



UNIA EUROPEJSKA

PARLAMENT EUROPEJSKI

RADA

**Strasburg, 28 lutego 2024 r.
(OR. en)**

**2022/0092(COD)
LEX 2297**

**PE-CONS 64/1/23
REV 1**

**CONSOM 387
MI 915
COMPET 1048
ENER 582
ENV 1200
SUSTDEV 134
DIGIT 239
CODEC 1994**

**DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY
W SPRAWIE ZMIANY DYREKTYW 2005/29/WE I 2011/83/UE
W ODNIESIENIU DO WZMOCNIENIA POZYCJI KONSUMENTÓW
W PROCESIE TRANSFORMACJI EKOLOGICZNEJ
POPRZEZ LEPSZĄ OCHRONĘ PRZED NIEUCZCIWYMI PRAKTYKAMI
ORAZ LEPSZE INFORMOWANIE**

**DYREKTYWA
PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2024/...**

z dnia 28 lutego 2024 r.

**w sprawie zmiany dyrektyw 2005/29/WE i 2011/83/UE
w odniesieniu do wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej
poprzez lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami
oraz lepsze informowanie**

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA UNII EUROPEJSKIEJ,
uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w szczególności jego art. 114,
uwzględniając wniosek Komisji Europejskiej,
po przekazaniu projektu aktu ustawodawczego parlamentom narodowym,
uwzględniając opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego¹,
stanowiąc zgodnie ze zwykłą procedurą ustawodawczą²,

¹ Dz.U. C 443 z 22.11.2022, s. 75.

² Stanowisko Parlamentu Europejskiego z dnia 17 stycznia 2024 r. (dotychczas nieopublikowane w Dzienniku Urzędowym) oraz decyzja Rady z dnia 20 lutego 2024 r.

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) Aby przyczynić się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego, w oparciu o wysoki poziom ochrony konsumentów i środowiska, oraz aby poczynić postępy w transformacji ekologicznej, należy umożliwić konsumentom podejmowanie świadomych decyzji o zakupie, a tym samym wspierać bardziej zrównoważone wzorce konsumpcji. Oznacza to, że przedsiębiorcy odpowiadają za dostarczanie jasnych, istotnych i wiarygodnych informacji. W związku z tym do unijnego prawa ochrony konsumentów należy włączyć przepisy szczegółowe w celu zwalczania nieuczciwych praktyk handlowych, które wprowadzają konsumentów w błąd i uniemożliwiają im dokonywanie zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych, takich jak praktyki związane z przedwczesnym starzeniem się towarów, wprowadzające w błąd twierdzenia dotyczące ekologiczności (pseudoekologiczny marketing), wprowadzające w błąd informacje na temat społecznych cech produktów lub działalności przedsiębiorców lub nieprzejrzyste i niewiarygodne oznakowania dotyczące zrównoważonego charakteru. Przepisy te umożliwią właściwym organom krajowym skuteczne przeciwdziałanie takim praktykom. Dzięki zapewnieniu, by twierdzenia dotyczące ekologiczności były uczciwe, zrozumiałe i wiarygodne, przedsiębiorcy będą mieli równe warunki działania, a konsumenci będą mogli wybierać produkty, które są rzeczywiście lepsze dla środowiska niż produkty konkurencyjne. Zwiększy to konkurencję i spowoduje, że produkty będą bardziej zrównoważone pod względem środowiskowym, ograniczając tym samym negatywny wpływ na środowisko.

- (2) Te nowe przepisy należy wprowadzić poprzez zmianę art. 6 i 7 dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady³ w odniesieniu do praktyk handlowych, które są uznawane za wprowadzające w błąd, a zatem zakazane, na podstawie indywidualnej oceny każdego przypadku, jak również poprzez zmianę załącznika I do tej dyrektywy poprzez dodanie konkretnych praktyk wprowadzających w błąd, które we wszystkich okolicznościach uznaje się za nieuczciwe, a zatem zakazane. Jak już określono w dyrektywie 2005/29/WE, nadal powinna istnieć możliwość uznania, że dana praktyka handlowa jest nieuczciwa na podstawie art. 5–9 tej dyrektywy, nawet jeśli nie wymieniono jej w wykazie nieuczciwych praktyk handlowych w załączniku I do niej.

³ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22).

- (3) Aby konsumenci mogli podejmować bardziej świadome decyzje, a tym samym stymulować popyt na bardziej zrównoważone towary oraz ich podaż, nie powinni być oni wprowadzani w błąd – poprzez ogólną prezentację produktu – co do jego cech środowiskowych lub społecznych lub aspektów związanych z obiegiem zamkniętym, takich jak trwałość, możliwość naprawy lub zdolność do recyklingu. Należy zatem zmienić art. 6 ust. 1 dyrektywy 2005/29/WE poprzez dodanie cech środowiskowych i społecznych oraz aspektów związanych z obiegiem zamkniętym do wykazu głównych cech produktu, w odniesieniu do których praktyki przedsiębiorcy można uznać za wprowadzające w błąd, po indywidualnej ocenie przypadku. Informacje przekazywane przez przedsiębiorców na temat społecznych cech produktów w całym łańcuchu wartości mogą odnosić się na przykład do korzystnych i sprawiedliwych warunków zatrudnienia siły roboczej, takich jak odpowiednie wynagrodzenia, ochrona socjalna, bezpieczne środowisko pracy i dialog społeczny. Takie informacje mogą się również odnosić do poszanowania praw człowieka, równego traktowania i równych szans dla wszystkich, w tym równości płci, włączenia społecznego i różnorodności, wkładu w inicjatywy społeczne lub zobowiązania etyczne, takie jak dobrostan zwierząt. Środowiskowe i społeczne cechy produktu mogą być rozumiane szerzej, jako obejmujące aspekty i skutki środowiskowe i społeczne produktu oraz jego efektywność środowiskową i społeczną.

- (4) Twierdzenia dotyczące ekologiczności, w szczególności twierdzenia dotyczące klimatu, w coraz większym stopniu odnoszą się do przyszłej efektywności w postaci osiągnięcia neutralności pod względem emisji dwutlenku węgla, neutralności klimatycznej lub podobnego celu w określonym terminie. Dzięki takim twierdzeniom przedsiębiorcy stwarzają wrażenie, że konsumenci, kupując ich produkty, przyczyniają się do powstania gospodarki niskoemisyjnej. W celu zapewnienia uczciwości i wiarygodności takich twierdzeń należy zmienić art. 6 ust. 2 dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać ich na podstawie indywidualnej oceny, jeżeli nie są one poparte jasnymi, obiektywnymi, publicznie dostępnymi i weryfikowalnymi zobowiązaniami i celami podanymi przez przedsiębiorcę oraz opisanymi w szczegółowym i realistycznym planie wykonania, który precyzuje, jak te zobowiązania i cele będą realizowane, i w którym wyszczególniono przeznaczone na nie zasoby. Ten plan wykonania powinien zawierać, w stosownych przypadkach i zgodnie z prawem Unii, wszystkie odpowiednie elementy niezbędne do wypełnienia zobowiązań, takie jak środki budżetowe i zmiany technologiczne. Takie twierdzenia powinny być również weryfikowane przez zewnętrznego eksperta, który powinien być niezależny od przedsiębiorcy, wolny od wszelkich konfliktów interesów, posiadać doświadczenie i kompetencje w kwestiach środowiskowych, a także mieć możliwość regularnego monitorowania postępów przedsiębiorcy w realizacji zobowiązań i celów, w tym etapów ich realizacji. Przedsiębiorcy powinni zapewnić, aby dokonywane regularnie ustalenia zewnętrznego eksperta były udostępniane konsumentom.

- (5) Inną potencjalnie wprowadzającą w błąd praktyką handlową, którą należy dodać do konkretnych praktyk, o których mowa w art. 6 ust. 2 dyrektywy 2005/29/WE, jest reklamowanie korzyści dla konsumentów, które są nieistotne i nie są bezpośrednio związane z żadną cechą danego produktu lub działalności przedsiębiorcy i które mogłyby wprowadzać konsumentów w błąd, sugerując, że są one bardziej korzystne dla konsumentów, środowiska lub społeczeństwa niż inne produkty lub działalność przedsiębiorcy tego samego rodzaju, na przykład twierdzenie, że określona marka wody butelkowanej jest bezglutenowa, lub że papier nie zawiera plastiku.
- (6) Porównywanie produktów na podstawie ich cech środowiskowych lub społecznych lub aspektów związanych z obiegiem zamkniętym, takich jak trwałość, możliwość naprawy lub zdolność do recyklingu, jest coraz powszechniejszą techniką marketingową mogącą wprowadzać w błąd konsumentów, którzy nie zawsze są w stanie ocenić wiarygodności tych informacji. W celu zapewnienia, aby takie porównania nie wprowadzały konsumentów w błąd, należy zmienić art. 7 dyrektywy 2005/29/WE, wprowadzając wymóg, aby przedsiębiorcy informowali konsumentów o metodzie porównania, produktach, które są przedmiotem porównania, oraz o dostawcach tych produktów, a także o działaniach mających na celu zapewnienie aktualności tych informacji. Powinno to zapewnić, aby w oparciu o takie porównania konsumenci podejmowali bardziej świadome decyzje dotyczące transakcji. Należy zapewnić, aby takie porównania były obiektywne, w szczególności poprzez porównanie produktów pełniących tę samą funkcję, z zastosowaniem wspólnej metody i wspólnych założeń, oraz zestawienie istotnych i możliwych do zweryfikowania cech porównywanych produktów.

- (7) Oznakowanie dotyczące zrównoważonego charakteru może dotyczyć wielu cech produktu, procesu lub działalności przedsiębiorcy i istotne jest zapewnienie, aby było ono przejrzyste i wiarygodne. Dlatego umieszczanie oznakowań dotyczących zrównoważonego charakteru, które nie są oparte na systemie certyfikacji ani nie zostały ustanowione przez organy publiczne, powinno być zakazane poprzez włączenie takich praktyk do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE. Przed umieszczeniem oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru przedsiębiorca powinien zapewnić, aby zgodnie z publicznie dostępnymi warunkami systemu certyfikacji spełniało ono minimalne warunki przejrzystości i wiarygodności, w tym aby istniało obiektywne monitorowanie zgodności z wymogami systemu. Takie monitorowanie powinno być prowadzone przez osobę trzecią, której kompetencje oraz niezależność zarówno od właściciela systemu, jak i od przedsiębiorcy, były zapewnione w oparciu o międzynarodowe, unijne lub krajowe normy i procedury, na przykład przez wykazanie zgodności z odpowiednimi normami międzynarodowymi, takimi jak ISO 17065 „Ocena zgodności – Wymagania dla jednostek certyfikujących wyroby, procesy i usługi” lub za pomocą mechanizmów przewidzianych w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008⁴. Ekspozowanie oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru pozostaje możliwe bez systemu certyfikacji, jeżeli takie oznakowanie jest ustanawiane przez organ publiczny, lub w przypadku korzystania z dodatkowych form wyrażania i prezentacji informacji dotyczących żywności zgodnie z art. 35 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011⁵.

⁴ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 765/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 339/93 (Dz.U. L 218 z 13.8.2008, s. 30).

⁵ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, s. 18).

Przykłady oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru ustanowionego przez organ publiczny to logo przyznawane, gdy spełnione są wymogi rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1221/2009⁶ lub (WE) nr 66/2010⁷. Niektóre znaki certyfikujące, zdefiniowane w art. 27 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2436⁸, mogą również funkcjonować jako oznakowania dotyczące zrównoważonego charakteru, jeżeli promują produkt, proces lub działalność przedsiębiorcy, w odniesieniu do – przykładowo – ich cech środowiskowych lub społecznych. Przedsiębiorca powinien móc umieszczać takie znaki certyfikujące tylko wtedy, gdy ustanowiły je organy publiczne lub w oparciu o system certyfikacji. Zasada ta stanowi uzupełnienie pkt 4 załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE, który zakazuje twierdzenia, że przedsiębiorca, praktyki handlowe przedsiębiorcy lub produkty zostały zatwierdzone, zaaprobowane lub otrzymały zezwolenie organu publicznego lub prywatnego, gdy jest to niezgodne z rzeczywistością, oraz zakazuje takiego twierdzenia przy niespełnianiu warunków zatwierdzenia, aprobaty lub zezwolenia. Dobrowolne standardy rynkowe i dobrowolne standardy publiczne dotyczące zielonych i zrównoważonych obligacji nie są skierowane przede wszystkim do inwestorów detalicznych i podlegają przepisom szczegółowym. Z tych powodów standardów tych nie należy uznawać za oznakowania dotyczące zrównoważonego charakteru w rozumieniu niniejszej dyrektywy. Ważne jest, aby organy publiczne, w miarę możliwości i zgodnie z prawem Unii, promowały środki ułatwiające małym i średnim przedsiębiorstwom dostęp do oznakowań dotyczących zrównoważonego charakteru.

⁶ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1221/2009 z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie dobrowolnego udziału organizacji w systemie ek zarządzania i audytu we Wspólnocie (EMAS), uchylające rozporządzenie (WE) nr 761/2001 oraz decyzje Komisji 2001/681/WE i 2006/193/WE (Dz.U. L 342 z 22.12.2009, s. 1).

⁷ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 66/2010 z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie oznakowania ekologicznego UE (Dz.U. L 27 z 30.1.2010, s. 1).

⁸ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2436 z dnia 16 grudnia 2015 r. mająca na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (Dz.U. L 336 z 23.12.2015, s. 1).

- (8) W przypadkach gdy posługiwanie się oznakowaniem dotyczącym zrównoważonego charakteru wiąże się z komunikatem handlowym, który sugeruje lub stwarza wrażenie, że produkt ma pozytywny wpływ na środowisko, nie wywiera żadnego wpływu na środowisko, lub jest mniej szkodliwy dla środowiska niż produkty konkurencyjne, to takie oznakowanie dotyczące zrównoważonego charakteru również należy uznać za stanowiące twierdzenie dotyczące ekologiczności.
- (9) Należy również zmienić załącznik I do dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać formułowania ogólnego twierdzenia dotyczącego ekologiczności bez uznanej wysokiej efektywności ekologicznej, która jest istotna dla tego twierdzenia. Do przykładów ogólnych twierdzeń dotyczących ekologiczności należą: „przyjazne dla środowiska”, „eko-przyjazne”, „zielone”, „przyjazne dla natury”, „ekologiczne”, „poprawne środowiskowo”, „przyjazne dla klimatu”, „łagodne dla środowiska”, „przyjazne pod względem emisji dwutlenku węgla”, „efektywne energetycznie”, „biodegradowalne”, „oparte na surowcach pochodzenia biologicznego” lub podobne, które sugerują lub stwarzają wrażenie wysokiej efektywności ekologicznej. Takie ogólne twierdzenia dotyczące ekologiczności powinny być zakazane w każdym przypadku, gdy nie można wykazać uznanej wysokiej efektywności ekologicznej. Gdy specyfikacja twierdzenia dotyczącego ekologiczności została podana w jasny i wyraźny sposób za pomocą tego samego środka przekazu, takiego jak ten sam spot reklamowy, opakowanie produktu lub interfejs sprzedaży internetowej, twierdzenia dotyczącego ekologiczności nie uznaje się za ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności. Na przykład twierdzenie „opakowanie przyjazne dla klimatu” byłoby twierdzeniem ogólnym, natomiast twierdzenie, że „100 % energii wykorzystywanej do produkcji tego opakowania pochodzi ze źródeł odnawialnych” byłoby twierdzeniem szczegółowym, które nie byłoby objęte tym zakazem, bez uszczerbku dla innych przepisów dyrektywy 2005/29/WE, które nadal mają zastosowanie do tych konkretnych twierdzeń. Ponadto pisemne lub ustne twierdzenie w połączeniu z twierdzeniami dorozumianymi, takimi jak twierdzenia wyrażone kolorem lub obrazem może stanowić ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności.

- (10) Uznana wysoką efektywność ekologiczną można wykazać poprzez zgodność z rozporządzeniem (WE) nr 66/2010, z oficjalnie uznanymi programami oznakowania ekologicznego EN ISO 14024 w państwach członkowskich lub poprzez odpowiadanie najwyższemu poziomowi efektywności ekologicznej w odniesieniu do konkretnej cechy środowiskowej zgodnie z innymi mającymi zastosowanie przepisami unijnymi, takimi jak klasa A zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1369⁹. Uznana wysoka efektywność ekologiczna powinna odnosić się do całego twierdzenia. Na przykład ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności, takie jak „efektywne energetycznie”, można sformułować na podstawie uznanej wysokiej efektywności ekologicznej zgodnie z rozporządzeniem (UE) 2017/1369. Natomiast ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności, takie jak „biodegradowalne”, nie może być oparte na uznanej wysokiej efektywności ekologicznej zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 66/2010, w zakresie w jakim w szczegółowych kryteriach oznakowania ekologicznego UE odnoszących się do danego produktu nie ma wymogów dotyczących biodegradowalności. Analogicznie przedsiębiorca nie powinien formułować ogólnego twierdzenia, takiego jak „świadome”, „zrównoważone” lub „odpowiedzialne”, wyłącznie na podstawie uznanej wysokiej efektywności ekologicznej, ponieważ takie twierdzenia odnoszą się do innych cech niż środowiskowe, takich jak cechy społeczne.

⁹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1369 z dnia 4 lipca 2017 r. ustanawiające ramy etykietowania energetycznego i uchylające dyrektywę 2010/30/UE (Dz.U. L 198 z 28.7.2017, s. 1).

- (11) Inna wprowadzająca w błąd praktyka handlowa, która powinna być zakazana w każdych okolicznościach, a tym samym dodana do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE, polega na formułowaniu twierdzenia dotyczącego ekologiczności w odniesieniu do całego produktu lub całej działalności przedsiębiorcy, gdy w rzeczywistości dotyczy ono tylko określonego aspektu produktu lub jednego, niereprezentatywnego elementu działalności przedsiębiorcy. Zakaz ten byłby stosowany na przykład gdy produkt jest wprowadzany do obrotu jako „wykonany z materiału pochodzącego z recyklingu”, co sprawia wrażenie, że cały produkt jest wykonany z takiego materiału, podczas gdy w rzeczywistości jedynie opakowanie wykonane jest z materiału pochodzącego z recyklingu, lub gdy przedsiębiorca stwarza wrażenie, że stosuje tylko odnawialne źródła energii, podczas gdy w rzeczywistości niektóre z obiektów danego przedsiębiorcy nadal wykorzystują paliwa kopalne. W związku z tym zakaz ten nie powinien uniemożliwiać przedsiębiorcy formułowania twierdzeń dotyczących ekologiczności w odniesieniu do całej jego działalności, pod warunkiem że są one prawdziwe i weryfikowalne oraz nie wyolbrzymiają korzyści dla środowiska, tak jak miałyby to miejsce w drugim z powyższych przykładów, gdyby przedsiębiorca deklarował redukcję zużycia paliw kopalnych na poziomie całej swojej działalności.

- (12) Szczególnie istotne jest zakazanie twierdzeń uzasadnianych kompensowaniem emisji gazów cieplarnianych, że produkt – towar lub usługa – ma neutralny, ograniczony lub pozytywny wpływ na środowisko pod względem emisji gazów cieplarnianych. Takie twierdzenia powinny być zakazane w każdych okolicznościach i należy je dodać do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE, ponieważ wprowadzają konsumentów w błąd, skłaniając ich do uwierzenia, że takie twierdzenia odnoszą się do samego produktu lub jego dostawy i wytwarzania, lub ponieważ powodują wśród konsumentów fałszywe wrażenie, że konsumpcja tego produktu nie ma wpływu na środowisko. Przykładami takich twierdzeń są: „neutralne dla klimatu”, „potwierdzone jako neutralne pod względem emisji dwutlenku węgla”, „korzystne pod względem emisji dwutlenku węgla”, „neutralne emisyjnie dla klimatu”, „o skompensowanym wpływie na klimat”, „zredukowany wpływ na klimat”, czy „ograniczony ślad węglowy”. Takie twierdzenia powinny być dopuszczalne tylko wtedy, gdy opierają się na rzeczywistym oddziaływaniu danego produktu w całym okresie eksploatacji, a nie na kompensowaniu emisji gazów cieplarnianych poza łańcuchem wartości produktu, ponieważ nie są to aspekty równoważne. Zakaz taki nie powinien uniemożliwiać przedsiębiorstwom reklamowania ich inwestycji w inicjatywy na rzecz ochrony środowiska, w tym w projekty dotyczące jednostek emisji dwutlenku węgla, o ile przekazują takie informacje w sposób, który nie wprowadza w błąd, i z poszanowaniem wymogów określonych w prawie Unii.

- (13) Dodatkowe wymogi odnoszące się do twierdzeń dotyczących ekologiczności będą musiały zostać określone w szczegółowych aktach prawnych Unii. Te nowe wymogi przyczynią się do realizacji celu określonego w komunikacie Komisji z dnia 11 grudnia 2019 r. w sprawie Europejskiego Zielonego Ładu, jakim jest umożliwienie nabywcom podejmowania bardziej zrównoważonych decyzji i ograniczenie ryzyka pseudoekologicznego marketingu dzięki wiarygodnym, porównywalnym i weryfikowalnym informacjom.
- (14) Wprowadzanie na rynki państw członkowskich towarów określonych jako identyczne, w sytuacji gdy w rzeczywistości towary te w sposób istotny różnią się składem lub właściwościami, mogłoby wprowadzać konsumentów w błąd i spowodować podjęcie przez nich decyzji dotyczącej transakcji, której by w przeciwnym przypadku nie podjęli. Do takich praktyk handlowych wyraźnie odniesiono się w art. 6 ust. 2 lit. c) dyrektywy 2005/29/WE, wprowadzoną dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161¹⁰, którą państwa członkowskie muszą stosować od dnia 28 maja 2022 r. Komisja oceni stosowanie dyrektywy (UE) 2019/2161, w tym art. 6 ust. 2 lit. c) dyrektywy 2005/29/WE, a także czy takie praktyki powinny podlegać surowszym wymogom, w tym zakazowi w załączniku I, oraz przygotuje w 2024 r. sprawozdanie na ten temat. Nowe przepisy dotyczące praktyk pseudoekologicznego marketingu zawarte w niniejszej dyrektywie również powinny mieć zastosowanie do sytuacji, gdy warianty tego samego produktu są wprowadzane na rynek jako identyczne w różnych państwach członkowskich, pomimo znacznych różnic, o czym mowa w art. 6 ust. 2 lit. c) dyrektywy 2005/29/WE.

¹⁰ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (Dz.U. L 328 z 18.12.2019, s. 7).

- (15) Przedstawianie wymogów nałożonych przepisami prawa na wszystkie produkty w danej kategorii produktów na rynku unijnym, w tym na produkty importowane, jako wyróżniającej cechy oferty przedsiębiorcy powinno być zakazane we wszystkich okolicznościach i w związku z tym dodane do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE. Zakaz ten powinien mieć zastosowanie na przykład wtedy, gdy przedsiębiorca reklamuje, że dany produkt nie zawiera określonej substancji chemicznej, podczas gdy substancja ta jest już prawnie zakazana w Unii w odniesieniu do wszystkich produktów należących do tej kategorii produktów. Zakaz nie powinien natomiast obejmować praktyk handlowych promujących zgodność produktów z wymogami prawnymi, które mają zastosowanie wyłącznie do niektórych produktów, ale nie do innych konkurencyjnych produktów tej samej kategorii na rynku unijnym, takich jak produkty pochodzące spoza Unii, lub promujących przestrzeganie takich wymogów przez przedsiębiorców. Może się zdarzyć, że niektóre produkty dostępne na rynku muszą spełniać określone wymogi prawne, podczas gdy inne produkty należące do tej samej kategorii produktów nie muszą spełniać tych wymogów. Na przykład w odniesieniu do przetworów rybnych wytwarzanych w sposób zrównoważony zgodnie z prawem Unii, dozwolone byłoby promowanie ich cech związanych ze zrównoważonym rybołówstwem, które są zgodne z wymogami prawnymi Unii w przypadku, gdy przetwory rybne pochodzące z państw trzecich oferowane na rynku unijnym nie muszą być zgodne z tymi wymogami.

- (16) Aby poprawić dobrobyt konsumentów, zmiany w dyrektywie 2005/29/WE powinny również dotyczyć szeregu praktyk związanych z przedwczesnym starzeniem się produktów, w tym praktyk celowego postarzania produktów, rozumianych jako strategia handlowa polegająca na celowym planowaniu lub projektowaniu produktu o ograniczonym okresie użytkowania, tak aby produkt ten stał się przedwcześnie przestarzały lub niefunkcjonalny po pewnym czasie lub po z góry określonej intensywności użytkowania. Zakup produktów, co do których oczekuje się, że będą trwalsze, niż faktycznie są, wyrządza szkodę konsumentom. Ponadto praktyki związane z przedwczesnym starzeniem się produktów mają ogólnie negatywny wpływ na środowisko w postaci zwiększenia ilości odpadów i zwiększenia zużycia energii oraz surowców. W związku z tym udostępnianie informacji o praktykach związanych z przedwczesnym starzeniem się produktów może zmniejszyć również ilość odpadów, przyczyniając się do bardziej zrównoważonej konsumpcji.

- (17) Na mocy załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE należy również zakazać zatajania przed konsumentami informacji o tym, że aktualizacja oprogramowania będzie miała negatywny wpływ na funkcjonowanie towarów z elementami cyfrowymi lub korzystanie z treści cyfrowych lub usług cyfrowych. Zasadniczo oczekuje się, że przedsiębiorcy odpowiedzialni za przygotowanie aktualizacji oprogramowania będą dysponowali takimi informacjami, podczas gdy w innych przypadkach przedsiębiorcy mogą polegać na wiarygodnych informacjach dostarczonych na przykład przez twórców oprogramowania, dostawców lub przez właściwe organy krajowe. Na przykład zwracając się do konsumentów o aktualizację systemu operacyjnego na smartfonie, przedsiębiorca nie powinien zatajać przed konsumentem informacji, że taka aktualizacja będzie miała negatywny wpływ na działanie funkcji smartfona, takich jak bateria i wydajność niektórych aplikacji, lub że może spowolnić jego funkcjonowanie. Zakaz ten powinien mieć zastosowanie do wszelkich aktualizacji, w tym aktualizacji zabezpieczeń i funkcjonalności. W przypadku aktualizacji, w tym aktualizacji zabezpieczeń, niezbędnych do zapewnienia zgodności towaru, treści cyfrowych i usługi cyfrowej z umową, zastosowanie powinny mieć również art. 8 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770¹¹ i art. 7 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771¹². Pozostaje to bez uszczerbku dla art. 19 dyrektywy (UE) 2019/770.

¹¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 1).

¹² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniająca rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylająca dyrektywę 1999/44/WE (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 28).

- (18) Aktualizacje oprogramowania, które są aktualizacjami zabezpieczeń, są niezbędne z punktu widzenia bezpiecznego użytkowania produktu, w przeciwieństwie do aktualizacji związanych z poprawą funkcjonalności. W związku z tym dyrektywa 2005/29/WE powinna zakazać prezentacji aktualizacji oprogramowania jako niezbędnej do utrzymania zgodności produktu z umową, jeżeli aktualizacja ta poprawia tylko jego funkcjonalność.
- (19) Komunikaty handlowe dotyczące towarów posiadających właściwości wprowadzone po to, aby ograniczyć ich trwałość, są praktyką handlową szkodliwą dla konsumentów i środowiska, ponieważ zachęcają do sprzedaży takich towarów, co prowadzi do podwyższenia kosztów ponoszonych przez konsumentów i niepotrzebnego zużycia zasobów, wytwarzania odpadów i emisji gazów cieplarnianych. Takie komunikaty handlowe powinny być zatem zakazane, jeżeli przedsiębiorca ma dostęp do informacji na temat takiej właściwości i jej wpływu na trwałość towaru. Przykładem takich właściwości może być oprogramowanie, które po upływie określonego czasu powoduje utratę lub spadek funkcjonalności towaru, lub sprzęt zaprojektowany tak, by uległ awarii po upływie określonego czasu. Może to być również wada projektu lub produkcji, która, choć nie została wprowadzona jako właściwość o takim celu, prowadzi do przedwczesnych awarii towaru, jeżeli nie zostanie naprawiona po udostępnieniu przedsiębiorcy informacji o istnieniu i skutkach tej właściwości. W kontekście tego zakazu komunikaty handlowe obejmują komunikaty służące bezpośredniemu lub pośredniemu promowaniu towarów. Wytwarzanie i udostępnianie towarów na rynku nie stanowią komunikatów handlowych. Zakaz ten powinien dotyczyć głównie przedsiębiorców, którzy są jednocześnie producentami towarów, ponieważ to oni decydują o ich trwałości.

W związku z tym, jeżeli towar zidentyfikowano jako zawierający właściwość ograniczającą trwałość towaru, od producenta tego towaru powinno oczekiwać się, że będzie on świadomy istnienia tej właściwości i jej wpływu na trwałość towaru. Niemniej zakaz ten powinien dotyczyć przedsiębiorców, którzy nie są producentami towarów, takich jak sprzedawcy, jeżeli mają dostęp do wiarygodnych informacji na temat właściwości i jej wpływu na trwałość, takich jak oświadczenie właściwego organu krajowego lub informacje dostarczone przez producenta. W związku z tym, gdy tylko takie informacje staną się dostępne dla przedsiębiorcy, zakaz powinien mieć zastosowanie niezależnie od tego, czy przedsiębiorca jest faktycznie świadomy lub nieświadomy tych informacji, na przykład z powodu zaniedbania. Aby taka praktyka handlowa mogła zostać uznana za nieuczciwą, nie powinno być konieczne wykazanie, że celem danej właściwości jest skłonienie do wymiany danego towaru, ale wystarczające powinno być udowodnienie, że właściwość wprowadzono, aby ograniczyć trwałość towaru. Zakaz uzupełnia i pozostaje bez wpływu na środki ochrony prawnej dostępne konsumentom w przypadku braku zgodności z umową na podstawie dyrektywy (UE) 2019/771. Należy odróżnić stosowanie właściwości ograniczających trwałość towarów od praktyk wytwarzania z wykorzystaniem materiałów lub procesów o ogólnie niskiej jakości, skutkujących ograniczoną trwałością towarów. Brak zgodności towaru z umową wynikający z zastosowania materiałów lub procesów niskiej jakości powinien nadal podlegać przepisom dotyczącym zgodności towarów z umową zawartym w dyrektywie (UE) 2019/771.

- (20) Inną praktyką, która powinna być zakazana na podstawie załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE, jest fałszywe twierdzenie, że towar ma pewną trwałość, jeśli chodzi o czas użytkowania lub jego intensywność w normalnych warunkach użytkowania. Miałoby to miejsce na przykład, gdy przedsiębiorca informuje konsumentów, że pralka powinna przetrwać określoną liczbę cykli prania, przy normalnym przewidywanym użytkowaniu zgodnie z instrukcją, podczas gdy rzeczywiste użytkowanie danej pralki według instrukcji pokazuje, że tak nie jest. Takie twierdzenia pochodzą zasadniczo od producentów, ponieważ to oni decydują o trwałości towarów. W związku z tym zasadniczo oczekuje się, że przedsiębiorcy, którzy są jednocześnie producentami towarów, są świadomi fałszywych twierdzeń dotyczących trwałości towarów, podczas gdy inni przedsiębiorcy, tacy jak sprzedawcy, powinni opierać się na dostępnych im wiarygodnych informacjach, w postaci, na przykład, oświadczenia właściwego organu krajowego lub informacji dostarczonych przez producenta. Brak zgodności towaru z umową wynikający z okazjonalnych błędów produkcji towaru powinien nadal podlegać przepisom dotyczącym zgodności towarów z umową zawartym w dyrektywie (UE) 2019/771.

- (21) Podobnie, należy również zmienić załącznik I do dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać przedstawiania produktów jako umożliwiających naprawę w przypadku, gdy taka naprawa nie jest możliwa.
- (22) Zakaz stosowania tych praktyk w odniesieniu do trwałości i możliwości naprawy przewidziany w dyrektywie 2005/29/WE zapewniłby organom ochrony konsumentów w państwach członkowskich dodatkowe narzędzie egzekwowania prawa w celu lepszej ochrony interesów konsumentów w przypadkach, gdy przedsiębiorcy nie spełniają wymogów dotyczących trwałości i możliwości naprawy towarów określonych w prawie Unii dotyczącym konkretnych produktów.
- (23) Inna praktyka związana z przedwczesnym starzeniem się produktów, która powinna być zakazana i dodana do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE, polega na nakłanianiu konsumenta do wymiany lub uzupełnienia materiałów eksploatacyjnych produktu wcześniej, niż byłoby to konieczne z przyczyn technicznych. Takie praktyki wprowadzają konsumenta w błąd co do tego, że towary przestaną funkcjonować, jeżeli nie zostaną wymienione ich materiały eksploatacyjne, co skłania konsumentów do kupna większej ilości materiałów eksploatacyjnych, niż jest to konieczne. Zakazana powinna być na przykład praktyka nakłaniania konsumenta, za pomocą ustawień drukarki, do wymiany wkładów atramentowych do drukarki, zanim staną się one faktycznie puste, aby zachęcić do zakupu dodatkowych wkładów.

- (24) Należy również zmienić załącznik I do dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać zatajania przed konsumentem informacji o ograniczeniu funkcjonalności towaru w przypadku korzystania z materiałów eksploatacyjnych, części zamiennych lub wyposażenia dodatkowego, które nie są dostarczane przez pierwotnego producenta. Na przykład, jeżeli drukarka jest zaprojektowana w taki sposób, aby ograniczyć jej funkcjonalność w przypadku stosowania wkładów atramentowych niedostarczonych przez pierwotnego producenta drukarki, ta informacja nie powinna być zatajana przed konsumentem, ponieważ praktyka ta mogłaby wprowadzać konsumenta w błąd i doprowadzić do zakupu alternatywnego wkładu atramentowego, który nie może być używany w danej drukarce, a tym samym mogłaby generować niepotrzebne strumienie odpadów lub dodatkowe koszty dla konsumenta. Analogicznie, jeżeli inteligentne urządzenie zaprojektowano w taki sposób, aby ograniczyć jego funkcjonalność przy korzystaniu z ładowarek lub części zamiennych, które nie są dostarczane przez pierwotnego producenta, ta informacja nie powinna być zatajana przed konsumentem w momencie zakupu. Należy również zakazać wprowadzania konsumenta w błąd i stwarzania wrażenia, że stosowanie materiałów eksploatacyjnych, części zamiennych lub wyposażenia dodatkowego niedostarczonych przez pierwotnego producenta ograniczy funkcjonalność towaru, w przypadkach gdy tak nie jest. Zasadniczo oczekuje się, że przedsiębiorcy, którzy są jednocześnie producentami towarów, posiadają te informacje, podczas gdy inni przedsiębiorcy, tacy jak sprzedawcy, powinni opierać się na dostępnych im wiarygodnych informacjach, w postaci, na przykład, oświadczenia właściwego organu krajowego lub informacji dostarczonych przez producenta.

- (25) Aby konsumenci mogli podejmować bardziej świadome decyzje i aby stymulowali popyt na bardziej trwałe towary oraz ich podaż, przed zawarciem umowy należy podać szczegółowe informacje na temat trwałości i możliwości naprawy produktu w odniesieniu do wszystkich rodzajów towarów. Ponadto w przypadku towarów z elementami cyfrowymi, w odniesieniu do treści cyfrowych i usług cyfrowych konsumenci powinni być informowani o okresie, w którym dostępne są bezpłatne aktualizacje oprogramowania. Należy zatem zmienić dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE¹³, tak aby konsumenci otrzymywali przed zawarciem umowy informacje na temat trwałości, możliwości naprawy i dostępności aktualizacji. Informacje należy przekazywać konsumentom w sposób jasny i zrozumiały oraz zgodnie z wymogami dostępności określonymi w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/882¹⁴. Obowiązek przekazywania konsumentom tych informacji uzupełnia prawa konsumentów przewidziane w dyrektywach (UE) 2019/770 i (UE) 2019/771 i nie wpływa na te prawa.

¹³ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, s. 64).

¹⁴ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/882 z dnia 17 kwietnia 2019 r. w sprawie wymogów dostępności produktów i usług (Dz.U. L 151 z 7.6.2019, s. 70).

- (26) Dobrym wskaźnikiem trwałości towaru jest udzielana przez producenta handlowa gwarancja trwałości w rozumieniu art. 17 dyrektywy (UE) 2019/771. Stanowi ona zobowiązanie producenta wobec konsumenta dotyczące trwałości towaru. W ujęciu bardziej szczegółowym jest ona zobowiązaniem, że przy normalnym użytkowaniu towar zachowa wymagane funkcje i wydajność. W celu poinformowania konsumentów o tym, że dla danego towaru oferowana jest gwarancja trwałości, taką informację należy przekazywać konsumentowi przy użyciu zharmonizowanego oznakowania. Przedsiębiorcy sprzedający towary powinni być zobowiązani do informowania konsumentów o istnieniu i okresie obowiązywania handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta bez dodatkowych kosztów, obejmującej cały towar i obowiązującej przez okres dłuższy niż dwa lata, jeżeli producent udostępnia te informacje przedsiębiorcy. Przedsiębiorca nie powinien być zobowiązany do aktywnego poszukiwania takich informacji u producenta, na przykład na stronach internetowych poświęconych konkretnym produktom. Aby uniknąć mylenia przez konsumentów handlowej gwarancji trwałości z prawnym obowiązkiem zapewnienia zgodności z umową, w zharmonizowanym oznakowaniu należy wskazywać konsumentom, że przysługują im również uprawnienia w związku z prawnym obowiązkiem zapewnienia zgodności z umową.
- (27) Najnowsze raporty pokazują, że konsumenci często nie są świadomi swoich praw wynikających z dyrektywy (UE) 2019/771. W związku z tym w zharmonizowanej informacji należy im przypominać o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową i jego głównych elementach, w tym o minimalnym okresie obowiązywania wynoszącym dwa lata, a także zawrzeć ogólne odniesienie do możliwości przedłużenia na mocy prawa krajowego okresu obowiązywania prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową. Pozwoli to uniknąć ewentualnego pomylenia tych informacji z informacjami dotyczącymi handlowej gwarancji trwałości.

- (28) Zharmonizowane oznakowanie powinno być umieszczone w widocznym miejscu i w taki sposób, aby konsument mógł łatwo stwierdzić, który konkretny towar korzysta z handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta bez dodatkowych kosztów, obejmującej cały towar i obowiązującej przez okres dłuższy niż dwa lata, na przykład dzięki umieszczeniu oznakowania bezpośrednio na opakowaniu danego towaru lub umieszczeniu oznakowania w widoczny sposób na półce, na której znajdują się towary objęte taką gwarancją, lub umieszczeniu oznakowania bezpośrednio obok zdjęcia towaru w przypadku sprzedaży przez internet. Aby uzyskać przewagę handlową, producenci oferujący takie handlowe gwarancje trwałości mogą sami umieszczać zharmonizowane oznakowanie bezpośrednio na danym towarze lub na jego opakowaniu. Przedsiębiorcy powinni zapewnić, aby zharmonizowane oznakowanie było wyraźnie widoczne. Jednocześnie zharmonizowana informacja powinna być ogólnym przypomnieniem dla konsumentów o prawnym obowiązku zapewnienia zgodności z umową mającym zastosowanie do wszystkich towarów zgodnie z dyrektywą (UE) 2019/771. Zharmonizowana informacja powinna być wyraźnie widoczna, na przykład umieszczona jako przyciągający wzrok plakat na ścianie sklepu obok kasy lub, w przypadku sprzedaży przez internet, zamieszczona jako ogólne przypomnienie na stronie internetowej przedsiębiorcy sprzedającego towary.

- (29) W odniesieniu do projektu i treści zharmonizowanego oznakowania i zharmonizowanej informacji należy powierzyć Komisji uprawnienia wykonawcze. Uprawnienia te powinny być wykonywane zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 182/2011¹⁵.
- (30) Biorąc pod uwagę przewidziany w dyrektywie (UE) 2019/771 minimalny dwuletni okres obowiązywania prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową oraz fakt, że wiele awarii produktu ma miejsce po upływie tego okresu, obowiązek informowania konsumentów przez przedsiębiorcę – przy użyciu zharmonizowanego oznakowania – o istnieniu i okresie obowiązywania handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta powinien mieć zastosowanie wyłącznie do handlowych gwarancji trwałości udzielanych na okres dłuższy niż dwa lata. Ponadto zharmonizowane oznakowanie powinno również przypominać konsumentom o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową.
- (31) Aby przy porównywaniu towarów przed zawarciem umowy konsumentom było łatwiej podjąć świadomą decyzję dotyczącą transakcji, przedsiębiorcy powinni informować konsumentów o istnieniu i okresie obowiązywania handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta dla całego towaru, a nie dla poszczególnych jego elementów.

¹⁵ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 182/2011 z dnia 16 lutego 2011 r. ustanawiające przepisy i zasady ogólne dotyczące trybu kontroli przez państwa członkowskie wykonywania uprawnień wykonawczych przez Komisję (Dz.U. L 55 z 28.2.2011, s. 13).

- (32) Producent i sprzedawca powinni mieć swobodę oferowania innych rodzajów gwarancji handlowych i usług posprzedażnych. Informacje przekazywane konsumentowi na temat innych gwarancji handlowych lub usług nie powinny jednak wprowadzać konsumenta w błąd co do istnienia i okresu obowiązywania handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta bez dodatkowych kosztów, obejmującej cały towar i obowiązującej przez okres dłuższy niż dwa lata, dla której stosowane jest zharmonizowane oznakowanie.
- (33) Aby umożliwić konsumentom podejmowanie bardziej świadomych decyzji i aby promować konkurencję między producentami pod względem trwałości towarów z elementami cyfrowymi, przedsiębiorcy sprzedający te towary powinni informować konsumentów o minimalnym okresie, w którym producent zobowiązuje się zapewniać aktualizacje oprogramowania dla takich towarów, przy czym może być on wyrażony jako okres lub poprzez podanie daty końcowej. Podobnie przedsiębiorcy oferujący treści cyfrowe i usługi cyfrowe powinni informować konsumentów o minimalnym okresie, w którym dostawca treści cyfrowych lub usługi cyfrowej zobowiązuje się zapewniać aktualizacje oprogramowania, w tym aktualizacje zabezpieczeń, niezbędne do zapewnienia zgodności treści cyfrowych i usług cyfrowych z umową. Obowiązek ten powinien zapewnić, aby konsumenci otrzymywali te informacje w prosty i jasny sposób umożliwiający im porównanie różnych okresów minimalnych. Pozostaje to bez uszczerbku dla obowiązków określonych w prawie Unii, w szczególności w dyrektywach (UE) 2019/770 i (UE) 2019/771, oraz, w stosowanych przypadkach, w prawie Unii dotyczącym konkretnych produktów. Informacje dotyczące aktualizacji oprogramowania powinny być przekazywane w sposób, który, zgodnie z dyrektywą 2005/29/WE, nie jest uznawany za wprowadzający w błąd. Przedsiębiorca powinien być zobowiązany przekazywać te informacje wyłącznie wtedy, gdy producent lub dostawca je udostępnił.

- (34) Zgodnie z art. 5 ust. 1 lit. e) i art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83/UE zanim konsumenci zostaną związani umową, przedsiębiorcy są zobowiązani poinformować ich o istnieniu i warunkach usług posprzedażnych, w tym usług naprawczych, jeżeli takie usługi są świadczone. Ponadto aby umożliwić konsumentom podjęcie świadomej decyzji dotyczącej transakcji i wybór towarów, które są łatwiejsze do naprawy zanim konsumenci zostaną związani umową, przedsiębiorcy, w stosownych przypadkach, powinni zapewnić wyrażoną za pomocą punktacji ocenę możliwości naprawy danego towaru podaną przez producenta, ustaloną na poziomie Unii.
- (35) W celu zapewnienia, aby konsumenci byli dobrze poinformowani o możliwości naprawy nabywanych przez siebie towarów, w przypadku gdy wyrażona za pomocą punktacji ocena możliwości naprawy nie została ustalona na poziomie Unii, przedsiębiorcy powinni przedstawić inne odpowiednie informacje dotyczące naprawy, które są udostępniane przez producenta, takie jak informacje o dostępności, szacunkowym koszcie i procedurze zamawiania części zamiennych niezbędnych do zapewnienia zgodności towarów z umową, o dostępności instrukcji naprawy i konserwacji, a także o ograniczeniach dotyczących napraw.

- (36) Przedsiębiorcy powinni przekazywać konsumentom za pomocą zharmonizowanego oznakowania informacje na temat minimalnego okresu dostarczania aktualizacji oraz informacje dotyczące naprawy inne niż wyrażona za pomocą punktacji ocena możliwości naprawy, w przypadku gdy producent lub dostawca treści cyfrowych lub usługi cyfrowej, jeżeli jest inny od przedsiębiorcy, udostępnia odpowiednie informacje. W szczególności w odniesieniu do towarów przedsiębiorca powinien przekazać konsumentom informacje, które producent przekazał przedsiębiorcy lub w inny sposób zamierzał udostępnić konsumentowi przed zawarciem umowy, zaznaczając je na samym produkcie, jego opakowaniu lub etykietach i oznakowaniach, z którymi konsument zazwyczaj zapoznałby się przed zawarciem umowy. Przedsiębiorca nie powinien być zobowiązany do aktywnego poszukiwania takich informacji u producenta, na przykład na stronach internetowych poświęconych konkretnym produktom. Jednocześnie w interesie producentów byłoby proaktywne dostarczanie takich informacji w celu uzyskania przewagi handlowej.
- (37) Przedsiębiorcy powinni, w stosownych przypadkach, informować konsumentów o dostępności przyjaznych dla środowiska opcji dostawy, takich jak dostawa towarów rowerem transportowym lub elektrycznym pojazdem dostawczym, lub o możliwości przesyłki zbiorczej.
- (38) Jeżeli umowa zawierana na odległość, która ma zostać zawarta przy użyciu środków elektronicznych, nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty, przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta o zharmonizowanym oznakowaniu, jeżeli istnieje, w jasny i widoczny sposób oraz bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia w celu zapewnienia, aby konsument wziął te informacje pod uwagę.

- (39) Dyrektywy 2005/29/WE i 2011/83/UE powinny nadal funkcjonować jako zabezpieczenie zapewniające utrzymanie wysokiego poziomu ochrony konsumentów we wszystkich sektorach, uzupełniając prawo Unii dotyczące konkretnych sektorów i produktów, które ma pierwszeństwo w przypadku kolizji.
- (40) Ponieważ cele niniejszej dyrektywy, a mianowicie umożliwienie konsumentom podejmowania bardziej świadomych decyzji dotyczących transakcji w celu promowania zrównoważonej konsumpcji, wyeliminowanie praktyk, które szkodzą zrównoważonej gospodarce i uniemożliwiają konsumentom dokonywanie zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych, a także zapewnienie lepszego i spójnego stosowania unijnych ram prawnych dotyczących konsumentów, nie mogą zostać osiągnięte w sposób wystarczający przez państwa członkowskie, natomiast ze względu na ogólnounijny charakter problemu możliwe jest ich lepsze osiągnięcie na poziomie Unii, może ona podjąć działania zgodnie z zasadą pomocniczości określoną w art. 5 Traktatu o Unii Europejskiej. Zgodnie z zasadą proporcjonalności określoną w tym artykule, niniejsza dyrektywa nie wykracza poza to, co jest konieczne do osiągnięcia tych celów.

- (41) Zgodnie ze wspólną deklaracją polityczną państw członkowskich i Komisji z dnia 28 września 2011 r. dotyczącą dokumentów wyjaśniających¹⁶, państwa członkowskie zobowiązały się do złożenia, w uzasadnionych przypadkach, wraz z powiadomieniem o transpozycji, jednego lub większej liczby dokumentów wyjaśniających związki między elementami dyrektywy a odpowiadającymi im częściami krajowych instrumentów transpozycyjnych. W odniesieniu do niniejszej dyrektywy, prawodawca uznaje, że przekazanie takich dokumentów jest uzasadnione.
- (42) Aby ułatwić właściwe stosowanie niniejszej dyrektywy, ważne jest, aby Komisja na bieżąco aktualizowała wytyczne dotyczące dyrektyw 2005/29/WE i 2011/83/UE w celu uwzględnienia treści niniejszej dyrektywy,

PRZYJMUJĄ NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ:

¹⁶ Dz.U. C 369 z 17.12.2011, s. 14.

Artykuł 1
Zmiany w dyrektywie 2005/29/WE

W dyrektywie 2005/29/WE wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 2 akapit pierwszy wprowadza się następujące zmiany:

a) dodaje się literę w brzmieniu

„ca) »towary« oznaczają towary zdefiniowane w art. 2 pkt 5 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771*;

* Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniająca rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylająca dyrektywę 1999/44/WE (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 28).”;

b) dodaje się litery w brzmieniu:

- „o) »twierdzenie dotyczące ekologiczności« oznacza każdy komunikat lub oświadczenie w kontekście komunikacji handlowej, które nie są obowiązkowe na mocy prawa Unii ani prawa krajowego, występujące w dowolnej postaci, w tym oświadczenia w postaci tekstu, ilustracji, grafiki lub symbolu, takie jak oznakowania, nazwy handlowe, nazwy przedsiębiorstwa lub nazwy produktu, i w których stwierdza się lub sugeruje, że produkt, kategoria produktów, marka lub przedsiębiorca ma pozytywny wpływ na środowisko lub nie ma na nie żadnego wpływu, jest mniej szkodliwy dla środowiska niż, inne produkty, kategorie produktów, marki lub inni przedsiębiorcy, lub że oddziaływanie produktu, kategorii produktów, marki lub przedsiębiorcy poprawiło się z czasem;
- p) »ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności« oznacza każde twierdzenie dotyczące ekologiczności przekazane w formie pisemnej lub ustnej, w tym za pośrednictwem mediów audiowizualnych, które nie jest zawarte w oznakowaniu dotyczącym zrównoważonego charakteru, w przypadku gdy specyfikacja twierdzenia nie jest podana w jasny i wyraźny sposób za pomocą tego samego środka przekazu;
- q) »oznakowanie dotyczące zrównoważonego charakteru« oznacza każdy dobrowolny znak zaufania, znak jakości lub znak równoważny, publiczny lub prywatny, którego celem jest wyodrębnienie i promocja produktu, procesu lub działalności przedsiębiorcy poprzez odwołanie się do ich cech środowiskowych lub społecznych, niebędący obowiązkowym oznakowaniem wymaganym zgodnie z prawem Unii lub prawem krajowym;

- r) „system certyfikacji” oznacza system weryfikacji przez osobę trzecią, który poświadcza, że produkt, proces lub działalność przedsiębiorcy spełniają określone wymogi, umożliwia stosowanie odpowiedniego oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru, i którego warunki, w tym wymogi, są publicznie dostępne i spełniają następujące kryteria:
- (i) system jest otwarty na przejrzystych, sprawiedliwych i niedyskryminacyjnych warunkach dla wszystkich przedsiębiorców, którzy chcą i są w stanie spełnić wymogi systemu;
 - (ii) wymogi systemu opracowuje właściciel systemu w porozumieniu z odpowiednimi ekspertami i zainteresowanymi stronami;
 - (iii) system określa procedury postępowania w przypadku niezgodności z wymogami systemu i przewiduje wycofanie lub zawieszenie stosowania przez przedsiębiorcę oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru w przypadku niezgodności z wymogami systemu; oraz
 - (iv) monitorowanie przestrzegania przez przedsiębiorcę wymogów systemu podlega obiektywnej procedurze i jest prowadzone przez stronę trzecią, której kompetencje i niezależność zarówno od właściciela systemu, jak i od przedsiębiorcy, opierają się na normach i procedurach międzynarodowych, unijnych lub krajowych;

- s) »uznana wysoka efektywność ekologiczna« oznacza efektywność ekologiczną zgodną z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 66/2010^{*}, krajowymi lub regionalnymi programami oznakowania ekologicznego EN ISO 14024 typu I urzędowo uznanymi w państwach członkowskich lub z najwyższymi poziomami efektywności ekologicznej zgodnie z innym mającym zastosowanie prawem Unii;
- t) »trwałość« oznacza trwałość zdefiniowaną w art. 2 pkt 13 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771;
- u) »aktualizacja oprogramowania« oznacza aktualizację niezbędną do zapewnienia zgodności z umową towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych zgodnie z dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770^{**} i dyrektywą (UE) 2019/771, w tym aktualizację zabezpieczeń lub aktualizację funkcjonalności;
- v) »materiał eksploatacyjny« oznacza każdy element towaru, który regularnie się zużywa i wymaga wymiany lub uzupełnienia, aby towar mógł funkcjonować zgodnie z przeznaczeniem;

- w) »funkcjonalność« oznacza funkcjonalność zdefiniowaną w art. 2 pkt 9 dyrektywy (UE) 2019/771.

* Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 66/2010 z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie oznakowania ekologicznego UE (Dz.U. L 27 z 30.1.2010, s. 1).

** Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 1).”;

2) w art. 6 wprowadza się następujące zmiany:

a) ust. 1 lit. b) otrzymuje brzmienie:

„b) główne cechy produktu, takie jak jego dostępność, związane z nim korzyści, ryzyko, wykonanie, skład, cechy środowiskowe lub społeczne, wyposażenie dodatkowe, aspekty związane z obiegiem zamkniętym, takie jak trwałość, możliwość naprawy lub zdolność do recyklingu, usługi po sprzedaży i procedura reklamacyjna, sposób i data produkcji lub świadczenia, dostawa, przydatność, zastosowanie, ilość, specyfikacja, pochodzenie geograficzne lub handlowe, spodziewane rezultaty jego zastosowania lub wyniki i istotne cechy testów lub kontroli przeprowadzonych na produkcie.”;

b) w ust. 2 dodaje się litery w brzmieniu:

- „d) formułowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności związanych z przyszłą efektywnością ekologiczną bez jasnych, obiektywnych, publicznie dostępnych i weryfikowalnych zobowiązań określonych w szczegółowym i realistycznym planie wykonania, który obejmuje wymierne i określone w czasie cele oraz inne odpowiednie elementy niezbędne do wsparcia jego realizacji, takie jak przydział zasobów, i który jest regularnie weryfikowany przez niezależnego eksperta będącego stroną trzecią, którego ustalenia są udostępniane konsumentom;
- e) reklamowanie korzyści dla konsumentów, które są nieistotne i nie wynikają z żadnej cechy produktu lub działalności przedsiębiorcy.”;

3) w art. 7 dodaje się ustęp w brzmieniu:

- „7. W przypadku gdy przedsiębiorca świadczy usługę polegającą na porównaniu produktów i przekazuje konsumentowi informacje dotyczące cech środowiskowych lub społecznych lub aspektów związanych z obiegiem zamkniętym, takich jak trwałość, możliwość naprawy lub zdolność do recyklingu, produktów lub dostawców tych produktów, za istotne informacje uznaje się informacje na temat metody porównania, produktów będących przedmiotem porównania oraz dostawców tych produktów, a także działań mających na celu zapewnienie aktualności tych informacji.”;

4) W załączniku I wprowadza się zmiany określone w załączniku do niniejszej dyrektywy.

Artykuł 2
Zmiany w dyrektywie 2011/83/UE

W dyrektywie 2011/83/UE wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 2 dodaje się punkty w brzmieniu:

- „14a) »handlowa gwarancja trwałości« oznacza handlową gwarancję trwałości udzielaną przez producenta, o której mowa w art. 17 dyrektywy (UE) 2019/771, zgodnie z którą przez cały okres obowiązywania tej handlowej gwarancji trwałości producent ponosi wobec konsumenta bezpośrednią odpowiedzialność za naprawę lub wymianę towarów, zgodnie z w art. 14 tej dyrektywy, jeżeli towary nie zachowują trwałości;
- 14b) »trwałość« oznacza trwałość zdefiniowaną w art. 2 pkt 13 dyrektywy (UE) 2019/771;
- 14c) »producent« oznacza producenta zdefiniowanego w art. 2 pkt 4 dyrektywy (UE) 2019/771;
- 14d) »wyrażona za pomocą punktacji ocena możliwości naprawy« oznacza ocenę możliwości dokonania naprawy towaru wyrażoną za pomocą punktacji, na podstawie zharmonizowanych wymogów ustanowionych na poziomie Unii;

14e) »aktualizacja oprogramowania« oznacza bezpłatną aktualizację, w tym aktualizację zabezpieczeń, niezbędną do zapewnienia zgodności z umową towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych i usług cyfrowych zgodnie z dyrektywami (UE) 2019/770 i (UE) 2019/771;»;

2) w art. 5 ust. 1 wprowadza się następujące zmiany:

a) lit. e) otrzymuje brzmienie:

„e) przypomnienie o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towarów z umową oraz o jego głównych elementach, w tym minimalnym okresie obowiązywania wynoszącym dwa lata, jak przewidziano w dyrektywie (UE) 2019/771, podane w widoczny sposób, z wykorzystaniem zharmonizowanej informacji, o której mowa w art. 22a niniejszej dyrektywy;»;

b) dodaje się litery w brzmieniu:

„ea) w przypadku gdy producent udziela konsumentowi handlowej gwarancji trwałości bez dodatkowych kosztów, obejmującej cały towar i obowiązującej przez okres dłuższy niż dwa lata i udostępnia te informacje przedsiębiorcy – informacje o tym, że dany towar korzysta z takiej gwarancji, o okresie jej obowiązywania wraz z przypomnieniem o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową, podane w widoczny sposób, przy użyciu zharmonizowanego oznakowania, o którym mowa w art. 22a;

- eb) przypomnienie o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności treści cyfrowych i usług cyfrowych z umową;
 - ec) w stosownych przypadkach – istnienie i warunki usług posprzedażnych oraz gwarancji handlowych;
 - ed) w odniesieniu do towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych oraz usług cyfrowych, w przypadku gdy producent lub dostawca udostępnia przedsiębiorcy takie informacje – minimalny okres, w którym producent lub dostawca zapewnia aktualizacje oprogramowania, przy czym może być on wyrażony jako okres lub poprzez podanie daty końcowej;”;
- c) dodaje się litery w brzmieniu:
- „i) w stosownych przypadkach – wyrażona za pomocą punktacji ocena możliwości naprawy towarów;
 - j) jeżeli lit. i) nie ma zastosowania i pod warunkiem, że producent udostępnia takie informacje przedsiębiorcy – informacje o dostępności, szacunkowym koszcie i procedurze zamawiania części zamiennych niezbędnych do utrzymania zgodności towarów z umową, o dostępności instrukcji naprawy i konserwacji, a także o ograniczeniach dotyczących napraw.”;

3) w art. 6 ust. 1 wprowadza się następujące zmiany:

a) lit. g) otrzymuje brzmienie:

„g) warunki płatności, dostarczenia, w tym przyjaznych dla środowiska opcji dostawy, jeżeli są dostępne, wykonania, termin, w jakim przedsiębiorca zobowiązuje się do dostarczenia towarów lub świadczenia usług, oraz, w przypadku gdy ma to zastosowanie, stosowane przez przedsiębiorcę procedury rozpatrywania reklamacji;”;

b) lit. l) otrzymuje brzmienie:

„l) przypomnienie o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towarów z umową oraz o jego głównych elementach, w tym minimalnym okresie obowiązywania wynoszącym dwa lata, jak przewidziano w dyrektywie (UE) 2019/771, podane w widoczny sposób, z wykorzystaniem zharmonizowanej informacji, o której mowa w art. 22a niniejszej dyrektywy;”;

c) dodaje się litery w brzmieniu:

„la) w przypadku gdy producent udziela konsumentowi handlowej gwarancji trwałości bez dodatkowych kosztów, obejmującej cały produkt i obowiązującej przez okres dłuższy niż dwa lata i udostępnia te informacje przedsiębiorcy – informacje o tym, że dany towar korzysta z takiej gwarancji, o okresie jej obowiązywania wraz z przypomnieniem o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową, podane w widoczny sposób, przy użyciu zharmonizowanego oznakowania, o którym mowa w art. 22a;

- lb) przypomnienie o istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności treści cyfrowych i usług cyfrowych z umową;
- lc) w odniesieniu do towarów z elementami cyfrowymi, treści cyfrowych oraz usług cyfrowych, w przypadku gdy producent lub dostawca udostępnia przedsiębiorcy takie informacje – minimalny okres, w którym producent lub dostawca zapewnia aktualizacje oprogramowania, przy czym może być on wyrażony jako okres lub poprzez podanie daty końcowej;”;
- d) dodaje się litery w brzmieniu:
 - „u) w stosownych przypadkach – wyrażona za pomocą punktacji ocena możliwości naprawy towarów;
 - v) jeżeli lit. u) nie ma zastosowania i pod warunkiem, że producent udostępnia takie informacje przedsiębiorcy – informacje o dostępności, szacunkowym koszcie i procedurze zamawiania części zamiennych niezbędnych do utrzymania zgodności towarów z umową, o dostępności instrukcji naprawy i konserwacji, a także o ograniczeniach dotyczących napraw.”;

4) art. 8 ust. 2 akapit pierwszy otrzymuje brzmienie:

„2. Jeżeli umowa zawierana na odległość, która ma zostać zawarta przy użyciu środków elektronicznych, nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty, przedsiębiorca przekazuje konsumentowi w jasny i widoczny sposób oraz bezpośrednio przed złożeniem przez niego zamówienia, informacje przewidziane w art. 6 ust. 1 lit. a), e), la), o) i p).”;

5) w rozdziale V dodaje się artykuł w brzmieniu:

„Artykuł 22a

Zharmonizowana informacja i zharmonizowane oznakowanie

1. W celu zapewnienia, aby konsumenci byli dobrze poinformowani i mogli łatwo zrozumieć przysługujące im w całej Unii prawa, do przekazywania informacji zgodnie z art. 5 ust. 1 lit. e) oraz art. 6 ust. 1 lit. l) stosuje się zharmonizowaną informację, a do przekazywania informacji zgodnie z art. 5 ust. 1 lit. ea) i art. 6 ust. 1 lit. la) stosuje się zharmonizowane oznakowanie.
2. Do dnia ... [18 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej dyrektywy zmieniającej] Komisja w drodze aktów wykonawczych określi wzór i treść zharmonizowanej informacji, o której mowa w ust. 1.

3. Zharmonizowana informacja musi zawierać przypomnienie o głównych elementach prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową, w tym o jego minimalnym okresie obowiązywania wynoszącym dwa lata, jak przewidziano w dyrektywie (UE) 2019/771, oraz ogólną adnotację, że okres obowiązywania prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową może być dłuższy na mocy prawa krajowego.
4. Do dnia ... [18 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej dyrektywy zmieniającej] Komisja w drodze aktów wykonawczych określi projekt i treść zharmonizowanego oznakowania, o którym mowa w ust. 1.
5. Zharmonizowana informacja i zharmonizowane oznakowanie muszą być łatwo rozpoznawalne i łatwe do zrozumienia dla konsumentów oraz łatwe do stosowania i powielania przez przedsiębiorców.
6. Te akty wykonawcze przyjmuje się zgodnie z procedurą sprawdzającą, o której mowa w art. 27a.”;

6) dodaje się artykuł w brzmieniu:

„Artykuł 27a

Procedura komitetowa

1. Komisję wspomaga komitet. Komitet ten jest komitetem w rozumieniu rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 182/2011*.
2. W przypadku odesłania do niniejszego ustępu stosuje się art. 5 rozporządzenia (UE) nr 182/2011.

* Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 182/2011 z dnia 16 lutego 2011 r. ustanawiające przepisy i zasady ogólne dotyczące trybu kontroli przez państwa członkowskie wykonywania uprawnień wykonawczych przez Komisję (Dz.U. L 55 z 28.2.2011, s. 13).”.

Artykuł 3

Sprawozdanie Komisji i przegląd

Do dnia ... [90 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej dyrektywy zmieniającej] Komisja przedłoży Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie ze stosowania niniejszej dyrektywy.

Sprawozdanie to zawiera ocenę wkładu niniejszej dyrektywy we wzmocnienie praw konsumentów, w szczególności skuteczności zharmonizowanego oznakowania i zharmonizowanej informacji pod względem poprawy dostępności handlowych gwarancji trwałości i ich zrozumienia przez konsumentów, a także świadomości konsumentów na temat ich praw w ramach prawnego obowiązku zapewnienia zgodności z umową. Ponadto w sprawozdaniu ocenia się, jak niniejsza dyrektywa ogólnie przyczynia się do udziału konsumentów w transformacji ekologicznej, oraz jej wpływ na przedsiębiorców.

Do sprawozdania dołącza się, w stosownych przypadkach, odpowiednie wnioski ustawodawcze.

Artykuł 4

Transpozycja

1. Państwa członkowskie przyjmują i publikują do dnia ... [24 miesiące od dnia wejścia w życie niniejszej dyrektywy zmieniającej] przepisy niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy. Niezwłocznie powiadamiają o tym Komisję.

Państwa członkowskie stosują te przepisy od dnia ... [30 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej dyrektywy zmieniającej].

Przepisy przyjęte przez państwa członkowskie zawierają odniesienie do niniejszej dyrektywy lub odniesienie takie towarzyszy ich urzędowej publikacji. Sposób dokonywania takiego odniesienia określany jest przez państwa członkowskie.

2. Państwa członkowskie przekazują Komisji tekst najważniejszych przepisów prawa krajowego w dziedzinie objętej zakresem niniejszej dyrektywy.

Artykuł 5

Wejście w życie

Niniejsza dyrektywa wchodzi w życie dwudziestego dnia po jej opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Artykuł 6

Adresaci

Niniejsza dyrektywa skierowana jest do państw członkowskich.

Sporządzono w Strasburgu

W imieniu Parlamentu Europejskiego

Przewodnicząca

W imieniu Rady

Przewodniczący / Przewodnicząca

ZAŁĄCZNIK

W załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE wprowadza się następujące zmiany:

1) dodaje się punkt w brzmieniu:

„2a. Umieszczanie oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru, które nie jest oparte na systemie certyfikacji ani nie zostało ustanowione przez organy publiczne.”;

2) dodaje się punkty w brzmieniu:

„4a. Formułowanie ogólnego twierdzenia dotyczącego ekologiczności, gdy przedsiębiorca nie jest w stanie wykazać uznanej wysokiej efektywności ekologicznej istotnej dla tego twierdzenia.

4b. Formułowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności w odniesieniu do całego produktu lub całej działalności przedsiębiorcy, jeżeli dotyczą one tylko określonego aspektu produktu lub konkretnego rodzaju działalności przedsiębiorcy.

4c. Twierdzenie, uzasadniane kompensowaniem emisji gazów cieplarnianych, że produkt ma neutralny, ograniczony lub pozytywny wpływ na środowisko pod względem emisji gazów cieplarnianych.”;

3) dodaje się punkt w brzmieniu:

„10a. Przedstawianie wymogów nałożonych na mocy prawa na wszystkie produkty należące do danej kategorii produktów na rynku unijnym jako cechy wyróżniające ofertę przedsiębiorcy.”;

4) dodaje się punkty w brzmieniu:

- „23d. Zatajanie przed konsumentem informacji o tym, że aktualizacja oprogramowania będzie miała negatywny wpływ na funkcjonowanie towarów z elementami cyfrowymi lub korzystanie z treści cyfrowych lub usług cyfrowych.
- 23e. Prezentowanie aktualizacji oprogramowania jako niezbędnej, w przypadku gdy poprawia ona jedynie funkcjonalność.
- 23f. Komunikaty handlowe dotyczące towaru posiadającego właściwość wprowadzoną, aby ograniczyć jego trwałość, pomimo tego, że informacje na temat takiej właściwości i jej wpływu na trwałość towaru są dostępne dla przedsiębiorcy.
- 23g. Fałszywe twierdzenie, że w normalnych warunkach użytkowania towar ma pewną trwałość, jeżeli chodzi o czas lub intensywność użytkowania.
- 23h. Przedstawianie towaru jako nadającego się do naprawy, w sytuacji gdy tak nie jest.
- 23i. Nakłanianie konsumenta do zastąpienia lub uzupełnienia materiałów eksploatacyjnych towaru wcześniej, niż jest to konieczne z przyczyn technicznych.
- 23j. Zatajanie informacji dotyczących ograniczenia funkcjonalności towaru w przypadku korzystania z materiałów eksploatacyjnych, części zamiennych lub wyposażenia dodatkowego, które nie zostały dostarczone przez pierwotnego producenta, lub fałszywe twierdzenie, że takie ograniczenie funkcjonalności wystąpi.”.
-