

**Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego „Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego i Rady – Nowy program na rzecz konsumentów. Poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy”**

[COM(2020) 696 final]

(2021/C 286/09)

Sprawozdawca: **Bernardo HERNÁNDEZ BATALLER**

Współsprawozdawca: **Gonçalo Lobo XAVIER**

Wniosek o konsultację	Komisja, 14.1.2021
Podstawa prawna	Art. 304 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej
Sekcja odpowiedzialna	Sekcja Jednolitego Rynku, Produkcji i Konsumpcji
Data przyjęcia przez sekcję	31.3.2021
Data przyjęcia na sesji plenarnej	27.4.2021
Sesja plenarna nr	560
Wynik głosowania (za/przeciw/wstrzymało się)	218/2/24

## 1. Wnioski i zalecenia

1.1. EKES przyjmuje do wiadomości nowy program na rzecz konsumentów oraz zaproponowane w nim 22 działania i uważa, że trudno o bardziej kompleksowy i szczegółowy dokument.

1.2. Uznaje wysiłki poczynione przez Komisję, niemniej sądzi, że program na rzecz konsumentów powinien być wynikiem lub następstwem rzeczywistej strategii w dziedzinie polityki konsumenckiej. Najnowsza strategia Komisji dotycząca polityki konsumenckiej pochodzi z 13 marca 2007 r. i obejmuje lata 2007–2013, a więc jest obecnie już zupełnie nieaktualna.

1.3. W związku z tym EKES obawia się, że nowy program na rzecz konsumentów w swej obecnej postaci może być postrzegany jako wykaz oddzielnych inicjatyw i że jego wdrożenie w praktyce będzie trudne.

1.4. EKES uważa ponadto, że środki mające na celu walkę z pandemią COVID-19 powinny być wyjątkowe, a wiele z nich ma priorytetowy i pilny charakter ze względu na bezprecedensową sytuację potrójnego kryzysu – zdrowotnego, gospodarczego i społecznego. Należy się zastanowić, czy sensowne byłoby ich włączenie do programu na rzecz konsumentów, który zresztą zdaniem EKES-u w niewystarczającym stopniu uwzględnia obecną trudną sytuację.

1.5. W tym kontekście EKES potwierdza swoje stanowisko, iż należy w jak największym stopniu pogłębić unię zdrowotną, a polityka zdrowotna nie należy do wyłącznych kompetencji państw członkowskich. Art. 168 TFUE należy zmienić w odpowiednim czasie tak, aby zbliżyć go do art. 169 dotyczącego polityki ochrony konsumentów.

1.6. EKES nalega, by urzeczywistnienie rynku wewnętrznego – zarówno fizycznego, jak i cyfrowego – miało miejsce na równych zasadach i by zapewniono wysoki poziom ochrony konsumentów, o co zresztą Komitet wielokrotnie apelował. Z tego względu zgadza się co do potrzeby przyjęcia podejścia horyzontalnego, zintegrowanego z innymi politykami Unii, tak aby interesy konsumentów były uwzględniane przy opracowywaniu i wdrażaniu polityk sektorowych.

1.7. EKES uznaje ekologiczny komponent programu za zasadniczy element i przypomina o swoim poparciu dla Europejskiego Zielonego Ładu. W szczególności opowiada się za większą trwałością towarów, dostępem do zrównoważonych produktów, czystą gospodarką o obiegu zamkniętym bardziej przyjazną dla klimatu oraz efektywnym wykorzystaniem produktów, a także apeluje o przeciwdziałanie celowemu postarzaniu produktów i przestrzeganie prawa do naprawy towarów i produktów.

1.8. EKES zdaje sobie jednak sprawę, że prace niezbędne do pomiaru śladu węglowego muszą uwzględniać cykl życia produktów i nie są łatwe do zrealizowania.

1.9. Przepisy dotyczące ochrony konsumentów muszą być dostosowane do świata cyfrowego. Nowe wyzwania związane z powstającymi technologiami, takimi jak sztuczna inteligencja (SI), internet rzeczy i robotyka, wymagają wzmocnienia obecnego poziomu ochrony i należy się nimi zająć, zwłaszcza podczas przeglądu dyrektywy w sprawie bezpieczeństwa produktów. Trzeba także zidentyfikować i zlikwidować luki w istniejącym prawodawstwie. Dlatego też akt o usługach cyfrowych i akt o rynkach cyfrowych będą miały zasadnicze znaczenie dla uzupełnienia tej strategii.

1.10. EKES apeluje, by europejskie wsparcie znalazło również odzwierciedlenie w zaangażowaniu wszystkich organizacji społeczeństwa obywatelskiego (zwłaszcza organizacji konsumenckich), które mają do odegrania rolę w rozwijaniu programu. Zorganizowane społeczeństwo obywatelskie, w szczególności organizacje konsumenckie i przedstawiciele biznesu, wraz z innymi partnerami społecznymi, powinni rozwijać wzajemnie korzystne relacje, aby zapewnić szerszy udział w formułowaniu i wdrażaniu tej polityki.

1.11. W związku z tym należy zwiększyć i wzmocnić w ramach programu kształcenie i szkolenie konsumentów, gdyż przyczyniają się one do umocnienia wysokiego poziomu ochrony.

1.12. EKES zdaje sobie sprawę, że MŚP niełatwo jest wnosić wkład w pomyślną realizację programu, zwłaszcza jeśli chodzi o uświadamianie i informowanie konsumentów oraz dostarczanie zrównoważonych towarów i usług o większej wartości gospodarczej.

1.13. EKES zwraca uwagę na konieczność zapewnienia przedsiębiorstwom, zwłaszcza MŚP, środków finansowych, by mogły spełnić wymogi zawarte w programie, zwłaszcza w czasie, gdy walka z kryzysem COVID-19 doprowadziła do zmniejszenia inwestycji przedsiębiorstw w sektorze cyfrowym i ekologicznym.

## 2. Komunikat Komisji

### 2.1. Informacje ogólne

#### 2.1.1. Komunikat Komisji:

- wzmacnia ogólne ramy współpracy między instytucjami Unii, państwami członkowskimi i zainteresowanymi stronami,
- przyjmuje podejście holistyczne obejmujące różne polityki Unii,
- odzwierciedla potrzebę uwzględnienia wymogów w zakresie ochrony konsumentów przy opracowywaniu i wdrażaniu innych polityk, co uzupełnia inne inicjatywy UE,
- wymaga ścisłej współpracy między UE a państwami członkowskimi, a także właściwej transpozycji, wdrożenia i egzekwowania ram ochrony konsumentów budowanych w oparciu o prawo UE.

#### 2.1.2. W komunikacie przedstawiono 22 działania obejmujące pięć kluczowych obszarów priorytetowych:

- transformację ekologiczną,
- transformację cyfrową,
- możliwość dochodzenia roszczeń i egzekwowanie praw konsumentów,
- specyficzne potrzeby określonych grup konsumentów, oraz
- współpracę międzynarodową.

2.1.3. W komunikacie zajęto się problemami, zakładając, że ważne jest, by wszyscy mieli równy i szybki dostęp do niezbędnych i przystępnych testów, środków ochrony indywidualnej, leczenia i przyszłych szczepionek oraz by konsumenci mieli pewność odnośnie do praw podstawowych, etyki lekarskiej, prawa do prywatności i prawa do ochrony danych osobowych zgodnie z ogólnym rozporządzeniem o ochronie danych.

2.1.4. Dużym wyzwaniem dla społeczeństwa jest zakłócenie sytuacji społecznej i gospodarczej będące następstwem pandemii. Chociaż ważne jest zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów, istnieją jednak nadal pewne problemy, takie jak:

- wdrożenie przepisów dotyczących prawa do zwrotu pełnej kwoty zaliczek zapłaconych organizatorom turystyki,
- gwałtowne nasilenie się procederu oszustw na szkodę konsumentów, wprowadzających w błąd technik marketingowych oraz oszustw w kontekście zakupów przez internet,
- zmiany we wzorcach konsumpcji, takie jak wzrost ilości odpadów z opakowań jednorazowego użytku.

## 2.2. Kluczowe obszary priorytetowe

2.2.1. Transformacja ekologiczna: wkład w neutralność klimatyczną, ochrona zasobów naturalnych i różnorodności biologicznej oraz ograniczenie zanieczyszczenia wody, powietrza i gleby. Dostęp do zrównoważonych produktów powinien zostać zagwarantowany dla wszystkich osób.

2.2.2. W programie dotyczącym Europejskiego Zielonego Ładu przedstawiono kompleksową strategię przekształcenia UE w sprawiedliwe i dobrze prosperujące społeczeństwo o neutralnej dla klimatu, zasobooszczędnej i czystej gospodarce o obiegu zamkniętym, w której ograniczono ślad środowiskowy.

2.2.3. Dyrektywa w sprawie sprzedaży towarów powinna zostać poddana przeglądowi pod kątem propagowania naprawy produktów i uczynienia z niej skutecznego prawa. Przewiduje się dodatkowe środki dotyczące konkretnych grup towarów i usług.

2.2.4. Konsumentom należy zapewnić lepszą ochronę przed informacjami, które są nieprawdziwe lub które są przedstawiane w niejasny bądź wprowadzający w błąd sposób w celu wywarcia wrażenia, że dany produkt lub przedsiębiorstwo jest bardziej ekologiczne niż w rzeczywistości – zjawisko to określa się mianem pseudoekologicznego marketingu.

## 2.3. Transformacja cyfrowa

2.3.1. Przyjęcie dyrektywy w sprawie lepszego egzekwowania i unowocześnienia przepisów dotyczących ochrony konsumenta oraz dyrektywy w sprawie treści cyfrowych stanowiło istotny krok, choć ze względu na szybkie tempo postępu technologicznego konieczne są dodatkowe środki.

2.3.2. Trzeba koniecznie unikać stosowania tzw. dark patterns, czyli określonego rodzaju praktyk personalizacji bazujących na profilowaniu, ukrytej reklamie, oszustwie, nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacjach i zmanipulowanych recenzjach konsumentów. Należy także opracować dodatkowe wytyczne dotyczące dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych i dyrektywy w sprawie praw konsumentów, gdyż konsumenci powinni być objęci porównywalnym poziomem ochrony i uczciwości bez względu na to, czy dokonują zakupów w internecie czy za pośrednictwem tradycyjnych kanałów sprzedaży.

2.3.3. Sztuczna inteligencja przynosi korzyści, ale niektóre zastosowania mogą naruszać prawa konsumentów i szkodzić im. EKES pragnie podkreślić, że zgodnie z art. 22 RODO osoby, których dane dotyczą, mają prawo do interwencji ludzkiej, jeżeli decyzja oparta na zautomatyzowanym przetwarzaniu ma na nie istotny wpływ.

2.3.4. Nowe rozporządzenie w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów zwiększa uprawnienia właściwych organów w internecie, a także wzmacnia mechanizmy współpracy oraz system gromadzenia danych w celu przeciwdziałania naruszeniom unijnego prawa ochrony konsumentów dokonywanym na dużą skalę, zagwarantowania stałego poziomu ochrony konsumentów oraz udzielania przedsiębiorstwom wsparcia na zasadzie „punktu kompleksowej obsługi”.

## 2.4. Uwzględnienie szczególnych potrzeb konsumentów

2.4.1. Przyjmuje się, że konsumenci są zazwyczaj słabszą stroną w transakcji, a zatem to ich interesy wymagają ochrony. Niektóre grupy konsumentów mogą jednak być szczególnie podatne na zagrożenia i potrzebować szczególnych środków bezpieczeństwa. Taka podatność na zagrożenia może wynikać z okoliczności społecznych lub konkretnych cech, takich jak wiek, płeć, stan zdrowia, umiejętność cyfrowe, umiejętność rozumowania matematycznego lub sytuacja finansowa.

2.4.2. Zwiększona niestabilność finansowa wielu gospodarstw domowych w UE jest obecnie szczególnie niepokojąca.

2.4.3. Celem przeglądu byłoby również uniknięcie dyskryminacji w dostępie do usług kredytowych.

2.4.3.1. Osoby starsze i osoby z niepełnosprawnościami mają szczególne potrzeby w zakresie konsumpcji. Istotne jest, aby zapewnić łatwy dostęp do jasnych i przyjaznych dla użytkowników informacji zarówno w internecie, jak i poza nim, zgodnie z wymogami dotyczącymi dostępności produktów i usług.

2.4.3.2. Sprawiedliwe i niedyskryminacyjne podejście do transformacji cyfrowej powinno uwzględniać potrzeby starszych konsumentów, osób z niepełnosprawnościami oraz ogólnie osób działających w trybie offline, które mogą być mniej obeznane z narzędziami cyfrowymi.

2.4.3.3. Dzieci i małoletni są szczególnie narażeni na wprowadzające w błąd lub agresywne praktyki komercyjne w internecie i trzeba znaleźć rozwiązanie tego problemu. Ponadto należy chronić dzieci przed istniejącymi niebezpiecznymi produktami i zagrożeniami związanymi z produktami, w związku z czym zaktualizowane zostaną wymogi bezpieczeństwa dotyczące norm dla niektórych produktów przeznaczonych dla dzieci.

2.4.3.4. Ryzyko dyskryminacji zostaje niekiedy zwiększone przez algorytmy, które są wykorzystywane przez dostawców niektórych towarów i usług i które mogą zawierać stereotypy wynikające często z istniejących wcześniej oczekiwań kulturowych lub społecznych.

## 2.5. Ochrona konsumentów w kontekście globalnym

2.5.1. Istotne jest, aby UE przenosiła na szczebel międzynarodowy swój wysoki poziom ochrony konsumentów jako wartość europejską i model europejski.

2.5.2. Zapewnienie bezpieczeństwa przywozu i ochrona konsumentów z UE przed nieuczciwymi praktykami handlowymi stosowanymi przez operatorów spoza UE wymagają wzmocnionych działań wewnątrz Unii za pomocą silniejszych narzędzi nadzoru rynku oraz dzięki ściślejszej współpracy z organami w krajach partnerskich UE.

2.5.3. Wielostronna współpraca w zakresie kwestii dotyczących konsumentów jest kluczowa, jeżeli chodzi o propagowanie wysokiego poziomu ochrony i bezpieczeństwa na szczeblu międzynarodowym oraz o ochronę konsumentów na całym świecie.

## 2.6. Zarządzanie

2.6.1. W programie określono działania mające na celu promowanie priorytetów polityki konsumenckiej, które UE i państwa członkowskie mogłyby rozwinąć w ciągu najbliższych pięciu lat.

2.6.2. Ta nowa wizja współpracy w odniesieniu do unijnych i krajowych priorytetów politycznych oznacza konieczność wdrożenia nowych ram wzmocnionej współpracy, dzięki którym będzie możliwa realizacja konkretnych działań.

2.6.3. Komisja będzie starała się prowadzić regularne dyskusje z PE, EKES-em i KR-em oraz będzie blisko współpracować z władzami krajowymi, aby zapewnić ścisłą koordynację działań i jak najlepsze wykorzystanie dostępnych środków.

2.6.4. Pracom tym będzie towarzyszyć ścisła i skuteczna współpraca z zainteresowanymi stronami, w tym z organizacjami konsumenckimi, sektorem przemysłu oraz środowiskiem akademickim. Silne organizacje konsumenckie na szczeblu krajowym i unijnym są kluczowymi partnerami w planowaniu prac w ramach omawianego programu i docieraniu do konsumentów.

2.6.5. W związku z powyższym Komisja:

— zamierza ustanowić nową grupę doradczą ds. polityki konsumenckiej,

— dokonać w 2021 r. zmian w tablicy wyników sytuacji konsumentów.

## 3. Uwagi ogólne

3.1. W odniesieniu do kryzysu zdrowotnego EKES zachęca Komisję i państwa członkowskie do kontynuowania wysiłków na rzecz zaszczepienia ludności oraz zapewnienia, by europejska strategia szczepień była społecznie i ekonomicznie dostępna dla wszystkich obywateli i obywateli.

3.2. Ważne jest wzmocnienie pozycji konsumentów i zaangażowanie ich w gospodarkę oraz uczynienie ich kluczowymi podmiotami na rzecz zrównoważonej odbudowy, co pozwoli zwiększyć konkurencyjność unijnej gospodarki i jednolitego rynku. Istotne znaczenie mają nowe modele biznesowe, które mogą zoptymalizować wydajność i trwałość towarów i usług.

3.3. Konsumentom powinni być ważnymi podmiotami zielonej transformacji wspierającymi zrównoważoną produkcję i konsumpcję. Wszystkie produkty powinny być bezpieczne, dostępne, tanie i przystępne, w szczególności w odniesieniu do promowania terminu ważności, trwałości, możliwości naprawy i recyklingu produktów. EKES wyraził już poparcie dla uregulowania tzw. celowego postarzania produktów oraz zadbania o trwałość produktów, również oprogramowania. Proponowane środki są na ogół horyzontalne, a nie pomyślane konkretnie dla ochrony konsumentów.

3.4. MŚP powinny być zaangażowane w tę transformację ekologiczną, przy czym nie należy zwiększać zbytnio obciążeń administracyjnych.

3.5. EKES aktywnie działa na rzecz transformacji ekologicznej i cyfrowej i opowiada się za tym, by odbywały się one bez wykluczenia społecznego. Trzeba zapobiegać zarówno tworzeniu się systemu dwóch prędkości dla konsumentów podatnych na zagrożenia, jak i sytuacjom dyskryminacyjnym, kiedy ogranicza się dostęp do dóbr i usług i ich wybór, np. odmawiając kobietom w ciąży dostępu do usług kredytowych ze względu na ewentualną utratę dochodów czy wykluczając matki samotnie wychowujące dzieci z niektórych usług finansowych.

3.6. Należy podjąć środki wsparcia w celu zaradzenia trudnej sytuacji finansowej rodzin, w tym rodzin monoparentalnych i małżonków tej samej płci, zwłaszcza pod względem zadłużenia. EKES wielokrotnie wyrażał w swoich opiniach poparcie dla uregulowania nadmiernego zadłużenia gospodarstw domowych.

3.7. W przypadku środków horyzontalnych Komisja powinna działać w dziedzinie ubóstwa energetycznego i nie dopuszczać do sytuacji, które mogłyby prowadzić do wykluczenia społecznego.

3.8. EKES oczekuje, że Komisja jak najszybciej zajmie się przeglądem dyrektyw w sprawie bezpieczeństwa produktów, kredytów konsumenckich, sprzedaży usług finansowych na odległość, praw konsumentów i nieuczciwych praktyk handlowych.

3.9. EKES wiąże duże oczekiwania z dyrektywą w sprawie powództw przedstawicielskich w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów i ma nadzieję, że transpozycja dyrektywy będzie spójna z ramami prawnymi państw członkowskich.

3.10. EKES zgadza się z celem, jakim jest wzmocnienie pozycji konsumentów, tak aby mogli oni odgrywać aktywniejszą rolę w transformacji ekologicznej. Nie wystarczy, aby przedsiębiorstwa wprowadzały zmiany i innowacje – to rynek musi być na nie gotowy i musi zmienić się, aby gospodarka mogła funkcjonować w bardziej zamkniętym obiegu: konsumpcja bardziej zrównoważonych produktów (prawdopodobnie droższych), większa trwałość i możliwość naprawy produktów związana z pożądanym ekoprojektem (projektowanie na podstawie kryteriów ekologicznych) oraz większa efektywność wykorzystania zasobów naturalnych. Należy również wziąć pod uwagę rolę transportu w kontekście transformacji ekologicznej.

3.11. Trzeba podkreślić, że zaangażowanie na rzecz środowiska jest obowiązkiem wszystkich: przedsiębiorstw, które stosują bardziej zrównoważone środki i praktyki, informują i kształcą konsumentów, a także – by środki te były skuteczne – konsumentów, którzy muszą również przyjąć zrównoważone nawyki i wzorce zachowań. Należy zapewnić europejskim MŚP łagodzenie ewentualnych dodatkowych kosztów, mierzonych w ramach oceny skutków testu MŚP (stanowiącej integralną część programu *Small Business Act* dla Europy), w ramach tego mechanizmu, który obejmuje również bieżące konsultacje z przedstawicielkami i przedstawicielami MŚP. Konieczne będzie wprowadzenie mechanizmów i środków umożliwiających MŚP aktualizowanie i odnawianie wiedzy.

3.12. EKES uważa, że ważne jest nasilenie walki z nieuczciwymi praktykami handlowymi w internecie, które naruszają prawa konsumentów i wszystkich innych podmiotów zaangażowanych w cykl produktu. Twierdzi, że wszystkie praktyki uznawane za nadużycie w świecie fizycznym (offline) powinny być traktowane w taki sam sposób w świecie cyfrowym (online). Nowe rodzaje nadużyć w świecie cyfrowym, takie jak strategie nadzoru przedsiębiorstw i interfejsy typu „dark patterns”, wymagają jeszcze większej ochrony.

3.13. Ważne jest wzmocnienie zasobów informatycznych, ludzkich i innych wspierających walkę z oszustwami cyfrowymi, które – ze względu na ich zasięg i rozpowszechnianie się – utrudniają działania organów, także w przypadkach ataków na zdrowie publiczne (np. poprzez zakup przez internet nielegalnych leków).

3.14. Działania 8, 9 i 10 muszą zapewniać równowagę między bezpieczeństwem a elastycznością niezbędną do tego, by nie blokować innowacji oraz postępu technologicznego i gospodarczego. Ważne jest opracowanie wraz z Chinami planu działania w sprawie bezpieczeństwa produktów oraz zwiększenie wsparcia dla krajów partnerskich UE, w tym w Afryce, na rzecz budowania zdolności w zakresie regulacji i pomocy technicznej. Trzeba chronić autentyczność produktów (oraz dodatkowo prawo znaków towarowych), ponieważ w niektórych państwach trzecich często dochodzi do podrobienia i fałszowania produktów. Ze względu na jakość, funkcjonalność i reputację produkty oryginalne zasługują na dużą uwagę i zainteresowanie ze strony konsumentów.

3.15. EKES wzywa do przyjęcia metody oceny jakościowej i ilościowej. Ważne jest, aby zbadać, czy dyrektywy unijne są wdrażane terminowo, zgodnie z przepisami prawa wtórnego i zasadami lepszego stanowienia prawa.

3.16. EKES odnotowuje powiększającą się lukę między strategiami (np. Europejskim Zielonym Łądem ogólnie i strategią „od pola do stołu” czy nowym programem na rzecz konsumentów w szczególności) a bardziej szczegółowymi inicjatywami regulacyjnymi (lub nieregulacyjnymi), które mają wdrożyć te strategie. Komitet podkreśla, że w trakcie wdrażania indywidualnych inicjatyw następczych programu na rzecz konsumentów trzeba utrzymać stały poziom ambicji odnośnie do realizacji celów Europejskiego Zielonego Ładu.

#### **4. Kryzys związany z COVID-19**

4.1. Obecny kryzys pandemiczny poważnie dotknął cały świat i ma znaczący wpływ na wiele obszarów życia. Doprowadził do zmiany głównych priorytetów państw członkowskich i okazał się niezwykle trudnym doświadczeniem dla konsumentów, którzy zostali nagle bezpodstawnie pozbawieni swoich praw, przy czym nie wzmocniono istniejących mechanizmów ani nie wprowadzono mechanizmów pozwalających sprostać nowej sytuacji z myślą o zagwarantowaniu konsumentom ochrony finansowej.

4.2. W związku z tym, aby przewidzieć ewentualne konsekwencje dla konsumentów i wyciągnąć wnioski z kryzysu pandemicznego, należy koniecznie dążyć w przyszłości do wzmocnienia ochrony konsumentów w dziedzinie zdrowia, energii, komunikacji, usług finansowych, lotnictwa i praw pasażerów, zorganizowanych podróży, nadzoru, żywności i usług cyfrowych.

4.3. Z drugiej strony kryzys wzmógł stosowanie nieuczciwych praktyk handlowych wobec osób znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji, tym bardziej że przez pewien czas brakowało niektórych produktów i środków ochrony indywidualnej, co doprowadziło do bardzo wysokich i spekulacyjnych cen. Sytuacja ta będzie wymagała – w związku z oczekiwaną eskalacją kryzysu – baczniejszej uwagi oraz zwiększenia środków dla organów nadzoru.

4.4. EKES powinien zachęcać do opracowania opinii z inicjatywy własnej w tej sprawie, aby pomóc Komisji w określeniu i wdrożeniu tych środków.

#### **5. Inne warte omówienia obszary nieuwzględnione lub jedynie pośrednio wspomniane w nowym programie na rzecz konsumentów**

##### *5.1. Zarządzanie zdrowiem publicznym w państwach członkowskich*

Podejmowane są pierwsze kroki w kierunku utworzenia Europejskiej Unii Zdrowotnej. Od czasu kryzysu związanego z COVID-19 widać, że UE musi odgrywać znacznie większą rolę w dziedzinie zdrowia publicznego, tak aby chronić zdrowie wszystkich obywateli i obywateli europejskich za pomocą bardziej odpornych systemów opieki zdrowotnej oraz wzmocnić ramy bezpieczeństwa zdrowotnego.

##### *5.2. Usługi finansowe*

W kontekście przeglądu dyrektywy w sprawie kredytów konsumenckich kluczowe znaczenie będzie miało zwrócenie uwagi na mechanizm moratorium i przyjęcie zintegrowanego podejścia chroniącego interesy konsumentów niezależnie od charakteru kredytu. Na szczeblu europejskim ważna będzie ocena mechanizmu dotyczącego niewypłacalności osób fizycznych, biorąc pod uwagę potrzebę niedopuszczenia do obniżenia obecnego poziomu ochrony konsumentów.

### 5.3. Turystyka, rekreacja i prawa pasażerów linii lotniczych

Ważne jest stworzenie, wzmocnienie lub zmiana praw konsumentów oraz ustanowienie funduszy europejskich w celu ochrony interesów konsumentów w tych dziedzinach. Z drugiej strony będzie to najlepsza okazja do przeglądu ochrony konsumentów za pomocą odpowiedniego systemu ochrony finansowej, aby zabezpieczyć pasażerów przed ryzykiem wystąpienia zaburzenia płynności lub w przypadku niewyłącalności linii lotniczej w odniesieniu do zwrotu kosztów biletów i, w razie potrzeby, zapewnienia powrotu do kraju.

### 5.4. Mieszkalnictwo

Istnieje potrzeba stworzenia zintegrowanego europejskiego programu mieszkaniowego obejmującego różne obszary, takie jak środowisko, energia, usługi finansowe, prawa umowne i zdrowie, aby zapewnić europejskim konsumentom dostęp do godnych i przystępnych mieszkań w perspektywie długoterminowej. Należy zachęcać do budowy zrównoważonych domów (np. domów pasywnych). Stosowanie zasad obiegu zamkniętego w odniesieniu do renowacji budynków zmniejszy emisje gazów cieplarnianych związane z materiałami w budynkach. Renowacja może stworzyć wiele możliwości i przynieść dalekosiężne korzyści społeczne, środowiskowe i gospodarcze.

### 5.5. Energia

Podczas wdrażania polityki w zakresie energii ze źródeł odnawialnych, konsumpcji własnej i taryf rynkowych należy wzmocnić prawa konsumentów oraz zagwarantować, by nikt nie był dyskryminowany ani nie został odłączony od sieci w obliczu wprowadzania rzeczywistych alternatywnych rozwiązań energetycznych.

5.6. Niezbędne jest lepsze zdefiniowanie i zwiększenie odpowiedzialności platform cyfrowych zarówno pod względem bezpieczeństwa produktów, jak i w kontekście pośrednictwa w zawieraniu umów internetowych.

5.7. Ważne jest ustanowienie jasnej struktury odpowiedzialności platform internetowych, w tym odpowiednich środków przeciwdziałania nieuczciwym, niesprawiedliwym i wprowadzającym w błąd praktykom handlowym oraz sprzedaży za pośrednictwem platform internetowych produktów niezgodnych z wymogami oraz niebezpiecznych towarów i usług. W związku z tym ważne jest zacieśnienie współpracy między Komisją a organami krajowymi w celu zwalczania takich nieuczciwych praktyk.

5.8. Należy przerwać lub ograniczyć bezpośrednią sprzedaż produktów, które głównie ze względu na swój skład chemiczny są niebezpieczne dla konsumentów. EKES z zadowoleniem przyjmuje wprowadzenie systemu Safety Gate jako unijnego systemu szybkiej informacji na temat niebezpiecznych produktów konsumenckich.

5.9. Ważne jest wzmocnienie ochrony w obszarze usług OTT (over-the-top), które nadal nie są objęte większością przepisów krajowych i nie zostały uwzględnione w Europejskim kodeksie łączności elektronicznej.

5.10. Rozwijając politykę ochrony konsumentów, UE wzmocni swoją spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną. Bez uszczerbku dla ogólnego kształtu polityki Unia powinna realizować szereg działań i programów bliższych obywatelom, co będzie wymagało wzmocnienia Sieci Europejskich Centrów Konsumenckich (ECC) i sieci współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów przy zaangażowaniu wszystkich organów krajowych.

Bruksela, dnia 27 kwietnia 2021 r.

Christa SCHWENG  
Przewodnicząca  
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego

## ZAŁĄCZNIK

Następująca poprawka, która uzyskała poparcie co najmniej jednej czwartej oddanych głosów, została odrzucona przez Zgromadzenie (art. 59 ust. 3 regulaminu wewnętrznego):

**Punkt 1.13****Skreślić:**

- ~~1.13 EKES zwraca uwagę na konieczność zapewnienia przedsiębiorstwom, zwłaszcza MSP, środków finansowych, by mogły spełnić wymogi zawarte w programie, zwłaszcza w czasie, gdy walka z kryzysem COVID-19 doprowadziła do zmniejszenia inwestycji przedsiębiorstw w sektorze cyfrowym i ekologicznym.~~

**Uzasadnienie:**

Z obecnego sformułowania punktu zdaje się wynikać, że należy zapewnić wsparcie sektora publicznego, aby przedsiębiorstwa spełniały podstawowe wymogi ochrony konsumentów. Jest oczywiste, że takie plany idą zbyt daleko w systemie gospodarczym opartym na osiągnięciu zysku i kłócą się z podstawowymi wymogami funkcjonowania tego systemu. Ochrona konsumentów jest koniecznością, a nie luksusem czy opcją, którą miano by zapewnić, płacąc za nią z pieniędzy publicznych.

**Wynik głosowania:**

Za: 64  
Przeciw: 139  
Wstrzymało się: 35

---