C/2024/6876

28.11.2024

Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora

Krepitev zahtev glede obveščanja potrošnikov v EU

(mnenje na lastno pobudo)

(C/2024/6876)

Poročevalec: **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

Svetovalec	Alejandro SALCEDO AZNAL
Sklep plenarne skupščine	18. 1. 2024
Pravna podlaga	člen 52(2) Poslovnika
Pristojnost	strokovna skupina za enotni trg, proizvodnjo in potrošnjo
Datum sprejetja na seji strokovne skupine	26. 6. 2024
Datum sprejetja na plenarnem zasedanju	19. 9. 2024
Plenarno zasedanje št.	590
Rezultat glasovanja (za/proti/vzdržani)	143/103/13

1. Sklepi in priporočila

1.1 Evropski ekonomsko-socialni odbor (EESO) zaradi vse večje ozaveščenosti potrošnikov glede socialnih in okoljskih vprašanj meni, da bi bilo primerno posodobiti in sistematizirati njihove pravice, saj bi to izboljšalo poznavanje njihovih pravic in prispevalo k trajnostni potrošnji, hkrati pa preprečilo izključevanje, zlasti na digitalnem, energetskem in finančnem področju. S pripravo kataloga pravic bi prispevali tudi k potrebni uskladitvi konceptov, povezanih z odgovorno potrošnjo, ki bi morala med drugim zajemati socialno in okoljsko trajnostnost ter enak dostop do trga proizvodov, blaga in storitev, ob upoštevanju ranljivosti različnih skupin potrošnikov.

1.2 EESO meni tudi, da sedanje tehnološke inovacije ponujajo rešitve, ki zagotavljajo pravico do dostopnih, razumljivih in berljivih informacij na notranjem trgu z uporabo naprav in orodij, ki jih prinaša sedanja digitalna preobrazba, kot so na primer pametne oznake za spremljanje proizvodov, ali uporaba novih prelomnih tehnologij, kot so robotika, umetna inteligenca, blokovne verige in virtualna resničnost.

1.3 EESO ceni prizadevanja Komisije za krepitev vloge potrošnikov v okviru zelenega prehoda in poudarja, da je treba poskrbeti za učinkovito izvajanje ustrezne direktive in vseh drugih obstoječih določb za varstvo potrošnikov. Prav tako je bistveno še naprej izboljševati raven tega varstva z razširitvijo njegovega področja uporabe, da bodo imeli potrošniki tudi informacije o socialnih in delovnih pogojih, v katerih se blago in storitve proizvajajo in zagotavljajo.

1.4 EESO glede na nesorazmerje v odnosih med udeleženci na trgu, ki je posledica informacijske asimetrije, s katero se soočajo potrošniki, in v skladu s previdnostnim načelom meni, da je treba zaradi ugotovljenih socialnih in delovnih tveganj uporabiti mehanizme sledljivosti, da bodo lahko nacionalni organi usklajeno sprejemali ustrezne previdnostne ukrepe. Zavzema se za bolj nevtralno obliko spletišč, ki vsebujejo informacije za potrošnike, brez temnih vzorcev.

1.5 EESO je zaskrbljen tudi zaradi prakse nekaterih ponudnikov spletnih platform in iskalnikov, ki lahko ogrozijo pravice potrošnikov, ter nezakonitih vsebin, ki lahko ogrozijo varstvo mlajših potrošnikov. V zvezi s tem poudarja, da je treba okrepiti spremljanje in nadzor pravice potrošnikov do obveščenosti ter sprejeti potrebne ukrepe za učinkovito izkoreninjenje te prakse.

2. **Ozadje mnenja**

2.1 Nova agenda za potrošnike z naslovom Krepitev odpornosti potrošnikov za trajnostno okrevanje za obdobje 2020–2025 je okvirni načrt ukrepov EU za razvoj njene politike varstva potrošnikov. Med drugim zajema naslednja prednostna področja:

(a) zaščita ranljivih skupin, da bi bilo mogoče obravnavati konkretne potrebe potrošnikov v primerih, do katerih lahko med drugim pride zaradi posebnih socialnih okoliščin posameznih potrošnikov ali skupin potrošnikov;

(b) varstvo potrošnikov v svetovnem okviru z zagotavljanjem varnosti uvoza in varstvom potrošnikov v EU pred nepoštenimi poslovnimi praksami subjektov izven EU z nadzorom trga in tesnejšim sodelovanjem z ustreznimi organi v partnerskih državah Unije.

2.2 Nova agenda za potrošnike kot enega od sektorskih ukrepov obravnava tudi obveščanje potrošnikov in učinkovito uveljavljanje pravic potrošnikov. V ta namen zajema zakonodajne akte, kot so direktiva o krepitvi vloge potrošnikov za zeleni prehod ([1]), uredba o sodelovanju med nacionalnimi organi za varstvo potrošnikov ([2]) in uredba o splošni varnosti proizvodov ([3]), ki so povezane s temo tega mnenja.

2.3 Poleg tega direktiva o krepitvi vloge potrošnikov za zeleni prehod spreminja direktivi o nepoštenih poslovnih praksah in pravicah potrošnikov. To sicer pozitivno vpliva na obveščanje potrošnikov, ki pa je še vedno nepopolno, saj zahteva po informacijah o značilnostih proizvodov, blaga in storitev ne zajema vidikov, povezanih s socialnimi in delovnimi pogoji, v katerih se ti proizvodi, blago in storitve proizvajajo, distribuirajo in zagotavljajo.

2.4 Uredba o sodelovanju med nacionalnimi organi za varstvo potrošnikov omogoča izmenjavo informacij med nacionalnimi organi, kar olajšuje odločanje in sprejemanje skupnih ukrepov za celovito in učinkovito spremljanje spoštovanja ustreznih predpisov.

2.5 Podobno je v uredbi o splošni varnosti proizvodov opredeljen sistem hitrega obveščanja *Safety Gate* za izmenjavo obvestil in določeno, da ga Komisija razvija in posodablja. Eno od delovnih področij bi bila lahko vključitev nedovoljenih poslovnih praks na področju socialnega in delovnega prava v postopke ocenjevanja, na podlagi katerega bi bili sprejeti preventivni ukrepi.

2.6 Poleg zgoraj navedenega je treba upoštevati tudi cilje trajnostnega razvoja iz Agende 2030. Zaradi njihove povezanosti s temo tega mnenja je treba pri tem poudariti zlasti cilj 5 „enakost spolov“, cilj 8 „dostojno delo in gospodarska rast“, cilj 10 „zmanjšanje neenakosti znotraj držav in med njimi“ ter cilj 12 „zagotoviti trajnostne načine proizvodnje in porabe“.

([1]) Direktiva (EU) 2024/825 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 28. februarja 2024 o spremembi direktiv 2005/29/ES in 2011/83/EU v zvezi s krepitvijo vloge potrošnikov za zeleni prehod z boljšim varstvom pred nepoštenimi praksami in boljšim obveščanjem (*UL L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj*).

([2]) Uredba (ES) št. 2017/2394 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2017 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov, in razveljavitvi Uredbe (ES) št. 2006/2004 (*UL L 345, 27.12.2017, str. 1*).

([3]) Uredba (EU) 2023/988 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. maja 2023 o splošni varnosti proizvodov, spremembi Uredbe (EU) št. 1025/2012 Evropskega parlamenta in Sveta in Direktive (EU) 2020/1828 Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive 2001/95/ES Evropskega parlamenta in Sveta in Direktive Sveta 87/357/EGS (*UL L 135, 23.5.2023, str. 1*).

3. **Obveščanje potrošnikov v sedanjem zakonodajnem okviru EU**

3.1 Regulativni okvir politik varstva pravic potrošnikov zagotavlja dostop do informacij, ki jih potrošniki potrebujejo za zaščito pred praksami, ki ogrožajo njihovo zdravje, varnost ali gospodarske interese. Vendar pa ne zajema informacij o praksah, ki vplivajo na odločitve potrošnika o nakupu in se nanašajo na socialna merila ali delovne pogoje.

3.2 Razvite so bile tudi pobude za obveščanje o etičnih poslovnih praksah v skladu z načeli pravične trgovine ali za spodbujanje bolj solidarne, dostopne in vključujoče potrošnje ter razširjanje in spodbujanje teh praks. S tem se krepi ozaveščenost potrošnikov pri izbiri blagovnih znamk in proizvodov, ki bolje ustrezajo njihovim osebnim vrednotam in ne le zadovoljujejo njihove želje in potrebe.

3.3 Zato je treba potrošnikom omogočiti dostopne in razumljive informacije, na podlagi katerih lahko sprejemajo informirane odločitve in ki zajemajo tudi merila, ki vodijo tako k racionalni kot subjektivni izbiri blagovnih znamk in proizvodov, zlasti pri nakupih prek različnih prodajnih kanalov.

3.4 Okrepitev obveščanja potrošnikov z vključitvijo informacij o socialnih in delovnih vidikih ne bi smela pomeniti okrnitve drugih informacij o proizvodu ali storitvi ali omejiti njihove dostopnosti ali berljivosti. Prav tako to ne bi smelo pomeniti poplave informacij zaradi preobsežne ali nepomembne vsebine, kar bi povzročalo zmedo in napačno razumevanje.

3.5 Ta razširitev informacij, ki so na voljo potrošnikom, prispeva tudi k večji preglednosti trga, saj prinaša boljšo simetrijo pogodbenih razmerij in tako otežuje uporabo nepoštenih poslovnih praks.

3.6 Da pa bi bil ta povečan obseg informacij učinkovit, je treba zagotoviti verodostojnost informacij. Njihova vsebina mora natančno ustrezati značilnostim blaga in storitev. Obravnavati je treba lažno družbeno odgovorno oglaševanje, da se zagotovijo politike in prakse, ki so resnično usmerjene v družbeno odgovornost podjetij in spoštovanje socialnih in okoljskih standardov, ter pregledni ukrepi in sporočila potrošnikom, ki ne vsebujejo zavajajočih informacij.

3.7 Več informacij ne zahteva le ustrezne predstavitve njihove vsebine, temveč tudi spremljanje in nadzor nacionalnih organov, ki morajo preverjati informacije in po potrebi sprejeti ustrezne ukrepe, zlasti v zvezi z vprašanji kibernetske varnosti in varstvom digitalnih pravic potrošnikov.

4. **Predlogi EESO za krepitev zahtev glede obveščanja potrošnikov v EU**

4.1 EESO predlaga, naj Komisija in države članice izvedejo oceno veljavne zakonodaje, da bi presodile, ali zadostno varuje pravice potrošnikov v zvezi z obveščanjem o okoljskih, socialnih in delovnih vidikih proizvodov in storitev ter ali je enako učinkovita pri spletni prodaji oziroma ali jo je treba prilagoditi značilnostim blaga, proizvodov, dejavnosti in storitev ter načinu prodaje.

4.2 EESO poziva Komisijo in države članice, naj pripravijo kampanje obveščanja in ozaveščanja, da bodo potrošniki bolje seznanjeni z razširjenim obsegom informacij in jih bodo ozaveščeno uporabljali pri odločitvah o nakupu.

4.3 EESO poleg tega poziva Komisijo in države članice, naj pregledajo in posodobijo pravice potrošnikov ter opredelijo odgovorno potrošnjo in področja njenega razvoja, da bi olajšale skupno in usklajeno načrtovanje in izvajanje svojih ukrepov.

4.4 EESO tudi meni, da bi bilo treba vzpostaviti enotno kontaktno točko za varstvo potrošnikov na ravni EU, ki bi združila sektorske postopke za lažje obveščanje potrošnikov in učinkovito uveljavljanje njihovih pravic.

4.5 EESO predlaga, naj se oceni, ali je treba razširiti uporabo sedanjih mehanizmov zgodnjega odkrivanja, da se izboljšajo informacije o sledljivosti proizvodov in storitev vzdolž njihove vrednostne verige, zlasti v tistih prodajnih kanalih, kjer je sledenje bolj zapleteno.

V Bruslju, 19. septembra 2024

Predsednik
Evropskega ekonomsko-socialnega odbora
Oliver RÖPKE

PRILOGA

Naslednje točke mnenja strokovne skupine so bile spremenjene v skladu z amandmajem, ki ga je sprejela skupščina, vendar je ohranitev besedila v prvotni obliki prejela podporo več kot četrtine glasov (člen 74(4) Poslovnika):

1. **Sklepi in priporočila**

1.1 Evropski ekonomsko-socialni odbor (EESO) pozdravlja nedavni napredek pri krepitvi vloge potrošnikov pri zelenem prehodu ter poziva države članice, naj učinkovito izvajajo nedavno sprejeto direktivo o krepitvi vloge potrošnikov za zeleni prehod, ki bo zagotovila boljše in bolj usklajene informacije o trajnosti in popravljivosti izdelkov.

1.2 EESO predlaga, naj bodo dostopne, berljive in razumljive informacije na voljo vsem državljanom, zlasti invalidom, tudi informacije glede blaga in storitev iz tretjih držav, pri tem pa se ne sme ustvarjati nepotrebnih bremen za mala in srednja podjetja.

1.3 Uspešna ureditev na področju varstva potrošnikov, ki upošteva potrebo po varstvu potrošnikov, pa tudi potrebo po preprostem in delujočem okviru za podjetja, zlasti za MSP, krepi zaupanje potrošnikov v enotni trg in njegove akterje ter z večjim zaupanjem v potrošnjo prispeva k večji gospodarski rasti in ustvarjanju delovnih mest.

1.4 Zakonodaja EU o pravicah potrošnikov velja za zapleteno in razdrobljeno, pri njenem spoštovanju pa imajo zlasti težave mala podjetja. Pravila EU o varstvu potrošnikov bi bilo treba poenostaviti in racionalizirati, da bi podjetjem olajšali njihovo spoštovanje in zagotovili, da se potrošniki zavedajo svojih pravic.

1.5 Pravico do obveščenosti potrošnikov na notranjem trgu je mogoče okrepiti z uporabo pametnih oznak za spremljanje stanja proizvodov, s čimer se z razvojem robotike, umetne inteligence, veriženja podatkovnih blokov in virtualne resničnosti spodbuja digitalna preobrazba.

1.6 EESO poziva Komisijo, naj pripravi poročilo o Uredbi (EU) 2017/2394 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2017 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov (v nadaljnjem besedilu: Uredba (EU) 2017/2394). Poročilo o oceni je potrebno, da se analizirajo nadaljnje potrebe po posodobitvah okvira za sodelovanje organov za varstvo potrošnikov.

1.7 Zakonodaja EU o pravicah potrošnikov velja za zapleteno in razdrobljeno, pri njenem spoštovanju pa imajo zlasti težave mala podjetja. Pravila EU o varstvu potrošnikov bi bilo treba poenostaviti in racionalizirati, da bi podjetjem olajšali njihovo spoštovanje in zagotovili, da se potrošniki zavedajo svojih pravic. Nadaljnja harmonizacija pravic potrošnikov v EU bi prav tako spodbudila čezmejno trgovino na enotnem trgu, s čimer bi se povečala tudi izbira za potrošnike.

1.8 EESO poziva Komisijo in države članice, naj poskrbijo za to, da bodo potrošniki in podjetja jasno obveščeni o svojih pravicah in obveznostih, ki izhajajo iz zakonodaje o varstvu potrošnikov, na primer s posodobljenim seznamom pravic potrošnikov. V potrošniških sporih bi bilo treba spodbujati tudi uporabo alternativnega reševanja sporov.

1.9 EESO je zaskrbljen tudi zaradi dejavnosti ponudnikov storitev spletnih platform in iskalnikov glede pravice potrošnikov do obveščenosti ter obveznosti uporabe razumnih, sorazmernih in učinkovitih ukrepov za zmanjšanje sistemskih tveganj in obsega nezakonitih vsebin, zlasti za zaščito mladoletnikov. V zvezi s tem EESO poziva, naj se pri izpolnjevanju predpisov v celotni vrednostni verigi enako obravnavajo gospodarski subjekti iz EU in iz tretjih držav.

2. **Ozadje mnenja**

2.1 Program ukrepov EU na področju potrošniške politike temelji na Novi agendi za potrošnike (v nadaljnjem besedilu: agenda). Cilj te agende z naslovom Krepitev odpornosti potrošnikov za trajnostno okrevanje je bil predstaviti posodobljeno vizijo politike Unije za varstvo potrošnikov v obdobju 2020–2025.

2.1.1 Agenda zajema naslednja ključna prednostna področja:

(a) zeleni prehod s ciljem zagotoviti, da so trajnostni proizvodi in življenjski slog dostopni vsem;

(b) digitalna preobrazba, da bi ustvarili varnejši digitalni prostor za potrošnike, v katerem so njihove pravice varovane;

(c) učinkovito izvrševanje in pravna sredstva za obravnavo zavajajočih zelenih trditev in nepoštenih poslovnih praks v zvezi s spletnimi tehnikami vplivanja in prilagajanjem posamezniku;

(d) zaščita ranljivih skupin, da bi bilo mogoče obravnavati konkretne potrebe potrošnikov v primerih, do katerih lahko med drugim pride zaradi posebnih socialnih okoliščin posameznih potrošnikov ali skupin potrošnikov;

(e) varstvo potrošnikov v svetovnem okviru z zagotavljanjem varnosti uvoza in varstvom potrošnikov v EU pred nepoštenimi poslovnimi praksami subjektov izven EU z nadzorom trga in tesnejšim sodelovanjem z ustreznimi organi v partnerskih državah Unije.

2.2 Agenda med drugimi sektorskimi ukrepi predvideva tudi obveščanje potrošnikov in učinkovito uveljavljanje pravic potrošnikov. V zvezi s tem javni organi držav članic v okviru Uredbe (EU) 2017/2394 oblikujejo evropsko mrežo za lažjo izmenjavo informacij in skupno ukrepanje proti kršitvam zakonodaje o varstvu potrošnikov.

2.3 Poleg tega Uredba (EU) 2023/988 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. maja 2023 o splošni varnosti proizvodov (v nadaljnjem besedilu: Uredba (EU) 2023/988), katere cilj je izboljšati delovanje notranjega trga in hkrati zagotoviti visoko raven varstva potrošnikov, določa, da bo Komisija nadalje razvijala, posodobila in vzdrževala sistem hitrega obveščanja *Safety Gate* za izmenjavo informacij o korektivnih ukrepih.

2.4 Evropski parlament in Svet sta pred kratkim sprejela direktivo o krepitvi vloge potrošnikov za zeleni prehod, ki naj bi s spremembo direktive o nepoštenih poslovnih praksah in direktive o pravicah potrošnikov ter njuno prilagoditvijo zelenemu prehodu in krožnemu gospodarstvu ([1]) izboljšala pravice potrošnikov.

2.5 V skladu z direktivo o varstvu potrošnikov morajo trgovci potrošnikom zagotoviti informacije o glavnih značilnostih blaga ali storitev in tudi glede njihove trajnosti in popravljivosti, vendar pa direktiva ne predvideva sledljivosti na socialnem področju in področju delovnih pogojev, ki pa se že obravnava v zakonodaji na drugih področjih.

2.6 V širšem okviru analize bi bilo treba upoštevati tudi cilje trajnostnega razvoja iz Agende 2030 in s tem povezane usmeritve. Čeprav se večina ciljev trajnostnega razvoja nanaša na politike obveščanja in varstva potrošnikov, ki zelo pomembno prispevajo k doseganju teh ciljev, je treba poudariti, da so za to soodgovorni tudi potrošniki s svojimi potrošniškimi navadami. Ti cilji trajnostnega razvoja so cilj 12 „zagotoviti trajnostne načine proizvodnje in porabe“, cilj 5 „enakost spolov“, cilj 8 „dostojno delo in gospodarska rast“ in cilj 10 „zmanjšanje neenakosti znotraj držav in med njimi“.

3. **Obveščanje potrošnikov v sedanjem zakonodajnem okviru EU**

3.1 EESO glede različnih vidikov, ki bi jih lahko upoštevali kot prispevek k razvoju odgovorne (na primer zdrave, varne, trajnostne, etične in solidarne, tudi vključujoče) potrošnje, ugotavlja, da zakonodaja in politike EU na področju obveščanja in varstva potrošnikov v zadostni meri zagotavljajo pravico do zdrave in varne potrošnje ter tudi zaščito ekonomskih in pravnih interesov potrošnikov. Vendar pa ni podobne ravni zaščite pri obveščanju z vidika etičnosti, solidarnosti, vključenosti ali dostopnosti.

3.2 Kljub temu je bil dosežen napredek pri razširjanju informacij in ozaveščanju o etični in solidarnostni potrošnji, zlasti s pobudami za podporo pravične trgovine, pa tudi o vključujoči ali dostopni potrošnji z vidika zaščite ranljivih skupin.

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

3.3 Obveščenost potrošnikov je danes večja zaradi široke razpoložljivosti informacij prek digitalnih tehnologij, večje preglednosti, ki jo zagotavljajo podjetja, strožjih regulativnih zahtev in proaktivnega vedenja potrošnikov. Ta izboljšan dostop do informacij jim omogoča, da sprejemajo bolj informirane in zavestne odločitve o nakupu, kar je pomembna sprememba v primerjavi z vedenjem potrošnikov v preteklosti, ko so bile informacije bolj skope in težje dosegljive. Vendar sta krepitev vloge potrošnikov pri zelenem prehodu in njihovo večje ozaveščanje o ustreznih vidikih pomembna naloga, pri kateri imajo potrošniške organizacije pomembno vlogo.

3.4 Potrošniki pri odločanju za nakup poleg kakovosti in cene vse bolj upoštevajo tudi druga merila, saj se čutijo soodgovorni glede zgoraj omenjenih socialno-okoljskih vidikov. Toda upoštevanje teh meril temelji na sprejemanju premišljenih odločitev, ki lahko vplivajo na spremembo navad, kajti pomisleke, ki se sprožajo, je mogoče pri nakupu odpraviti in s tem prispevati k dobrobiti. To je v nasprotju s čustveno izkušnjo impulzivnih nakupov, s katerimi potrošniki zmanjšujejo napetost, ki jo občutijo zaradi želje po posedovanju.

3.5 Različni razlogi za nakup imajo pozitivne ali negativne zunanje učinke glede na to, kako odločitve o nakupu vplivajo na tretje strani, med katere sodijo kateri koli materialni ali nematerialni zunanji dejavniki.

3.6 Natančnejše informacije omogočajo premišljene odločitve o nakupu, treba je torej poznati pozitivne ali negativne zunanje učinke proizvoda, saj to vpliva na odločitev o nakupu, potrošniki pa z nakupi uveljavljajo svojo moč na trgu.

3.7 Kljub temu EESO izraža zaskrbljenost zaradi pretiranih upravnih bremen, zlasti za mala in srednja podjetja, saj so nekatera bremena morda nepotrebna in včasih otežujejo njihovo normalno delovanje. Zato meni, da bi bil bolj nevtralen in poenostavljen zakonodajni okvir o varstvu potrošnikov boljši tako za potrošnike kot podjetja. Uspešna ureditev na področju varstva potrošnikov, ki upošteva potrebo po varstvu potrošnikov, pa tudi potrebo po preprostem in delujočem okviru za podjetja, zlasti za MSP, krepi zaupanje potrošnikov v enotni trg in njegove akterje ter z večjim zaupanjem v potrošnjo prispeva k večji gospodarski rasti in ustvarjanju delovnih mest. Opozoriti je treba tudi, da trg podjetja spodbuja k obveščanju potrošnikov o trajnosti, saj to povečuje ugled ter krepi zvestobo strank in vlagateljev, kar nazadnje vodi v konkurenčno prednost.

3.8 Z boljšim obveščanjem potrošnikov se povečata tudi simetričnost informacij in preglednost med različnimi udeleženci na trgu, kar otežuje razvoj nepoštenih praks in uravnoveša moč potrošnikov z močjo drugih akterjev, saj je za poštene trgovinske posle bistveno, da imajo potrošniki na voljo enake informacije o proizvodu, blagu ali storitvah, s katerimi se trguje, kot jih imajo vsi drugi gospodarski subjekti.

3.9 Hkrati pa se lahko z boljšimi informacijami sprva olajša primerjava proizvodov in bolj informirano odločanje o nakupu, te informacije pa se lahko posredujejo drugim potrošnikom, ki jih nimajo ali pa niso dovolj ozaveščeni, da bi to upoštevali pri nakupih, s čimer se širi učinek vplivanja na odločitve o nakupu med potrošniki in njihovimi mrežami. Zato je treba spodbujati uporabo mehanizmov za potrošnike in okoljske zahteve, kot je že predvideno v nedavno sprejeti zakonodaji Komisije.

3.10 Vendar morajo multiplikacijski učinek izboljšave informacij dopolnjevati prizadevanja za spremljanje, ali vsebina informacij natančno ustreza dejanskim značilnostim proizvodov, da se tako okrepi navezanost na proizvod in blagovno znamko ([2]). Kot je EESO že poudaril, lahko spodbujanje uporabe sistemov alternativnega reševanja sporov pomaga odpraviti obstoječe razlike.

3.11 Tehnološke aplikacije so trenutno rešitev za prostorske omejitve, ki otežujejo podrobno navedbo informacij na oznakah. V zvezi s tem je delo, opravljeno na področju digitalnega potnega lista izdelka, jasen korak naprej in EESO z zanimanjem pričakuje njegovo izvajanje.

([2]) Enrico Letta: „Much more than a market – Speed, Security, Solidarity. Empowering the Single Market to deliver a sustainable future and prosperity for all EU Citizens“, 2024.

3.12 Kar zadeva boljše obveščanje na spletnih straneh, ki tržijo proizvode in dejavnosti (če so te informacije koristne in ne prekomerne), tam zaradi daljše vsebine ni težav z omejitvijo prostora, vendar morajo biti informacije dostopne in se uporabnikov ne sme preusmerjati na druge spletne strani, na katerih je iskanje informacij zapleteno. To je bilo že zakonsko določeno, zato je treba spremljati, ali se ustrezno izvaja.

3.13 Na digitalnem področju bi morale organizacije civilne družbe dejavno prispevati k uveljavljanju pravice potrošnikov, da od ponudnikov storitev spletnih platform in iskalnikov prejmejo informacije, ter k ukrepom, ki jih ti ponudniki lahko sprejmejo za odpravo sistemskih tveganj, ki jih ugotovijo pri ocenjevanju tveganja, ki nastane zaradi njihovega delovanja in s tem povezanih sistemov, vključno z algoritemskimi sistemi, ali tveganja zaradi uporabe njihovih storitev.

3.13.1 Zaradi sprememb v družbi je treba reševati najnovejše izzive, kot so množično zbiranje podatkov, preverjanje podatkov, motnje zaradi groženj, hibridne grožnje, kibernetska varnost, dezinformacije in manipuliranje z informacijami, ki se pojavljajo poleg običajnih težav pri obveščanju potrošnikov, od na primer težav s pogrebnimi storitvami v različnih državah članicah do novih težav, povezanih z digitalnim svetom.

3.14 Kot je EESO že navedel, se s pravico do popravila izdelkov poleg upoštevanja okoljskega vidika in trajnosti omogoča tudi vlaganje v človeške vire.

4. **Predlogi EESO za krepitev zahtev glede obveščanja potrošnikov v EU**

4.1 Večje zaupanje potrošnikov z boljšim obveščanjem o ustreznih vidikih proizvodov in storitev je mogoče doseči s proaktivnimi in reaktivnimi ukrepi. Med proaktivne ukrepe sodijo označevanje proizvodov in pogodbene informacije o storitvah ter kampanje obveščanja in ozaveščanja o tem, pri čemer je treba malim in srednjim podjetjem zagotoviti tudi potrebna finančna sredstva. Krepitev vloge potrošnikov v okviru zelenega prehoda in povečanje ozaveščenosti o njihovih pravicah je pomembna naloga, pri kateri imajo ključno vlogo potrošniške organizacije.

4.1.1 Poleg tega je treba oceniti Uredbo (EU) 2017/2394, da se analizirajo morebitne nadaljnje potrebe po posodobitvah okvira za sodelovanje organov za varstvo potrošnikov.

4.2 Vzpostaviti bi bilo treba tudi enotno kontaktno točko za varstvo potrošnikov, da se olajša uveljavljanje pravice potrošnikov do obveščenosti in s tem odpravi trenutna asimetričnost med sektorji.

4.3 Nazadnje je treba opozoriti, da je cilj te pobude tudi izboljšati sledljivost blaga in storitev, ki je zaradi posrednikov otežena, zlasti na področju e-trgovanja, kjer sledenje ne more biti vedno učinkovito in bi ga bilo mogoče vključiti v izvajanje digitalnega potnega lista izdelka v vseh primerih, kjer to ni posebej predvideno.

Rezultat glasovanja

Za:	116
Proti:	127
Vzdržani:	11

PRILOGA

V skladu s členom 74(5) Poslovnika Evropskega ekonomsko-socialnega odbora in izvedbenimi določbami z dne 15. novembra 2022 je priložena naslednja izjava:

Sprejeti osnutek mnenja se je nanašal na sledljivost proizvodov s socialnega in okoljskega vidika. Vseboval je tri konkretne pobude:

(a) *vključitev informacij o izvoru surovin ter proizvodnih in distribucijskih postopkih na oznake proizvodov, da lahko potrošnik oceni okoljski in socialni vpliv pri dajanju proizvoda na trg.*

Te informacije so med drugim že obvezne v agroživilskem, zdravstvenem in davčnem sektorju, zato se zdi primerno, da se z ustreznimi prilagoditvami zahtevajo tudi na področju varstva potrošnikov;

(b) *vzpostavitev sistema za oceno socialnih in etičnih vidikov ter vidikov, povezanih z delom, po vzoru sistema za ocenjevanje tveganj v zvezi z živili in varnostjo, s katerim bi lahko objektivno presodili učinke proizvodov na socialnem in delovnem področju in ki bi ga lahko države članice enotno uporabljale pri sprejemanju preventivnih ukrepov. Te podatke bi bilo mogoče po potrebi v obliki piktogramov na proizvodih uporabiti za opozorila, kot se na primer uporabljajo za kemijske proizvode za uporabo v gospodinjstvu, ki so trenutno na trgu;*

(c) *razširitev sedanjega sistema hitrega obveščanja o proizvodih glede na dosedanje obsežne pozitivne izkušnje ter prihranke, ki bi jih to prineslo, če bi se za izmenjavo obvestil o proizvodih uporabljali tudi drugi razlogi, ki so na primer povezani s socialnimi, etičnimi ali delovnimi vidiki proizvodov.*

Ta sledljivost bi državam članicam omogočila tudi učinkovito uporabo previdnostnih ukrepov za boj proti nedovoljenim poslovnim praksam, kot je lažno družbeno odgovorno oglaševanje v informacijah o proizvodih, podobno kot pri praksah zelenega zavajanja v nedavno sprejeti direktivi o krepitvi vloge potrošnikov za zeleni prehod. Cilj predloga je okrepitev te direktive z razširitvijo njenih ciljev.

Poleg tega, da ta osnutek mnenja obravnava prednostne teme, ki jih je opredelila Evropska unija, kot so družbeno odgovorne gospodarske dejavnosti in ukrepi za spodbujanje obveščanja potrošnikov in varstva pravic potrošnikov za odgovorno potrošnjo, si prizadeva tudi za oblikovanje regulativnega okvira, ki je potreben za njihov razvoj.

Tako kot je bil dosežen napredek na področju okolja, se zdi primerno pripraviti tudi predlog, ki bi okrepil pravice več kot 400 milijonov potrošnikov in zagotavljal pošteno konkurenco na evropskem notranjem trgu. Ta predlog, ki temelji na podatkih o hitrem obveščanju o varnosti proizvodov, bi vplival predvsem na proizvodnjo podjetij iz tretjih držav in neevropskih multinacionalnih družb ter njihov vstop na trg. Hkrati bi se zaščitil trg evropskih malih in srednjih podjetij, saj ne bi bila prizadeta njihova distribucija proizvodov, prav tako pa ne bi bilo dodatnega upravnega bremena zanje.

Po mnenju EESO sedanja socialna in delovna zakonodaja ne upravičuje odsotnosti posebne ureditve na področju varstva potrošnikov, ki bi omogočala polno uveljavljanje pravic potrošnikov in vzpostavila tudi preventivne mehanizme, predlagane v tem mnenju.

Namen tega osnutka mnenja je obravnavati tudi pomisleke, ki so jih v zvezi s tem izrazile potrošniške organizacije, socialne in delavske organizacije ter organizacije pravične trgovine.

Ne smemo pozabiti, da EESO pripisuje enak pomen ekonomskim in socialnim vprašanjem, kar je razvidno iz njegovega imena.