

Filip Wiaderek\*

## **Nowy program na rzecz konsumentów – Poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy**

### **Spis treści**

- I. Wprowadzenie
- II. Wpływ pandemii COVID-19 na sytuację konsumentów
  1. Ochrona konsumentów na rynku usług turystycznych
  2. Kształtowanie się nowych społecznych wzorców konsumpcji
  3. Nasilanie się oszustw na szkodę konsumentów oraz rozwój technik marketingowych wprowadzających konsumentów w błąd
- III. Transformacja ekologiczna
  1. Wzmocnienie udziału konsumentów w trosce o środowisko
  2. Dobrowolne zobowiązania przedsiębiorców
  3. Promowanie trwałości, zdolności do recyklingu i zamkniętego cyklu życia produktów, oraz możliwości ich naprawy i jej dostępności
- IV. Transformacja cyfrowa
  1. Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom handlowym w gospodarce cyfrowej
  2. Horyzontalny akt prawny ustanawiający wymagania w zakresie AI oraz środki naprawienia szkody wyrządzonej przez AI
  3. Bezpieczeństwo produktów związanych z nowymi technologiami i sprzedażą przez Internet, blokowanie geograficzne i ochrona danych
  4. Ochrona konsumentów na rynku usług finansowych
- V. Egzekwowanie praw konsumentów i możliwość dochodzenia roszczeń
  1. Współpraca w dziedzinie ochrony konsumentów
  2. Lepsze egzekwowanie i unowocześnianie przepisów dotyczących ochrony konsumenta oraz powództwa przedstawicielskie
  3. Zestaw innowacyjnych narzędzi internetowych
- VI. Działania adresowane do konsumentów o szczególnych potrzebach
  1. Osoby zadłużone
  2. Doradztwo dla konsumentów na szczeblu lokalnym
  3. Zagrożenia dla dzieci i małoletnich
  4. Ryzyko dyskryminacji

\* Doktorant w Katedrze Europejskiego Prawa Gospodarczego WPIA UŁ; kontakt e-mail: [filip.wiaderek@wpia.uni.lodz.pl](mailto:filip.wiaderek@wpia.uni.lodz.pl); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5267-8206>.

## VII. Ochrona konsumentów w kontekście globalnym

1. Współpraca UE i Chin
2. Wsparcie dla krajów partnerskich

## VIII. Wnioski

### Streszczenie

Praca stanowi omówienie „Nowego programu na rzecz konsumentów – Poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy”, zawartego w komunikacie Komisji z 13.11.2020 r. Przedstawia on zarys celów, które Komisja planuje osiągnąć w latach 2020 – 2025, które zostały podzielone na pięć obszarów priorytetowych: (1) Transformacja ekologiczna; (2) Transformacja cyfrowa; (3) Skuteczne egzekwowanie prawa i możliwość dochodzenia roszczeń; (4) Podatność konsumentów na zagrożenia; (5) Współpraca międzynarodowa.

Ciężar odpowiedniego wdrożenia rozwiązań wskazanych w programie, szczególnie w zakresie transformacji ekologicznej, spoczywa w dużej mierze na konsumentach. Promowanie i wzmacnianie oddolnych działań ma w zamierzeniu pozwolić na osiągnięcie najbardziej efektywnych i stabilnych rezultatów.

Dodatkowym aspektem programu jest zapewnienie efektywnych środków utrzymania wysokiego poziomu ochrony konsumentów w realiach pandemii COVID-19 i po niej. Wyzwania, którym należy sprostać, oscylują wokół wpływu, jaki pandemia wywarła na sektor usług turystycznych, handel elektroniczny oraz zmiany społecznych wzorców konsumpcji, w szczególności w odniesieniu do zwiększonej produkcji odpadów.

Niniejsze opracowanie koncentruje się na inicjatywach, które Komisja planuje wdrożyć w nadchodzących latach, z perspektywy celów zadeklarowanych w programie.

**Słowa kluczowe:** Nowy program na rzecz konsumentów; ochrona konsumentów; COVID-19; transformacja ekologiczna; transformacja cyfrowa.

**JEL:** D18, K23, K32

## I. Wprowadzenie

W 2020 roku wygaśł ogłoszony w komunikacie Komisji Europejskiej z 22 maja 2012 r. „Europejski program na rzecz konsumentów – Zwiększanie zaufania i pobudzanie wzrostu gospodarczego”<sup>1</sup>. Omawiany w niniejszej pracy „Nowy program na rzecz konsumentów – Poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy”<sup>2</sup> (dalej: „nowy program na rzecz konsumentów”) zajmie jego miejsce. Na etapie jego tworzenia deklarowanym celem dokumentu było skonsolidowanie rozwiązań przyjętych w programie z 2012 r. oraz w nowym ładzie dla konsumentów z 2018 r.<sup>3</sup>,

<sup>1</sup> Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów: Europejski program na rzecz konsumentów – Zwiększanie zaufania i pobudzanie wzrostu gospodarczego (COM 2012/225).

<sup>2</sup> Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego i Rady: Nowy program na rzecz konsumentów – Poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy (COM 2020/696).

<sup>3</sup> Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego: Nowy ład dla konsumentów (COM 2018/183).

jak też dostosowanie ich do najnowszych zmian gospodarczych i obecnych priorytetów unijnej polityki konsumenckiej w perspektywie pandemii COVID-19 i wpływu, jaki będzie ona miała na społeczeństwo i gospodarkę w najbliższych latach<sup>4</sup>.

Program zawiera długoterminowy plan działań na rzecz konsumentów obejmujący lata 2020–2025. Rozpoczyna go przedstawienie inicjatyw, mających na celu przewyciężenie zarówno bieżących, jak i nadchodzących negatywnych skutków trwającej pandemii. W dalszej kolejności wymieniono pięć kluczowych obszarów priorytetowych, którymi w najbliższych latach zajmie się Komisja:

1. Transformacja ekologiczna;
2. Transformacja cyfrowa;
3. Skuteczne egzekwowanie prawa i możliwość dochodzenia roszczeń;
4. Podatność konsumentów na zagrożenia;
5. Ochrona konsumentów w kontekście globalnym.

Program określa również rolę, jaką konsumenci powinni odegrać w realizacji planu odbudowy europejskiej gospodarki po przewidywanym kryzysie gospodarczym spowodowanym pandemią<sup>5</sup>. Ich aktywny udział będzie szczególnie ważny w obszarze transformacji ekologicznej oraz transformacji cyfrowej<sup>6</sup>. Komisja pragnie wykorzystać rosnącą świadomość ekologiczną konsumentów oraz ich otwartość na rozwiązania cyfrowe w życiu prywatnym i zawodowym. Dzięki wyposażeniu konsumentów w dostęp do rzetelnej informacji na temat ekologiczności produktów oraz odpowiednie środki ochrony w internecie, zmiany te będą mogły dokonać się oddolnie, co w mojej ocenie zapewni ich skuteczność, a także trwały charakter.

## II. Wpływ pandemii COVID-19 na sytuację konsumentów

Pandemia COVID-19 spowodowała kryzys na wielu płaszczyznach funkcjonowania UE i jej państw członkowskich<sup>7</sup>. Na pierwszej linii frontu toczy się walka o zwalczanie skutków w wymiarze zdrowotnym<sup>8</sup>. Oprócz tego przed UE i jej państwami członkowskimi stoi wyzwanie zmierzenia się z poważnym zakłóceniem sytuacji społecznej i gospodarczej, przejawiającej się przede wszystkim załamaniem rynku turystycznego oraz upowszechnieniem praktyk rynkowych naruszających interesy konsumentów. Zjawiskom tym towarzyszą gruntowne zmiany wzorców konsumpcji i mobilności.

### 1. Ochrona konsumentów na rynku usług turystycznych

Sektor transportowy oraz turystyczny należą do branż, które najdotkliwiej przechodzą przez obecny kryzys. Oprócz daleko idących ograniczeń w przedmiocie zasad prowadzenia działalności gospodarczej, z perspektywy przedsiębiorców istotnym problemem są roszczenia konsumentów o zwrot zaliczek zapłaconych za usługi, których świadczenie stało się niemożliwe wskutek ograniczeń wprowadzonych w związku z pandemią. Masowe występowanie tego rodzaju żądań w krótkim czasie niesie ze sobą ryzyko utraty płynności finansowej, mogącej prowadzić do upadłości przedsiębiorstw. Komisja zdaje sobie sprawę, że podjęte naprędce działania oparte na obowiązujących

<sup>4</sup> A New Consumer Agenda – Roadmap (Ares 2020/3256798), s. 1.

<sup>5</sup> Ramy tego planu zostały określone w programie naprawczym przyjętym 27.05.2020 r. zob. Komunikat Komisji: Decydujący moment dla Europy – Naprawa i przygotowanie na następną generację (COM 2020/456).

<sup>6</sup> Przemówienie wiceprzewodniczącej Komisji Europejskiej V. Jourovej ws. nowego programu na rzecz konsumentów, 13.11.2020, Bruksela. Pozyskano z: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH\\_20\\_2127](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_20_2127) (9.12.2020).

<sup>7</sup> Komunikat Komisji: Decydujący moment dla Europy – Naprawa i przygotowanie na następną generację (COM 2020/456), s. 12.

<sup>8</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 3.

przepisach (np. oferowanie bonów jako alternatywy dla zwrotu pieniędzy za niespełnione świadczenia<sup>9</sup>) wymagają uzupełnienia o skoordynowane rozwiązania o charakterze systemowym. Stąd też do 2022 r. Komisja zamierza ustalić, w jakim stopniu dyrektywa 2015/2302 w sprawie imprez turystycznych<sup>10</sup> jest w stanie sprostać wymaganiom niedawnych kryzysów. Podstawę ustaleń ma stanowić raport, który Komisja opracuje do 2021 r.

## 2. Kształtowanie się nowych społecznych wzorców konsumpcji

W wyniku pandemii zmianie uległy też społeczne wzorce konsumpcji i mobilności. Wprowadzone środki izolacji wpłynęły na wzrost zapotrzebowania na usługi dostępu do technologii cyfrowych oraz przyspieszyły proces cyfrowej transformacji, skłaniając konsumentów do dokonywania za pośrednictwem internetu czynności wykonywanych dotychczas w świecie rzeczywistym. Przykładami mogą być wzrost popularności zakupów online i rosnące zainteresowanie udziałem w wydarzeniach sportowych lub kulturalnych za pośrednictwem systemów streamingowych<sup>11</sup>.

Z punktu widzenia przyszłych inicjatyw politycznych istotne jest określenie, które z przemian mają charakter tymczasowy, a które strukturalny. W tym celu Komisja planuje sporządzić do 2022 r. prognozę, której przedmiotem będzie długoterminowy wpływ COVID-19 na społeczne wzorce konsumpcji w UE. Nieodwracalny charakter zmian, które nastąpiły na niektórych rynkach może prowadzić do wykluczenia konsumentów nieposiadających umiejętności lub środków koniecznych do uzyskania do nich dostępu. Komisja dostrzega rozwiązanie zarysowanego problemu w inicjatywach służących wsparciu integracji, włączenia, podnoszenia świadomości oraz edukowania konsumentów<sup>12</sup>.

Zmiany we wzorcach konsumpcji doprowadziły również do wzrostu ilości odpadów. Wynika to z częstszego wykorzystywania opakowań jednorazowych oraz stosowania środków ochrony indywidualnej. Reakcja Komisji nastąpiła niezwłocznie – w kwietniu 2020 r. wystosowane zostały pierwsze zalecenia polityczne<sup>13</sup>.

## 3. Nasilanie się oszustw na szkodę konsumentów oraz rozwój technik marketingowych wprowadzających konsumentów w błąd

Szkodliwymi zjawiskami, które w wyniku pandemii gwałtownie nasiliły się na rynku konsumenckim, są coraz liczniejsze oszustwa na szkodę konsumentów, rozwój technik marketingowych wprowadzających w błąd oraz oszustwa przy sprzedaży internetowej, które dotyczą coraz szersze grono konsumentów<sup>14</sup>. Aby ograniczyć opisane wyżej zjawiska, Komisja będzie wspierała i usprawniała współdziałanie pomiędzy siecią współpracy w zakresie ochrony konsumenta a innymi sieciami i zainteresowanymi stronami. Ma to na celu przeciwdziałanie oszustwom wymierzonym w konsumentów oraz nieuczciwym praktykom handlowym i innego rodzaju działaniom na ich szkodę.

<sup>9</sup> Zalecenie Komisji (UE) 2020/648 z 13.05.2020 r. w sprawie bonów oferowanych pasażerom i podróżnym jako alternatywa dla zwrotu pieniędzy za odwołane imprezy turystyczne i usługi transportowe w kontekście pandemii COVID-19 (Dz. Urz. UE 2020 L 151/10).

<sup>10</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2302 z 25.11.2015 r. w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych, zmieniająca rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylająca dyrektywę Rady 90/314/EWG (Dz. Urz. UE 2015 L 326/1).

<sup>11</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 3.

<sup>12</sup> Ibidem.

<sup>13</sup> Waste management in the context of the coronavirus crisis. Pozyskano z: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/waste\\_management\\_guidance\\_dg-env.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/waste_management_guidance_dg-env.pdf) (9.12.2020).

<sup>14</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 4.

### III. Transformacja ekologiczna

Rozwiązania proekologiczne stanowią obszerną część nowego programu na rzecz konsumentów. Proponowane przez Komisję działania mają wymiar wielopłaszczyznowy. Ich adresatami są zarówno konsumenci, dla których planuje się stworzyć ramy do osobistego zaangażowania w działalność proekologiczną, jak i przedsiębiorcy, których z kolei skłania się do dobrowolnego stosowania proekologicznych rozwiązań<sup>15</sup>.

#### 1. Wzmocnienie udziału konsumentów w trosce o środowisko

Troska o środowisko przyświeca licznym inicjatywom unijnym. Zmniejszenie śladu środowiskowego<sup>16</sup> jest jednym z głównych celów Europejskiego Zielonego Ładu, stanowiącego kompleksowy program proekologicznej transformacji UE. Oprócz tego podejmowany jest szereg inicjatyw mających na celu zagwarantowanie, że produkty – zarówno towary, jak i usługi – dostarczane unijnym konsumentom nie wpływają negatywnie na środowisko.

Europejscy konsumenci są coraz bardziej zainteresowani możliwościami osobistego zaangażowania w szeroko pojęte działania proekologiczne<sup>17</sup>. Komisja dostrzega w nich potencjał umożliwiający przyspieszenie zielonej transformacji. W tym celu konieczne jest jednak zapewnienie im większej dostępności zrównoważonych produktów ekologicznych i lepszej informacji o ich właściwościach<sup>18</sup>.

Komisja planuje wzmocnić rolę konsumentów w procesie przechodzenia na zieloną (ekologiczną) gospodarkę przez przedstawienie w 2021 r. dwóch wniosków ustawodawczych. Pierwszy będzie nakładać obowiązek przekazywania konsumentom bardziej szczegółowych informacji na temat zrównoważonego charakteru produktów i obejmie ich lepszą ochroną przed praktykami handlowymi, takimi jak pseudoekologiczny marketing<sup>19</sup> lub celowe skracanie okresu przydatności produktu do użycia<sup>20</sup>. Drugi wniosek ustawodawczy ma wprowadzić regułę opierania twierdzeń dotyczących ekologiczności towarów oraz usług na metodzie śladu środowiskowego<sup>21</sup>.

#### 2. Dobrowolne zobowiązania przedsiębiorców

Kolejną grupą podmiotów, która w ocenie Komisji kryje w sobie potencjał do wypracowania bardziej ekologicznego modelu konsumpcji, są mali i średni przedsiębiorcy. Uwzględnianie celów ekologicznych w strategiach przedsiębiorstw powinno prowadzić do wprowadzania na rynek bardziej zrównoważonych produktów. W 2021 r. Komisja planuje przedstawić inicjatywę ustawodawczą dotyczącą zrównoważonego ładu korporacyjnego, której celem jest

<sup>15</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 5–12.

<sup>16</sup> Cambridge Dictionary definiuje ślad ekologiczny jako efekt, jaki dany podmiot odnosi na środowisko, na przykład zużyta ilość surowców naturalnych lub wyprodukowanych szkodliwych gazów. Pozyskano z: <https://dictionary.cambridge.org/pl/dictionary/english/environmental-footprint> (9.12.2020).

<sup>17</sup> Specjalne badanie Eurobarometr 501 z marca 2020 r. – Attitudes of European Citizens towards the environment (Nastawienie obywateli Unii do kwestii związanych ze środowiskiem), s. 58. Pozyskano z: <https://ec.europa.eu/comfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257> (9.12.2020).

<sup>18</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 8.

<sup>19</sup> Cambridge Dictionary definiuje pseudoekologiczny marketing (*greenwashing*) jako zachowanie lub czynności powodujące, że ludzie wierzą, iż przedsiębiorca robi więcej, żeby chronić środowisko niż ma to miejsce w rzeczywistości. Pozyskano z: <https://dictionary.cambridge.org/pl/dictionary/english/greenwashing> (9.12.2020).

<sup>20</sup> Termin *early obsolescence* (*planned obsolescence*) odnosi się do zjawiska produkcji towarów z nieuzasadnionym ekonomicznie, zbyt krótkim terminem przydatności do użycia, w wyniku którego konsumenci zmuszeni są dokonywać powtarzających się zakupów (zob. Bulow, 1986, s. 729).

<sup>21</sup> Cambridge Dictionary definiuje ślad ekologiczny jako efekt, jaki dany podmiot odnosi na środowisko, na przykład zużyta ilość surowców naturalnych lub wyprodukowanych szkodliwych gazów.

propagowanie zrównoważonych i odpowiedzialnych norm postępowania w przedsiębiorstwach w perspektywie długoterminowej. Nadto, od bieżącego roku Komisja planuje zachęcać przedsiębiorców do podejmowania dobrowolnych zobowiązań dotyczących działań na rzecz zrównoważonej konsumpcji, wykraczających poza działania wymagane z mocy prawa. W szczególności Komisja zamierza zachęcać do zamieszczania w tychże zobowiązaniach informacji na temat śladu środowiskowego przedsiębiorstwa oraz do ograniczania wpływu prowadzonej działalności na środowisko.

### **3. Promowanie trwałości, zdolności do recyklingu i zamkniętego cyklu życia produktów, oraz możliwości ich naprawy i jej dostępności**

Zgodnie z opisaną inicjatywą produkty zrównoważone powinny być szerzej dostępne na rynku konsumenckim. Planowanym sposobem osiągnięcia tego celu jest dokonanie zmian w dyrektywie 2009/125/WE w sprawie ekoprojektu<sup>22</sup> tak, aby obejmowała ona nie tylko produkty związane z energią.

Wiele uwagi Komisji skupia się wokół idei tzw. zamkniętego cyklu życia produktów. Odnosi się ona do możliwości wykorzystania odpadów powstałych po zużyciu produktu w kolejnym cyklu produkcyjnym. W ten sposób ograniczone zostaje zużycie surowców, zmniejsza się ilość składowanych odpadów, a zwiększa się strumień odpadów wykorzystywanych w ramach odzysku i recyklingu. W tym celu produkty powinny być projektowane z myślą o ich trwałości, zdolności do konserwacji, rozłożenia na części pierwsze, naprawy oraz recyklingu. Zapewnienie skutecznego prawa do naprawy pozwoli z kolei na przedłużenie żywotności już wytworzonych produktów, ograniczając konieczność ich wymiany na nowe egzemplarze i utylizację starych<sup>23</sup>.

Okazją do określenia możliwych do podjęcia działań w celu propagowania naprawy produktów oraz zachęcania do korzystania z bardziej zrównoważonych produktów o zamkniętym cyklu życia będzie przegląd dyrektywy 1999/44/WE w sprawie sprzedaży towarów<sup>24</sup>, którego przeprowadzenie planuje się po 2022 r. Przywoływane na tym etapie możliwe środki realizacji opisanych propozycji sprowadzają się do umożliwienia konsumentom przedkładania naprawy produktów nad ich wymianę, wydłużenia minimalnego okresu odpowiedzialności w odniesieniu do nowych oraz używanych towarów, a także wznowienia biegu okresu odpowiedzialności po naprawie.

## **IV. Transformacja cyfrowa**

Najbardziej wyraźnym przejawem zjawiska transformacji cyfrowej jest odchodzenie konsumentów od tradycyjnych kanałów dostaw na rzecz kanałów cyfrowych. Opisane przejście stanowi istotną zmianę w życiu konsumentów, niosącą ze sobą zarówno liczne korzyści, jak i zagrożenia. Wraz ze zwiększonymi możliwościami i szerszym dostępem do towarów i usług pojawiają się również utrudnienia w podejmowaniu świadomych decyzji przez konsumentów, rodzące wyzwania w zapewnieniu należytego poziomu ochrony ich interesów<sup>25</sup>.

<sup>22</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/125/WE z 21.10.2009 r. ustanawiająca ogólne zasady ustalania wymogów dotyczących ekoprojektu dla produktów związanych z energią (Dz. Urz. UE L 285/10).

<sup>23</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 9.

<sup>24</sup> Dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 25.05.1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz. Urz. WE 1999 L 171/12).

<sup>25</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 12.

## 1. Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom handlowym w gospodarce cyfrowej

Rozwój cyfrowej rzeczywistości zwiększa możliwość analizowania zachowań rynkowych konsumentów i popełnianych przez nich błędów. Wyniki tej analizy mogą być wykorzystywane do nakłaniania konsumentów do podejmowania decyzji realizujących interes nie ich samych, ale przedsiębiorców dostarczających im towary lub usługi. Tego rodzaju skutki są często wynikiem określonych praktyk personalizacji, bazujących na profilowaniu, ukrytej reklamie, oszustwie, nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacjach i zmanipulowanych recenzjach konsumentów<sup>26</sup>. Pierwszym krokiem na drodze do rozwiązania opisanych problemów jest opracowanie dodatkowych wytycznych w zakresie możliwości wykorzystania istniejących instrumentów prawa ochrony konsumentów, takich jak dyrektywa 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych<sup>27</sup> oraz dyrektywa 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów<sup>28</sup>.

Po zaktualizowaniu wytycznych, na co wyznaczono termin do 2022 r., Komisja planuje zbadać, czy w najbliższym czasie należy wprowadzić nowe regulacje lub podjąć inne działania w celu zapewnienia równego poziomu sprawiedliwości w internecie i poza nim. Nadto, poziom ochrony konsumentów w środowisku cyfrowym mają zapewnić dwa nowe akty prawne. Celem pierwszego – o usługach cyfrowych – będzie zwiększenie zakresu obowiązków oraz odpowiedzialności pośredników internetowych i platform. Z kolei drugi akt prawny – o rynkach cyfrowych – wprowadzi możliwość regulowania z perspektywy *ex ante* działalności platform cyfrowych, pełniących funkcję selekcyonerów informacji. Jego celem jest stworzenie narzędzi pozwalających na monitorowanie rynków podatnych na powstawanie strukturalnych zagrożeń dla konsumentów. Przykładem takiego zagrożenia może być brak interoperacyjności pomiędzy platformami przekładający się w praktyce na trudności w zmianie dostawcy usługi.

## 2. Horyzontalny akt prawny ustanawiający wymagania w zakresie AI oraz środki naprawienia szkody wyrządzonej przez AI

19 lutego 2020 r. Komisja Europejska opublikowała „Białą Księgę w sprawie sztucznej inteligencji”<sup>29</sup>, której towarzyszyło „Sprawozdanie na temat wpływu sztucznej inteligencji, internetu rzeczy i robotyki na bezpieczeństwo i odpowiedzialność”<sup>30</sup>. Zgodnie ze znajdującą się w niej zapowiedzią, w 2021 r. Komisja zamierza przygotować wniosek dotyczący horyzontalnego aktu prawnego ustanawiającego wymagania w zakresie sztucznej inteligencji (AI), który zagwarantuje wysoki poziom ochrony interesów konsumentów i praw podstawowych oraz pozwoli na budowanie zaufania niezbędnego do upowszechniania AI w społeczeństwie.

Ponadto Komisja podejmie działania, które mają na celu zapewnić osobom poszkodowanym w wyniku korzystania z rozwiązań AI taki sam poziom ochrony, jak osobom poszkodowanym wskutek korzystania z innych produktów lub usług.

<sup>26</sup> Ibidem, s. 13.

<sup>27</sup> Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11.05.2005 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. Urz. UE L 149/22).

<sup>28</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25.10.2011 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. Urz. UE 2011 L 304/64).

<sup>29</sup> Biała księga w sprawie sztucznej inteligencji – Europejskie podejście do doskonałości i zaufania (COM 2020/65).

<sup>30</sup> Sprawozdanie Komisji: Sprawozdanie na temat wpływu sztucznej inteligencji, internetu rzeczy i robotyki na bezpieczeństwo i odpowiedzialność (COM 2020/64).

### 3. Bezpieczeństwo produktów związanych z nowymi technologiami i sprzedażą przez Internet, blokowanie geograficzne i ochrona danych

Dynamiczny rozwój technologiczny oraz postępujące procesy globalizacji przemawiają za koniecznością bieżącego weryfikowania, czy obowiązujące regulacje w zakresie bezpieczeństwa produktów są w stanie poradzić sobie z obserwowanymi zmianami i zapewnić odpowiedni standard ochrony konsumentów. Jednym z zadań, które Komisja wyznaczyła sobie na rok 2021 jest przygotowanie wniosku dotyczącego przeglądu dyrektywy 2001/95/WE w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów<sup>31</sup>. Warto wskazać, że akt ten został uchwalony w rzeczywistości gospodarczej, w której urządzenia podłączone do internetu lub wykorzystujące sztuczną inteligencję były rzadkością na rynku konsumenckim. Stąd też wymagane jest dostosowanie wspomnianego aktu do wymagań obecnych realiów gospodarczych. Oprócz tego Komisja planuje dokonać przeglądu dyrektywy 2006/42/WE w sprawie maszyn<sup>32</sup> oraz przyjąć akty delegowane na mocy dyrektywy 2014/53/UE w sprawie urządzeń radiowych<sup>33</sup>.

Komisja dostrzega też potrzebę prowadzenia działań mających zapewnić zestaw efektywnych instrumentów ochrony danych konsumentów. Jednym z rozważanych w tym celu środków jest wprowadzenie powszechnie uznanego systemu cyfrowej tożsamości osobistej, będącej elektronicznym sposobem jej weryfikacji. Aktualnie prowadzony jest przegląd takiego systemu, w ramach którego szczególną uwagę poświęca się interesom konsumentów oraz kwestiom związanym z ich ochroną. Kolejnym rozwiązaniem, stanowiącym część europejskiej strategii w zakresie danych jest ułatwienie poszczególnym osobom skutecznego korzystania z prawa do przenoszenia danych, którego podstawę stanowią przepisy RODO<sup>34</sup>.

Uwadze Komisji nie uszło również zjawisko nieznanego obiektywnego uzasadnienia *geoblockingu*, polegającego na nieuprawnionym różnicowaniu w zakresie dostępu do stron internetowych i aplikacji obywateli UE z różnych państw członkowskich zamierzających dokonywać transgranicznych transakcji. Komisja przeprowadza obecnie pierwszy krótkoterminowy przegląd rozporządzenia 2018/302 w sprawie blokowania geograficznego<sup>35</sup>.

### 4. Ochrona konsumentów na rynku usług finansowych

Skutki transformacji cyfrowej widoczne są także w sektorze detalicznych usług finansowych. Ich widocznym przejawem jest wprowadzanie nowych tendencji i rozwiązań oraz dywersyfikacja oferty produktów i usług finansowych. We wrześniu 2020 r. Komisja przyjęła nowy pakiet dotyczący finansów cyfrowych<sup>36</sup>, obejmujący strategię w zakresie finansów cyfrowych i płatności detalicznych oraz wnioski ustawodawcze dotyczące kryptoaktywów i operacyjnej odporności cyfrowej sektora finansowego. Pakt ten miał zapewnić, że korzyści płynące z innowacji będą udziałem zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów. Do zmian zachodzących w ramach cyfrowej

<sup>31</sup> Dyrektywa 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 3.12.2001 r. w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów (Dz. Urz. WE L 11/4).

<sup>32</sup> Dyrektywa 2006/42/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 17.05.2006 r. w sprawie maszyn, zmieniająca dyrektywę 95/16/WE (Dz. Urz. UE L 157/24).

<sup>33</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/53/UE z 16.04.2014 r. w sprawie harmonizacji ustawodawstw państw członkowskich dotyczących udostępniania na rynku urządzeń radiowych i uchylająca dyrektywę 1999/5/WE (Dz. Urz. UE 2014 L 153/62).

<sup>34</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 15.

<sup>35</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/302 z 28.02.2018 r. w sprawie nieuzasadnionego blokowania geograficznego oraz innych form dyskryminacji klientów ze względu na przynależność państwową, miejsce zamieszkania lub miejsce prowadzenia działalności na rynku wewnętrznym oraz w sprawie zmiany rozporządzeń (WE) nr 2006/2004 oraz (UE) 2017/2394 i dyrektywy 2009/22/WE (Dz. Urz. UE 2018 L 601/1).

<sup>36</sup> Komunikat Komisji w sprawie strategii dla UE w zakresie finansów cyfrowych (COM 2020/591).



transformacji będzie odnosić się też strategia dotycząca inwestycji detalicznych, koncentrująca się na interesach indywidualnych inwestorów. Komisja planuje przyjąć przedmiotową strategię w pierwszej połowie 2021 r.

Również w 2021 r. Komisja zamierza opracować wnioski dotyczące przeglądu dyrektywy 2008/48/WE w sprawie kredytów konsumenckich<sup>37</sup> oraz dyrektywy 2002/65/WE w sprawie sprzedaży usług finansowych na odległość<sup>38</sup>, aby wzmocnić ochronę konsumentów w kontekście transformacji sektora detalicznych usług finansowych. W dalszej kolejności Komisja planuje dokonać przeglądu dyrektywy 2014/17/UE w sprawie kredytów hipotecznych<sup>39</sup> oraz dyrektywy 2014/92/UE w sprawie rachunków płatniczych<sup>40</sup>. Analiza wskazanych aktów prawnych ma pozwolić na weryfikację, czy zwarte w nich regulacje odzwierciedlają wzrost stopnia wykorzystania środków cyfrowych i są w stanie sprostać wspomnianym wyżej wyzwaniom.

## V. Egzekwowanie praw konsumentów i możliwość dochodzenia roszczeń

W ocenie Komisji korzyści, jakie przedsiębiorcy czerpią z dostępu do wolnego rynku, powinny być skorelowane z uprawnieniami konsumentów w zakresie skutecznego dochodzenia praw, przysługujących im względem przedsiębiorców. Kontrole przeprowadzone w ostatnich latach przez Komisję wskazują na potrzebę podjęcia działań mających na celu poprawę skuteczności obowiązujących w tym obszarze regulacji.

### 1. Współpraca w dziedzinie ochrony konsumentów

Za egzekwowanie praw konsumentów są odpowiedzialne przede wszystkim organy krajowe. Unia Europejska pełni jednak w tym zakresie istotną rolę koordynującą i wspierającą. Solidną podstawą dla podejmowania wspólnych działań na szczeblu UE jest obowiązujące od stycznia 2020 r. rozporządzenie 2017/2394 w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów<sup>41</sup>. Jego celem jest wzmocnienie mechanizmów współpracy oraz systemu gromadzenia danych wywiadowczych w celu przeciwdziałania naruszeniom unijnego prawa ochrony konsumentów dokonywanym na dużą skalę, a także zwiększenie uprawnień organów ścigania, jakie przysługują im w internecie.

Na podstawie przywołanego aktu prawnego, Komisja zamierza wszcząć skoordynowane działania w obszarze egzekwowania prawa, które będą się koncentrowały, po pierwsze, na naruszeniach praw konsumentów, do których nasilenia się doprowadziła pandemia COVID-19. Mowa tu przede wszystkim o oszustwach, wykorzystywaniu trudności finansowych konsumentów oraz utrudnianiu realizowania uprawnień przysługujących konsumentom z tytułu niewykonanych wskutek wybuchu pandemii usług. Po drugie, Komisja zamierza podjąć działania wymierzone przeciwko

<sup>37</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z 23.04.2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę Rady 87/102/EWG (Dz. Urz. UE 2008 L 133/66).

<sup>38</sup> Dyrektywa 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 23.09.2002 r. dotycząca sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość oraz zmieniająca dyrektywę Rady 90/619/EWG oraz dyrektywy 97/7/WE i 98/27/WE (Dz. Urz. WE L 271/16).

<sup>39</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/17/UE z 4.02.2014 r. w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi i zmieniająca dyrektywy 2008/48/WE i 2013/36/UE oraz rozporządzenie (UE) nr 1093/2010 (Dz. Urz. UE L 60/34).

<sup>40</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/92/UE z 23.07.2014 r. w sprawie porównywalności opłat związanych z rachunkami płatniczymi, przenoszenia rachunku płatniczego oraz dostępu do podstawowego rachunku płatniczego (Dz. Urz. UE L 257/214).

<sup>41</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z 12.12.2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz. Urz. UE L 345/1).

pseudoekologicznemu marketingowi oraz nieuczciwym praktykom handlowym w kontekście internetowych technik wywierania nacisku i personalizacji<sup>42</sup>.

Do 2023 r. Komisja oceni stosowanie omawianego rozporządzenia, mając na względzie w szczególności ocenę skuteczności egzekwowania przepisów w zakresie zwalczania ogólnounijnych praktyk sprzecznych z prawem ochrony konsumentów. Oprócz tego, począwszy od 2022 r., Komisja wraz z organami krajowymi będą co dwa lata przedstawiać wspólne priorytety sieci ochrony konsumentów w zakresie egzekwowania prawa w celu rozpoznania wykrytych w różnych sektorach problemów odnoszących się do zgodności z regulacjami w przedmiocie ochrony konsumentów.

## **2. Lepsze egzekwowanie i unowocześnianie przepisów dotyczących ochrony konsumenta oraz powództwa przedstawicielskie**

W maju 2022 r. w życie wejdzie nowa dyrektywa 2019/2161 w sprawie lepszego egzekwowania i unowocześniania przepisów dotyczących ochrony konsumenta<sup>43</sup>. Akt ten w połączeniu z nową dyrektywą o powództwach przedstawicielskich będzie stanowić wyraz dążenia do wzmocnienia praw konsumentów, w szczególności przez zagwarantowanie wyższego poziomu uczciwości w obszarze cyfrowym, wprowadzenie bardziej dotkliwych sankcji oraz ustanowienie skutecznego mechanizmu zbiorowego dochodzenia roszczeń. Zadaniem Komisji będzie udzielenie pomocy państwom członkowskim w zakresie terminowej i skutecznej transpozycji, wdrożenia i egzekwowania wymienionych regulacji.

## **3. Zestaw innowacyjnych narzędzi internetowych**

W ocenie Komisji zapewnienie jednolitego egzekwowania przepisów ochrony konsumentów w całej Unii wymaga instytucjonalnego i finansowego wsparcia organów w państwach członkowskich, które z trudnościami przechodzą przez proces cyfrowej transformacji. W ramach projektu „EU e-Lab” Komisja, za pośrednictwem dostępnej wszystkim państwom członkowskim platformy, stworzy wspólny zestaw narzędzi dostępnych online. Za ich pomocą organy krajowe będą mogły przeprowadzać dochodzenia w sprawach nielegalnych praktyk handlowych online, jak również identyfikować niebezpieczne produkty oferowane za pośrednictwem Internetu. Narzędzia te mają zostać stworzone przy wykorzystaniu zaawansowanych technik informatycznych, wykorzystujących sztuczną inteligencję, techniki eksploracji danych oraz internetowe roboty<sup>44</sup>.

# **VI. Działania adresowane do konsumentów o szczególnych potrzebach**

Założeniem, na którym opiera się prawo konsumenckie, jest konieczność ochrony zdrowia, bezpieczeństwa i interesu gospodarczego konsumentów jako słabszej strony stosunku prawnego, którego drugą stroną jest przedsiębiorca – profesjonalista<sup>45</sup>. Niektórzy konsumenci są szczególnie podatni na zagrożenia – czy to ze względu na okoliczności społeczne (np. brak dostępu do

<sup>42</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 18.

<sup>43</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z 27.11.2019 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 unowocześniania unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (Dz. Urz. UE 2019 L 328/7).

<sup>44</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 19.

<sup>45</sup> Ibidem, s. 20.

internetu), czy też konkretne cechy charakterystyczne dla nich samych lub grup, do których należą np. wiek, umiejętność obsługi komputera. Rozwiązywanie problemów konsumentów szczególnie narażonych na zagrożenia wymaga stosowania dodatkowych środków, dzięki którym będzie możliwe zapewnienie im wszystkim równego poziomu ochrony. Choć czynniki powodujące wspomnianą szczególną podatność na zagrożenia istniały już wcześniej, trwająca pandemia doprowadziła do nasilenia się ich oddziaływania.<sup>46</sup>

### 1. Osoby zadłużone

Powszechnym problemem wielu gospodarstw domowych jest obecnie niestabilność finansowa. Skutecznym sposobem udzielania pomocy osobom napotykającym tego rodzaju trudności jest zapewnienie im doradztwa w zakresie zadłużenia. Począwszy od 2021 r. Komisja planuje zwiększyć finansowanie działań mających na celu poprawę dostępności i jakości usług w zakresie doradztwa dotyczącego zadłużenia. Nadto, podejmowany jest szereg działań mających na celu nałożenie odpowiednich obowiązków informacyjnych w zakresie ryzyka finansowego podejmowanego przez konsumentów przy zaciąganiu zobowiązań. Wspomniany wcześniej, planowany na 2021 r. przegląd dyrektywy w sprawie kredytów konsumenckich obejmie ocenę sposobów poprawy przepisów zapewniających, aby kredyty udzielano wyłącznie po przeprowadzeniu dokładnej oceny zdolności kredytowej konsumenta.

### 2. Doradztwo dla konsumentów na szczeblu lokalnym

Konsumentami, których charakteryzują szczególne potrzeby w zakresie konsumpcji, są osoby starsze oraz osoby z niepełnosprawnościami. Osoby należące do tych grup powinny mieć zapewniony ułatwiony dostęp do jasnych i przyjaznych informacji zarówno online, jak i offline, zgodnie z unijnymi wymaganiami dotyczącymi dostępności produktów i usług<sup>47</sup>.

Doświadczenia niektórych państw członkowskich wskazują, że do najskuteczniejszych inicjatyw mających na celu zapewnienie informacji osobom niemającym do nich dostępu należą te, podejmowane na szczeblu lokalnym<sup>48</sup>. Stąd też Komisja deklaruje, że od 2021 r. będzie dążyć do wspierania doradztwa na szczeblu lokalnym konsumentom, którzy ze względów strukturalnych lub osobistych nie mają dostępu do informacji online lub dostępnych w centralnych biurach informacyjnych.

### 3. Zagrożenia dla dzieci i małoletnich

Dzieci i małoletni stanowią kolejną grupę konsumentów szczególnie narażoną na wprowadzające w błąd lub agresywne praktyki handlowe w internecie. Komisja dostrzega w tym zakresie konieczność propagowania ustawicznego rozwoju świadomości konsumenckiej przez całe życie, począwszy od wczesnych lat szkolnych. Jej nieodłącznym elementem powinna być podstawowa wiedza z zakresu finansów osobistych<sup>49</sup>.

<sup>46</sup> Ibidem.

<sup>47</sup> Zob. dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/882 z 17.04.2019 r. w sprawie wymogów dostępności produktów i usług (Dz. Urz. UE L 151/7).

<sup>48</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 21.

<sup>49</sup> Ibidem.

Dzieci są również szczególnie narażone na ryzyko związane z produktami niebezpiecznymi<sup>50</sup>. W odpowiedzi na opisane niebezpieczeństwo Komisja przewiduje, że w 2021 r. podejmie się opracowania decyzji dotyczącej wymagań bezpieczeństwa, które będą musiały spełnić normy dotyczące produktów z zakresu opieki nad dziećmi. Co więcej, Komisja zamierza podjąć działania w celu wzmocnienia ram bezpieczeństwa produktów za pomocą wniosku dotyczącego przeglądu dyrektywy w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów.

#### 4. Ryzyko dyskryminacji

Równy dostęp kobiet i mężczyzn do towarów i usług stanowi istotną część unijnej polityki antydyskryminacyjnej. Chociaż stosowanie przez przedsiębiorców automatycznych mechanizmów, wykorzystujących różnego rodzaju techniki algorytmiczne, wiąże się z licznymi korzyściami, może ono również prowadzić do rozwoju dyskryminacji. Twórcy algorytmów nie są bowiem w stanie oddzielić się od kontekstu kulturowego i społecznego, którego są częścią. W ten sposób przelewają oni towarzyszące im uprzedzenia na tworzone przez siebie programy komputerowe<sup>51</sup>.

Omówiona wcześniej inicjatywa w zakresie horyzontalnych ram legislacyjnych w odniesieniu do sztucznej inteligencji będzie miał też na celu ograniczenie ryzyka przenoszenia uprzedzeń do systemów algorytmicznych, przekładającego się na możliwość występowania dyskryminacyjnych skutków. Dodatkowo, do 2023 r. Komisja zamierza opracować strategię nakierowaną na poprawę świadomości i edukacji konsumentów, uwzględniającą potrzeby różnych grup i obejmującą m.in. kwestie równości i niedyskryminacji.

## VII. Ochrona konsumentów w kontekście globalnym

Rozwój handlu internetowego i gospodarki platformowej przyspiesza proces łączenia i globalizacji łańcuchów produkcji. Wytworzenie efektywnego systemu ochrony konsumentów wymaga zatem stworzenia regulacji mających zastosowanie do każdego z ich ogniw. To z kolei nie może się odbyć ściślejszej współpracy międzynarodowej pomiędzy zarówno organami publicznymi, jak i podmiotami uczestniczącymi w danym łańcuchu dostaw.<sup>52</sup>

### 1. Współpraca UE i Chin

Zdecydowana większość produktów niebezpiecznych, które trafiają na europejski rynek, pochodzi z państw trzecich<sup>53</sup>. Wśród największych dostawców czołową pozycję zajmują Chiny. Stąd też już w 2021 r. UE zamierza opracować z Chinami plan działania na rzecz wzmocnionej współpracy w zakresie bezpieczeństwa produktów w odniesieniu do produktów sprzedawanych online. Komisja ma również zamiar uczestniczyć w wymianie informacji o niebezpiecznych produktach z państwami o rynkach podobnych do europejskiego.

<sup>50</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 22.

<sup>51</sup> Ibidem, s. 22–23.

<sup>52</sup> Ibidem, s. 23–24.

<sup>53</sup> W 2019 r. 64% ostrzeżeń w systemie Safety Gate/RAPEX dotyczyło produktów wytworzonych poza EOG.

## 2. Wsparcie dla krajów partnerskich

W ocenie Komisji propagowanie wysokiego poziomu ochrony konsumentów nie powinno ograniczać się wyłącznie do rynku europejskiego. Komisja zamierza wykorzystywać swoje wpływy w organizacjach międzynarodowych w celu propagowania europejskiego modelu ochrony konsumentów, który może służyć jako przykład dla państw o mniej zaawansowanych strukturach. Nadto, od 2021 r. Komisja będzie dążyć do opracowania wsparcia regulacyjnego, pomocy technicznej oraz budowania zdolności dla krajów partnerskich UE, w tym dla państw Afryki<sup>54</sup>.

## VIII. Wnioski

Prace nad nowym programem na rzecz konsumentów przypadły na czasy swoistego paradoksu. Nad niepohamowanym postępem technologicznym, zmieniającym codzienne życie milionów ludzi, wisi widmo kryzysu gospodarczego, którego katastrofalne skutki znamy na razie przede wszystkim z kasandrycznych prognoz ekonomistów. Trwająca zaś pandemia COVID-19 nie tylko nie hamuje postępujących przemian technologicznych, lecz stała się jednym z ich katalizatorów. Uwidoczniała ona również liczne wyzwania, z których istnienia Komisja zdawała już sobie wprawdzie sprawę, ale rosnąca intensywność, z jaką oddziałują one na sytuację konsumentów przemówiła za koniecznością niezwłocznego podjęcia działań w ich przedmiocie.

Zaproponowany przez Komisję program realizuje zatem niezwykle trudne zadanie. Z jednej strony stanowi on próbę rozwiązania problemów, przed którymi uczestnicy rynku konsumenckiego stanęli w czasach pandemii oraz tych, z którymi przyjdzie im się zmierzyć w niedalekiej przyszłości. Z drugiej zaś – w programie zawarty został szereg inicjatyw nakierowanych na poprawę odporności konsumentów na niekorzystne zjawiska rynkowe przez zapewnienie im należytego poziomu ochrony oraz wzmocnienie ich pozycji rynkowej. Działania te mają stanowić ważny element planu zrównoważonej odbudowy europejskiej gospodarki, która nie może odbyć się bez udziału samych konsumentów, których wydatki składają się na przeszło połowę PKB całej Unii<sup>55</sup>.

Na szczególną aprobatę zasługuje, że podejmując się nowych inicjatyw Komisja stara się czerpać z aktualnych tendencji na rynku konsumenckim. Otwartość konsumentów na rozwiązania ekologiczne oraz na rzeczywistość cyfrową sprawia, że projektowane działania mogą mieć charakter oddolny, co umożliwi prowadzenie ich na szeroką skalę i prognozuje ich trwałość. Rola Unii i współdziałających z nią państw członkowskich sprowadza się zaś przede wszystkim do stworzenia odpowiednich ram instytucjonalnych, dzięki którym opisane zmiany będą mogły przebiegać sprawnie, a konsumenci nie będą narażeni na nadużycia ze strony przedsiębiorców.

Podnoszenie standardu ochrony konsumentów stanowi wyraz konsekwentnie realizowanej, długofalowej polityki – opisane wyżej rozwiązania odnoszące się do pięciu obszarów priorytetowych oraz przezwyciężania skutków trwającej pandemii, mają zostać skonsolidowane ze zmianami wprowadzonymi niedawno w ramach nowego ładu na rzecz konsumentów z 2018 r. oraz

<sup>54</sup> Nowy program na rzecz konsumentów, s. 25.

<sup>55</sup> Według Eurostatu w 2019 r. całkowite wydatki konsumentów stanowiły 52,6% unijnego PKB. Pozyskano z: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Household\\_consumption\\_by\\_purpose](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Household_consumption_by_purpose) (9.12.2020).

w poprzednim programie z 2012 r. Zasluguje to na wyraźne podkreślenie, gdyż stanowi jasny wyraz dążenia do utworzenia spójnego systemu ochrony konsumentów w UE.

Komisja dostrzega zatem, że unijni konsumenci mogą stać się grupą, która zajmie centralne miejsce w globalnej przemianie gospodarczej, której jesteśmy świadkami<sup>56</sup>. Aby było to możliwe, muszą oni zostać wyposażeni w dostęp do instytucji, które pozwolą im wziąć czynny udział w tym procesie oraz zapewnią odpowiedni poziom ochrony ich interesów.

### **Bibliografia**

Bulow, J. (1986). An Economic Theory of Planned Obsolescence. *The Quarterly Journal of Economics*, 101(4), 729–749.

<sup>56</sup> Przemówienie komisarza D. Reyndersa ws. nowego programu na rzecz konsumentów, 13.11.2020, Bruksela. Pozyskano z: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech\\_20\\_2128](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_20_2128) (9.12.2020).