

III

(Akty przygotowawcze)

EUROPEJSKI KOMITET EKONOMICZNO-SPOŁECZNY

571. SESJA PLENARNA EUROPEJSKIEGO KOMITETU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO –
W PEŁNI FIZYCZNA SESJA PLENARNA, 13.7.2022–14.7.2022

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego „Wniosek dotyczący dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającej dyrektywę 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”

(COM(2022) 143 final – 2022/0092 (COD))

(2022/C 443/10)

Sprawozdawca: **Thierry LIBAERT**Współsprawozdawca: **Gonçalo LOBO XAVIER**

Rada Unii Europejskiej, 12.4.2022

Parlament Europejski, 7.4.2022

Podstawa prawna	Art. 114 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej
Sekcja odpowiedzialna	Sekcja Jednolitego Rynku, Produkcji i Konsumpcji
Data przyjęcia przez sekcję	27.6.2022
Wynik głosowania (za/przeciw/wstrzymało się)	82/0/3
Data przyjęcia na sesji plenarnej	14.7.2022
Sesja plenarna nr	571
Wynik głosowania (za/przeciw/wstrzymało się)	209/0/1

1. Wnioski i zalecenia

1.1. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny (EKES) popiera propozycje Komisji Europejskiej (KE) mające wzmocnić zdolności konsumentów do działania na rzecz transformacji ekologicznej. Apeluje, aby KE utrzymała ten ambitny kierunek, gdyż projekt ten charakteryzuje się pozytywnym oddziaływaniem gospodarczym, społecznym i środowiskowym.

1.2. EKES podkreśla, że należy zrobić wszystko, aby zapewnić systematyczne udostępnianie informacji konsumentom, w szczególności w kwestii części zamiennych i podręczników napraw oraz planowanych aktualizacji oprogramowania.

1.3. Komitet usilnie wzywa KE, aby wykazała się ambitnym podejściem, uznając zasadę punktowej oceny możliwości naprawy produktów RTV i AGD. Ten wskaźnik musi odzwierciedlać oczekiwania konsumentów zarówno pod względem różnorodności produktów, jak i uwzględnionych kryteriów.

1.4. Niezależnie od możliwości naprawy tych produktów EKES uważa, że w nadchodzących latach KE musi postępować zgodnie z zasadą prostego i ujednoliconego oznakowania zrównoważonego charakteru produktów.

1.5. Trzeba również ułatwiać szkolenie nowych pracowników zakładów napraw oraz rozwijanie umiejętności obecnych pracowników, co jest zasadniczym warunkiem rozwoju napraw jako istotnego źródła zatrudnienia w Europie. EKES wzywa również Europę do zmniejszenia zależności od surowców, aby rozwinąć możliwości prowadzenia napraw i zapewniania części zamiennych. Europa potrzebuje jednocześnie poważnej i skutecznej polityki ponownego uprzemysłowienia. Ostatnie kryzysy obnażyły słabości, które należy postrzegać jako szansę na odbudowę.

1.6. Oprócz stosowania oznakowania dotyczącego ustawowego okresu gwarancji konieczne jest lepsze zabezpieczenie konsumenta przed pomyleniem gwarancji ustawowych i handlowych. Ponadto w ramach gwarancji należy promować pierwszeństwo naprawy przed wymianą na nowy produkt, lecz bez ograniczania konsumentom swobody wyboru rozwiązania.

1.7. EKES popiera dodanie nowych praktyk handlowych do wykazu działań uznawanych za wprowadzające w błąd, gdyż będzie to sprzyjać wydłużaniu żywotności produktów. W trzech kwestiach EKES zwraca się do KE o poczynienie dalszych kroków wykraczających poza obowiązek informowania:

- techniki mające skrócić żywotność produktu: zdaniem EKES-u działania te należy zaliczyć do praktyk handlowych wprowadzających w błąd, niezależnie od samego tylko braku informacji;
- brak możliwości naprawy niektórych towarów: również w tym przypadku za wprowadzające w błąd praktyki handlowe można uznać celowe przeszkody w naprawie, a nie wyłącznie brak informacji na ten temat;
- aktualizacje, które mogą powodować nieprawidłowe działanie: w tym względzie należałoby wprowadzić obowiązek zapewnienia możliwości cofnięcia aktualizacji.

1.8. Wzmacnianie możliwości działania konsumenta musi iść w parze z lepszą ochroną przed reklamą wprowadzającą w błąd. Dlatego ramy prawne dotyczące reklamy muszą w większym stopniu uwzględniać cele zrównoważonego rozwoju.

1.9. Należy zatem zakazać umieszczania w reklamach wszelkich bezpodstawnych twierdzeń, jakie często padają na temat rzekomej neutralności emisyjnej, jak również wszelkiego nawiązywania do zachowań sprzecznych z ochroną środowiska i zasobów naturalnych lub przedstawiania takich zachowań. Potrzebna jest również większa zdolność do kontrolowania twierdzeń dotyczących ekologiczności.

1.10. Aby uniknąć wszelkich niejasności w obliczu rozprzestrzeniania się często samozwańczych oznakowań środowiskowych, Komisja Europejska musi jeszcze bardziej podkreślać wartość europejskiego oznakowania ekologicznego i niezbędność procedur certyfikacji w zakresie oznakowania.

1.11. Ponadto EKES wzywa UE do wzmocnienia ochrony sygnalistów informujących o środowiskowych właściwościach produktów, aby umożliwić ostrzeżenie o wprowadzających w błąd praktykach handlowych.

1.12. EKES zachęca też Komisję do promowania konsekwentnego uświadamiania konsumentów w zakresie wyzwań związanych z odpowiedzialną konsumpcją.

2. Streszczenie dokumentu Komisji

2.1. Analizowany wniosek dotyczący dyrektywy ma wzmocnić prawa konsumentów poprzez zmianę dwóch dyrektyw chroniących interesy konsumentów na szczeblu UE: dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady⁽¹⁾ o nieuczciwych praktykach handlowych i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE⁽²⁾ w sprawie praw konsumentów. Celem wniosku jest wniesienie wkładu w rozwój zielonej unijnej gospodarki o obiegu zamkniętym poprzez umożliwienie konsumentom podejmowania świadomych decyzji o zakupie, co ma sprzyjać bardziej zrównoważonej konsumpcji. Kolejnym celem wniosku jest wyeliminowanie nieuczciwych praktyk handlowych, które wprowadzają konsumentów w błąd, odwołując ich od zrównoważonych wyborów konsumpcyjnych.

(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 („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz.U. L 149 z 11.6.2005, str. 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, str. 64).

2.2. Wniosek ten jest jedną z inicjatyw określonych w Nowym programie na rzecz konsumentów⁽³⁾ oraz w Planie działania dotyczącym gospodarki o obiegu zamkniętym⁽⁴⁾ i wpisuje się w kontynuację Europejskiego Zielonego Ładu⁽⁵⁾.

2.3. Wniosek przewiduje szereg środków na rzecz zaktualizowania istniejącego prawodawstwa w zakresie ochrony konsumentów, tak 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.

2.4. W dyrektywie nie ma jednak wymogu udzielania informacji o braku handlowych gwarancji trwałości, dlatego producenci nie są wystarczająco zmotywowani, by zapewniać konsumentom takie gwarancje. Badania pokazują, że w przypadku produktów konsumenckich objętych gwarancją handlową informacje na temat takich gwarancji oraz sposobu naliczania opłat konsumentom są często niejasne, nieprecyzyjne lub niepełne. To utrudnia porównanie produktów i odróżnienie gwarancji handlowej od (obowiązkowej) gwarancji ustawowej⁽⁶⁾.

2.5. Ponadto dyrektywa nie zawiera szczegółowych wymogów dotyczących przekazywania konsumentom informacji na temat możliwości naprawy towarów. A to właśnie tych informacji w dużej mierze brakuje w punktach sprzedaży, choć mogłyby one stanowić zachętę do naprawiania towarów i umożliwiać konsumentom wkład w rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym. Z ostatnich badań wynika, że aż 80 % konsumentów w UE ma trudności ze znalezieniem informacji o możliwości naprawy danego produktu⁽⁷⁾.

3. Uwagi ogólne

3.1. Obecnie większość europejskich konsumentów skarży się na brak informacji o wpływie konsumpcji na środowisko. Potwierdzają to konsultacje społeczne zorganizowane przez KE. Badanie Eurobarometru przeprowadzone w 2012 r. na temat zachowań i postaw europejskich konsumentów w odniesieniu do produktów ekologicznych wykazało, że 92 % europejskich respondentów opowiada się za udostępnianiem informacji na temat żywotności produktu.

3.2. Brak informacji jest szkodliwy, ponieważ to jasne i czytelne informacje sprzyjają zmianie zachowań. EKES potwierdził tę zależność podczas badania obejmującego trzy tysiące europejskich konsumentów, w ramach którego w sklepie internetowym przeprowadzono symulację oznakowania żywotności produktów codziennego użytku. Badanie pokazało, że oznakowanie żywotności prowadzi do zwiększenia o 56 % sprzedaży produktów o dłuższej żywotności.

3.3. Brak informacji dla konsumentów ma zatem kolosalne znaczenie społeczne. Słabnąca siła nabywczą to dodatkowy powód, by wspierać klasę średnią oraz mniej uprzywilejowane grupy społeczne w przechodzeniu na naprawę produktów i na bardziej odpowiedzialną konsumpcję. Lepsze informowanie konsumentów za pomocą prostych środków sprawia, że osoby w najtrudniejszym położeniu mogą łatwiej wybierać opcję odpowiedzialnej konsumpcji.

3.4. Lepsze informowanie konsumentów przyczynia się do wzmocnienia modelu biznesowego europejskich przedsiębiorstw. W obliczu ryzyka dumpingu związanego z importem tanich produktów mikroprzedsiębiorstwa, MŚP i ich zleceniodawcy powinni być bardziej widoczni dla konsumentów, by promować jakość produktów wytwarzanych w Europie.

3.5. Europejscy detaliści i sklepy stacjonarne również mogą skorzystać na nadchodzących zmianach legislacyjnych, ponieważ pozwolą one na zwiększenie ich przewagi komparatywnej w porównaniu z firmami internetowymi. Funkcja doradczą świadczoną przez sprzedawcę stacjonarnego umacnia się dzięki nowym informacjom przekazywanym konsumentowi. Tego rodzaju zmiany służą też wzrostowi zatrudnienia w UE. Dlatego też Europa musi dysponować odpowiednimi zasobami ludzkimi: EKES apeluje do Komisji o wsparcie wysiłków szkoleniowych przedsiębiorstw, w szczególności MŚP.

⁽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.

⁽⁶⁾ Komisja Europejska, *Consumer market study on the functioning of legal and commercial guarantees for consumers in the EU*, 2015 r. Badanie przeprowadzone na potrzeby analizy wpływu Komisji Europejskiej: *Study on Empowering Consumers Towards the Green Transition*, lipiec 2021 r. *Commercial warranties: are they worth the money?* ECC-Net, kwiecień 2019 r.

⁽⁷⁾ Komisja Europejska, *Behavioural Study on Consumers' engagement in the circular economy*, 2018 r., s. 81.

3.6. Konieczne jest dostarczanie stosownych informacji na temat środowiska, przy czym należy zadbać o uwzględnianie wszystkich rodzajów oddziaływania na środowisko. Wpływ klimat, mierzony w za pomocą poziomu emisji gazów cieplarnianych, zajmuje wiodące miejsce w debacie publicznej, ale stanowi tylko jeden z rodzajów oddziaływania na środowisko. Analizy cyklu życia produktów pokazują, że w przypadku większości dóbr konsumpcyjnych oddziaływanie na środowisko jest zasadniczo skutkiem wydobywania zasobów i wytwarzania produktów, stąd priorytetowe znaczenie dla środowiska ma przedłużanie żywotności produktów.

3.7. Tymczasem z punktu widzenia tych wszystkich aspektów średnia konsumpcja Europejczyków nie jest zrównoważona pod względem ekologicznym. Na przykład według wyliczeń dotyczących śladu ekologicznego, aby zaspokoić potrzeby wynikające ze stylu życia Europejczyków, potrzebne byłyby 2,8 planety.

3.8. W wielu przypadkach już sposób zaprojektowania produktów prowadzi do skrócenia ich żywotności – czy to na skutek zastosowanej technologii, czy też z uwagi na przeszkody w naprawie albo techniki oprogramowania. Związane z tym przedwczesne starzenie się produktów jest jednym z głównych powodów niezadowolenia konsumentów, którzy padają ofiarą wyraźnej asymetrii informacji.

3.9. EKES odnotowuje też, że wojna w Ukrainie sprawia, że jeszcze bardziej konieczne staje się wzmocnienie europejskiej autonomii strategicznej. Z tego punktu widzenia należy zachęcać do inicjatyw przyczyniających się do wydłużania żywotności produktów, szczególnie tych związanych z metalami strategicznymi.

4. Uwagi szczegółowe

4.1. Zapewnienie konsumentom dodatkowych informacji na temat trwałości towarów

4.1.1. Biorąc pod uwagę znaczenie wyzwań związanych z cyklem życia produktów, konieczne jest wzmocnienie poziomu poinformowania konsumentów. Pod tym względem wniosek Komisji należy ocenić pozytywnie, ponieważ ma on usystematyzować dostarczanie informacji na temat dostępności części zamiennych, instrukcji obsługi czy też okresu objętego aktualizacjami oprogramowania.

4.1.2. Warto przypomnieć, że o ile brak informacji jest szkodliwy, to napływ zbyt dużej ilości informacji lub informacji zbyt technicznych ma porównywalne skutki.

4.1.3. EKES ostrzega Komisję przed potencjalnymi niedogodnościami, jakie mogą wynikać z udostępniania nowych informacji za pośrednictwem etykiety elektronicznej lub kodu QR. Oprócz zwiększonego cyfrowego oddziaływania na środowisko, które generują te rozwiązania, należy pamiętać, że każda dodatkowa czynność (konieczność wyjęcia smartfona, kliknięcia, pobrania itp.) stanowi kolejną przeszkodę dla odpowiedzialnej konsumpcji.

4.1.4. Wniosek Komisji to krok we właściwym kierunku, ponieważ wiąże wyzwania w zakresie komunikacji z tymi związanymi z przedwczesnym starzeniem się produktów. Pierwszym krokiem do lepszego poinformowania konsumentów musi być wprowadzenie punktowej oceny możliwości naprawy dla jak największej liczby produktów, co miało już miejsce we Francji w 2021 roku. Możliwość naprawy stanowi jeden z najłatwiej mierzalnych parametrów trwałości produktu.

4.1.5. Aby sprostać wyzwaniom, koncepcja punktowej oceny możliwości naprawy musi spełnić wymagania pod co najmniej dwoma względami. Z jednej strony musi obejmować jak najwięcej produktów elektrycznych, elektronicznych i AGD. Z drugiej strony możliwość naprawy musi być rozpatrywana we wszystkich aspektach, wraz z uwzględnieniem kosztu naprawy (ceny części zamiennych), dostępności części zamiennych oraz warunków wsparcia oprogramowania.

4.1.6. Zdaniem EKES-u ambitna polityka informowania konsumentów nie powinna ograniczać się do możliwości naprawy. Oczekiwania konsumentów dotyczą bowiem przede wszystkim trwałości produktów, a nie możliwości ich naprawy. EKES wypowiedział się już zresztą w tej kwestii ⁽⁸⁾. UE musi dysponować prostym wskaźnikiem trwałości produktu, w tym możliwości naprawy, ale także solidności i skalowalności produktów, co przyczyni się pośrednio do ponownego uprzemysłowienia Europy. Zasadę tę należy uwzględnić we wnioskach Komisji, w przeciwnym wypadku nie zostaną spełnione główne oczekiwania konsumentów. Oczywiście warunki jej stosowania trzeba uzgodnić z zainteresowanymi stronami i wdrażać ją stopniowo.

⁽⁸⁾ Dz.U. C 67 z 6.3.2014, s. 23.

4.1.7. Potrzebne są dodatkowe prace nad gwarancjami, by zapewnić lepsze informowanie konsumentów. Przede wszystkim KE musi potwierdzić prostą zasadę: istnienie i czas trwania gwarancji zgodności (dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/771⁽⁹⁾) muszą być wszędzie oznakowane, zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i internetowych, odnośnie do wszystkich towarów, których to dotyczy. Priorytetem powinno być zagwarantowanie, że stosuje się obowiązujące prawo, zanim wprowadzane będą kolejne, nowe przepisy.

4.1.8. EKES z zadowoleniem przyjmuje uwzględnienie trudności, jakie konsument może napotkać przy rozróżnianiu gwarancji handlowych i gwarancji ustawowych. Bardzo korzystne jest zatem dążenie KE do tego, aby gwarancje handlowe nie powodowały niejasności.

4.1.9. Aby zwiększyć korzystny wpływ na ochronę środowiska, gwarancja może sprzyjać naprawie uszkodzonego towaru, a nie jego wymianie na nowy. UE może propagować zasadę pierwszeństwa naprawy przed wymianą w przypadku awarii, sprawiając, że będzie ona dla konsumentów łatwiejsza, szybsza i wygodniejsza od wymiany.

4.1.10. Takie przepisy, w połączeniu z uświadamianiem obywateli, mogą jeszcze bardziej przyczynić się do lepszego ukierunkowania konsumpcji. UE powinna więc promować, a nawet inicjować kampanie kształtujące dobre przyzwyczajenia na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji (informacje, produkty używane, naprawy, konserwacja produktów), przy wsparciu organizacji społeczeństwa obywatelskiego, które może odegrać zasadniczą rolę w realizacji założeń analizowanego wniosku.

4.2. Wzmocnienie przepisów wykraczających poza obowiązki informowania

4.2.1. Penalizując jedynie brak informacji, UE utorowałaby drogę do legalizacji praktyk niezgodnych z ochroną konsumentów i środowiska. UE nie może ograniczyć się tylko do zakazu nieinformowania o ograniczeniu żywotności produktu, lecz więcej – musi zakazać samej praktyki ograniczania żywotności produktu. Innymi słowy, trudno byłoby zrozumieć sygnał ze strony Unii, zgodnie z którym planowane postarzenie byłoby dozwolone, o ile towarzyszyłaby mu informacja dla konsumenta. Przepis musi stanowić dla producentów wyraźny znak, że w Europie produkty nie mogą być projektowane w sposób prowadzący do przedwczesnej awarii.

4.2.2. Analogicznie, inne sformułowania dyrektywy niosą ze sobą ryzyko niedostatecznej ochrony konsumentów. Nie wystarczy zobowiązać producenta do poinformowania konsumenta, że towar nie nadaje się do naprawy. Przedmiotem zakazu powinien być właśnie zamierzony brak możliwości naprawy towaru.

4.2.3. EKES i KE mają świadomość, że aktualizacje dotyczą często oprogramowania, które zużywa zbyt dużo pamięci i energii, co skraca żywotność podłączonego sprzętu. Stosowne przepisy nie mogą zatem ograniczać się do nakazania producentowi, aby informował konsumenta o niepożądanych skutkach aktualizacji. Również w tym przypadku łatwo można sobie wyobrazić ukrycie tej informacji w natłoku pozytywnych komentarzy na temat aktualizacji skłaniających konsumenta do wyrażenia zgody.

4.3. Kontrola i karanie praktyk, które ograniczają zdolność konsumentów do działania

4.3.1. Jak słusznie zauważa Komisja, praktyki pseudoekologicznego marketingu stanowią jedną z głównych przeszkód utrudniających informowanie konsumentów pod kątem transformacji ekologicznej. Projekt dyrektywy słusznie wskazuje na konieczność karania ogólnych twierdzeń dotyczących ekologiczności, których nie można zobiektywizować ani wykazać.

4.3.2. EKES z zadowoleniem przyjmuje zakaz umieszczania oznakowań dotyczących zrównoważonego rozwoju niepodlegających formalnemu systemowi certyfikacji. Stąd propozycja w niniejszej opinii, dotycząca stopniowego i skoordynowanego rozwoju europejskiego wskaźnika, który zaspokoi tę potrzebę.

4.3.3. Inne twierdzenia dotyczące ekologiczności są często sprzeczne z ideą odpowiedniego informowania konsumenta. Uzasadniony jest zakaz powoływania się na efekty działalności środowiskowej w sytuacji, gdy efekty te dotyczą tylko jednej cechy produktu lub gdy wynikają wyłącznie ze spełniania obowiązków prawnych lub powszechnych praktyk.

4.3.4. Promowanie odpowiedzialnej konsumpcji obejmuje również wzmocnienie znaczenia symboli poświadczających poważne podejście do ochrony środowiska. W tym zakresie nadal zbyt rzadko używa się dziś europejskiego oznakowania ekologicznego, pomimo poczynionych już postępów. Należy rozważyć wsparcie na rzecz poprawy dostępności tego oznakowania oraz przeprowadzenie odpowiedniej kampanii komunikacyjnej.

⁽⁹⁾ 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, str. 28).

4.3.5. Logiczną konsekwencją byłoby lepsze uwzględnienie zasad zrównoważonego rozwoju w ramach prawnych dotyczących reklamy, m.in. poprzez ścisłe regulowanie reklamowania produktów najbardziej zanieczyszczających środowisko, zgodnie z niedawną opinią EKES-u poświęconą tej kwestii ⁽¹⁰⁾.

4.3.6. Analogicznie, w reklamie nie powinno się jedynie unikać twierdzeń środowiskowych dotyczących produktu jako całości w sytuacji, gdy odnoszą się one jedynie do jego elementów. Należy zakazywać wszelkich bezpodstawnych twierdzeń, które często dotyczą neutralności emisyjnej, a także wszelkiego nawiązywania do zachowań sprzecznych z ochroną środowiska i zasobów naturalnych oraz przedstawiania takich zachowań. Analogicznie, w reklamie nie może być dozwolone bagatelizowanie lub promowanie praktyk i poglądów sprzecznych z celami zrównoważonego rozwoju.

4.3.7. Do wczesnego ostrzeżenia o wprowadzających w błąd praktykach handlowych konieczne jest często uzyskanie informacji od samych podmiotów wprowadzających produkty na rynek. Obecnie jednak, z obawy przed odwetem, niewiele podmiotów decyduje się na sygnalizowanie nieprawidłowości. Procedura informowania o nieprawidłowościach, o której mowa w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1937 ⁽¹¹⁾, musi mieć zastosowanie do takich sygnalistów.

Wszystkie te przepisy będą w pełni skuteczne jedynie wtedy, gdy zostaną uzgodnione z podmiotami gospodarczymi reprezentującymi zarówno duże, jak i małe i średnie przedsiębiorstwa, a także z partnerami społecznymi, stowarzyszeniami konsumentów i w szerszym zakresie ze społeczeństwem obywatelskim. EKES uważa, że chodzi tu o kluczową politykę, gdyż utrwała ona konkurencyjny model rynku dostosowany do wymogów środowiskowych, charakteryzujący się troską o konsumentów i o konkurencyjność europejskich podmiotów gospodarczych oraz zgodny z wyzwaniem w zakresie europejskiej autonomii strategicznej.

Bruksela dnia 14 lipca 2022 r.

Christa SCHWENG
Przewodnicząca
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego

⁽¹⁰⁾ Dz.U. C 105 z 4.3.2022, s. 6.

⁽¹¹⁾ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1937 z dnia 23 października 2019 r. w sprawie ochrony osób zgłaszających naruszenia prawa Unii (Dz.U. L 305 z 26.11.2019, str. 17).