

Bruxelles, 1. travnja 2022.
(OR. en)

Međuinstitucijski predmet:
2022/0092(COD)

7808/22
ADD 4

CONSOM 78
MI 246
COMPET 203
ENER 118
ENV 313
SUSTDEV 75
DIGIT 73
CODEC 421
IA 36

POP RATNA BILJEŠKA

Od:	Glavna tajnica Europske komisije, potpisala direktorica Martine DEPREZ
Datum primitka:	31. ožujka 2022.
Za:	Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, glavni tajnik Vijeća Europske unije
Br. dok. Kom.:	SWD(2022) 86 final
Predmet:	RADNI DOKUMENT SLUŽBI KOMISIJE SAŽETAK IZVJEŠĆA O PROCJENI UČINKA priložen dokumentu Prijedlog DIREKTIVE EUROPSKOG PARLAMENTA I VIJEĆA o izmjeni direktiva 2005/29/EZ i 2011/83/EU u pogledu jačanja položaja potrošača u zelenoj tranziciji boljom zaštitom od nepoštenih praksi i boljim informiranjem

Za delegacije se u prilogu nalazi dokument SWD(2022) 86 final.

Priloženo: SWD(2022) 86 final

Bruxelles, 30.3.2022.
SWD(2022) 86 final

RADNI DOKUMENT SLUŽBI KOMISIJE
SAŽETAK IZVJEŠĆA O PROCJENI UČINKA

priložen dokumentu

Prijedlog DIREKTIVE EUROPSKOG PARLAMENTA I VIJEĆA
o izmjeni direktiva 2005/29/EZ i 2011/83/EU u pogledu jačanja položaja potrošača u
zelenoj tranziciji boljom zaštitom od nepoštenih praksi i boljim informiranjem

{COM(2022) 143 final} - {SEC(2022) 166 final} - {SWD(2022) 85 final}

Sažetak
Procjena učinka inicijative kojom se nastoji ojačati položaj potrošača u zelenoj tranziciji
A. Potreba za djelovanjem
O čemu je riječ? Zašto je to problem na razini EU-a?
Ova procjena učinka pokazuje sljedeće: • potrošačima nedostaju pouzdanе informacije o održivosti proizvoda (ekološka obilježja, životni vijek, mogućnost popravka), • potrošači se suočavaju sa zavaravajućim poslovnim praksama (rano zastarijevanje proizvoda, manipulativni zeleni marketing koji provode organizacije, nedostatak transparentnosti i vjerodostojnosti oznaka održivosti i digitalnih informacijskih alata). To je u suprotnosti s ciljem europskog zelenog plana da se ostvari prelazak na okolišno održivije gospodarstvo i društvo, odnosno „zelenу tranziciju”. Ti problemi stavljaju u nepovoljan položaj: • potrošače, tako što se navode na neoptimalne odabire i sprečavaju u tome da aktivno doprinose zelenoj tranziciji te tako da se smanjuje njihovo povjerenje u trenutаčno dostupne informacije o okolišu, • poduzeća koja nude uistinu održive proizvode u usporedbi s poduzećima koja ih ne nude. Osim toga, neka se poduzeća izlažu riziku od nepotrebno visokih troškova usklađivanja jer države članice EU-a počinju uvoditi različita nacionalna rješenja za ove prethodno utvrđene probleme. Naposljetku, učinci odabira neodržive potrošnje na okoliš trenutаčno se ne otklanjaju na odgovarajući način. U procjeni su utvrđena dva razlogа: 1. nedostaci na tržištu, zbog nedovoljnog gospodarskog poticanja poduzeća na pružanje informacija o održivosti proizvoda ili prestanak primjene utvrđenih praksi; 2. nedovoljno prilagođena pravila EU-a, što nacionalnim tijelima otežava učinkovito rješavanje problema koje su utvrdila.
Što bi trebalo postići?
Inicijativom se nastoji: 1. osigurati nesmetano funkcioniranje jedinstvenog tržišta EU-a u korist potrošača i trgovaca; 2. promicati uloga potrošnje u postizanju klimatskih ciljeva EU-a i zaštiti okoliša. Kad je riječ o potražnji, inicijativom bi se trebao umanjiti nepovoljan položaj potrošača, povećati njihovo povjerenje i ojačati njihov položaj kako bi imali aktivnu ulogu u zelenoj tranziciji. Kad je riječ o ponudi, inicijativom se nastoje osigurati jednaki uvjeti i pravna sigurnost za poduzeća. Konkretni su ciljevi sljedeći: 1. omogućiti potrošačima da donose utemeljene odluke o kupnji (promicanje održive potrošnje); 2. ukloniti prakse koje potrošače odvraćaju od odabira održive potrošnje; 3. osigurati bolju i dosljedniju primjenu pravila EU-a.
Koja je dodana vrijednost djelovanja na razini EU-a (supsidijarnost)?
Zaštita potrošača obuhvaćena je zajedničkom nadležnošću („podijeljena nadležnost”) vlada država članica EU-a i EU-a te stoga EU ima ovlasti djelovati po potrebi.

Inicijativom se nastoje riješiti problemi koji su široko rasprostranjeni i imaju iste uzroke u cijelom EU-u. Budući da države članice EU-a jednostrano razvijaju posebno zakonodavstvo za rješavanje tih problema, djelovanjem na razini EU-a u okviru ove inicijative smanjila bi se pravna fragmentacija na jedinstvenom tržištu te bi se umanjile posljedice u smislu prepreka prekograničnoj trgovini i neujednačene razine zaštite potrošača.

Naposljetku, klimatske promjene i degradacija okoliša ne prestaju na nacionalnim granicama: neodrživa potrošnja u jednoj zemlji može utjecati na druge zemlje. Stoga bi se kombiniranim djelovanjem na razini EU-a mogli djelotvornije riješiti ti problemi u EU-u u cjelini.

B. Rješenja

Koje su opcije za postizanje ciljeva? Postoji li opcija kojoj se daje prednost? Ako ne, zašto?

U procjeni je utvrđen niz opcija politike kojima se daje prednost koje bi osigurale da je ova inicijativa u skladu s drugim inicijativama koje su trenutačno u pripremi (inicijativa za tvrdnje o prihvatljivosti za okoliš i inicijativa za održive proizvode).

Sljedeće su opcije kojima se daje prednost samostalne, a u nekim slučajevima pružaju opća pravila koja će druge dvije inicijative korisno dopuniti:

1. navođenje informacija o postojanju (ili nepostojanju) proizvođačeva komercijalnog jamstva trajnosti i razdoblja u kojem se pružaju besplatna ažuriranja softvera;
2. navođenje ocjene popravljivosti ili drugih relevantnih informacija o popravku, prema potrebi/kada je dostupno;
3. zabrana određenih praksi povezanih s ranim zastarijevanjem;
4. utvrđivanje pravila kojima bi se osigurala pravednost tvrdnji o prihvatljivosti za okoliš, među ostalim zabranom određenih praksi manipulativnog zelenog marketinga;
5. utvrđivanje pravila kojima bi se osigurale transparentnost i vjerodostojnost oznaka održivosti i alata za informiranje o održivosti.

Kako?

- Opcije 1. i 2. ostvarit će se ciljanim izmjenama Direktive o pravima potrošača (Direktiva 2011/83/EU).
- Opcije 3, 4. i 5. ostvarit će se ciljanim izmjenama Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi (Direktiva 2005/29/EZ).

Koji proizvodi?

- Za opciju 1., za svu robu, osim za ažuriranja softvera koja su relevantna samo za određenu robu. Nadalje, odlučeno je da trgovci trebaju pružiti informacije o nepostojanju proizvođačeva jamstva trajnosti samo za robu koja koristi energiju.
- Za opciju 2. nije utvrđen opseg proizvoda (mjera će se primjenjivati u svakoj situaciji u kojoj postoji obveza stavljanja predmetnih informacija na raspolaganje prema primjenjivom zakonu).
- Slično tome, za opcije 3., 4. i 5. nije utvrđen opseg proizvoda jer će se te mjere primjenjivati na određene poslovne prakse, neovisno o predmetnom proizvodu.

Koja su stajališta dionika? Tko podržava koju opciju?

Udruženja potrošača općenito podržavaju opcije politike kojima se daje prednost. Kad je riječ o opcijama 1., 3. i 4., podržavaju mjere koje su ambicioznije od predloženih.

Poslovna udruženja smatraju da su odabrane opcije 1. i 4. učinkovite, ali ukazuju i na umjerene troškove koje bi stvorile. Iskazala su određeno negodovanje u pogledu opcije 3. zbog percipiranih visokih troškova. Međutim, riječ je o skupini dionika koja će opciju 5. najvjerojatnije smatrati učinkovitom.

Nacionalna tijela općenito podržavaju razne odabrane opcije, a posebno opcije 3., 4. i 5. jer bi olakšale njihove provedbene aktivnosti.

C. Učinci opcija kojima se daje prednost

Koje su koristi opcija kojima se daje prednost?

Potrošači – općenito bi imali priličnu korist.

Mogli bi **donositi bolje odluke** zahvaljujući:

- boljoj dostupnosti i pouzdanosti informacija na prodajnom mjestu koje opisuju postojanje i duljinu proizvođačeva komercijalnog jamstva trajnosti i razdoblja u kojemu se pružaju besplatna ažuriranja softvera,
- dostupnosti ocjene popravljivosti ili drugih relevantnih informacija o popravku,
- mjerama za rješavanje problema manipulativnog zelenog marketinga, ranog zastarijevanja i upotrebe oznaka održivosti i digitalnih informacijskih alata koji nisu transparentni ili vjerodostojni.

Njihova bi **prava također bila bolje zaštićena**:

- mogli bi lakše utvrditi koji proizvodi imaju produljeno proizvođačevo komercijalno jamstvo trajnosti i odabrati takve proizvode ako to zadovoljava njihove potrebe,
- u manjoj bi mjeri bili zavaravani lažnim tvrdnjama o prihvatljivosti za okoliš i nepouzdanim/netransparentnim oznakama održivosti i digitalnim informacijskim alatima,
- proizvodi koje kupuju ne bi se kvarili ranije nego što su očekivali.

Okoliš

Potrošači bi vjerojatnije odabirali proizvode koji su održivi (proizvode proizvedene tako da manje utječu na okoliš, proizvode za koje se očekuje da će trajati dulje i proizvode koji će se moći češće popravljati nego sada).

Poduzeća

Bilo bi manje potencijalnih prepreka prekograničnoj trgovini uzrokovanih jednostranim mjerama koje su uspostavile pojedinačne države članice EU-a. Posebno bi opcije 3., 4. i 5. dovele do jednakih uvjeta jer se njima nastoje suzbiti nepoštene prakse koje primjenjuju neki tržišni subjekti.

Koji su troškovi opcija kojima se daje prednost?

Pružanje informacija o komercijalnim jamstvima trajnosti, razdobljima u kojima se pružaju besplatna ažuriranja softvera i popravcima stvorit će dodatne troškove za poduzeća.

Međutim, oni bi trebali biti ograničeni i – iako je vjerojatno da će se prenijeti na potrošače – ne očekuje se da će negativno utjecati na potražnju, pogotovo zato što će potrošači biti u većoj mjeri spremniji platiti za proizvode koji dulje traju ili se mogu lakše popraviti.

Rješavanje problema manipulativnog zelenog marketinga i ranog zastarijevanja isto će tako dovesti do dodatnih troškova, ali uglavnom za poduzeća koja trenutačno primjenjuju takve prakse. Poduzeća koja ne primjenjuju takve prakse zapravo će imati koristi od jednakih uvjeta jer će se prakse urediti u tom pogledu.

Utvrđivanje pravila za osiguravanje transparentnosti i vjerodostojnosti oznaka održivosti i alata za informiranje o održivosti dovest će do povećanih troškova za organizacije koje se njima bave. Oni će se vjerojatno prenijeti na poduzeća koja se prijavljuju za takve oznake, ali ona mogu odlučiti da će se prijaviti za manji broj oznaka u budućnosti.

Nacionalna tijela snosit će troškove povezane s provedbom novih obveza. Međutim, neki su istaknuli da jasnija pravila o manipulativnom zelenom marketingu i ranom zastarijevanju zapravo mogu dovesti do ušteda za njih, s obzirom na teškoće i potrebne resurse u okviru provedbe trenutačnih pravila.

Napominjemo i da bi kombiniranje raznih opcija trebalo stvoriti određenu ekonomiju razmjera u pogledu troškova provedbe i troškova za poduzeća (npr. troškovi upoznavanja s novim mjerama i internih inspekcija).

Koji su učinci na MSP-ove i konkurentnost?

U skladu s postojećim potrošačkim pravom EU-a za mala, srednja ili mikropoduzeća nisu predviđena nikakva izuzeća jer bi to bilo u suprotnosti s općom svrhom pravila o zaštiti potrošača. To bi bilo u suprotnosti i s interesima malih i srednjih poduzeća jer bi potrošači imali nižu razinu zaštite, a time i manje povjerenja pri kupnji od njih.

Stoga bi navedene troškove snosili MSP-ovi. Međutim, oni bi imali koristi i od pravednijih praksi na tržištu, koje bi dovele do jednakih uvjeta, te od smanjenih prepreka prekograničnoj trgovini jer bi se izbjegle potencijalne razlike u zakonodavstvu u EU-u s obzirom na to da zemlje primjenjuju različita rješenja.

Hoće li to bitno utjecati na državne proračune i uprave?

Nacionalne uprave snosit će dodatne troškove povezane s provođenjem novih pravila, iako bi opcije 4. i 5. zapravo mogle dovesti do ušteda, a u kombiniranju odabranih opcija postoje određene ekonomije razmjera.

Odabrane opcije oslanjaju se i na poboljšanja stvorena nedavnim izmjenama zakonodavstva o provedbi.

Hoće li biti drugih bitnih učinaka?

Nisu utvrđeni drugi bitni učinci, među ostalim ni na zemlje izvan EU-a.

Procijenjena je i usklađenost opcija s drugim zakonodavstvom i povezanim inicijativama koje su u pripremi te je taj aspekt pažljivo uzet u obzir pri odabiru opcija kojima se daje prednost. Sve odabrane opcije osmišljene su tako da dopunjuju postojeće zakonodavstvo i olakšavaju provedbu.

Proporcionalnost?

Kako je prethodno navedeno, utvrdili smo niz opcija politike kojima se daje prednost koje osiguravaju da je ova inicijativa u skladu s inicijativom za tvrdnje o prihvatljivosti za okoliš i inicijativom za održive proizvode koje su trenutačno u pripremi.

Odabrane opcije smatraju se proporcionalnima u smislu trenutačne štete za potrošače, očekivanih koristi u pogledu dobrobiti potrošača, troškova koje će snositi poduzeća i uprave te očekivanih pozitivnih učinaka na društvo zbog smanjenja emisija CO₂ i drugih učinaka na okoliš.

Opcije koje stvaraju vrlo visoke troškove za poduzeća nisu odabrane ili su odbačene u ranoj fazi.

D. Daljnje mjere

Kad će se predložene mjere preispitati?

Osim redovitog praćenja, predlažemo da se o uspješnosti funkcioniranja inicijative izvijesti tri godine nakon njezine provedbe.