



KOMISJA
EUROPEJSKA

Bruksela, dnia 30.3.2022 r.
COM(2022) 143 final

2022/0092 (COD)

Wniosek

DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY

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

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

{SEC(2022) 166 final} - {SWD(2022) 85 final} - {SWD(2022) 86 final}

UZASADNIENIE

1. KONTEKST WNIOSKU

1.1. Przyczyny i cele wniosku

Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (art. 114 i 169 TFUE) i Karta praw podstawowych Unii Europejskiej (art. 38) wymagają wysokiego poziomu ochrony konsumenta w UE. Prawodawstwo UE w dziedzinie ochrony konsumentów także przyczynia się do właściwego funkcjonowania jednolitego rynku. Jego celem jest zapewnienie uczciwych i przejrzystych stosunków między przedsiębiorstwami a konsumentami, a ostatecznie wspieranie dobrobytu europejskich konsumentów i gospodarki UE.

Niniejszy wniosek ma na celu wzmocnienie praw konsumentów poprzez zmianę dwóch dyrektyw, które chronią interesy gospodarcze konsumentów na szczeblu Unii: dyrektywy 2005/29/WE¹ o nieuczciwych praktykach handlowych i dyrektywy 2011/83/UE² w sprawie praw konsumentów. Celem wniosku w szczególności jest wkład w rozwój unijnej gospodarki o obiegu zamkniętym i zielonej gospodarki poprzez umożliwienie konsumentom podejmowania świadomych decyzji o kupnie, a tym samym wkład w bardziej zrównoważoną konsumpcję. Jego celem jest również wyeliminowanie nieuczciwych praktyk handlowych, które wprowadzają konsumentów w błąd, odwodząc ich od zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych. Ponadto wniosek ten zapewnia lepsze i bardziej spójne stosowanie przepisów UE.

Wniosek ten jest jedną z inicjatyw określonych w Nowym programie na rzecz konsumentów³ oraz w Planie działania dotyczącym gospodarki o obiegu zamkniętym⁴ i stanowi kontynuację europejskiego Zielonego Ładu⁵. Wzmocnienie pozycji konsumentów i zapewnienie im możliwości obniżania kosztów jest kluczowym elementem ram polityki zrównoważonych produktów. Ma to zostać osiągnięte dzięki zwiększeniu udziału konsumentów w gospodarce o obiegu zamkniętym, w szczególności poprzez dostarczanie konsumentom lepszych informacji na temat trwałości i możliwości naprawy niektórych produktów przed zawarciem umowy oraz poprzez zwiększenie ochrony konsumentów przed nieuczciwymi praktykami handlowymi, które uniemożliwiają dokonywanie zrównoważonych zakupów, takimi jak:

- praktyki pseudoekologicznego marketingu (tj. wprowadzające w błąd twierdzenia dotyczące ekologiczności);

¹ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22).

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, s. 64).

³ COM(2020)696 final z 13 listopada 2020 r.

⁴ COM(2020)98 final z 11 marca 2020 r.

⁵ COM(2019)640 final z 11 grudnia 2019 r.

- praktyki postarzania produktów (tj. przedwczesny koniec eksploatacji towarów) oraz
- stosowanie niewiarygodnych i nieprzejrzystych oznakowań i narzędzi informacyjnych dotyczących zrównoważonego charakteru.

Ścisłej, wniosek ma na celu:

- podawanie informacji o istnieniu i okresie obowiązywania udzielanej przez producenta handlowej gwarancji trwałości dla wszystkich rodzajów towarów lub o braku takiej gwarancji w przypadku towarów wykorzystujących energię;
- podawanie informacji o dostępności bezpłatnych aktualizacji oprogramowania dla wszystkich towarów zawierających elementy cyfrowe, dla treści cyfrowych i usług cyfrowych;
- podawanie informacji na temat możliwości naprawy produktów, poprzez punktową ocenę możliwości naprawy lub inne istotne informacje dotyczące naprawy, w miarę ich dostępności, dla wszystkich rodzajów towarów;
- dopilnowanie, aby przedsiębiorcy nie wprowadzali konsumentów w błąd co do wpływu na środowisko i społeczeństwo, trwałości i możliwości naprawy produktów;
- zagwarantowanie, że przedsiębiorca może formułować twierdzenia dotyczące ekologiczności w odniesieniu do przyszłej efektywności środowiskowej tylko wtedy, gdy wiążą się z tym jasno określone zobowiązania;
- dopilnowanie, aby przedsiębiorca nie mógł reklamować korzyści dla konsumentów, które są uznawane za powszechną praktykę na rynku właściwym;
- zapewnienie, by przedsiębiorca mógł porównywać produkty, w tym za pomocą narzędzia informacyjnego dotyczącego zrównoważonego rozwoju, tylko wtedy, gdy przedstawi informacje o metodzie porównania, produktach i dostawcach objętych porównaniem oraz środkach służących aktualizacji informacji;
- zakaz umieszczania oznakowania zrównoważonego rozwoju, które nie jest oparte na systemie certyfikacji lub nie zostało ustanowione przez władze publiczne;
- zakaz stosowania ogólnych twierdzeń dotyczących ekologiczności w marketingu skierowanym do konsumentów, w przypadku gdy nie można wykazać wysokiej efektywności środowiskowej produktu lub przedsiębiorcy zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 66/2010 (oznakowanie ekologiczne UE), oficjalnie uznanymi systemami oznakowania ekologicznego w państwach członkowskich lub innymi obowiązującymi przepisami unijnymi, odpowiednimi dla danego twierdzenia;
- zakaz formułowania twierdzeń dotyczących ekologiczności całego produktu, gdy w rzeczywistości odnoszą się one tylko do pewnego jego aspektu;

- zakaz przedstawiania wymogów nałożonych przepisami prawa na wszystkie produkty w ramach danej kategorii produktów na rynku unijnym jako wyróżniającej cechy oferty przedsiębiorcy;
- zakaz stosowania pewnych praktyk związanych z postarzaniem towarów.

Środki te są potrzebne do aktualizacji istniejącego prawa ochrony konsumentów, aby zapewnić im ochronę i umożliwić aktywny udział w transformacji ekologicznej. Dyrektywa w sprawie praw konsumentów nakłada obecnie na przedsiębiorców obowiązek udzielania konsumentom informacji o głównych cechach towarów i usług. Obejmuje on szczegółowe wymagania w zakresie informacji o istnieniu ustawowej gwarancji zgodności, a także dodatkowych gwarancji handlowych. Nie ma jednak wymogu udzielania informacji o braku handlowych gwarancji trwałości, dlatego dyrektywa nie zachęca w wystarczającym stopniu producentów do zapewniania konsumentom takich gwarancji. Badania pokazują, że w przypadku produktów konsumenckich oferowanych z gwarancją handlową, informacje na temat takich gwarancji handlowych oraz sposobu naliczania opłat konsumentom są często niejasne, nieprecyzyjne lub niepełne, co utrudnia konsumentom porównanie produktów i odróżnienie gwarancji handlowej od (obowiązkowej) ustawowej gwarancji⁶. Niniejszy wniosek rozwiąże ten problem poprzez zapewnienie, aby konsumenci otrzymywali informacje na temat istnienia handlowej gwarancji trwałości przekraczającej dwa lata, obejmującej cały towar, w każdym przypadku gdy takie informacje są udostępniane przez producenta.

Ponadto dyrektywa nie zawiera szczegółowych wymogów dotyczących przekazywania konsumentom informacji na temat możliwości naprawy towarów. Wymaga natomiast, aby informacje o „usługach posprzedażnych” były podawane „w przypadku gdy ma to zastosowanie”. Informacji tych, które pomogłyby w propagowaniu naprawy towarów, a tym samym byłyby szczególnie cenne w umożliwianiu konsumentom przyczyniania się do rozwoju gospodarki o obiegu zamkniętym, w dużej mierze brakuje w punkcie sprzedaży. Z ostatnich badań wynika, że aż 80 % konsumentów w UE twierdzi, że ma trudności ze znalezieniem informacji o tym, jak łatwo jest naprawić dany produkt⁷.

Ogólne zasady zawarte w dyrektywie o nieuczciwych praktykach handlowych dotyczące praktyk wprowadzających w błąd mogą być stosowane do praktyk pseudoekologicznego marketingu, jeśli mają one negatywny wpływ na konsumentów, przy zastosowaniu indywidualnej oceny każdego przypadku. Jednak ani w dyrektywie, ani w załączniku I do niej (czarna lista) nie ma szczegółowych przepisów, które określałyby takie praktyki jako nieuczciwe w każdych okolicznościach. Niedawne kontrole stron internetowych przeprowadzone przez organy sieci współpracy w zakresie ochrony konsumenta w celu wykrycia wprowadzających w błąd twierdzeń dotyczących ekologiczności potwierdziły potrzebę wzmocnienia przepisów w celu ułatwienia egzekwowania prawa w tej dziedzinie. Ponadto w przeprowadzonym niedawno przez Komisję badaniu oceniono 150 twierdzeń

⁶ Komisja Europejska, *Consumer market study on the functioning of legal and commercial guarantees for consumers in the EU* [Badanie rynku konsumenckiego dotyczące funkcjonowania ustawowych i handlowych gwarancji dla konsumentów w UE], 2015 r. Komisja Europejska, badanie uzupełniające ocenę skutków: *Study on Empowering Consumers Towards the Green Transition* [Badanie na temat wzmocnienia pozycji konsumentów z myślą o transformacji ekologicznej], lipiec 2021 r. *Commercial warranties: are they worth the money?* [Gwarancje handlowe: czy są warte swojej ceny?] Sieć Europejskich Centrów Konsumenckich, kwiecień 2019 r.

⁷ Komisja Europejska, *Behavioural Study on Consumers' engagement in the circular economy* [Badanie behawioralne dotyczące zaangażowania konsumentów w gospodarkę o obiegu zamkniętym], 2018 r., s. 81.

dotyczących ekologiczności i stwierdzono, że znaczna część z nich (53,3 %) zawiera niejasne, wprowadzające w błąd lub bezpodstawne informacje na temat właściwości środowiskowych produktów w całej UE i w wielu grupach produktów (zarówno w reklamie, jak i na produkcji)⁸.

Taka sama sytuacja ma miejsce w przypadku postarzania produktów. Brak szczegółowych przepisów i konieczność oceny konkretnych skutków, jakie praktyka ta wywołuje u konsumentów, utrudnia egzekwowanie przepisów dyrektywy w tej dziedzinie. Potwierdza to fakt, że w odpowiedzi na otwarte konsultacje publiczne przeprowadzone w ramach opracowywania niniejszego wniosku 76 % respondentów stwierdziło, że w ciągu ostatnich trzech lat doświadczyło nieoczekiwanej awarii produktu⁹.

1.2. Spójność z obowiązującymi przepisami

Dyrektywa (UE) 2019/771¹⁰ (dyrektywa w sprawie sprzedaży towarów) promuje trwałość towarów poprzez ustawową gwarancję, która zapewnia konsumentom pewne prawa przez okres co najmniej dwóch lat, który państwa członkowskie mogą przedłużać pod określonymi warunkami. Określa również warunki, na jakich producent może zaoferować konsumentowi handlową gwarancję trwałości.

Niniejszy wniosek zwiększy przejrzystość gwarancji handlowych dla konsumentów, a tym samym zachęci również producentów do oferowania handlowych gwarancji trwałości dłuższych niż dwa lata poprzez zobowiązanie przedsiębiorców do dostarczania w punkcie sprzedaży informacji na temat istnienia (lub braku w przypadku towarów wykorzystujących energię) i czasu trwania handlowych gwarancji trwałości udzielanych przez producentów.

Zarówno dyrektywa o sprzedaży towarów, jak i dyrektywa o treściach cyfrowych¹¹ gwarantują konsumentom dostarczanie aktualizacji oprogramowania, tak aby produkt pozostawał zgodny z umową przez okres jej obowiązywania lub przez okres, którego konsument mógłby zasadnie oczekiwać.

Nie poruszono jednak kwestii porównywalności produktów w punkcie sprzedaży na podstawie dostępności aktualizacji oprogramowania. W niniejszym wniosku przewidziano obowiązek informowania konsumentów przed zawarciem umowy o istnieniu aktualizacji oprogramowania i okresie, w którym producent zobowiązuje się je dostarczać, jeżeli informacje te są dostarczane przez producenta. Jeżeli istnieje już handlowa gwarancja trwałości oferowana na okres dłuższy niż dwa lata, obowiązek informacyjny spoczywający na przedsiębiorcach dotyczy jedynie aktualizacji oprogramowania, których okres obowiązywania jest dłuższy niż okres obowiązywania handlowej gwarancji trwałości, co ma na celu uniknięcie przekazywania konsumentom zbędnych informacji.

⁸ Komisja Europejska, *Environmental claims in the EU – inventory and reliability assessment*, [Twierdzenia dotyczące ekologiczności w UE – spis i ocena wiarygodności] 2020 r.

⁹ Komisja Europejska, *A New Consumer Agenda Factual summary report – public consultation* [Nowy program na rzecz konsumentów. Streszczenie faktograficzne – konsultacje publiczne], 2020 r., s. 20.

¹⁰ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniająca rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylająca dyrektywę 1999/44/WE (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 28)

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

Niniejszy wniosek zmienia obowiązujące dyrektywy UE w sprawie prawa ochrony konsumentów, dlatego jego przepisy będą mogły opierać się na pełnym spektrum mechanizmów egzekwowania obowiązujących w unijnym prawie ochrony konsumentów, wzmocnionych ostatnio dyrektywą w sprawie lepszego egzekwowania i unowocześnienia przepisów¹², dyrektywą w sprawie powództw przedstawicielskich¹³ oraz zmienionym rozporządzeniem w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów¹⁴.

1.3. Spójność z innymi politykami UE

Z wyjątkiem pewnych odstępstw, dwie dyrektywy dotyczące prawa ochrony konsumentów, zmienione niniejszym wnioskiem, mają zastosowanie do wszystkich sektorów gospodarki. Ze względu na swój ogólny zasięg mają one zastosowanie do wielu aspektów umów zawieranych między przedsiębiorcami i konsumentami, które mogą być również objęte innymi, bardziej szczegółowymi przepisami prawa UE w różnych dziedzinach. Wzajemne oddziaływanie pomiędzy poszczególnymi instrumentami prawa Unii reguluje zasada *lex specialis*. Zgodnie z tą zasadą ogólne dyrektywy w sprawie prawa konsumentów mają zastosowanie w przypadku, gdy odpowiednie aspekty umów zawieranych między przedsiębiorcami i konsumentami nie są regulowane przez bardziej szczegółowe przepisy prawa Unii. Tak więc ogólne dyrektywy w sprawie prawa konsumentów służą jako zabezpieczenie, zapewniając możliwość utrzymania wysokiego poziomu ochrony konsumentów we wszystkich sektorach poprzez uzupełnianie i wypełnianie luk w przepisach prawa Unii dotyczących konkretnych sektorów.

Uzupełnieniem niniejszego wniosku byłyby dwie inne inicjatywy na szczeblu UE: inicjatywa na rzecz twierdzeń dotyczących ekologiczności oraz inicjatywa dotycząca zrównoważonych produktów. Celem inicjatywy na rzecz twierdzeń dotyczących ekologiczności jest wprowadzenie dalszych wymogów w odniesieniu do twierdzeń dotyczących ekologiczności produktów i organizacji, zarówno w przypadku twierdzeń przedstawianych przez przedsiębiorstwa konsumentom, jak i przez przedsiębiorstwa innym przedsiębiorstwom.

Inicjatywa dotycząca zrównoważonych produktów opiera się na obowiązującej dyrektywie w sprawie ekoprojektu¹⁵ i ma na celu wprowadzenie wymogów dotyczących zrównoważonego charakteru produktów sprzedawanych w UE. Te trzy inicjatywy są ze sobą spójne i wzajemnie się uzupełniają.

¹² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (Dz.U. L 328 z 18.12.2019, s. 7)

¹³ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828 z dnia 25 listopada 2020 r. w sprawie powództw przedstawicielskich wytaczanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów i uchylająca dyrektywę 2009/22/WE (Dz.U. L 409 z 4.12.2020, s. 1)

¹⁴ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz.U. L 345 z 27.12.2017, s. 1).

¹⁵ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/125/WE z dnia 21 października 2009 r. ustanawiająca ogólne zasady ustalania wymogów dotyczących ekoprojektu dla produktów związanych z energią (Dz.U. L 285 z 31.10.2009, s. 10).

2. PODSTAWA PRAWNA, POMOCNICZOŚĆ I PROPORCJONALNOŚĆ

• Podstawa prawna

Ochrona konsumentów wchodzi w zakres wspólnych kompetencji („kompetencji dzielonych”) UE i jej państw członkowskich. Jak stwierdza się w art. 169 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE), UE musi pomagać w ochronie interesów gospodarczych konsumentów oraz wspierać należne im prawo do informacji i edukacji, by zabezpieczyć ich interesy. Niniejszy wniosek opiera się na art. 114, który zgodnie z art. 169 ust. 2 lit. a) stanowi podstawę prawną do przyjmowania środków, które przyczyniają się do osiągnięcia celów art. 169 w kontekście urzeczywistnienia rynku wewnętrznego.

Oprócz realizacji celów związanych z rynkiem wewnętrznym i ochroną konsumentów, wniosek będzie zawierał także dążenie do zapewnienia wysokiego poziomu ochrony środowiska poprzez uwolnienie możliwości rozwoju ekologicznej gospodarki o obiegu zamkniętym. Wspomniane korzyści dla środowiska stanowią uzupełnienie celów podstawowych ochrony konsumentów i urzeczywistnienia rynku wewnętrznego, dlatego właściwą podstawą prawną pozostaje art. 114 TFUE dotyczący urzeczywistnienia rynku wewnętrznego, z należytym uwzględnieniem art. 169 TFUE.

• Pomocniczość (w zakresie kompetencji dzielonych)

Niniejszy wniosek zmienia przepisy UE w zakresie ochrony konsumenta, których przyjęcie zostało uznane za konieczne i pozostające w zgodzie z zasadą pomocniczości. Lepsze funkcjonowanie rynku wewnętrznego nie może zostać osiągnięte jedynie przy zastosowaniu prawodawstwa krajowego. Przepisy UE w zakresie ochrony konsumenta zyskują na aktualności, jako że rynek wewnętrzny pogłębia się, a liczba unijnych umów konsumenckich pomiędzy państwami członkowskimi wzrasta. Problemy, których dotyczą proponowane zmiany, są problemami ogólnounijnymi o tych samych przyczynach. Dlatego skuteczne będą wyłącznie działania podejmowane na szczeblu UE.

Wielkość i natężenie handlu transgranicznego w UE są wystarczająco wysokie, by uczynić sprawne funkcjonowanie rynku wewnętrznego bardziej podatnym na niespójne – lub choćby rozbieżne – decyzje dotyczące kształtu polityki w państwach członkowskich. Co więcej, przedsiębiorcy mogą docierać do konsumentów przez granice państw członkowskich. Może to powodować problemy, których krajowi ustawodawcy i organy regulacyjne nie są w stanie odpowiednio rozwiązać poprzez samodzielne działanie.

W przypadku braku działań na szczeblu UE inicjatywy krajowe, choć przynoszą pewne korzyści konsumentom i rynkom krajowym, mogą prowadzić do fragmentacji rynku wewnętrznego, co z kolei powoduje niepewność prawa i wzrost kosztów przestrzegania przepisów.

Dyrektywa 2005/29/WE zapewnia pełną harmonizację prawodawstwa krajowego dotyczącego nieuczciwych praktyk handlowych, które szkodzą gospodarczym interesom konsumentów. Dyrektywa 2011/83/UE zasadniczo zapewnia pełną harmonizację przepisów dotyczących wymogów w zakresie informacji udzielanych przed zawarciem umowy.

Każde nowe przepisy krajowe w zakresie stosowania niniejszych dyrektyw byłyby sprzeczne z w pełni zharmonizowanymi ramami prawnymi. Niniejszy wniosek pomaga zmniejszyć trudności, z jakimi borykają się władze krajowe przy egzekwowaniu obowiązujących, opartych na zasadach, przepisów dyrektywy 2005/29/WE w tak złożonych dziedzinach, jak

wprowadzając w błąd twierdzenia dotyczące ekologiczności, praktyki postarzania produktów oraz nieprzejrzyste oznakowania i narzędzia informacyjne dotyczące zrównoważonego charakteru. Doprecyzowanie, kiedy i w jaki sposób takie praktyki można uznać za nieuczciwe, zwiększyłoby skuteczność ochrony konsumentów w UE.

Niniejszy wniosek zmienia również dyrektywę 2011/83/UE, nakładając na przedsiębiorców obowiązek udzielania informacji na temat trwałości i możliwości naprawy produktów przed zawarciem umowy, aby zapewnić konsumentom możliwość dokonywania bardziej świadomych wyborów przy zakupie. Dzięki temu konsumenci będą mogli korzystać z takich informacji przy zakupie produktów na rynku wewnętrznym.

- **Proporcjonalność**

Środki przewidziane we wniosku są proporcjonalne do celów, którymi są: umożliwienie konsumentom podejmowania świadomych decyzji o zakupie, promowanie zrównoważonej konsumpcji, eliminowanie stosowanych przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk handlowych, które wyrządzają szkodę gospodarce zrównoważonej i zniechęcają konsumentów do dokonywania zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych, a także zapewnienie lepszego i bardziej spójnego stosowania przepisów UE w zakresie ochrony konsumentów.

Wymóg przekazywania informacji o istnieniu handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta na okres dłuższy niż dwa lata jest konieczny tylko wówczas, gdy producent udostępnia te informacje przedsiębiorcy. Ponadto w przypadku towarów wykorzystujących energię konsumenci powinni być również informowani o tym, że producent nie udostępnił tych informacji. Przedsiębiorcy podlegają temu wymogowi jedynie w odniesieniu do towarów wykorzystujących energię, których trwałość można wiarygodnie oszacować i co do których konsumenci są w większości zainteresowani otrzymaniem tych informacji.

W przypadku towarów z elementami cyfrowymi podawanie *informacji o dostępnych bezpłatnych aktualizacjach oprogramowania* jest wymagane tylko wtedy, gdy aktualizacje są dostarczane na okres dłuższy niż okres objęty handlową gwarancją trwałości udzielaną przez producenta oraz gdy takie informacje są dostarczane przedsiębiorcy przez producenta. Ponadto takie informacje powinny być przekazywane wyłącznie w przypadku pojedynczej dostawy danych elementów cyfrowych.

W przypadku usług cyfrowych i treści cyfrowych dostarczenie *informacji o dostępnych aktualizacjach oprogramowania* jest wymagane tylko wtedy, gdy takie informacje są przekazywane przedsiębiorcy przez dostawcę, gdy dostawca jest inny niż przedsiębiorca. Ponadto takie informacje powinny być przekazywane wyłącznie w przypadku pojedynczej dostawy danej usługi cyfrowej lub treści cyfrowych.

Podawanie *informacji o możliwości naprawy produktów poprzez punktową ocenę możliwości naprawy lub inne odpowiednie informacje dotyczące naprawy* jest wymagane w punkcie sprzedaży tylko wtedy, gdy ocena możliwości naprawy jest już ustalona dla danego produktu zgodnie z prawem Unii lub gdy producent udostępnia inne odpowiednie informacje dotyczące naprawy. Przedsiębiorcy nie są zobowiązani do informowania konsumentów w punkcie sprzedaży, jeśli takie informacje nie są dostępne.

Oczekuje się, że *zakaz stosowania ogólnych twierdzeń dotyczących ekologiczności w marketingu skierowanym do konsumentów* przyniesie znaczące korzyści konsumentom, ograniczając jednocześnie obciążenia dla przedsiębiorców. Przedsiębiorcy mogą formułować

ogólne twierdzenia dotyczące ekologiczności w przypadkach, gdy możliwe jest wykazanie wysokiej efektywności środowiskowej produktów lub przedsiębiorców zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 66/2010 (oznakowanie ekologiczne UE), w ramach oficjalnie uznanych w państwach członkowskich programów oznakowania ekologicznego zgodnie z art. 11 rozporządzenia (WE) nr 66/2010 lub zgodnie z innymi obowiązującymi przepisami unijnymi.

Oczekuje się również, że *zakaz formułowania twierdzeń dotyczących ekologiczności w odniesieniu do całego produktu, gdy rzeczywistości dotyczą one tylko pewnego jego aspektu*, przyniesie znaczące korzyści konsumentom, jednocześnie precyzując zasady dla przedsiębiorców i zapewniając im równe szanse. Pozwoli to przedsiębiorcom na dalsze stosowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności w odniesieniu do określonego aspektu produktu, o ile konsument będzie miał jasność, że twierdzenie odnosi się do określonego aspektu, a nie do całego produktu.

Zakaz praktyk związanych z postarzaniem produktów dotyczy konkretnych i dobrze zdefiniowanych istniejących praktyk i ma na celu zapewnienie przedsiębiorcom pewności prawnej oraz ułatwienie egzekwowania przepisów, ponieważ organy ścigania nie będą musiały udowadniać, że produkt został zaprojektowany z myślą o przedwczesnym zesterzeniu się, z intencją skłonienia do zakupu nowego modelu.

- **Wybór instrumentu**

Jako że niniejszy wniosek zmienia dwie obowiązujące dyrektywy, najodpowiedniejszym instrumentem jest dyrektywa.

3. WYNIKI OCEN EX POST, KONSULTACJI Z ZAINTERESOWANYMI STRONAMI I OCEN SKUTKÓW

- **Oceny ex post/oceny adekwatności obowiązującego prawodawstwa**

W 2017 r. unijne prawo konsumenckie i sprzedażowe oraz dyrektywa w sprawie praw konsumentów zostały poddane odpowiednio kontroli adekwatności i ocenie. Ustalenia z tego badania wskazały przede wszystkim na potrzebę zwiększenia świadomości na temat przepisów i poprawy ich egzekwowania oraz możliwości dochodzenia roszczeń przez konsumentów, aby jak najlepiej wykorzystać istniejące przepisy, a także zwróciły uwagę na ograniczony zakres koniecznych zmian wynikających z cyfryzacji.

Ze względu na skupienie się na egzekwowaniu prawa i cyfryzacji nie sformułowano żadnych konkretnych wniosków na temat wkładu unijnego prawa ochrony konsumentów w zrównoważoną konsumpcję, która to kwestia zyskała jeszcze większe znaczenie polityczne kilka lat później wraz z ogłoszeniem Europejskiego Zielonego Ładu. Niemniej, gdy tylko było to możliwe i odpowiednie, w niniejszym dokumencie wykorzystano ustalenia i wnioski zebrane w trakcie badania przeprowadzonego w 2017 r.¹⁶

- **Konsultacje z zainteresowanymi stronami**

¹⁶ Wyniki oceny adekwatności prawa konsumenckiego i sprzedażowego oraz oceny dyrektywy w sprawie praw konsumentów
<https://ec.europa.eu/newsroom/just/items/59332>

Podczas przygotowywania wniosku Komisja konsultowała się z zainteresowanymi stronami przy pomocy:

- mechanizmu umożliwiającego przekazywanie informacji zwrotnych przy wstępnej ocenie skutków;
- internetowych konsultacji publicznych;
- ukierunkowanych konsultacji z kluczowymi zainteresowanymi stronami, obejmujących około 150 wywiadów pogłębionych z głównymi grupami, których dotyczyła inicjatywa: władz krajowych, unijnych i krajowych stowarzyszeń przedsiębiorców oraz unijnych i krajowych stowarzyszeń konsumentów;
- wspomaganych komputerowo wywiadów telefonicznych z ponad 100 firmami;
- internetowego badania konsumenckiego przeprowadzonego wśród prawie 12 000 konsumentów we wszystkich krajach UE;
- czterech warsztatów eksperckich z udziałem różnych grup zainteresowanych stron.

Otwarte internetowe konsultacje publiczne

W wyniku otwartych konsultacji publicznych ustalono, że weryfikacja wiarygodności twierdzeń dotyczących ekologiczności produktów stanowi największą przeszkodę w zwiększeniu udziału konsumentów w procesie transformacji ekologicznej i w kształtowaniu bardziej zrównoważonych zachowań konsumpcyjnych. Organizacje konsumenckie częściej niż stowarzyszenia przedsiębiorców wskazywały to jako przeszkodę.

Większość respondentów w ciągu ostatnich trzech lat doświadczyła nieoczekiwanej awarii produktu. Za najbardziej problematyczne uznano produkty ICT, a w dalszej kolejności drobny sprzęt gospodarstwa domowego oraz odzież i obuwie.

„Informację o możliwości naprawy produktu” uznano za opcję, która z największym prawdopodobieństwem umożliwi konsumentom wybór bardziej zrównoważonych produktów i udział w gospodarce o obiegu zamkniętym. Zdecydowanie opowiedziały się za nią władze publiczne i obywatele, ale nie organizacje przedsiębiorstw/organizacje biznesowe, które skłoniły się ku udostępnieniu „*informacji na temat śladu ekologicznego i klimatycznego w cyklu życia produktu*”. Oceniono ją również jako drugą w kolejności opcję.

Podawanie lepszych informacji na temat trwałości/żywności produktów uznano za najlepszą możliwość wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej. Zdecydowanie opowiedziały się za nią organizacje konsumenckie i obywatele, ale nie organizacje przedsiębiorstw/organizacje biznesowe i stowarzyszenia przedsiębiorców, które preferowały „*podnoszenie świadomości na temat roli konsumentów w gospodarce o obiegu zamkniętym i transformacji ekologicznej*”.

Ukierunkowane konsultacje

W konsultacjach tych – przeprowadzonych w celu rozszerzenia informacji zwrotnych zebranych w ramach internetowych otwartych konsultacji publicznych – prawie wszystkie zainteresowane strony (z wyjątkiem tych reprezentujących przemysł) zgodziły się z opinią, że konsumenci nie otrzymują lub nie mają wystarczającego dostępu do informacji na temat (i)

wpływu produktów na środowisko, (ii) żywotności towarów, (iii) cech charakterystycznych produktów, które mogą prowadzić do przedwczesnej awarii oraz (iv) dostępności usług naprawczych, części zamiennych i aktualizacji/ulepszeń oprogramowania.

Większość organizacji konsumenckich uznała, że konsumenci są narażeni na pseudoekologiczny marketing oraz że do pewnego stopnia występuje zjawisko przedwczesnego starzenia się produktów. Przedstawiciele przemysłu nie byli zgodni. Większość grup zainteresowanych stron za problem uznała także mnożenie się oznakowań dotyczących zrównoważonego charakteru.

Badanie za pomocą wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo

Producenci i sprzedawcy detaliczni zostali poproszeni o określenie skali wpływu i kosztów wprowadzenia różnych wymogów prawnych na ich organizację. Odpowiedzi dla każdego wymogu były następujące:

- „Podawanie informacji na temat aspektów projektu produktu, które mogą spowodować jego przedwczesną awarię” miałyby największy wpływ i byłyby najbardziej kosztowne.
- „Silniejsza ochrona konsumentów przed praktykami planowego (celowego) postarzenia produktów” miałyby najmniejszy wpływ.
- „Obowiązek podawania informacji o okresie obowiązywania gwarancji handlowej dla wszystkich produktów” oraz „Obowiązek wyraźnego informowania konsumenta, że na dany produkt nie udziela się handlowej gwarancji trwałości”, byłyby najmniej kosztowne.

Internetowe badanie konsumenckie

Badanie wykazało, że konsumenci wykazują chęć udziału w transformacji ekologicznej. Większość respondentów nie była skłonna zapłacić za informacje (np. za pośrednictwem aplikacji) na temat trwałości i możliwości naprawy „dóbr trwałego użytku”. Około połowa respondentów stwierdziła, że jest skłonna dopłacić do ceny początkowej za produkt, który będzie działał dłużej bez konieczności naprawy, a podobna liczba respondentów stwierdziła, że jest skłonna dopłacić do identycznego produktu, który będzie działał dłużej przy drobnych/rozsądnych naprawach. Jeszcze większa część respondentów stwierdziła, że byłaby skłonna zapłacić więcej za identyczny produkt objęty gwarancją handlową, która pokrywałaby koszty naprawy. „*Postrzegana wyższa cena produktów przyjaznych dla środowiska*” została uznana za główną przeszkodę uniemożliwiającą konsumentom bardziej zrównoważone zachowania, a „*Podawanie lepszych informacji na temat trwałości/żywotności produktów*” oraz „*Podawanie konsumentom lepszych informacji na temat śladu ekologicznego i klimatycznego w cyklu życia produktu*” zostały uznane za najsukuteczniejsze opcje pomagające konsumentom w wyborze produktów bardziej zrównoważonych środowiskowo.

Warsztaty eksperckie

Pierwsze warsztaty

Zebrano opinie na temat **skali problemów** oraz **przykłady skutecznych działań**. Potwierdziły one wiele wniosków płynących z innych rodzajów konsultacji. W dużej mierze zgodzono się, że pseudoekologiczny marketing ma miejsce i że informacje na temat trwałości produktów mogą być trudne do uzyskania. Wyrażono wątpliwości, czy produkty są celowo projektowane tak, aby ulegały przedwczesnym awariom.

Drugie warsztaty

Zebrano opinie **stowarzyszeń branżowych** na temat możliwości wykorzystania środków cyfrowych do przekazywania informacji o produktach. Zwrócono uwagę na pewne możliwości, jakie oferują narzędzia cyfrowe (np. kody QR, etykiety elektroniczne) w zakresie przekazywania obowiązkowych informacji o produkcie i upraszczania oznakowań produktów.

Podkreślono również niektóre wyzwania, zwłaszcza dla MŚP, które mogą potrzebować wsparcia finansowego, aby móc wdrożyć te narzędzia, oraz dla konsumentów znajdujących się w niekorzystnej sytuacji, którzy nie mają dostępu do tych narzędzi lub nie mogą z nich korzystać.

Trzecie warsztaty

Zebrano informacje zwrotne na temat możliwych **sposobów rozwiązywania różnych problemów**. Uczestnicy warsztatów przypomnieli wiele tych samych kwestii, które poruszono podczas poprzednich konsultacji, i potwierdzili poparcie dla niektórych analizowanych wariantów strategicznych.

Czwarte warsztaty

Zebrano opinie **organów odpowiedzialnych za egzekwowanie przepisów w dziedzinie ochrony konsumentów** na temat wyzwań związanych z egzekwowaniem przepisów. Uczestnicy zwrócili uwagę na trudności w udowodnieniu umyślnego charakteru planowanego postarzania produktów.

Władze publiczne zauważyły, że brakuje im wiedzy technicznej, która umożliwiłaby im egzekwowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności, i były podzielone w kwestii skuteczności egzekwowania obecnych przepisów dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych.

• Ocena skutków

Niniejszy wniosek oparty jest na ocenie skutków¹⁷. 5 lutego 2021 r. Rada ds. Kontroli Regulacyjnej (RSB) Komisji po raz pierwszy wydała negatywną opinię wraz ze szczegółowymi komentarzami.

Po dogłębnej rewizji pierwotnego projektu dnia 17 września 2021 r. Rada ds. Kontroli Regulacyjnej wydała pozytywną opinię z dalszymi komentarzami¹⁸. W załączniku I do oceny skutków wyjaśniono, w jaki sposób zostały rozpatrzone komentarze Rady ds. Kontroli Regulacyjnej.

W ocenie skutków zidentyfikowano dwa problemy, które zostały podzielone na kilka problemów częściowych. Dwa zidentyfikowane problemy są następujące:

- (1) konsumentom brakuje wiarygodnych informacji w punktach sprzedaży, aby mogli dokonywać wyborów konsumpcyjnych zrównoważonych środowiskowo;

¹⁷ SWD(2022) 82

¹⁸ SEC(2022) 165.

- (2) konsumenci mają do czynienia z wprowadzającymi w błąd praktykami handlowymi związanymi ze zrównoważonym charakterem produktów.

Problem nr 1 podzielono na problemy częścikowe:

- 1.1) brak wiarygodnych informacji na temat właściwości środowiskowych produktów;
- 1.2) brak wiarygodnych informacji na temat żywotności towarów;
- 1.3) brak wiarygodnych informacji na temat możliwości naprawy produktów.

Problem nr 2 podzielono na problemy częścikowe:

- 2.1) konsumentom sprzedaje się produkty, które nie są tak trwałe, jak mogłyby być lub jak tego oczekują konsumenci („postarzanie produktów”);
- 2.2) konsumenci spotykają się z niejasnymi lub słabo uzasadnionymi twierdzeniami firm dotyczącymi ekologiczności („pseudoeekologiczny marketing”);
- 2.3) konsumenci mają do czynienia z oznakowaniami dotyczącymi zrównoważonego charakteru i cyfrowymi narzędziami informacyjnymi, które nie zawsze są przejrzyste i wiarygodne.

W odniesieniu do każdego z tych problemów częścikowych rozważono szereg wariantów strategicznych. Na podstawie analizy uwzględniającej wiele kryteriów, uzupełnionej (częściową) analizą kosztów i korzyści oraz jakościową oceną proporcjonalności różnych rozważanych wariantów, zaproponowano połączenie pięciu preferowanych wariantów strategicznych w celu rozwiązania tych problemów:

- (1) podawanie informacji na temat istnienia (lub braku) informacji o istnieniu handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta oraz okresu, w którym dostarczane są bezpłatne aktualizacje oprogramowania (na potrzeby rozwiązania problemu częścikowego 1.2);
- (2) dostarczenie punktowej oceny możliwości naprawy lub innych istotnych informacji dotyczących naprawy, w stosownych przypadkach/w razie dostępności (na potrzeby rozwiązania problemu częścikowego 1.3);
- (3) zakaz niektórych zidentyfikowanych praktyk związanych z postarzaniem produktów (na potrzeby rozwiązania problemu częścikowego 2.1);
- (4) zakaz stosowania bezpodstawnych, ogólnych lub niejasnych twierdzeń dotyczących ekologiczności oraz ustalenie kryteriów oceny rzetelności twierdzeń dotyczących ekologiczności w celu zapewnienia ich przejrzystości i wiarygodności dla konsumentów (na potrzeby rozwiązania problemu częścikowego 2.2).;
- (5) ustalenie kryteriów oceny rzetelności oznakowań dotyczących zrównoważonego charakteru i cyfrowych narzędzi informacyjnych, aby zapewnić ich przejrzystość i wiarygodność dla konsumentów (na potrzeby rozwiązania problemu częścikowego 2.3).

Problem częścikowy 1.1 (brak wiarygodnych informacji na temat właściwości środowiskowych produktów)

Uznano, że wprowadzenie wymogów dotyczących obowiązkowych informacji o właściwościach środowiskowych należałoby przeprowadzić za pomocą przepisów

sektorowych, ponieważ przedmiotowe właściwości różnią się znacznie w zależności od kategorii produktu. W ocenie skutków nie zaproponowano zatem preferowanego wariantu strategicznego w celu rozwiązania tego problemu częściowego.

Problem częściowy 1.2 (brak wiarygodnych informacji na temat żywotności towarów)

Preferowany wariant sprawiłby, że konsumenci byłoby lepiej poinformowani o trwałości kupowanych przez siebie towarów, ponieważ handlowa gwarancja trwałości udzielana przez producenta jest doskonałym wskaźnikiem trwałości towaru.

Ponadto nałożony na przedsiębiorców obowiązek informowania konsumenta o długości gwarancji lub o jej braku w danym przypadku zachęcałby przedsiębiorców do konkutowania pod względem udzielania i długości takich gwarancji, a tym samym pośrednio stymulowałby wytwarzanie produktów o dłuższej żywotności.

Innym wariantem rozważanym w celu rozwiązania tego problemu częściowego był obowiązek informowania konsumentów o przewidywanym okresie użytkowania towarów. Nie wybrano jednak tej metody, ponieważ uznano, że nie jest możliwe obliczenie oczekiwanej żywotności w sposób znormalizowany dla wszystkich typów produktów objętych zakresem.

Problem częściowy 1.3 (brak wiarygodnych informacji na temat możliwości naprawy produktów)

Preferowany wariant strategiczny zapewniłby konsumentom otrzymywanie w punkcie sprzedaży wiarygodnych informacji na temat możliwości naprawy towaru w formie punktowej oceny możliwości naprawy, jeśli taka istnieje w przypadku danej kategorii produktów i jeśli jest wymagana na mocy prawa Unii.

Jeśli taka ocena możliwości naprawy nie ma zastosowania lub nie jest dostępna, wariant ten zapewniałby konsumentom dostęp do innych istotnych informacji dotyczących naprawy (jeśli są dostępne), takich jak dostępność części zamiennych (łącznie z procedurą ich zamawiania) lub podręczniki naprawy.

Problem częściowy 2.1 (produkty nie są tak trwałe, jak powinny być)

Preferowany wariant zapewniłby konsumentom lepszą ochronę przed towarami i usługami wprowadzanymi do obrotu bez ujawnienia, że zostały one zaprojektowane w taki sposób, aby starzały się szybciej, niż konsument mógłby się tego spodziewać.

Określenie konkretnych praktyk jako „praktyki postarzania” ułatwi organom ochrony konsumentów egzekwowanie przepisów.

Innym wariantem rozważanym w celu rozwiązania tego problemu częściowego było gromadzenie dowodów dotyczących przedwczesnych awarii produktów zidentyfikowanych przez upoważnione organy. Wariant ten nie został jednak wybrany, ponieważ uznano, że nie przyniesie on znaczących korzyści konsumentom.

Problem częściowy 2.2 (niejasne lub nieuzasadnione twierdzenia dotyczące ekologiczności)

Preferowany wariant zapewniłby konsumentom ochronę przed pseudoekologicznym marketingiem, ponieważ podmioty formułujące takie twierdzenia będą musiały spełniać

określone standardy. Ułatwiłoby to również egzekwowanie przepisów przez organy ochrony konsumentów.

Problem częściowy 2.3 (niejasne lub nieuzasadnione oznakowania dotyczące zrównoważonego charakteru lub cyfrowe narzędzia informacyjne)

Preferowany wariant zapewniłby ochronę konsumentów przed wprowadzaniem ich w błąd za pomocą takich oznakowań i narzędzi.

Innym wariantem rozważanym w celu rozwiązania tego problemu częściowego było wstępne zatwierdzenie oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru i cyfrowych narzędzi informacyjnych za pośrednictwem organu UE. Wariant ten nie został jednak wybrany, ponieważ obciążenie dla przedsiębiorców uznano za nieproporcjonalne.

Oczekuje się, że połączenie preferowanych wariantów strategicznych zwiększy dobrobyt konsumentów o co najmniej **12,5–19,4 mld EUR** w okresie 15 lat (średnio około **1 mld EUR** rocznie). Przyniesie to również korzyści dla środowiska, przy częściowym oszacowaniu całkowitej oszczędności **ekwiwalentu dwutlenku węgla wynoszącej 5–7 MtCO₂e** w okresie 15 lat. Jednocześnie przedsiębiorstwa będą musiały się dostosować, czego koszt szacuje się na **9,1–10,4 mld EUR**. Odpowiada to średniemu jednorazowemu kosztowi **na przedsiębiorstwo** w wysokości **556–568 EUR**, a następnie rocznemu kosztowi stałemu wynoszącemu od **64–79 EUR** w rozpatrywanym okresie. Z drugiej strony przedsiębiorstwa odniosą również bardzo istotne korzyści związane z równymi warunkami działania, ponieważ przedsiębiorstwa, które obecnie wprowadzają konsumentów w błąd, musiałyby dostosować swoje praktyki do tych, które są rzeczywiście zrównoważone. Oczekuje się, że **realizacja** preferowanych wariantów przez administracje publiczne będzie kosztować średnio około **440 000–500 000 EUR rocznie** na państwo członkowskie.

Aby zapewnić pełną spójność z innymi przygotowywanymi inicjatywami Komisji, zdecydowano, że niektóre elementy preferowanych wariantów strategicznych wybranych w ocenie skutków w celu rozwiązania problemu częściowego 2.2 (niejasne lub nieuzasadnione twierdzenia dotyczące ekologiczności) i problemu częściowego 2.3 (niejasne lub nieuzasadnione oznakowania dotyczące zrównoważonego charakteru lub cyfrowe narzędzia informacyjne) nie zostaną wdrożone w ramach niniejszej inicjatywy, lecz za pośrednictwem innych inicjatyw.

- **Sprawność regulacyjna i uproszczenie**

Ze sprawozdania z oceny adekwatności opublikowanego w 2017 r. wynika, że ogólne przepisy prawa Unii w dziedzinie ochrony konsumentów nie są szczególnie uciążliwe ani w ujęciu bezwzględnym, ani w porównaniu z innymi obszarami regulacji UE¹⁹. W związku z tym, biorąc pod uwagę korzyści płynące z przepisów prawa unijnego w zakresie ochrony konsumentów i ułatwienia funkcjonowania rynku wewnętrznego, możliwości zmniejszenia obciążeń wskazane w tych w ocenach miały ograniczony zakres.

Ze względu na skupienie się na egzekwowaniu prawa i cyfryzacji nie wyciągnięto żadnych konkretnych wniosków na temat wkładu unijnego prawa ochrony konsumentów w zrównoważoną konsumpcję. Niemniej gdy tylko było to możliwe i odpowiednie,

¹⁹ Więcej informacji można znaleźć w rozdziale 6.2.4 sprawozdania z oceny adekwatności <https://ec.europa.eu/newsroom/just/items/59332>

w niniejszym dokumencie wykorzystano ustalenia i wnioski zebrane w trakcie tamtego badania.

- **Prawa podstawowe**

Wniosek jest zgodny z art. 38 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej, zgodnie z którym UE jest zobowiązana do zapewnienia wysokiego poziomu ochrony konsumentów. Zostanie to zapewnione poprzez:

- (a) zwiększenie wiarygodności informacji na temat trwałości i możliwości naprawy udzielanych w punkcie sprzedaży oraz
- (b) przeciwdziałanie wprowadzającym w błąd praktykom handlowym związanym z pseudoekologicznym marketingiem, stosowaniem niewiarygodnych i nieprzejrzystych oznakowań i narzędzi informacyjnych dotyczących zrównoważonego charakteru oraz postarzaniem produktów.

Wyjaśnienie, co stanowi nieuczciwą praktykę handlową w odniesieniu do formułowania twierdzeń dotyczących ekologiczności oraz stosowania oznakowań i narzędzi informacyjnych dotyczących zrównoważonego charakteru, a także postarzania produktów, przyczyni się do wdrożenia art. 16 Karty, który gwarantuje wolność prowadzenia działalności gospodarczej zgodnie z prawem Unii oraz ustawodawstwami i praktykami krajowymi.

Ponadto umożliwiając konsumentom podejmowanie bardziej zrównoważonych pod względem środowiskowym decyzji o zakupie, wniosek respektuje prawo do wysokiego poziomu ochrony środowiska i poprawy jakości środowiska, określone w art. 37 Karty.

4. WPLYW NA BUDŻET

Wniosek nie ma wpływu na budżet UE.

5. ELEMENTY FAKULTATYWNE

- **Plany wdrożenia i monitorowanie, ocena i sprawozdania**

Komisja przedłoży Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie ze stosowania niniejszej dyrektywy nie później niż pięć lat od daty przyjęcia dyrektywy. W sprawozdaniu tym przeprowadzona zostanie ocena stosowania dyrektywy.

- **Dokumenty wyjaśniające (w przypadku dyrektyw)**

We wniosku wprowadzono konkretne zmiany do dwóch istniejących dyrektyw, dlatego państwa członkowskie powinny albo przekazać Komisji tekst konkretnych zmian do przepisów krajowych, albo – w przypadku braku takich zmian – wyjaśnić, który konkretny przepis prawa krajowego wdraża już zmiany przewidziane we wniosku.

- **Szczegółowe wyjaśnienie poszczególnych przepisów zawartych we wniosku**

Art. 1 – Zmiany w dyrektywie 2005/29/WE

Art. 1 wniosku zmienia dyrektywę 2005/29/WE poprzez aktualizację wykazu cech produktu, co do których, jeżeli przedsiębiorca wprowadza konsumenta w błąd, można je uznać za działanie wprowadzające w błąd. Do wykazu działań, które należy uznać za wprowadzające w błąd, jeżeli powodują lub mogą spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której w przeciwnym razie by nie podjął, włączono również dwie nowe praktyki handlowe. Dodano nową pozycję do wykazu informacji, które należy uznać za istotne w przypadku szczególnych praktyk handlowych, których pominięcie może spowodować uznanie danej praktyki handlowej za wprowadzającą w błąd. Ponadto wykaz praktyk handlowych uznawanych za nieuczciwe w każdych okolicznościach rozszerzono na praktyki związane z postarzaniem produktów i pseudoekologicznym marketingiem.

W art. 6 ust. 1 dyrektywy 2005/29/WE zmieniono wykaz cech produktu, co do których przedsiębiorca nie powinien wprowadzać konsumenta w błąd, dołączając do tego wykazu „skutki środowiskowe lub społeczne”, „trwałość” i „możliwość naprawy”. W odniesieniu do praktyk handlowych, które uznaje się za działania wprowadzające w błąd, jeżeli powodują lub mogą spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której w przeciwnym razie by nie podjął, dodaje się w art. 6 ust. 2 dyrektywy 2005/29/WE **dwie dodatkowe praktyki:**

- formułowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności związanych z przyszłą efektywnością środowiskową bez jasnych, obiektywnych lub weryfikowalnych zobowiązań bądź celów i bez niezależnego systemu monitorowania;
- korzyści reklamowe dla konsumentów, które uznaje się za powszechną praktykę na rynku właściwym.

W art. 7 dyrektywy 2005/29/WE wykaz informacji, które należy uznać za istotne w przypadku szczególnych praktyk handlowych, których pominięcie może spowodować uznanie danej praktyki handlowej za wprowadzającą w błąd, rozszerza się o następujące elementy:

- w przypadku gdy przedsiębiorca świadczy usługę, która porównuje produkty, w tym za pośrednictwem narzędzia informacyjnego dotyczącego zrównoważonego charakteru, za istotne uznaje się informacje na temat metody porównania, produktów będących przedmiotem porównania oraz dostawców tych produktów, a także środki służące aktualizacji informacji.

Dziesięć dodatkowych praktyk handlowych dodanych do załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE, które należy uznać za nieuczciwe w każdych okolicznościach, to:

- umieszczanie oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru, które to oznakowanie nie jest oparte na systemie certyfikacji ani nie zostało ustanowione przez organy publiczne;
- formułowanie ogólnego twierdzenia dotyczącego ekologiczności, gdy przedsiębiorca nie jest w stanie wykazać uznanej wysokiej efektywności środowiskowej istotnej dla tego twierdzenia;
- formułowanie twierdzenia dotyczącego ekologiczności w odniesieniu do całego produktu, gdy w rzeczywistości twierdzenie to dotyczy tylko określonego aspektu produktu;
- przedstawianie wymogów nałożonych przez prawo na wszystkie produkty należące do odnośnej kategorii produktów na rynku unijnym jako cechy wyróżniające ofertę przedsiębiorcy;
- nieinformowanie konsumenta, że aktualizacja oprogramowania będzie miała negatywny wpływ na korzystanie z towarów z elementami cyfrowymi lub na określoną cechę tych towarów, nawet jeżeli aktualizacja ta poprawi działanie innych cech.
- nieinformowanie konsumenta o istnieniu cechy towaru wprowadzonej w celu ograniczenia jego trwałości;
- twierdzenie, że towar ma pewną trwałość, jeżeli chodzi o czas lub intensywność użytkowania, gdy w rzeczywistości jej nie ma;
- przedstawianie produktów jako umożliwiających naprawę, w sytuacji gdy tak nie jest, lub nieinformowanie konsumenta, że towary nie pozwalają na naprawę zgodnie z wymogami prawnymi;
- nakłanianie konsumenta do zastąpienia materiałów zużywalnych towaru wcześniej, niż byłoby to konieczne z przyczyn technicznych;
- pomijanie informacji, że towar jest zaprojektowany tak, aby ograniczyć jego funkcjonalność w przypadku korzystania z materiałów zużywalnych, części zamiennych lub wyposażenia dodatkowego, które nie są dostarczane przez pierwotnego producenta.

Art. 2– Zmiany w dyrektywie 2011/83/UE

Art. 2 wniosku zmienia dyrektywę 2011/83/UE w odniesieniu do informacji udzielanych konsumentom przed zawarciem umowy w przypadku umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, a także umów innych niż umowy zawierane na odległość lub umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, w szczególności w odniesieniu do informacji na temat trwałości i możliwości naprawy towarów.

Zmienia również dyrektywę w odniesieniu do informacji, które konsumenci powinni otrzymywać bezpośrednio przed złożeniem zamówienia, w przypadku umów zawieranych na odległość przy użyciu środków elektronicznych.

Jeżeli chodzi o informacje udzielane konsumentom przed zawarciem umowy w przypadku umów innych niż umowy zawierane na odległość lub umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, do wykazu zawartego w art. 5 ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE dodaje się sześć dodatkowych pozycji obejmujących informacje, które należy przekazać konsumentowi w jasny i zrozumiały sposób.

Na te **sześć dodatkowych pozycji** składają się:

- informacje na temat istnienia i długości gwarancji handlowej producenta dotyczącej trwałości wszystkich rodzajów towarów, w przypadku gdy informacja ta jest udostępniana przez producenta;
- informacja o tym, że producent nie dostarczył żadnych informacji na temat istnienia gwarancji trwałości producenta w odniesieniu do towarów wykorzystujących energię;
- istnienie i długość okresu, w którym producent zobowiązuje się do zapewnienia aktualizacji oprogramowania dla towarów z elementami cyfrowymi;
- istnienie i długość okresu, w którym dostawca zobowiązuje się do dostarczania aktualizacji oprogramowania do treści cyfrowych i usług cyfrowych;
- ocena punktowa możliwości naprawy towaru mająca zastosowanie na mocy prawa Unii;
- inne informacje dotyczące naprawy, w przypadku niedostępności punktowej oceny możliwości naprawy na szczeblu Unii, takie jak informacje na temat dostępności części zamiennych i podręcznik naprawy.

W odniesieniu do informacji udzielanych konsumentom przed zawarciem umowy w przypadku umów zawieranych na odległość lub umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa do wykazu zawartego w art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE dodaje się te same sześć pozycji (informacje przekazywane konsumentowi w jasny i zrozumiały sposób).

Jeżeli chodzi o informacje, które konsumenci powinni otrzymywać bezpośrednio przed złożeniem zamówienia, w przypadku umów zawieranych na odległość, które mają być zawarte przy użyciu środków elektronicznych, informacje na temat istnienia i długości handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta (lub na temat niedostępności takich informacji w przypadku towarów wykorzystujących energię) dodaje się do wykazu tych informacji, które należy podać na podstawie art. 8 ust. 2 dyrektywy 2011/83/UE.

Wniosek

DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY**zmieniająca dyrektywy 2005/29/WE i 2011/83/UE w odniesieniu do wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepsze informowanie i lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami**

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA UNII EUROPEJSKIEJ,
uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w szczególności jego art. 114,
uwzględniając wniosek Komisji Europejskiej,
po przekazaniu projektu aktu ustawodawczego parlamentom narodowym,
uwzględniając opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego²⁰,
stanowiąc zgodnie ze zwykłą procedurą ustawodawczą,
a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) W unijnym prawie konsumenckim należy wprowadzić szczegółowe przepisy w celu zwalczania nieuczciwych praktyk handlowych, które uniemożliwiają konsumentom dokonywanie zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych, takich jak praktyki związane z postarzaniem towarów, wprowadzające w błąd twierdzenia dotyczące ekologiczności („pseudoekologiczny marketing”), nieprzejrzyste i niewiarygodne oznakowania lub narzędzia informacyjne dotyczące zrównoważonego charakteru. Umożliwiłoby to właściwym organom krajowym skuteczne przeciwdziałanie tym praktykom. Dzięki zapewnieniu, by twierdzenia dotyczące ekologiczności były uczciwe, konsumenci będą mogli wybierać produkty, które są rzeczywiście lepsze dla środowiska niż produkty konkurencji. Zachęci to do konkurowania o produkty bardziej zrównoważone pod względem środowiskowym, ograniczając negatywny wpływ na środowisko.
- (2) Nowe przepisy należy wprowadzić zarówno poprzez zmianę art. 6 i 7 dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady²¹ odnoszących się do tych praktyk handlowych, które należy uznać za wprowadzające w błąd, a zatem zakazane, na podstawie indywidualnej oceny każdego przypadku, jak również w drodze zmiany załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE poprzez dodanie konkretnych praktyk

²⁰ Dz.U. C z , s. .

²¹ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22).

wprowadzających w błąd, które we wszystkich okolicznościach uznaje się za nieuczciwe, a zatem zakazane.

- (3) Aby zniechęcić przedsiębiorców do wprowadzania konsumentów w błąd co do skutków środowiskowych lub społecznych, trwałości lub możliwości naprawy produktów, w tym poprzez ogólną prezentację produktów, należy zmienić art. 6 ust. 1 dyrektywy 2005/29/WE poprzez dodanie skutków środowiskowych lub społecznych, trwałości i możliwości naprawy produktu do wykazu głównych cech produktu, w odniesieniu do których praktyki przedsiębiorcy można uznać za wprowadzające w błąd, po indywidualnej ocenie przypadku. Informacje przekazywane przez handlowców na temat zrównoważonego społecznie charakteru produktów, obejmujące warunki pracy, działalność charytatywną czy dbałość o dobrostan zwierząt, również nie powinny wprowadzać konsumentów w błąd.
- (4) Twierdzenia dotyczące ekologiczności, w szczególności twierdzenia dotyczące klimatu, w coraz większym stopniu odnoszą się do przyszłej efektywności w postaci przejścia na neutralność emisyjną, neutralność klimatyczną lub podobnego celu w określonym terminie. Dzięki takim twierdzeniom przedsiębiorcy stwarzają wrażenie, że konsumenci, kupując ich produkty, przyczyniają się do gospodarki niskoemisyjnej. W celu zapewnienia uczciwości i wiarygodności takich twierdzeń należy zmienić art. 6 ust. 2 dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać ich po dokonaniu indywidualnej oceny, jeżeli nie są one poparte jasnymi, obiektywnymi i weryfikowalnymi zobowiązaniami i celami podanymi przez przedsiębiorcę. Takie twierdzenia powinny być również wspierane przez niezależny system monitorowania w celu śledzenia postępów przedsiębiorcy w realizacji zobowiązań i celów.
- (5) Inną potencjalnie wprowadzającą w błąd praktyką handlową, którą należy dodać do konkretnych praktyk, o których mowa w art. 6 ust. 2 dyrektywy 2005/29/WE, są reklamowe korzyści dla konsumentów, faktycznie stanowiące powszechną praktykę na rynku właściwym. Na przykład, jeżeli brak substancji chemicznej jest powszechną praktyką na danym rynku produktowym, promocja tego braku jako cechy wyróżniającej produktu może stanowić nieuczciwą praktykę handlową.
- (6) Porównywanie produktów na podstawie ich aspektów środowiskowych lub społecznych, w tym za pomocą narzędzi informacyjnych dotyczących zrównoważonego rozwoju, jest coraz powszechniejszą techniką marketingową. W celu zapewnienia, aby takie porównania nie wprowadzały konsumentów w błąd, należy zmienić art. 7 dyrektywy 2005/29/WE, wprowadzając wymóg, aby konsument był informowany o metodzie porównania, produktach, które są przedmiotem porównania, oraz o dostawcach tych produktów, a także o środkach służących aktualizowaniu informacji. Powinno to zapewnić podejmowanie przez konsumentów bardziej świadomych decyzji dotyczących transakcji przy korzystaniu z takich usług. Porównanie powinno być obiektywne, w szczególności poprzez porównanie produktów pełniących tę samą funkcję, z zastosowaniem wspólnej metody i wspólnych założeń, oraz zestawienie istotnych i możliwych do zweryfikowania cech porównywanych produktów.
- (7) Umieszczanie oznakowań dotyczących zrównoważonego charakteru, które nie są oparte na systemie certyfikacji ani nie zostały ustanowione przez organy publiczne, powinno być zakazane poprzez włączenie takich praktyk do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE. System certyfikacji powinien spełniać minimalne warunki przejrzystości i wiarygodności. Ekspozowanie oznakowania dotyczącego zrównoważonego charakteru pozostaje możliwe bez systemu certyfikacji, jeżeli takie

oznakowanie jest ustanawiane przez organ publiczny, lub w przypadku dodatkowych form wyrażania i prezentacji żywności zgodnie z art. 35 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011. Przepis ten stanowi uzupełnienie pkt 4 załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE, który zakazuje twierdzenia, że przedsiębiorca, praktyki handlowe przedsiębiorcy lub produkty zostały zatwierdzone, zaaprobowane lub otrzymały zezwolenie organu publicznego lub prywatnego, gdy jest to niezgodne z rzeczywistością, oraz zakazuje wysuwania takiego twierdzenia przy niespełnianiu warunków zatwierdzenia, aprobaty lub zezwolenia.

- (8) W przypadkach gdy posługiwanie się oznakowaniem dotyczącym zrównoważonego charakteru wiąże się z przekazem handlowym, który sugeruje lub stwarza wrażenie, że produkt ma pozytywny wpływ na środowisko lub nie wywiera żadnego wpływu na środowisko, lub jest mniej szkodliwy dla środowiska niż produkty konkurencyjne, to takie oznakowanie dotyczące zrównoważonego charakteru również należy uznać za stanowiące twierdzenie dotyczące ekologiczności.
- (9) Należy również zmienić załącznik I do dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać formułowania ogólnych twierdzeń dotyczących ekologiczności bez uznanej wysokiej efektywności środowiskowej, która jest istotna dla tego twierdzenia. Przykładami takich ogólnych twierdzeń dotyczących ekologiczności są: „przyjazne dla środowiska”, „eko-przyjazne”, „eko”, „zielone”, „przyjazne dla natury”, „ekologiczne”, „poprawne środowiskowo”, „przyjazne dla klimatu”, „łagodne dla środowiska”, „przyjazne pod względem emisji dwutlenku węgla”, „neutralne pod względem emisji dwutlenku węgla”, „korzystne pod względem emisji dwutlenku węgla”, „neutralne dla klimatu”, „efektywne energetycznie”, „biodegradowalne”, „oparte na surowcach pochodzenia biologicznego” lub podobne, a także szersze stwierdzenia, takie jak „świadome” lub „odpowiedzialne”, które sugerują lub stwarzają wrażenie wysokiej efektywności środowiskowej. Takie ogólne twierdzenia dotyczące ekologiczności powinny być zakazane w każdym przypadku, gdy nie wykazano uznanej wysokiej efektywności środowiskowej lub gdy specyfikacja twierdzenia nie została podana w jasny i widoczny sposób na tym samym nośniku, takim jak ten sam spot reklamowy, opakowanie produktu lub interfejs sprzedaży internetowej. Na przykład twierdzenie „biodegradowalne” w odniesieniu do produktu byłoby twierdzeniem ogólnym, natomiast twierdzenie, że „opakowanie ulega biodegradacji poprzez kompostowanie domowe w ciągu jednego miesiąca” byłoby twierdzeniem szczegółowym, które nie jest objęte tym zakazem.
- (10) Wysoką efektywność środowiskową można wykazać poprzez zgodność z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 66/2010²², poprzez oficjalnie uznane programy oznakowania ekologicznego w państwach członkowskich lub poprzez zgodność z najwyższym poziomem efektywności środowiskowej w odniesieniu do konkretnego aspektu środowiskowego zgodnie z innymi mającymi zastosowanie przepisami unijnymi, takimi jak klasa A zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1369²³. Przedmiotowa wysoka efektywność środowiskowa powinna być istotna dla twierdzenia. Na przykład ogólne stwierdzenie „efektywne energetycznie” można sformułować na podstawie wysokiej

²² Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 66/2010 z dnia 25 listopada 2009 r. w sprawie oznakowania ekologicznego UE (Tekst mający znaczenie dla EOG) (Dz.U. L 27 z 30.1.2010, s. 1).

²³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1369 z dnia 4 lipca 2017 r. ustanawiające ramy etykietowania energetycznego i uchylające dyrektywę 2010/30/UE (Dz.U. L 198 z 28.7.2017).

efektywności środowiskowej zgodnie z rozporządzeniem (UE) 2017/1369. Natomiast ogólne twierdzenie „biodegradowalne” nie może być oparte na wysokiej efektywności środowiskowej zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 66/2010, ponieważ w szczegółowych kryteriach oznakowania ekologicznego UE odnoszących się do danego produktu nie ma wymogów dotyczących biodegradowalności.

- (11) Inna wprowadzająca w błąd praktyka handlowa, która powinna być zakazana w każdych okolicznościach, a tym samym dodana do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE, polega na formułowaniu twierdzenia dotyczącego ekologiczności w odniesieniu do całego produktu, gdy w rzeczywistości dotyczy ono tylko określonego aspektu produktu. Ma to miejsce na przykład, gdy produkt jest wprowadzany do obrotu jako „wykonany z materiału pochodzącego z recyklingu”, co sprawia wrażenie, że cały produkt jest wykonany z takiego materiału, podczas gdy w rzeczywistości jedynie opakowanie wykonane jest z materiału pochodzącego z recyklingu.
- (12) Plan działania UE dotyczący gospodarki o obiegu zamkniętym²⁴ przewiduje potrzebę ustanowienia zasad odnoszących się do twierdzeń dotyczących ekologiczności przy użyciu metod oznaczania śladu środowiskowego produktów i organizacji. Dodatkowe wymogi odnoszące się do twierdzeń dotyczących ekologiczności będą musiały zostać określone w szczegółowych przepisach Unii. Te nowe wymogi przyczynią się do realizacji celu Zielonego Ładu²⁵, jakim jest umożliwienie nabywcom podejmowania bardziej zrównoważonych decyzji i ograniczenie ryzyka pseudoekologicznego marketingu dzięki wiarygodnym, porównywalnym i weryfikowalnym informacjom.
- (13) Przedstawianie wymogów nałożonych przepisami prawa na wszystkie produkty w danej kategorii na rynku unijnym, w tym na produkty przywożone, jako wyróżniającej cechy oferty przedsiębiorcy powinno być również zakazane we wszystkich okolicznościach i dodane do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE. Zakaz ten mógłby mieć zastosowanie na przykład gdy przedsiębiorca reklamuje, że dany produkt nie zawiera określonej substancji chemicznej, podczas gdy substancja ta jest już prawnie zakazana w Unii w odniesieniu do wszystkich produktów należących do tej kategorii. Zakaz nie powinien natomiast obejmować praktyk handlowych promujących zgodność produktów z wymogami prawnymi, które mają zastosowanie wyłącznie do niektórych produktów, ale nie do innych konkurencyjnych produktów tej samej kategorii na rynku unijnym, takich jak produkty pochodzące spoza UE, bądź przestrzeganie takich wymogów przez przedsiębiorców.
- (14) Aby poprawić dobrobyt konsumentów, zmiany w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE powinny również dotyczyć szeregu praktyk związanych z przedwczesnym starzeniem się produktów, w tym praktyk celowego postarzania, rozumianych jako strategia handlowa polegająca na celowym planowaniu lub projektowaniu produktu o ograniczonym okresie użytkowania, tak aby produkt ten stał się przedwcześnie przestarzały lub niefunkcjonalny po pewnym czasie. Zakup produktów, co do których oczekuje się, że będą trwalsze, niż faktycznie są, wyrządza szkodę konsumentom. Ponadto praktyki postarzania produktów mają ogólnie negatywny wpływ na środowisko w postaci zwiększenia ilości odpadów surowcowych. W związku z tym zajęcie się tymi praktykami prawdopodobnie pozwoli zmniejszyć ilość odpadów, przyczyniając się do bardziej zrównoważonej konsumpcji.

²⁴ COM(2020)98 final z 11 marca 2020 r.

²⁵ COM(2019)640 final z 11 grudnia 2019 r.

- (15) Należy zakazać nieinformowania konsumenta, że aktualizacja oprogramowania, w tym aktualizacja zabezpieczeń, będzie miała negatywny wpływ na korzystanie z towarów z elementami cyfrowymi lub na pewne cechy tych towarów, nawet jeżeli aktualizacja poprawi działanie innych funkcji. Na przykład zwracając się do konsumentów o aktualizację systemu operacyjnego na smartfonie, przedsiębiorca będzie musiał poinformować konsumenta, czy taka aktualizacja będzie miała negatywny wpływ na działanie którejkolwiek z funkcji smartfona.
- (16) Należy również zakazać nieinformowania konsumenta o istnieniu cechy towaru wprowadzonej w celu ograniczenia jego trwałości. Na przykład taką funkcją może być oprogramowanie, które po upływie określonego czasu powoduje utratę lub spadek funkcjonalności towaru, lub może być to sprzęt zaprojektowany tak, by uległ awarii po upływie określonego czasu. Zakaz nieinformowania konsumentów o takich cechach towarów uzupełnia dostępne dla konsumentów środki ochrony prawnej i nie wpływa na nie, jeżeli cechy te stanowią brak zgodności na podstawie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771²⁶. Aby taka praktyka handlowa mogła zostać uznana za nieuczciwą, nie powinno być konieczne wykazanie, że celem danej cechy jest skłonienie do wymiany danego towaru. Należy odróżnić stosowanie cech ograniczających trwałość towarów od praktyk wytwarzania z wykorzystaniem materiałów lub procesów o ogólnie niskiej jakości, skutkujących ograniczoną trwałością towarów. Brak zgodności towaru wynikający z zastosowania materiałów lub procesów niskiej jakości powinien nadal podlegać przepisom dotyczącym zgodności towarów określonym w dyrektywie (UE) 2019/771.
- (17) Inną praktyką, która powinna być zakazana na podstawie załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE, jest twierdzenie, że towar ma pewną trwałość, jeżeli jej nie ma. Miałoby to miejsce na przykład, gdy przedsiębiorca informuje konsumentów, że pralka powinna przetrwać określoną liczbę cykli prania, podczas gdy rzeczywiste użytkowanie pralki pokazuje, że tak nie jest.
- (18) Ponadto należy również zmienić załącznik I do dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać przedstawiania produktów jako umożliwiających naprawę w przypadku, gdy taka naprawa nie jest możliwa, a także zakazać nieinformowania konsumentów, że naprawa towarów nie jest możliwa zgodnie z wymogami prawnymi.
- (19) Zakaz stosowania tych praktyk w odniesieniu do trwałości i możliwości naprawy przewidziany w dyrektywie 2005/29/WE zapewniłby organom ochrony konsumentów w państwach członkowskich dodatkowe narzędzie egzekwowania prawa w celu lepszej ochrony interesów konsumentów w przypadkach, gdy przedsiębiorcy nie spełniają wymogów dotyczących trwałości i możliwości naprawy towarów określonych w unijnym prawodawstwie dotyczącym produktów.
- (20) Inna praktyka związana z postarzaniem produktów, która powinna być zakazana i dodana do wykazu w załączniku I do dyrektywy 2005/29/WE, polega na nakłanianiu konsumenta do wymiany materiałów zużywalnych produktu wcześniej, niż byłoby to konieczne z przyczyn technicznych. Takie praktyki wprowadzają konsumenta w błąd co do tego, że towary przestaną funkcjonować, jeżeli nie zostaną wymienione ich materiały zużywalne, co skłania konsumentów do kupna większej ilości materiałów zużywalnych, niż jest to konieczne. Zakazana byłaby na przykład praktyka nakłaniania

²⁶ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniająca rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylająca dyrektywę 1999/44/WE (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 28).

konsumenta, za pomocą ustawień drukarki, do wymiany wkładów atramentowych do drukarki, zanim staną się one faktycznie puste, aby zachęcić do zakupu dodatkowych wkładów atramentowych.

- (21) Należy również zmienić załącznik I do dyrektywy 2005/29/WE, aby zakazać nieinformowania konsumenta, że towar zaprojektowano tak, aby ograniczyć jego funkcjonalność w przypadku korzystania z materiałów zużywalnych, części zamiennych lub wyposażenia dodatkowego, które nie są dostarczane przez pierwotnego producenta. Zabronione byłoby na przykład wprowadzanie do obrotu drukarek zaprojektowanych w taki sposób, aby ograniczyć ich funkcjonalność w przypadku stosowania wkładów atramentowych niedostarczonych przez pierwotnego producenta drukarki bez ujawnienia tych informacji konsumentowi. Praktyka ta mogłaby wprowadzać konsumentów w błąd i doprowadzić do zakupu alternatywnego wkładu atramentowego, który nie może być używany w danej drukarce, a tym samym mogłaby generować niepotrzebne koszty naprawy, strumienie odpadów lub dodatkowe koszty wynikające z obowiązku korzystania z materiałów zużywalnych od pierwotnego producenta, czego konsument nie mógł przewidzieć w momencie zakupu. Zabronione byłoby również wprowadzanie do obrotu urządzeń inteligentnych zaprojektowanych w celu ograniczenia ich funkcjonalności przy korzystaniu z ładowarek lub części zamiennych, które nie są dostarczane przez pierwotnego producenta, bez ujawnienia tych informacji konsumentowi.
- (22) Aby konsumenci mogli podejmować bardziej świadome decyzje i stymulować popyt na bardziej trwałe towary i ich podaż, przed zawarciem umowy należy podać szczegółowe informacje na temat trwałości i możliwości naprawy produktu w odniesieniu do wszystkich rodzajów towarów. Ponadto w przypadku towarów zawierających elementy cyfrowe, w odniesieniu do treści cyfrowych i usług cyfrowych konsumenci powinni być informowani o okresie, w którym dostępne są bezpłatne aktualizacje oprogramowania. Należy zatem zmienić dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE²⁷, tak aby konsumenci otrzymywali przed zawarciem umowy informacje na temat trwałości, możliwości naprawy i dostępności aktualizacji. Informacje należy przekazywać konsumentom w sposób jasny i zrozumiały oraz zgodnie z wymogami dostępności określonymi w dyrektywie 2019/882²⁸. Obowiązek przekazywania konsumentom tych informacji uzupełnia i nie wpływa na prawa konsumentów przewidziane w dyrektywach Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770²⁹ i (UE) 2019/771³⁰.
- (23) Dobrym wskaźnikiem trwałości towaru jest udzielana przez producenta handlowa gwarancja trwałości w rozumieniu art. 17 dyrektywy (UE) 2019/771. W związku

²⁷ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, s. 64).

²⁸ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/882 z dnia 17 kwietnia 2019 r. w sprawie wymogów dostępności produktów i usług (Dz.U. L 151 z 7.6.2019, s. 70).

²⁹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/770 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów o dostarczanie treści cyfrowych i usług cyfrowych (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 1).

³⁰ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771 z dnia 20 maja 2019 r. w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów, zmieniająca rozporządzenie (UE) 2017/2394 oraz dyrektywę 2009/22/WE i uchylająca dyrektywę 1999/44/WE (Dz.U. L 136 z 22.5.2019, s. 28).

z tym należy zmienić dyrektywę 2011/83/UE, tak aby zobowiązać przedsiębiorców sprzedających towary do informowania konsumentów o istnieniu udzielanej przez producenta handlowej gwarancji trwałości w odniesieniu do wszystkich rodzajów towarów, w przypadku gdy producent udostępnia te informacje.

- (24) Problem ograniczonej trwałości wbrew oczekiwaniom konsumentów jest najistotniejszy w przypadku towarów wykorzystujących energię, które działają, korzystając z zewnętrznego źródła energii. Konsumenty są również najbardziej zainteresowani otrzymywaniem informacji na temat oczekiwanej trwałości tej kategorii towarów. Z tych powodów jedynie w odniesieniu do tej kategorii towarów konsumenci powinni być informowani, że producent nie dostarczył informacji o istnieniu udzielanej przez niego handlowej gwarancji trwałości na okres dłuższy niż dwa lata.
- (25) Towarów zawierających elementy wykorzystujące energię, jeżeli elementy te stanowią jedynie wyposażenie dodatkowe i nie przyczyniają się do głównej funkcji tych towarów, takich jak oświetlenie dekoracyjne odzieży lub obuwia, lub światło elektryczne do rowerów, nie należy klasyfikować jako towarów wykorzystujących energię.
- (26) Biorąc pod uwagę ustalony minimalny okres dwóch lat odpowiedzialności sprzedawcy za brak zgodności w świetle dyrektywy (UE) 2019/771 oraz fakt, że wiele awarii produktu ma miejsce po upływie dwóch lat, obowiązek przedsiębiorcy w zakresie informowania konsumentów o istnieniu i okresie obowiązywania handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta powinien mieć zastosowanie do gwarancji na okres dłuższy niż dwa lata.
- (27) Aby ułatwić konsumentom podejmowanie świadomej decyzji dotyczącej transakcji przy porównywaniu towarów przed zawarciem umowy, przedsiębiorcy powinni informować konsumentów o istnieniu i okresie obowiązywania handlowej gwarancji trwałości udzielanej przez producenta dla całego towaru, a nie dla poszczególnych jego elementów.
- (28) Producent i sprzedawca powinni mieć swobodę oferowania innych rodzajów gwarancji handlowych i usług posprzedażnych przez dowolny okres. Informacje przekazywane konsumentowi na temat tych innych gwarancji handlowych lub usług nie powinny jednak wprowadzać konsumenta w błąd co do istnienia i okresu obowiązywania udzielanej przez producenta handlowej gwarancji trwałości, która obejmuje cały towar i obowiązuje przez okres dłuższy niż dwa lata.
- (29) Aby promować konkurencję między producentami w odniesieniu do trwałości towarów z elementami cyfrowymi, przedsiębiorcy sprzedający te towary powinni informować konsumentów o minimalnym okresie, w którym producent zobowiązuje się do zapewnienia aktualizacji oprogramowania dla takich towarów. Aby jednak uniknąć przeciążenia konsumentów informacjami, informacje te powinny być przekazywane tylko wtedy, gdy okres ten jest dłuższy niż okres, w którym producent gwarantuje trwałość, ponieważ gwarancja ta wymaga aktualizacji, w tym aktualizacji zabezpieczeń niezbędnych do utrzymania wymaganych funkcji i wydajności towarów z elementami cyfrowymi. Ponadto informacje o zobowiązaniu producenta do zapewnienia aktualizacji oprogramowania mają znaczenie, wyłącznie gdy umowa sprzedaży dotycząca towarów z elementami cyfrowymi przewiduje pojedynczą dostawę treści cyfrowych lub usługi cyfrowej, do których ma zastosowanie art. 7 ust. 3 lit. a) dyrektywy (UE) 2019/771. Nie powinien natomiast istnieć nowy obowiązek podawania tych informacji, w przypadku gdy umowa sprzedaży przewiduje ciągłe

dostarczanie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej przez pewien okres, ponieważ w przypadku tych umów w art. 7 ust. 3 lit. b) dyrektywy (UE) 2019/771 określono, w odniesieniu do art. 10 ust. 2 lub 5, okres, w którym sprzedawca ma zapewnić, aby konsument był informowany o aktualizacjach i aby takie aktualizacje były mu dostarczane.

- (30) Podobnie przedsiębiorcy oferujący treści cyfrowe i usługi cyfrowe powinni również informować konsumentów o minimalnym okresie, w którym dostawca treści cyfrowych lub usługi cyfrowej – w przypadku gdy dostawca jest inny niż przedsiębiorca – zobowiązuje się do zapewnienia aktualizacji oprogramowania, w tym aktualizacji zabezpieczeń, niezbędnych do zapewnienia zgodności treści cyfrowych i usług cyfrowych. Informacja o zobowiązaniu dostawcy do zapewnienia aktualizacji oprogramowania ma znaczenie tylko wtedy, gdy umowa przewiduje pojedynczą dostawę lub dostawę składającą się z szeregu odrębnych czynności, do których ma zastosowanie art. 8 ust. 2 lit. b) dyrektywy 2019/770. Nie należy natomiast wprowadzać nowego obowiązku podawania tych informacji, w przypadku gdy umowa przewiduje ciągłą dostawę przez pewien okres, ponieważ w odniesieniu do tych umów w art. 8 ust. 2 lit. a) dyrektywy (UE) 2019/770 określono okres, w którym przedsiębiorca ma zapewnić, aby konsument był informowany o aktualizacjach i aby takie aktualizacje były mu dostarczane.
- (31) Aby umożliwić konsumentom podejmowanie świadomej decyzji dotyczącej transakcji i wybór towarów, które są łatwiejsze do naprawy, przed zawarciem umowy przedsiębiorcy powinni zapewnić, w stosownych przypadkach, w odniesieniu do wszystkich rodzajów towarów, punktową ocenę możliwości naprawy danego towaru podaną przez producenta zgodnie z prawem Unii.
- (32) Zgodnie z art. 5 ust. 1 lit. e) i art. 6 ust. 1 lit. m) dyrektywy 2011/83/UE przedsiębiorcy są zobowiązani do udzielenia konsumentowi – zanim zostanie związany umową – informacji o istnieniu i warunkach usług posprzedażnych, w tym usług naprawczych, jeżeli takie usługi są świadczone. Ponadto w celu zapewnienia, aby konsumenci byli dobrze poinformowani o możliwości naprawy nabywanych przez siebie towarów, w przypadku gdy punktowa ocena możliwości naprawy nie została ustalona zgodnie z prawem Unii, przedsiębiorcy powinni przedstawić w odniesieniu do wszystkich rodzajów towarów inne istotne informacje dotyczące naprawy, które są udostępniane przez producenta, takie jak informacje o dostępności części zamiennych oraz podręcznik użytkownika i naprawy.
- (33) Przedsiębiorcy powinni przekazywać konsumentom informacje na temat istnienia i okresu obowiązywania udzielanej przez producenta handlowej gwarancji trwałości, minimalnego okresu dostarczania aktualizacji oraz informacji dotyczących naprawy innych niż punktowa ocena możliwości naprawy, w przypadku gdy producent lub dostawca treści cyfrowych lub usługi cyfrowej, jeżeli jest inny od przedsiębiorcy, udostępnia odpowiednie informacje. W szczególności w odniesieniu do towarów przedsiębiorca powinien przekazać konsumentom informacje, które producent przekazał przedsiębiorcy lub w inny sposób zamierzał udostępnić konsumentowi przed zawarciem umowy, zaznaczając je na samym produkcie, jego opakowaniu lub etykietach i oznakowaniach, z którymi konsument zazwyczaj zapoznałby się przed zawarciem umowy. Przedsiębiorca nie powinien być zobowiązany do aktywnego poszukiwania takich informacji od producenta, na przykład na stronach internetowych poświęconych konkretnym produktom.

- (34) Dyrektywy 2005/29/WE i 2011/83/UE powinny nadal funkcjonować jako zabezpieczenie zapewniające utrzymanie wysokiego poziomu ochrony konsumentów we wszystkich sektorach, uzupełniając przepisy unijne dotyczące poszczególnych sektorów i produktów, które to przepisy mają pierwszeństwo w przypadku kolizji.
- (35) Ponieważ cele niniejszej dyrektywy, a mianowicie umożliwienie konsumentom podejmowania bardziej świadomych decyzji dotyczących transakcji w celu promowania zrównoważonej konsumpcji, wyeliminowanie praktyk, które szkodzą zrównoważonej gospodarce i wprowadzają konsumentów w błąd, odwołując ich od zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych, a także zapewnienie lepszego i spójnego stosowania unijnych ram prawnych dotyczących konsumentów, nie mogą zostać osiągnięte w sposób wystarczający przez poszczególne państwa członkowskie, natomiast ze względu na ogólnounijny charakter problemu możliwe jest ich skuteczniejsze osiągnięcie na szczeblu Unii, a Unia może podjąć działania zgodnie z zasadą pomocniczości określoną w art. 5 Traktatu o Unii Europejskiej. Zgodnie z zasadą proporcjonalności określoną w tym artykule niniejsza dyrektywa nie wykracza poza to, co jest konieczne do osiągnięcia tych celów.
- (36) Zgodnie ze wspólną deklaracją polityczną państw członkowskich i Komisji z dnia 28 września 2011 r. dotyczącą dokumentów wyjaśniających³¹ państwa członkowskie zobowiązały się do złożenia, w uzasadnionych przypadkach, wraz z powiadomieniem o środkach transpozycji jednego lub większej liczby dokumentów wyjaśniających związku między elementami dyrektywy a odpowiadającymi im częściami krajowych instrumentów transpozycyjnych. W odniesieniu do niniejszej dyrektywy ustawodawca uznaje, że przekazanie takich dokumentów jest uzasadnione,

PRZYJMUJĄ NINIEJSZĄ DYREKTYWĘ:

Artykuł 1

Zmiany w dyrektywie 2005/29/WE

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

- (1) w art. 2 dodaje się lit. o)–y) w brzmieniu:

„o) »twierdzenie dotyczące ekologiczności« oznacza każdy komunikat lub oświadczenie – które nie są obowiązkowe na mocy prawa Unii ani prawa krajowego, w tym oświadczenie w postaci tekstu, ilustracji, graficzne lub symboliczne, w dowolnej formie, w tym oznakowania, nazwy handlowe, nazwy przedsiębiorstw lub nazwy produktów, w kontekście komunikacji handlowej – które stwierdza lub sugeruje, że produkt lub przedsiębiorca ma pozytywny wpływ na środowisko lub nie ma na nie żadnego wpływu, jest mniej szkodliwy dla środowiska niż, odpowiednio, inne produkty lub przedsiębiorcy, lub że oddziaływanie produktu lub przedsiębiorcy poprawiło się z czasem;

p) »wyraźne twierdzenie dotyczące ekologiczności« oznacza twierdzenie dotyczące ekologiczności, które ma formę tekstową lub jest zawarte w oznakowaniu dotyczącym zrównoważonego charakteru;

³¹ Dz.U. C 369 z 17.12.2011, s. 14.

q) »ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności« oznacza każde wyraźne twierdzenie dotyczące ekologiczności, które nie jest zawarte w oznakowaniu dotyczącym zrównoważonego charakteru, w przypadku gdy specyfikacja twierdzenia nie jest podana w jasny ani widoczny sposób na tym samym nośniku;

r) »oznakowanie dotyczące zrównoważonego charakteru« oznacza każdy dobrowolny znak zaufania, znak jakości lub znak równoważny, publiczny lub prywatny, którego celem jest wyodrębnienie i promocja produktu, procesu lub przedsiębiorstwa w odniesieniu do ich aspektów środowiskowych lub społecznych albo obu tych aspektów. Nie obejmuje to żadnego obowiązkowego oznakowania wymaganego zgodnie z prawem Unii lub prawem krajowym;

s) »system certyfikacji« oznacza system weryfikacji przez osobę trzecią, który jest otwarty na przejrzystych, sprawiedliwych i niedyskryminujących warunkach dla wszystkich przedsiębiorców chcących spełnić wymogi systemu i zdolnych do ich spełnienia, który to system poświadcza, że produkt spełnia określone wymogi i w odniesieniu do którego monitorowanie zgodności jest obiektywne, oparte na międzynarodowych, unijnych lub krajowych normach i procedurach oraz prowadzone przez stronę niezależną zarówno od właściciela systemu, jak i od przedsiębiorcy;

t) »narzędzie informacyjne dotyczące zrównoważonego rozwoju« oznacza oprogramowanie, w tym stronę internetową, część strony internetowej lub aplikację, obsługiwane przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, które dostarcza konsumentom informacji na temat środowiskowych lub społecznych aspektów produktów lub które porównuje produkty pod kątem tych aspektów;

u) »uznana wysoka efektywność środowiskowa« oznacza efektywność środowiskową zgodną z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 66/2010*, krajowymi lub regionalnymi programami oznakowania ekologicznego EN ISO 14024 typu I urzędowo uznanymi zgodnie z art. 11 rozporządzenia (WE) nr 66/2010 lub najwyższymi poziomami efektywności środowiskowej zgodnie z innymi mającymi zastosowanie przepisami prawa Unii;

v) »trwałość« oznacza trwałość zdefiniowaną w art. 2 pkt 13 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771**;

w) »aktualizacja oprogramowania« oznacza bezpłatną aktualizację, w tym aktualizację zabezpieczeń, niezbędną do zapewnienia zgodności towarów z elementami cyfrowymi, treściami cyfrowymi i usługami cyfrowymi zgodnie z dyrektywami (UE) 2019/770 i (UE) 2019/771;

x) »materiał zużywalny« oznacza każdy element towaru, który jest regularnie użytkowany i wymaga wymiany, aby towar mógł funkcjonować zgodnie z przeznaczeniem;

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

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

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

(2) w art. 6 wprowadza się następujące zmiany:

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

„b) główne cechy produktu, takie jak jego dostępność, związane z nim korzyści, ryzyko, wykonanie, skład, skutki środowiskowe lub społeczne, wyposażenie dodatkowe, trwałość, możliwość naprawy, obsługa posprzedażna klienta i rozpatrywanie reklamacji, sposób i data produkcji lub dostarczenia, dostawa, przydatność, zastosowanie, ilość, specyfikacja, pochodzenie geograficzne lub handlowe, spodziewane rezultaty jego zastosowania lub wyniki i istotne cechy testów lub kontroli przeprowadzonych na produkcie.”;

(b) w ust. 2 dodaje się lit. d) i e) w brzmieniu:

„d) formułowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności związanych z przyszłą efektywnością środowiskową bez jasnych, obiektywnych i weryfikowalnych zobowiązań ani celów oraz bez niezależnego systemu monitorowania;

e) reklamowanie korzyści dla konsumentów, które uznaje się za powszechną praktykę na rynku właściwym.”;

(3) w art. 7 dodaje się ust. 7 w brzmieniu:

„7. W przypadku gdy przedsiębiorca świadczy usługę polegającą na porównaniu produktów, w tym za pośrednictwem narzędzia informacyjnego dotyczącego zrównoważonego charakteru, za istotne uznaje się informacje na temat metody porównania, produktów będących przedmiotem porównania oraz dostawców tych produktów, a także środki wprowadzone w celu aktualizacji tych informacji.”.

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

Artykuł 2

Zmiany w dyrektywie 2011/83/UE

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

(1) W art. 2 wprowadza się następujące zmiany:

(a) dodaje się pkt 3a) w brzmieniu:

„3a) »towa**r** wykorzystujący energię« oznacza każdy towar, którego zgodnie z przeznaczeniem działanie jest uzależnione od wkładu energii (energia elektryczna, paliwa kopalne i odnawialne źródła energii);”;

(b) dodaje się pkt 14a–14e w brzmieniu:

„14a) »handlowa gwarancja trwałości« oznacza handlową gwarancję trwałości udzielaną przez producenta, o której mowa w art. 17 dyrektywy (UE) 2019/771, zgodnie z którą przez cały okres obowiązywania tej gwarancji producent ponosi wobec konsumenta bezpośrednią odpowiedzialność za naprawę lub wymianę towarów;

14b) »trwałość« oznacza trwałość zdefiniowaną w art. 2 pkt 13 dyrektywy (UE) 2019/771;

14c) »producent« oznacza producenta zdefiniowanego w art. 2 pkt 4 dyrektywy (UE) 2019/771;

14d) »punktowa ocena możliwości naprawy« oznacza punktację wyrażającą możliwość dokonania naprawy towaru, na podstawie metody ustanowionej zgodnie z prawem Unii;

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

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

(a) dodaje się lit. ea)–ed) w brzmieniu:

„ea) w odniesieniu do wszystkich towarów, dla których producent je udostępnia – informacje o tym, że towary są objęte handlową gwarancją trwałości, oraz okres obowiązywania tej gwarancji w jednostkach czasu, w przypadku gdy gwarancja ta obejmuje cały towar i ma okres dłuższy niż dwa lata;

eb) w odniesieniu do towarów wykorzystujących energię, dla których producent nie udostępnia informacji, o których mowa w lit. ea) – informacje o tym, że producent nie dostarczył informacji na temat istnienia handlowej gwarancji trwałości na okres dłuższy niż dwa lata. Informacje te są co najmniej tak widoczne jak wszelkie inne informacje o istnieniu i warunkach usług posprzedażnych i gwarancji handlowych zapewnianych zgodnie z lit. e);

ec) w odniesieniu do towarów z elementami cyfrowymi, w przypadku gdy producent udostępnia takie informacje – minimalny okres w jednostkach czasu, w którym producent dostarcza aktualizacje oprogramowania, chyba że umowa przewiduje ciągle dostarczanie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej przez pewien okres. W przypadku gdy informacje o istnieniu handlowej gwarancji trwałości są dostarczane zgodnie z lit. ea), informacje na temat aktualizacji

przekazuje się, jeżeli aktualizacje te są dostarczane na okres dłuższy, niż wynosi handlowa gwarancja trwałości;

ed) w odniesieniu do treści cyfrowych i usług cyfrowych, w przypadku gdy ich dostawca jest inny niż przedsiębiorca i udostępnia takie informacje – minimalny okres w jednostkach czasu, w którym dostawca dostarcza aktualizacje oprogramowania, chyba że umowa przewiduje ciągle dostarczanie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej przez pewien okres;”;

(b) dodaje się lit. i) i j) w brzmieniu:

„i) w stosownych przypadkach – punktowa ocena możliwości naprawy towarów;

j) jeżeli lit. i) nie ma zastosowania – informacje udostępniane przez producenta na temat dostępności części zamiennych, w tym procedury ich zamawiania, oraz na temat dostępności podręcznika użytkownika i naprawy.”;

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

(a) dodaje się lit. ma)–md) w brzmieniu:

„ma) w odniesieniu do wszystkich rodzajów towarów, dla których producent je udostępnia – informacje o tym, że towary są objęte handlową gwarancją trwałości, oraz okres obowiązywania tej gwarancji w jednostkach czasu, w przypadku gdy gwarancja ta obejmuje cały towar i ma okres dłuższy niż dwa lata;

mb) w odniesieniu do towarów wykorzystujących energię, dla których producent nie udostępnia informacji, o których mowa w lit. ma) – informacje o tym, że producent nie dostarczył informacji na temat istnienia handlowej gwarancji trwałości na okres dłuższy niż dwa lata. Informacje te są co najmniej tak widoczne jak wszelkie inne informacje o istnieniu i warunkach usług posprzedażnych i gwarancji handlowych zapewnianych zgodnie z lit. m);

mc) w odniesieniu do towarów z elementami cyfrowymi, w przypadku gdy producent udostępnia takie informacje – minimalny okres w jednostkach czasu, w którym producent dostarcza aktualizacje oprogramowania, chyba że umowa przewiduje ciągle dostarczanie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej przez pewien okres. W przypadku gdy informacje o istnieniu handlowej gwarancji trwałości są dostarczane zgodnie z lit. ma), informacje na temat aktualizacji przekazuje się, jeżeli aktualizacje te są dostarczane na okres dłuższy, niż wynosi handlowa gwarancja trwałości;

md) w odniesieniu do treści cyfrowych i usług cyfrowych, w przypadku gdy ich dostawca jest inny niż przedsiębiorca i udostępnia takie informacje – minimalny okres w jednostkach czasu, w którym dostawca dostarcza aktualizacje oprogramowania, chyba że umowa przewiduje ciągle dostarczanie treści cyfrowych lub usługi cyfrowej przez pewien okres;”;

(b) dodaje się lit. u) i v) w brzmieniu:

„u) w stosownych przypadkach – punktowa ocena możliwości naprawy towarów;

v) jeżeli lit. u) nie ma zastosowania – informacje udostępniane przez producenta na temat dostępności części zamiennych, w tym procedury ich zamawiania, oraz na temat dostępności podręcznika użytkownika i naprawy.”;

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

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

Artykuł 3

Sprawozdanie Komisji i przegląd

Do dnia *[pięć lat od daty przyjęcia]* Komisja przedkłada Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie ze stosowania niniejszej dyrektywy.

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

Artykuł 4

Transpozycja

1. Państwa członkowskie przyjmują i publikują najpóźniej do *[18 miesięcy od daty przyjęcia]* przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne niezbędne do wykonania niniejszej dyrektywy. Niezwłocznie przekazują Komisji tekst tych przepisów.

Państwa członkowskie stosują te przepisy od dnia *[24 miesiące od daty przyjęcia]*.

Przepisy przyjęte przez państwa członkowskie zawierają odniesienie do niniejszej dyrektywy lub odniesienie takie towarzyszy ich urzędowej publikacji. Metody dokonywania takiego odniesienia określone są przez państwa członkowskie.

2. Państwa członkowskie przekazują Komisji tekst podstawowych przepisów prawa krajowego przyjętych w dziedzinie objętej niniejszą dyrektywą.

Artykuł 5

Wejście w życie

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

Artykuł 6

Adresaci

Niniejsza dyrektywa skierowana jest do państw członkowskich.

Sporządzono w Brukseli dnia [...] r.

*W imieniu Parlamentu Europejskiego
Przewodnicząca*

*W imieniu Rady
Przewodniczący*