C/2024/6876

2024.11.28.

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye

A fogyasztók tájékoztatására vonatkozó követelmények megerősítése az EU-ban

(saját kezdeményezésű vélemény)

(C/2024/6876)

Előadó: **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

Tanácsadó: Alejandro SALCEDO AZNAL

Közgyűlési határozat: 2024.1.18.

Jogalap: eljárási szabályzat 52. cikk (2) bekezdés

Illetékes szekció: „Egységes piac, termelés és fogyasztás” szekció

Elfogadás a szekcióülésen: 2024.6.26.

Elfogadás a plenáris ülésen: 2024.9.19.

Plenáris ülésszak száma: 590.

A szavazás eredménye:
(mellette/ellene/tartózkodott) 143/103/13

1. Következtetések és ajánlások

1.1. Tekintettel a fogyasztók növekvő társadalmi és környezetvédelmi tudatosságára, az EGSZB helyénvalónak tartja, hogy aktualizálják és rendszerezzék jogaikat, megkönnyítve azok megismerését és a felelős fogyasztás gyakorlását, megelőzve ugyanakkor a kirekesztés minden formáját, különösen a digitális, energetikai vagy pénzügyi jellegű kirekesztést. A jogok rendszerezésére irányuló erőfeszítéseknek a felelős fogyasztás fogalmának egységes meghatározását is szolgálniuk kell, amely magában foglalja többek között a társadalmi és környezeti fenntarthatóságot vagy a termékekhez, árukhoz és szolgáltatásokhoz való egyenlő piaci hozzáférést, figyelembe véve a különböző fogyasztói csoportok kiszolgáltatottságát.

1.2. Az EGSZB úgy véli továbbá, hogy a jelenlegi technológiai innováció olyan megoldásokat kínál, amelyekkel az egységes piacon biztosítható a hozzáférhető, érthető és olvasható információkhoz való jog, a folyamatban lévő digitális átalakulásból eredő különféle eszközök – például a termékek nyomon követésére szolgáló intelligens címkék – használata vagy olyan kialakulóban lévő forradalmi technológiák alkalmazása révén, mint a robotika, a mesterséges intelligencia, a blokklánc vagy a virtuális valóság.

1.3. Másrészről az EGSZB, miközben üdvözli a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növelésére irányuló európai bizottsági erőfeszítéseket, rámutat arra, hogy biztosítani kell a vonatkozó irányelv, valamint a fogyasztóvédelmet célzó egyéb hatályos rendelkezések tényleges végrehajtását. Alapvetően fontos továbbá, hogy hatályának kiterjesztése révén tovább javítsák a védelem szintjét, hogy a fogyasztók tájékoztatást kapjanak az áruk és szolgáltatások előállításának és beszerzésének szociális és munkaügyi körülményeiről is.

1.4. A fogyasztókat sújtó információs aszimmetriából eredő szerződéses egyenlőtlenséget szem előtt tartva és az elővigyázatosság elvével összhangban az EGSZB úgy véli, hogy nyomonkövethetőségi mechanizmusokat kell alkalmazni az azonosított szociális és munkaügyi kockázatok kezelésére, lehetővé téve a nemzeti hatóságok számára, hogy összehangolt módon hozzák meg a szükséges óvintézkedéseket. A fogyasztói tájékoztatást tartalmazó weboldalak esetében az EGSZB egy semlegesebb, megtévesztő tervezési megoldásokat mellőző tervezést támogat.

1.5. Végezetül az EGSZB aggodalmát fejezi ki egyes onlineplatform- és keresőmotor-szolgáltatók azon gyakorlata miatt, amely veszélyeztetheti a fogyasztói jogokat, valamint az olyan jogellenes tartalmak miatt, amelyek hatással lehetnek a fiatalabb fogyasztók védelmére. Ennek kapcsán az EGSZB hangsúlyozza, hogy meg kell erősíteni a fogyasztók tájékoztatáshoz való jogának nyomon követésére és ellenőrzésére irányuló intézkedéseket, és meg kell tenni a szükséges intézkedéseket annak érdekében, hogy hatékonyan fel tudják számolni ezt a gyakorlatot.

2. **Háttér**

2.1. „A fogyasztói reziliencia erősítése a fenntartható helyreállítás érdekében” című, a 2020–2025-ös időszakra szóló új fogyasztóügyi stratégia keretet biztosít az Unió fogyasztóvédelmi politikáinak fejlesztésére irányuló uniós cselekvési program számára, és többek között a következő kiemelt területeket foglalja magában:

a) a kiszolgáltatott csoportok védelme, lehetővé téve specifikus fogyasztói szükségletek kezelését olyan helyzetekben, amelyek többek között az egyes fogyasztók vagy fogyasztói csoportok szociális vagy sajátos körülményeinek tudhatók be;

b) a fogyasztóvédelem globális kontextusban, garantálva a behozott termékek biztonságosságát és védve az uniós polgárokat a nem uniós gazdasági szereplők tisztességtelen üzleti gyakorlataival szemben a piacfelügyelet és az EU partnerországainak illetékes hatóságaival folytatott szorosabb együttműködés révén.

2.2. Az új fogyasztóügyi stratégia egyik ágazati intézkedésének témája a fogyasztók tájékoztatása és a fogyasztói jogok hatékony érvényesítése. Ehhez megnevezi a vonatkozó jogszabályokat is, melyek közül e vélemény tárgyával kapcsolatban ki kell emelni a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásáról szóló irányelvet ([1]), a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok közötti együttműködésről szóló rendeletet ([2]) és az általános termékbiztonsági rendeletet ([3]).

2.3. A fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásáról szóló irányelv módosítja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról és a fogyasztói jogokról szóló irányelvet, ami pozitív hatással van a fogyasztók fent említett tájékoztatására. Ez azonban így is hiányos, mivel a termékek, áruk és szolgáltatások jellemzőire vonatkozó tájékoztatási követelmény nem vonatkozik az említett termékek, áruk és szolgáltatások előállításának, forgalmazásának, illetve nyújtásának szociális és munkaügyi körülményeit érintő szempontokra.

2.4. A nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok közötti együttműködésről szóló rendelet lehetővé teszi a nemzeti hatóságok közötti információcserét, ami megkönnyíti a döntéshozatalt és az együttes fellépést a vonatkozó jogszabályok betartásának ellenőrzését célzó intézkedések átfogó és hatékony végrehajtása terén.

2.5. Az általános termékbiztonsági rendeletben szereplő „Safety Gate” mechanizmus a riasztások révén információcserét tesz lehetővé. A rendelet előírja az Európai Bizottság számára a mechanizmus fejlesztését és korszerűsítését. Az erre irányuló munka részeként a szociális és munkaügyi jellegű szabálytalan üzleti gyakorlatokat beépíthetnék azokba az értékelési eljárásokba, amelyek alapján meghatározzák a meghozandó óvintézkedéseket.

2.6. A fent ismertetett háttér-információk mellett figyelembe kell venni a 2030-ig tartó időszakra szóló menetrendben foglalt fenntartható fejlődési céljokat is. Ezek közül – mivel részcéljai kapcsolódnak ehhez a véleményhez – kiemelendő a nemek közötti egyenlőségre vonatkozó 5., a tisztességes munkára és a gazdasági növekedésre vonatkozó 8., az országokon belüli és az országok közötti egyenlőtlenségek csökkentésére vonatkozó 10., valamint a fenntartható termelési és fogyasztási minták kialakítására vonatkozó 12. fenntartható fejlődési cél.

([1]) Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/825 irányelve (2024. február 28.) a 2005/29/EK és a 2011/83/EU irányelv módosításáról, a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának a tisztességtelen gyakorlatokkal szembeni hatékonyabb védelem és a hatékonyabb tájékoztatás révén történő növelése tekintetében (HL L, 2024/825, 2024.3.6, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj).

([2]) Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/2394 rendelete (2017. december 12.) a fogyasztóvédelmi jogszabályok végrehajtásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről és a 2006/2004/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (*HL L 345., 2017.12.27., 1. o.*).

([3]) Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2023/988 rendelete (2023. május 10.) az általános termékbiztonságról, az 1025/2012/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet és az (EU) 2020/1828 európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 2001/95/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv és a 87/357/EGK tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről (*HL L 135., 2023.5.23., 1. o.*).

3. **A fogyasztók tájékoztatása a jelenlegi uniós jogi keretben**

3.1. A fogyasztóvédelmi politikák jogszabályi kerete biztosítja a fogyasztók számára, hogy hozzáférjenek azokhoz az információkhoz, amelyek az egészségüket, biztonságukat vagy gazdasági érdekeiket veszélyeztető gyakorlatokkal szembeni védelmükhöz szükségesek. Ez azonban nem terjed ki a fogyasztók szociális és munkaügyi kritériumokon alapuló vásárlási döntéseivel kapcsolatos gyakorlatokra vonatkozó információkra.

3.2. Mindeközben tájékoztatási és terjesztési célú és támogató kezdeményezéseket dolgoztak ki a tisztességes kereskedelem elveivel összhangban lévő, etikus kereskedelmi gyakorlatok, illetve a szolidaritáson alapuló, hozzáférhetőbb és inkluzívabb fogyasztás előmozdítására, ami elősegíti a fogyasztók körében a tudatosabb márka- és termékválasztást, mivel – vágyaik és szükségleteik kielégítésén túl – arra is törekednek, hogy elismerjék azokat, amelyek a legközelebb állnak személyes értékrendjükhöz.

3.3. Ezért olyan hozzáférhető és érthető tájékoztatást kell nyújtani a fogyasztók számára, amelyet figyelembe vehetnek megalapozott döntéseik során, és amely a benne foglalt kritériumok alapján racionális és érzelmi szempontból is segíti őket a márka- és termékválasztásban, függetlenül az adott értékesítési csatornától.

3.4. A fogyasztók tájékoztatásának a szociális és munkaügyi jellegű információk beépítésével történő megerősítése nem jelentheti a termékekre vagy szolgáltatásokra vonatkozó egyéb információk elhagyását vagy ezek hozzáférhetőségének és olvashatóságának romlását. Nem vezethet továbbá túl sok információhoz vagy információs túlterheléshez azzal, hogy tartalma irreleváns információkkal bővül, ami zavart okoz azok befogadásában és megértésében.

3.5. A fogyasztó rendelkezésére álló információk körének ilyen kiterjesztése hozzájárul a piac átláthatóságának javításához is, mivel nagyobb szimmetriát tesz lehetővé az e tekintetben létrejött szerződéses jogviszonyokban, és ezáltal akadályozza a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok kialakulását.

3.6. Ahhoz azonban, hogy a tájékoztatás ilyen jellegű megerősítése hatékony legyen, biztosítani kell, hogy az információk valósághűek legyenek, és tartalmuk hűen megfeleljen az áruk és szolgáltatások jellemzőinek. Foglalkozni kell a szociális jelleg színlelésére (social washing) irányuló gyakorlatok kockázatával, hogy olyan politikákat és gyakorlatokat kövessünk, amelyek valóban a vállalati társadalmi felelősségvállalásra és a szociális és környezetvédelmi normák tiszteletben tartására irányulnak, valamint átlátható intézkedések szülessenek, és biztosított legyen a fogyasztókkal folytatott átlátható kommunikáció is, elkerülve a félrevezető tájékoztatást.

3.7. Összefoglalva, a tájékoztatás megerősítése nemcsak a tartalom megfelelő bemutatását jelenti, hanem felügyeleti és ellenőrzési intézkedéseket is szükségessé tesz a nemzeti hatóságok részéről, hogy ellenőrizzék az információkat és adott esetben meghozzák a megfelelő intézkedéseket, különösen a kiberbiztonsággal és a fogyasztók digitális jogainak védelmével kapcsolatos kérdésekben.

4. **Az EGSZB javaslatai a fogyasztók tájékoztatására vonatkozó követelmények EU-n belüli megerősítéséhez**

4.1. Az EGSZB azt javasolja, hogy az Európai Bizottság és a tagállamok vizsgálják felül a jelenlegi jogszabályokat annak felmérése érdekében, hogy azok elegendőek-e a termékek és szolgáltatások környezeti, szociális és munkaügyi vonatkozásairól szóló tájékoztatással kapcsolatos fogyasztói jogok védelméhez, és hogy alkalmazásuk ugyanolyan hatékony-e az online kereskedelemben, vagy hozzá kell-e őket igazítani az áruk, termékek, tevékenységek és szolgáltatások jellemzőihez, valamint a kereskedelmi ügyletek lebonyolításának csatornájához.

4.2. Az EGSZB arra kéri az Európai Bizottságot és a tagállamokat, hogy dolgozzanak ki tájékoztató és figyelemfelkeltő kampányokat, hogy a fogyasztók is tudjanak a tájékoztatás megerősítéséről, és ezek tudatában hozzák meg vásárlással kapcsolatos döntéseiket.

4.3. Az EGSZB azt is kéri az Európai Bizottságtól és a tagállamoktól, hogy vizsgálják felül és frissítsék a fogyasztói jogokat, meghatározva a felelős fogyasztást és annak fejlesztésre szoruló területeit, hogy így könnyebben tudjanak közösen és egymással összehangolva intézkedéseket tervezni és végrehajtani.

4.4. Az EGSZB célszerűnek tartaná egy európai „egyablakos fogyasztóvédelmi rendszer” bevezetését is, amely egyesítené az ágazati eljárásokat és ezzel megkönnyítené a fogyasztók tájékoztatását és a fogyasztói jogok hatékony gyakorlását.

4.5. Végezetül az EGSZB javasolja, hogy vizsgálják meg, hogy szükség van-e a jelenlegi korai felismerési mechanizmusok széles körű alkalmazására ahhoz, hogy megerősítsék a termékek és szolgáltatások értékláncuk mentén történő nyomonkövethetőségével kapcsolatos tájékoztatást, különösen azokon az értékesítési csatornákon, ahol nehezebb a nyomon követés.

Kelt Brüsszelben, 2024. szeptember 19-én.

az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság
elnöke
Oliver RÖPKE

MELLÉKLET

A szekcióvélemény alábbi pontja(i) a Közgyűlés által elfogadott módosító indítványnak megfelelően módosult(ak), ugyanakkor a leadott szavazatok több mint egynegyede az alábbi szöveg megtartását támogatta (eljárási szabályzat 74. cikk (4) bekezdés):

1. **Következtetések és ajánlások**

1.1. Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság (EGSZB) nagyra értékeli a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növelése terén a közelmúltban elért eredményeket, és sürgeti a tagállamokat, hogy hatékonyan alkalmazzák a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növeléséről nemrég elfogadott irányelvet, melynek köszönhetően jobb és még inkább harmonizált információk állnak majd rendelkezésre a termékek tartósságáról és javíthatóságáról.

1.2. Az EGSZB javasolja, hogy minden polgár számára garantáljanak hozzáférhető, olvasható és érthető tájékoztatást, különös tekintettel a fogyatékossággal élő személyekre, és a harmadik országokból származó áruk és szolgáltatások vonatkozásában is, anélkül azonban, hogy szükségtelen terheket rónának a kis- és középvállalkozásokra.

1.3. Az olyan sikeres fogyasztóvédelmi szabályozás, amely a fogyasztóvédelem mellett azt is figyelembe veszi, hogy a vállalkozások, különösen a kkv-k számára egyszerű és működőképes keretre van szükség, erősíti a fogyasztók egységes piacba és annak szereplőibe vetett bizalmát, és a fogyasztásba vetett bizalom növelése révén hozzájárul a nagyobb gazdasági növekedéshez és a munkahelyteremtéshez.

1.4. Az az általános nézet, hogy az EU fogyasztói jogokkal kapcsolatos vívmányai bonyolultak és széttagoltak, és a kisvállalkozások különösen nehezen tudják őket betartani. Egyszerűsíteni és észszerűsíteni kell az uniós fogyasztóvédelmi szabályokat, hogy megkönnyítsék a vállalkozások számára a szabályok betartását, és biztosítsák, hogy a fogyasztók tisztában legyenek jogaikkal.

1.5. A fogyasztók tájékoztatáshoz való jogának érvényesülését erősítheti a belső piacon, ha intelligens címkéket használnának a termékek állapotának nyomon követésére. Ez a robotika, a mesterséges intelligencia, a blokklánc és a virtuális valóság fejlődése révén fellendíti a digitális átalakulást.

1.6. Az EGSZB sürgeti az Európai Bizottságot, hogy tegyen jelentést a fogyasztóvédelmi jogszabályok végrehajtásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről szóló, 2017. december 12-i (EU) 2017/2394 európai parlamenti és tanácsi rendeletről (a továbbiakban: (EU) 2017/2394 rendelet). Azért van szükség értékelő jelentésre, hogy elemezni lehessen, hogy milyen további igények merülnek fel a fogyasztóvédelmi hatóságok együttműködési keretének aktualizálásával kapcsolatban.

1.7. Az az általános nézet, hogy az EU fogyasztói jogokkal kapcsolatos vívmányai bonyolultak és széttagoltak, és a kisvállalkozások különösen nehezen tudják őket betartani. Egyszerűsíteni és észszerűsíteni kell az uniós fogyasztóvédelmi szabályokat, hogy megkönnyítsék a vállalkozások számára a szabályok betartását, és biztosítsák, hogy a fogyasztók tisztában legyenek jogaikkal. A fogyasztói jogok további harmonizálása az EU-ban ösztönözné a határokon átnyúló kereskedelmet is az egységes piacon, és ezáltal szélesítené a polgárok rendelkezésére álló fogyasztói választékot is.

1.8. Az EGSZB arra kéri az Európai Bizottságot és a tagállamokat, hogy biztosítsák, hogy a fogyasztók és a vállalkozások egyértelmű tájékoztatást kapjanak a fogyasztóvédelmi jogszabályokban foglalt jogaikról és kötelezettségeikről, például a fogyasztói jogok aktualizált jegyzéke révén. A fogyasztói jogvitákban is ösztönözni kell az alternatív vitarendezés igénybevételét.

1.9. Végezetül az EGSZB aggodalmát fejezi ki az online platformok és keresőprogramok szolgáltatóinak tevékenységével kapcsolatban, ami a fogyasztók tájékoztatáshoz való jogát, valamint azt a kötelezettséget illeti, hogy észszerű, arányos és hatékony kockázatcsökkentési intézkedéseket kell alkalmazni a rendszerszintű kockázatok és az illegális tartalmak kezelése érdekében, különös tekintettel a kiskorúak védelmére. E tekintetben az EGSZB kéri, hogy az értéklánc egészében biztosítsák, hogy a harmadik országbeli szereplők ugyanúgy betartsák a szabályokat, mint az uniós gazdasági szereplők.

2. **Háttér**

2.1. A fogyasztóvédelmi politika területére vonatkozó uniós cselekvési program az új fogyasztóügyi stratégián alapul (a továbbiakban: a stratégia). A stratégia „A fogyasztói reziliencia erősítése a fenntartható helyreállítás érdekében” címmel naprakész jövőképet kívánt adni az Unió fogyasztóvédelmi politikájához a 2020 és 2025 közötti időszakra.

2.1.1. A stratégia a következő kiemelt területekre terjed ki:

a) a zöld átállás, amelynek célja annak biztosítása, hogy a fenntartható termékek és életformák mindenki számára elérhetőek legyenek;

b) a digitális transzformáció, azzal a céllal, hogy biztonságosabb digitális tér jöjjön létre a fogyasztók számára, ahol védik a jogaikat;

c) hatékony végrehajtás és jogorvoslat a környezetbarát jellegre vonatkozó megtévesztő állítások, valamint az online befolyásolási technikákkal és a személyre szabással kapcsolatos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok területén;

d) a kiszolgáltatott csoportok védelme, lehetővé téve specifikus fogyasztói szükségletek kezelését olyan helyzetekben, amelyek többek között az egyes fogyasztók vagy fogyasztói csoportok szociális vagy sajátos körülményeinek tudhatók be;

e) a fogyasztóvédelem globális kontextusban, garantálva a behozott termékek biztonságosságát és védve az uniós polgárokat a nem uniós gazdasági szereplők tisztességtelen üzleti gyakorlataival szemben a piacfelügyelet és az EU partnerországainak illetékes hatóságaival folytatott szorosabb együttműködés révén.

2.2. A szóban forgó stratégia – egyéb ágazati intézkedések mellett – rendelkezik a fogyasztók tájékoztatásáról és a fogyasztói jogok hatékony érvényesítéséről. E tekintetben az (EU) 2017/2394 rendelet keretében a tagállamok hatóságai európai hálózatot alkotnak, amely elősegíti az információcserét és a fogyasztóvédelmi jogszabályok megsértése elleni, együttműködésen alapuló fellépéseket.

2.3. Másfelől az általános termékbiztonságról szóló, 2023. május 10-i (EU) 2023/988 európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: (EU) 2023/988 rendelet), amelynek célja, hogy a fogyasztók magas szintű védelmének biztosítása mellett javítsa a belső piac működését, rendelkezik arról, hogy az Európai Bizottság továbbfejleszti, korszerűsíti és karbantartja a korrekciós intézkedésekre vonatkozó információcserére szolgáló „Safety Gate” biztonsági riasztórendszert.

2.4. A közelmúltban pedig a Parlament és a Tanács irányelvet fogadott el a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növeléséről, amelynek célja a fogyasztói jogok javítása a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a fogyasztók jogairól szóló irányelv módosítása, valamint a zöld átálláshoz és a körforgásos gazdasághoz való hozzáigazítása révén ([1]).

2.5. Bár a fogyasztók jogairól szóló irányelv előírja a kereskedők számára, hogy tájékoztassák a fogyasztókat az áruk vagy szolgáltatások fő jellemzőiről, a tartósság és a javíthatóság tekintetében is, az irányelv nem terjed ki a szociális és munkaügyi területen belüli nyomonkövethetőség szempontjaira. Ezekről azonban más kérdésekre vonatkozó jogszabályok rendelkeznek.

2.6. Tágabb elemzési keretben figyelembe kell venni a 2030-ig tartó időszakra szóló menetrend fenntartható fejlődési céljait és az azokhoz meghatározott célkitűzéseket is. Bár gyakorlatilag a fenntartható fejlődési célok többsége a fogyasztók tájékoztatására és védelmére irányuló szakpolitikákat érinti, mivel azok fenntartható fejlődési célok eléréséhez való hozzájárulása nagyon fontos, érdemes kiemelni, hogy fogyasztási szokásaik révén a fogyasztók egyes célok esetében társfelelős szerepet is betölthetnek. Ezek a fenntartható fejlődési célok a 12. fenntartható fejlődési cél (A fenntartható termelési és fogyasztási módok biztosítása), valamint az 5. (Nemek közötti egyenlőség), a 8. (Tisztességes munka és gazdasági növekedés) és a 10. fenntartható fejlődési cél (Az egyenlőtlenségek csökkentése az országokon belül és az országok között).

3. **A fogyasztók tájékoztatása a jelenlegi uniós jogi keretben**

3.1. A felelős fogyasztás alkotóelemeinek tekinthető különböző – például egészséges, biztonságos, fenntartható, etikus és szolidaritáson alapuló, inkluzív és hozzáférhető – dimenzióknak megfelelően kijelenthető, hogy a fogyasztók tájékoztatására és védelmére vonatkozó uniós jogalkotás és a fogyasztóvédelmi politikák megfelelően garantálják az egészséges és biztonságos fogyasztáshoz való jogot, valamint gazdasági és jogi érdekeik védelmét. Az információk „etikus”, „szolidaritáson alapuló”, „inkluzív”, illetve „hozzáférhető” jellege tekintetében azonban nem látható hasonló szintű védelem.

3.2. Némi előrelépés azonban történt az etikus és szolidaritáson alapuló fogyasztással kapcsolatos tájékoztatás és figyelemfelkeltés terén, különösen a tisztességes kereskedelem előmozdítására irányuló kezdeményezések révén, valamint az inkluzív vagy hozzáférhető fogyasztás terén is, a kiszolgáltatott csoportok védelme szempontjából.

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

3.3. A fogyasztók manapság tájékozottabbak, mivel a digitális technológiákon keresztül az információk széles körben elérhetők, a vállalatok átláthatóbban működnek, több a szabályozási követelmény és a fogyasztók is proaktívabbak. Az információkhoz való jobb hozzáférésnek köszönhetően tájékozottabb és tudatosabb vásárlási döntéseket hozhatnak, ami jelentős elmozdulást tükröz a korábbi, korlátozottabb és nehezebben hozzáférhető információk melletti fogyasztói magatartáshoz képest. A fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növelése, valamint a releváns szempontokkal kapcsolatos fogyasztói tudatosság előmozdítása mégis fontos feladat, amelyben a fogyasztói szervezeteknek jelentős szerepet kell játszaniuk.

3.4. A fogyasztók a minőség és az ár mellett egyre nagyobb mértékben vesznek figyelembe egyéb vásárlási kritériumokat, amelyek meghatározzák közös felelősségvállalást tanúsító magatartásukat a fent említett társadalmi-környezetvédelmi kérdéseket illetően. E kritériumok figyelembevétele azonban a megalapozott döntéshozatalon alapul, amely hatással lehet a szokások megváltozására, mivel olyan aggályokat ébreszt, amelyeket jólléthez vezető vásárlással kell eloszlatni. Ez a folyamat ellentétes azzal az érzelmi tapasztalattal, amely az impulzív vásárlást kíséri, ahol a vásárlás a birtoklási vágy által keltett feszültséget csökkenti.

3.5. A különböző vásárlási kritériumok a fogyasztás pozitív vagy negatív externáliáit képezik, az adott vásárlási döntés „harmadik felekre” gyakorolt hatásának megfelelően, ahol harmadik félnek tekintendő minden külső tényező, akár anyagi jellegű, akár nem.

3.6. A megalapozott vásárlási döntések meghozatalához szükséges tájékoztatás fokozása ezáltal a termék pozitív vagy negatív externáliáinak ismeretéhez vezet, előmozdítva termék választását vagy elutasítását, így a fogyasztók vásárlásaik révén érvényesíteni tudják piaci erejüket.

3.7. Az EGSZB-t azonban aggodalommal töltik el a túlzott adminisztratív terhek, különösen a kis- és középvállalkozások esetében, mivel némelyik szükségtelen lehet, és olykor megnehezítik a rendes működésüket. Emellett mind a fogyasztók, mind a vállalkozások számára kedvezőbbnek tűnne egy semlegesebb és egyszerűsített fogyasztóvédelmi jogi keret alkalmazása. Az olyan sikeres fogyasztóvédelmi szabályozás, amely a fogyasztóvédelem mellett azt is figyelembe veszi, hogy a vállalkozások, különösen a kkv-k számára egyszerű és működőképes keretre van szükség, erősíti a fogyasztók egységes piacba és annak szereplőibe vetett bizalmát, és a fogyasztásba vetett bizalom növelése révén hozzájárul a nagyobb gazdasági növekedéshez és a munkahelyteremtéshez. Azt is meg kell jegyezni, hogy a vállalkozásokat piaci érdekük ösztönzi arra, hogy fenntarthatósági információkat nyújtsanak a fogyasztóknak, mivel ez javítja a hírnevet és erősíti a fogyasztói és befektetői lojalitást, ami végső soron versenyelőnyhöz vezet.

3.8. A fogyasztók tájékoztatásának javítása emellett jobb információs szimmetriát és átláthatóságot biztosít a különböző piaci szereplők között, ami megnehezíti a tisztességtelen gyakorlatok alkalmazását, és kiegyenlíti a fogyasztók és más szereplők közötti erőviszonyokat, mivel a tisztességes kereskedelmi ügyletek szempontjából alapvető fontosságú, hogy a fogyasztók megkapjanak minden információt, amellyel a piaci szereplők rendelkeznek a forgalmazott termékekkel, árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban.

3.9. Másfelől a tájékoztatás elsődleges megerősítése megkönnyítheti a termékek összehasonlítását és a tájékozottabb vásárlási döntéshozatalt, és ezeket az információkat más olyan fogyasztókhoz is eljuttathatja, akik nem rendelkeznek azokkal, vagy akik tudatosságának szintje nem fejeződik ki vásárlási cselekedetekben – ezáltal pedig előíró hatással bír, aktivizálva a vásárlási döntéseket a fogyasztók és hálózataik körében. E célból meg kell erősíteni az Európai Bizottság által nemrégiben elfogadott jogszabályokban már előírt fogyasztói névjegyzékeket és a környezetbarát jellegre vonatkozó állítások jegyzékét.

3.10. A tájékoztatás megerősítésének ezt a multiplikátorhatását azonban felügyeleti erőfeszítéseknek kell kísérniük a tájékoztatás tartalma és a termékek tényleges jellemzői közötti összhang biztosítása érdekében, ezáltal erősítve a termékhez és a márkához való hűséget ([2]). Amint arra az EGSZB már rámutatott, az alternatív vitarendezési rendszerek igénybevételének ösztönzése segíthet a fennálló nézeteltérések megoldásában.

3.11. Napjainkban a technológiai alkalmazásokkal megkerülhető az a probléma, hogy a címkén rendelkezésre álló hely korlátozott, így nehéz ott részletes információkat megadni. Ezzel összefüggésben a digitális termékútlevéllel kapcsolatban végzett munka egyértelmű előrelépést jelent, és az EGSZB várakozással tekint annak alkalmazása elé.

([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. Ami a termékeket és tevékenységeket forgalmazó weboldalakon nyújtott tájékoztatás megerősítését illeti – amennyiben az hasznos, és nem vezet információs túlterheléshez –, a tájékoztató tartalmak bővítésekor nem merül fel a korlátozott hely problémája, ugyanakkor az információk megjelenítésének hozzáférhetőnek kell lennie, és az nem irányítható át más olyan URL-ekre, amelyek nehézkes böngészést tesznek szükségessé az elolvasáshoz, amint azt már jogszabályokba foglalták, és ezért ellenőrizni kell a megfelelést.

3.13. A digitális területen a civil társadalmi szervezeteknek aktív szerepet kell vállalniuk a fogyasztók azon joga tekintetében, hogy tájékoztatást kapjanak az online platformok és keresőprogramok szolgáltatóitól, valamint azon intézkedések tekintetében, amelyeket a szolgáltatásuk és a kapcsolódó rendszereik – többek között az algoritmikus rendszerek – által generált vagy a szolgáltatásaik használatából eredő kockázatok értékelési folyamata során azonosított rendszerszintű kockázatok kezelése érdekében meg tudnak hozni.

3.13.1. A társadalmi fejlődés szükségessé teszi az olyan aktuálisabb kihívások kezelését, mint a tömeges adatgyűjtés, a tényellenőrzés, a fenyegetésekkel történő zavarás, a hibrid fenyegetések, a kiberbiztonság, a dezinformáció és az információmanipuláció, amelyek a fogyasztók tájékoztatásának hagyományos problémáihoz társulnak, például a különböző tagállamokon belüli temetkezési szolgáltatásokkal kapcsolatos problémáktól kezdve a digitális világgal kapcsolatban újonnan felmerülő problémákig.

3.14. A termékek javításához való jog beillesztése, amint azt az EGSZB már jelezte, az emberi erőforrásokba való beruházást is szolgálja, az intézkedés környezetvédelmi és fenntarthatósággal kapcsolatos vonatkozásai mellett.

4. **Az EGSZB javaslatai a fogyasztók tájékoztatására vonatkozó követelmények EU-n belüli megerősítéséhez**

4.1. A fogyasztói bizalom mind proaktív, mind reaktív intézkedések elfogadásával növelhető a termékek és szolgáltatások által kínált, releváns dimenziókkal kapcsolatos tájékoztatás megerősítése révén. Az előbbiek közé tartoznak a termékek címkézésével kapcsolatos intézkedések és a szolgáltatásokra vonatkozó szerződéses információk, valamint az e célból lefolytatott tájékoztató és ismeretterjesztő kampányok, ehhez biztosítani kell a kis- és középvállalkozások számára szükséges pénzügyi forrásokat is. A fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növelése, valamint a releváns szempontokkal kapcsolatos fogyasztói tudatosság előmozdítása fontos feladat, amelyben a fogyasztói szervezeteknek alapvető szerepet kell játszaniuk.

4.1.1. Emellett értékelni kell az (EU) 2017/2394 rendeletet, hogy elemezni lehessen, szükség van-e a fogyasztóvédelmi hatóságok együttműködési keretének további aktualizálására.

4.2. Létre kell hozni egy egyablakos fogyasztóvédelmi rendszert is, elősegítve ezáltal a fogyasztók tájékoztatáshoz való jogát, és véget vetve a jelenlegi, ágazatonként eltérő, aszimmetrikusabb helyzetnek.

4.3. Végezetül meg kell jegyezni, hogy ez a kezdeményezés a kínált áruk és szolgáltatások nyomonkövethetőségének javítását is célozza, tekintettel az azt megnehezítő közvetítők közreműködésére és különösen az e-kereskedelemre, ahol a nyomon követés nem mindig lehet hatékony, továbbá hogy azt be lehetne építeni a digitális termékútlevél végrehajtásába mindenütt, ahol ez nincs előirányozva.

A szavazás eredménye:

Mellette:	116
Ellene:	127
Tartózkodott:	11

MELLÉKLET

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság eljárási szabályzata 74. cikkének (5) bekezdésével és a 2022. november 15-én elfogadott végrehajtási rendelkezésekkel összhangban mellékletként csatoljuk az alábbi nyilatkozatot:

Az elfogadott véleményjavaslat a termékek társadalmi-környezetvédelmi nyomon követhetőségére vonatkozott. A javaslat három konkrét kezdeményezést tartalmazott:

a) *A termékek címkézésében fel kell tüntetni a nyersanyagok eredetére, valamint a gyártási és forgalmazási folyamatokra vonatkozó információkat, hogy a fogyasztók megbecsülhessék a termék forgalmazásának környezeti és társadalmi hatásait.*

Az agrár-élelmiszeripar, az egészségügy, az adózás stb. területén már most is előírják ezt a tájékoztatást, ezért célszerű lenne azt a fogyasztóvédelem területén is megkövetelni, az e tekintetben szükséges kiigazításokkal.

b) *Létre kell hozni egy szociális, etikai vagy munkaügyi értékelési rendszert, mint amilyet például már az élelmiszer- és biztonsági kockázatok értékelésére bevezettek. Ennek célja, hogy objektív információk álljanak rendelkezésre a termékek társadalmi-foglalkozási szférára gyakorolt hatásáról, és hogy a tagállamok egységesen használhassák azokat, amikor megelőző intézkedéseket fogadnak el. Szükség esetén, figyelmeztető címkézésként, piktogramokat is fel lehetne tüntetni – mint amilyeneket például a jelenleg forgalomban lévő háztartási vegyi anyagok esetében alkalmaznak.*

c) *Ki kellene bővíteni a termékekre vonatkozó jelenlegi sürgősségi riasztórendszert, hiszen eddig széles körű, pozitív tapasztalatok vannak vele kapcsolatban, illetve ez költségmegtakarítással is járna, amikor más okok – például a termékekhez kapcsolódó szociális, etikai vagy munkaügyi szempontok – miatt van szükség egymás értesítésére.*

Ez a nyomonkövethetőség azt is lehetővé tenné, hogy a tagállamok hatékonyan alkalmazzanak elővigyázatossági intézkedéseket az olyan szabálytalan kereskedelmi gyakorlatok elleni küzdelemhez, mint amikor a termékinformációkban szociális jelleget színlelnek (social washing). Olyan intézkedésekre gondolunk itt, mint amilyeneket a fogyasztók zöld átállásban való szerepvállalásának növeléséről szóló, a közelmúltban elfogadott irányelv tartalmaz a zöldrefestés gyakorlatának kezelése kapcsán.

Egyébként ennek a véleményjavaslatnak az is célja, hogy javítsa ezt az irányelvet, méghozzá azzal, hogy kiszélesítik az abban szereplő célkitűzések körét. Másrészről a véleményjavaslat nem csupán az olyan, uniós szinten meghatározott kiemelt témákkal foglalkozik, mint a társadalmilag felelős gazdasági tevékenységek és a felelős fogyasztás megvalósításával kapcsolatos jogok védelmére és az ehhez kapcsolódó tájékoztatásra irányuló szakpolitikák, hanem szeretné, ha létrehoznának egy szabályozási keretet is erre vonatkozóan.

Úgy véljük, hogy a környezetvédelem területén elért eredményeken felbuzdulva javaslatot kell tenni a több mint 400 millió fogyasztó jogainak megerősítésére is, biztosítva a tisztességes versenyt az európai egységes piacon. Ez a javaslat – a termékbiztonsági riasztások adatai alapján – elsősorban a harmadik országbeli vállalatok és a nem európai multinacionális vállalatok termelésére és forgalmazására gyakorolna hatást, ami az európai kis- és középvállalkozások piacát is védené anélkül, hogy befolyásolná termékforgalmazási tevékenységüket, vagy további terhet róna vállalatirányításukra.

Úgy véljük továbbá, hogy az, hogy érvényben vannak szociális és munkajogi szabályok, nem indokolja, hogy a fogyasztóvédelem területén ne legyen olyan külön szabályozás, amely lehetővé tenné a fogyasztói jogok teljes körű érvényesítését, és bevezetné az e véleményben javasolt megelőzési mechanizmusokat is.

Végezetül e véleményjavaslat célja, hogy foglalkozzon a fogyasztói szervezetek, valamint a szociális, munkaügyi és a tisztességes kereskedelemmel foglalkozó szervezetek idevonatkozó aggályaival is.

Nem szabad elfelejtenünk, hogy – ahogy az az EGSZB nevében is benne van – a gazdasági és a szociális szempontok ugyanolyan fontosak.