



Bruxelles, 13.11.2020
COM(2020) 696 final

COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIU

Noua agendă privind consumatorii

Consolidarea rezilienței consumatorilor pentru o redresare durabilă

NOUA AGENDĂ PRIVIND CONSUMATORII

CONSOLIDAREA REZILIENȚEI CONSUMATORILOR PENTRU O REDRESARE DURABILĂ

1. INTRODUCERE

Consumatorii europeni se așteaptă, pe bună dreptate, să beneficieze pe deplin de avantajele pieței unice, să aibă capacitatea de a face alegeri în cunoștință de cauză și să joace un rol activ în tranziția verde și cea digitală, în orice moment și oriunde s-ar afla în UE. Ei se așteaptă să aibă acces liber la bunuri și servicii pe întreg teritoriul UE și să li se garanteze faptul că drepturile lor în calitate de consumatori vor fi protejate, indiferent de provocările, cunoscute sau nu, care pot apărea.

Noua agendă privind consumatorii („agenda”) prezintă o viziune asupra politicii UE de protecție a consumatorilor pentru perioada 2020-2025, pornind de la Agenda consumatorului din 2012 (care expiră în 2020) și de la pachetul de măsuri „Noile avantaje pentru consumatori” din 2018¹. De asemenea, aceasta urmărește să răspundă nevoilor imediate ale consumatorilor relevate de criza în curs provocată de pandemia de COVID-19 și să sporească reziliența acestora. Pandemia a dat naștere unor provocări de amploare care afectează viața de zi cu zi a consumatorilor, legate în special de disponibilitatea și de accesibilitatea produselor și a serviciilor, precum și de călătoriile în interiorul UE, dar și către și dinspre Uniunea Europeană.

Agenda cuprinde **cinci domenii prioritare principale**:

- (1) tranziția verde;**
- (2) transformarea digitală;**
- (3) măsurile reparatorii și asigurarea respectării drepturilor consumatorilor;**
- (4) nevoile specifice ale anumitor grupuri de consumatori; și**
- (5) cooperarea internațională.**

Prin asigurarea abordării adecvate a acestor priorități, agenda va funcționa ca un **ghid** de punere în aplicare a Programului privind piața unică inclus în noul **cadru financiar multianual (CFM)**. Prin promovarea unor măsuri favorabile dezvoltării unei piețe unice mai ecologice, mai digitale și mai echitabile, agenda urmărește să consolideze încrederea consumatorilor, ale căror cheltuieli reprezintă 54 % din PIB-ul UE², stimulând astfel redresarea economică pe partea cererii. În acest context, este nevoie să se asigure protecția eficientă a intereselor consumatorilor, venind totodată în sprijinul întreprinderilor, mai cu seamă al întreprinderilor mici și mijlocii³.

¹ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en.

² Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Household_consumption_by_purpose.

³ Strategia UE pentru IMM-uri pentru o Europă sustenabilă și digitală, COM(2020) 103 final.

Agenda adoptă o **abordare holistică, ce include diferite politici ale Uniunii** cu o relevanță deosebită pentru consumatori. Ea reflectă nevoia de a se ține cont de obligațiile în materie de protecție a consumatorilor la formularea și punerea în aplicare a altor politici și activități⁴. Agenda vine în completarea altor inițiative ale UE, cum ar fi Pactul verde european⁵, Planul de acțiune privind economia circulară⁶ și Comunicarea privind conturarea viitorului digital al Europei⁷. De asemenea, agenda aderă la cadrele internaționale relevante, cum ar fi Agenda 2030 pentru dezvoltare durabilă a Organizației Națiunilor Unite și Convenția ONU privind drepturile persoanelor cu handicap.

Pentru a se putea oferi un răspuns eficace la toate aceste priorități, este nevoie de o cooperare strânsă între **UE și statele sale membre** și de o transpunere, punere în aplicare și asigurare eficace a respectării cadrului solid de protecție a consumatorilor existent, care este rodul multor ani de muncă. Din acest motiv, agenda propune **priorități și linii de acțiune principale** care să fie transpuse în practică atât la nivel european, cât și la nivel național⁸.

Agenda este rezultatul unor pregătiri și discuții intense cu părțile interesate. O **consultare publică deschisă** a revelat sprijinul larg de care se bucură în rândul populației principalele priorități incluse în agendă, inclusiv necesitatea luării de măsuri ca răspuns la pandemia de COVID-19⁹. Adoptarea unei abordări cuprinzătoare a fost salutăată ca un factor esențial, capabil să impulsioneze o redresare durabilă și ecologică și dezvoltarea unei societăți axate pe dezvoltarea digitală care să fie echitabile. Asigurarea respectării drepturilor consumatorilor și prevederea unor măsurile reparatorii eficace, precum și acordarea de sprijin consumatorilor cu nevoi specifice sunt considerate aspecte transversale importante.

2. CONSUMATORII ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI DE COVID-19

Exemplu: Practicile de scam îndreptate împotriva consumatorilor s-au înmulțit semnificativ în perioada crizei. Autorii escrocheriilor au profitat de teama consumatorilor și au vândut produse nenecesare, ineficiente și potențial periculoase, pretinzând în mod fals că acestea ar fi benefice pentru sănătate, de exemplu, prin comercializarea unor produse având caracteristici de protecție nejustificate sau prin vânzarea unor măști care nu îndeplinesc cerințele relevante. Comisia și autoritățile pentru protecția consumatorilor au invitat platformele să ia măsuri pentru a asigura eliminarea a sute de milioane de oferte și reclame ilegale. Drepturile și siguranța consumatorilor trebuie să fie în continuare protejate, mai cu seamă în această perioadă de incertitudine și dificultăți fără precedent.

Pandemia provocată de COVID-19 este, în primul rând, o **criză sanitară**. UE și statele sale membre au luat măsuri ferme pentru a combate pandemia într-un mod coordonat. Este important ca fiecare persoană să aibă acces **în mod egal** și în timp util **la teste, echipamente**

⁴ Articolul 12 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene.

⁵ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_ro.

⁶ COM(2020) 98 final.

⁷ https://ec.europa.eu/info/publications/communication-shaping-europes-digital-future_en.

⁸ Agenda enumeră acțiuni într-un mod selectiv și neexhaustiv, pentru a scoate în evidență principalele fluxuri de lucru și a evita suprapunerile cu alte strategii și planuri de acțiune deja convenite.

⁹ A se vedea <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12464-A-New-Consumer-Agenda>.

de protecție, tratamente și viitoare vaccinuri împotriva COVID-19¹⁰ care să fie abordabile ca preț, precum și la toate îngrijirile medicale preventive și curative necesare¹¹. Comisia a introdus recent măsuri suplimentare concrete¹² menite să contribuie la limitarea răspândirii noului coronavirus, la protejarea vieților oamenilor și la crearea unei reziliențe sporite în toate statele membre. Produsele și serviciile care se dovedesc a fi esențiale pe timpul crizei trebuie să ofere consumatorilor garanții depline în ceea ce privește respectarea drepturilor lor fundamentale, etica medicală, protejarea vieții private și protecția datelor în conformitate cu Regulamentul general privind protecția datelor.

Cu toate acestea, **perturbările sociale și economice profunde** care au urmat reprezintă o provocare majoră pentru societate. UE a răspuns mobilizând eforturi fără precedent în vederea consolidării redresării și a sporirii rezilienței, însă economia este în continuare fragilă.

Pandemia modifică în mod vizibil **tiparele de consum și de mobilitate** ale cetățenilor. Măsurile de limitare a circulației persoanelor au evidențiat rolul esențial al tehnologiilor digitale în viața oamenilor, permițând achiziționarea de bunuri esențiale care altfel nu ar fi accesibile și accesul la anumite servicii în pofida restricțiilor. Printre tendințele observate se numără ponderea mai mare a produselor locale printre produsele cumpărate, rezervarea tardivă a călătoriilor, dar și utilizarea mai frecventă a serviciilor online. Este posibil ca unele schimbări să fie temporare, fiind legate de situația sanitară (de exemplu, utilizarea mai redusă a transportului public), dar altele, mai ales cele legate de transformarea digitală (de exemplu ponderea mai mare a cumpărăturilor online de produse alimentare sau accesarea într-o măsură mai mare a serviciilor de streaming online de la domiciliu, inclusiv pentru evenimente culturale și sportive) ar putea căpăta un caracter mai structural¹³.

Criza a afectat multe aspecte ale vieților consumatorilor și a scos în evidență **importanța esențială a unui nivel ridicat de protecție a consumatorilor** și a cooperării strânse dintre autoritățile din UE. De asemenea, a scos la lumină **anumite lacune** ale cadrului UE de protecție a consumatorilor.

Consumatorii din UE se așteaptă, pe bună dreptate, ca **firmele de transport și agențiile de turism** să le respecte dreptul la restituirea în totalitate a plăților făcute în avans. Cu toate acestea, consumatorii se confruntă cu probleme importante legate de exercitarea acestui drept din cauza problemelor de lichiditate din sector și a faptului că transportul de călători aproape că s-a oprit complet în timpul pandemiei. Drept răspuns, Comisia și statele membre au întreprins acțiuni pentru a se asigura că drepturile consumatorilor sunt protejate, încurajând și soluții practice în acest sens, în concordanță deplină cu normele aplicabile¹⁴. Din experiența

¹⁰ Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliul European, Consiliu și Banca Europeană de Investiții cu privire la strategia UE privind vaccinurile împotriva COVID-19. COM(2020) 245 final.

¹¹ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/public-health_ro.

¹² Comunicarea Comisiei privind măsuri suplimentare de răspuns la pandemia de COVID-19 din 28.10.2020, COM(2020) 687 final, și Recomandarea Comisiei din 28.10.2020 privind strategiile de testare a COVID-19, inclusiv utilizarea testelor rapide de detecție a unui antigen, C(2020) 7502 final.

¹³ Un sondaj IPSOS efectuat pentru Comisie a arătat faptul că, pe lângă creșterea notabilă a cumpărăturilor online în prima jumătate a anului 2020, mulți consumatori preconizează că vor participa într-o mai mică măsură la evenimente sportive sau culturale în anul următor (40-60 %) și vor călători mai puțin cu transportul public (24-43 %).

¹⁴ Recomandarea (UE) 2020/648 a Comisiei din 13 mai 2020 privind voucherele oferite pasagerilor și călătorilor în locul rambursării pachetelor turistice și serviciilor de transport anulate în contextul pandemiei de COVID-19, (JO L 151, 14.5.2020).

pandemiei și a altor evenimente anterioare, precum falimentul Thomas Cook în 2019, reiese necesitatea unei analize mai aprofundate a măsurii în care cadrul actual de reglementare privind pachetele de servicii de călătorie, inclusiv din perspectiva protecției în caz de insolabilitate, poate în continuare să asigure o protecție robustă și cuprinzătoare a consumatorilor în orice moment, ținând seama și de evoluțiile în domeniul drepturilor pasagerilor¹⁵.

Un alt aspect preocupant care a ieșit în evidență în perioada pandemiei este cel al ponderii tot mai mari a **practicilor de scam și a escrocheriilor îndreptate împotriva consumatorilor, a tehnicilor de marketing înșelătoare și a fraudelor în comerțul online**, cărora le-au căzut și continuă să le cadă victimă un număr crescând de consumatori¹⁶. Combaterea acestor practici comerciale necinstite a necesitat cooperarea strânsă dintre Comisie și autoritățile naționale de asigurare a respectării legii. De asemenea, având în vedere rolul lor central în facilitarea comerțului online, Comisia și-a intensificat contactele cu principalele platforme online, care au întreprins măsuri eficiente de prevenire și combatere a conținuturilor ilegale¹⁷. Pentru a îmbunătăți reziliența în fața practicilor de amploare care amenință interesul public, autoritățile competente ar trebui să asigure în continuare cooperarea cu părțile interesate principale, precum și cu platformele, asociațiile de întreprinderi, agențiile de publicitate și organizațiile consumatorilor. În același timp, este nevoie ca tentativele de escrocherie online să facă obiectul unei supravegheri atente și să se sporească și mai mult cooperarea cu alte rețele relevante, inclusiv cu autoritățile de asigurare a respectării legii, cu registrele de nume de domenii și cu Rețeaua internațională de protecție a consumatorilor și de asigurare a respectării normelor (ICPEN).

Schimbările tiparelor de consum creează noi provocări. Ele au condus la o creștere a utilizării în rândul consumatorilor a **ambalajelor de unică folosință** și a **deșeurilor** provenite din echipamentele personale de protecție din plastic, la care Comisia a oferit un prim răspuns prompt la nivelul politicilor în aprilie 2020¹⁸. Pandemia a evidențiat, de asemenea, riscul ca anumite categorii de consumatori să fie lăsați în urmă, în special cei care nu dispun de mijloacele sau competențele necesare pentru a participa activ la o piață în continuă schimbare, în special în mediul online. Acest lucru necesită o **concentrare și mai mare asupra inițiativelor de sprijinire a integrării, a incluziunii, a sensibilizării și a educării consumatorilor**.

Va fi important să se înțeleagă modul în care evoluează comportamentul consumatorilor pe termen lung după încheierea pandemiei și să se dezvolte **capacitatea necesară de analiză prospectivă**¹⁹ **pe care să se sprijine acțiunile de politică viitoare**, precum și să se țină

¹⁵ Regulamentele (CE) 261/2004, (CE) 1371/2007, (UE) 1177/2010 și (UE) 181/2011 privind drepturile călătorilor și Directiva (UE) 2015/2302 privind pachetele de servicii de călătorie.

¹⁶ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/scams-related-covid-19_ro.

¹⁷ Prin urmare, platformele au raportat o scădere abruptă în cursul verii, de cel puțin 80 %, a practicilor de comercializare înșelătoare legate de măștile faciale sau alte echipamente de protecție comparativ cu nivelul mediu înregistrat în luna martie.

¹⁸ În acest context, a se vedea orientările publicate recent de Comisie https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/waste_management_guidance_dg-env.pdf.

¹⁹ Comunicarea Comisiei către Parlamentul European și Consiliu - Raport pe 2020 de analiză prospectivă strategică, COM(2020) 493 final, conferă analizei prospective un rol central în dezvoltarea unui proces de elaborare a politicilor UE adaptat exigențelor viitorului și în ancorarea inițiativelor pe termen scurt într-o perspectivă pe termen mai lung. Analiza prospectivă poate contribui la cristalizarea unei inteligențe colective și la identificarea unor eventuale căi de urmat către dubla tranziție ecologică și digitală și pentru a asigura

seama de datele și dovezile obținute în urma cercetărilor privind comportamentul consumatorilor atunci când se evaluează reziliența UE la șocurile viitoare.

- **Acțiunea 1:** Până în 2022, Comisia își propune să **analizeze măsura în care Directiva privind pachetele de servicii de călătorie este în continuare adecvată**, în lumina crizelor recente, pornind de la raportul din 2021 privind aplicarea acesteia,.
- **Acțiunea 2:** Până în 2022, Comisia își propune să realizeze analize prospective pentru a evalua **impactul pe termen mai lung al pandemiei de COVID-19** asupra tiparelor de consum ale cetățenilor UE, ca punct de plecare pentru viitoare inițiative politice.
- **Acțiunea 3:** Comisia va sprijini și facilita cooperarea dintre rețeaua de cooperare pentru protecția consumatorilor și alte rețele și părți interesate, cu scopul de a aborda **practicile de scam care îi vizează pe consumatori, practicile de comercializare neloiale și fraudă**²⁰.

3. DOMENII PRIORITARE PRINCIPALE

3.1. Tranziția verde

Exemplu: Impactul negativ asupra mediului și obsolescența prematură²¹ sunt aspecte tot mai preocupante pentru consumatorii din UE, care deseori se plâng de faptul că bunurile pe care le cumpără nu rezistă prea mult timp și sunt produse în condiții dăunătoare pentru mediul înconjurător; 85 % din consumatori își doresc, atunci când decid ce cumpără, informații mai bune cu privire la durabilitatea produselor. Studiile arată că, atunci când consumatorii primesc astfel de informații, vânzările celor mai durabile produse pot chiar să se tripleze; consumatorii sunt de acord chiar să plătească mai mult pentru bunurile care au o durabilitate mai mare²².

Consumatorii din Europa demonstrează un **interes crescând în a contribui personal** la realizarea neutralității climatice, la preservarea resurselor naturale și a biodiversității, precum și la reducerea poluării apei, aerului și solului²³. Provocarea este de a debloca acest potențial prin măsuri care să consolideze rolul consumatorilor, să îi sprijine și să le dea posibilitatea, indiferent de situația lor financiară, să joace un rol activ în tranziția verde, fără să le impună un stil de viață specific și fără să îi discrimineze din punct de vedere social. Accesul la

redresarea în urma perturbărilor. Printre alte activități de analiză prospectivă, Centrul Comun de Cercetare al Comisiei Europene monitorizează 14 tendințe majore în cadrul Platformei sale pentru megatendințe, dintre care unele sunt extrem de relevante pentru politicile de protecție a consumatorilor.

²⁰ Ținând seama de acțiunile relevante propuse în Comunicarea comună către Parlamentul European, Consiliul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor - Combaterea dezinformării în legătură cu COVID-19 - Asigurarea unei informări corecte, JOIN(2020) 8 final - a se vedea secțiunea 8.

²¹ Adică un produs nu poate fi utilizat în scopul prevăzut și nu se poate strica mai devreme decât este prevăzut.

²² Un studiu comportamental privind implicarea consumatorilor în economia circulară (https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/sustainable-consumption_en#behaviouralstudyonconsumersengagementinthecirculareconomy).

²³ Sondajul Eurobarometru special 501 (martie 2020) Atitudinile cetățenilor europeni față de mediu („Attitudes of European citizens towards the environment”) <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>.

produse sustenabile nu ar trebui să depindă de nivelul veniturilor sau de locul de reședință, ci ar trebui să fie o opțiune disponibilă tuturor.

Pactul verde european stabilește o strategie cuprinzătoare care urmărește să transforme Uniunea într-o societate echitabilă și prosperă, cu o economie neutră din punctul de vedere al impactului asupra climei, eficientă sub aspectul utilizării resurselor, circulară și nepoluantă, în care creșterea economică este decuplată de utilizarea resurselor, iar consecințele negative asupra capitalului natural și a biodiversității sunt reduse. Pentru aceasta este nevoie de o schimbare profundă și rapidă a obiceiurilor și a comportamentelor noastre **pentru a ne reduce amprenta de mediu** în toate domeniile, de la locuințe și alimentație, la mobilitate și activități recreative²⁴.

Sunt în curs de a fi lansate **mai multe inițiative** menite să **asigure faptul că produsele** vândute consumatorilor din UE, fie ele bunuri sau servicii, sunt **adecvate din punctul de vedere al respectării obiectivelor de mai sus**. Printre acestea se numără:

- ✓ Strategia „**De la fermă la consumator**”²⁵ și Strategia UE privind **biodiversitatea**²⁶, care anunță acțiuni-cheie²⁷ și inițiative ce vizează reducerea amprentei de mediu și climatice a sistemelor alimentare din UE și punerea la dispoziția consumatorilor a mijloacelor de acțiune necesare pentru a le da posibilitatea să facă alegeri alimentare sănătoase, sustenabile și în cunoștință de cauză²⁸;
- ✓ foaia de parcurs pentru 2021, publicată recent, **Planul de acțiune pentru reducerea la zero a poluării**²⁹, care identifică produsele de consum ca un domeniu important de acțiune și explorează modalitățile prin care ar putea fi încurajați³⁰ consumatorii să facă alegeri mai puțin poluante;

²⁴ Un raport recent al Centrului Comun de Cercetare cu privire la indicatorii bazați pe evaluarea ciclului de viață identifică consumul de produse alimentare, sectorul locuințelor și mobilitatea ca domenii relevante care contribuie la impactul global al consumatorilor din UE asupra mediului. Sala S. et al. (2019) „Indicators and Assessment of the environmental impact of EU consumption. Consumption and Consumer Footprint for assessing and monitoring EU policies with Life Cycle Assessment”, doi:10.2760/403263, JRC114814.

²⁵ COM(2020) 381 final.

²⁶ COM(2020) 380 final.

²⁷ De exemplu, o propunere de cadru legislativ privind sistemele alimentare sustenabile, o propunere de cadru de etichetare a produselor alimentare sustenabile pentru a permite consumatorilor să facă alegeri alimentare sustenabile.

²⁸ Orientarea consumatorilor către o alimentație sănătoasă poate contribui la reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, după cum se recunoaște în Comunicarea „Stabilirea unui obiectiv mai ambițios în materie de climă pentru Europa în perspectiva anului 2030” (COM/2020/562). Strategia „de la fermă la consumator” stabilește un cadru de acțiune menit să îmbunătățească accesul consumatorilor la informații și să faciliteze alegerile sănătoase și sustenabile ale consumatorilor. Aceste acțiuni includ obligativitatea etichetării nutriționale pe partea frontală a ambalajului, includerea pe etichete a informațiilor referitoare la condițiile de viață ale animalelor, stabilirea de profiluri nutriționale pentru a restricționa promovarea alimentelor cu un conținut ridicat de sare, zaharuri sau grăsimi ori examinarea posibilității de a extinde obligativitatea indicării originii pentru anumite produse alimentare.

²⁹ <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12588-EU-Action-Plan-Towards-a-Zero-Pollution-Ambition-for-air-water-and-soil>.

³⁰ Ar putea fi avută în vedere, printre alte măsuri, lansarea de campanii de sensibilizare pentru a-i încuraja pe consumatori să utilizeze mai mult apa de la robinet sigură și nepoluantă și mai puțin apa îmbuteliată, să elimine în condiții de siguranță produsele farmaceutice neutilizate, să contribuie activ la măsurile menite să împiedice microplasticele să ajungă în apele dulci și marine, să aleagă moduri de transport și sisteme de încălzire și răcire

- ✓ **Strategia pentru promovarea sustenabilității în domeniul substanțelor chimice**³¹, care a anunțat, de asemenea, acțiuni menite să asigure punerea la dispoziția consumatorilor a mai multor informații referitoare la substanțele chimice, protejarea consumatorilor de substanțele cele mai dăunătoare și promovarea substanțelor chimice sigure și sustenabile prin concepție;
- ✓ pornind de la Planul de acțiune din 2018³², viitoarea **Strategie reînnoită privind finanțarea durabilă** va urmări să le ofere consumatorilor noi oportunități de a avea un impact pozitiv asupra sustenabilității, oferindu-le informații fiabile, complete și sigure cu privire la produsele financiare în care investesc; și
- ✓ **„Valul de renovări”**³³ prezintă o strategie care urmărește să transforme locuințele astfel încât acestea să fie adecvate unei societăți mai ecologice și digitale și include instrumente de informare consolidate pentru consumatori.

Mai mult, noul Plan de acțiune privind economia circulară prevede o serie de inițiative specifice³⁴ de **combateră a obsolescenței premature și de promovare a durabilității**, a posibilității de reciclare și de reparare și a accesibilității³⁵ produselor, precum și de sprijinire a acțiunilor întreprinderilor. În special, Inițiativa privind produsele sustenabile³⁶ va urmări să facă din produsele sustenabile alegerea implicită, prin stabilirea de principii privind sustenabilitatea produselor și prin revizuirea Directivei privind proiectarea ecologică³⁷, extinzând domeniul său de aplicare pentru a include și alte produse în afară de cele cu impact energetic și îndeplinind obiectivul privind circularitatea. Vor fi necesare măsuri suplimentare, de reglementare și de altă natură, care să vizeze anumite grupuri de bunuri și servicii, cum ar fi TIC, produsele electronice sau textilele, și ambalarea. De exemplu:

- ✓ **Inițiativa privind produsele electronice circulare**³⁸ urmărește să asigure proiectarea dispozitivelor electronice astfel încât să se asigure durabilitatea, întreținerea, repararea, dezasamblarea, demontarea, reutilizarea și reciclarea acestora, precum și „dreptul consumatorilor la repararea” acestora, inclusiv dreptul de a beneficia de actualizarea programelor informatice.
- ✓ Inițiativa referitoare la un **încărcător comun** pentru telefoanele mobile și alte dispozitive mobile³⁹ urmărește să îmbunătățească confortul consumatorilor și să

mai nepoluante pentru a contribui la un aer mai curat, atât în interior, cât și în exterior și să aibă capacitatea de a identifica produsele care contribuie la protejarea naturii prin utilizarea sustenabilă a siturilor Natura 2000.

³¹ COM(2020) 667 final.

³² COM(2018) 097 final.

³³ COM(2020) 662 final.

³⁴ În special, inițiativa privind politica în domeniul produselor sustenabile și inițiativa privind justificarea mențiunilor „ecologic”.

³⁵ Accesibilitatea trebuie înțeleasă ca eliminarea barierelor care împiedică participarea persoanelor cu handicap în aceleași condiții ca și celelalte persoane și prevenirea apariției unor astfel de bariere. Aceasta contribuie, de asemenea, la durabilitatea și potențialul de reutilizare prevăzute în Planul de acțiune privind economia circulară, în concordanță cu Directiva (UE) 2019/882 a Parlamentului European și a Consiliului din 17 aprilie 2019 privind cerințele de accesibilitate aplicabile produselor și serviciilor, JO L 151, 7.6.2019, p. 70.

³⁶ <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-Products-Initiative>.

³⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ro/TXT/?uri=CELEX%3A02009L0125-20121204>.

³⁸ O acțiune-cheie anunțată în strategia digitală „Conturarea viitorului digital al Europei”, COM(2020) 67 final, și în Planul de acțiune privind economia circulară, COM(2020) 98 final.

³⁹ https://ec.europa.eu/growth/sectors/electrical-engineering/red-directive/common-charger_en.

reducă utilizarea materialelor și deșeurile de echipamente electrice și electronice asociate producerii și eliminării acestor dispozitive care sunt utilizate zilnic de marea majoritate a consumatorilor.

- ✓ Viitoarea **Strategie a UE privind produsele textile** va avea drept obiectiv punerea la dispoziția consumatorilor a mijloacelor de acțiune necesare pentru a le da posibilitatea să aleagă produse textile sustenabile și să aibă acces ușor la servicii de reutilizare și reparare.
- ✓ Revizuirea **Directivei privind ambalajele și deșeurile de ambalaje** este menită să asigure că toate ambalajele pot fi reutilizate și reciclate într-un mod viabil din punct de vedere economic și că se abordează problema utilizării excesive a ambalajelor.

Aceste inițiative vor permite o mai bună conservare a valorii, vor acorda prioritate produselor mai sigure și mai durabile și vor menține materialele în ciclul economic (refuz, reducere, reparare, reutilizare și reciclare) cât mai mult timp posibil⁴⁰.

Pentru a crea condiții favorabile pentru o adoptare optimă din punct de vedere social a noilor bunuri și servicii, precum și a noilor abordări în materie de consum, consumatorii au nevoie de **informații mai bune și mai fiabile cu privire la aspectele legate de sustenabilitate ale bunurilor și serviciilor, evitându-se, în același timp, supraîncărcarea cu informații**. Respondenții participanți la consultarea publică⁴¹ au identificat lipsa acestor informații și îngrijorările lor în ceea ce privește fiabilitatea mențiunilor „ecologice” și a informațiilor privind produsele drept impedimente importante în calea unei acceptări mai largi a alegerilor de consum sustenabile. Inițiativa viitoare privind consolidarea rolului consumatorilor în vederea tranziției verzi intenționează să abordeze problema accesului consumatorilor la informații referitoare la caracteristicile de mediu ale produselor, inclusiv informații privind durabilitatea lor, potențialul lor de reparare sau de modernizare, precum și problema fiabilității și a comparabilității acestor informații. Aceasta va stabili cerințe generale care vor completa normele mai specifice cuprinse în legislația sectorială, de exemplu privind anumite produse sau grupuri de produse.

O mai bună informare privind disponibilitatea pieselor de schimb și a serviciilor de reparații poate să contribuie, la rândul său, la durabilitatea produselor. Viitoarea inițiativă privind consolidarea rolului consumatorilor în vederea tranziției verzi, Inițiativa privind politica în domeniul produselor sustenabile și, dacă este cazul, inițiativele sectoriale specifice vor fi esențiale pentru a oferi consumatorilor un **drept eficace la reparare**. În plus, revizuirea viitoare a Directivei privind vânzarea bunurilor⁴² ar oferi ocazia de a analiza ce se poate face în plus pentru a promova repararea și a încuraja produsele circulare mai sustenabile. Vor fi examinate diferite opțiuni în ceea ce privește măsurile reparatorii în favoarea consumatorilor, cum ar fi preferarea reparării mai degrabă decât a înlocuirii, prelungirea perioadei minime de

⁴⁰ În plus, Comisia va explora și eventuale opțiuni de introducere, pe tot teritoriul UE, a unor programe de reprimire („take-back”) și retur al dispozitivelor electronice de mici dimensiuni pentru a îmbunătăți colectarea și tratarea deșeurilor de echipamente electrice și electronice și pentru a furniza consumatorilor mai multe informații și opțiuni privind returnarea dispozitivelor electronice uzate și a deșeurilor de echipamente electrice și electronice pe care le păstrează în locuințe.

⁴¹ https://ec.europa.eu/info/files/factual-summary-report-public-consultation-new-consumer-agenda_en.

⁴² Directiva 2019/771 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 2019 privind anumite aspecte referitoare la contractele de vânzare de bunuri, de modificare a Regulamentului (UE) 2017/2394 și a Directivei 2009/22/CE și de abrogare a Directivei 1999/44/CE (JO L 136, 22.5.2019, p. 28).

garanție pentru produsele noi și cele second-hand, reînceperea unei noi perioade de garanție după efectuarea reparației.

Aceste eforturi ar putea fi completate prin promovarea unor **noi concepte în materie de consum** și a unor noi comportamente de consum, cum ar fi economia bazată pe partajare, noile modele de afaceri care permit consumatorilor să cumpere un serviciu mai degrabă decât un produs sau sprijinirea reparațiilor prin acțiunile organizațiilor comunitare și ale organizațiilor economiei sociale (de exemplu, „cafenelele” de reparații) și a piețelor second-hand.

Punerea la dispoziția consumatorilor a unor informații mai bune și mai fiabile înseamnă deseori **îmbunătățirea instrumentelor existente**. Etichetele actualizate care furnizează informații privind produsele și aparatura vizate de Directiva privind proiectarea ecologică și cadrul privind etichetarea energetică vor contribui la sensibilizarea opiniei publice și la gestionarea așteptărilor consumatorilor legate de performanța energetică a produselor, contribuind la obiectivul UE de eficiență energetică. De exemplu, adoptarea etichetei ecologice a UE⁴³ și sensibilizarea cu privire la existența acesteia ar putea fi promovate prin acțiuni de comunicare și parteneriate cu părțile interesate relevante, inclusiv cu comercianții cu amănuntul, cu scopul de a promova eticheta ecologică a UE și pe piețele electronice. În plus, eticheta ecologică a UE va fi extinsă pentru a se aplica și produselor financiare cu amănuntul, în conformitate cu Planul de acțiune privind finanțele durabile⁴⁴ din 2018, permițând consumatorilor să se bazeze pe o etichetă credibilă și sigură atunci când investesc în produse financiare ecologice.

În plus, consumatorii trebuie să fie mai bine protejați de informațiile care nu sunt adevărate sau sunt prezentate într-o manieră confuză sau înșelătoare pentru a da impresia inexactă că un produs sau o întreprindere dăunează mai puțin mediului înconjurător, procedeu cunoscut sub numele de „**dezinformare ecologică**”. Sunt, de asemenea, în curs de a fi elaborate acțiuni în acest scop în domeniul finanțelor durabile⁴⁵. În plus, Comisia va propune ca întreprinderile să își justifice mențiunile „ecologic” utilizând metode referitoare la amprenta de mediu a produselor și a organizațiilor pentru a le furniza consumatorilor informații fiabile privind mediul.

Comisia va explora modalități prin care ar putea crea un cadru de etichetare sustenabil care să includă, în sinergie cu alte inițiative relevante, aspectele nutriționale, climatice, de mediu și sociale ale **produselor alimentare**.

Alegerile în materie de energie ale consumatorilor vor fi esențiale pentru realizarea noilor obiective în materie de climă pentru 2030 și a neutralității climatice până în 2050. Noile norme care intră în vigoare la 1 ianuarie 2021⁴⁶ vor îmbunătăți informarea consumatorilor prin facturarea energiei electrice și prin instrumente independente de comparare a prețurilor, precum și prin facilitarea alegerilor prosumatorilor și a comunităților

⁴³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ro/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aco0012>.

⁴⁴ COM(2018) 097 final.

⁴⁵ În mod special, Regulamentul privind informațiile privind durabilitatea (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A32019R2088>), taxonomia UE (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex:32020R0852>) și revizuirea în curs a Directivei privind prezentarea de informații nefinanciare.

⁴⁶ Directiva (UE) 2019/944 a Parlamentului European și a Consiliului din 5 iunie 2019 privind normele comune pentru piața internă de energie electrică și de modificare a Directivei 2012/27/UE (JO L 158, 14.6.2019, p. 125).

energetice. Comisia va propune dispoziții cu privire la alți vectori energetici pentru a le permite consumatorilor de energie termică din sectorul gazelor și al sistemelor centralizate de încălzire să beneficieze de drepturi similare.

Transformarea digitală oferă, de asemenea, și alte oportunități noi de a furniza informații mai specifice și mai ușor de înțeles. Dezvoltarea de pașapoarte pentru produsele digitale în temeiul Inițiativei privind produsele sustenabile⁴⁷ ar avea scopul de a-i ajuta pe consumatori să fie informați în ceea ce privește aspectele de mediu și circulare ale produselor. În sens mai larg, informațiile digitale ar putea permite consumatorilor să verifice fiabilitatea informațiilor, să compare produsele și, de asemenea, le-ar putea oferi informații mai cuprinzătoare în ceea ce privește impactul produselor asupra mediului, de exemplu cu privire la amprenta de carbon a acestora. Acțiunea și resursele, inclusiv cele din Instrumentul de sprijin tehnic pentru consolidarea capacităților⁴⁸ din următorul CFM, ar trebui utilizate pentru a sprijini inițiativele de promovare și activare a unui comportament și a unei culturi de consum nepoluante, neutre din punct de vedere climatic și sustenabile. Acest lucru trebuie făcut într-un mod accesibil, inovator și atrăgător, de exemplu prin aplicații pentru telefoanele inteligente și prin site-uri web⁴⁹ și ar trebui să se bazeze pe instrumentele existente⁵⁰.

Întreprinderile, inclusiv IMM-urile, ar putea juca un rol important în tranziția către un consum mai ecologic. Integrarea obiectivelor de sustenabilitate în strategiile corporative și în procesele decizionale ar putea conduce la disponibilitatea pe piață a unui număr mai mare de produse sustenabile. Printre exemplele de bune practici se numără monitorizarea impactului asupra mediului și a capitalului natural, a dependențelor și a riscurilor de-a lungul întregului lanț valoric, includerea de informații legate de mediu în informațiile prezentate consumatorilor sau luarea în considerare a intereselor consumatorilor în deciziile consiliilor de conducere ale întreprinderilor. În 2021⁵¹, Comisia intenționează să propună o inițiativă legislativă cu privire la **guvernanța corporativă sustenabilă** pentru a promova un comportament sustenabil și responsabil pe termen lung în rândul întreprinderilor. În vederea încurajării mai multor acțiuni voluntare la nivelul întreprinderilor, Comisia are în vedere cooperarea cu operatorii economici pentru a încuraja **angajamentele voluntare** ale acestora de a oferi consumatorilor informații privind amprenta de mediu a întreprinderii, de a-și îmbunătăți sustenabilitatea și de a-și reduce impactul asupra mediului. Aceste angajamente vor fi dezvoltate în sinergie cu următorul Pact climatic european. Ele vor ține seama de metodologiile, instrumentele și legislația aplicabilă existente⁵². În timp, aceste angajamente ar putea atrage participanți dintr-o gamă largă de sectoare, pe baza unor angajamente din ce în ce mai variate.

⁴⁷ Anunțate și în Strategia UE privind datele, COM(2020) 66 final.

⁴⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A52020PC0409>.

⁴⁹ Cererea de propuneri a Pactului verde european lansată în septembrie 2020 invită soluții prin care să se consolideze rolul cetățenilor, de exemplu prin aplicații pentru telefoanele mobile care să măsoare amprenta lor de carbon pe baza datelor legate de obiceiurile lor de consum și preferințele lor de stil de viață și să prezinte sugestii personalizate de reducere a amprentei lor de mediu.

⁵⁰ De exemplu, instrumentul privind amprenta de mediu a consumatorilor dezvoltat de Comisie.

⁵¹ A se vedea Programul de lucru al Comisiei pentru anul 2021, COM(2020) 690 final.

⁵² De exemplu, Recomandarea 2013/179/UE privind utilizarea unor metode comune pentru măsurarea și comunicarea performanței de mediu pe durata ciclului de viață a produselor și organizațiilor și sugestiile de actualizare a metodelor referitoare la amprenta de mediu (https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/ef_transition.htm), Regulamentul EMAS (CE) 1221/2009 sau Regulamentul (CE) 66/2010 privind eticheta UE ecologică.

- **Acțiunea 4:** În 2021, Comisia intenționează să prezinte o **propunere legislativă privind consolidarea rolului consumatorilor în vederea tranziției verzi** care să pună la dispoziția consumatorilor informații mai bune privind sustenabilitatea produselor și să le ofere o protecție sporită față de practicile comerciale neloiale, cum ar fi dezinformarea ecologică și obsolescența prematură, precum și o **propunere legislativă privind justificarea mențiunilor „ecologic”** pe baza metodelor referitoare la amprenta de mediu.
- **Acțiunea 5:** Începând cu acest an, Comisia intenționează să lucreze împreună cu operatorii economici pentru a încuraja **angajamentele voluntare** ale acestora cu privire la acțiunile de sprijinire a consumului sustenabil dincolo de obligațiile legale.
- **Acțiunea 6:** Din anul 2022, Comisia va evalua, în contextul revizuirii Directivei privind vânzările de bunuri, modalitățile **prin care ar putea promova în continuare repararea și ar putea încuraja produsele mai sustenabile, „circulare”**.

3.2. Transformarea digitală

Exemplu: În perioada 2014 - 2019, procentul utilizatorilor de internet din UE care au cumpărat sau au comandat pe internet bunuri sau servicii în scop personal a crescut de la 63 % la 71 %; în cinci state membre⁵³, această cifră a depășit 80 %⁵⁴. Consumatorii ar trebui să fie protejați online la un nivel comparabil nivelului de protecție de care beneficiază offline. Regulile ar trebui să fie adaptate la mediul conectat pentru a se asigura faptul că, de exemplu, dispozitivele casnice inteligente nu sunt supuse riscurilor de securitate cibernetică, iar ofertele de credit online oferă informațiile necesare care sunt ușor de citit și accesibile pe un telefon inteligent.

Transformarea digitală schimbă radical viața consumatorilor, oferindu-le mai multe oportunități și un avantaj mai larg de alegere în ceea ce privește atât bunurile, cât și serviciile. În același timp, transformarea digitală poate face mai dificilă alegerea în cunoștință de cauză și protejarea intereselor consumatorilor. Procesele de culegere și prelucrare a datelor subiacente, combinate cu analiza comportamentului consumatorilor și a biasurilor cognitive ale acestora, pot fi utilizate pentru a-i influența pe consumatori să ia decizii care ar putea fi contrare intereselor lor. Acest lucru poate limita eficacitatea normelor existente, concepute astfel încât să îi protejeze pe consumatori în mediul digital, printre altele, împotriva practicilor comerciale neloiale. Directiva privind o mai bună asigurare a respectării normelor de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme⁵⁵ și Directiva privind conținutul digital⁵⁶ reprezintă pași importanți în direcția abordării unora dintre aceste provocări. Este

⁵³ Regatul Unit, Danemarca, Țările de Jos, Suedia și Germania.

⁵⁴ Eurostat - Statistici privind societatea și economia digitală - gospodării și persoane - Comandarea sau achiziționarea de bunuri și servicii.

⁵⁵ Directiva (UE) 2019/2161 a Parlamentului European și a Consiliului din 27 noiembrie 2019 de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivelor 98/6/CE, 2005/29/CE și 2011/83/UE ale Parlamentului European și ale Consiliului în ceea ce privește o mai bună asigurare a respectării normelor Uniunii în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme (JO L 328, 18.12.2019, p. 7).

⁵⁶ Directiva (UE) 2019/770 a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 2019 privind anumite aspecte referitoare la contractele de furnizare de conținut digital și de servicii digitale (JO L 136, 22.5.2019, p. 1).

nevoie de acțiuni suplimentare, având în vedere ritmul rapid al progresului tehnologic și impactul său asupra experienței consumatorilor.

Trebuie abordate practicile comerciale care nu țin seama de dreptul consumatorilor de a face o alegere în cunoștință de cauză, care exploatează în mod abuziv biasurile lor comportamentale ale sau le distorsionează procesele decizionale. Printre aceste practici se numără utilizarea tiparelor „întunecate”⁵⁷, anumite practici de personalizare bazate adesea pe stabilirea de profiluri, reclame ascunse, fraudă, informații false sau înșelătoare și manipularea recenziilor consumatorilor. Sunt necesare orientări suplimentare cu privire la posibilitatea de a aplica, în cazul acestor practici, anumite instrumente care țin de dreptul consumatorilor precum **Directiva privind practicile comerciale neloiale** și **Directiva privind drepturile consumatorilor**. În ultimă instanță, consumatorii ar trebui să beneficieze **în mediul online de un grad de protecție și corectitudine similar cu cel de care se bucură în mediul offline**.

Pentru a se asigura faptul că consumatorii beneficiază pe deplin de potențialul semnificativ al transformării digitale, la proiectarea sau adaptarea **regulilor care guvernează economia digitală** ar trebui să se țină cont de interesele consumatorilor. Obiectivul este dublu: crearea unui spațiu digital mai sigur pentru consumatori, în care drepturile lor sunt protejate, și asigurarea unor condiții echitabile de concurență care să permită furnizarea, prin inovare, a unor servicii mai noi și îmbunătățite tuturor cetățenilor europeni.

În primul rând, viitoarea propunere a Comisiei cu privire la noul **act legislativ privind serviciile digitale (DSA)** va urmări definirea unor responsabilități noi și îmbunătățite și sporirea responsabilizării platformelor și a intermediarilor online. DSA va asigura protejarea eficace a consumatorilor față de produsele, conținuturile și activitățile ilegale pe platformele online, cu același grad la protecție ca cel de care beneficiază în mediul offline.

În al doilea rând, pentru a aborda problemele care apar pe piețele digitale predispuse eșecurilor pieței, precum capacitatea de control al fluxului de informație a anumitor platforme digitale, Comisia intenționează să prezinte și un **act legislativ privind piețele digitale**. Aceasta va combina reglementarea *ex ante* a platformelor digitale care au caracteristici de controlori ai fluxului de informație cu un cadru dinamic de investigare a piețelor pentru a examina piețele digitale predispuse eșecurilor pieței. Consumatorii vor fi beneficiarii finali ai unor piețe digitale mai echitabile și mai deschise concurenței, care oferă inclusiv prețuri mai mici, servicii mai noi și mai bune și o mai mare posibilitate de alegere.

Deși **inteligența artificială (IA)** poate face mult bine, unele utilizări ale IA pot încălca drepturile consumatorilor și pot provoca prejudicii consumatorilor⁵⁸. În urma Cărții albe privind IA⁵⁹ și a raportului care o însoțește referitor la răspunderea și siguranța noilor tehnologii⁶⁰, Comisia lucrează la:

⁵⁷ Modele de interfață pentru utilizatori care au ca scop manipularea consumatorilor.

⁵⁸ Dacă nu sunt suficient de transparenți și solizi, algoritmi și învățarea automată conexe riscă, de exemplu, să repete, să amplifice sau să contribuie la consolidarea unor biasuri de care programatorii ar putea să nu fie conștienți sau care sunt rezultatul selecției anumitor date.

⁵⁹ Inteligența artificială - O abordare europeană axată pe excelență și încredere. COM(2020) 65 final.

⁶⁰ Raportul Comisiei către Parlamentul European, Consiliu și Comitetul Economic și Social European – Raport privind implicațiile în materie de siguranță și răspundere ale inteligenței artificiale, ale internetului obiectelor și ale roboticii. COM(2020) 64 final.

- ✓ o propunere⁶¹ care să garanteze un nivel ridicat de protecție a intereselor consumatorilor și a drepturilor fundamentale, ceea ce, la rândul său, va contribui la consolidarea încrederii necesare pentru adoptarea IA de către societate;
- ✓ în ceea ce privește răspunderea civilă, măsuri care să asigure faptul că victimele daunelor provocate de aplicațiile IA beneficiază în practică de același grad de protecție cu cel asigurat victimelor daunelor provocate de alte produse sau servicii.

Progresul noilor tehnologii și globalizarea producției și a comerțului cu amănuntul, inclusiv prin canale online, suscită interogații legate de măsura în care normele existente privind siguranța produselor sunt suficiente pentru a face față evoluțiilor actuale și pentru a-i proteja în mod corespunzător pe consumatori. Comisia lucrează, în prezent, la un număr de inițiative privind siguranța noilor tehnologii, cum ar fi:

- ✓ revizuirea Directivei privind echipamentele tehnice⁶²;
- ✓ adoptarea actelor delegate în temeiul Directivei privind echipamentele radio⁶³; și
- ✓ revizuirea Directivei privind siguranța generală a produselor⁶⁴.

Directiva privind siguranța generală a produselor, care oferă cadrul legal pentru siguranța produselor de consum nealimentare⁶⁵, este produsul unei perioade în care produsele bazate pe IA și dispozitivele conectate erau rare, lucru care nu mai este valabil în prezent. Astfel de evoluții pun sub semnul întrebării definiția actuală a produselor și comportă riscuri noi sau schimbă modul în care s-ar putea materializa riscurile existente, aspecte care ar trebui să se reflecte în legislație sau de care ar trebui să se țină seama în mod corespunzător. Expansiunea comerțului online este, la rândul său, însoțită de noi provocări, autoritățile neavând totdeauna instrumente suficient de eficace pentru a asigura supravegherea pieței online. În plus, comerțul electronic permite consumatorilor să achiziționeze produse sau servicii direct de la operatori aflați în afara UE, ceea ce face mai dificilă verificarea siguranței produselor care intră pe piața unică. Revizuirea în curs a Directivei privind siguranța generală a produselor, prevăzută pentru 2021, ar trebui să ofere un răspuns judicios la aceste provocări crescânde.

Mai mult, o **identitate electronică publică** universal acceptată - bazată pe alegerea consumatorilor, pe consimțământul acestora și pe garantarea respectării în totalitate a vieții lor private în conformitate cu Regulamentul general privind protecția datelor (RGPD) - ar putea da consumatorilor posibilitatea de a gestiona accesul la propriile date și utilizarea acestor date într-un mod total controlat și în perfectă siguranță. În prezent, Comisia lucrează la revizuirea acestui sistem, ținând seama de interesul și protecția consumatorilor⁶⁶.

Pentru a aborda problema **geoblocării** nejustificate, care creează o discriminare între consumatorii UE pentru a segmenta piețele în funcție de frontierele naționale, Comisia

⁶¹ Evaluarea inițială a impactului unei propuneri de act legislativ al Parlamentul European și al Consiliului de stabilire a cerințelor aplicabile privind inteligența artificială.

⁶² Directiva 2006/42/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 17 mai 2006 privind echipamentele tehnice și de modificare a Directivei 95/16/CE (JO L 157, 9.6.2006, p. 24).

⁶³ Directiva 2014/53/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 16 aprilie 2014 privind armonizarea legislației statelor membre referitoare la punerea la dispoziție pe piață a echipamentelor radio și de abrogare a Directivei 1999/5/CE (JO L 153, 22.5.2014, p. 62).

⁶⁴ Directiva 2001/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 3 decembrie 2001 privind siguranța generală a produselor (JO L 11, 15.1.2002, p. 4).

⁶⁵ Directiva se aplică în absența unor dispoziții mai specifice în legislația UE care să aibă același obiectiv.

⁶⁶ Comisia evaluează, de asemenea, în prezent Regulamentului (UE) nr. 910/2014 privind identificarea electronică și serviciile de încredere pentru tranzacțiile electronice pe piața internă (Regulamentul eIDAS).

efectuează în prezent prima sa revizuire pe termen scurt a Regulamentului privind geoblocarea⁶⁷.

Strategia europeană privind datele⁶⁸ are scopul de a facilita aplicarea eficace a dreptului persoanelor la **portabilitatea datelor** în temeiul RGPD. Acest drept are potențialul clar de a consacra locul central al cetățenilor în cadrul economiei bazate pe date, permițându-le să treacă de la un furnizor de servicii la altul, să combine diferite servicii, să utilizeze alte servicii inovatoare și să aleagă serviciile care oferă cel mai înalt nivel de protecție a datelor. Această strategie va conduce, de asemenea, la crearea unei piețe unice reale pentru date și a **spațiilor europene comune ale datelor**.

În plus, sectorul **serviciilor financiare cu amănuntul** a fost profund transformat de tranziția digitală⁶⁹, care a introdus noi tendințe și soluții și a diversificat oferta de produse și servicii financiare. Furnizorii netradiționali de astfel de servicii, cum ar fi societățile de tehnologie financiară (FinTech) și cele care oferă credite de la persoană la persoană, s-au alăturat furnizorilor tradiționali care folosesc și ei tot mult canalele de vânzări online. Noile produse, precum împrumuturile cu costuri mari pe termen scurt, care sunt încheiate pe o perioadă scurtă, dar pot antrena costuri semnificative pentru debitor, sunt comercializate și vândute tot mai mult sub formă digitală. Noile tehnologii, cum ar fi soluțiile de plată instant, pot aduce beneficii tangibile consumatorilor, dar pot necesita măsuri specifice pentru protecția acestora⁷⁰. Comisia a anunțat recent inițiative care vor îmbunătăți protecția consumatorilor în ceea ce privește plățile. Aceste aspecte vor fi abordate în cadrul Strategiei UE privind plățile de retail adoptată recent⁷¹.

Utilizarea unor categorii alternative de date, împreună cu un proces decizional automatizat pentru evaluarea bonității ridică întrebări legate de datele care ar trebui utilizate pentru a evalua bonitatea consumatorilor și subliniază riscurile în materie de discriminare pe care le-ar putea antrena deciziile bazate pe algoritmi opaci - un tip de risc care ar putea fi abordat și prin actul legislativ menționat anterior referitor la cerințele privind inteligența artificială. Mai mult, legislația existentă, de exemplu **Directiva privind creditele de consum, Directiva privind creditele ipotecare, Directiva privind conturile de plăți și Directiva privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare**, ar trebui să reflecte utilizarea crescândă a mijloacelor digitale și să abordeze provocările menționate mai sus. Ea ar trebui să ofere consumatorilor mijloacele necesare care să le permită să înțeleagă produsele, să compare și să accepte ofertele online, stimulând în acest fel inovarea și încrederea consumatorilor.

Noul **pachet privind finanțele digitale** prezentat de Comisie, care include strategii privind finanțele digitale și plățile de retail și propunerile legislative privind criptoactivele și

⁶⁷Regulamentul (UE) 2018/302 al Parlamentului European și al Consiliului din 28 februarie 2018 privind prevenirea geoblocării nejustificate și a altor forme de discriminare bazate pe cetățenia sau naționalitatea, domiciliul sau sediul clienților pe piața internă și de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 2006/2004 și (UE) 2017/2394, precum și a Directivei 2009/22/CE (JO L 60 I, 2.3.2018, p. 1). Comisia va adopta în curând raportul care prezintă concluziile sale, inclusiv necesitatea de a monitoriza cu atenție punerea în aplicare a regulamentului de către autoritățile competente astfel încât întreprinderile și consumatorii să poată beneficia pe deplin de întregul potențial al pieței unice digitale.

⁶⁸Comunicarea „O strategie europeană privind datele”, COM(2020) 66 final.

⁶⁹În septembrie 2020, pentru a se asigura că întreprinderile și consumatorii culeg beneficiile inovării, dar beneficiază în același timp și de protecție. Comisia a adoptat un nou pachet privind finanțele digitale, https://ec.europa.eu/info/publications/200924-digital-finance-proposals_en.

⁷⁰Strategia UE privind plățile de retail, COM(2020) 592 final.

⁷¹COM(2020) 592 final.

reziliența operațională digitală pentru sectorul financiar au scopul de a garanta faptul că întreprinderile și consumatorii beneficiază de pe urma inovării, fiind în același timp pe deplin protejați. Reflectarea evoluțiilor în curs din domeniul transformării digitale va face parte, de asemenea, din strategia privind investițiile de retail, care ar trebui să se axeze pe interesele investitorilor individuali și este prevăzută pentru prima jumătate a anului 2022.

În plus, transformarea digitală poate să fie însoțită și de provocări noi, de exemplu atunci când soluțiile digitale nu sunt concepute pentru a fi **accesibile și persoanelor cu handicap**. Comisia sprijină statele membre să transpună Actul european privind accesibilitatea⁷². Aplicarea sa până în 2025 va contribui la eliminarea provocărilor legate de digitalizare cu care se confruntă persoanele cu handicap și la asigurarea unei mai mari disponibilități a produselor și serviciilor accesibile pentru aceste persoane.

Nu în ultimul rând, transformarea digitală impune consumatorilor să aibă cunoștințe și competențe digitale solide, care ar trebui promovate prin educație și formare într-o perspectivă de învățare pe tot parcursul vieții, astfel cum se subliniază în **Planul de acțiune pentru educația digitală 2021-2027**⁷³ și în prioritățile strategice ale acestuia.

- **Acțiunea 7:** Până în 2022 și după actualizarea **documentelor sale de orientare cu privire la Directiva privind practicile comerciale neloiale și Directiva privind drepturile consumatorilor**, Comisia intenționează să **analizeze** dacă este nevoie de legislație suplimentară sau de alte acțiuni pe termen mediu, pentru a asigura un tratament echitabil în mediul online și în cel offline al consumatorilor.
- **Acțiunea 8:** În 2021, așa cum a anunțat în Cartea albă privind IA, Comisia are în vedere să prezinte o propunere de **act legislativ orizontal de stabilire a cerințelor privind IA**.
- **Acțiunea 9:** În 2021, Comisia intenționează să pregătească o propunere de revizuire a **Directivei privind siguranța generală a produselor** pentru a aborda noile provocări legate de siguranța produselor apărute odată cu noile tehnologii și comerțul online. În completare, în 2021, Comisia urmărește și pregătirea unei propuneri de **revizuire a Directivei privind echipamentele tehnice**.
- **Acțiunea 10:** În 2021, Comisia intenționează pregătirea unor propuneri de revizuire a **Directivei privind creditele de consum** și a **Directivei privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare** pentru a consolida protecția consumatorilor în contextul digitalizării serviciilor financiare cu amănuntul.

3.3. Asigurarea respectării normelor și măsuri reparatorii eficiente

Exemplu: Viitoarea directivă privind acțiunile de reprezentare le permite consumatorilor să își unească forțele. Pe viitor, entitățile calificate desemnate în acest scop vor putea introduce mai ușor în fața instanțelor sau a autorităților administrative acțiuni pentru protejarea

⁷² Directiva (UE) 2019/882 a Parlamentului European și a Consiliului din 17 aprilie 2019 privind cerințele de accesibilitate aplicabile produselor și serviciilor (JO).

⁷³ COM(2020) 624 Comunicarea privind Planul de acțiune pentru educația digitală 2021-2027 Resetarea educației și formării pentru era digitală.

intereselor colective ale consumatorilor, inclusiv în cauze cu dimensiuni transfrontaliere. Acest lucru va permite consumatorilor să ceară mai ușor reparații comune în cauze similare, de exemplu, în cazul falsificării rezultatelor testelor privind emisiile de gaze de evacuare pentru anumite automobile diesel.

La fel cum întreprinderile au dreptul să vândă produse și să ofere servicii tuturor consumatorilor de pe piața unică, **consumatorii**, indiferent de locul în care se află în UE, **ar trebui să își poată exercita în mod eficace drepturile** în relația cu aceste întreprinderi. În practică, însă, verificările site-urilor web de către autoritățile de aplicare a legii arată că deseori drepturile consumatorilor nu sunt respectate. Între 2007 și 2019, s-a constatat că în medie 60 % din site-urile web verificate nu respectau normele de bază în materie de protecție a consumatorilor și trebuia, prin urmare, să li se impună măsuri de remediere⁷⁴.

Asigurarea respectării drepturilor consumatorilor este, în primul rând, **responsabilitatea autorităților naționale**, dar UE joacă un rol important de **coordonare și sprijinire**. Noul **Regulament privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului (CPC)**⁷⁵, care a intrat în vigoare în ianuarie 2020, oferă o bază mai solidă pentru acțiunile comune ale UE. Regulamentul întărește capacitățile online a autorităților de asigurare a respectării legii, mecanismele de cooperare și sistemul de culegere de informații pentru a permite abordarea încălcărilor de proporții ale legislației UE privind protecția consumatorilor, asigurarea unui grad coerent de protecție a consumatorilor și punerea la dispoziția întreprinderilor a unui serviciu de tip ghișeu unic. Comisia nu va ezita să se prevaleze de competențele conferite de regulamentul pentru a **efectua acțiuni coordonate de verificare** cu privire la probleme de interes la nivelul întregii UE, acolo unde este nevoie. În concordanță cu prioritățile strategice ale prezentei agende, vor fi abordate în principal următoarele aspecte:

- Impactul COVID-19 asupra drepturilor consumatorilor (și anume escrocherii, probleme legate de libertatea de circulație și exploatarea vulnerabilităților financiare care existau înainte de pandemie, dar care au devenit mai acute⁷⁶) și
- mențiunile „ecologic” înșelătoare și practicile comerciale neloiale folosite în legătură cu tehnicile online de influențare și personalizarea.

Regulamentul prevede obligația Comisiei de a efectua, până în luna ianuarie 2023, o **evaluare** a eficacității noilor norme.

În plus, UE și-a revizuit recent cadrul legislativ privind protecția consumatorilor. Noua **Directivă privind o mai bună asigurare a respectării normelor Uniunii în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme**⁷⁷ și viitoarea **Directivă**

⁷⁴ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/sweeps_ro.

⁷⁵ Regulamentul (UE) 2017/2394 al Parlamentului European și al Consiliului din 12 decembrie 2017 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure respectarea legislației în materie de protecție a consumatorului și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004, JO L 345, 27.12.2017, p. 1-26.

⁷⁶ A se vedea, de asemenea, Comunicarea comună din 10 iunie 2020, intitulată „Combaterea dezinformării în legătură cu COVID-19 - Asigurarea unei informări corecte”, JOIN(2020) 8 final.

⁷⁷ Directiva (UE) 2019/2161 a Parlamentului European și a Consiliului din 27 noiembrie 2019 de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivelor 98/6/CE, 2005/29/CE și 2011/83/UE ale Parlamentului European și ale Consiliului în ceea ce privește o mai bună asigurare a respectării normelor Uniunii în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme, JO L 328, 18.12.2019, p. 7-28.

privind acțiunile de reprezentare⁷⁸ vor consolida în mod substanțial drepturile consumatorilor, în special prin asigurarea unei echități digitale sporite, a unor sancțiuni mai aspre și a unui mecanism eficace pentru acțiunile colective în despăgubire.

Pentru a asigura respectarea uniformă a normelor pe tot teritoriul UE și pentru a ajuta autoritățile să facă față mai bine dificultăților generate de transformarea digitală, **Programul privind piața unică din cadrul noului CFM** va acorda prioritate finanțării activităților de consolidare a capacității ale autorităților naționale. Comisia intenționează să finanțeze un proiect pentru înființarea unui „laborator electronic al UE” sub forma unei platforme care va pune la dispoziție un instrumentar comun, care să poată fi folosit de autorități pentru a efectua investigații online și a monitoriza produsele periculoase comercializate online prin utilizarea unor soluții informatice avansate, bazate pe IA, tehnici de extragere de date și programe de căutare pe internet (*webcrawlers*). În plus, Comisia va urmări să consolideze capacitățile entităților calificate care ar putea fi desemnate în temeiul viitoarei directive privind acțiunile de reprezentare și capacitățile organizațiilor naționale de protecție a consumatorilor, în calitate de organisme desemnate să transmită avertizări conform Regulamentului CPC. Facilitarea acordării de reparații în cazurile individuale va rămâne o prioritate care va beneficia în continuare de finanțare din fondurile europene și va presupune modernizarea Centrelor Europene ale Consumatorilor și a instrumentelor de soluționare alternativă a litigiilor și de soluționare online a litigiilor. Acordarea de sprijin tehnic personalizat pentru consolidarea capacității administrative a autorităților naționale⁷⁹ este posibilă și prin intermediul Instrumentului de sprijin tehnic.

- **Acțiunea 11:** Comisia va ajuta statele membre să asigure **transpunerea, punerea în aplicare și asigurarea respectării la timp și eficiente** a Directivei privind o mai bună asigurare a respectării normelor în materie de protecție a consumatorilor și modernizarea acestor norme, care se va aplica începând din luna mai 2022, și a viitoarei Directive privind acțiunile de reprezentare, odată ce aceasta va fi adoptată formal și va intra în vigoare.
- **Acțiunea 12:** În anul 2022 și, ulterior, din 2 în 2 ani, Comisia împreună cu autoritățile naționale va prezenta **prioritățile comune în materie de asigurare a respectării normelor** ale rețelei CPC, în vederea abordării problemelor de conformitate identificate în diferite sectoare.
- **Acțiunea 13:** Până în 2022, Comisia va introduce un set de **instrumente electronice inovatoare** pentru a consolida capacitatea autorităților naționale de a aborda practicile comerciale ilegale din mediul online și de a identifica produsele nesigure, aplicând principiile Cadrului european de interoperabilitate⁸⁰.
- **Acțiunea 14:** Până în 2023, Comisia va **evalua aplicarea Regulamentului CPC**, în special pentru a evalua eficacitatea acțiunilor de asigurare a respectării normelor în a combate practicile de la nivelul UE care contravin legislației în materie de protecție a consumatorilor.

⁷⁸ Textul acordului provizoriu al colegiitorilor în cadrul acordului politic referitor la propunerea din 22 iunie 2020.

⁷⁹ IST - fostul Program de sprijin pentru reforme structurale; COM(2020) 409 final.

⁸⁰ https://ec.europa.eu/isa2/eif_en.

3.4. Abordarea nevoilor specifice ale consumatorilor

Exemplu: în 2018, 10 % din gospodăriile UE aveau restanțe la plata ipotecilor, chiriilor, facturilor la utilități sau a ratelor bancare și riscau să se supraîndatoreze. Pandemia actuală agravează situația multor consumatori îndatorați. Comisia a lucrat împreună cu statele membre și părțile interesate pentru a identifica și promova cele mai bune practici pentru a ajuta consumatorii aflați în dificultate⁸¹, inclusiv prin îmbunătățirea accesului la consiliere privind plata datoriilor. Studiile arată că un euro cheltuit pe consiliere pentru plata datoriilor poate conduce la economisirea a mai mult de 2 euro sub forma prestațiilor sociale.

Instrumentele politicii de protecție a consumatorilor îi protejează pe toți consumatorii în relația lor cu comercianții profesioniști. Se presupune că, în general, consumatorii sunt partea vulnerabilă dintr-o tranzacție și că, prin urmare, sănătatea, siguranța și interesele lor economice necesită protecție. Cu toate acestea, unele grupuri de consumatori în anumite situații pot fi deosebit de vulnerabile și au nevoie de garanții specifice. **Vulnerabilitatea consumatorilor** poate fi generată de circumstanțele sociale sau de trăsături specifice ale consumatorilor individuali sau ale grupurilor de consumatori, precum vârsta, genul, sănătatea, competențe digitale și numerice sau situația financiară⁸². Lipsa accesibilității poate pune persoanele vârstnice sau persoanele cu handicap în situația de a fi excluse sau de a le fi limitate interacțiunile. Este posibil ca aceste forme de vulnerabilitate să fi fost exacerbate de pandemia actuală, însă ele există independent de pandemie.

Accentuarea **vulnerabilității financiare** a multor gospodării din UE este, în prezent, deosebit de îngrijorătoare. Un sondaj recent efectuat în 21 de state membre a arătat că, de la începutul crizei provocate de pandemia de COVID-19, 6 din 10 consumatori s-au confruntat cu dificultăți financiare⁸³ care pot conduce la supraîndatorare. **Consilierea în materie de îndatorare** s-a dovedit o modalitate eficace de a-i ajuta pe consumatorii supraîndatorați să-și redobândească sustenabilitatea financiară, asigurând în același timp rambursarea datoriilor către creditori. Comisia strânge exemple de bune practici din statele membre și analizează posibilitatea de a le utiliza și în alte contexte, identificând totodată necesitățile și oportunitățile de finanțare în cadrul noului cadru financiar multianual. În iunie 2020, Comisia a publicat, de asemenea, Codul european actualizat de bună conduită pentru acordarea de microcredite⁸⁴. Revizuirea Directivei privind creditele de consum⁸⁵ va presupune evaluarea modalităților de îmbunătățirea a normelor astfel încât acestea să garanteze că se acordă credite doar în urma unei evaluări temeinice a bonității consumatorului. Consumatorii ar trebui, de asemenea, să primească toate informațiile precontractuale necesare și adecvate și că

⁸¹ Comisia a organizat, în lunile mai și iunie 2020, mese rotunde de dialog cu părțile interesate, pentru a discuta măsurile de ajutor oferite de bănci și instituțiile de creditare nebancare, urmate de publicarea unui document de bune practici în iulie 2020.

⁸² Raportul BIT privind prejudiciile și manipularea în mediul online descrie câteva opțiuni interesante, inclusiv propuneri de utilizare a datelor pentru a-i identifica pe consumatorii vulnerabili (p. 52), precum și alte măsuri (de exemplu, autoexcluderea).

⁸³ <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20200525IPR79717/eu-citizens-want-more-competences-for-the-eu-to-deal-with-crises-like-covid-19>.

⁸⁴ Codul urmărește să servească drept etichetă de calitate, cu un set unitar de bune practici care se adresează instituțiilor de microfinanțare ce acordă împrumuturi de până la 25 000 EUR microîntreprinderilor sau persoanelor care desfășoară activități independente. A se vedea: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1482&langId=ro>.

⁸⁵ A se vedea acțiunea 10 de mai sus.

beneficiază de consilierea relevantă astfel încât să poată alege în cunoștință de cauză atunci când încheie un contract de împrumut.

Aceste măsuri sunt esențiale pentru a corela nevoile de finanțare ale consumatorilor cu capacitatea acestora de a-și rambursa împrumuturile și pentru a reduce astfel riscul de neplată și de supraîndatorare. Totuși, uneori, consumatorii s-ar putea afla în imposibilitatea de a-și plăti datoriile ajunse la scadență. Prin urmare, ar putea fi nevoie să se evalueze modalitățile cele mai potrivite de a aborda problema supraîndatorării consumatorilor, inclusiv remiterea de datorie⁸⁶.

Prețul abordabil este crucial pentru a se asigura accesul la produse și servicii pentru **consumatorii cu venituri mici**, astfel cum subliniază Rețeaua europeană de politici sociale⁸⁷. Unele state membre utilizează măsuri de protecție a consumatorilor împreună cu măsuri de protecție socială pentru a viza persoanele cu venituri mici. Recomandarea Comisiei privind sărăcia energetică⁸⁸ furnizează orientări statelor membre cu privire la modalitățile de abordare a problemei sărăciei energetice, astfel încât să le ofere mijloace adecvate de acțiune consumatorilor de energie vulnerabili.

Persoanele în vârstă și persoanele cu handicap au nevoi specifice legate de consum. Este important să se garanteze faptul că sunt disponibile informații clare, ușor de înțeles și accesibile, atât online, cât și offline, în conformitate cu cerințele UE privind accesibilitatea produselor și serviciilor⁸⁹. Consumatorii în vârstă și consumatorii cu handicap au nevoie, de asemenea, de produse accesibile și de tehnologii asistive care să fie compatibile cu tehnologiile utilizate în mod curent. Abordarea corectă și nediscriminatorie a transformării digitale ar trebui să țină seama de nevoile consumatorilor în vârstă, ale consumatorilor cu handicap și în general ale „consumatorilor din offline”, care ar putea fi mai puțin familiarizați cu instrumentele digitale și expuși unui risc sporit de a fi victime ale fraudelor. Experiențele avute de mai multe state membre arată că **inițiativele locale** care oferă consiliere consumatorilor din zonele rurale sau regiunile urbane⁹⁰ sunt printre cele mai eficace. Organizațiile economiei sociale sunt cele mai potrivite pentru a răspunde acestor nevoi datorită proximității lor de comunitățile locale și rurale. Inițiative asemănătoare ar putea fi promovate prin acțiuni comune la nivelul UE în cadrul viitorului CFM.

Copiii și minorii sunt extrem de vulnerabili la practicile comerciale online înșelătoare sau agresive. Este important să investim mai mult în **educarea și sensibilizarea consumatorilor pe tot parcursul vieții**, vizând persoanele de toate vârstele, începând cu vârsta școlară. Inițiativele în acest sens ar trebui să includă și promovarea alfabetizării financiare drept competență esențială, care poate consolida capacitatea consumatorilor de a lua decizii

⁸⁶ A se vedea Directiva (UE) 2019/1023 privind restructurarea, insolvența și remiterea de datorie.

⁸⁷ Baptista, I. și Marlier, E. (2020), „Access to essential services for people on low incomes in Europe”. O analiză a politicilor din 35 de țări, Rețeaua europeană de politici sociale (ESPN), Bruxelles: Comisia Europeană.

⁸⁸ C(2020)9600 final, 14.10.2020 Recomandarea Comisiei privind sărăcia energetică, 14 octombrie 2020.

⁸⁹ Directiva (UE) 2019/882 a Parlamentului European și a Consiliului privind cerințele de accesibilitate aplicabile produselor și serviciilor <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0882> (JO L 151, 7.6.2019, p. 70);

⁹⁰ A se vedea de exemplu „Empowering consumers in the neighbourhood”, un proiect comun al Federației organizațiilor germane de consumatori (vzbv) și al centrelor consumatorilor; <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/verbraucher-staerken-im-quartier>.

judicioase cu privire la finanțele personale⁹¹. O mai bună coordonare a acțiunilor între actorii principali de la nivel național și de la nivelul UE, care să includă aspecte precum accesul la materiale educaționale online și consolidarea capacităților, ar putea contribui la dezvoltarea de sinergii, la asigurarea unei inovări permanente, a adaptării și a adoptării noilor abordări online și pedagogice, inclusiv prin crearea de platforme și alte instrumente.

Copiii sunt, de asemenea, deosebit de expuși la riscurile legate de produse⁹². Dintre produsele notificate ca fiind periculoase în sistemul de alertă rapidă „Safety Gate”/RAPEX în anul 2019, nu mai puțin de 32 % erau jucării sau produse destinate îngrijirii copiilor. Pe lângă revizuirea Directivei privind siguranța generală a produselor și consolidarea cadrului general, Comisia va elabora **cerințe de siguranță actualizate cu privire la standardele impuse produselor pentru copii**. Comisia intenționează, de asemenea, să sprijine eșantionarea și testarea produselor pentru copii⁹³ prin activități coordonate de supraveghere a pieței realizate de statele membre⁹⁴. În plus, Comisia va include protejarea siguranței copiilor și a altor grupuri vulnerabile în ediția din 2021 a Premiului UE pentru siguranța produselor, pentru a promova cele mai bune practici în acest domeniu.

Directiva 2004/113/CE a Consiliului⁹⁵ garantează **egalitatea de tratament** între femei și bărbați privind accesul la bunuri și servicii și furnizarea de bunuri și servicii. Ea asigură, de exemplu, protecție pentru femeile însărcinate în fața posibilității de a li se refuza accesul la servicii de împrumut din cauza unei pierderi potențiale preconizate a veniturilor și pentru mamele singure care ar putea fi excluse de la anumite servicii financiare din cauza unui risc perceput ridicat de neplată a datoriilor. În plus, Directiva 2000/43/CE⁹⁶ stabilește un cadru pentru combaterea discriminării pe motive de rasă sau origine etnică, în vederea transpunerii în practică în statele membre a principiului egalității de tratament.

Riscul de discriminare este uneori exacerbă de **algoritmii** utilizați de anumiți furnizori de bunuri și servicii și care **pot fi formulați cu anumite biasuri** care sunt adesea rezultatul unor așteptări culturale sau sociale preexistente. Cu toate că acest lucru poate duce la discriminare în rândul consumatorilor în general, afectează adesea anumite grupuri sunt afectate mai mult decât altele, în special persoanele care aparțin minorităților etnice sau rasiale⁹⁷. Viitoarea propunere de cadru legislativ orizontal privind inteligența artificială va urmări să abordeze în mod specific modalitățile prin care s-a putea limita posibilitatea integrării riscului de bias și discriminare în sisteme algoritmice.

⁹¹ A se vedea Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, „O uniune a piețelor de capital pentru cetățeni și întreprinderi – un nou plan de acțiune”, COM(2020) 590 final, Acțiunea 7: Consolidarea rolului cetățenilor prin alfabetizarea financiară.

⁹² Potrivit datelor privind vătămarile, copiii și persoanele în vârstă sunt cele mai vulnerabile grupuri de consumatori atunci când este vorba de siguranța produselor. Împreună, aceștia sunt în 54 % din cauze victime ale vătămarilor cauzate de produse, deși reprezintă doar 35 % din populația UE.

⁹³ Verificarea siguranței produselor comercializate online și offline, de exemplu leagănele rabatabile, balanșoarele pentru bebeluși și premegătoare.

⁹⁴ Activități coordonate pentru siguranța produselor (articolul 10 din Directiva 2001/95/CE privind siguranța generală a produselor).

⁹⁵ Directiva 2004/113/CE a Consiliului din 13 decembrie 2004 de aplicare a principiului egalității de tratament între femei și bărbați privind accesul la bunuri și servicii și furnizarea de bunuri și servicii (JO L 373, 21.12.2004, p. 37).

⁹⁶ Directiva 2000/43/CE a Consiliului din 29 iunie 2000 de punere în aplicare a principiului egalității de tratament între persoane, fără deosebire de rasă sau origine etnică (JO L 180, 19.7.2000, p. 22).

⁹⁷ https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2018-focus-big-data_en.pdf

În fine, dovezile din domeniul economiei comportamentale⁹⁸ arată faptul că, deseori, comportamentul consumatorilor este influențat de biasuri cognitive, îndeosebi în mediul online, care pot fi exploatate de comercianți în scopuri comerciale. Aceste **noi forme de risc** îi pot **afecta, în mod potențial, pe toți consumatorii**. În mod cert, obligațiile privind transparența sunt importante pentru abordarea asimetriilor în materie de informare (așa cum menționam anterior în contextul transformării digitale), însă este nevoie de o evaluare suplimentară pentru a se stabili necesitatea adoptării unor măsuri suplimentare pentru a aborda această formă dinamică de vulnerabilitate.

- **Acțiunea 15:** Începând cu 2021, Comisia și-a propus să majoreze finanțarea acțiunilor **de sporire a disponibilității și a calității serviciilor de consiliere în materie de îndatorare** din statele membre.
- **Acțiunea 16:** Comisia își propune să sprijine, începând cu 2021, inițiativele care oferă **consiliere la nivel local consumatorilor** ce, din motive structurale sau personale, nu au acces la sprijin și la informații furnizate online sau la birourile centrale de informare.
- **Acțiunea 17:** În 2021, Comisia prevede, pe lângă consolidarea cadrului privind siguranța produselor prin revizuirea Directivei privind siguranța generală a produselor, pregătirea unei **Decizii a Comisiei privind cerințele de siguranță** pe care trebuie să le îndeplinească standardele privind **produsele de îngrijire pentru copii**.
- **Acțiunea 18:** Până în 2023, Comisia va elabora o **abordare strategică de îmbunătățire a sensibilizării și educării consumatorilor**, care va răspunde și nevoilor diferitelor grupuri, printre altele, pe baza principiilor egalității și nediscriminării.

3.5. Protecția consumatorilor în contextul global

Exemplu: Pe fondul expansiunii comerțului electronic, cooperarea cu partenerii internaționali, îndeosebi cu China, devine mai importantă ca niciodată. Procentul achizițiilor de la comercianți din afara UE a crescut de la 17 % în 2014 la 27 % în 2019⁹⁹. Intensificarea cooperării cu China în materie de siguranță a produselor, printr-un plan de acțiune cu un accent deosebit pe produsele comercializate online, ar putea reduce numărul produselor nesigure vândute direct consumatorilor din UE.

Lanțurile de producție și cele valorice sunt **din ce în ce mai globale și mai interconectate**. Lanțurile de distribuție și de vânzare cu amănuntul sunt influențate de expansiunea rapidă a comerțului online și a economiei platformelor. În consecință, intensificarea cooperării internaționale între autorități și toți actorii din lanțul de aprovizionare este importantă pentru a asigura protecția eficientă a consumatorilor. În același timp, este important ca UE să își promoveze la nivel internațional standardele ale ridicate de protecție a consumatorilor, ca valoare și model european.

Asigurarea siguranței importurilor și protejarea consumatorilor din UE față de practicile comerciale neloiale utilizate de operatori din afara UE necesită nu doar intensificarea

⁹⁸ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/vulnerability/index_en.htm.

⁹⁹ Eurostat https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals#E-shopping_from_other_EU_countries.

acțiunilor interne prin instrumente mai robuste de supraveghere a pieței, ci și o mai strânsă cooperare cu autoritățile din **țările partenere ale UE**. În UE au fost descoperite numeroase produse periculoase provenind din țări terțe. În 2019, de exemplu, 64 % din alertele introduse în sistemul de alertă rapidă RAPEX/Safety Gate se refereau la bunuri produse în afara SEE, deseori în China. Începând cu anul 2006, Comisia s-a angajat în cooperarea în domeniul siguranței produselor prin intermediul sistemului de alertă rapidă RAPEX-China, iar acest lucru a contribuit la reducerea numărului de produse nesigure, chiar dacă cifra rămâne, în general, mare.

Cooperarea și schimbul de date cu privire la produsele periculoase cu **țările în care există piețe similare** ar putea fi un alt mod prin care să fie asigurată siguranța consumatorilor din UE. Făcând acest lucru, statele membre ar putea să-și direcționeze mai bine activitățile și să abordeze riscurile noi și emergente. Pentru a sprijini acest efort, Comisia a instituit un mecanism pentru efectuarea de schimburi periodice de informații cu privire la produsele periculoase cu **Canada**. De asemenea, Comisia se bazează pe potențialul important al politicii comerciale și poartă discuții pentru includerea unui schimb similar cu privire la siguranța și conformitatea produselor nealimentare și la supravegherea pieței în cadrul acordurilor comerciale în pregătire (de exemplu, cu **Australia, Noua Zeelandă și Chile**).

Este la fel de importantă urmărirea unei cooperări strânse cu țările din cadrul **politicii europene de vecinătate** și din **Balkanii de Vest**. Acestea din urmă sunt în mod deosebit importante datorită apropierii lor geografice și procesului de aliniere la *acquis-ul* UE în domeniul protecției consumatorilor și al siguranței.

Standardele ridicate ale UE în materie de protecție a consumatorilor pot reprezenta un model pentru alte **țări cu structuri mai puțin avansate** în domeniul protecției consumatorilor și ar trebui promovate în forurile internaționale. De exemplu, unele țări terțe au manifestat un puternic interes față de adoptarea unui sistem asemănător cu Sistemul de alertă rapidă al UE Safety Gate/RAPEX. În acest sens, Comisia oferă sprijin în domeniul reglementării și este implicată în activități de consolidare a capacităților.

Cooperarea multilaterală cu privire la aspectele legate de protecția consumatorilor este decisivă pentru promovarea unui nivel ridicat de protecție și siguranță la nivel internațional și pentru protecția consumatorilor în întreaga lume. În cooperare cu statele membre, Comisia va continua să își folosească influența în cadrul organizațiilor internaționale, cum ar fi Organizația Mondială a Comerțului (OMC), Conferința ONU pentru Comerț și Dezvoltare (UNCTAD) sau Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE), pentru a atinge aceste obiective.

- **Acțiunea 19:** În 2021, Comisia intenționează să elaboreze un **plan de acțiune împreună cu China** pentru o colaborare consolidată în domeniul siguranței produselor comercializate online.

- **Acțiunea 20:** Începând din 2021, Comisia va urmări să dezvolte sprijin în materie de reglementare, asistență tehnică și sprijin pentru consolidarea capacităților țărilor partenere ale UE, inclusiv din **Africa**¹⁰⁰.

4. GUVERNANȚA

Prezenta agendă descrie acțiunile propuse de Comisie pentru promovarea priorităților politicii de protecție a consumatorilor care ar putea fi întreprinse de UE și statele membre în următorii 5 ani și ulterior. Succesul său va depinde de un parteneriat larg care să implice toate părțile interesate relevante. Această nouă viziune de cooperare între UE și prioritățile de politică națională presupune un **nou cadru pentru o cooperare consolidată** capabil să asigure rezultate concrete. Cadrul ar trebui să se axeze pe priorități anuale, să fie discutat în cadrul unei **reuniuni anuale la nivel înalt dedicate consumatorilor**, care să reunească toate părțile interesate¹⁰¹ cu ocazia Zilei mondiale a consumatorilor¹⁰². Reuniunea la nivel înalt ar trebui să analizeze progresele înregistrate în anul precedent și să stabilească prioritățile pentru anul următor.

Comisia va urmări să poarte discuții periodice cu **Parlamentul European, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor**. De asemenea, va colabora îndeaproape cu statele membre în contextul rețelelor existente¹⁰³, al grupurilor de lucru sau al grupurilor de lucru ad-hoc. În această privință, Comisia Europeană va lucra îndeaproape cu autoritățile naționale pentru a asigura o strânsă coordonare a acțiunilor și utilizarea optimă a fondurilor relevante disponibile la nivelul UE și la nivel național. Schimbul de rezultate dintre proiectele de cercetare și cele științifice, precum și schimbul de date între statele membre și Comisie ar putea contribui la o bază de date relevante solidă.

Această activitate ar trebui însoțită de o cooperare strânsă și eficace cu **principalele părți interesate**, inclusiv **organizațiile consumatorilor, întreprinderile din sector și mediul academic**. Organizațiile puternice ale consumatorilor la nivelul Uniunii și la nivel național sunt parteneri esențiali pentru definirea acțiunilor care trebuie întreprinse în temeiul prezentei agende, pentru dezvoltarea de campanii de informare a consumatorilor și acordarea de sprijin acestora. Comisia va înființa un **nou grup consultativ privind politica de protecție a consumatorilor** care va analiza progresele înregistrate și va reflecta asupra priorităților pentru anul următor, ce vor sta la baza discuțiilor din cadrul reuniunii la nivel înalt dedicată consumatorilor. Acesta ar trebui să reunească toate părțile interesate, dar și să permită discuții specifice, de exemplu între organizațiile consumatorilor și autoritățile publice. Ar trebui adoptate forme variate de **cooperare cu mediul de afaceri**, inclusiv prin activități de

¹⁰⁰ A se vedea Strategia UE pentru Africa - Comunicarea comună a Comisiei Europene și a Înaltului Reprezentant al Uniunii pentru afaceri externe și politica de securitate către Parlamentul European și Consiliu din 9 martie 2020, Bruxelles, JOIN(2020) 4 final.

¹⁰¹ Reuniunea la nivel înalt dedicată consumatorilor reunește părțile interesate din statele membre ale UE, inclusiv factorii de decizie, autoritățile naționale responsabile cu asigurarea respectării legislației, reprezentanți ai mediului academic, organizații de protecție a consumatorilor și asociații de întreprinderi, precum și reprezentanți ai tinerilor.

¹⁰² Celebrată în fiecare an la 15 martie.

¹⁰³ De exemplu, Rețeaua privind politica de protecție a consumatorilor, care reunește principalele state membre și funcționari ai Comisiei.

formare, schimburi de bune practici și întâlniri cu întreprinderile implicate în angajamentele voluntare.

În paralel, actualul **Tablou de bord al condițiilor pentru consumatori**, care analizează situația consumatorilor de pe întreg teritoriul UE, ar trebui **dezvoltat în continuare** pentru a reflecta mai bine realitatea în domeniul protecției consumatorilor, al siguranței produselor și al consumului sustenabil la nivelul UE și la nivel național, pe baza unui set revizuit de indicatori. Acesta ar trebui să se bazeze pe un sistem solid de colectare a datelor și să reflecte situația de pe toate piețele și din toate țările, opiniile și comportamentul consumatorilor, precum și capacitățile de asigurare a respectării normelor și acțiunile statelor membre. Pe baza datelor colectate prin intermediul tabloului de bord și în strânsă cooperare cu toate părțile interesate, pot fi proiectate măsuri și acțiuni la nivelul UE și la nivel național, aliniate și prioritizate pentru a avea un impact maxim în interesul consumatorilor din întreaga UE.

- **Acțiunea 21:** Comisia urmărește să înființeze un **grup consultativ privind politica de protecție a consumatorilor** care să reunească reprezentanți ai organizațiilor consumatorilor, ai societății civile și ai întreprinderilor din sector în sprijinul agendei privind consumatorii¹⁰⁴.
- **Acțiunea 22:** Comisia intenționează să revizuiască, în 2021, **Tabloul de bord al condițiilor pentru consumatori** pentru a îmbunătăți funcția de monitorizare și analiză comparativă a acestuia, precum și relevanța în ceea ce privește consolidarea cooperării în asigurarea respectării normelor în UE.

5. CONCLUZIE

UE dispune de un cadru solid în materie de protecție a consumatorilor, dezvoltat pe parcursul multor ani și îmbunătățit recent prin mai multe inițiative legislative de care vor putea beneficia consumatorii din UE în anii următori. Noua agendă privind consumatorii descrie modul în care aceste realizări pot fi consolidate printr-o gamă de acțiuni care să abordeze provocările cu care ne confruntăm, multe dintre ele scoase în evidență de pandemia actuală, și care să consolideze cadrul general de cooperare dintre instituțiile UE, statele membre și părțile interesate. Acest lucru va fi un vector principal pentru o redresare durabilă și asigurarea rezilienței economiei și a consumatorilor din UE.

Comisia așteaptă cu interes să poarte un dialog cuprinzător cu toate părțile interesate cu privire la prioritățile și liniile de acțiune propuse, dar și la metodele de cooperare pentru a promova protecția consumatorilor în anii următori, astfel cum se descrie în prezenta agendă.

¹⁰⁴Ca grup informal de experți, în conformitate cu decizia Comisia din 30.5.2016 de stabilire a normelor orizontale privind crearea și funcționarea grupurilor de experți ale Comisiei C(2016) 3301 final.