C/2024/6876

28.11.2024

Parecer do Comité Económico e Social Europeu

Reforçar os requisitos de informação dos consumidores na UE

(parecer de iniciativa)

(C/2024/6876)

Relator: **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

Conselheiro	Alejandro SALCEDO AZNAL
Decisão da Plenária	18.1.2024
Base jurídica	Artigo 52.º, n.º 2, do Regimento
Competência	Secção do Mercado Único, Produção e Consumo
Adoção em secção	26.6.2024
Adoção em plenária	19.9.2024
Reunião plenária n.º	590
Resultado da votação (votos a favor/votos contra/ abstenções)	143/103/13

1. Conclusões e recomendações

1.1. O Comité Económico e Social Europeu (CESE) considera oportuno, dada a crescente sensibilização dos consumidores para as questões sociais e ambientais, atualizar e sistematizar os direitos dos consumidores de forma a facilitar o seu conhecimento e o exercício de um consumo responsável, evitando simultaneamente qualquer tipo de exclusão, especialmente de natureza digital, energética ou financeira. O esforço de cartografia dos direitos deve também servir para realizar a necessária aproximação conceptual do consumo responsável, que contemple, entre outros aspetos, a sustentabilidade social e ambiental ou a igualdade de acesso ao mercado de produtos, bens e serviços, tendo em conta as situações de vulnerabilidade dos diferentes grupos de consumidores.

1.2. O CESE considera igualmente que a inovação tecnológica atual oferece soluções que permitem garantir o direito a informações acessíveis, compreensíveis e legíveis no mercado interno, através da utilização de dispositivos e ferramentas específicos da transformação digital em curso, como é o caso dos rótulos inteligentes para a monitorização de produtos, ou através da aplicação de tecnologias disruptivas emergentes, como a robótica, a inteligência artificial, a cadeia de blocos ou a realidade virtual, entre outras.

1.3. Além disso, embora aprecie os esforços empreendidos pela Comissão para capacitar os consumidores na transição ecológica, o CESE chama a atenção para a necessidade de assegurar a aplicação efetiva da diretiva correspondente, bem como de todas as outras disposições em vigor destinadas a proteger os consumidores. É igualmente essencial continuar a melhorar o nível de proteção dos consumidores, alargando o seu âmbito de aplicação, de modo que estes possam dispor também de informações sobre as condições sociais e laborais no âmbito da produção e do fornecimento dos bens e serviços.

1.4. O CESE considera necessário, tendo em conta o desequilíbrio contratual decorrente da assimetria da informação entre os consumidores, e em conformidade com o princípio da precaução, aplicar mecanismos de rastreabilidade para fazer face aos riscos sociais e laborais identificados, permitindo às autoridades nacionais tomar as medidas cautelares necessárias de forma coordenada. Em relação aos sítios Web que contêm informações para os consumidores, o CESE é favorável a um visual mais neutro, sem padrões escuros.

1.5. Por último, o CESE manifesta preocupação com as práticas de alguns prestadores de serviços de plataformas e de motores de pesquisa em linha, que pode comprometer os direitos dos consumidores, bem como com os conteúdos ilegais que possam afetar a proteção dos consumidores mais jovens. Neste contexto, o CESE salienta a necessidade de reforçar as medidas de vigilância e controlo do direito dos consumidores à informação, tomando as medidas necessárias para garantir a sua eficácia na erradicação de tais práticas.

2. **Antecedentes**

2.1. A Nova Agenda do Consumidor, sob o título «Reforçar a resiliência dos consumidores para uma recuperação sustentável», prevista para o período 2020-2025, constitui o quadro do programa de ação da União para a elaboração das suas políticas de defesa do consumidor e abrange, nomeadamente, os seguintes domínios prioritários:

a) Proteção dos grupos vulneráveis, permitindo dar resposta às necessidades específicas dos consumidores em situações que possam dever-se, nomeadamente, a circunstâncias sociais gerais de consumidores individuais ou de grupos de consumidores;

b) Proteção dos consumidores no contexto mundial, garantindo a segurança das importações e protegendo os consumidores da União contra práticas desleais utilizadas por operadores não estabelecidos na União, através da fiscalização do mercado e de uma cooperação mais estreita com as autoridades competentes dos países parceiros da União.

2.2. Além disso, a Nova Agenda do Consumidor prevê medidas setoriais como a informação aos consumidores e o exercício efetivo dos seus direitos. Para tanto, estabelece normas, destacando-se, em relação ao objeto do presente parecer, a diretiva que capacita os consumidores para a transição ecológica ([1]), o regulamento relativo à cooperação entre as autoridades nacionais competentes pela defesa do consumidor ([2]) e o regulamento relativo à segurança geral dos produtos ([3]).

2.3. Além disso, a diretiva que capacita os consumidores para a transição ecológica altera as diretivas relativas às práticas comerciais desleais e aos direitos dos consumidores, o que tem um impacto positivo na referida informação aos consumidores, embora esta seja incompleta, uma vez que a exigência de informações sobre as características dos produtos, bens e serviços não abrange aspetos relacionados com as condições sociais e laborais em que esses produtos, bens e serviços são produzidos, distribuídos e fornecidos.

2.4. Por sua vez, o regulamento relativo à cooperação entre as autoridades nacionais competentes pela defesa do consumidor permite o intercâmbio de informações entre as autoridades nacionais, o que facilita a tomada de decisões e uma ação conjunta para aplicar de forma exaustiva e eficiente as medidas de verificação do seu cumprimento.

2.5. Do mesmo modo, o intercâmbio de informações nas notificações de alerta rápido através do mecanismo «Safety Gate», previsto no regulamento relativo à segurança geral dos produtos, pressupõe que a Comissão faça progressos no seu desenvolvimento e modernização. A inclusão de práticas comerciais irregulares de natureza social e laboral nos procedimentos de avaliação para determinar as medidas cautelares a tomar pode ser uma via a explorar.

2.6. Além dos antecedentes acima descritos, há que ter também em conta os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, destacando-se o ODS 5 «Igualdade de género», o ODS 8 «Trabalho digno e crescimento económico» e o ODS 10 «Reduzir as desigualdades no interior de países e entre países», assim como o ODS 12 «Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis», em virtude da pertinência das respetivas metas para o objeto do presente parecer.

([1]) Diretiva (UE) 2024/825 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de fevereiro de 2024, que altera as Diretivas 2005/29/CE e 2011/83/UE no que diz respeito à capacitação dos consumidores para a transição ecológica através de uma melhor proteção contra práticas desleais e através de melhor informação (JO L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj).

([2]) Regulamento (UE) n.º 2017/2394 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2017, relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação proteção dos consumidores e que revoga o Regulamento (CE) n.o 2006/2004 (*JO L 345 de 27.12.2017, p. 1*).

([3]) Regulamento (UE) 2023/988 do Parlamento Europeu e do Conselho de 10 de maio de 2023 relativo à segurança geral dos produtos, que altera o Regulamento (UE) n.o 1025/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho e a Diretiva (UE) 2020/1828 do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Diretiva 2001/95/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e a Diretiva 87/357/CEE do Conselho (*JO L 135 de 23.5.2023, p. 1*).

3. **A informação dos consumidores no atual quadro legislativo da União Europeia (UE)**

3.1. O quadro regulamentar das políticas de proteção dos direitos dos consumidores garante o acesso às informações necessárias para os consumidores se protegerem de práticas que acarretem riscos para a sua saúde, segurança ou interesses económicos. No entanto, não são abrangidas as informações relacionadas com as decisões de compra dos consumidores assentes em critérios sociais e laborais.

3.2. Não obstante, foram desenvolvidas iniciativas para informar, divulgar e promover práticas comerciais éticas, em conformidade com os princípios do comércio justo, ou promover um consumo mais solidário, acessível e inclusivo, o que incentivou os consumidores a tomarem mais consciência das suas escolhas de marcas e produtos, procurando, além da satisfação dos seus desejos e necessidades, a identificação das marcas e produtos que mais se coadunam com os seus valores pessoais.

3.3. Por conseguinte, é necessário disponibilizar aos consumidores informações acessíveis e compreensíveis que possam integrar nas suas decisões informadas e cujos critérios os levem a selecionar marcas e produtos, tanto de forma racional como emocional, em especial no que diz respeito às experiências de compra que ocorrem nos diferentes canais de venda.

3.4. O reforço da informação dos consumidores, incluindo de natureza social e laboral, não deve implicar a perda de outras informações sobre produtos ou serviços nem das suas características de acessibilidade e legibilidade. Também não deve conduzir a um excesso de informação ou a informações supérfluas resultantes da apresentação de conteúdos extensos ou irrelevantes que gerem confusão na sua assimilação e compreensão.

3.5. Este alargamento das informações de que o consumidor dispõe contribui igualmente para melhorar a transparência do mercado, na medida em que permite uma maior simetria nas relações contratuais estabelecidas a este respeito, impedindo assim o desenvolvimento de práticas comerciais desleais.

3.6. Contudo, para que este reforço da informação seja eficaz, é necessário garantir que a informação seja verídica e que o conteúdo informativo corresponda fielmente às características dos produtos e serviços. É necessário atenuar o risco das medidas sociais de fachada, a fim de assegurar políticas e práticas verdadeiramente orientadas para a responsabilidade social das empresas e o respeito pelas normas sociais e ambientais, bem como ações e comunicações transparentes aos consumidores, evitando informações enganosas.

3.7. Em conclusão, o reforço da informação não só implica uma apresentação adequada do seu conteúdo, como também exige ações de vigilância e controlo por parte das autoridades nacionais para verificar as informações e, se for caso disso, tomar medidas adequadas, especialmente em questões relacionadas com a cibersegurança e a proteção dos direitos dos consumidores no contexto digital.

4. **Propostas do CESE para reforçar os requisitos de informação dos consumidores na UE**

4.1. O CESE propõe à Comissão e aos Estados-Membros que realizem uma avaliação da legislação em vigor, a fim de determinar se é suficiente para proteger os direitos dos consumidores à informação sobre os aspetos ambientais, sociais e laborais dos produtos e serviços e se a sua aplicação é igualmente eficaz no comércio eletrónico, ou se deve ser adaptada às características dos bens, produtos, atividades e serviços e ao canal em que se realizam as transações comerciais.

4.2. O CESE insta a Comissão e os Estados-Membros a desenvolverem campanhas de informação e sensibilização para divulgar aos consumidores o reforço da informação aplicável e sensibilizá-los para o recurso a essas informações nas decisões de compra.

4.3. O CESE insta igualmente a Comissão e os Estados-Membros a reverem e atualizarem os direitos dos consumidores, definindo o consumo responsável e as respetivas vertentes de desenvolvimento, a fim de facilitar o planeamento e a execução das suas ações de forma conjunta e coordenada.

4.4. Do mesmo modo, o CESE considera adequado implantar um «balcão único» europeu para a defesa do consumidor, unificando os procedimentos setoriais para facilitar a informação dos consumidores e o exercício efetivo dos seus direitos.

4.5. Por último, o CESE propõe que se avalie a necessidade de uma aplicação alargada dos atuais mecanismos de deteção precoce, a fim de assegurar o reforço da informação na rastreabilidade dos produtos e serviços ao longo da sua cadeia de valor, especialmente nos canais de venda em que as tarefas de rastreio são mais complexas.

Bruxelas, 19 de setembro de 2024.

O Presidente
do Comité Económico e Social Europeu
Oliver RÖPKE

ANEXO

Os seguintes pontos do parecer da secção foram alterados para refletir a alteração aprovada pela Assembleia, embora mais de um quarto dos votos expressos se tenham pronunciado a favor do texto na sua forma inicial (artigo 74.º, n.º 4, do Regimento).

1. **Conclusões e recomendações**

1.1. O Comité Económico e Social Europeu (CESE) saúda os progressos recentes em matéria de capacitação dos consumidores para a transição ecológica e insta os Estados-Membros a aplicarem eficazmente a diretiva recentemente adotada relativa à capacitação dos consumidores para a transição ecológica, que assegurará o reforço e a harmonização das informações sobre a durabilidade e a reparabilidade dos produtos.

1.2. O CESE defende que se deve garantir uma informação acessível, legível e compreensível para todos os cidadãos, tendo especialmente em conta as pessoas com deficiência e também os bens e serviços de países terceiros. No entanto, tal não deve criar burocracia desnecessária para as pequenas e médias empresas.

1.3. Uma regulamentação eficaz em matéria de direitos dos consumidores que tenha em conta a necessidade de proteção dos consumidores, mas também a necessidade de um quadro simples e viável para as empresas, especialmente para as PME, reforça a confiança dos consumidores no mercado único e nos seus intervenientes e contribui para um maior crescimento económico e a criação de emprego através de uma maior confiança no consumo.

1.4. O acervo da UE em matéria de direitos dos consumidores é considerado complexo, fragmentado e especialmente difícil de cumprir pelas pequenas empresas. As regras da UE em matéria de proteção dos consumidores devem ser simplificadas e racionalizadas, a fim de facilitar o seu cumprimento pelas empresas e garantir que os consumidores estão cientes dos seus direitos.

1.5. O direito dos consumidores à informação no mercado interno pode ser reforçado mediante a utilização de rótulos inteligentes para monitorizar o estado dos produtos, impulsionando a transformação digital através do desenvolvimento da robótica, da inteligência artificial, da cadeia de blocos e da realidade virtual.

1.6. O CESE exorta a Comissão a comunicar informações sobre o Regulamento (UE) 2017/2394 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2017, relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação de proteção dos consumidores (a seguir designado «Regulamento (UE) 2017/2394»). É necessário um relatório de avaliação para analisar quaisquer outras necessidades de atualização do quadro de cooperação das autoridades responsáveis pela proteção dos consumidores.

1.7. O acervo da UE em matéria de direitos dos consumidores é considerado complexo, fragmentado e especialmente difícil de cumprir pelas pequenas empresas. As regras da UE em matéria de proteção dos consumidores devem ser simplificadas e racionalizadas, a fim de facilitar o seu cumprimento pelas empresas e garantir que os consumidores estão cientes dos seus direitos. Uma maior harmonização dos direitos dos consumidores na UE incentivaria também o comércio transfronteiras no mercado único, o que também reforçaria a oferta à disposição dos consumidores.

1.8. O CESE insta a Comissão e os Estados-Membros a assegurarem que os consumidores e as empresas são informados de forma clara sobre os seus direitos e obrigações decorrentes da legislação em matéria de proteção dos consumidores, por exemplo, através de um catálogo atualizado de direitos dos consumidores. A utilização da resolução alternativa de litígios deve igualmente ser incentivada em litígios relacionados com o consumo.

1.9. Por último, o CESE manifesta a sua preocupação com o desempenho dos fornecedores de serviços de plataformas e de motores de pesquisa em linha no que respeita ao direito dos consumidores à informação e à obrigação de aplicar medidas razoáveis, proporcionadas e eficazes para reduzir os riscos sistémicos e os conteúdos ilegais, tendo em vista, em especial, a proteção dos menores. A este respeito, o CESE apela para a igualdade de tratamento dos operadores em matéria de conformidade ao longo de toda a cadeia de valor, incluindo os operadores de países terceiros.

2. **Contexto do parecer**

2.1. O programa de ação da União no domínio da política dos consumidores baseia-se na Nova Agenda do Consumidor (a seguir designada por «agenda»). Sob o título «Reforçar a resiliência dos consumidores para uma recuperação sustentável», a referida agenda visava apresentar uma visão atualizada da política de defesa dos consumidores da União no período compreendido entre 2020 e 2025.

2.1.1. A agenda inclui os seguintes domínios prioritários fundamentais:

a) Transição ecológica, que visa assegurar a acessibilidade dos produtos e estilos de vida sustentáveis a todas as pessoas;

b) Transformação digital, com o objetivo de criar um espaço digital mais seguro para os consumidores, onde os seus direitos sejam protegidos;

c) Aplicação efetiva e reparação, a fim de combater as alegações ecológicas enganosas e as práticas comerciais desleais relacionadas com as técnicas de influência e a personalização em linha;

d) Proteção dos grupos vulneráveis, permitindo dar resposta às necessidades específicas dos consumidores em situações que possam dever-se, nomeadamente, a circunstâncias sociais gerais de consumidores individuais ou de grupos de consumidores;

e) Proteção dos consumidores no contexto mundial, garantindo a segurança das importações e protegendo os consumidores da União contra práticas desleais utilizadas por operadores não estabelecidos na União, através da fiscalização do mercado e de uma cooperação mais estreita com as autoridades competentes dos países parceiros da União.

2.2. A agenda prevê também, entre outras medidas setoriais, a informação dos consumidores e a aplicação efetiva dos direitos dos consumidores. A este respeito, no âmbito do Regulamento (UE) 2017/2394, as autoridades públicas dos Estados-Membros formam uma rede europeia que facilita o intercâmbio de informações e as ações de colaboração contra infrações à legislação de proteção dos consumidores.

2.3. Além disso, o Regulamento (UE) 2023/988 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 10 de maio de 2023, relativo à segurança geral dos produtos (a seguir designado «Regulamento (UE) 2023/988»), que visa melhorar o funcionamento do mercado interno, proporcionando simultaneamente um elevado nível de proteção dos consumidores, prevê que a Comissão continue a desenvolver, modernizar e manter o sistema de alerta rápido «Safety Gate» para o intercâmbio de informações sobre as medidas corretivas.

2.4. Recentemente, o Parlamento e o Conselho adotaram uma diretiva destinada a capacitar os consumidores para a transição ecológica, que visa melhorar os direitos dos consumidores através da alteração da Diretiva Práticas Comerciais Desleais e da Diretiva Direitos dos Consumidores e da sua adaptação à transição ecológica e à economia circular ([1]).

2.5. Embora exija que os profissionais forneçam aos consumidores informações sobre as principais características dos bens ou serviços, nomeadamente em matéria de durabilidade e de reparabilidade, a Diretiva Direitos dos Consumidores não abrange aspetos relativos à rastreabilidade do ponto de vista social e laboral. No entanto, estes aspetos são já abrangidos por legislação noutros domínios.

2.6. Num quadro de análise mais amplo, importa também ter em conta os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 e as respetivas metas. Embora as políticas de informação e proteção dos consumidores estejam relacionadas com a maioria dos ODS e contribuam de forma muito significativa para a sua consecução, importa salientar a corresponsabilidade que os consumidores podem assumir em alguns deles, através dos seus hábitos de consumo, nomeadamente no ODS 12 «Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis», mas também no ODS 5 «Igualdade de género», no ODS 8 «Trabalho digno e crescimento económico» e no ODS 10 «Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países».

3. **A informação dos consumidores no atual quadro legislativo da União Europeia (UE)**

3.1. Relativamente às diferentes dimensões que podem ser ponderadas para desenvolver o consumo responsável, nomeadamente a salubridade, a segurança, a sustentabilidade, a ética e solidariedade, a inclusão e a acessibilidade, pode afirmar-se que a evolução legislativa e as políticas de consumo da UE em matéria de informação e proteção dos consumidores garantem suficientemente os direitos a um consumo saudável e seguro, bem como a proteção dos seus interesses económicos e jurídicos. No entanto, não existe um nível de proteção semelhante no que respeita à informação sobre aspetos éticos, de solidariedade, de inclusão ou de acessibilidade.

3.2. Não obstante, registaram-se alguns progressos na divulgação e sensibilização rumo a um consumo ético e solidário, nomeadamente através de iniciativas de promoção do comércio justo, bem como em termos de consumo inclusivo ou acessível, na perspetiva da proteção dos grupos vulneráveis.

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

3.3. Atualmente, os consumidores estão mais bem informados graças à disponibilidade generalizada de informações através das tecnologias digitais, ao aumento da transparência por parte das empresas, ao reforço dos requisitos regulamentares e ao comportamento proativo dos consumidores. Este melhor acesso à informação permite-lhes tomar decisões de compra mais fundamentadas e criteriosas, refletindo uma mudança significativa em relação ao comportamento dos consumidores no passado, quando a informação era mais limitada e mais difícil de obter. No entanto, a capacitação dos consumidores na transição ecológica, bem como o aumento da sua sensibilização para os aspetos pertinentes constituem tarefas importantes no âmbito das quais as organizações de consumidores têm um papel importante a desempenhar.

3.4. Os consumidores têm cada vez mais em conta outros critérios de compra, para além da qualidade e do preço, que determinam a sua corresponsabilidade no que diz respeito a questões socioambientais como as acima mencionadas. Porém, a incorporação destes critérios baseia-se na tomada de decisões informadas, passíveis de induzir uma mudança de hábitos ao criarem uma preocupação a que é necessário dar resposta realizando uma compra geradora de bem-estar. Este processo contrapõe-se à experiência emocional que acompanha a compra por impulso, ao reduzir a tensão gerada pelo desejo da posse.

3.5. A natureza dos diferentes critérios de compra implica externalidades positivas ou negativas do consumo, em função do impacto que uma decisão de compra tem em terceiros, considerando como terceiro qualquer elemento externo, tangível ou não.

3.6. Por conseguinte, o reforço da informação necessária à tomada de decisões de compra informadas traduz-se no conhecimento das externalidades positivas ou negativas do produto, consoante promovam a sua escolha ou rejeição, para que os consumidores possam exercer o seu poder no mercado através das suas compras.

3.7. No entanto, o CESE manifesta preocupação com os encargos administrativos excessivos, especialmente para as pequenas e médias empresas, uma vez que alguns podem ser desnecessários e, por vezes, dificultar o seu funcionamento normal. Além disso, também é favorável à utilização de um quadro regulamentar mais neutro e mais simples em matéria de direitos do consumidor, que beneficiaria tanto os consumidores como as empresas. Uma regulamentação eficaz em matéria de direitos dos consumidores que tenha em conta a necessidade de proteção dos consumidores, mas também a necessidade de um quadro simples e viável para as empresas, especialmente para as PME, reforça a confiança dos consumidores no mercado único e nos seus intervenientes e contribui para um maior crescimento económico e a criação de emprego através de uma maior confiança no consumo. Importa igualmente salientar que as empresas têm um incentivo de mercado para fornecer informações sobre sustentabilidade aos consumidores, uma vez que tal melhora a sua reputação e reforça a fidelidade dos clientes e dos investidores, o que, em última análise, conduz a uma vantagem competitiva.

3.8. O reforço da informação dos consumidores proporciona também uma maior simetria informativa e transparência entre os diferentes operadores do mercado, dificultando o desenvolvimento de práticas desleais e equilibrando o poder dos consumidores com o de outros intervenientes, uma vez que a realização de transações comerciais leais exige que os consumidores possuam todas as informações de que os profissionais dispõem sobre o produto, bem ou serviço comercializado.

3.9. Por outro lado, o reforço da informação em primeira instância pode facilitar a comparação de produtos e a tomada de decisões mais bem fundamentadas e, subsequentemente, a transmissão desta informação a outros consumidores que não a possuam ou cujo nível de sensibilização não baste para se exprimir em ações de compra, constituindo um efeito prescritor que difunde as decisões de compra entre os consumidores e as suas redes. Para o efeito, importa reforçar o potencial das listas de contactos de consumidores e das alegações ecológicas já previstas na legislação recentemente adotada pela Comissão.

3.10. No entanto, este efeito multiplicador do reforço da informação deve ser acompanhado de um esforço de supervisão para assegurar uma correspondência fiel entre o conteúdo da informação e as características reais dos produtos, reforçando assim a lealdade para com o produto e a marca ([2]). Como o CESE já salientou, a promoção da utilização de sistemas alternativos de resolução de litígios pode ajudar a resolver as divergências existentes.

3.11. Atualmente, as aplicações tecnológicas permitem contornar os condicionalismos de espaço que dificultam a prestação de informações precisas nos rótulos. Neste contexto, o trabalho realizado sobre o passaporte digital dos produtos constitui um claro passo em frente e o CESE aguarda com expectativa a sua aplicação.

([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» [Muito mais do que um mercado – velocidade, segurança, solidariedade. Capacitar o mercado único para assegurar um futuro sustentável e prosperidade para todos os cidadãos da UE].

3.12. No que diz respeito ao reforço da informação nas páginas Web que comercializam produtos e atividades – desde que seja útil e não implique uma comunicação excessiva –, o alargamento dos conteúdos informativos não acarreta um problema de espaço, mas a apresentação da informação deve ser acessível e não redirecionada para outros URL que dificultem a navegação para leitura. Este requisito já está estabelecido na legislação, pelo que é necessário verificar se é devidamente cumprido.

3.13. No domínio digital, as organizações da sociedade civil devem desempenhar um papel ativo no que diz respeito ao direito dos consumidores a receberem informação dos fornecedores de serviços de plataformas e de motores de pesquisa em linha, bem como às medidas que estes podem tomar para fazer face aos riscos sistémicos que identifiquem ao avaliarem os riscos gerados pelo seu serviço e pelos seus sistemas conexos, incluindo os sistemas algorítmicos ou decorrentes da utilização dos seus serviços.

3.13.1. A evolução social exige respostas para desafios mais atuais, como a recolha em larga escala de dados, a verificação de dados, a perturbação por ameaças, as ameaças híbridas, a cibersegurança, a desinformação e a manipulação da informação, que se juntam aos problemas típicos da informação dos consumidores, desde problemas com os serviços das agências funerárias em diferentes Estados-Membros até novos problemas emergentes relacionados com o mundo digital.

3.14. Tal como já referido pelo CESE, a inclusão do direito à reparação dos produtos também contribui para o investimento em recursos humanos, para além de ser uma medida com uma vertente ambiental e de sustentabilidade.

4. **Propostas do CESE para reforçar os requisitos de informação dos consumidores na UE**

4.1. É possível aumentar a confiança dos consumidores, através do reforço da informação fornecida sobre os produtos e serviços nas suas dimensões pertinentes, adotando medidas quer proativas quer reativas. As medidas proativas incluem a rotulagem dos produtos e as informações contratuais sobre os serviços, bem como as campanhas de informação e publicidade realizadas para o efeito, facilitando igualmente os meios financeiros necessários às pequenas e médias empresas. A capacitação dos consumidores para a transição ecológica e o reforço da sensibilização dos consumidores para os respetivos direitos é uma tarefa importante em que as organizações de consumidores têm um papel crucial a desempenhar.

4.1.1. Além disso, o Regulamento (UE) 2017/2394 deve ser avaliado a fim de analisar quaisquer outras necessidades de atualização do quadro de cooperação das autoridades responsáveis pela proteção do consumidor.

4.2. Importa criar também um balcão único para a proteção dos consumidores, de forma a facilitar os direitos de informação dos consumidores e pôr fim à atual situação mais assimétrica dos diferentes setores.

4.3. Por último, importa referir que esta iniciativa visa igualmente melhorar a rastreabilidade dos bens e serviços oferecidos, tendo em conta a intervenção de intermediários que a dificultam, nomeadamente no que respeita ao comércio eletrónico, no qual o rastreamento nem sempre pode ser eficaz, embora possa ser integrado na aplicação do passaporte digital de produtos em todos os casos em que tal não esteja previsto.

Resultado da votação

Votos a favor:	116
Votos contra:	127
Abstenções:	11

ANEXO

Em conformidade com o artigo 74.º, n.º 5, do Regimento do Comité Económico e Social Europeu e com as disposições de execução adotadas em 15 de novembro de 2022, figura em anexo a seguinte declaração:

A proposta de parecer adotada dizia respeito à rastreabilidade socioambiental dos produtos e continha três iniciativas concretas:

a) *Incluir nos rótulos dos produtos informações sobre a origem das matérias-primas e os processos de fabrico e distribuição, para que os consumidores possam estimar o impacto ambiental e social da sua comercialização.*

Estas informações já são solicitadas nos domínios agroalimentar, da saúde, da fiscalidade, etc., pelo que se considera adequado reproduzi--las no domínio da defesa do consumidor, com as adaptações eventualmente necessárias a este respeito.

b) *Estabelecer um sistema de avaliação social, ética ou laboral, como o que já existe atualmente para avaliar os riscos alimentares e de segurança, que permita identificar o impacto dos produtos no domínio social e laboral, passível de aplicação homogénea pelos Estados-Membros aquando da adoção de medidas preventivas. Por seu turno, poderia incorporar-se, consoante o caso, rotulagem de precaução com pictogramas, como os utilizados, por exemplo, em produtos químicos de uso doméstico atualmente presentes no mercado.*

c) *Alargar o atual sistema de notificação de alerta rápido sobre produtos, tendo em conta a vasta experiência positiva até agora, bem como a poupança de custos estimada ao incorporar outros motivos para o intercâmbio de notificações, como os relacionados com aspetos sociais, éticos ou laborais associados aos produtos.*

Esta rastreabilidade permitiria igualmente a aplicação efetiva de medidas cautelares pelos Estados-Membros para combater práticas comerciais irregulares, como as medidas sociais de fachada na informação sobre os produtos, à semelhança das medidas de combate às práticas de ecomaquilhagem previstas na diretiva que capacita os consumidores para a transição ecológica, adotada recentemente, que esta proposta visa reforçar alargando os seus objetivos.

Por um lado, esta proposta de parecer faz parte dos temas prioritários definidos pela União Europeia, como as atividades económicas socialmente responsáveis e as políticas que visam a informação e a proteção dos direitos a bem do exercício de um consumo responsável e, por outro lado, pretende também contribuir para o quadro regulamentar necessário para o seu desenvolvimento.

Considera-se que, à semelhança dos progressos realizados no domínio ambiental, deve ser apresentada uma proposta que reforce os direitos de mais de 400 milhões de consumidores, assegurando ao mesmo tempo uma concorrência leal no mercado único europeu, uma vez que a proposta, com base nos dados das notificações de alerta sobre a segurança dos produtos, teria impacto principalmente na produção e comercialização dos produtos de empresas de países terceiros e empresas multinacionais não europeias, o que também protegeria o mercado das pequenas e médias empresas europeias, não afetando a sua atividade de distribuição de produtos nem criando encargos adicionais na sua gestão.

Considera-se também que a atual existência de legislação social e laboral não justifica a ausência de uma regulamentação específica no domínio da defesa do consumidor que permita a sua plena aplicação e preveja os mecanismos de prevenção propostos no presente parecer.

Por último, a presente proposta de parecer visa igualmente dar resposta às preocupações expressas a este respeito pelas organizações de consumidores e pelas organizações sociais, profissionais e de comércio justo.

Importa ter presente que a própria designação do Comité coloca em pé de igualdade o domínio económico e o social.