kontrollere forbrugernes ret til information og træffe de nødvendige foranstaltninger for effektivt at imødegå nævnte praksis.

2. **Baggrund**

2.1. Den nye forbrugerdagsorden »Styrkelse af forbrugernes stilling med henblik på at opnå en bæredygtig genopretning« for perioden 2020-2025 er rammen for EU's handlingsprogram for udvikling af forbrugerbeskyttelsespolitikker og omfatter bl.a. følgende prioriterede områder:

a) beskyttelse af sårbare grupper for at imødekomme forbrugernes specifikke behov i situationer, der bl.a. kan skyldes uspecifikke sociale omstændigheder hos enkelte forbrugere eller grupper af forbrugere

b) forbrugerbeskyttelse i en global sammenhæng, sikkerhed ved import og beskyttelse af EU's forbrugere mod urimelig praksis, der anvendes af operatører uden for EU, gennem markedsovervågning og tættere samarbejde med de relevante myndigheder i EU's partnerlande.

2.2. Strategien omfatter også forbrugeroplysning og effektiv håndhævelse af forbrugerrettigheder som en af de sektorspecifikke foranstaltninger i denne nye forbrugerdagsorden og indeholder regler herom, herunder – i forhold til emnet for denne udtalelse – direktivet om styrkelse af forbrugernes stilling i forbindelse med den grønne omstilling ([1]), forordningen om forbrugerbeskyttelsessamarbejde ([2]) og forordningen om produktsikkerhed i almindelighed ([3]).

2.3. Desuden ændrer direktivet om styrkelse af forbrugernes stilling i forbindelse med den grønne omstilling direktiverne om urimelig handelspraksis og forbrugerrettigheder. Selv om dette har en positiv indvirkning på forbrugeroplysningen, er den stadig ufuldstændig, da kravet om at give oplysninger om produkters, varers og tjenesteydelsers egenskaber ikke dækker aspekter vedrørende de sociale og arbejdsmæssige forhold, hvorunder disse produkter, varer og tjenesteydelser produceres, distribueres og leveres.

2.4. Forordningen om samarbejde mellem nationale forbrugerbeskyttelsesmyndigheder gør det til gengæld muligt for de nationale myndigheder at udveksle oplysninger, hvilket letter beslutningstagning og fælles indsatser i forbindelse med en samlet og effektiv overvågning af, at de relevante regler overholdes.

2.5. På samme måde indeholder forordningen om produktsikkerhed i almindelighed et system for tidlig varsling kaldet Safety Gate til udveksling af oplysninger. Forordningen fastsætter, at Kommissionen skal sørge for systemets videre udvikling og modernisering. Et af de områder, der skal arbejdes på, er derfor at inkludere urimelig handelspraksis af social og arbejdsmæssig karakter i vurderingsprocedurerne for at afgøre, hvilke forebyggende foranstaltninger der kan træffes.

2.6. Ud over ovenstående baggrundsinformation skal målene i 2030-dagsordenen for bæredygtig udvikling også tages i betragtning. På grund af deres forbindelse med emnet for denne udtalelse fremhæves især mål 5 »Ligestilling mellem kønnene«, mål 8 »Anstændige jobs og økonomisk vækst«, mål 10 »Reducer ulighed i og mellem lande« og mål 12 »Sikre bæredygtigt forbrug og produktionsformer«.

([1]) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2024/825 af 28. februar 2024 om ændring af direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU for så vidt angår styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling gennem bedre beskyttelse mod urimelig praksis og gennem bedre oplysning (EUT L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj).

([2]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/2394 af 12. december 2017 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse og om ophævelse af forordning (EF) nr. 2006/2004 (*EUT L 345 af 27.12.2017, s. 1*).

([3]) Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2023/988 af 10. maj 2023 om produktsikkerhed i almindelighed, om ændring af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1025/2012 og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2020/1828 og om ophævelse af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/95/EF og Rådets direktiv 87/357/EØF (*EUT L 135 af 23.5.2023, s. 1*).

3. **Forbrugeroplysning inden for EU's nuværende lovgivningsmæssige rammer**

3.1. De lovgivningsmæssige rammer for politikkerne til beskyttelse af forbrugerrettigheder sikrer, at forbrugerne får de oplysninger, de har brug for til at beskytte sig selv mod trusler mod deres sundhed, sikkerhed eller økonomiske interesser. Oplysninger om praksis i forbindelse med forbrugernes købsbeslutninger på grundlag af sociale og arbejdsmæssige kriterier er imidlertid ikke omfattet.

3.2. Der er dog blevet udviklet initiativer til at informere, udbrede og fremme etisk handelspraksis i overensstemmelse med principperne for retfærdig handel og til at fremme et mere solidarisk, tilgængeligt og inkluderende forbrug. Det har skabt større bevidsthed hos forbrugerne i valget af mærker og produkter, og der er nu en tendens til at anerkende de mærker og produkter, der bedst matcher deres personlige værdier, i stedet for blot at se på, hvad der tilfredsstiller deres ønsker og behov.

3.3. Forbrugerne skal derfor have lettilgængelige og forståelige oplysninger, der kan hjælpe dem med at træffe informerede valg med inddragelse af kriterier, der får dem til at vælge mærker og produkter af rationelle og følelsesmæssige årsager, afhængigt af de forskellige salgskanaler.

3.4. Når man forbedrer forbrugeroplysningen ved at medtage sociale og beskæftigelsesrelaterede oplysninger, må det ikke medføre, at andre oplysninger om produkter eller tjenesteydelser går tabt, eller at det går ud over oplysningernes tilgængelighed og læsbarhed. Samtidig bør det heller ikke føre til for mange informationer eller overinformation, hvor der bliver for meget eller irrelevant indhold, da det kan skabe forvirring, når det gælder om at tilegne sig og forstå oplysningerne.

3.5. Denne udvidelse af den information, der er tilgængelig for forbrugerne, hjælper også med at forbedre markedsgennemsigtigheden, da den skaber en bedre balance i forholdet mellem de økonomiske aktører og dermed gør det sværere at anvende urimelig handelspraksis.

3.6. Hvis styrkelsen af forbrugeroplysningen skal være effektiv, er det imidlertid nødvendigt at sikre, at informationerne er korrekte, og at informationsindholdet svarer nøjagtigt til varernes og tjenesteydelsernes egenskaber. Det er nødvendigt at imødegå risikoen for »socialwashing« med henblik på at sikre politikker og praksis, der reelt er rettet mod virksomhedernes sociale ansvar og overholdelse af sociale og miljømæssige standarder, samt sikre gennemsigtige foranstaltninger og kommunikation over for forbrugerne, så man undgår vildledende oplysninger.

3.7. Kort sagt kræver bedre forbrugeroplysning ikke kun en ordentlig præsentation af indholdet, men også overvågning og kontrolforanstaltninger fra de nationale myndigheders side for at verificere oplysningernes nøjagtighed og om nødvendigt træffe passende foranstaltninger, især i forhold til cybersikkerhed og digitalt privatliv.

4. **EØSU's forslag til at styrke kravene til forbrugeroplysning i EU**

4.1. EØSU foreslår, at Kommissionen og medlemsstaterne foretager en evaluering af den nuværende lovgivning for at vurdere, om den er tilstrækkelig til at beskytte forbrugernes rettigheder i forbindelse med oplysninger om miljømæssige, sociale og arbejdsmarkedsmæssige aspekter af produkter og tjenesteydelser, og om lovgivningens anvendelse er lige så effektiv inden for onlinehandel. Spørgsmålet er, om lovgivningen skal tilpasses varernes, produkternes, aktiviteternes og tjenesteydelsernes karakteristika og den kanal, hvor handelstransaktionerne gennemføres.

4.2. EØSU opfordrer Kommissionen og medlemsstaterne til at udarbejde oplysnings- og bevidstgørelseskampagner, der informerer om indsatsen for at forbedre informationerne, og som fremmer forbrugerne bevidsthed og gør dem i stand til at træffe informerede købsbeslutninger.

4.3. EØSU opfordrer også Kommissionen og medlemsstaterne til at revidere og ajourføre forbrugernes rettigheder og definere ansvarligt forbrug og dets udviklingsområder med det formål at lette en fælles og koordineret planlægning og gennemførelse af deres foranstaltninger.

4.4. EØSU mener tillige, at det vil være hensigtsmæssigt at indføre et europæisk »centralt kontaktpunkt« for forbrugerbeskyttelse, der forener de sektorspecifikke procedurer og dermed letter forbrugeroplysningen og fremmer effektiv udøvelse af forbrugernes rettigheder.

4.5. Endelig foreslår EØSU, at det vurderes, om der er behov for at udvide anvendelsen af de nuværende mekanismer for tidlig opsporing for at sikre, at oplysninger om sporbarheden af produkter og tjenesteydelser styrkes i hele deres værdikæde, navnlig i de salgskanaler, hvor sporingsarbejdet er mere komplekst.

Bruxelles, den 19. september 2024.

Oliver RÖPKE
Formand for
Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg

BILAG

Følgende punkt(er) i sektionens udtalelse blev ændret for at afspejle det ændringsforslag, der blev vedtaget, men det oprindelige punkt i udtalelsen opnåede over en fjerdedel af stemmerne (forretningsordenens artikel 74, stk. 4):

1. **Konklusioner og anbefalinger**

1.1. Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg (EØSU) påskønner de fremskridt, der i den senere tid er gjort med hensyn til at styrke forbrugernes rolle i den grønne omstilling, og opfordrer medlemsstaterne til at effektivt at gennemføre det nyligt vedtagne direktiv om styrkelse af forbrugernes stilling i forbindelse med den grønne omstilling, som vil sikre bedre og mere harmoniserede oplysninger om produkters holdbarhed og reparationsmuligheder.

1.2. EØSU foreslår, at der sikres lettilgængelig, letlæselig og letforståelig information for alle borgere, navnlig for personer med forskellige funktionsnedsættelser. Det gælder også i forhold til varer og tjenesteydelser fra tredjelande, men der bør ikke skabes unødvendige byrder for små og mellemstore virksomheder

1.3. En vellykket forbrugerregulering, der tager hensyn til behovet for forbrugerbeskyttelse, men også til behovet for en enkel og brugbar ramme for virksomheder, navnlig SMV'er, styrker forbrugernes tillid til det indre marked og dets aktører og bidrager til mere økonomisk vækst og jobskabelse gennem øget tro på forbrug.

1.4. EU's lovgivning om forbrugerrettigheder opfattes som kompliceret, fragmenteret og særlig vanskelig at overholde for små virksomheder. EU's forbrugerregler bør forenkles og strømlines for at gøre det lettere for virksomhederne at overholde dem og sikre, at forbrugerne er bevidste om deres rettigheder.

1.5. Forbrugernes ret til information i det indre marked kan styrkes ved brug af intelligent mærkning for at holde øje med produkternes tilstand og fremme den digitale omstilling gennem udvikling af robotteknologi, kunstig intelligens, blockchain og virtual reality.

1.6. EØSU opfordrer Kommissionen til at rapportere om Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/2394 af 12. december 2017 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse (i det følgende benævnt »forordning (EU) 2017/2394«) for at muliggøre koordinering af de foranstaltninger, der foreslås i denne udtalelse. Der er behov for en evalueringsrapport for at analysere eventuelle yderligere behov for ajourføringer af forbrugerbeskyttelsesmyndighedernes samarbejdsramme.

1.7. EU's lovgivning om forbrugerrettigheder opfattes som kompliceret, fragmenteret og særlig vanskelig at overholde for små virksomheder. EU's forbrugerregler bør forenkles og strømlines for at gøre det lettere for virksomhederne at overholde dem og sikre, at forbrugerne er bevidste om deres rettigheder. En yderligere harmonisering af forbrugerrettighederne i EU vil også tilskynde til grænseoverskridende handel på det indre marked og dermed også øge forbrugervalgmulighederne for borgerne.

1.8. EØSU opfordrer Kommissionen og medlemsstaterne til at sikre, at forbrugere og virksomheder bliver informeret klart om deres rettigheder og forpligtelser i forbrugerlovgivningen, for eksempel via et ajourført katalog over forbrugerrettigheder. Anvendelsen af alternativ tvistbilæggelse bør også fremmes i forbindelse med tvister på forbrugerområdet.

1.9. Endelig er EØSU bekymret over den måde, hvorpå udbyderne af platformstjenester og søgemaskiner forholder sig til forbrugernes ret til information og til pligten til at anvende rimelige, forholdsmæssige og effektive foranstaltninger til at begrænse systemiske risici og ulovligt indhold, navnlig med henblik på beskyttelse af mindreårige. I den forbindelse opfordrer EØSU til, at operatørerne stilles ens med operatører fra tredjelande, når det gælder overholdelse af regler i hele værdikæden.

2. **Baggrund**

2.1. Unionens handlingsprogram for forbrugerpolitik er baseret på den nye forbrugerdagsorden (i det følgende benævnt »dagsordenen«), der blev vedtaget den 13. november 2020. Denne dagsorden havde til formål at fremsætte en ajourført vision for Unionens forbrugerbeskyttelsespolitik fra 2020 til 2025 under overskriften »Styrkelse af forbrugernes stilling med henblik på at opnå en bæredygtig genopretning«.

2.1.1. Dagsordenen omfatter følgende centrale prioritetsområder:

a) grøn omstilling, som har til formål at sikre, at alle har adgang til bæredygtige produkter og en bæredygtig livsstil

b) digital omstilling med det formål at skabe et mere sikkert digitalt rum for forbrugerne, hvor deres rettigheder beskyttes

c) effektiv håndhævelse og klageadgang for at imødegå vildledende grønne anprisninger og urimelig handelspraksis i forbindelse med metoder til påvirkning og personalisering online

d) beskyttelse af sårbare grupper for at imødekomme forbrugernes specifikke behov i situationer, der bl.a. kan skyldes uspecifikke sociale omstændigheder hos enkelte forbrugere eller grupper af forbrugere

e) forbrugerbeskyttelse i en global sammenhæng, sikkerhed ved import og beskyttelse af EU's forbrugere mod urimelig praksis, der anvendes af operatører uden for EU, gennem markedsovervågning og tættere samarbejde med de relevante myndigheder i EU's partnerlande.

2.2. Dagsordenen omfatter blandt andre branchespecifikke foranstaltninger, herunder også forbrugeroplysning og effektiv håndhævelse af forbrugerrettigheder. I den forbindelse danner medlemsstaternes offentlige myndigheder inden for rammerne af forordning (EU) 2017/2394 et europæisk netværk, der letter udvekslingen af oplysninger og samarbejdsforanstaltninger om overtrædelser af lovgivningen om forbrugerbeskyttelse.

2.3. I henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2023/988 af 10. maj 2023 om produktsikkerhed i almindelighed (i det følgende benævnt »forordning (EU) 2023/988«), som har til formål at forbedre det indre markeds funktion og samtidig sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau, skal Kommissionen desuden videreudvikle, modernisere og vedligeholde Safety Gate-systemet for hurtig varsling med henblik på udveksling af oplysninger om korrigerende foranstaltninger.

2.4. For nylig vedtog Europa-Parlamentet og Rådet endvidere et direktiv om styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling, som har til formål at forbedre forbrugernes rettigheder ved at ændre direktivet om urimelig handelspraksis og direktivet om forbrugerrettigheder og tilpasse dem til den grønne omstilling og den cirkulære økonomi ([1]).

2.5. Selv om direktivet om forbrugerrettigheder kræver, at erhvervsdrivende giver forbrugerne oplysninger om varernes eller tjenesteydelsernes vigtigste egenskaber, også når det gælder holdbarhed og mulighed for reparation, omfatter det ikke aspekter vedrørende sporbarhed på det sociale og arbejdsmæssige område. Dette indgår imidlertid allerede i lovgivning på andre områder.

2.6. Inden for en bredere analyseramme bør verdensmålene for bæredygtig udvikling i 2030-dagsordenen og de tilhørende delmål også tages i betragtning. Selv om de fleste af verdensmålene for bæredygtig udvikling vedrører forbrugeroplysnings- og beskyttelsespolitikker, som i høj grad bidrager til at nå disse mål, er det værd at fremhæve, at forbrugerne bærer et medansvar gennem deres forbrugsvaner. De relevante verdensmål for bæredygtig udvikling er mål 12 om *ansvarligt forbrug og ansvarlig produktion*, mål 5 om *ligestilling mellem kønnene*, mål 8 om *anstændige jobs og økonomisk vækst* og mål 10 om *mindre ulighed i og mellem lande*.

3. **Forbrugeroplysning inden for EU's nuværende lovgivningsmæssige rammer**

3.1. Hvad angår de forskellige elementer, der kunne betragtes som kendetegnende for et ansvarligt forbrug, nemlig sundhed, sikkerhed, bæredygtighed, etik, solidaritet, inklusion og tilgængelighed, kan det med rimelighed siges, at EU's lovgivningsmæssige udvikling og politikker om forbrugeroplysning og -beskyttelse i tilstrækkelig grad garanterer forbrugernes ret til et sundt og sikkert forbrug samt beskyttelse af deres økonomiske og juridiske interesser. Der findes imidlertid ikke et tilsvarende beskyttelsesniveau for så vidt angår oplysninger om etik, solidaritet, inklusion og tilgængelighed.

3.2. Der er dog gjort visse fremskridt med hensyn til at udbrede og øge bevidstheden om etisk og solidarisk forbrug, navnlig gennem initiativer til fremme af fair handel. Det samme gælder et inkluderende og tilgængeligt forbrug med henblik på at beskytte sårbare grupper.

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

3.3. Forbrugerne er i dag bedre informeret på grund af den udbredte tilgængelighed af oplysninger gennem digitale teknologier, øget gennemsigtighed fra virksomhedernes side, øgede lovgivningsmæssige krav og proaktiv forbrugeradfærd. Denne forbedrede adgang til information sætter dem i stand til at træffe mere kvalificerede og samvittighedsfulde købsbeslutninger, hvilket afspejler et betydeligt skift i forhold til tidligere forbrugeradfærd, hvor oplysningerne var mere begrænsede og sværere at indhente. Det er imidlertid en vigtig opgave at styrke forbrugernes rolle i den grønne omstilling og øget bevidsthed blandt forbrugerne om relevante aspekter, og i den forbindelse spiller forbrugerorganisationer en vigtig rolle.

3.4. Forbrugerne anvender i stigende grad andre indkøbskriterier end kvalitet og pris, som gør deres adfærd mere ansvarlig, når det gælder sociale og miljømæssige spørgsmål som dem, der er nævnt ovenfor. Anvendelsen af disse kriterier er imidlertid et resultat af, at der træffes informerede valg, som kan føre til en ændring i købsadfærden, idet der skabes en bekymring, som afhjælpes gennem køb, der frembringer velfærd. Det er den omvendte proces af den følelsesbetonede oplevelse, der præger impulskøb, hvor den spænding, der er forbundet med ønsket om at eje det pågældende produkt, aftager ved købet.

3.5. De forskellige indkøbskriteriers karakter udgør positive eller negative eksterne forbrugsvirkninger, afhængigt af hvordan den pågældende købsbeslutning påvirker tredjeparter, idet enhver ekstern faktor, uanset om den er håndgribelig eller ej, betragtes som tredjepart.

3.6. En styrkelse af den information, der er nødvendig for at træffe informerede købsbeslutninger, sker derfor f.eks. i form af kendskab til produktets positive eller negative eksterne virkninger. Disse har betydning for, hvorvidt et produkt købes eller ej, og forbrugerne kan således udøve deres magt på markedet gennem de indkøb, de foretager.

3.7. EØSU er imidlertid bekymret over de uforholdsmæssigt store administrative byrder, især for mellemstore og små virksomheder, da nogle af disse byrder kan være unødvendige og undertiden vanskeliggøre den normale drift. Udvalget mener også, at anvendelse af en mere neutral og forenklet forbrugerlovgivning vil være bedre for både forbrugere og virksomheder. En vellykket forbrugerregulering, der tager hensyn til behovet for forbrugerbeskyttelse, men også til behovet for en enkel og brugbar ramme for virksomheder, navnlig SMV'er, styrker forbrugernes tillid til det indre marked og dets aktører og bidrager til mere økonomisk vækst og jobskabelse gennem øget tro på forbrug. Det skal også bemærkes, at virksomhederne har et markedsdrevet incitament til at levere bæredygtighedsoplysninger til forbrugerne, idet dette øger omdømmet og skaber loyalitet blandt kunder og investorer, hvilket i sidste ende fører til en konkurrencefordel.

3.8. En styrkelse af forbrugeroplysningen giver også mere informationssymmetri og gennemsigtighed blandt de forskellige markedsaktører, hvilket gør det vanskeligere at udvikle urimelig praksis og skaber balance i styrkeforholdet mellem forbrugerne og andre aktører, da det er afgørende for fair handelstransaktioner, at forbrugerne har adgang til alle oplysninger, som de enkelte erhvervsdrivende sidder inde med, om det produkt, den vare eller den tjenesteydelse, der handles med.

3.9. Desuden kan en styrkelse af oplysningerne tidligt i processen gøre det lettere at sammenligne produkter og træffe mere informerede købsbeslutninger. Efterfølgende kan disse oplysninger formidles til andre forbrugere, som enten ikke har dem, eller hvis viden er utilstrækkelig til at komme til udtryk gennem købshandlinger. Dette har en afsmittende effekt, der får købsbeslutninger til at gå viralt mellem forbrugerne og deres netværk. Derfor bør de forbrugerregistre og registre over miljøklager, der allerede er fastsat i den lovgivning, som Kommissionen for nylig har vedtaget, styrkes.

3.10. Denne multiplikatoreffekt ved at styrke informationen bør imidlertid ledsages af en tilsynsindsats for at sikre, at der er overensstemmelse mellem oplysningerne og produkternes faktiske egenskaber, hvorved produkt- og mærkeloyaliteten styrkes ([2]). Tilskyndelse til brug af alternative tvistbilæggelsesordninger kan, som EØSU allerede har påpeget, bidrage til at løse de eksisterende tvister.

3.11. Tekniske applikationer kan i øjeblikket afhjælpe de pladsbegrænsninger, som gør det vanskeligt at angive detaljerede oplysninger i forbindelse med produkternes mærkning. I den forbindelse er arbejdet med det digitale produktpas et klart skridt fremad, og EØSU ser frem til dets gennemførelse.

([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. For så vidt angår styrkelsen af oplysningerne på websteder, der markedsfører produkter og aktiviteter, fører en udvidelse af informationsindholdet ikke til pladsproblemer. Det bør dog kun være relevante oplysninger, der medtages, og man bør undgå overinformation. Til gengæld skal oplysningerne præsenteres på en lettilgængelig måde og ikke indebære, at brugeren omdirigeres til andre webstedsadresser, som gør det vanskeligt at komme hen til de pågældende oplysninger. Dette er allerede fastsat ved lov, men det skal kontrolleres, at reglerne overholdes.

3.13. På det digitale område bør civilsamfundsorganisationer spille en aktiv rolle i forbindelse med forbrugernes ret til information fra udbyderne af platformstjenester og søgemaskiner samt de foranstaltninger, de kan træffe for at imødegå de systemiske risici, de kortlægger i processen med at vurdere risici, der genereres af de forskellige tjenester og relaterede systemer, herunder algoritmiske systemer, eller som følge af brugen af tjenesterne.

3.13.1. Den samfundsmæssige udvikling kræver, at der tages hånd om aktuelle udfordringer såsom massedataindsamling, faktatjek, forstyrrelser pga. trusler, hybride trusler, cybersikkerhed, desinformation og informationsmanipulation. Dertil kommer klassiske forbrugeroplysningsspørgsmål, lige fra problemer med f.eks. begravelsestjenester i forskellige medlemsstater til nye problemer i forbindelse med den digitale verden.

3.14. Medtagelsen af retten til reparation af produkter tjener, som EØSU allerede har peget på, også til at investere i menneskelige ressourcer, ud over at denne foranstaltning har et miljømæssigt og bæredygtigt aspekt.

4. **EØSU's forslag til at styrke kravene til forbrugeroplysning i EU**

4.1. Forøgelse af forbrugernes tillid ved at styrke den information, der er til rådighed om produkters og tjenesteydelsers relevante dimensioner, kan opnås ved at træffe både proaktive og reaktive foranstaltninger. Førstnævnte omfatter produktmærkning og kontraktoplysninger om tjenesteydelser samt oplysningskampagner, der gennemføres i dette øjemed, men også ved at tilvejebringe de økonomiske midler, som er nødvendige for små og mellemstore virksomheder. At styrke forbrugernes rolle i den grønne omstilling og øge deres bevidsthed om deres rettigheder er en vigtig opgave, som forbrugerorganisationer spiller en afgørende rolle i.

4.1.1. Desuden er det nødvendigt at evaluere forordning (EU) 2017/2394 for at analysere, hvilke yderligere behov der er med hensyn til at opdatere forbrugerbeskyttelsesmyndighedernes samarbejdsramme.

4.2. Der bør også oprettes et centralt kontaktpunkt for forbrugerbeskyttelse for således at fremme forbrugernes ret til information og sætte en stopper for den nuværende, mere asymmetriske, branchebestemte situation.

4.3. Endelig skal det bemærkes, at dette initiativ også har til formål at forbedre sporbarheden af de udbudte varer og tjenesteydelser, eftersom anvendelsen af mellemled kan gøre dette vanskeligt. Det gælder navnlig e-handel, hvor sporingsarbejdet ikke altid er effektivt, og hvor sporingen bør kunne indarbejdes ved gennemførelsen af det digitale produktpas i de tilfælde, hvor en sådan sporbarhed ikke er påtænkt.

Resultat af afstemningen

For:	116
Imod:	127
Hverken for eller imod:	11

BILAG

I overensstemmelse med artikel 74, stk. 5, i Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalgs forretningsorden og gennemførelsesbestemmelserne vedtaget den 15. november 2022 vedlægges følgende erklæring som bilag:

Det vedtagne forslag til udtalelse vedrører produkters sociale og miljømæssige sporbarhed. Forslaget omfatter navnlig tre konkrete initiativer:

a) *Indarbejdelse i produktmærkningen af oplysninger om råvarernes oprindelse og fremstillings- og distributionsprocesserne, således at forbrugerne kan vurdere den miljømæssige og sociale indvirkning af produkternes markedsføring.*

Der stilles allerede krav om disse oplysninger inden for landbrugsfødevarer, sundhed, beskatning osv., og det anses derfor for hensigtsmæssigt at kopiere dem på forbrugerbeskyttelsesområdet med de nødvendige tilpasninger i den henseende.

b) *Etablering af et socialt, etisk og arbejdsmæssigt evalueringssystem som det, der allerede findes til vurdering af fødevare- og sikkerhedsrisici, således at produkternes indvirkning på det sociale og arbejdsmæssige område kan vurderes objektivt, og medlemsstaterne kan anvende oplysningerne på en ensartet måde, når de vedtager forebyggende foranstaltninger. Med tiden kan disse oplysninger, hvor det er relevant, indarbejdes som forsigtighedsmærkning ved hjælp af piktogrammer som f.eks. dem, der anvendes i husholdningskemikalier, der i øjeblikket er på markedet.*

c) *Udvidelse af det nuværende system for tidlig varsling i tilknytning til produkter i betragtning af de hidtidige omfattende og positive erfaringer samt de omkostningsbesparelser, det vil medføre at indarbejde andre årsager til udveksling af meddelelser såsom dem, der vedrører sociale, etiske eller arbejdsmarkedsmæssige aspekter i forbindelse med produkter.*

Denne sporbarhed ville også give medlemsstaterne mulighed for effektivt at anvende forsigtighedsforanstaltninger til at bekæmpe urimelig handelspraksis såsom socialwashing i produktinformation i lighed med den praksis for bekæmpelse af greenwashing, der indgår i det nyligt vedtagne direktiv om styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling. Dette forslag har til formål at styrke dette direktiv ved at udvide viften af mål.

Desuden omhandler dette forslag til udtalelse ikke kun de prioriterede emner, som Den Europæiske Union har opstillet, såsom socialt ansvarlige økonomiske aktiviteter og foranstaltninger, der tager sigte på forbrugerinformation og beskyttelse af forbrugernes rettigheder med det formål at fremme ansvarligt forbrug. Forslaget har til hensigt at se på de nødvendige lovgivningsmæssige rammer for udviklingen af ovenstående.

På samme måde som der er gjort fremskridt på miljøområdet, bør der fremsættes et forslag om at styrke rettighederne for mere end 400 mio. forbrugere, hvilket samtidig vil styrke den fair konkurrence på EU's indre marked, da dette forslag vedrørende tidlige produktsikkerhedsindberetninger først og fremmest vil påvirke produktionen og markedsføringen for tredjelandsvirksomheder og ikke-europæiske multinationale selskaber. Dette vil også beskytte markedet for europæiske små og mellemstore virksomheder, idet deres produktdistributionsaktiviteter ikke påvirkes, og de ikke pålægges en ekstra administrativ byrde.

EØSU vurderer ikke, at den nuværende social- og arbejdsmarkedslovgivning berettiger, at der ikke findes en specifik regulering på forbrugerbeskyttelsesområdet, som kan sikre en fuld anvendelse af reglerne og bane vejen for de forebyggelsesmekanismer, der foreslås i denne udtalelse.

Endelig har dette forslag til udtalelse også til formål at imødegå de bekymringer, som forbrugerorganisationer samt social-, arbejdsmarkeds- og fairtradeorganisationer har givet udtryk for.

Det er vigtigt at huske på, at Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg vægter det økonomiske og sociale område lige højt.