C/2024/6876

28.11.2024.

# Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinums

# Patērētāju informēšanas prasību stiprināšana Eiropas Savienībā

# (pašiniciatīvas atzinums)

(C/2024/6876)

Ziņotājs: ***Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER***

| | |
|---|---|
| Padomnieks | Alejandro SALCEDO AZNAL |
| Pilnsapulces lēmums | 18.1.2024. |
| Juridiskais pamats | Reglamenta 52. panta 2. punkts |
| Atbildīgā specializētā nodaļa | Vienotā tirgus, ražošanas un patēriņa specializētā nodaļa |
| Pieņemts specializētās nodaļas sanāksmē | 26.6.2024. |
| Pieņemts plenārsesijā | 19.9.2024. |
| Plenārsesija Nr. | 590 |
| Balsojuma rezultāts (par / pret / atturas) | 143/103/13 |

## 1. Secinājumi un ieteikumi

1.1. Ņemot vērā patērētāju pieaugošo izpratni par sociālo un vides jomu, EESK uzskata, ka ir lietderīgi aktualizēt un sistematizēt viņu tiesības tā, lai veicinātu viņu zināšanas un atbildīgu patēriņu, vienlaikus novēršot jebkāda veida atstumtību, it īpaši digitālo, enerģētisko un finansiālo atstumtību. Centieniem sistematizēt tiesības būtu jākalpo arī tam, lai izstrādātu nepieciešamo konceptuālo atbildīga patēriņa pieeju, kas cita starpā aptvertu arī sociālo un vides ilgtspēju un vienlīdzīgu piekļuvi produktu, preču un pakalpojumu tirgum, ņemot vērā atsevišķu patērētāju grupu neaizsargātību.

1.2. EESK arī uzskata, ka pašreizējā tehnoloģiskā inovācija piedāvā risinājumus, kas iekšējā tirgū garantē tiesības uz pieejamu, saprotamu un viegli uztveramu informāciju, pateicoties ierīcēm un rīkiem, kas raksturīgi notiekošajai digitālajai pārveidei, piemēram, viedajiem marķējumiem, kas ļauj veikt produktu uzraudzību, vai jaunām, revolucionārām tehnoloģijām, piemēram, robotikai, mākslīgajam intelektam, blokķēdei un virtuālajai realitātei.

1.3. No otras puses, atzinīgi vērtējot Komisijas centienus iespēcināt patērētājus zaļās pārkārtošanās procesā, EESK norāda: ir jāpanāk, ka attiecīgā direktīva, tāpat kā visi citi spēkā esošie patērētāju aizsardzības noteikumi, patiešām tiek īstenoti. Ir ļoti svarīgi arī turpmāk uzlabot aizsardzības līmeni, paplašinot tās piemērošanas tvērumu, lai patērētāji varētu iegūt informāciju arī par sociālajiem un nodarbinātības apstākļiem, kādos tiek ražotas un iepirktas preces un pakalpojumi.

1.4. Ņemot vērā līgumisko nelīdzsvarotību, kas izriet no patērētāju informācijas asimetrijas, un saskaņā ar piesardzības principu EESK uzskata, ka ir jāpiemēro izsekojamības mehānismi, lai novērstu konstatētos sociālos un nodarbinātības riskus, ļaujot valstu iestādēm koordinēti veikt nepieciešamos piesardzības pasākumus. Attiecībā uz tīmekļa vietnēm, kurās ir informācija patērētājiem, EESK atbalsta neitrālāku dizainu bez maldinošām saskarnēm (*dark patterns*).

1.5. Visbeidzot, EESK pauž bažas par dažu tiešsaistes platformu un meklētājprogrammu pakalpojumu sniedzēju praksi, kas var apdraudēt patērētāju tiesības, kā arī par nelikumīgu saturu, kas var ietekmēt gados jaunāku patērētāju aizsardzību. Šajā saistībā EESK uzsver, ka ir jāpastiprina pasākumi, kuru mērķis ir uzraudzīt un kontrolēt, kā tiek ievērotas patērētāju tiesības uz informāciju, šajā nolūkā veicot tādus nepieciešamos pasākumus, kas minēto praksi patiešām novērš.

## 2. **Vispārīga informācija**

2.1. Jaunā Patērētāju tiesību aizsardzības programma "Patērētāju noturības stiprināšana, lai panāktu ilgtspējīgu atveseļošanos", kas paredzēta 2020.–2025. gadam, ir pamats Savienības rīcības programmai, kuras mērķis ir patērētāju aizsardzības politikas izstrāde un kura cita starpā ietver šādas prioritārās jomas:

a) neaizsargātu grupu aizsardzība, kas dod iespēju apmierināt patērētāju īpašās vajadzības situācijās, kuras citastarp var rasties atsevišķu patērētāju vai patērētāju grupu nespecifisku sociālo apstākļu dēļ;

b) patērētāju aizsardzība globālā kontekstā, kas panākta, garantējot importa drošumu, kā arī nodrošinot tirgus uzraudzību un īstenojot ciešāku sadarbību ar attiecīgajām Savienības partnervalstu iestādēm, lai Savienības patērētājus aizsargātu pret negodīgu komercpraksi, ko izmanto Savienībā nereģistrēti operatori.

2.2. Turklāt šī programma ietver arī patērētāju informēšanu un patērētāju tiesību respektēšanu kā vienu no sektorāliem pasākumiem jaunajā Patērētāju tiesību aizsardzības programmā, paredzot noteikumus, kuros attiecībā uz šā atzinuma priekšmetu jāpiemin direktīva, ar ko veicina patērētāju dalību zaļās pārkārtošanās procesā ([1]), regula par sadarbību starp valstu patērētāju tiesību aizsardzības iestādēm ([2]) un Ražojumu vispārējā drošuma regula ([3]).

2.3. Turklāt ar direktīvu, ar ko veicina patērētāju dalību zaļās pārkārtošanās procesā, tiek grozīta Negodīgas komercprakses direktīva un Patērētāju tiesību direktīva, kas pozitīvi ietekmē iepriekšminēto patērētāju informēšanu, lai gan tā ir nepilnīga, jo prasība sniegt informāciju par produktu, preču un pakalpojumu īpašībām neattiecas uz aspektiem, kas saistīti ar sociālajiem un darba apstākļiem, kādos šie produkti, preces un pakalpojumi tiek ražoti, izplatīti un piedāvāti.

2.4. Savukārt regula par sadarbību starp valstu patērētāju tiesību aizsardzības iestādēm ļauj valstu iestādēm apmainīties ar informāciju, kas atvieglo lēmumu pieņemšanu un kopīgu rīcību, kuras mērķis ir visaptveroši un efektīvi uzraudzīt, kā tiek ievēroti attiecīgie noteikumi.

2.5. Tāpat informācijas apmaiņa agrīnās brīdināšanas paziņojumos, kad tiek izmantots Ražojumu vispārējās drošības regulā minētais "drošības vārtu" mehānisms, paredz, ka Komisijai ir jāvirzās uz priekšu šā procesa izstrādē un modernizācijā; viens no iespējamiem darba virzieniem ir novērtēšanas procedūrās iekļaut nelikumīgu sociālu un ar nodarbinātību saistītu komercpraksi, lai apzinātu veicamos piesardzības pasākumus.

2.6. Līdzās iepriekš aprakstītajam kontekstam būtu jāpatur prātā arī ilgtspējīgas attīstības mērķi (IAM), kas izklāstīti Programmā 2030. gadam, uzsverot saikni starp to mērķrādītājiem un šā atzinuma mērķi: 5. IAM – dzimumu līdztiesība, 8. IAM – pienācīgas kvalitātes nodarbinātība un ekonomikas izaugsme, un 10. IAM – nevienlīdzības mazināšana valstīs un starp tām, kā arī 12. IAM – ilgtspējīgu ražošanas un patēriņa modeļu nodrošināšana.

([1]) Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (ES) 2024/825 (2024. gada 28. februāris), ar ko attiecībā uz patērētāju dalības veicināšanu zaļās pārkārtošanās procesā, nodrošinot viņiem labāku aizsardzību pret negodīgu praksi un viņu labāku informētību, groza Direktīvas 2005/29/EK un 2011/83/ES (*OV L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj* ).

([2]) Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2017/2394 (2017. gada 12. decembris) par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbild par tiesību aktu izpildi patērētāju tiesību aizsardzības jomā, un ar ko atceļ Regulu (EK) Nr. 2006/2004 (*OV L 345, 27.12.2017., 1. lpp.*).

([3]) Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2023/988 (2023. gada 10. maijs) par ražojumu vispārēju drošumu, ar ko groza Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) Nr. 1025/2012 un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu (ES) 2020/1828 un atceļ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2001/95/EK un Padomes Direktīvu 87/357/EEK (*OV L 135, 23.5.2023., 1. lpp.*).

## 3. **Patērētāju informēšana pašreizējā ES tiesiskajā regulējumā**

3.1. Patērētāju tiesību aizsardzības politikas tiesiskais regulējums nodrošina piekļuvi informācijai, kas vajadzīga, lai aizsargātu patērētājus pret tādu praksi, kas apdraud viņu veselību, drošību vai ekonomiskās intereses. Tomēr nav iekļauta informācija par tādu praksi, kas saistīta ar patērētāju lēmumiem par pirkumu, ja to pamatā ir sociāli vai nodarbinātības kritēriji.

3.2. Tomēr ir izstrādātas iniciatīvas ar mērķi informēt par ētisku, godīgas tirdzniecības principiem atbilstošu komercpraksi, to izplatīt un veicināt, un tādas iniciatīvas, kas popularizē vairāk uz solidaritāti balstītu, pieejamāku un iekļaujošāku patēriņu; tas ir mudinājis patērētājus pārdomātāk izvēlēties zīmolus vai produktus, cenšoties ne tikai apmierināt savas vēlmes un vajadzības, bet arī dot priekšroku tiem produktiem, kuri visvairāk atbilst pircēja personīgajām vērtībām.

3.3. Tādēļ būtu jānodrošina patērētājiem pieejama un saprotama informācija, ko viņi var izmantot, lai pieņemtu apzinātus lēmumus, un kurā integrētie kritēriji ļauj viņiem izvēlēties zīmolus un produktus gan emocionāli, gan vienlaikus racionāli, it īpaši attiecībā uz iepirkšanos dažādos tirdzniecības kanālos.

3.4. Pastiprināta patērētāju informēšana, kas iekļauj arī sociālo un nodarbinātības informāciju, nenozīmē, ka tiek zaudēta cita veida informācija par produktu vai pakalpojumu vai ka tāpēc mazinās tās pieejamība un lasāmība. Tas nedrīkst radīt pārmērīgu vai lieku informāciju tās satura apjoma vai nesvarīguma dēļ, jo tas var izraisīt neskaidrības tās uztverē un izpratnē.

3.5. Šī patērētājam pieejamās informācijas paplašināšana palīdz uzlabot arī tirgus pārredzamību, jo tādējādi var panākt lielāku simetriju attiecīgajās nodibinātajās līgumattiecībās, līdz ar to kavējot negodīgas komercprakses attīstību.

3.6. Taču, lai šī informācijas pastiprināšana būtu efektīva, ir jāgarantē, ka tā ir patiesa un ka informācijas saturs precīzi atbilst preču un pakalpojumu īpašībām. Ir jānovērš sociālmaldināšanas risks, lai panāktu, ka politika un prakse patiešām ir vērsta uz uzņēmumu sociālo atbildību, sociālo un vides standartu ievērošanu, pārredzamību gan darbībās, gan komunikācijā ar patērētājiem, kā arī maldinošas informācijas nepieļaušanu.

3.7. Visbeidzot, informācijas pastiprināšana ietver ne tikai adekvātu satura izklāstu, bet arī valsts iestāžu uzraudzības un kontroles darbu ar mērķi pārbaudīt informāciju un vajadzības gadījumā veikt atbilstīgus pasākumus, sevišķi jautājumos, kas saistīti ar kiberdrošību un patērētāju digitālo tiesību aizsardzību.

## 4. **EESK priekšlikumi patērētāju informēšanas prasību stiprināšanai Eiropas Savienībā**

4.1. EESK ierosina Komisijai un dalībvalstīm izvērtēt spēkā esošos tiesību aktus, lai pārbaudītu, vai ar tiem pietiek, lai aizsargātu patērētāju tiesības, kas saistītas ar informāciju par produkta vai pakalpojuma vidiskajiem, sociālajiem un nodarbinātības aspektiem, un vai to piemērošana ir vienlīdz efektīva arī tiešsaistes tirdzniecībā, vai arī tie varbūt ir jāpielāgo preču, produktu, darbību un pakalpojumu īpašībām un veidam, kādā komercdarījumi tiek veikti.

4.2. EESK mudina Komisiju un dalībvalstis izstrādāt informēšanas un izpratnes veicināšanas kampaņas, lai panāktu, ka patērētājiem ir zināms par īstenoto informācijas pastiprināšanu, un veicinātu viņu informētību, ko izmantot, pieņemot lēmumus par pirkumu.

4.3. Turklāt EESK mudina Komisiju un dalībvalstis pārskatīt un aktualizēt patērētāju tiesību jēdzienu, definējot, kas ir atbildīgs patēriņš un kādas ir tā attīstības jomas, lai kopīgi un koordinēti veicinātu attiecīgā darba plānošanu un izpildi.

4.4. EESK arī uzskata, ka ir lietderīgi izveidot vienotu Eiropas patērētāju aizsardzības kontaktpunktu, apvienojot atsevišķu nozaru procedūras, lai veicinātu patērētāju informēšanu un reālu viņu tiesību īstenošanu.

4.5. Visbeidzot, EESK ierosina izvērtēt, vai nebūtu nepieciešams plaši piemērot pašreizējos agrīnās atklāšanas mehānismus, lai panāktu, ka tiek pastiprināta informācija par produktu un pakalpojumu izsekojamību visā to vērtības ķēdē, it īpaši tādos tirdzniecības kanālos, kuros izsekošana ir sarežģītāka.

Briselē, 2024. gada 19. septembrī

*Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas*
*priekšsēdētājs*
Oliver RÖPKE

*PIELIKUMS*

Šie specializētās nodaļas atzinuma punkti tika grozīti, lai atspoguļotu pilnsapulces apstiprināto grozījumu, lai gan sākotnējais formulējums saņēma vairāk nekā vienu ceturto daļu nodoto balsu (Reglamenta 74. panta 4. punkts).

1. **Secinājumi un ieteikumi**

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja (EESK) atzinīgi vērtē neseno progresu, kas panākts patērētāju iespēcināšanā zaļās pārkārtošanās procesā, un mudina dalībvalstis efektīvi īstenot nesen pieņemto Direktīvu par patērētāju iespēcināšanu zaļās pārkārtošanās procesam, kura nodrošinās labāku un saskaņotāku informāciju par produktu ilgtspēju un remontējamību.

1.1. EESK ierosina nodrošināt pieejamu, lasāmu un saprotamu informāciju visiem iedzīvotājiem, it īpaši personām ar atšķirīgām spējām, kā arī attiecībā uz precēm un pakalpojumiem no trešām valstīm, tomēr neradot nevajadzīgu slogu mazajiem un vidējiem uzņēmumiem.

1.2. Sekmīgs patērētāju tiesību regulējums, kurā ņemts vērā, ka ir vajadzīga ne tikai patērētāju aizsardzība, bet arī vienkārša un praktiski realizējama sistēma uzņēmumiem, it īpaši MVU, stiprina patērētāju uzticēšanos vienotajam tirgum un tā dalībniekiem un, palielinot uzticēšanos patēriņam, veicina ekonomikas izaugsmi un darbvietu radīšanu.

1.3. Tiek uzskatīts, ka ES patērētāju tiesību aktu kopums ir sarežģīts, sadrumstalots un īpaši grūti izpildāms mazajiem uzņēmumiem. ES patērētāju aizsardzības noteikumi būtu jāvienkāršo un jāracionalizē, lai uzņēmumiem būtu vieglāk tos ievērot un lai patērētāji būtu informēti par savām tiesībām.

1.4. Patērētāju tiesības uz informāciju iekšējā tirgū var veicināt, izmantojot viedmarķējumus, lai monitorētu produktu stāvokli, veicinot digitālo pārveidi, kā arī attīstot robotiku, mākslīgo intelektu, blokķēdi un virtuālo realitāti.

1.5. EESK mudina Komisiju ziņot par Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2017/2394 (2017. gada 12. decembris) par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbild par tiesību aktu izpildi patērētāju tiesību aizsardzības jomā (turpmāk – "Regula (ES) 2017/2394"). Novērtējuma ziņojums ir vajadzīgs, lai pārbaudītu, vai nav nepieciešami kādi papildu precizējumi attiecībā uz patērētāju tiesību aizsardzības iestāžu sadarbības satvaru.

1.6. Tiek uzskatīts, ka ES patērētāju tiesību aktu kopums ir sarežģīts, sadrumstalots un īpaši grūti izpildāms mazajiem uzņēmumiem. ES patērētāju aizsardzības noteikumi būtu jāvienkāršo un jāracionalizē, lai uzņēmumiem būtu vieglāk tos ievērot un lai patērētāji būtu informēti par savām tiesībām. Turpmāka patērētāju tiesību saskaņošana Eiropas Savienībā veicinātu arī pārrobežu tirdzniecību vienotajā tirgū, tādējādi bagātinot patērētājiem pieejamās izvēles iespējas.

1.7. EESK aicina Komisiju un dalībvalstis nodrošināt, ka patērētāji un uzņēmumi tiek skaidri informēti par savām tiesībām un pienākumiem patērētāju tiesību aizsardzības tiesību aktos, šim nolūkam izmantojot, piemēram, atjauninātu patērētāju tiesību katalogu. Būtu jāveicina arī strīdu alternatīvas izšķiršanas (SAI) izmantošana patērētāju strīdos.

1.8. Visbeidzot, EESK pauž bažas par tiešsaistes platformu un meklētājprogrammu pakalpojumu nodrošinātāju rīcību attiecībā uz patērētāju tiesībām uz informāciju un saistībā ar pienākumu piemērot saprātīgus, samērīgus un efektīvus pasākumus, lai samazinātu sistēmiskos riskus un nelikumīgu saturu, it īpaši nepilngadīgu personu aizsardzības nolūkā. Šajā sakarā EESK aicina visā vērtības ķēdē nodrošināt operatoru vienlīdzību salīdzinājumā ar trešo valstu operatoriem atbilstības nodrošināšanā.

2. **Vispārīgas piezīmes**

2.1. Savienības rīcības programma patērētāju tiesību politikas jomā ir balstīta uz Jauno patērētāju tiesību aizsardzības programmu (turpmāk – "Programmu"). Programmas mērķis ir sniegt atjauninātu redzējumu par ES patērētāju aizsardzības politiku 2020.–2025. gadam ar nosaukumu "Patērētāju noturības stiprināšana, lai panāktu ilgtspējīgu atveseļošanos".

2.1.1. Programmā ir šādas galvenās prioritārās jomas:

a) zaļā pārkārtošanās ar mērķi nodrošināt, ka ilgtspējīgi produkti un dzīvesveids ir pieejami visiem;

b) digitālā pārveide ar mērķi radīt patērētājiem drošāku digitālo telpu, kurā tiek aizsargātas viņu tiesības;

c) efektīva izpilde un tiesiskā aizsardzība, vēršoties pret maldinošām zaļuma norādēm un negodīgu komercpraksi saistībā ar tiešsaistes ietekmes un personalizācijas metodēm;

d) neaizsargātu grupu aizsardzība, kas dod iespēju apmierināt patērētāju īpašās vajadzības situācijās, kuras citastarp var rasties atsevišķu patērētāju vai patērētāju grupu nespecifisku sociālo apstākļu dēļ;

e) patērētāju aizsardzība globālā kontekstā, kas panākta, garantējot importa drošumu, kā arī nodrošinot tirgus uzraudzību un īstenojot ciešāku sadarbību ar attiecīgajām Savienības partnervalstu iestādēm, lai Savienības patērētājus aizsargātu pret negodīgu komercpraksi, ko izmanto Savienībā nereģistrēti operatori.

2.2. Programmā līdztekus citiem sektorāliem pasākumiem ir paredzēta patērētāju informēšana un patērētāju tiesību efektīva īstenošana. Šajā sakarā saskaņā ar Regulu (ES) 2017/2394 dalībvalstu publiskās iestādes veido Eiropas tīklu, kas sekmē informācijas apmaiņu un sadarbību cīņā pret patērētāju tiesību aizsardzības tiesību aktu pārkāpumiem.

2.3. Savukārt Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2023/988 (2023. gada 10. maijs) par ražojumu vispārēju drošumu (turpmāk – "Regula (ES) 2023/988"), kuras mērķis ir uzlabot iekšējā tirgus darbību, vienlaikus nodrošinot patērētāju tiesību aizsardzības augstu līmeni, paredz, ka Komisija turpinās izstrādāt, modernizēt un uzturēt *Safety Gate* ātrās brīdināšanas sistēmu informācijas apmaiņai par korektīvajiem pasākumiem.

2.4. Turklāt nesen Parlaments un Padome pieņēma direktīvu, ar ko attiecībā uz patērētāju iespēcināšanu zaļās pārkārtošanās procesam, nodrošinot viņiem labāku aizsardzību pret negodīgu praksi un viņu labāku informētību, groza Direktīvu par negodīgu komercpraksi un Patērētāju tiesību direktīvu, tās pielāgojot zaļās pārkārtošanās procesam un aprites ekonomikai ([1]).

2.5. Lai gan Patērētāju tiesību direktīvā ir noteikts, ka tirgotājiem ir jāsniedz patērētājiem informācija par preču vai pakalpojumu galvenajām īpašībām, kā arī par ilgizturību un remontējamību, tā neattiecas uz to izsekojamības aspektiem sociālajā un nodarbinātības jomā. Tomēr uz tiem jau attiecas tiesību akti par citiem jautājumiem.

2.6. Plašākas analīzes ietvaros būtu jāņem vērā arī Ilgtspējīgas attīstības programmas 2030. gadam mērķi (IAM) un ar tiem saistītie mērķrādītāji. Lai gan lielākā daļa IAM attiecas uz patērētāju informēšanas un aizsardzības politiku, kam ir ļoti svarīga nozīme minēto mērķu sasniegšanā, saistībā ar dažiem no tiem ir vērts uzsvērt patērētāju līdzatbildību, kas izriet no viņu patēriņa paradumiem. Šie ilgtspējīgas attīstības mērķi ir 12. IAM "Nodrošināt ilgtspējīgus ražošanas un patēriņa modeļus", 5. IAM "Dzimumu līdztiesība", 8. IAM "Pienācīgas kvalitātes nodarbinātība un ekonomikas izaugsme" un 10. IAM "Samazināt nevienlīdzību valstīs un starp tām".

## 3. **Patērētāju informēšana pašreizējā ES tiesiskajā regulējumā**

3.1. Attiecībā uz dažādām dimensijām, kuras var tikt uzskatītas par tādām, kas raksturo atbildīgu patēriņu – piem., veselīgu, drošu, ilgtspējīgu, ētisku un solidāru, iekļaujošu un pieejamu –, var teikt, ka ES regulējums un politika attiecībā uz patērētāju informēšanu un aizsardzību pietiekami garantē viņu tiesības uz veselīgu un drošu patēriņu, kā arī viņu ekonomisko un juridisko interešu aizsardzību. Tomēr līdzīgs aizsardzības līmenis nav vērojams attiecībā uz ētisku, solidāru, iekļaujošu un pieejamu informāciju.

3.2. Taču ir panākts zināms progress, veicinot un palielinot informētību par ētisku un solidāru patēriņu, it īpaši ar iniciatīvām, kuru mērķis ir veicināt godīgu tirdzniecību, kā arī iekļaujošu un pieejamu patēriņu no neaizsargātu grupu aizsardzības viedokļa.

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

3.3. Patērētāji mūsdienās ir labāk informēti, ņemot vērā digitālo tehnoloģiju nodrošināto plašo informācijas pieejamību, lielāku pārredzamību no uzņēmumiem, stingrākas regulatīvās prasības un proaktīvu patērētāju uzvedību. Šī uzlabotā piekļuve informācijai ļauj patērētājiem pieņemt izglītotākus un apzinīgākus lēmumus par pirkumu, kuri atspoguļo būtisku pāreju no līdzšinējās patērētāju uzvedības, kad informācija bija ierobežotāka un grūtāk iegūstama. Tomēr patērētāju iespēcināšana zaļās pārkārtošanās procesā, kā arī viņu informētības palielināšana par būtiskiem aspektiem ir svarīgs uzdevums, kas lielā mērā jāveic patērētāju organizācijām.

3.4. Patērētāji, veicot pirkumus, līdzās kvalitātei un cenai arvien vairāk ņem vērā arī citus kritērijus, kas nosaka patērētāju attieksmi saistībā ar līdzatbildību par sociālajiem un vides jautājumiem, piemēram, tiem, kas minēti iepriekš. Tomēr šo kritēriju iekļaušanas pamatā ir uz informētību balstīti lēmumi, kas var ietekmēt ieradumu maiņu, radot interesi, kas jāapmierina ar tādiem pirkumiem, kuri nodrošina labbūtības sajūtu. Šis process ir pretējs emocionālajai pieredzei, kas saistīta ar impulsīvi veiktiem pirkumiem un spriedzes mazināšanos, kad tiek apmierināta vēlme tos iegādāties.

3.5. Dažādu pirkuma kritēriju raksturs atspoguļo patēriņa ārējo ietekmi, kas ir vai nu pozitīva, vai negatīva atkarībā no pirkuma ietekmes uz trešiem subjektiem (par trešo subjektu tiek uzskatīts ārējs faktors, neatkarīgi no tā, vai tas ir vai nav materiāls).

3.6. Tāpēc uzlabot informāciju, kas vajadzīga, lai veiktu uz informāciju balstītus pirkumus, nozīmē nodrošināt zināšanas par produktu pozitīvo vai negatīvo ārējo ietekmi, kas ietekmē to, vai patērētāji tos pērk vai ne un tādējādi īsteno savu varu tirgū, veicot pirkumus.

3.7. Tomēr EESK pauž bažas par pārmērīgu administratīvo slogu, it īpaši vidējiem un maziem uzņēmumiem, jo dažos gadījumos tas var būt nevajadzīgs un apgrūtināt to normālu darbību. Komiteja arī uzskata, ka neitrālāka un vienkāršota patērētāju tiesību regulējuma izmantošana būtu labāka gan patērētājiem, gan uzņēmumiem. Sekmīgs patērētāju tiesību regulējums, kurā ņemts vērā, ka ir vajadzīga ne tikai patērētāju aizsardzība, bet arī vienkārša un praktiski realizējama sistēma uzņēmumiem, it īpaši MVU, stiprina patērētāju uzticēšanos vienotajam tirgum un tā dalībniekiem un, palielinot uzticēšanos patēriņam, veicina ekonomikas izaugsmi un darbvietu radīšanu. Jāatzīmē arī tas, ka uzņēmumiem ir tirgus virzīta motivācija sniegt patērētājiem ilgtspējas informāciju, jo tādējādi uzlabojas reputācija un vairojas klientu un ieguldītāju lojalitāte, kas galu galā rada konkurences priekšrocības.

3.8. Patērētāju informēšanas stiprināšana nodrošina arī lielāku informācijas un pārredzamības simetriju starp dažādiem tirgus dalībniekiem, apgrūtinot negodīgas komercprakses attīstību un līdzsvarojot patērētāju un citu dalībnieku ietekmi, jo godīgu komercdarījumu gadījumā ir būtiski, lai patērētāju rīcībā būtu visa informācija par tirgoto produktu, precēm vai pakalpojumiem, kas zināma katram operatoram.

3.9. Tajā pašā laikā labākas informācijas sniegšana sākotnēji var atvieglot patērētājiem iespēju salīdzināt produktus un pieņemt apzinātākus pirkšanas lēmumus, un var nozīmēt, ka šī informācija pēc tam tiek nodota citiem patērētājiem, kuriem tā nav pieejama vai kuri savu informētības līmeni nespēj izpaust pirkumu veikšanā. Tādējādi veidojas preskriptīva ietekme, kas veicina pirkšanas lēmumu apriti starp patērētājiem un viņu tīkliem. Šajā nolūkā būtu jāpilnveido patērētāju un ekoloģisko sūdzību saraksti, kas jau ir paredzēti jaunākajos Komisijas pieņemtajos tiesību aktos.

3.10. Tomēr šis labākas informācijas multiplikatora efekts ir jāpapildina ar uzraudzības pasākumiem, lai nodrošinātu precīzu atbilstību starp informācijas saturu un produktu faktiskajām īpašībām, tādējādi stiprinot uzticību produktam un zīmolam ([2]). Kā jau iepriekš norādījusi EESK, alternatīvo strīdu izšķiršanas sistēmu izmantošanas veicināšana var palīdzēt atrisināt pastāvošās atšķirības.

3.11. Pašlaik tehnoloģiskie lietojumi var apiet laukuma ierobežojumus, kas apgrūtina precīzu informācijas detalizāciju marķējumā. Šajā kontekstā darbs, kas veikts saistībā ar digitālo produkta pasi, ir nepārprotams solis uz priekšu, un EESK ar nepacietību gaida tās ieviešanu.

([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. Attiecībā uz labāku informāciju par tīmekļa vietnēm, kurās tiek pārdoti produkti un darbības – ciktāl tā ir lietderīga un nav pārmērīga –, lai gan plašākas informācijas sniegšana nerada vietas problēmu, tā ir jāsniedz tā, lai informācija būtu pieejama un nenovirzītu lietotājus uz citām tīmekļa vietnēm, kurās tā ir grūti atrodama. Tas jau ir noteikts tiesību aktos, tāpēc ir jāpārbauda, vai šis pienākums ir pienācīgi izpildīts.

3.13. Digitālajā jomā pilsoniskās sabiedrības organizācijām būtu aktīvi jāiesaistās attiecībā uz patērētāju tiesībām saņemt informāciju no tiešsaistes platformu un meklētājprogrammu pakalpojumu nodrošinātājiem. Tas attiecas arī uz pasākumiem, ko šādi pakalpojumu sniedzēji veic, lai novērstu sistēmiskos riskus, kurus tie identificējuši un kurus rada to sniegtie pakalpojumi un saistītās sistēmas, tostarp algoritmiskās sistēmas vai tādas sistēmas, kuru pamatā ir to pakalpojumu izmantošana.

3.13.1. Sabiedrības attīstība prasa risināt aktuālos uzdevumus – piemēram, saistībā ar masveida datu vākšanu, datu pārbaudi, traucējumu draudiem, hibrīddraudiem, kiberdrošību, dezinformāciju un manipulāciju ar informāciju –, kas ir saistīti ar tradicionālajām patērētāju informēšanas problēmām, piemēram, sākot ar apbedīšanas pakalpojumu problēmām dažādās dalībvalstīs un beidzot ar jaunajām problēmām, kas saistītas ar digitālo pasauli.

3.14. Tiesības uz ražojumu remontu, kuras EESK jau iepriekš ir aicinājusi iekļaut, papildus savam vidiskajam aspektam un ilgtspējai sekmētu arī ieguldījumus cilvēkresursos.

## 4. **EESK priekšlikumi patērētāju informēšanas prasību stiprināšanai Eiropas Savienībā**

4.1. Sniedzot labāku informāciju par būtiskiem produktu un pakalpojumu aspektiem, patērētāju uzticēšanos var palielināt gan ar proaktīviem, gan reaģējošiem pasākumiem. Tie ietver produktu marķēšanu un līgumisko informāciju par pakalpojumiem, kā arī informācijas un publicitātes kampaņas šajā nolūkā, nodrošinot arī nepieciešamos finanšu resursus mazajiem un vidējiem uzņēmumiem. Patērētāju iespēcināšana zaļās pārkārtošanās procesā un viņu informētības palielināšana par savām tiesībām ir svarīgs uzdevums, kurā patērētāju organizācijām ir izšķiroša nozīme.

4.1.1. Turklāt ir jāizvērtē Regula (ES) 2017/2394, lai pārbaudītu, vai nav nepieciešami kādi papildu precizējumi attiecībā uz patērētāju aizsardzības iestāžu sadarbības satvaru.

4.2. Būtu jāizveido arī vienas pieturas aģentūra patērētāju aizsardzībai, atbalstot patērētāju tiesības uz informāciju un izbeidzot pašreizējo sektorālo pieeju, kas rada arvien asimetriskāku situāciju.

4.3. Visbeidzot, jāuzsver, ka šīs iniciatīvas mērķis ir arī uzlabot pieejamo preču un pakalpojumu izsekojamību, ņemot vērā, ka starpnieku iesaiste to var apgrūtināt, it īpaši attiecībā uz e-komerciju, kur izsekošana ne vienmēr var būt efektīva un kur to varētu iekļaut digitālajā produkta pasē visos gadījumos, kuros tā nav paredzēta

**Balsojuma rezultāts**

| | |
|---|---|
| Par: | 116 |
| Pret: | 127 |
| Atturas: | 11 |

***PAPILDINĀJUMS***

Saskaņā ar Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas Reglamenta 74. panta 5. punktu un 2022. gada 15. novembrī pieņemtajiem īstenošanas noteikumiem pielikumā ir pievienots šāds paziņojums:

*Pieņemtais atzinuma priekšlikums attiecās uz produktu sociālo un vidisko izsekojamību. Minētajā priekšlikumā tika iekļautas trīs konkrētas iniciatīvas.*

a) *Produktu marķējumā iekļaut informāciju par izejvielu izcelsmi un ražošanas un izplatīšanas procesiem, lai patērētājs varētu novērtēt to tirdzniecības vidisko un sociālo ietekmi.*

*Šāda informācija jau tiek pieprasīta tādās jomās kā agropārtika, veselība, nodokļi utt., tāpēc ir uzskatāms par lietderīgu to ieviest arī patērētāju aizsardzības jomā, šajā saistībā veicot visus nepieciešamos pielāgojumus.*

b) *Izveidot novērtēšanas sistēmu sociālajiem, ētiskajiem un nodarbinātības aspektiem – līdzīgu tai, kas jau izveidota pārtikas un nekaitīguma risku novērtēšanai –, lai produktu ietekme uz sociāli profesionālo jomu varētu tikt novērtēta objektīvi un lai dalībvalstis, pieņemot preventīvus pasākumus, varētu rīkoties saskaņoti. Vajadzības gadījumā šo informāciju varētu iekļaut kā brīdinājuma marķējumu, izmantojot piktogrammas, līdzīgi tām, ko lieto, piemēram, mājsaimniecības ķīmiskajām vielām, kas šobrīd tiek tirgotas.*

c) *Paplašināt pašreizējo agrīnās brīdināšanas sistēmu produktiem, ņemot vērā tās līdzšinējo plašo un pozitīvo pieredzi un izmaksu ietaupījumus, ko tā radītu, ja tiktu iekļauti arī citi paziņojumu apmaiņas iemesli, piemēram, tie, kas saistīti ar produktu sociālajiem, ētiskajiem vai nodarbinātības aspektiem.*

*Šāda izsekojamība turklāt pavērtu dalībvalstīm iespējas efektīvi piemērot piesardzības pasākumus, lai apkarotu nelikumīgu komercpraksi, piemēram, sociālmaldināšanu produktu informācijā, līdzīgi nostādnēm, kādas attiecībā uz zaļmaldināšanas praksi izklāstītas nesen pieņemtajā direktīvā, ar ko veicina patērētāju dalību zaļās pārkārtošanās procesā; ar šo priekšlikumu to paredzēts uzlabot, paplašinot tās mērķus.*

*Turklāt šajā atzinuma priekšlikumā ne tikai aplūkoti jautājumi, kurus Eiropas Savienība noteikusi par prioritāriem, piemēram, sociāli atbildīgas saimnieciskās darbības, kā arī politikas pasākumi, kas vērsti uz patērētāju informēšanu un viņu tiesību aizsardzību nolūkā veicināt ilgtspējīgu patēriņu, bet norādīts arī uz vajadzību pēc tiesiskā regulējuma, kas nepieciešams to attīstībai.*

*Ir uzskatāms, ka, līdzīgi vides jomā panāktajam progresam, noderīgs būtu priekšlikums, kas stiprinātu vairāk nekā 400 miljonu patērētāju tiesības, vienlaikus nodrošinot godīgu konkurenci Eiropas vienotajā tirgū, jo šāds priekšlikums, pamatojoties uz brīdināšanas paziņojumu datiem par produktu drošumu, galvenokārt ietekmētu trešo valstu uzņēmumu un trešo valstu daudznacionālo korporāciju ražošanu un tirdzniecību; tādējādi varētu tikt aizsargāts arī Eiropas mazo un vidējo uzņēmumu tirgus, jo netiktu nedz ietekmēta to produktu izplatīšana, nedz radīts papildu administratīvais slogs.*

*Tāpat ir uzskatāms, ka pašreizējā sociālo un darba tiesību aktu eksistence nav attaisnojums tam, ka trūkst īpaša patērētāju aizsardzības regulējuma, kas pavērtu iespējas pilnīgai piemērošanai, kā arī šajā atzinumā ierosinātajiem preventīvajiem mehānismiem.*

*Visbeidzot, šā atzinuma priekšlikuma mērķis ir arī reaģēt uz bažām, ko šajā sakarā paudušas gan patērētāju organizācijas, gan sociālās, nodarbinātības un godīgas tirdzniecības organizācijas.*

*Jāpatur prātā, ka mūsu Komitejas nosaukumā ekonomika un sociālās lietas atrodas uz vienas un tās pašas nozīmīguma pakāpes.*