Úradný vestník
Európskej únie

SK
Séria C

C/2024/6876

28.11.2024

Stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru

Sprísnenie požiadaviek na informovanie spotrebiteľov v EÚ

(stanovisko z vlastnej iniciatívy)

(C/2024/6876)

Spravodajca: **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

Poradca Alejandro SALCEDO AZNAL

Rozhodnutie plenárneho zhromaždenia	18. 1. 2024
Právny základ	článok 52 ods. 2 rokovacieho poriadku
Príslušná sekcia	sekcia pre jednotný trh, výrobu a spotrebu
Prijaté v sekcii	26. 6. 2024
Prijaté na plenárnom zasadnutí	19. 9. 2024
Plenárne zasadnutie č.	590
Výsledok hlasovania (za/proti/zdržalo sa)	143/103/13

1. Závery a odporúčania

1.1. EHSV sa vzhľadom na zvyšujúce sa sociálne a environmentálne povedomie spotrebiteľov domnieva, že je vhodné aktualizovať a systematizovať ich práva tak, aby sa uľahčila ich znalosť a uplatňovanie zodpovednej spotreby a zároveň sa zabránilo akémukoľvek vylúčeniu, najmä digitálnej, energetickej alebo finančnej povahy. Úsilie o katalogizáciu práv by malo slúžiť aj na vykonanie nevyhnutnej koncepčnej aproximácie zodpovednej spotreby, ktorá okrem iného zahŕňa sociálnu a environmentálnu udržateľnosť alebo rovnaký prístup výrobkov, tovaru a služieb na trh, pričom sa zohľadní zraniteľná situácia rôznych skupín spotrebiteľov.

1.2. EHSV sa tiež domnieva, že súčasné technologické inovácie ponúkajú riešenia na zaručenie práva na dostupné, zrozumiteľné a čitateľné informácie na vnútornom trhu prostredníctvom používania zariadení a nástrojov špecifických pre prebiehajúcu digitálnu transformáciu, ako sú inteligentné etikety na monitorovanie výrobkov, alebo prostredníctvom uplatňovania nových prelomových technológií, ako sú okrem iného robotika, umelá inteligencia, blockchain, virtuálna realita.

1.3. Na druhej strane hoci EHSV víta úsilie Komisie o posilnenie postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie, poukazuje na potrebu zabezpečiť účinné vykonávanie príslušnej smernice, ako aj všetkých ostatných existujúcich ustanovení zameraných na ochranu spotrebiteľa. Takisto je nevyhnutné ďalej zlepšovať úroveň ochrany rozšírením jej rozsahu tak, aby spotrebitelia mohli mať k dispozícii aj informácie o sociálnych a pracovných podmienkach, v ktorých sa vyrába tovar a obstarávajú služby.

1.4. Vzhľadom na zmluvnú nerovnováhu vyplývajúcu z informačnej asymetrie medzi spotrebiteľmi a v súlade so zásadou predbežnej opatrnosti sa EHSV domnieva, že na riešenie zistených sociálnych rizík a rizík v oblasti zamestnanosti je potrebné uplatňovať mechanizmy vysledovateľnosti, ktoré národným orgánom umožnia koordinovaným spôsobom prijať potrebné preventívne opatrenia. Pokiaľ ide o webové stránky obsahujúce informácie pre spotrebiteľov, EHSV podporuje neutrálnejší dizajn bez temných vzorcov.

1.5. A napokon, EHSV je znepokojený praxou niektorých poskytovateľov služieb online platforiem a vyhľadávačov, ktorá môže ohroziť práva spotrebiteľov, ako aj nezákonným obsahom, ktorý môže ovplyvniť ochranu mladších spotrebiteľov. V tejto súvislosti EHSV zdôrazňuje, že je potrebné posilniť opatrenia, pokiaľ ide o dohľad a kontrolu dodržiavania práva spotrebiteľov na informácie, a prijať potrebné opatrenia, ktoré zabezpečia účinné odstránenie tejto praxe.

2. **Súvislosti**

2.1. Nový program pre spotrebiteľov s názvom *Posilnenie odolnosti spotrebiteľov v záujme udržateľnej obnovy*, naplánovaný na roky 2020 – 2025, je rámcom pre akčný program Únie na rozvoj jej politík v oblasti ochrany spotrebiteľa a okrem iného zahŕňa tieto prioritné oblasti:

a) ochranu zraniteľných skupín, ktorá by umožnila uspokojenie osobitných potrieb spotrebiteľov v situáciách spôsobených okrem iného špecifickými sociálnymi okolnosťami jednotlivých spotrebiteľov alebo skupín spotrebiteľov;

b) ochranu spotrebiteľov v globálnom kontexte a zaručenie bezpečnosti dovozu a ochranu spotrebiteľov Únie pred nekalými praktikami, ktoré používajú hospodárske subjekty z krajín mimo EÚ, prostredníctvom dohľadu nad trhom a užšej spolupráce s príslušnými orgánmi partnerských krajín Únie.

2.2. Okrem toho informovanie spotrebiteľov a účinné presadzovanie ich práv patrí medzi odvetvové opatrenia tohto nového programu pre spotrebiteľov, ktorým sa zavádzajú predpisy, spomedzi ktorých treba v súvislosti s predmetom tohto stanoviska poukázať napríklad na smernicu o posilnení postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie ([1]), nariadenie o spolupráci medzi národnými orgánmi v oblasti ochrany spotrebiteľa ([2]) a nariadenie o všeobecnej bezpečnosti výrobkov ([3]).

2.3. Takisto sa smernicou o posilnení postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie mení smernica o nekalých obchodných praktikách a smernica o právach spotrebiteľov, čo má pozitívny vplyv na spomínanú informovanosť spotrebiteľov, hoci naďalej nie je úplná, keďže požiadavka na informácie o vlastnostiach výrobkov, tovaru a služieb sa nevzťahuje na aspekty týkajúce sa sociálnych a pracovných podmienok, v ktorých sa tieto výrobky, tovar a služby vyrábajú, distribuujú a poskytujú.

2.4. Nariadenie o spolupráci medzi národnými orgánmi v oblasti ochrany spotrebiteľa zase umožňuje výmenu informácií medzi národnými orgánmi, čo uľahčuje rozhodovanie a prijímanie spoločných opatrení s cieľom zabezpečiť komplexnú a účinnú kontrolu súladu s príslušnými predpismi.

2.5. V nariadení o všeobecnej bezpečnosti výrobkov sa uvažuje o výmene informácií prostredníctvom oznámení v systéme rýchleho varovania Safety Gate a predpokladá sa, že Komisia pokročí v jeho rozvoji a modernizácii. Jednou z oblastí činnosti by mohlo byť začlenenie nezákonných obchodných praktík sociálnej a pracovnej povahy do postupov posudzovania s cieľom určiť, aké preventívne opatrenia treba prijať.

2.6. Okrem uvedených skutočností by sa mali zohľadniť aj ciele udržateľného rozvoja Agendy 2030, pričom by sa z dôvodu prepojenia medzi ich čiastkovými cieľmi a cieľom tohto stanoviska mali zdôrazniť tieto ciele udržateľného rozvoja: cieľ č. 5 „Rodová rovnosť“, cieľ č. 8 „Dôstojná práca a hospodársky rast“ a cieľ č. 10 „Znížiť nerovnosť v rámci krajín a medzi nimi“, ako aj cieľ č. 12 „Zabezpečiť udržateľné modely výroby a spotreby“.

([1]) Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2024/825 z 28. februára 2024, ktorou sa menia smernice 2005/29/ES a 2011/83/EÚ, pokiaľ ide o posilnenie postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie prostredníctvom lepšej ochrany pred nekalými praktikami a prostredníctvom lepšieho informovania (Ú. v. EÚ L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj).

([2]) Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/2394 z 12. decembra 2017 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za presadzovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa a o zrušení nariadenia (ES) č. 2006/2004 (*Ú. v. EÚ L 345, 27.12.2017, s. 1*).

([3]) Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2023/988 z 10. mája 2023 o všeobecnej bezpečnosti výrobkov, ktorým sa mení nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1025/2012 a smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2020/1828 a zrušuje smernica Európskeho parlamentu a Rady 2001/95/ES a smernica Rady 87/357/EHS (*Ú. v. EÚ L 135, 23.5.2023, s. 1*).

3. **Informovanie spotrebiteľov v súčasnom legislatívnom rámci EÚ**

3.1. Regulačný rámec spočívajúci v politikách ochrany práv spotrebiteľov zabezpečuje prístup k informáciám potrebným na ochranu spotrebiteľov pred praktikami, ktoré predstavujú riziko pre ich zdravie, bezpečnosť alebo hospodárske záujmy. Informácie o postupoch súvisiacich s rozhodnutiami spotrebiteľov o kúpe na základe sociálnych a pracovných kritérií však nie sú zahrnuté.

3.2. Vyvinuli sa však iniciatívy na informovanie o etických obchodných praktikách, na ich šírenie a podporu v súlade so zásadami spravodlivého obchodu alebo na podporu solidárnej, dostupnejšej a inkluzívnejšej spotreby, čo spotrebiteľov povzbudilo k tomu, aby si viac uvedomovali výber značiek a výrobkov a zároveň sa okrem uspokojenia svojich želaní a potrieb snažili rozpoznať tie, ktoré najviac zodpovedajú ich osobným hodnotám.

3.3. Spotrebiteľom by sa preto mali poskytnúť dostupné a zrozumiteľné informácie, na základe ktorých sa môžu informovane rozhodnúť začlenením kritérií, čo povedie k racionálne aj citovo motivovanému výberu značiek a výrobkov, najmä v súvislosti so skúsenosťami s nákupom, ku ktorému dochádza na rôznych predajných kanáloch.

3.4. Posilnenie informovanosti spotrebiteľov zahrnutím informácií o sociálnych a pracovných podmienkach by nemalo znamenať stratu iných informácií o výrobku alebo službe alebo zníženie ich prístupnosti a čitateľnosti. Takisto by to nemalo viesť k nadmernému informovaniu ani k zahlteniu informáciami vzhľadom na rozsah alebo irelevantnosť ich obsahu, čo by viedlo k mätúcemu vnímaniu a chápaniu.

3.5. Toto rozšírené informovanie spotrebiteľa tiež prispieva k zlepšeniu transparentnosti trhu, keďže umožňuje väčšiu symetriu v zmluvných vzťahoch vytvorených v tejto súvislosti, čím bráni rozvoju nekalých obchodných praktík.

3.6. Ak má byť toto posilnenie informovanosti účinné, je potrebné zabezpečiť, aby informácie boli pravdivé a aby informačný obsah verne zodpovedal vlastnostiam tovaru a služieb. Je potrebné riešiť riziko praktík sociálne klamlivých vyhlásení s cieľom zabezpečiť politiky a postupy, ktoré sú skutočne zamerané na sociálnu zodpovednosť podnikov a dodržiavanie sociálnych a environmentálnych noriem, a transparentné opatrenia a oznámenia spotrebiteľom, aby sa zabránilo zavádzajúcim informáciám.

3.7. Na záver možno konštatovať, že posilnenie informácií zahŕňa nielen primeranú prezentáciu ich obsahu, ale vyžaduje si aj opatrenia dohľadu a kontroly zo strany národných orgánov s cieľom overiť informácie a v prípade potreby prijať vhodné opatrenia, najmä pokiaľ ide o otázky týkajúce sa kybernetickej bezpečnosti a ochrany digitálnych práv spotrebiteľov.

4. **Návrhy EHSV na sprísnenie požiadaviek na informovanie spotrebiteľov v EÚ**

4.1. EHSV navrhuje, aby Komisia a členské štáty vykonali hodnotenie súčasných právnych predpisov s cieľom posúdiť, či dostatočne chránia práva spotrebiteľov týkajúce sa informácií o environmentálnych, sociálnych a pracovných aspektoch výrobkov a služieb a či sa rovnako účinne uplatňujú na online obchod, alebo či je potrebné prispôsobiť ich charakteristikám tovaru, výrobkov, činností a služieb a spôsobu, akým sa uskutočňujú obchodné transakcie.

4.2. EHSV vyzýva Komisiu a členské štáty, aby vypracovali informačné a osvetové kampane, vďaka ktorým by sa spotrebitelia dozvedeli o úsilí zlepšiť informácie a ktoré by podporili ich informovanosť pri rozhodovaní o nákupe.

4.3. EHSV tiež vyzýva Komisiu a členské štáty, aby preskúmali a aktualizovali práva spotrebiteľov a vymedzili zodpovednú spotrebu a oblasti jej rozvoja s cieľom uľahčiť spoločné a koordinované plánovanie a vykonávanie ich činností.

4.4. EHSV tiež považuje za vhodné zriadiť európske jednotné kontaktné miesto na ochranu spotrebiteľa, ktoré by zjednotilo odvetvové postupy na uľahčenie informovania spotrebiteľov a účinné uplatňovanie práv spotrebiteľov.

4.5. EHSV napokon navrhuje posúdiť, či je potrebné rozsiahle uplatňovanie súčasných mechanizmov včasného odhaľovania, aby sa zabezpečilo posilnenie informácií o vysledovateľnosti výrobkov a služieb v celom ich hodnotovom reťazci, najmä v tých predajných kanáloch, kde je sledovanie zložitejšie.

V Bruseli 19. septembra 2024

Predseda
Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru
Oliver RÖPKE

PRÍLOHA

Nasledujúci(-e) bod(-y) stanoviska sekcie bol(-i) zmenený(-é) podľa pozmeňovacieho návrhu prijatého zhromaždením, avšak získal minimálne štvrtinu odovzdaných hlasov (článok 74 ods. 4 rokovacieho poriadku):

1. **Závery a odporúčania**

1.1. Európsky hospodársky a sociálny výbor (EHSV) oceňuje nedávny pokrok, ktorý sa dosiahol pri posilňovaní postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie. Naliehavo žiada členské štáty, aby účinne uplatňovali nedávno prijatú smernicu o posilnení postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie, ktorou sa zabezpečí lepšie a harmonizovanejšie informovanie o životnosti a opraviteľnosti výrobkov.

1.2. EHSV navrhuje, aby sa všetkým občanom, najmä osobám s rôznymi znevýhodneniami, zabezpečili dostupné, čitateľné a zrozumiteľné informácie, a to aj pokiaľ ide o tovar a služby z tretích krajín, ale bez vytvárania zbytočnej záťaže pre malé a stredné podniky.

1.3. Účinná právna úprava v oblasti spotreby, ktorá zohľadňuje potrebu ochrany spotrebiteľa, ale aj potrebu jednoduchého a funkčného rámca pre podniky, najmä pre MSP, posilňuje dôveru spotrebiteľov v jednotný trh a jeho aktérov a prispieva k väčšiemu hospodárskemu rastu a tvorbe pracovných miest vďaka väčšej dôvere v spotrebu.

1.4. *Acquis* EÚ v oblasti spotrebiteľských práv sa považuje za komplikované a roztrieštené a pre malé podniky je mimoriadne ťažké ho dodržiavať. Pravidlá EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa by sa mali zjednodušiť a zefektívniť s cieľom uľahčiť podnikom ich dodržiavanie a zabezpečiť, aby spotrebitelia poznali svoje práva.

1.5. Právo na informácie pre spotrebiteľov na vnútornom trhu možno posilniť používaním inteligentných etikiet na monitorovanie stavu výrobkov, podporou digitálnej transformácie prostredníctvom rozvoja robotiky, umelej inteligencie, blockchainu a virtuálnej reality.

1.6. EHSV žiada Komisiu, aby vypracovala správu o nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/2394 z 12. decembra 2017 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za presadzovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa (ďalej len „nariadenie (EÚ) 2017/2394“). Táto hodnotiaca správa je potrebná na to, aby sa mohli posúdiť všetky budúce potreby z hľadiska aktualizácie rámca pre spoluprácu orgánov na ochranu spotrebiteľov.

1.7. *Acquis* EÚ v oblasti spotrebiteľských práv sa považuje za komplikované a roztrieštené a pre malé podniky je mimoriadne ťažké ho dodržiavať. Pravidlá EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa by sa mali zjednodušiť a zefektívniť s cieľom uľahčiť podnikom ich dodržiavanie a zabezpečiť, aby spotrebitelia poznali svoje práva. Ďalšou harmonizáciou práv spotrebiteľov v EÚ by sa podporil aj cezhraničný obchod na jednotnom trhu, čím by sa rozšírili možnosti voľby v oblasti spotreby, ktoré majú občania k dispozícii.

1.8. EHSV žiada, aby Komisia a členské štáty zabezpečili, že sa spotrebiteľom a podnikom poskytnú jasné informácie o ich právach a povinnostiach, ktoré vyplývajú z právnych predpisov v oblasti ochrany spotrebiteľa, napríklad prostredníctvom aktualizovaného katalógu práv spotrebiteľov. Pri riešení spotrebiteľských sporov by sa taktiež malo podporovať využívanie alternatívnych riešení sporov (ARS).

1.9. EHSV je v neposlednom rade znepokojený činnosťou poskytovateľov služieb online platforiem a vyhľadávačov, pokiaľ ide o právo spotrebiteľov na informácie a povinnosť uplatňovať vhodné, primerané a účinné zmierňujúce opatrenia na riešenie systémových rizík a nezákonného obsahu, a najmä opatrenia na ochranu maloletých osôb. V tejto súvislosti EHSV vyzýva, aby sa v celom hodnotovom reťazci uplatňoval rovný prístup voči všetkým hospodárskym subjektom, vrátane prevádzkovateľov z tretích krajín, pokiaľ ide o dodržiavanie predpisov.

2. **Súvislosti**

2.1. Program činnosti EÚ v oblasti spotrebiteľskej politiky vychádza z oznámenia *Nový program pre spotrebiteľov* (ďalej len „program“). Cieľom tohto programu bolo poskytnúť aktualizovanú víziu politiky Únie v oblasti ochrany spotrebiteľa v časovom rámci rokov 2020 – 2025 pod názvom *Posilnenie odolnosti spotrebiteľov v záujme udržateľnej obnovy*.

2.1.1. Program zahŕňa tieto kľúčové prioritné oblasti:

a) zelená transformácia, ktorej cieľom je zabezpečiť, aby boli udržateľné výrobky a udržateľný životný štýl dostupné pre všetkých;

b) digitálna transformácia s cieľom vytvoriť bezpečnejší digitálny priestor pre spotrebiteľov, v ktorom sú chránené ich práva;

c) účinné presadzovanie a náprava s cieľom zakročiť proti zavádzajúcim tvrdeniam týkajúcim sa životného prostredia a nekalým obchodným praktikám v súvislosti s technikami online ovplyvňovania a personalizáciou;

d) ochrana zraniteľných skupín, ktorá by umožnila uspokojenie osobitných potrieb spotrebiteľov v situáciách spôsobených okrem iného špecifickými sociálnymi okolnosťami jednotlivých spotrebiteľov alebo skupín spotrebiteľov;

e) ochrana spotrebiteľov v globálnom kontexte a zaručenie bezpečnosti dovozu a ochrana spotrebiteľov Únie pred nekalými praktikami, ktoré používajú hospodárske subjekty z krajín mimo EÚ, prostredníctvom dohľadu nad trhom a užšej spolupráce s príslušnými orgánmi partnerských krajín Únie.

2.2. V programe sa okrem iných odvetvových opatrení zároveň hovorí o informovaní spotrebiteľov a účinnom presadzovaní práv spotrebiteľov. Verejné orgány členských štátov v tejto súvislosti vytvárajú v rámci nariadenia (EÚ) 2017/2394 európsku sieť, ktorá uľahčuje výmena informácií a spoločné opatrenia proti porušovaniu právnych predpisov o ochrane spotrebiteľa.

2.3. Okrem toho sa v nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2023/988 z 10. mája 2023 o všeobecnej bezpečnosti výrobkov (ďalej len „nariadenie (EÚ) 2023/988“), ktorého cieľom je zlepšiť fungovanie vnútorného trhu a zároveň zabezpečiť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľov, stanovuje, že Komisia bude ďalej rozvíjať, modernizovať a spravovať systém Safety Gate na rýchlu výmenu informácií o nápravných opatreniach.

2.4. Parlament a Rada nedávno prijali smernicu o posilnení postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie, ktorej cieľom je zlepšiť práva spotrebiteľov zmenou smernice o nekalých obchodných praktikách a smernice o právach spotrebiteľov a ich prispôsobením zelenej transformácii a obehovému hospodárstvu ([1]).

2.5. Hoci sa v smernici o právach spotrebiteľov od obchodníkov vyžaduje, aby spotrebiteľom poskytovali informácie o hlavných vlastnostiach tovaru alebo služieb, ako aj informácie týkajúce sa udržateľnosti a opraviteľnosti, opomínajú sa v nej aspekty ich vysledovateľnosti v sociálnej a pracovnej oblasti. Tieto aspekty sú však zohľadnené v právnych predpisoch v iných oblastiach.

2.6. V širšom rámci analýzy by sa mali zvážiť aj ciele udržateľného rozvoja Agendy 2030 a úlohy, ktoré s nimi súvisia. Hoci sa väčšina cieľov udržateľného rozvoja týka politík informovania a ochrany spotrebiteľov, pričom ich prínos k dosiahnutiu týchto cieľov je veľmi dôležitý, treba zdôrazniť spoločnú zodpovednosť, ktorú môžu spotrebitelia v rámci niektorých týchto cieľov prevziať prostredníctvom svojich spotrebiteľských návykov. Ide tu o cieľ udržateľného rozvoja č. 12 „Zabezpečiť udržateľné modely výroby a spotreby“, ako aj cieľ č. 5 „Rodová rovnosť“, cieľ č. 8 „Dôstojná práca a hospodársky rast“ a cieľ č. 10 „Znížiť nerovnosť v rámci krajín a medzi nimi“.

3. **Informovanie spotrebiteľov v súčasnom legislatívnom rámci EÚ**

3.1. Pokiaľ ide o jednotlivé rozmery, ktoré by sa mohli považovať za relevantné pre rozvoj zodpovednej spotreby (napr. zdravá, bezpečná, udržateľná, etická a solidárna, inkluzívna a dostupná spotreba), možno konštatovať, že legislatívny vývoj a spotrebiteľské politiky EÚ v oblasti informovania a ochrany spotrebiteľov dostatočne zaručujú práva na zdravú a bezpečnú spotrebu, ako aj ochranu hospodárskych a právnych záujmov spotrebiteľov. Úroveň ochrany nie je ale rovnaká, pokiaľ ide o informácie týkajúce sa aspektov etiky, solidarity, inkluzívnosti a dostupnosti.

3.2. Určitý pokrok sa dosiahol pri šírení a zvyšovaní povedomia o etickej a solidárnej spotrebe, najmä prostredníctvom iniciatív na podporu spravodlivého obchodu, ako aj v oblasti inkluzívnej alebo dostupnej spotreby z hľadiska ochrany zraniteľných skupín.

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

3.3. Spotrebitelia sú dnes lepšie informovaní vďaka širokej dostupnosti informácií prostredníctvom digitálnych technológií, ako aj vďaka zvýšenej transparentnosti zo strany podnikov, prísnejším regulačným požiadavkám a proaktívnemu spotrebiteľskému správaniu. Tento lepší prístup k informáciám im umožňuje prijímať uváženejšie a uvedomelejšie nákupné rozhodnutia, čo svedčí o výraznom posune v porovnaní so správaním spotrebiteľov v minulosti, keď bolo informácií menej a ťažšie sa získavali. Posilnenie postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie, ako aj zvyšovanie ich informovanosti o príslušných aspektoch sú však dôležitými úlohami, pri ktorých zohrávajú spotrebiteľské organizácie dôležitú úlohu.

3.4. Spotrebitelia popri kvalite a cene čoraz častejšie pri nákupe zohľadňujú ďalšie kritériá, ktoré určujú ich spoluzodpovednosť v súvislosti so sociálno-environmentálnymi aspektmi uvedenými vyššie. Začlenenie týchto kritérií je však založené na informovaných rozhodnutiach, ktoré môžu spôsobiť zmenu návykov, pretože vznikne záujem, ktorý je potrebné naplniť prostredníctvom nákupov vytvárajúcich pocit blahobytu. Tento proces je v rozpore s emocionálnou skúsenosťou, ktorá sprevádza impulzívne nakupovanie, pretože znižuje napätie spôsobené túžbou vlastniť.

3.5. Charakter jednotlivých kritérií nákupu predstavuje pozitívne alebo negatívne externality spotreby, a to v závislosti od vplyvu daného rozhodnutia o kúpe na iné aspekty, ktorými sú akékoľvek vonkajšie faktory, či už hmatateľné alebo nie.

3.6. Poskytovanie obšírnejších informácií potrebných na prijímanie informovaných rozhodnutí o kúpe preto prináša oboznámenie sa s pozitívnymi alebo negatívnymi externalitami výrobku. To podmieňuje, či si spotrebitelia výrobok kúpia alebo nie, čím môžu uplatniť svoju silu na trhu prostredníctvom nákupov, ktoré uskutočňujú.

3.7. EHSV je však znepokojený nadmernou administratívnou záťažou, najmä pokiaľ ide o malé a stredné podniky, keďže niektoré postupy môžu byť zbytočné a niekedy sťažujú ich bežnú prevádzku. Zároveň sa domnieva, že neutrálnejší a jednoduchší spotrebiteľský právny rámec by bol lepší pre spotrebiteľov aj pre podniky. Účinná právna úprava v oblasti spotreby, ktorá zohľadňuje potrebu ochrany spotrebiteľa, ale aj potrebu jednoduchého a funkčného rámca pre podniky, najmä pre MSP, posilňuje dôveru spotrebiteľov v jednotný trh a jeho aktérov a prispieva k väčšiemu hospodárskemu rastu a tvorbe pracovných miest vďaka väčšej dôvere v spotrebu. Treba tiež poznamenať, že trh stimuluje podniky k tomu, aby spotrebiteľom poskytovali informácie o udržateľnosti, pretože sa tým zlepšuje ich povesť, ako aj vernosť zákazníkov a investorov, čo v konečnom dôsledku vedie ku konkurenčnej výhode.

3.8. Lepšia informovanosť spotrebiteľov zároveň umožňuje väčšiu symetriu informácií a transparentnosť medzi rôznymi subjektmi na trhu, čo bráni rozvoju nekalých praktík a podporuje rovnováhu medzi silou spotrebiteľov a silou iných subjektov, keďže pre spravodlivé obchodné transakcie je nevyhnutné, aby spotrebitelia mali k dispozícii všetky informácie o predávanom výrobku, tovare alebo službách, ktoré sú obchodníkom známe.

3.9. Zlepšením informovanosti sa na druhej strane môže najprv uľahčiť porovnávanie výrobkov a prijímanie informovanejších nákupných rozhodnutí a následne umožniť poskytovanie týchto informácií iným spotrebiteľom, ktorí ich buď nemajú, alebo ich nedokážu využiť pri nákupe. To má normatívny dosah, ktorý výrazne ovplyvňuje spotrebiteľov a ich siete pri rozhodnutiach o nákupe. Na tento účel by sa mala posilniť úloha zoznamov spotrebiteľských a environmentálnych sťažností stanovených v právnych predpisoch, ktoré nedávno prijala Komisia.

3.10. Okrem tohto multiplikačného účinku, ktorý sa dosiahne zlepšením informovanosti, sa však musí dohliadnuť aj na to, aby sa zabezpečil jasný súlad medzi obsahom informácií a skutočnými vlastnosťami výrobkov, čím sa posilní vernosť spotrebiteľov voči danému výrobku a značke ([2]). Podpora využívania systémov alternatívneho riešenia sporov, ako už EHSV zdôraznil, môže pomôcť vyriešiť súčasné rozdiely.

3.11. Priestorové obmedzenia, ktoré sťažujú uvádzanie informácií na etiketách, možno v súčasnosti vyriešiť technologickými aplikáciami. V tejto súvislosti je veľkým krokom vpred práca na vytvorení digitálneho pasu výrobku a EHSV so záujmom očakáva jeho uplatňovanie v praxi.

([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“*(Oveľa viac než len trh – rýchlosť, bezpečnosť, solidarita. Posilnenie jednotného trhu s cieľom dosiahnuť udržateľnú budúcnosť a prosperitu pre všetkých občanov EÚ).

3.12. Pokiaľ sa zlepšia informácie poskytované na webových stránkach, na ktorých sa predávajú výrobky a služby (za predpokladu, že informácie sú užitočné a nie nadmerné), rozšírenie informačného obsahu nepredstavuje problém z hľadiska priestoru, no poskytované informácie musia byť dostupné a nesmú byť presmerované na iné adresy URL, kde sa ťažko vyhľadávajú. Tieto pravidlá už boli stanovené v právnych predpisoch, a preto je potrebné overiť ich dodržiavanie.

3.13. V digitálnej oblasti by organizácie občianskej spoločnosti mali zohrávať aktívnu úlohu v súvislosti s právom na informácie spotrebiteľov zo strany poskytovateľov služieb online platforiem a vyhľadávačov, ako aj s opatreniami, ktoré môžu prijať na riešenie systémových rizík zistených pri posudzovaní rizík spôsobených službou týchto poskytovateľov a súvisiacimi systémami vrátane algoritmických systémov alebo rizík vyplývajúcich z využívania ich služieb.

3.13.1. Spoločenský vývoj si vyžaduje riešenie aktuálnejších výziev, ako je hromadný zber údajov, overovanie faktov, narušenie spôsobené hrozbami, hybridné hrozby, kybernetická bezpečnosť, dezinformácie a manipulácia s informáciami, ktoré súvisia s klasickými problémami v oblasti informovania spotrebiteľov, počnúc napríklad problémami s pohrebnými službami v rôznych členských štátoch až po novovznikajúce problémy súvisiace s digitálnym svetom.

3.14. Ako už EHSV uviedol, začlenenie práva na opravu výrobkov má okrem environmentálneho dosahu a dosahu na udržateľnosť aj vplyv na investovanie do ľudských zdrojov.

4. **Návrhy EHSV na sprísnenie požiadaviek na informovanie spotrebiteľov v EÚ**

4.1. Zvýšenie dôvery spotrebiteľov zlepšením informácií poskytovaných o relevantných aspektoch výrobkov a služieb možno dosiahnuť proaktívnymi aj reaktívnymi opatreniami. Prvé z uvedených zahŕňajú označovanie výrobkov a zmluvné informácie o službách, ako aj informačné a propagačné kampane na tento účel, či zjednodušenie poskytovania potrebných finančných prostriedkov malým a stredným podnikom. Posilnenie postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie, ako aj zvyšovanie ich informovanosti o príslušných aspektoch sú však dôležitými úlohami, pri ktorých zohrávajú spotrebiteľské organizácie dôležitú úlohu.

4.1.1. Okrem toho je potrebné posúdiť aj nariadenie (EÚ) 2017/2394, aby sa preskúmalo, či je potrebná ďalšia aktualizácia rámca pre spoluprácu orgánov na ochranu spotrebiteľov.

4.2. Malo by sa tiež vytvoriť jednotné kontaktné miesto na ochranu spotrebiteľov, čím by sa uľahčilo uplatňovanie práva spotrebiteľov na informácie a vyriešila súčasná asymetrická fragmentácia podľa jednotlivých odvetví.

4.3. Na záver je potrebné zdôrazniť, že cieľom tejto iniciatívy je aj zlepšiť vysledovateľnosť ponúkaného tovaru a služieb, ktorá môže byť sťažená vzhľadom na zapojenie sprostredkovateľov. Týka sa to najmä elektronického obchodu, kde sledovanie nemusí byť vždy účinné a mohlo by sa začleniť do používania digitálneho pasu výrobku vo všetkých prípadoch, v ktorých sa takéto sledovanie nepredpokladá.

Výsledok hlasovania

Za:	116
Proti:	127
Zdržalo sa:	11

PRÍLOHA

V súlade s článkom 74 ods. 5 rokovacieho poriadku Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru a vykonávacími ustanoveniami prijatými 15. novembra 2022 sa v prílohe uvádza toto vyhlásenie:

Prijatý návrh stanoviska sa týkal sociálno-environmentálnej vysledovateľnosti výrobkov. Do tohto návrhu boli zahrnuté najmä tri konkrétne iniciatívy:

a) *Zahrnúť do označovania výrobkov informácie o pôvode surovín a výrobných a distribučných procesoch, aby spotrebitelia mohli odhadnúť environmentálny a sociálny vplyv ich uvádzania na trh.*

Tieto informácie sa už vyžadujú v oblasti agropotravinárstva, zdravia, zdaňovania atď., a preto sa považuje za vhodné ich zopakovať v oblasti ochrany spotrebiteľa so všetkými potrebnými úpravami v tejto súvislosti.

b) *Vytvoriť systém hodnotenia sociálnych, etických alebo pracovných aspektov, ako je už existujúci systém na posudzovanie rizík v oblasti potravín a bezpečnosti, aby sa mohol vplyv výrobkov na sociálno-pracovnú sféru objektívne posúdiť a aby ich členské štáty mohli používať jednotným spôsobom pri prijímaní preventívnych opatrení. Na druhej strane by sa v prípade potreby mohli začleniť do preventívneho označovania piktogramy, ktoré sa uvádzajú napríklad na označenie chemikálií pre domácnosť, ktoré sú v súčasnosti na trhu.*

c) *Rozšíriť súčasný systém rýchleho varovania pre výrobky vzhľadom na doterajšie rozsiahle a pozitívne skúsenosti a úspory nákladov, ktoré by prinieslo zahrnutie ďalších dôvodov na vydanie varovania, ako sú dôvody týkajúce sa sociálnych, etických alebo pracovných aspektov súvisiacich s výrobkami.*

Táto vysledovateľnosť by takisto umožnila členským štátom účinne uplatňovať preventívne opatrenia na boj proti nezákonným obchodným praktikám, ako sú sociálne klamlivé vyhlásenia (socialwashing) v informáciách o výrobkoch, podobne ako v prípade praktík environmentálne klamlivých vyhlásení v nedávno prijatej smernici o posilnení postavenia spotrebiteľov v rámci zelenej transformácie, ktorú by tento návrh mal posilniť rozšírením svojich cieľov.

Okrem toho tento návrh stanoviska nie je len súčasťou prioritných tém stanovených Európskou úniou, ako sú sociálne zodpovedné hospodárske činnosti či politiky zamerané na informovanie a ochranu práv na účely zodpovednej spotreby, ale sa snaží vytvoriť regulačný rámec potrebný na ich rozvoj.

Rovnako ako v oblasti životného prostredia sa usudzuje, že by sa mal vypracovať návrh na posilnenie práv viac ako 400 miliónov spotrebiteľov, ktorý by zároveň zaručil spravodlivú hospodársku súťaž na európskom jednotnom trhu. Tento návrh, ktorý vychádza z údajov o varovaniach súvisiacich s bezpečnosťou výrobkov, by mal na základe údajov z oznámení o bezpečnosti výrobkov vplyv predovšetkým na výrobu a uvádzanie na trh vykonávané spoločnosťami z tretích krajín a mimoeurópskymi nadnárodnými spoločnosťami, čím by sa tiež chránil trh pre európske malé a stredné podniky, ktoré by neboli ovplyvnené pri distribúcii výrobkov, ani by to nepredstavovalo dodatočnú záťaž pre ich riadenie.

Ďalej sa domnieva, že existencia sociálneho a pracovného práva v súčasnosti neodôvodňuje absenciu osobitného nariadenia v oblasti ochrany spotrebiteľa, ktoré by umožňovalo plné uplatňovanie a tiež ustanovilo mechanizmy prevencie navrhnuté v tomto stanovisku.

Napokon, cieľom tohto návrhu stanoviska je tiež riešiť obavy, ktoré v tejto súvislosti vyjadrili spotrebiteľské organizácie, ako aj sociálne organizácie, organizácie práce a organizácie spravodlivého obchodu.

Musíme mať na pamäti, že v názve tohto výboru sa hospodársky a sociálny význam kladie na rovnakú úroveň.