

Bruxelles, 26. veljače 2026.
(OR. en)

6634/26

CONSOM 55	CLIMA 82
COMPET 228	ENV 158
MI 170	DIGIT 49
IND 134	TELECOM 84
ENT 36	SAN 105
JUSTCIV 29	AUDIO 30
EF 44	CYBER 78
ECOFIN 243	CHIMIE 21
TRANS 95	RC 5
ENER 86	

ISHOD POSTUPAKA

Od: Glavno tajništvo Vijeća

Na datum: 26. veljače 2026.

Za: Delegacije

Br. preth. dok.: 6073/1/26 REV 1

Predmet: Zaključci o Agendi za potrošače do 2030. (odobreno 26. veljače 2026.)

Za delegacije se u Prilogu nalaze Zaključci Vijeća o Agendi za potrošače do 2030., koje je Vijeće odobrilo na 4158. sastanku održanom 26. veljače 2026.

Zaključci Vijeća o Agendi za potrošače do 2030.

PODSJEĆAJUĆI NA

- Zaključke Vijeća o novoj strategiji za potrošače¹, usvojene 22. veljače 2021.², i
- zaključke Europskog vijeća sa sastanka 23. listopada 2025.³, u kojima se, među ostalim, naglašava važnost zaštite maloljetnika;

PRIMAJUĆI NA ZNANJE izvješće o budućnosti jedinstvenog tržišta koje je predstavio Enrico Letta⁴, u kojem se ističe potreba za jačanjem jedinstvenog tržišta kako bi se poduprla konkurentnost i otpornost te prepoznaje da se zaštita potrošača i konkurentnost međusobno osnažuju i da je povjerenje potrošača temelj pravilnog funkcioniranja jedinstvenog tržišta, pri čemu se ujedno ističe potreba za pojednostavnjenjem i činjenica da je poboljšanje pravila o zaštiti potrošača ključno za izgradnju jedinstvenog tržišta od kojeg svi imaju korist;

PODSJEĆAJUĆI na komunikacije Komisije naslovljene:

- „Kompas konkurentnosti za EU”⁵
- „Sveobuhvatan paket instrumenata EU-a za sigurnu i održivu e-trgovinu”⁶
- „Jedinstveno tržište: naše europsko domaće tržište u uvjetima globalne neizvjesnosti”⁷;

PODSJEĆAJUĆI na Izjavu iz Jutlanda o stvaranju sigurnog internetskog okružja za maloljetnike;

1 COM(2020) 696 final.

2 SL 2021/C 154/05.

3 EUCO 18/25.

4 Enrico Letta: „[Much more than a market](#)” („Više od tržišta”).

5 COM(2025) 30 final.

6 COM(2025) 37 final.

7 COM(2025) 500 final.

ISTIČUĆI trenutačna geopolitička kretanja i njihov znatan utjecaj na potrošače diljem Unije, osobito u najpogođenijim državama članicama;

ISTIČUĆI izazove povezane s međunarodnom suradnjom koja se odnosi na subjekte iz trećih zemalja i globalne lance opskrbe zbog trenutačnih geopolitičkih kretanja, koja također znatno utječu na potrošače;

PODSJEČAJUĆI na koristi koje digitalno gospodarstvo donosi potrošačima i na činjenicu da su odnosi između poduzeća i potrošača sve češće višekanalne prirode te na brz razvoj i sve veću upotrebu novih digitalnih tehnologija i alata, kao što je umjetna inteligencija, u svim sektorima;

ISTIČUĆI potrebu da se osigura da pravo EU-a o zaštiti potrošača i dalje pruža visoku razinu zaštite i osnaživanja potrošača u digitalnom okruženju s obzirom na tehnološki razvoj i poslovne modele i obrasce potrošnje koji se brzo razvijaju;

PREPOZNAJUĆI potrebu da se osigura djelotvorna zaštita potrošača, koji su izloženi štetnim praksama i ozbiljnim rizicima, posebno na internetu, te NAGLAŠAVAJUĆI da bi posebnu pozornost trebalo posvetiti zaštiti ranjivih potrošača, posebno maloljetnika;

PREPOZNAJUĆI da, iako se određeni potrošači, kao što su maloljetnici, osobe s invaliditetom i starije osobe, smatraju ranjivima, ranjivost potrošača ujedno je dinamičan koncept i ovisi o kontekstu;

PODSJEČAJUĆI na eksponencijalni rast e-trgovine, koja iz temelja mijenja način interakcije potrošača i poduzeća; ISTIČUĆI nagli porast nesigurnih i na drugi način neusklađenih potrošačkih proizvoda koji kruže na jedinstvenom tržištu, a koji uglavnom potječu iz zemalja izvan EU-a i često se stavljaju na tržište primjenom obmanjujućih i agresivnih tehnika, posebno putem internetskih platformi; PREPOZNAJUĆI da to ugrožava potrošače i okoliš, povećava potrošnju resursa i izlaže europska poduzeća koja se pridržavaju propisa nepoštenom tržišnom natjecanju;

NAGLAŠAVAJUĆI važnost iskorištavanja punog potencijala digitalnih alata, kao što su digitalne putovnice za proizvode i umjetna inteligencija, za provedbu pravila o sigurnosti proizvoda i zaštiti potrošača, pojednostavnjenje postupaka i smanjenje opterećenja za poduzeća i tijela vlasti, uz istodobno uklanjanje razlika u provedbenim kapacitetima, pri čemu se uzima u obzir tehnološka neutralnost;

ISTIČUĆI da bi jačanje zaštite i educiranja potrošača, kao i promicanje jednakih uvjeta za poduzeća, trebali doprinijeti postizanju ključnih ciljeva EU-a, a to su integriranije jedinstveno tržište, promicanje pravednog prijelaza na zeleno i digitalno gospodarstvo te poticanje konkurentnosti i gospodarskog rasta uz socijalnu koheziju;

ISTIČUĆI da privatna potrošnja čini više od polovine BDP-a EU-a, zbog čega su izdaci potrošača njegova najveća pojedinačna sastavnica; NAGLAŠAVAJUĆI da odluke potrošača o kupnji imaju velik utjecaj na gospodarstvo i radna mjesta;

PREPOZNAJUĆI da određene poslovne prakse, kao što je ponuda potrošačkih proizvoda bez jasnih i istaknutih informacija za potrošače, mogu negativno utjecati na transparentnost cijena i informirano donošenje odluka potrošača;

ISTIČUĆI da su dostupnost i cjenovna pristupačnost održive robe i usluga ključne ne samo za dobrobit potrošača i zaštitu okoliša, već i za dugoročnu konkurentnost, stratešku autonomiju i povećanu otpornost Unije te bi ih stoga trebalo poticati, čime bi se doprinijelo izgradnji otpornih i održivih lanaca vrijednosti;

PONOVNO ISTIČUĆI potrebu za horizontalnim pristupom politici zaštite potrošača, koja je integrirana u druge politike EU-a i razmatra se pri njihovom utvrđivanju i provedbi, u skladu s odredbama Ugovorâ koje se odnose na zaštitu potrošača;

VIJEĆE EUROPSKE UNIJE,

1. POZDRAVLJA donošenje komunikacije Komisije od 19. studenoga 2025. naslovljene „Agenda za potrošače do 2030. i Akcijski plan za potrošače na jedinstvenom tržištu: „Novi poticaj za zaštitu potrošača, konkurentnost i održivi rast”⁸, u kojoj se predstavlja vizija politike EU-a za zaštitu potrošača od 2025. do 2030.;
2. NAGLAŠAVA važnost potrošača kao gospodarskih aktera koji svojim potrošačkim odlukama potiču tržišno natjecanje, inovacije i održivi napredak; ISTIČE važnost snažnog i pravednog okvira za zaštitu potrošača, uključujući educiranje potrošača, kako bi se održalo i povećalo povjerenje potrošača i poduprle informirane odluke potrošača, što je ključno za uspješno gospodarstvo; nadalje PREPOZNAJE bitnu socijalnu, zaštitnu i stabilizacijsku dimenziju politike zaštite potrošača;
3. PODUPIRE četiri ključna prioritetna područja Agende za potrošače do 2030., a to su dovršetak jedinstvenog tržišta – Akcijski plan za potrošače, digitalna pravednost i zaštita potrošača na internetu, održiva potrošnja te djelotvornija provedba i pravna zaštita u pravilima o zaštiti potrošača i sigurnosti proizvoda; PODUPIRE dva sveobuhvatna prioriteta Agende za potrošače do 2030., a to su zaštita potrošača u ranjivom položaju te pojednostavnjenje i smanjenje administrativnog opterećenja, kao i popratna djelovanja kojima se nastoji osigurati i povećati visoka razina zaštite potrošača u EU-u radi poticanja konkurentnosti, socijalne pravednosti i održivog rasta;

⁸ COM(2025) 848 final.

4. UVIĐA da na jedinstvenom tržištu postoje neopravdane prepreke, kao što su poteškoće pri kupnji usluga prekogranične mobilnosti, neopravdana teritorijalna ograničenja opskrbe i prepreke pristupu financijskim uslugama u drugoj državi članici, koje sprečavaju potrošače da u potpunosti iskoriste prednosti koje nudi jedinstveno tržište, te POZDRAVLJA namjeru Komisije da radi na uklanjanju te prepreke; POZIVA Komisiju da u svojoj evaluaciji Uredbe o geografskom blokiranju uzme u obzir činjenicu da se neki potrošači, osobito oni koji žive u najudaljenijim regijama Unije, i dalje suočavaju sa specifičnim preprekama pri kupnji robe; POZIVA Komisiju da također uzme u obzir činjenicu da se stanovnici nekih područja izloženih znatnim sezonskim fluktuacijama stanovništva suočavaju s posebnim izazovima, ne dovodeći u pitanje konkurentnost turističkog sektora i Ugovore te uzimajući u obzir načelo nediskriminacije i postojeći pravni okvir Unije;
5. PODSJEĆA da se pri utvrđivanju i provedbi drugih politika i aktivnosti Unije uzimaju u obzir zahtjevi zaštite potrošača; NAGLAŠAVA da je potrebno osigurati usklađenost, sinergiju i komplementarnost zakona EU-a o zaštiti potrošača, posebno Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi⁹ i digitalnih pravila EU-a, uključujući Akt o digitalnim uslugama¹⁰, Akt o umjetnoj inteligenciji¹¹, Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama¹² i Akt o digitalnim tržištima¹³, kako bi se osigurala visoka razina zaštite potrošača i jednaki uvjeti za sve u digitalnom okruženju;

⁹ Direktiva 2005/29/EZ.

¹⁰ Uredba (EU) 2022/2065.

¹¹ Uredba (EU) 2024/1689.

¹² Direktiva 2010/13/EU.

¹³ Uredba (EU) 2022/1925.

6. PREPOZNAJE potrebu za uklanjanjem postojećih regulatornih nedostataka, među ostalim u pogledu provedbe i potencijalne pravne nesigurnosti, nadovezujući se na nalaze provjere primjerenosti prava EU-a o zaštiti potrošača u vezi s digitalnom pravednošću¹⁴, kako bi se dodatno ojačala zaštita potrošača u digitalnom okruženju od praksi kao što su obmanjujući ili manipulativni dizajn sučelja (tamni obrasci), značajke dizajna koje stvaraju ovisnost, problematične prakse influencera, nepoštena personalizacija kojom se iskorištava ranjivost potrošača, netransparentne prakse dinamičnog određivanja cijena i druge problematične značajke digitalnih proizvoda; POZDRAVLJA namjeru Komisije da predloži Akt o digitalnoj pravednosti kako bi se ti ciljevi postigli, nadovezujući se na postojeći pravni okvir EU-a i u sinergiji s njime; POZDRAVLJA činjenicu da će se Aktom o digitalnoj pravednosti također nastojati pojednostavniti pravila za poduzeća; NAGLAŠAVA da je važno da se u svim mjerama izbjegne nepotrebna nova birokracija;
7. PREPOZNAJE da, iako značajke kao što su dob ili invaliditet čine neke potrošače ranjivima, ranjivost potrošača dinamičan je koncept koji može proizaći i iz nepovoljnih osobnih okolnosti koje, ako su ti potrošači izloženi nepoštenom komercijalnom iskorištavanju, pojačavaju asimetriju informacija i strukturne neravnoteže u odnosima između poduzeća i potrošača te mogu bitno utjecati na ponašanje potrošača; ISTIČE da bi visoki troškovi života, koji su razlog za zabrinutost mnogih potrošača, kao i nedostatak digitalnih vještina ili ograničena digitalna pismenost, također mogli dovesti do ranjivosti potrošača; NAGLAŠAVA potrebu za sprečavanjem i otklanjanjem netransparentnih praksi određivanja cijena koje utječu na osnovnu robu i usluge, osobito tijekom proglašanih izvanrednih stanja;
8. NAGLAŠAVA da je potrebno osigurati visoku razinu zaštite za sve potrošače, s posebnim naglaskom na onim najranjivijima, posebno maloljetnicima, za koje su potrebne pojačane zaštitne mjere u digitalnom okruženju; POZIVA Komisiju da pri pripremi Akta o digitalnoj pravednosti posebnu pozornost posveti zaštiti maloljetnika na internetu;

¹⁴ SWD(2024) 230 final.

9. POTIČE Komisiju da nastavi raditi na tome da se potrošačima omogući aktivnija uloga u prelasku na kružno gospodarstvo promicanjem sigurnih, održivih, cjenovno pristupačnih i pouzdanih ponuda koje se temelje na kružnosti, uključujući rabljenu, popravljenu, obnovljenu i ponovno proizvedenu robu i modele proizvoda kao usluga, uklanjanjem društvenih i bihevioralnih prepreka njihovoj primjeni, otklanjanjem poslovnih modela kojima se potiče prekomjerna potrošnja i izaziva zabrinutost u pogledu održivosti, poticanjem rješenja za e-trgovinu koja su prihvatljiva za okoliš te omogućivanjem jednostavnog pristupa relevantnim informacijama o proizvodima putem digitalnih putovnica za proizvode i drugih trajnih medija; PODSJEĆA da se zavaravajuće tvrdnje o prihvatljivosti za okoliš smatraju nepoštenom poslovnom praksom i da su već zabranjene Direktivom o nepoštenoj poslovnoj praksi; NAGLAŠAVA, među ostalim, važnost provedbe Direktive o jačanju položaja potrošača u zelenoj tranziciji¹⁵, kojom se uvode posebna pravila kako bi se osiguralo da su tvrdnje o prihvatljivosti za okoliš i oznake održivosti jasne, poštene, razumljive i pouzdane, čime se trgovcima omogućuje da posluju pod jednakim uvjetima, a potrošačima da donose informirane odluke i doprinose zelenoj tranziciji EU-a na kružno i čisto gospodarstvo;
10. SLAŽE SE s ciljem i NAGLAŠAVA važnost jačanja dosljedne i djelotvorne provedbe, primjene i izvršavanja pravila EU-a o sigurnosti potrošača i proizvoda, POZIVA na blisku suradnju među institucijama EU-a te upravnim i pravosudnim tijelima država članica, među ostalim jačanjem sinergije među alatima za nadzor tržišta i promicanjem aktivnog sudjelovanja organizacija potrošača i svih relevantnih sudionika na tržištu u cijelom lancu vrijednosti, ako je primjenjivo, te POTIČE države članice da se za prijavljivanje nesigurnih proizvoda aktivno koriste sustavom Safety Gate uspostavljenim Uredbom o općoj sigurnosti proizvoda¹⁶;

¹⁵ Direktiva (EU) 2024/825.

¹⁶ Uredba (EU) 2023/988.

11. **ISTIČE** potencijal umjetne inteligencije u zaštiti potrošača i provedbi pravila o sigurnosti proizvoda, uključujući aktivnosti nadzora tržišta, te potrebu da nadležna tijela mogu u potpunosti primijeniti umjetnu inteligenciju i izgraditi snažnije provedbene kapacitete; **POTIČE** Komisiju da ojača digitalne kapacitete za razvoj i rad modernih istražnih alata za provedbena tijela i tijela za nadzor tržišta, kao i alata usmjerenih na zaštitu maloljetnika u digitalnom okruženju;
12. **PREPOZNAJE** potrebu za jačanjem provedbe prava o zaštiti potrošača i osiguravanjem jednakih uvjeta za poduzeća, među ostalim boljom koordinacijom među nacionalnim tijelima te između nacionalnih tijela i Komisije, istodobno **UVAŽAVAJUĆI** različite sustave provedbe u državama članicama; **NAGLAŠAVA** potrebu za poduzimanjem mjera za jačanje provedbe, posebno u vezi s raširenim povredama, te **POZDRAVLJA** namjeru Komisije da predloži reviziju Uredbe o suradnji u zaštiti potrošača¹⁷ i procijeni različite mogućnosti za poboljšanje djelotvornosti provedbe, uključujući mogućnost centralizirane istrage i provedbenih ovlasti na razini EU-a u posebnim slučajevima;
13. **POZIVA** Komisiju da proširi suradnju s trećim zemljama u okviru bilateralnih ili multilateralnih kontakata i pritom ojača zajednički rad na širokom rasponu pitanja zaštite potrošača, uključujući osiguravanje da se na jedinstveno tržište stavljaju samo sigurni proizvodi i da potrošači imaju pristup sigurnim proizvodima koji se prodaju na internetu i izvan njega, s posebnim naglaskom na sve većoj količini pošiljaka male vrijednosti podrijetlom iz trećih zemalja koje se prodaju na internetu, osobito putem internetskih platformi, i predstavljaju posebne izazove za nadzor tržišta, carinske provjere i pošteno tržišno natjecanje;

¹⁷ Uredba (EU) 2017/2394.

14. POZIVA Komisiju da osigura da se pri pripremi novih inicijativa očuva horizontalna priroda prava o zaštiti potrošača, zajamči usklađenost i komplementarnost s postojećim zakonodavnim aktima izbjegavanjem preklapanja, pažljivo procijeni potreba za zakonodavnim prijedlozima te da se prijedlozi temelje na odgovarajućim procjenama učinka u skladu s načelima bolje regulative, uključujući procjenu provedivosti;
15. POZIVA Komisiju da osigura da su, uz istodobno održavanje visoke razine zaštite potrošača, nove inicijative usklađene s općim ciljem Unije o pojednostavnjenju i da ne dovode do nepotrebnog administrativnog opterećenja, posebno za MSP-ove, i da pritom osigura da digitalna rješenja osmišljena za postizanje te svrhe ne dovedu do isključivanja potrošača i da prema potrebi ostanu dostupne odgovarajuće nedigitalne alternative;
16. NAGLAŠAVA važnost jednostavnog, cjenovno pristupačnog i djelotvornog pristupa pravnoj zaštiti za potrošače u slučaju spora s pomoću moderniziranog mehanizma za izvansudsko rješavanje sporova za potrošače koji je prikladan i za digitalna tržišta kako je predviđeno revidiranom Direktivom o alternativnom rješavanju sporova¹⁸ i s pomoću mehanizama za kolektivne tužbe za pravnu zaštitu kako je predviđeno Direktivom o predstavničkim tužbama¹⁹;

¹⁸ Direktiva (EU) 2025/2647.

¹⁹ Direktiva (EU) 2020/1828.

17. ISTIČE aktivnu ulogu organizacija potrošača i Mreže europskih potrošačkih centara kao važnih aktera u provedbi propisa, prema potrebi, i podizanju razine osviještenosti, u obrani interesa potrošača te pružanju informacija i potpore potrošačima i educiranju potrošača; ISTIČE važnost educiranja potrošača, uključujući financijsku pismenost i podizanje razine osviještenosti pri donošenju odluka o kupnji, kao ključnog alata za osnaživanje potrošača, povećanje uključenosti i otpornosti te podupiranje informiranog donošenja odluka, posebno na digitalnim i financijskim tržištima; POZDRAVLJA namjeru Komisije da dodatno podupre potrošački pokret kao sastavni dio demokratskih društava te NAGLAŠAVA važnost odgovarajuće uključenosti civilnog društva i neovisnih subjekata u promicanje interesa potrošača;
18. PODRŽAVA međusektorski, holistički pristup primijenjen u Agendi za potrošače do 2030., koji je posebno važan za jačanje jedinstvenog tržišta i rješavanje izazova e-trgovine te ISTIČE važnost uzimanja u obzir interesa i osnaživanja potrošača pri svakom relevantnom oblikovanju politika;

19. POZDRAVLJA namjeru Komisije da osigura aktivan okvir upravljanja za provedbu Agende za potrošače do 2030. putem suradnje s državama članicama, civilnim društvom i svim drugim dionicima; NAGLAŠAVA da je takav okvir koristan za učinkovitu prilagodbu novim pitanjima i odgovor na njih;
20. PREPOZNAJE važnost sveobuhvatnih nacionalnih politika za zaštitu potrošača koje su usklađene s prioritetima Agende za potrošače do 2030. i kojima se podupire njezina provedba te koje su dio zajedničkog i pojačanog pristupa zaštiti potrošača diljem Unije, čime se ujedno sprečava regulatorna rasejkanost; NAGLAŠAVA da dobro funkcioniranje jedinstvenog tržišta sve više ovisi o konvergenciji provedbenih praksi, razmjeni alata, podataka i stručnog znanja te kolektivnoj sposobnosti prevladavanja prekograničnih i sistemskih izazova; POZIVA Komisiju da preuzme proaktivnu ulogu u podupiranju tog pristupa tako što, istodobno poštujući nacionalne nadležnosti, potiče strukturiranu i dugoročnu suradnju, promiče udruživanje kapaciteta i resursa te osigura da se zaštiti potrošača da odgovarajući prioritet u cijeloj Uniji.
