

ОСНАЖИВАЊЕ ПОТРОШАЧА ЗА ЗЕЛЕНУ ТРАНЗИЦИЈУ И РЕГУЛАТИВА ПОТРОШАЧКОГ ПРАВА

др Борко Михајловић*

Потрошачко право последњих година све више карактерише потреба прилагођавања његових основних правила и циљева постизању одрживости. У праву ЕУ недавно је усвојена Директива ЕУ бр. 2024/825 од 28. фебруара 2024. године о оснаживању потрошача за зелену транзицију кроз бољу заштиту од непоштених пракси и кроз боље обавештавање. Заједно са другим законодавним иницијативама чије се усвајање очекује до краја 2024. године, ова Директива чини основу будућег одрживијег потрошачког права. Основни предмет овог рада је анализа одредаба нове Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију. Основу те анализе чини истицање неколико регулаторних тенденција у потрошачком праву ЕУ, које су јасно видљиве у одредбама ове Директиве и које су пресудно утицале на њене циљеве и садржину.

Кључне речи: одрживо потрошачко право, обавештавање потрошача, зелена транзиција, еколошке тврдње, право на поправку, обмањујућа пословна пракса, ознаке.

* Ванредни професор Правног факултета Универзитета у Крагујевцу, borko.mihajlovic1989@gmail.com.

1. Увод

Потрошачко право доживљава експанзију у другој половини XX века, у периоду убрзане индустријализације друштва и привреде и промовисања и повећања масовне потрошње. Правила потрошачког права у првим деценијама XXI века постају предмет поновног сагледавања и потребе за променом и прилагођавањем новонасталим друштвеним околностима. Потреба постизања опште одрживости, као најзначајнији циљ и задатак актуелне и будућих генерација човечанства, утиче на правну регулативу различитих грана права, не заобилазећи ни потрошачко право. Задатак потрошачког права у актуелном друштвеном тренутку све више постаје подстицање друштвено одговорних, еколошки прихватљивих економских одлука потрошача, односно промовисање тзв. одрживе потрошње, која је неопходан предуслов за одрживост планете.¹ Заштита економских интереса потрошача остаје примарни, али не и једини циљ потрошачког права, са могућом тенденцијом смањења његовог значаја у годинама које долазе. Опстанак и изглед потрошачког права у будућности несумњиво зависе од мере у којој ће ова грана права успети да прилагоди своја правила економској трансформацији са масовне на одрживу потрошњу.

У потрошачком праву Европске уније (ЕУ) већ неколико година уназад приметни су напори да се правила о заштити потрошача користе као средство постизања одрживости. И док се поменути напори неретко задржавају само „на речима“, присутне су и конкретне законодавне иницијативе, којима европски законодавац показује спремност да пређе са речи на дела. У овом тренутку највећу пажњу неспорно заслужује Директива ЕУ бр. 2024/825 од 28. фебруара 2024. године о оснаживању потрошача за зелену транзицију кроз бољу заштиту од непоштених пракси и кроз боље обавештавање (у даљем тексту: Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију).² Поменута

1 Вид. Vanessa Mak, Evelyn Terryn, „Circular economy and consumer protection: The consumer as a citizen and the limits of empowerment through consumer law“, *Journal of Consumer Policy* 1/2020, 227–229; Bert Keirsblick et al, *Sustainable Consumption and Consumer Protection Legislation*, European Parliament – Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, Directorate-General for Internal Policies, Brussels 2020.

2 Directive (EU) 2024/825 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2024 amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information, *Official Journal of the European Union*, Series L, 6.3.2024.

Директива чини и основни предмет овог рада. Поред ње, вредно је поменути и неке друге законодавне иницијативе усмерене ка стварању одрживијег потрошачког права, међу којима се издвајају Предлог Директиве о праву на поправку³ и Предлог Директиве о поткрепљивању и саопштавању изричитих зелених тврдњи, које је Европска комисија истовремено објавила у марту 2023. године.⁴ Усвојена Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, два поменута предлога директива, као и очекивани нови прописи ЕУ о еколошком дизајну производа чиниће важну основу даљег развоја потрошачког права.

Поменути прописи вршиће дугорочан утицај и на српско потрошачко право, које је у овом друштвеном тренутку још увек првенствено усмерено на заштиту економских интереса потрошача. Из тог разлога, у српском Закону о заштити потрошача⁵ готово и да не постоје одредбе које су одраз промене потрошачког права на путу одрживости. Српско право ће неспорно морати да крене тим путем, а посебан изазов представљаће уравнотежење економских интереса потрошача и циљева одрживости, који неретко воде смањењу права потрошача. Правовремена анализа новијих прописа ЕУ је неопходна у циљу припреме српског потрошачког права за, време ће показати, мање или више наглашену промену циљева ове гране права.

Основни предмет овог рада је анализа одредаба нове Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију. Ова анализа биће повремено извршена указивањем на повезаност предметне Директиве са Предлогом Директиве о праву на поправку и Предлогом Директиве о поткрепљивању и саопштавању изричитих зелених тврдњи, чије се усвајање очекује до краја 2024. године. Основу те анализе чини истицање неколико регулаторних тенденција у потрошачком праву ЕУ, које су јасно видљиве у одредбама Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију и које су пресудно утицале на њене циљеве и садржину.

3 Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive), Brussels, 22.3.2023, COM/2023/166 final.

4 Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on common rules promoting the repair of goods and amending Regulation (EU) 2017/2394, Directives (EU) 2019/771 and (EU) 2020/1828, Brussels, 22.3.2023, COM(2023) 155 final.

5 Закон о заштити потрошача – ЗЗП, *Службени гласник Републике Србије*, бр. 88/2021.

2. Кратак осврт на регулаторне тенденције

Циљеви и регулаторна техника које европски законодавац користи при стварању одредаба Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију указују на неколико различитих тенденција присутних у потрошачком праву ЕУ. Неке од њих већ дуго су карактеристика потрошачког права, док су друге производ новијег времена и промењених друштвених и тржишних околности.

Прва, значај регулаторне технике обавештавања, упркос дуготрајним и све учесталијим критикама, остаје непромењен у савременом потрошачком праву. Анализираном Директивом оснаживање потрошача врши се првенствено њиховим обавештавањем, које долази до изражаја како у изменама Директиве о непоштеним пословним праксама⁶ тако и у изменама Директиве о правима потрошача.⁷ Централна улога и значај права потрошача на обавештавање и регулаторне технике обавештавања последица су бројних правно-политичких, економских, моралних и практичних разлога. Поједини разлози израз су тежње за побољшањем свеукупног правног и економског положаја потрошача на тржишту.⁸ Други разлози резултат су других правно-политичких циљева, повезаних са интересима тржишне конкуренције, па и самих трговаца, али и компромиса између држава чланица ЕУ, који представљају неопходност при стварању потрошачког права ЕУ.⁹

6 Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council, *Official Journal of the European Union*, L 304/64, 22.11.2011.

7 Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive'), *Official Journal of the European Union*, L 149/22, 11.6.2005.

8 Geraint Howells, „The potential and limits of consumer empowerment by information“, *Journal of Law and Society* 3/2005, 351–352; Борко Михајловић, *Промена потрошачког права у дигитално доба*, Универзитет у Крагујевцу – Правни факултет, Крагујевац 2023, 94–95.

9 Christian Twigg-Flesner, Reiner Shulze, Jonathon Watson, „Protecting rational choice: information and right of withdrawal“, *Handbook of research on international consumer law* (eds. G. Howells, I. Ramsay, T. Wilhelmsson) 2nd ed., Edward Elgar Publishing, Cheltenham, Northampton 2018, 114–118.

Друга, поред непосредног обавештавања потрошача, постоји и низ других, посредних начина којима се настоји постизање ублажавања информационе неједнакости између трговаца и потрошача.¹⁰ Коришћење алтернативних облика обавештавања тако добија све већи значај у потрошачком праву. Ови облици информисања долазе до изражаја прописивањем низа правила о обележавању производа и коришћењу посебних ознака квалитета или ознака поверења. Облике посредног обавештавања потрошача уочавамо и у одредбама Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију (ознаке одрживости, хармонизоване ознаке, хармонизована обавештења). Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију на тај начин указује на, са једне стране, несмањен законодавни значај регулаторне технике непосредног обавештавања, премда су у њој, са друге стране, присутни и неки алтернативни облици посредног обавештавања потрошача.

Трећа, правила о непоштеним пословним праксама постају све значајнији део потрошачког права ЕУ и могуће решење за бројне изазове које пред савремено потрошачко право поставља потреба постизања одрживости (али и стварања потрошачког права прилагођеног процесу дигитализације потрошачког друштва). И у Директиви о оснаживању потрошача за зелену транзицију препознаје се значај правила о непоштеним пословним праксама, видљив у допунама Анекса I Директиве о непоштеним пословним праксама, као и додатним правилима о маркетиншким праксама трговаца које утичу на формирање одрживијих економских одлука потрошача.

У наставку рада указаћемо на најзначајније новине које доноси Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, водећи се управо утицајем описаних тенденција на њену садржину.

3. Непосредно обавештавање потрошача као средство подстицања одрживе потрошње

Европски законодавац већ у уводним рециталима Преамбуле Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију јасно указује на улогу и значај регулаторне технике обавештавања за правни режим који се уводи овом Директивом. Његово полазиште је врло јасно: одржива потрошња је неопходан предуслов зелене транзиције, а подстицање одрживе потрошње могуће је само ако су потрошачи адекватно информисани о различитим еколошким и социјалним

¹⁰ *Ibid.*

обележјима робе и услуга, а све у циљу оспособљавања и подстицања потрошача да доносе економске одлуке које позитивно утичу на одрживост. Другим речима, најзначајнијим средством оснаживања потрошача и даље се сматра њихово обавештавање. Зато се трговцима Директивом о оснаживању потрошача за зелену транзицију, још једном, намеће обавеза пружања јасних, релевантних и поузданих информација потрошачима.¹¹

Описани приступ европског законодавца није опште прихваћен у савременој правној литератури потрошачког права. Напротив, све су чешће критике у погледу практичног значаја права на обавештавање, односно правих, реалних домета које има пружање мноштва информација потрошачима приликом доношења њихових економских одлука.¹² Истиче се да готово неограничена примена обавештавања потрошача као регулаторне технике, од које се очекује решење многих проблема потрошача који се јављају у различитим практичним ситуацијама, не доноси очекиване резултате, као и да постоји низ емпиријских истраживања која указују на недовољну мотивисаност потрошача да се упознају са мноштвом информација које им се презентују најчешће у фази пре закључења уговора.¹³ Зато се указује на могуће алтернативне облике посредног информисања потрошача, које би требало, барем делимично, да замене опште прихваћену регулаторну технику обавештавања потрошача.

Обавеза непосредног обавештавања првенствено произилази из Директиве о правима потрошача. Ову обавезу проналазимо и у Директиви о непоштеним пословним праксама, која у оквиру одредаба о забрани обмањујућих радњи препознаје појам информација од материјалног значаја, а које се у доброј мери, али не потпуно, подударују са листом информација прописаном у Директиви о правима потрошача. Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију доноси проширење како у погледу листе информација од материјалног значаја садржане у Директиви о непоштеним пословним праксама тако и у погледу листе предуговорних информација које предвиђа Директива о правима потрошача.

11 Преамбула Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, реци-тал бр. 1.

12 Oren Bar-Gill, Omri Ben-Shahar, „Regulatory Techniques in Consumer Protection: A Critique of European Consumer Contract Law“, *Common Market Law Review* 2013 (посебно издање), 109–125.

13 Genevieve Helleringer, Anne-Lise Sibony, „European Consumer Protection Through the Behavioral Lense“, *Columbia Journal of European Law* 23/2017, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3176817 (15.04.2024).

3.1. Проширење листе информација од материјалног значаја у Директиви о непоштеним пословним праксама

Правилима Директиве о непоштеним пословним праксама о обмањујућим радњама прописано је да се обмањујућом пословном праксом сматра пословна пракса трговца којом наводи или прети да наведе потрошача да донесе економску одлуку коју иначе не би донео, тако што му даје нетачна обавештења или стварањем општег утиска или на други начин, чак и када су обавештења која даје тачна, доводи или прети да доведе просечног потрошача у заблуду у погледу информација од материјалног значаја које су прописане овом Директивом.¹⁴ На листи информација од материјалног значаја, почев од прве, оригиналне верзије Директиве о непоштеним пословним праксама, налазила су се основна обележја производа. Директивом су била наведена и нека од тих основних обележја (нпр. доступност производа, користи, ризици, састав итд.). У правној литератури је већ неколико година била актуелна дебата о могућности примене правила о обмањујућим радњама, као виду обмањујуће пословне праксе, на санкционисање привредних субјеката који у свом пословању са потрошачима износе неадекватне, непрецизне или неутемељене тврдње о еколошки прихватљивим или друштвено корисним обележјима производа.¹⁵ Тако је, на пример, присутан став да управо правила о обмањујућим пословним праксама могу да послуже као средство санкционисања компанија које износе неистине тврдње о свом друштвено одговорном пословању или доприносу који та компанија даје одрживом развоју планете.¹⁶ И док су описани ставови раније имали извесно правно утемељење, услед „отворености“ листе на којој су наведена обележја производа која се сматрају основним, они нису били довољно средство одвраћања компанија да износе неистините тврдње о свом пословању. Примена забране обмањујуће пословне праксе на анализиране пословне праксе компанија зависила је од спремности судова и управних органа да основна обележја производа тумаче екстензивно, подводећи под њих и обележја која се односе на одрживост пословања компаније и њених производа.

14 Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 6, ст. 1.

15 Вид. Andreas Rühmkorf, *Corporate Social Responsibility, Private Law, and Global Supply Chains*, Edward Edgar Publishing Limited, Cheltenham 2015.

16 Borko Mihajlović, „The Role of Consumers in the Achievement of Corporate Sustainability through the Reduction of Unfair Commercial Practices“, *Sustainability* 12/2020, 1009.

Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију отклања потребу за описаним екстензивним тумачењем, проширивањем листе информација од материјалног значаја на еколошка или друштвена обележја производа, као и на његове аспекте који утичу на остваривање циљева циркуларне економије, попут трајности, могућности поправке и подобности производа за рециклирање.¹⁷ Преамбулом Директиве наведено је неколико илустративних примера информација које се могу сматрати еколошким или друштвеним обележјима производа. Ови примери указују на јасну повезаност савременог потрошачког права са другим законодавним иницијативама ЕУ које теже постизању одрживог пословања привредних друштава и одрживијег компанијског права. Тако се информације које трговци пружају о друштвеним обележјима производа у целом његовом ланцу вредности могу, на пример, односити на квалитет и праведност радних услова радне снаге, као што су примерене плате, социјална заштита, сигурност радног окружења и социјални дијалог.¹⁸ Такве се информације могу односити и на поштовање људских права, на једнако поступање и једнаке могућности за све, укључујући родну равноправност, укључивост и разноликост, на доприносе социјалним иницијативама или на етичке обавезе, као што је добробит животиња.¹⁹ Према томе, потрошачко право у савременим условима пословања постаје не само средство промовисања одрживе потрошње, већ и средство санкционисања привредних друштава која крше принципе друштвено одговорног пословања и корпоративне одрживости.

Такође, ако трговац пружа услугу у оквиру које се упоређују производи и потрошачу пружа информације о еколошким или друштвеним обележјима или аспектима циркуларне економије, као што су трајност, могућност поправке или рециклирања, производа или добављача тих производа, информације о методу поређења, производима који су предмет поређења и добављачима тих производа, као и мере које су успостављене ради одржавања ажурности тих информација сматрају се информацијама од материјалног значаја.²⁰

17 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 1, ст. 2.

18 Преамбула Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, реци-тал бр. 3.

19 *Ibid.*

20 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 1, ст. 3; Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 7, ст. 7.

3.2. Проширење листе предуговорних обавештења у Директиви о правима потрошача

Добро је познато да је услед већ поменуте готово неограничене примене регулаторне технике обавештавања потрошача и све већег значаја права на обавештавање у потрошачком праву ЕУ листа појединости о којима је потрошач дужан да обавести потрошача пре закључења уговора временом постајала све дужа. Проширење листе појединости које су предмет обавезе предуговорног обавештавања створиле су проблем претераног информисања потрошача, односно преоптерећености потрошача информацијама. Тренд проширења листе појединости које су предмет обавезе предуговорног обавештавања потрошача прихваћен је и у Директиви о оснаживању потрошача за зелену транзицију. Примећује се и повезаност анализираних Директиве са предлозима других прописа ЕУ којима се реализује европски Зелени договор (енгл. *Green Deal*), нарочито са Предлогом Директиве о праву на поправку, али и са темељном реформом дигиталног потрошачког уговорног права, која је резултирала усвајањем Директиве о одређеним аспектима уговора о испоруци дигиталног садржаја и дигиталних услуга.²¹

Када је реч о непосредном обавештавању потрошача, проширење листе појединости које чине предмет обавезе предуговорног обавештавања можемо поделити на три врсте: 1) обавештења од значаја за реализацију права потрошача на поправку, 2) обавештења у вези са трајношћу дигиталног садржаја, дигиталних услуга и робе са дигиталним елементима и 3) обавештења од значаја за испуњење обавезе испоруке робе код уговора који су закључени коришћењем средстава комуникације на даљину (претежно електронска трговина).

Према верзији Директиве о правима потрошача која је важила пре усвајања Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, трговац је био дужан да обавести потрошача о постојању и условима пост-продајних услуга.²² Овом обавезом биле су обухваћене и услуге повезане са евентуалном поправком производа. Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију подиже ниво обавештености потрошача о поправци производа, и то пре свега увођењем појма оцене (скора) поправљивости (енгл. *repairability score*). Оцена

21 Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services, *Official Journal of the European Union* L 136/1, 22.5.2019.

22 Директива о правима потрошача, чл. 5, ст. 1(е) и чл. 6, ст. 1(е).

(скор) поправљивости је оцена која изражава могућност поправке робе на основу усклађених захтева утврђених на нивоу ЕУ.²³ Примера ради, у Француској оцена поправљивости врши се на основу следећих пет критеријума: доступности документације за поправку (приручници, упутства и сл.), могућности растављања производа, доступности резервних делова, цене резервних делова и специфичности везаних за конкретан производ (нпр. за паметне телефоне и лаптопове ове специфичности се односе на њихове софтверске карактеристике).²⁴ Према новим правилима која Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију уводи у Директиву о правима потрошача, трговци су, ако је то примењиво, дужни да пре него што уговор постане обавезујући за потрошача истакну оцену (скор) поправљивости робе у складу са наводима произвођача и онако како је она утврђена на нивоу ЕУ.²⁵ Циљ прописивања наведене обавезе је омогућавање потрошачима да донесу утемељену одлуку о правном послу који намеравају да закључе и одаберу робу коју је лакше поправити. Поред тога, ако оцена поправљивости није утврђена на нивоу ЕУ (оцена поправљивости везује се нпр. за електричне уређаје, паметне телефоне, таблете и сл.), трговци би требало да пруже друге релевантне информације о поправци које је произвођач ставио на располагање, као што су информације о доступности, процењеном трошку и поступку наручивања резервних делова који су потребни за одржавање саобразности робе, доступности упутстава за поправку и одржавање, као и о ограничењима вршења поправке.²⁶ Коначно, остваривање права потрошача на поправку поспешује се и допуном Анекса I Директиве о непоштеним пословним праксама, који садржи списак пословних пракси које су апсолутно забрањене (тзв. црна листа непоштене пословне праксе). Тако се непоштеном пословном праксом *per se* сада сматра и лажно навођење да производ може бити предмет поправке.²⁷

Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију препознаје значај доступности услуге ажурирања софтвера и периода

23 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2, ст. 1.

24 Информација доступна на: <https://repair.eu/news/the-french-repair-index-challenges-and-opportunities/>, (25.04.2024.)

25 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2, ст. 2 и 3; Директива о правима потрошача, чл. 5, ст. 1 (и) и чл. 6, ст. 1(у).

26 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2 ст. 2 и 3; Директива о правима потрошача, чл. 5, ст. 1 (ј) и чл. 6, ст. 1(в).

27 Вид. Анекс Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију и Анекс I Директиве о непоштеним пословним праксама.

у којем корисници дигиталног садржаја, дигиталних услуга и робе са дигиталним елементима могу да рачунају на ажурирање софтвера од стране произвођача садржаја, услуге или робе. Ажурирање софтвера дефинисано је као бесплатно ажурирање, укључујући сигурносно ажурирање, које је потребно ради одржавања усклађености робе са дигиталним елементима, дигиталног садржаја и дигиталних услуга у складу са релевантним прописима ЕУ.²⁸

Један од основних циљева анализираних Директиве је сузбијање праксе програмиране (планиране) застарелости производа, која је нарочито присутна у свету дигиталних производа, чија функционалност зависи управо од могућности ажурирања софтвера. Пословна пракса планиране застарелости већ дуго је предмет интересовања иностране, али и домаће правне литературе.²⁹ Реч је о пракси којом произвођачи свесно, намерно скраћују очекивано време трајања производа, а у циљу подстицања куповине нових истоврсних производа од стране потрошача након истека планираног, програмираног времена трајања.³⁰ До застарелости производа најчешће долази или због пласмана новог, делимично унапређеног модела истог производа или обликовањем производа на начин који ће довести до престанка његовог функционисања након одређеног времена. У зависности од начина спровођења ове пословне праксе, разликујемо стилску, модну, психолошку застарелост и технолошку, функционалну, физичку застарелост производа.³¹

Два су кључна правила Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију којима се сузбија пословна пракса планиране застарелости производа. Прво, потрошаче је потребно информисати о периоду у којем је доступно бесплатно ажурирање софтвера, па тако и ова информација постаје део листе предуговорних обавештења у Директиви о правима потрошача.³² Друго, забрањено је ускраћивање информација потрошачима о чињеници да ће ажурирање софтвера

28 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2, ст. 1; Директива о правима потрошача, чл. 2, тач. 14е.

29 Миодраг Мићовић, „Програмирана застарелост: постојећи модел пословања и потреба правног уређења“, *Правни живот* 10/2017, 729–730.

30 Jurgita Malinauskaitė, Fatih Bugra Erdem, „Planned Obsolescence in the Context of a Holistic Legal Sphere and the Circular Economy“, *Oxford Journal of Legal Studies* 3/2021, 723–724.

31 *Ibid.*

32 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2 ст. 2 и 3; Директива о правима потрошача, чл. 5, ст. 1 (ед) и чл. 6, ст. 1(лц).

негативно утицати на функционисање робе са дигиталним елементима или на употребу дигиталног садржаја или дигиталних услуга. Описано ускраћивање постало је део тзв. црне листе непоштене пословне праксе.³³ Дobar пример када до тог ускраћивања долази наводи се у Преамбули Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију. Ако трговац позива потрошаче да ажурирају софтвер на свом паметном телефону, трговац не би требало да потрошачу ускрати информацију о томе да ће такво ажурирање негативно утицати на функционисање било ког својства паметног телефона, као што су батерија, функционисање одређених апликација или да ће то узроковати потпуно успоравање паметног телефона.³⁴

Конечно, питање испоруке робе у електронској трговини сматра се питањем на које значајан утицај врши потреба постизања одрживог развоја. Наиме, брза и ефикасна испорука један је од императива електронске трговине и често се представља као једна од компетитивних предности различитих учесника у електронској трговини. Међутим, емпиријска истраживања показују да управо брзина и ефикасност испоруке негативно утичу на одрживост читавог пословног концепта електронске трговине.³⁵ Повезаност испоруке са остваривањем циљева одрживости видљива је и у Директиви о оснаживању потрошача за зелену транзицију. Листа информација са којима трговац треба да упозна потрошача у предуговорној фази код уговора који се закључују употребом средстава комуникације на даљину проширена је информацијама о еколошки прихватљивим опцијама испоруке, уколико су те опције доступне. Сврха описаног проширења је подстицање потрошача да предност дају не само брзини испоруке већ и еколошким карактеристикама начина испоруке. Неспорно је да одрживости доприноси испорука робе која се врши бициклом, електричним возилом или испорука која дозвољава груписање већег броја пошиљака.³⁶

33 Вид. Анекс Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију и Анекс I Директиве о непоштеним пословним праксама.

34 Преамбула Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, рецитал бр. 17.

35 Вид. Mehdi El Alami, Dustin Wisotzky, Florent Gallon, *Delivery decarbonization pathway: How can e-commerce delivery become carbon neutral?*, Oliver Wyman, Brussels 2023.

36 Вид. Преамбула Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, рецитал бр. 37.

4. Алтернативни облици обавештавања потрошача као средство подстицања одрживе потрошње

Већ смо истакли да Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију поред регулаторне технике непосредног обавештавања потрошача познаје и поједине алтернативне облике посредног обавештавања потрошача. Ови облици обавештавања претежно се везују за подизање свести потрошача о постојању, значају и правима која произилазе из законских и комерцијалних гаранција, као о и разликама између ове две врсте гаранција. Продужење трајања законских и комерцијалних гаранција представља врло ефикасан механизам дужег трајања и употребљивости производа на тржишту, што свакако позитивно утиче на зелену транзицију и прелазак са масовне на одрживу потрошњу. Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију садржи три врсте правила којима се обавештавање потрошача врши на неки од алтернативних начина. Реч је о правилима о: 1) хармонизованим обавештењима, 2) хармонизованим ознакама и 3) ознакама одрживости.

Директивом о оснаживању потрошача за зелену транзицију предвиђена је обавеза обавештавања потрошача путем хармонизованог обавештења о постојању законске гаранције саобразности робе и њених главних елемената, као и о минималном трајању те гаранције у периоду од две године, а на основу Директиве о одређеним аспектима о уговорима о продаји робе.³⁷ Обавезну садржину хармонизованог обавештења чини и општа напомена да трајање законске гаранције саобразности може бити дуже према националном праву.³⁸ Обавештавање потрошача о законској гаранцији производа у предуговорној фази на горе описани начин примењује се независно од начина закључења уговора (како на уговоре закључене уз истовремено присуство трговца и потрошача, тако и на уговоре закључене коришћењем средстава комуникације на даљину или изван пословних просторија).³⁹ Дизајн и садржину хармонизованог обавештења дужна

37 Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the sale of goods, amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and repealing Directive 1999/44/EC, *Official Journal of the European Union* L 136/28, 22.5.2019.

38 Преамбула Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, рецитал бр. 27.

39 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2 ст. 2 и 3; Директива о правима потрошача, чл. 5, ст. 1(е) и чл. 6, ст. 1(л).

је да одреди Европска комисија најкасније до 27. септембра 2025. године.⁴⁰

И док се значај хармонизованог обавештења везује за информисање потрошача о законској гаранцији саобразности, хармонизована ознака, за чије дизајнирање и садржину је, такође, задужена Европска комисија (у истом року који важи и за израду хармонизованог обавештења), установљена је у циљу обавештавања потрошача о комерцијалним гаранцијама. Реч је о изјавама воље произвођача којима гарантују трајност производа у року дужем од две године од преласка ризика на потрошача (што је рок важења законске гаранције). Од трговаца који продају робу требало би захтевати да обавештавају потрошаче о постојању и трајању комерцијалне гаранције трајности коју произвођач нуди без додатних трошкова, која обухвата робу у целости и која траје дуже од две године, ако произвођач таква обавештења ставља на располагање трговцу.⁴¹ Обавештење о комерцијалној гаранцији истакнуто коришћењем хармонизоване ознаке обавезно садржи информацију да је роба обухваћена комерцијалном гаранцијом, трајање комерцијалне гаранције и подсетник о постојању законске гаранције (који се истиче у форми хармонизованог обавештења).⁴² Хармонизована ознака мора се истаћи на уочљив начин. Преамбулом Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију наведено је неколико примера у којима би захтев уочљивости ознаке био испуњен: истицање ознаке на уочљив начин на полици на којој се роба обухваћена комерцијалном гаранцијом налази или стављање ознаке непосредно уз слику робе у случају продаје на интернету.⁴³ Када је у питању продаја на интернету, Директивом о оснаживању потрошача за зелену транзицију прописано је да се приликом закључења уговора коришћењем средстава комуникације на даљину, а који подразумевају обавезу потрошача да плати цену у новцу, потрошачу, непосредно пре него што изврши поруџбину, поред осталих појединости прописаних Директивом о правима потрошачу, мора на јасан и уочљив начин учинити доступним и обавештење о

40 Директива о правима потрошача, чл. 22а, ст. 2.

41 Преамбула Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, рецитал бр. 26.

42 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2, ст. 2 и 3; Директива о правима потрошача, чл. 5, ст. 1(еа) и чл. 6, ст. 1(ла).

43 Преамбула Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију, рецитал бр. 28.

комерцијалној гаранцији у виду хармонизоване ознаке.⁴⁴ Према томе, у електронској трговини постоји обавеза поновног информисања потрошача путем хармонизоване ознаке, која настаје непосредно пре него што потрошач притисне тастер којим потврђује своју поруџбину путем интернета.

Присуство пословних пракси трговаца које подразумевају коришћење нетранспарентних или неверодостојних ознака одрживости један је од основних разлога доношења Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију. Ова Директива уводи појам ознаке одрживости у Директиву о непоштеним пословним праксама, а описане манипулативне пословне праксе сврстава на црну листу непоштене пословне праксе. Ознака одрживости је сваки добровољни знак поузданости, знак квалитета или сличан знак, јавни или приватни, којим се настоји издвојити и промовисати производ, поступак или пословање с обзиром на његова еколошка или друштвена обележја, или и једна и друга обележја истовремено, при чему не обухвата било коју обавезну ознаку која постоји на основу права ЕУ или националног права.⁴⁵ Истицање ознаке одрживости која се не заснива на сертификационој шеми или коју нису утврдила јавна тела представља апсолутно забрањену пословну праксу.⁴⁶ Вредно је поменути да је Директивом која је предмет овог рада дефинисан и појам сертификационе шеме, као и критеријуми које та шема мора да задовољи како би могла да додељује ознаке одрживости.⁴⁷ Подизање значаја поступка сертификаковања и приватних сертификационих тела несумњиво представља још једну тенденцију развоја потрошачког права ЕУ.

5. Друге измене и допуне директиве о непоштеним пословним праксама

Правила о непоштеним пословним праксама већ готово две деценије чине значајан део потрошачког права ЕУ и Србије, при чему

44 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 1, ст. 1; Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 2(а).

45 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 2, ст. 1; Директива о правима потрошача, чл. 2, тач. 14е.

46 Вид. Анекс Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију и Анекс I Директиве о непоштеним пословним праксама.

47 Вид. Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 1, ст. 1; Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 2(р).

њихов значај у актуелном тренутку постаје све израженији. Подсећања ради, према Директиви о непоштеним пословним праксама, као и према српском ЗЗП-у, постоје три могућности квалификовања конкретних ситуација (пословних пракси) под неки од предвиђених облика института непоштене пословне праксе. Ово квалификовање се врши у три корака, са карактеристиком „кретања“ од посебног ка општем.⁴⁸ Први корак је утврђивање постојања конкретне пословне праксе на тзв. црној листи непоштене пословне праксе на којој је прописан 31 случај апсолутно забрањене пословне праксе (23 облика обмањујуће пословне праксе и 8 облика насртљиве пословне праксе).⁴⁹ Други корак се предузима уколико се конкретна пракса не налази на тзв. црној листи. Он подразумева проверу испуњености услова општег појма обмањујуће или насртљиве пословне праксе.⁵⁰ Коначно, трећи корак се предузима уколико пословна пракса није покривена ни другим кораком. Тада се врши провера испуњености услова општег појма пословне праксе садржаног у тзв. генералној клаузули.⁵¹

Поред измена и допуна Директиве о непоштеним пословним праксама које се односе на остваривање права потрошача на обавештавање и о којима смо говорили у претходним деловима рада, важно је истаћи још неколико новина које доноси Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију. Те новине односе се на комерцијалне комуникације и маркетиншке праксе трговаца у пословању са потрошачима које су обухваћене клаузулом обмањујуће пословне праксе (обмањујуће радње и обмањујућа пропуштања), док су неке од пословних пракси које негативно утичу на доношење одрживих економских одлука потрошача сада део Анекса I Директиве, односно тзв. црне листе непоштене пословне праксе.

Када је реч о комерцијалним комуникацијама трговаца према потрошачима, најважнија допуна Директиве о непоштеним пословним праксама односи се на начин и услове коришћења еколошких тврдњи које се односе на будући еколошки учинак трговца. Директивом о оснаживању потрошача за зелену транзицију прописани су следећи услови које трговац мора да испуни при коришћењу еколошких тврдњи

48 Mateja Durovic, *European Law on Unfair Commercial Practices and Contract Law*, Oxford, Portland 2016, 12–13.

49 Видети Анекс Директиве о непоштеним пословним праксама.

50 Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 6, 7 и 8.

51 Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 5, ст. 2; Hugh Collins, „Harmonization by example: European Laws against unfair commercial practices“, *Modern Law Review* 1/2010, 97–98.

у својим пословним праксама и комерцијалним комуникацијама: 1) потребно је да постоје јасне, објективне, јавно доступне и проверљиве обавезе трговца предвиђене у детаљном и реално изводљивом плану имплементације трговца, 2) план имплементације мора да садржи мерљиве и временски ограничене циљеве и друге релевантне елементе неопходне да подрже његову имплементацију, попут расподеле ресурса, 3) план имплементације мора да буде редовно провераван од стране независног трећег стручног лица и 4) налази стручног лица морају бити учињени доступним потрошачима.⁵² Уколико трговац истиче еколошке тврдње које не испуњавају сва четири услова и уколико, узимајући у обзир све околности случаја и обележја пословне праксе, такве еколошке тврдње наводе или могу да наведу просечног потрошача да донесе економску одлуку коју иначе не би донео, описана пракса се сматра обмањујућом. Још једна потенцијално обмањујућа пословна пракса коју треба додати одређеним праксама из чл. 6 ст. 2. Директиве о непоштеним пословним праксама јесте оглашавање погодности за потрошаче које су неважне и нису директно повезане са било којим својством тог одређеног производа или пословања и које би потрошаче могле обманути о томе да су корисније за потрошаче, животну средину или друштво од других производа или пословања трговаца исте врсте.⁵³

Конечно, тзв. црна листа непоштене пословне праксе допуњена је различитим пословним праксама које се односе на коришћење еколошких тврдих и генеричких еколошких тврдњи, тврдњи које се односе на смањену емисију штетних гасова, програмирану (планирану) застарелост производа, трајност производа, пружање услуге ажурирања софтвера итд.⁵⁴

6. Закључак

Након доношења Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију потрошачко право ЕУ заузима јасан курс на путу одрживости. Тај курс постаће још израженији након очекиваног усвајања Директиве о праву на поправку и Директиве о поткрепљивању и саопштавању

52 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 1, ст. 2; Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 6, ст. 2(д).

53 Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију, чл. 1, ст. 2; Директива о непоштеним пословним праксама, чл. 6, ст. 2(е).

54 Вид. Анекс Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију и Анекс I Директиве о непоштеним пословним праксама.

изричитих зелених тврдњи. Ови прописи ЕУ још увек неће непосредно утицати на српског законодавца и реформу српског потрошачког права. Међутим, иако ће правила анализирана у овом раду почети да се примењују у државама чланицама ЕУ тек у другој половини 2026. године, сматрамо да садржина прописаних правила и њихов допринос одрживости, који ни на који начин не иде на штету економских интереса потрошача, заслужују пажњу и домаћег законодавца. Наиме, подстицање друштвено одговорнијег и еколошки прихватљивијег пословања привредних субјеката, боље обавештавање потрошача о друштвеним и еколошким обележјима производа, сузбијање пословних пракси програмиране застарелости и лажних еколошких тврдњи, промовисање обавештавања потрошача о постојању и условима законских и комерцијалних гаранција представљају једнако важне циљеве и у српском праву и једнако присутне проблеме у свакодневном животу просечног српског потрошача. Према томе, независно од рокова имплементације и хармонизације српског права са правом ЕУ, чини се да се правила која доноси Директива о оснаживању потрошача за зелену транзицију треба што пре да постану део српског потрошачког права.

CONSUMER EMPOWERMENT FOR THE GREEN TRANSITION AND CONSUMER LAW REGULATION

Borko Mihajlović, PhD*

In recent years, consumer law has increasingly been characterized by the need to adapt its basic rules and goals to achieving sustainability. In EU law, the EU Directive no. 2024/825 on empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information has been recently adopted. Together with other legislative initiatives expected to be adopted by the end of 2024, this Directive forms the basis of future more sustainable consumer law. The main subject of this paper is the analysis of the provisions of the new Directive on consumer empowerment for the green transition. The basis of that analysis is the highlighting of several regulatory tendencies in EU consumer law, which are clearly visible in the provisions of this Directive, and which decisively influenced its goals and content.

Key words: *sustainable consumer law, consumer information, green transition, environmental claims, right to repair, misleading commercial practices, labels.*

* Associate Professor at the Faculty of Law, University of Kragujevac, borko.mihajlovic1989@gmail.com.

Литература

- Oren Bar-Gill, Omri Ben-Shahar, „Regulatory Techniques in Consumer Protection: A Critique of European Consumer Contract Law“, *Common Market Law Review* 2013 (посебно издање)
- Hugh Collins, „Harmonization by example: European Laws against unfair commercial practices“, *Modern Law Review* 1/2010
- Mateja Durovic, *European Law on Unfair Commercial Practices and Contract Law*, Oxford, Portland 2016
- Mehdi El Alami, Dustin Wisotzky, Florent Gallon, *Delivery decarbonization pathway: How can e-commerce delivery become carbon neutral?*, Oliver Wyman, Brussels 2023
- Genevieve Helleringer, Anne-Lise Sibony, „European Consumer Protection Through the Behavioral Lense“, *Columbia Journal of European Law* 23/2017, доступно на https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3176817 (15.04.2024)
- Geraint Howells, „The potential and limits of consumer empowerment by information“, *Journal of Law and Society* 3/2005
- Bert Keirsblick et al, *Sustainable Consumption and Consumer Protection Legislation*, European Parliament – Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, Directorate-General for Internal Policies, Brussels 2020
- Vanessa Mak, Evelyn Terryn, „Circular economy and consumer protection: The consumer as a citizen and the limits of empowerment through consumer law“, *Journal of Consumer Policy* 1/2020
- Jurgita Malinauskaite, Fatih Bugra Erdem, „Planned Obsolescence in the Context of a Holistic Legal Sphere and the Circular Economy“, *Oxford Journal of Legal Studies* 3/2021
- Миодраг Мићовић, „Програмирана застарелост: постојећи модел пословања и потреба правног уређења“, *Правни живот* 10/2017
- Борко Михајловић, *Промена потрошачког права у дигитално доба*, Универзитет у Крагујевцу – Правни факултет, Крагујевац 2023
- Borko Mihajlović, „The Role of Consumers in the Achievement of Corporate Sustainability through the Reduction of Unfair Commercial Practices“, *Sustainability* 12/2020
- Andreas Rühmkorf, *Corporate Social Responsibility, Private Law, and Global Supply Chains*, Edward Edgar Publishing Limited, Cheltenham 2015.

Christian Twigg-Flesner, Reiner Shulze, Jonathon Watson, „Protecting rational choice: information and right of withdrawal“, *Handbook of research on international consumer law* (eds. G. Howells, I. Ramsay, T. Wilhelmsson), 2nd ed., Edward Elgar Publishing, Cheltenham, Northampton 2018

