

I

(Usnesení, doporučení a stanoviska)

STANOVISKA

EVROPSKÝ HOSPODÁŘSKÝ A SOCIÁLNÍ VÝBOR

495. PLENÁRNÍ ZASEDÁNÍ EHSV VE DNECH 21. A 22. LEDNA 2014

Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru k tématu Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství – vzor udržitelnosti pro 21. století (stanovisko z vlastní iniciativy)

(2014/C 177/01)

Zpravodaj: **pan HERNÁNDEZ BATALLER**

Dne 14. února 2013 se Evropský hospodářský a sociální výbor, v souladu s čl. 29 odst. 2 jednacího řádu, rozhodl vypracovat stanovisko z vlastní iniciativy k tématu

Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství – vzor udržitelnosti pro 21. století.

Specializovaná sekce Jednotný trh, výroba a spotřeba, kterou Výbor pověřil přípravou podkladů na toto téma, přijala stanovisko dne 16. prosince 2013.

Na 495. plenárním zasedání, které se konalo ve dnech 21. a 22. ledna 2014 (jednání dne 21. ledna 2014), přijal Evropský hospodářský a sociální výbor následující stanovisko 121 hlasy pro, 2 hlasy byly proti a 3 členové se zdrželi hlasování.

1. Závěry a doporučení

1.1 Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství se rozšiřuje do stále více obcí a měst po celém světě, které využívají technologických sítí k tomu, aby dělali více s menším množstvím prostředků formou aktivit, jako jsou pronájem, zápůjčka, výměna, směna, darování či sdílení výrobků v měřítku, které si dříve nebylo možné představit.

1.2 Jeho ekonomický dopad ⁽¹⁾ provází koncepční proměna práce, která činí ze spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství potenciální významný zdroj pracovních příležitostí v nadcházejících letech.

1.3 Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství je inovativní v tom, že výrobní ekonomiku doplňuje o ekonomiku využití, poskytujíc ekonomický, sociální i environmentální přínos. Navíc představuje řešení ekonomické a finanční krize, neboť umožňuje výměnu v případech potřeby.

1.4 Komplexnost a prostupnost, jež jsou průvodním jevem vzniku spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství, vyžadují, aby příslušné instituce na základě přesných studií začaly regulovat a uspořádávat postupy, k nimž při tom dochází, tak aby bylo možné stanovit práva a povinnosti všech subjektů, které zde působí. Na jedné straně může pokrývat sociální potřeby v případech nekomerčního zaměření, na straně druhé přispět coby činnost orientovaná na vytváření zisku k tvorbě pracovních příležitostí, jež budou v souladu s předpisy v oblasti daní, bezpečnosti, odpovědnosti, ochrany spotřebitele a dalšími povinnými předpisy.

⁽¹⁾ <http://www.web-strategist.com/blog/2013/07/27/collaborative-economy-industry-stats>.

1.5 Komise by se spoluspotřebitelství či participativnímu spotřebitelství měla věnovat ve svém pracovním programu a zabývat se touto věcí v několika fázích:

- Nejprve tím, že shrne základní práva a zásady, které jsou již obsaženy v právu Evropské unie a chrání občany, tak jako učinila v případě kodexu EU upravujícího on-line práva.
- Poté tím, že vypracuje případové studie, které jsou pro činnost Evropské komise nezbytné, aby byly zjištěny překážky, jež by mohly bránit vyvíjení takových činností, a potíže, které by bylo třeba vyřešit, přičemž by bylo třeba zdůraznit evropskou hodnotu, jakou by mělo přijetí nějakého opatření v této oblasti na evropské úrovni. Na tento účel by Komise – a to jak GŘ SANCO, tak GŘ pro spravedlnost – měla vynaložit dostatečné množství finančních prostředků.
- Následně by též měla vytvořit databázi pro údaje, výměny zkušeností i osvědčené postupy týkající se spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství, která by byla přístupná všem spotřebitelům. Mohla by současně vytvářet osvětové a informační kampaně o spoluspotřebitelství či participativním spotřebitelství.
- S ohledem na získané zkušenosti by nakonec mohla přistoupit k harmonizaci právních předpisů pro přeshraniční problémy a předpisů, jež tomuto tématu dodávají evropskou přidanou hodnotu.

2. Úvod

2.1 Postupné vyčerpání současného systému a jeho neschopnost uspokojit individuální i kolektivní poptávku občanů napomáhá vzniku alternativ, které by se přizpůsobily potřebám a výzvám, jež představuje budoucí předivo digitálních sítí.

2.2 Toto stanovisko z vlastní iniciativy je v souladu s ustanoveními strategie Evropa 2020, která navrhuje spotřebu zboží a služeb, jež bude vyhovovat inteligentnímu, udržitelnému růstu podporujícímu začlenění a bude mít vliv na tvorbu pracovních příležitostí, produktivitu a hospodářskou, sociální i územní soudržnost. Kromě toho, též ostatní strategie EU se přímo či nepřímo dotýkají oblasti spoluspotřebitelství, například sdělení o akčním plánu pro udržitelnou spotřebu a výrobu a udržitelnou průmyslovou politiku ⁽²⁾, iniciativa týkající se sociálních inovací v Evropě či Digitální agenda pro Evropu.

2.3 Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství může znamenat jistou odolnost vůči současné hospodářské a finanční krizi a může nabídnout odpovědi na rostoucí nejistoty vyvolané hospodářskou krizí. Může znamenat příležitost pro návrat na cestu ekonomicky udržitelného rozvoje, jenž bude lidský v sociální oblasti a v otázkách životního prostředí bude v harmonii s naší planetou.

2.4 Na druhé straně excesy způsobené hyperspotřebou přispěly k vyhloubení propasti mezi výrobními a spotřebními regiony, kde se kvůli tomu vedle sebe v protikladu vyskytují sociální vyloučení a obezita, případně plýtvání a chudoba. Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství může představovat doplňkový tržní nástroj pro oživení a obnovu vnitřního trhu tím, že jej ozdraví a učiní jej vyváženějším a udržitelnějším, má-li k dispozici pevné struktury.

2.5 Na rozdíl od jasně neudržitelné nadvýroby a nadměrné spotřeby prosazuje spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství hodnoty spolupráce a solidární chování. Časopis Forbes nedávno odhadl, že tok příjmů vytvořených spoluspotřebitelstvím letos přesáhne 3,5 miliardy dolarů, což představuje nárůst o více než 25 %.

2.6 Je tomu tak proto, že nabídku a spotřebu totiž pojímá nejen jako pouhé vlastnění zboží, ale též sdílený přístup k jeho užívání za účelem uspokojení skutečných potřeb a osobního naplnění, což je na hony vzdáleno symbolické spotřebě a plnění uměle navozených a vytvořených přání.

2.7 Zatímco výrobky v tradiční spotřební společnosti jsou zamýšleny pro osobní vlastnictví, rychlou spotřebu a předčasné vyřazení, vytváření trvanlivých výrobků připravených k intenzivnímu používání, tak aby je mohly používat různé osoby či aby je bylo možné používat po celý život jednoho spotřebitele či uživatele, představuje rozlišovací znaky spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství, což přispívá k ekologičtějšímu chování po dobu životnosti používaného zboží. Nové technologie (*peer to peer* a sociální sítě) podtrhují význam virtuální a reálné komunity.

⁽²⁾ COM(2008) 397 final.

2.8 S hospodářskou krizí se šíří trend nabádající k tomu, abychom vlastnili méně, výdaje si rozmysleli a usilovali o prospěch v podobě uspokojené potřeby, to vše pod heslem, že k užívání blahobytu hromadění neslouží.

2.9 Klíčovou otázkou je propojení osob, jež potřebují přístup k nějakému zdroji, s těmi, jež takovými zdroji, které jsou velmi málo využívané a mohou být půjčeny, darovány, směněny či pronajaty apod., disponují. Tento vztah je založen na chuti uživatelů náležet k nějakému společenství, sdílet a zapojovat se, přičemž důvěra zde představuje vazbu, která umožňuje navázat kontakt, rozvíjet alternativní spotřebitelství a dlouhodobě udržovat vytvořené vztahy, to vše nezbytně v souladu zejména s finanční transparentností a odpovědností platform, jež podněcují ke spoluspotřebitelství.

2.10 V této souvislosti síla spolupráce a sdílení za pomoci technologií mění způsob pojmání vlastnictví i obchodních vztahů⁽³⁾. Výrobek se už pouze neprodává, ale pronajímá, přerozděluje či sdílí, stejně jako tomu je u služeb.

2.11 Spotřebitelé chtějí vlastnit méně, avšak chtějí se těšit většímu prospěchu. Racionálně vnímaný prospěch souvisí především s redukováním a praktickými otázkami, avšak po emocionální stránce to dává pocit naplnění a pocit přináležitosti⁽⁴⁾. Nabídkou pohodlných alternativ, které jsou často i levnější, se pomocí spoluspotřebitelských iniciativ optimalizují zdroje, jež jsou již k dispozici, a zamezuje se tím výrobě nových, nepotřebných výrobků. Celkově vzato je tedy sdílení rentabilní i udržitelné.

2.12 Stačí se zamyslet nad digitalizací věcných obsahů (fotografie, hudba, video, knihy atp.), abychom potvrdili, že mnoha lidem umožnila uvědomit si, že často nechtějí ani tak kompaktní disk jako takový, ale spíše hudbu, která je na něm zaznamenaná. Jsou spokojeni, pokud k ní lze mít přístup ve chvíli, kdy je třeba, a to tím spíše, že mu zabere méně vlastního času či osobního prostoru.

2.13 Nabídka spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství rovněž přináší řešení pro všechny zranitelnější skupiny, a zejména rodiny v obtížné finanční situaci či takové rodiny, které by mohly být vzhledem k současným sociálním okolnostem vyloučeny z obvyklých způsobů přístupu k úvěru na nákup zboží, jež potřebují. Avšak rovněž představuje možnost pro ty, kdo sice mohou mít normální přístup k trhu zboží a služeb, ale dobrovolně se ho vzdávají na základě závazku vůči vlastním osobním hodnotám.

2.14 Udržitelná spotřeba je uznána na úrovni OSN od roku 1999 za základní právo spotřebitele, nicméně v Evropské unii, kde texty právních předpisů na ochranu spotřebitele pocházejí z dřívějších dob, toto právo neplatí, ačkoli by mělo být uznáno, jak výslovně žádal EHSV⁽⁵⁾, změnou Smluv, která by zahrnovala „zásadu rozvoje udržitelných politik spotřeby“.

Na druhé straně též EHSV přijal stanoviska k zelené ekonomice⁽⁶⁾ a stanovisko k plánovanému zastarávání výrobků⁽⁷⁾. Evropský parlament nedávno ve svém usnesení k programu věnovanému spotřebitelům výslovně požádal Komisi, aby se tímto tématem zabývala.

3. Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství: přiblížení koncepce

3.1 Obvykle se spoluspotřebitelstvím či participativním spotřebitelstvím míní tradiční způsob sdílení, směny, zápůjčky, pronájmu či darování, které je nově definováno prostřednictvím moderní technologie a společenství.

Od této definice se odvozuje, že spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství není nová myšlenka, ale spíše obnova praxe, v jejíž prospěch hrají stávající technologie, takže služba může být mnohem účinnější a přístupnější. Zároveň musí spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství vždy vycházet z vlastní iniciativy a být založeno na dobrovolné účasti.

⁽³⁾ Botsman, Rachel. „Lo que es mío es tuyo: el nacimiento del consumo colaborativo“ (*Co je moje, je i tvoje – vznik spoluspotřebitelství*).

⁽⁴⁾ Studie, kterou vypracovalo Carbonview Research pro Campbell Mithun, 2012.

⁽⁵⁾ Úř. věst. C 185, 8.8.2006, s. 71.

⁽⁶⁾ Úř. věst. C 271, 19.9.2013, s. 18.

⁽⁷⁾ CESE 1904/2013 – Životnost průmyslových výrobků a informace pro spotřebitele k obnovení důvěry (dosud nezveřejněno v Úředním věstníku).

3.2 Spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství představuje třetí vlnu internetu, kdy se lidi na internetu setkávají proto, aby něco sdíleli mimo něj. Taktéž se správně popisuje jako uvádění všeho, co existuje, do oběhu.

3.3 Ke vzniku spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství bezpochyby přispěly tři faktory: hospodářská krize a krize hodnot, rozšíření sociálních sítí a chování na internetu s prvky spolupráce či účasti. Nicméně pro jeho rozvoj v kontextu rozvinutých ekonomik jsou klíčové následující činitele: důvěra ve společné blaho, nevytížená kapacita a technologie ⁽⁸⁾.

3.4 Vzájemná důvěra mezi lidmi, kteří se neznají, je pravděpodobně kritickým bodem pro úspěch spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství. Pokud jde o technologii, ta lidem umožňuje přístup ke službám *on-line*, které současně napomáhají vytvářet vazby *off-line* vyznačující se silnější vzájemnou důvěrou.

3.5 Sdílení zdrojů vyžaduje důvěru a dobrou pověst, zejména když se jedná o získání nových uživatelů. Spoluspotřebitelské iniciativy či iniciativy participativního spotřebitelství musí zajistit, aby jejich společenství byla zabezpečena.

3.6 Jen tak lze předpokládat, že se sdílení *on-line* stane dobrým ukazatelem budoucího sdílení *off-line*. Ve světě *off-line* lze nejjednodušeji vybudovat důvěru ke sdílení tím, že se omezí velikost společenství či využije nějaký druh již existujícího společenství, kde již vládne jistá úroveň důvěry a podobných zájmů. Některé spoluspotřebitelské projekty či projekty participativního spotřebitelství umožňují vytváření uzavřených skupin, v nichž lze vykrývat potřeby uživatelů a posilovat důvěru, protože jejich správa je snazší.

3.7 Když se mezi uživateli služby vytvoří pocit sounáležitosti, posílí se tím současně důvěra ve službu samu i mezi jejími uživateli. Uživatelé budou dbát na svou činnost a interakce, aby si mohli budovat a chránit svou dobrou pověst, neboť právě ta jim umožní vzájemně reagovat se společenstvím a využívat systém, jako tomu je na všech trzích.

3.8 Pokud jde o rizika, úplně je odstranit nelze. V každém případě platformy, které zprostředkovávají výměny, se musí ujistit, že členové tato rizika znají a že mají dostatečné informace k tomu, aby s nimi mohli účinně nakládat.

3.9 Na druhou stranu technologie představuje neodmyslitelný faktor pro optimální zjištění umístění zdrojů, propojování skupin lidí se společnými zájmy i pro vytváření společenství. Mobilní technologie pracující v reálném čase zvyšují rychlost a pohodlí jak pro doplnění informace o umístění, tak pro zprostředkování snadného systému pro úhradu, když je to potřeba.

3.10 Nicméně pokud jde o koncepci fungování služby, úsilí je třeba zaměřit na to, aby byla přístupná a uživatelsky přívětivá, aby podporovala blízkost i důvěru mezi uživateli a vůči poskytovateli služby, aby poskytla dostatečná a důvěryhodná bezpečnostní opatření a zaznamenávala zkušenosti s jednotlivými uživateli za účelem sběru údajů o jejich dobré pověsti prostřednictvím patřičných centralizovaných databází.

3.11 Tento poslední bod týkající se dobré pověsti má zvláštní význam jako katalyzátor hospodářských a sociálních změn. Dospělo se totiž k domněnce, že „kapitál dobré pověsti“ ⁽⁹⁾ bude moci působit jako druhá měna, jejíž hodnota spočívá v nabídce důvěry. Bylo by možné to konkretizovat tak, že zmíněný kapitál dobré pověsti se začíná prosazovat jako klíčová součást ekonomiky 21. století, neboť síla, jakou mělo kdysi osobní doporučení, se v internetové společnosti dokáže šířit jako virus.

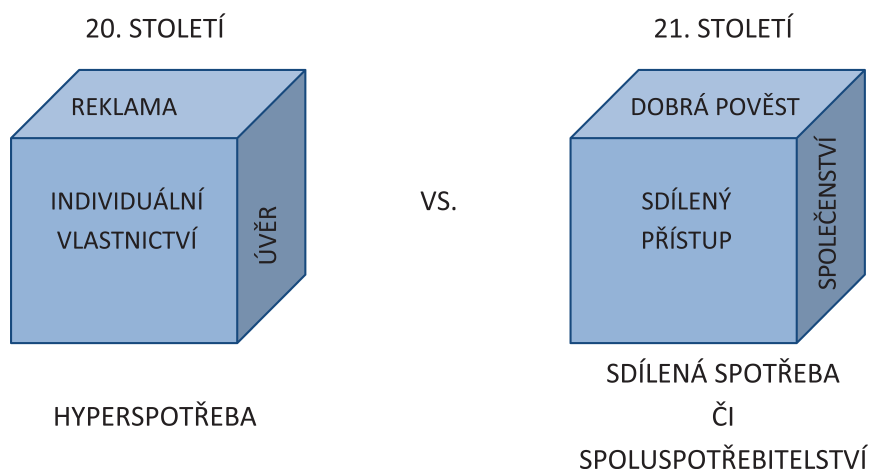
3.12 Občané již vyjadřují své potřeby a zájmy tím, že se chovají a spotřebovávají příznacněji a transparentněji a že mezi kritéria, jimiž se řídí při nákupu, řadí i atributy výrazného sociálního charakteru a jejich zapojením dodávají svým rozhodnutím emocionální obsah.

3.13 Konečně angažovaný spotřebitel propůjčuje svůj vliv a svou podporu značce a aktivně se tím podílí na úspěchu sdílené iniciativy, což celý postup konsoliduje a vyživuje.

⁽⁸⁾ Albert Cañigüeral www.consumocolaborativo.com.

⁽⁹⁾ Rachel Botsmanová mluví o „kapitálu dobré pověsti“ jako o hodnotě dobré pověsti ve společenstvích a na trzích, a to z hlediska úmyslů, schopností a hodnot.

3.14 Stručně řečeno jde o přepsání rovnice „úvěr + reklama + individuální vlastnictví = hyperspotřeba“, která odráží duch 20. století, na jinou, jež se snaží vystihnout toto století: „dobrá pověst + společenství + sdílený přístup = sdílená spotřeba či spoluspotřebitelství“.



3.15 Spoluspotřebitelství sdílí mnoho cílů s politikami Unie, zejména politikou vnitřního trhu, jimiž například jsou: zvýšení účinnosti zdrojů, pokrok v otázce sociálních inovací a vytváření pracovních míst a hospodářské prosperity. Mnoho nových spoluspotřebitelských podniků působí na území Unie, takže tento světadíl se může stát „inkubátorem“ nových obchodních modelů, jež vedou k udržitelnějšímu hospodářskému rozvoji.

3.16 Protože spoluspotřebitelství představuje výraznou hospodářskou, sociální i kulturní změnu, Komise musí odstranit překážky, které by mohly existovat na evropské úrovni, aby umožnila rozvoj těchto činností a vytvořila regulační rámec, jenž bude zdrojem dlouhodobé jistoty v tomto odvětví.

4. Nejosvědčenější postupy spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství

4.1 Již existuje velká paleta návrhů a zkušeností z celého světa týkajících se spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství, která zřetelně ukazuje jasnou životaschopnost myšlenky, že jiná forma spotřeby je nejen možná, ale že jí lze – do značné míry – přispět ke zlepšení světa, ve kterém žijeme, a co je ještě důležitější, zachovat jej budoucím pokolením.

4.2 Hospodářská krize zavdala podnět ke vzniku platforem například pro nákup a prodej použitých svatebních oděvů a doplňků, pro ubytování v soukromých domech, pronájem vozidel či luxusních šatů, a to včetně oděvů od návrhářů a luxusních doplňků, a rovněž společenství, kde uživatelé publikují určité úkoly, jako je smontování nábytku či vyzvednutí balíčku, a cenu, kterou nabídnou osobě, jež je provede.

4.3 Typickou ukázkou hodnoty spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství je vysoký počet nástrojů či různého nářadí, které se nikdy nepoužívá často, a to navzdory vysoké pořizovací ceně, nebo – a to je totéž – velmi malé využití zboží či nedostatečná optimalizace rentability při jeho využívání nebo neúplné využití nabízených možností. Stačí se zamyslet nad typickými příklady: Proč kupovat vrtačku, když ji za celý život budete používat jen dvacet minut, nebo proč kupovat automobil, když stráví mnohem více času na parkovišti než v pohybu?

4.4 Pětapadesát procent Evropanů si přeje udržitelnou spotřebu, a jsou dokonce ochotni si za ni připlatit. Pokud jde o alternativní způsoby spotřeby, v příštích pěti letech mají spotřebitelé tyto úmysly⁽¹⁰⁾:

- směna (19 %),
- pronájem (22 %, pokud jde o nástroje),
- skupinové nákupy (19 %),

⁽¹⁰⁾ Studie *Los Consumidores Europeos en modo alternativo* (Evropští alternativní spotřebitelé). Observatorio Cetelem, 2013.

- udělej si sám (12 %, pokud jde o šití),
- nákup v místě (0 km) (75 % lidí chce zamezit nadměrné distribuci),
- nákup použitých výrobků (19 %).

4.5 Ačkoli spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství představuje široké a otevřené spektrum iniciativ, všechny mají společné to, co už bylo výše zmíněno: usnadňují propojení těch, kteří disponují velmi málo využívanými zdroji, s těmi, kteří tyto zdroje potřebují. Tento rys nejlépe dokládá skutečnost, že máme tendenci spíše hovořit o výrobě ekologičtějších produktů, avšak ještě ekologičtější je lépe využít vše, co už je k dispozici.

4.6 Spoluspotřebitelství má přímý vliv (menší spotřeba zdrojů a nižší emise CO₂, vyšší poptávka po kvalitním zboží, pokud se výrobky budou půjčovat či pronajímat, opravovat; podporuje ekodesign pro využití různými uživateli, trvanlivost a opakovanou personalizaci kompatibilních výrobků; zlepšení sociální interakce, rozvoje společenství a důvěry mezi občany; podporuje přístup spotřebitelů s nižšími příjmy k vysoce kvalitním výrobkům atd.) a má rovněž další možné nepřímé účinky.

4.7 Z hlediska práva Evropské unie by spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství odpovídalo poskytování služby, ve smyslu článku 57 SFEU, avšak vyvstává mnoho otázek. Nicméně v rámci spoluspotřebitelství by se mělo rozlišovat mezi neziskovými aktivitami a těmi, jež usilují o zisk. Pouze na posledně uvedené aktivity se musí soustředit pozornost unijního tvůrce právních předpisů.

4.8 Ve snaze uspořádat narůstající heterogenní rozmanitost iniciativ spadajících pod koncepci spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství se v ekonomice zaměřené na sdílení uvažuje o čtyřech rovinách: od spotřebitele ke spotřebiteli (C2C), od spotřebitele ke spotřebiteli, avšak prostřednictvím obchodu (C2B), od obchodu ke spotřebiteli (B2C) a od obchodu k obchodu (B2B).

4.9 Na druhé straně se navrhuje kategorizace na tři systémy⁽¹¹⁾: systémy založené na výrobku, redistribuční trhy a spoluspotřebitelské životní styly.

4.10 Jak se lze přesvědčit, spoluspotřebitelství či participativní spotřebitelství se může týkat jakékoli stránky každodenního života, jako jsou například⁽¹²⁾:

- mobilita (sdílení vozidel neboli *car sharing* – pronájem a sdílené užívání vozidel, taxíků, jízdních kol či parkovacích míst; spolujízda čili *car pooling* – obsazování volných míst v autech spolucestujícími, kteří jedou stejným směrem),
- energetická účinnost (sdílené užívání domácích spotřebičů),
- bydlení a pěstební plochy (pronájem pokojů, sdílené využívání obydlí a městských či venkovských zahrad),
- obchody (*coworking* čili sdílení kancelářských prostor),
- komunikace (platformy pro mobilní telefon, kde mohou uživatelé koupit či prodat zboží a služby osobám, jež žijí ve stejném společenství),
- práce (mikroúkoly, najímání osob na konkrétní úkoly v domácnosti, tzv. „hodinových manželů“, kde se úkoly, sahající od pověšení obrazů po smontování nábytku z dílů, zadávají tomu, kdo přijde s nejlepší nabídkou),
- kultura (*bookcrossing* a směna knih, podpora kulturních výměn mládeže z různých zemí),
- vzdělávání (digitální společenství pro učení se jazykům),

⁽¹¹⁾ Rachel Botsman.

⁽¹²⁾ Několik adres projektů spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství:
<http://www.collaborativeconsumption.com/directory/>
<http://www.consumocolaborativo.com/directorio-de-proyectos/>
<http://consocollaborative.com/1704-100-sites-de-consommation-collaborative.html>
<http://collaboriamo.org/>
<http://www.kokonsum.org/plattformen>
<http://www.gsara.tv/~ouiishare/>.

- čas a dovednosti (časové banky),
- zábava (sdílení digitalizovaných obsahů),
- finance (půjčky mezi soukromými osobami, přímé půjčky osob malým a středním podnikům, *crowdfunding* neboli kolektivní financování, *crowdfunding for crowdbenefits*),
- cestovní ruch (gastronomické zážitky v soukromých domácnostech a propojení *peer to peer* pro výměnu potravin),
- umění a též trhy pro výměnu a darování dětského oblečení a zboží nebo oprava a recyklování předmětů. Bylo by možné doplnit mnoho iniciativ, avšak jejich podrobný rozbor není cílem tohoto stanoviska,
- podněcování k využívání obnovitelných zdrojů energie, aby bylo možné prostřednictvím inteligentních sítí sdílet přebytek energie.

4.11 Obecně by stačilo určit, jaké zboží, poznatky či služby jsou nedostatečně používány a lze je sdílet v duchu rozvoje spolupotřebitelství či participativního spotřebitelství, tedy například v takovém rámci, v němž se setkávají dlouhodobě špatná finanční situace, rostoucí poptávka po etickém a udržitelném růstu a každodenní život, kdy jsou občané stále častěji připojeni k internetu. V současnosti jsou všechny tyto podmínky splněny.

5. Návrh iniciativ a strategie činnosti

5.1 Proto vyzýváme Evropskou komisi, aby přijala náležitá opatření na ochranu spotřebitele, aby se na základě náležitých studií mohly rozvíjet zde navržené iniciativy.

5.2 Níže schematicky uvádíme směry činnosti, o nichž se domníváme, že musí tvořit součást strategie pro řádný rozvoj spolupotřebitelství či participativního spotřebitelství jakožto opatření určená k podpoře a doplnění politiky na ochranu spotřebitelů, již provádějí členské státy, a k dohledu nad ní:

- a) definice právního a daňového prostředí aktivit zahrnutých do spolupotřebitelství či participativního spotřebitelství uspořádáním, popřípadě regulací takových oblastí, jako jsou právní odpovědnost, pojištění, uživatelská práva, práva chránící proti plánovanému zastarání⁽¹³⁾, daně z vlastnictví, jakostní standardy, stanovení práv a povinností, popřípadě vyloučení možných skrytých omezení a překážek pro obchod uvnitř Společenství a možné narušení právních předpisů;
- b) kampaně zaměřené na osvětu, informování občanů a zvýšení jejich povědomí o iniciativách spolupotřebitelství či participativního spotřebitelství a o výhodách, jaké přinášejí jednotlivcům i skupinám; seznámení s povinnými stránkami stávajícího právního rámce pro sdílené výrobky (recyklace, opětovné využití, aktualizace/modernizace a trvanlivost);
- c) informování a poradenství zaměřené na spotřebitele a uživatele, pokud jde o odpovědné zapojení do iniciativ, podporou pilotních projektů a iniciativ v oblasti spolupotřebitelství;
- d) propagace spolupotřebitelství či participativního spotřebitelství vycházející ze zkušeností *ShareableCities*, dopravní prostředky, které lze sdílet, či jiné oblasti, jako například ty, jež souvisejí s potravinami, bydlením, či dokonce pracemi, které lze sdílet;
- e) budování stabilních struktur prostřednictvím vytváření prostoru pro rozvoj spolupotřebitelství či participativního spotřebitelství, zejména s ohledem na technologie a sítě;
- f) posílení a rozšíření spolupotřebitelství či participativního spotřebitelství skrze aktivaci a dynamizaci vytvářených sítí;

⁽¹³⁾ plánovaný konec životnosti výrobku nebo služby tak, aby se při jejich konstrukci zkrátila délka skutečné schopnosti fungovat či být užitečný.

- g) zapojení evropských institucí do iniciativ spoluspotřebitelství či sdíleného spotřebitelství jako uživatele i jako poskytovatele vlastních zdrojů;
- h) občanská společnost může hrát aktivní úlohu v přístupu ke zboží ve veřejném vlastnictví, aby bylo maximalizováno jeho společenské využití, a to vytvořením kolektivních infrastruktur, které lze sdílet;
- i) Dále se navrhuje, aby byla konkrétně dokončena strategie činnosti v následujících oblastech:
- **vzdělávání:** v oblasti školství musí být činnost proaktivní, to znamená, aby práce s dětmi již od útlého věku vedla k získání a konsolidaci postojů, zvyků a hodnot, jež budou prospěšné pro zakládání iniciativ spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství;
 - **sdružení spotřebitelů:** organizace spotřebitelů a uživatelů propojené do sítě mohou zaujmout ve strategii dvojí úlohu: jednak mohou působit proaktivně při zakládání iniciativ, jednak reaktivně, a to tím, že se do nich zapojí;
 - **družstevnictví:** družstva se mohou stát hlavním spojencem spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství, neboť kombinují a sdílejí jejich zásady a hodnoty. Z tohoto důvodu může družstevnictví proaktivně i reaktivně takové iniciativy posílit tím, že do svých struktur přijme spoluspotřebitelské sítě či sítě participativního spotřebitelství, které jsou s cíli družstev v symbióze⁽¹⁴⁾. Spotřební družstva i tak zvaná družstva nultého kilometru⁽¹⁵⁾ představují již existující příklady;
 - **občané:** dospělí lidé, občané obecně, mohou vyhledáním iniciativ spoluspotřebitelství či participativního spotřebitelství, jež jim jsou určeny, a zapojením se do nich vyvíjet reaktivní činnost, která navíc prostřednictvím integrace slouží osobnímu rozvoji a napomáhá sociální soudržnosti sdílením společných statků.

V Bruselu dne 21. ledna 2014

předseda
Evropského hospodářského a sociálního výboru
Henri MALOSSE

⁽¹⁴⁾ Salcedo Aznal, Alejandro: „Cooperativismo 3.0“ – 100 años de cooperativismo de consumidores y usuarios: historia y futuro („Družstevnictví 3.0“. 100 let družstev spotřebitelů a uživatelů – minulost a budoucnost), str. 65 až 68. UNCCUE, 2013.

⁽¹⁵⁾ Družstva zaměřená na výroby a aktivity související s místní ekonomikou, které minimalizují dopady způsobené distribucí a přepravou na velké vzdálenosti.