



Bruxelas, 13.11.2020
COM(2020) 696 final

**COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO EUROPEU E AO
CONSELHO**

Nova Agenda do Consumidor

Reforçar a resiliência dos consumidores para uma recuperação sustentável

NOVA AGENDA DO CONSUMIDOR

REFORÇAR A RESILIÊNCIA DOS CONSUMIDORES PARA UMA RECUPERAÇÃO SUSTENTÁVEL

1. INTRODUÇÃO

Os consumidores europeus esperam, com razão, beneficiar plenamente do mercado único e estar habilitados a fazer escolhas informadas e a desempenhar um papel ativo na transição ecológica e digital, quando e onde quer que se encontrem na UE. Os consumidores esperam ter livre acesso a bens e serviços em toda a UE e garantias de que os seus direitos enquanto consumidores são protegidos, apesar dos desafios tradicionais e emergentes.

A **Nova Agenda do Consumidor** (a seguir designada por «Agenda») apresenta uma visão para a política dos consumidores da UE de 2020 a 2025, com base na Agenda do Consumidor de 2012 (que expira em 2020) e no Novo Acordo para os Consumidores de 2018¹. Visa igualmente dar resposta às necessidades imediatas dos consumidores face à atual pandemia de COVID-19 e aumentar a sua resiliência. A pandemia criou desafios significativos que afetam a vida quotidiana dos consumidores, em especial no que diz respeito à disponibilidade e à acessibilidade de produtos e serviços, bem como de viagens no interior da UE ou com origem ou destino no exterior da UE.

A Agenda abrange **cinco domínios prioritários**:

- (1) **Transição ecológica;**
- (2) **Transformação digital,**
- (3) **Reparação e aplicação dos direitos dos consumidores;**
- (4) **Necessidades específicas de determinados grupos de consumidores; e**
- (5) **Cooperação internacional.**

Ao assegurar que estas prioridades são devidamente tidas em conta, a Agenda servirá de **guia** para a execução do Programa a favor do Mercado Único no âmbito do **novo quadro financeiro plurianual (QFP)**. Ao promover medidas para um mercado único mais ecológico, mais digital e mais equitativo, o seu objetivo é reforçar a confiança dos consumidores, cujas despesas geram 54 % do PIB da UE², estimulando assim a recuperação económica do lado da procura. Neste contexto, é necessário assegurar uma proteção eficaz dos interesses dos consumidores, apoiando simultaneamente as empresas, em especial as pequenas e médias empresas³.

¹ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_pt.

² Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Household_consumption_by_purpose.

³ Uma Estratégia para as PME com vista a uma Europa Sustentável e Digital, COM(2020) 103 final.

A Agenda adota uma **abordagem holística que abrange várias políticas da União** com particular importância para os consumidores. Reflete a necessidade de ter em conta os requisitos de proteção dos consumidores na formulação e execução de outras políticas e atividades⁴. A Agenda complementa outras iniciativas da UE, como o Pacto Ecológico Europeu⁵, o Plano de Ação para a Economia Circular⁶ e a Comunicação «Construir o futuro digital da Europa»⁷. Apoiar igualmente iniciativas internacionais relevantes, como a Agenda 2030 das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável e a Convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência.

Uma resposta eficaz a todas estas prioridades exige uma estreita cooperação entre a **UE e os seus Estados-Membros**, bem como a adequada transposição, execução e aplicação do robusto quadro de defesa do consumidor desenvolvido ao longo de muitos anos. Por este motivo, a Agenda propõe **prioridades e pontos de ação estratégicos** a abordar em conjunto, a nível europeu e nacional⁸.

A Agenda resulta de um intenso trabalho de preparação e debate com as partes interessadas. Uma **consulta pública aberta** revelou um apoio geral às suas principais prioridades, incluindo a necessidade de responder à pandemia de COVID-19⁹. A abordagem abrangente foi saudada como um dos fatores essenciais de uma recuperação ecológica e sustentável e de uma sociedade justa e orientada para a economia digital. A aplicação efetiva e a reparação, bem como o apoio aos consumidores com necessidades específicas, são considerados questões transversais importantes.

2. OS CONSUMIDORES E A PANDEMIA DE COVID-19

Exemplo: as burlas em linha aumentaram significativamente durante a crise. Os burlões têm-se aproveitado dos receios dos consumidores para vender produtos desnecessários, ineficazes e potencialmente perigosos com base em alegações falsas quanto aos seus benefícios para a saúde, por exemplo, através da comercialização de produtos com características de proteção injustificadas ou da venda de máscaras que não cumprem os devidos requisitos. A Comissão e as autoridades de defesa do consumidor intercederam junto das plataformas para garantir a remoção de centenas de milhões de ofertas e anúncios publicitários ilegais. Os direitos dos consumidores e a segurança devem continuar a ser protegidos, especialmente durante um período de incerteza e angústia sem precedentes.

A pandemia de COVID-19 é, antes de mais, uma **crise sanitária**. A UE e os seus Estados-Membros tomaram medidas determinadas para combater a pandemia de forma coordenada. É importante que todos tenham **acesso igual**, atempado e a **preços acessíveis, a testes, equipamento de proteção, tratamentos e futuras vacinas contra a COVID-19**¹⁰ e a

⁴ Artigo 12.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia.

⁵ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_pt.

⁶ COM(2020) 98 final.

⁷ https://ec.europa.eu/info/publications/communication-shaping-europes-digital-future_pt.

⁸ A Agenda enumera as ações de forma seletiva e não exaustiva, de molde a destacar os principais fluxos de trabalho e evitar a sobreposição com outras estratégias e planos de ação já acordados.

⁹ Ver <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12464-A-New-Consumer-Agenda>.

¹⁰ Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho e ao Banco Europeu de Investimento «Estratégia da UE para as vacinas contra a COVID-19», COM(2020) 245 final.

todos os cuidados de saúde preventivos e curativos necessários¹¹. A Comissão tomou muito recentemente medidas concretas de resposta¹² para ajudar a limitar a propagação do coronavírus, proteger a vida das pessoas e reforçar a resiliência em todos os Estados-Membros. Os produtos e serviços que se revelem essenciais durante a crise têm de oferecer ao consumidor todas as salvaguardas em matéria de direitos fundamentais, ética médica, privacidade e proteção de dados, em conformidade com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados.

No entanto, as **profundas perturbações sociais e económicas** que se seguiram representam um grande desafio para a sociedade. A UE respondeu com um esforço sem precedentes para reforçar a recuperação e estimular a resiliência, mas a economia permanece frágil.

A pandemia está a mudar visivelmente os **padrões de consumo e de mobilidade** das pessoas. As medidas de confinamento destacaram o papel crucial das tecnologias digitais na vida das pessoas, permitindo a aquisição de bens essenciais que, de outro modo, não estariam disponíveis, e o acesso a serviços, apesar das restrições. As tendências observadas incluem mais compras a nível local, a reserva de viagens com menos antecedência e também a utilização mais frequente de serviços em linha. Algumas alterações podem ser temporárias, relacionadas com a situação sanitária (por exemplo, a menor utilização dos transportes públicos), enquanto outras, nomeadamente as relacionadas com a transformação digital (por exemplo, o aumento das compras de alimentos em linha ou da utilização de serviços de transmissão de vídeo em contínuo em casa, incluindo para eventos culturais e desportivos), poderão tornar-se mais estruturais¹³.

Por outro lado, a crise afetou muitas áreas da vida dos consumidores e sublinhou a **importância crucial de um elevado nível de proteção dos consumidores** e de uma cooperação estreita entre as autoridades da UE. Ao mesmo tempo, também pôs em evidência **certas lacunas** no quadro da UE em matéria de proteção dos consumidores.

Os consumidores da UE esperam, com razão, que as **empresas de transportes e os operadores turísticos** respeitem o seu direito ao reembolso integral dos pagamentos antecipados. No entanto, os consumidores enfrentam grandes problemas para exercer este direito devido às dificuldades de liquidez do setor e à paragem quase total do transporte de passageiros durante a pandemia. Em resposta, a Comissão e os Estados-Membros tomaram medidas para garantir a proteção dos direitos dos consumidores, promovendo também soluções práticas, em plena conformidade com as regras aplicáveis¹⁴. A experiência adquirida com a pandemia e eventos anteriores, como a falência da *Thomas Cook* em 2019, exige uma análise aprofundada do atual quadro regulamentar aplicável às viagens organizadas, incluindo no que se refere à proteção em caso de insolvência, para apurar se continua a assegurar de

¹¹ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/public-health_pt.

¹² Comunicação da Comissão sobre novas medidas em resposta ao surto de COVID-19, de 28.10.2020, COM(2020) 687 final, e Recomendação da Comissão sobre as estratégias de despistagem da COVID-19, incluindo a utilização de testes rápidos de antigénio, de 28.10.2020, C(2020) 7502 final.

¹³ Um inquérito realizado pela IPSOS para a Comissão revelou que, para além de um aumento significativo das compras em linha no primeiro semestre de 2020, muitos consumidores preveem ir a menos eventos desportivos ou culturais no próximo ano (40-60 %) e fazer menos viagens nos transportes públicos (24-43 %).

¹⁴ Recomendação (UE) 2020/648 da Comissão, de 13 de maio de 2020, relativa aos vales propostos aos passageiros e viajantes em alternativa ao reembolso de serviços de transporte e de viagens organizadas cancelados no contexto da pandemia de COVID-19 (JO L 151 de 14.5.2020).

forma constante uma proteção sólida e abrangente dos consumidores, tendo igualmente em conta a evolução no domínio dos direitos dos passageiros¹⁵.

Outro aspeto que suscita preocupação durante a pandemia é o aumento das **burlas aos consumidores, das técnicas de comercialização enganosas e das fraudes nas compras em linha**, de que um número crescente de consumidores foi e continua a ser vítima¹⁶. A luta contra estas práticas comerciais desonestas exige uma cooperação estreita entre a Comissão e as autoridades nacionais. Tendo em conta o seu papel central na facilitação do comércio em linha, a Comissão intensificou igualmente os seus contactos com as principais plataformas em linha, que adotaram medidas eficazes para prevenir e reagir aos conteúdos ilegais relevantes¹⁷. Para melhorar a resiliência às práticas prejudiciais generalizadas que ameaçam o interesse público, as autoridades competentes devem manter a cooperação com as principais partes interessadas, como as plataformas, as associações empresariais, os anunciantes e as organizações de consumidores. Ao mesmo tempo, é necessário manter uma vigilância apertada sobre as burlas em linha e intensificar a cooperação com outras redes relevantes, incluindo as autoridades policiais, os registos de domínio e a Rede Internacional de Controlo e de Proteção dos Consumidores (RICPC).

A alteração dos padrões de consumo coloca novos desafios. Verificou-se um aumento súbito dos **resíduos de embalagens de utilização única** e de equipamentos de proteção individual de plástico, a que a Comissão deu rapidamente uma resposta política em abril de 2020¹⁸. A pandemia também revelou que determinadas categorias de consumidores correm o risco de ficar para trás, em especial os que carecem dos meios ou competências para participar ativamente num mercado em rápida mutação, especialmente em linha. Tal exige uma **maior atenção às iniciativas de apoio à integração, à inclusão, à sensibilização e à educação dos consumidores**.

Será importante compreender a forma como o comportamento dos consumidores se ajusta a longo prazo na sequência da pandemia, desenvolver a capacidade de **prospetiva estratégica**¹⁹ necessária para **informar as futuras medidas políticas** e ter em conta os dados e provas da investigação sobre o comportamento dos consumidores ao avaliar a capacidade de resiliência da UE a futuros choques.

¹⁵ Regulamentos (CE) n.º 261/2004, (CE) n.º 1371/2007, (UE) n.º 1177/2010 e (UE) n.º 181/2011 sobre os direitos dos passageiros e Diretiva (UE) 2015/2302 relativa às viagens organizadas.

¹⁶ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/scams-related-covid-19_pt.

¹⁷ Em resposta, as plataformas comunicaram um decréscimo acentuado, de pelo menos 80 %, na comercialização enganosa de máscaras e outro equipamento de proteção durante o verão, em comparação com a média de março.

¹⁸ Neste contexto, ver as orientações recentemente publicadas pela Comissão https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/waste_management_guidance_dg-env.pdf.

¹⁹ A Comunicação de 2020 da Comissão ao Parlamento Europeu e ao Conselho «Relatório de prospetiva estratégica», COM(2020) 493 final, atribui à prospetiva estratégica um papel fundamental no desenvolvimento de políticas da UE orientadas para o futuro e no enquadramento das iniciativas de curto prazo numa perspetiva a mais longo prazo. A prospetiva estratégica pode ajudar a construir uma inteligência coletiva e a traçar o caminho para as transições ecológica e digital e para recuperar de perturbações. Entre outras atividades de prospetiva estratégica, o Centro Comum de Investigação da Comissão monitoriza 14 megatendências no contexto da plataforma *Megatrends Hub*, algumas das quais são altamente relevantes para as políticas dos consumidores.

- **Ação 1:** Até 2022, a Comissão tenciona analisar **o nível de adequação atual da Diretiva Viagens Organizadas** à luz das recentes crises, com base no relatório de 2021 sobre a sua aplicação.
- **Ação 2:** Até 2022, a Comissão planeia realizar atividades de prospetiva estratégica para estudar **o impacto a longo prazo da COVID-19** nos padrões de consumo das pessoas na UE, como base para futuras iniciativas políticas.
- **Ação 3:** A Comissão apoiará e facilitará a cooperação entre a rede de cooperação de defesa do consumidor e outras redes e partes interessadas para combater **as burlas aos consumidores, as práticas comerciais desleais e as fraudes**²⁰.

3. PRINCIPAIS DOMÍNIOS PRIORITÁRIOS

3.1. Transição ecológica

Exemplo: os impactos ambientais negativos e a obsolescência precoce²¹ são uma preocupação crescente para os consumidores da UE que frequentemente se queixam de que os bens adquiridos não duram muito tempo e são produzidos em condições prejudiciais para o ambiente; 85 % gostariam de ter mais informação sobre a durabilidade dos bens quando decidem sobre uma compra. Os estudos mostram que, quando os consumidores recebem essa informação, as vendas das versões mais duradouras podem quase triplicar; os consumidores estão mesmo dispostos a pagar mais por bens com uma maior durabilidade²².

Os consumidores de toda a Europa demonstram um **interesse crescente em contribuir pessoalmente** para alcançar a neutralidade climática, preservar os recursos naturais e a biodiversidade e reduzir a poluição da água, do ar e do solo²³. O desafio consiste em desbloquear este potencial através de medidas que capacitem, apoiem e permitam a cada consumidor, independentemente da sua situação financeira, desempenhar um papel ativo na transição ecológica sem impor um estilo de vida específico e sem discriminação social. O acesso a produtos sustentáveis não deve depender do nível de rendimento ou do local onde se vive, mas deve estar à disposição de todos.

O Pacto Ecológico Europeu estabelece uma estratégia global para transformar a UE numa sociedade justa e próspera, com uma economia com impacto neutro no clima, eficiente em termos de recursos, limpa e circular, em que o crescimento económico está dissociado da utilização dos recursos e em que os impactos negativos no capital natural e na biodiversidade são reduzidos. Tal exige uma mudança profunda e rápida dos nossos hábitos e

²⁰ Tendo em conta as ações propostas na Comunicação Conjunta ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões «Combater a desinformação sobre a COVID-19: repor a verdade dos factos», JOIN(2020) 8 final, ver ponto 8.

²¹ No sentido de que os produtos deixam de poder ser utilizados para os fins previstos e avariam mais cedo do que o esperado.

²² Estudo comportamental sobre o envolvimento dos consumidores na economia circular (https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/sustainable-consumption_en#behaviouralstudyonconsumersengagementinthecirculareconomy).

²³ Eurobarómetro Especial n.º 501 (março de 2020): Atitudes dos cidadãos europeus em relação ao ambiente, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/survey/2257>.

comportamentos para **reduzir a nossa pegada ambiental** em todos os domínios, da habitação e alimentação à mobilidade e lazer²⁴.

Estão a ser lançadas **várias iniciativas** com o objetivo de **assegurar que os produtos**, tanto bens como serviços, vendidos aos consumidores da UE são **adequados a estes objetivos**. Entre estas incluem-se:

- ✓ A **Estratégia do Prado ao Prato**²⁵ e a Estratégia da UE para a **Biodiversidade**²⁶, que anunciam ações-chave²⁷ e iniciativas destinadas a reduzir a pegada ambiental e climática dos sistemas alimentares da UE e a capacitar os consumidores para fazerem escolhas informadas, saudáveis e sustentáveis em matéria de alimentos²⁸;
- ✓ O recém-publicado roteiro relativo ao **Plano de Ação para a Poluição Zero**²⁹, a apresentar em 2021, identifica os produtos de consumo como um domínio de ação importante e explora formas de incentivar³⁰ os consumidores a fazerem escolhas mais ecológicas;
- ✓ A **Estratégia para a Sustentabilidade dos Produtos Químicos**³¹, que também anunciou ações destinadas a aumentar a informação sobre os produtos químicos disponível para os consumidores, a protegê-los das substâncias mais nocivas e a promover produtos químicos seguros e sustentáveis desde a sua conceção;
- ✓ Com base no plano de ação de 2018³², a futura **Estratégia Renovada de Financiamento Sustentável** procurará oferecer aos consumidores novas oportunidades para terem um impacto positivo na sustentabilidade, fornecendo-lhes

²⁴ Um relatório recente do JRC sobre indicadores baseados na avaliação do ciclo de vida identifica o consumo de alimentos, a habitação e a mobilidade como tendo um contributo relevante para os impactos ambientais globais dos consumidores da UE. Sala S. *et al.* (2019) *Indicators and Assessment of the environmental impact of EU consumption. Consumption and Consumer Footprint for assessing and monitoring EU policies with Life Cycle Assessment*, doi:10.2760/403263, JRC114814.

²⁵ COM(2020) 381 final.

²⁶ COM(2020) 380 final.

²⁷ Por exemplo, uma proposta de quadro legislativo para os sistemas alimentares sustentáveis, uma proposta para um quadro sustentável de rotulagem dos alimentos, a fim de capacitar os consumidores para fazerem escolhas alimentares sustentáveis.

²⁸ A alteração das escolhas dos consumidores para regimes alimentares saudáveis pode contribuir para a redução das emissões de gases com efeito de estufa, tal como reconhecido na Comunicação «Reforçar a ambição climática da Europa para 2030», COM(2020) 562. A Estratégia do Prado ao Prato estabelece um quadro de ação a fim de melhorar o acesso dos consumidores à informação e fazer com que as escolhas saudáveis e sustentáveis se tornem as escolhas mais óbvias. Estas ações vão desde a rotulagem nutricional obrigatória na frente da embalagem, à rotulagem relativa ao bem-estar dos animais, à definição de perfis nutricionais para restringir a promoção de alimentos com elevado teor de sal, açúcar ou gordura, ou ao possível alargamento da indicação de origem obrigatória a determinados alimentos.

²⁹ <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12588-EU-Action-Plan-Towards-a-Zero-Pollution-Ambition-for-air-water-and-soil>.

³⁰ Nomeadamente, poderão realizar-se campanhas de sensibilização para incentivar os consumidores a utilizarem mais a água potável, limpa e segura da torneira, em vez de engarrafada, a eliminarem de forma segura os produtos farmacêuticos não utilizados, a impedirem que os microplásticos cheguem aos nossos cursos de água doce e ao mar, a escolherem modos de transporte e sistemas de aquecimento e arrefecimento mais limpos, a contribuírem para um ar limpo, tanto no interior como no exterior, e a serem capazes de identificar produtos que contribuem para a salvaguarda da natureza através da utilização sustentável dos sítios Natura 2000.

³¹ COM(2020) 667 final.

³² COM(2018) 97 final.

informações fiáveis, completas e de confiança sobre os produtos financeiros em que investem; e

- ✓ A iniciativa **Vaga de Renovação**³³ apresenta uma estratégia para preparar os consumidores para uma sociedade mais ecológica e digital, incluindo o reforço dos instrumentos de informação dos consumidores.

Além disso, o novo Plano de Ação para a Economia Circular cria uma série de iniciativas específicas³⁴ para **combater a obsolescência precoce e promover a durabilidade**, a possibilidade de reciclagem e de reparação e a acessibilidade³⁵ dos produtos, bem como apoiar a ação das empresas. Nomeadamente, a Iniciativa para os Produtos Sustentáveis³⁶ terá como objetivo generalizar os produtos sustentáveis, estabelecendo princípios de sustentabilidade para os produtos e revendo a Diretiva Conceção Ecológica³⁷, alargando o seu âmbito de aplicação para além dos produtos relacionados com a energia e concretizando a circularidade. Serão necessárias medidas regulamentares e não regulamentares adicionais para abordar grupos específicos de bens e serviços, como as TIC, a eletrónica ou os têxteis, bem como as embalagens. Por exemplo:

- ✓ A **Iniciativa sobre a Eletrónica Circular**³⁸ visa garantir que os dispositivos eletrónicos são concebidos com vista à durabilidade, manutenção, reparação, desmontagem, desmantelamento, reutilização e reciclagem, e que os consumidores têm um «direito de reparação», incluindo atualizações de *software*.
- ✓ A iniciativa relativa a um **carregador universal** para telemóveis e outros dispositivos portáteis³⁹ visa simplificar a vida aos consumidores e reduzir a utilização de materiais e os resíduos eletrónicos associados à produção e à eliminação deste produto específico utilizado diariamente pela grande maioria dos consumidores.
- ✓ A futura **Estratégia da UE para os Têxteis** procurará possibilitar aos consumidores a escolha de têxteis sustentáveis e facilitar o seu acesso aos serviços de reutilização e reparação.
- ✓ A revisão da **Diretiva Embalagens e Resíduos de Embalagens** tem por objetivo tornar todas as embalagens reutilizáveis e recicláveis de forma economicamente viável e reduzir o excesso de embalagem.

³³ COM(2020) 662 final.

³⁴ Nomeadamente, as iniciativas relativas a uma política de promoção de produtos sustentáveis e à fundamentação das alegações ecológicas.

³⁵ A acessibilidade deve ser entendida como a remoção e prevenção de barreiras que impedem a participação de pessoas com deficiência em condições de igualdade com as demais. Também contribui para a durabilidade e a reutilização e está indicada no Plano de Ação para a Economia Circular, em conformidade com a Diretiva (UE) 2019/882 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de abril de 2019, relativa aos requisitos de acessibilidade dos produtos e serviços (JO L 151 de 7.6.2019, p. 70).

³⁶ <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-Products-Initiative>.

³⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A02009L0125-20121204>.

³⁸ Uma ação-chave anunciada na Estratégia digital «Construir o futuro digital da Europa», COM(2020) 67 final, e no Plano de Ação para a Economia Circular, COM(2020) 98 final.

³⁹ https://ec.europa.eu/growth/sectors/electrical-engineering/red-directive/common-charger_pt.

Estas iniciativas irão promover uma melhor retenção de valor, dar prioridade a produtos mais seguros e duradouros e manter os materiais no ciclo económico (recusar, reduzir, reparar, reutilizar e reciclar) o máximo de tempo possível⁴⁰.

Para permitir uma utilização socialmente otimizada dos novos bens e serviços, bem como das novas abordagens ao consumo, os consumidores necessitam de **informação melhor e mais fiável sobre os aspetos de sustentabilidade dos bens e serviços, evitando simultaneamente a sobrecarga de informação**. Os inquiridos da consulta pública⁴¹ chamaram a atenção para a falta dessa informação e para as preocupações relativas à fiabilidade das alegações ambientais e da informação sobre os produtos, como obstáculos importantes a uma maior aceitação das escolhas de consumo sustentável. A futura iniciativa sobre a capacitação dos consumidores para a transição ecológica visa abordar o acesso dos consumidores à informação sobre as características ambientais dos produtos, incluindo a sua durabilidade, possibilidade de reparação ou de atualização, bem como a questão da fiabilidade e comparabilidade dessas informações. Estabelecerá requisitos gerais para complementar as regras mais específicas constantes da legislação setorial, por exemplo, sobre produtos ou grupos de produtos específicos.

Uma melhor informação sobre a disponibilidade de peças sobressalentes e serviços de reparação pode ser mais um fator a favor da durabilidade dos produtos. A futura iniciativa sobre a capacitação dos consumidores para a transição ecológica, a iniciativa relativa à política de promoção de produtos sustentáveis e, se for caso disso, as iniciativas setoriais específicas, serão essenciais para dar aos consumidores **um direito efetivo de reparação**. Além disso, a futura revisão da Diretiva Venda de Bens⁴² proporcionaria uma oportunidade para analisar o que mais pode ser feito para promover a reparação e incentivar produtos circulares e mais sustentáveis. Serão analisadas várias opções relativas aos meios de defesa do consumidor, tais como a preferência pela reparação em detrimento da substituição, o alargamento do período mínimo de garantia para os bens novos ou em segunda mão, ou um novo período de garantia após a reparação.

Estes esforços poderão ser complementados pela promoção de **novos conceitos e comportamentos de consumo**, como a economia da partilha, novos modelos de negócio que permitam aos consumidores comprar um serviço em vez de um bem, ou o apoio às reparações através de ações das organizações da comunidade e da economia social (por exemplo, as «tertúlias de reparações») e de mercados de segunda mão.

Fornecer aos consumidores informações melhores e mais fiáveis significa muitas vezes **melhorar os instrumentos existentes**. Os rótulos atualizados, que fornecem informações sobre os produtos e aparelhos abrangidos pela Diretiva relativa à conceção ecológica e pelo quadro de etiquetagem energética, contribuirão para aumentar a sensibilização e gerir as expectativas do desempenho energético dos produtos, contribuindo para o objetivo da UE em matéria de eficiência energética. Além disso, a adesão e a sensibilização para o rótulo

⁴⁰ Além disso, a Comissão também vai estudar opções para sistemas de retoma e devolução de equipamentos eletrónicos de pequenas dimensões em toda a UE, a fim de melhorar a recolha e o tratamento de resíduos eletrónicos e proporcionar aos consumidores mais informação e opções de devolução dos equipamentos eletrónicos usados e dos resíduos eletrónicos que armazenam em casa.

⁴¹ https://ec.europa.eu/info/files/factual-summary-report-public-consultation-new-consumer-agenda_pt.

⁴² Diretiva (UE) 2019/771 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de maio de 2019, relativa a certos aspetos dos contratos de compra e venda de bens, que altera o Regulamento (UE) 2017/2394 e a Diretiva 2009/22/CE, e que revoga a Diretiva 1999/44/CE (JO L 136 de 22.5.2019, p. 28).

ecológico da UE⁴³ poderiam ser promovidas através de ações de comunicação e parcerias com as partes interessadas, incluindo os retalhistas, com o objetivo de promover o rótulo ecológico da UE também nos mercados em linha. Em acréscimo, o rótulo ecológico da UE seria alargado aos produtos financeiros de retalho, em conformidade com o plano de ação de 2018 sobre o financiamento sustentável⁴⁴, permitindo aos consumidores confiar num rótulo credível quando investem em produtos financeiros ecológicos.

Por outro lado, os consumidores têm de estar mais bem protegidos contra informações não verdadeiras ou apresentadas de forma confusa ou enganosa para dar a impressão errada de que um produto ou uma empresa são mais respeitadores do ambiente, o chamado «**branqueamento ecológico**». Estão também a ser desenvolvidas ações no domínio do financiamento sustentável⁴⁵. Além disso, a Comissão irá propor que as empresas fundamentem as suas alegações ambientais utilizando métodos de pegada ambiental dos produtos e organizações, a fim de fornecer aos consumidores informações ambientais fiáveis.

A Comissão analisará formas de criar um quadro de rotulagem sustentável que abranja, em sinergia com outras iniciativas pertinentes, os aspetos nutricionais, climáticos, ambientais e sociais dos **produtos alimentares**.

As escolhas dos consumidores no domínio da energia serão fundamentais para concretizar as novas metas em matéria de clima para 2030 e a neutralidade climática até 2050. As novas regras que entram em vigor em 1 de janeiro de 2021⁴⁶ vão melhorar a informação aos consumidores através da faturação da eletricidade e de ferramentas independentes de comparação de preços, e facilitarão as escolhas dos prosumidores e a criação de comunidades de energia. A Comissão proporá disposições aplicáveis a outros vetores energéticos a fim de conceder direitos semelhantes aos consumidores de gás e de aquecimento urbano.

A transformação digital também oferece outras novas oportunidades para fornecer informações mais específicas e fáceis de compreender. O desenvolvimento de passaportes digitais para produtos no âmbito da Iniciativa para os Produtos Sustentáveis⁴⁷ visa ajudar a informar os consumidores sobre os aspetos ambientais e circulares dos produtos. Em termos mais gerais, a informação digital pode dar aos consumidores a possibilidade de verificar a fiabilidade das informações, efetuar comparações entre produtos, mas também informá-los de forma mais holística sobre os seus impactos ambientais, por exemplo, a sua pegada de carbono. As ações e os recursos, nomeadamente do Instrumento de Assistência Técnica para o reforço das capacidades⁴⁸ no âmbito do próximo QFP, devem ser utilizados para apoiar iniciativas que promovam e incentivem a cultura e o comportamento de consumo limpo, climaticamente neutro e sustentável. Tal deve ser feito sob formas acessíveis, inovadoras e

⁴³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aco0012>.

⁴⁴ COM(2018) 97 final.

⁴⁵ Em especial, o Regulamento relativo à divulgação de informações sobre a sustentabilidade (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32019R2088>), a taxonomia da UE (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:32020R0852>) e a revisão em curso da Diretiva relativa à divulgação de informações não financeiras.

⁴⁶ Diretiva (UE) 2019/944 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 5 de junho de 2019, relativa a regras comuns para o mercado interno da eletricidade e que altera a Diretiva 2012/27/UE (JO L 158 de 14.6.2019, p. 125).

⁴⁷ Também anunciado na Estratégia da UE para os Dados, COM(2020) 66 final.

⁴⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52020PC0409>.

apelativas, por exemplo através de aplicações para telemóveis inteligentes e de sítios Web⁴⁹, e recorrendo aos instrumentos existentes⁵⁰.

As **empresas**, incluindo as PME, podem desempenhar um papel importante na procura de um consumo mais ecológico. A integração dos objetivos de sustentabilidade nas estratégias e na tomada de decisões empresariais poderá resultar na disponibilização de produtos mais sustentáveis. Exemplos de boas práticas vão desde a monitorização de impactos, dependências e riscos em matéria de ambiente e capital natural em toda a cadeia de valor, à inclusão de informações ambientais na divulgação de informação aos consumidores, passando pela consideração dos interesses dos consumidores nas decisões das administrações das empresas. A Comissão tenciona apresentar em 2021 uma iniciativa legislativa sobre o **governo sustentável das empresas**, para promover um comportamento empresarial sustentável e responsável a longo prazo⁵¹. Para estimular uma ação empresarial mais voluntariosa, a Comissão tenciona trabalhar com os operadores económicos para incentivar os seus **compromissos voluntários** de divulgar aos consumidores a pegada ambiental da empresa, melhorar a sua sustentabilidade e reduzir o impacto no ambiente. Estes compromissos serão desenvolvidos em sinergia com o futuro Pacto Europeu para o Clima. Basear-se-ão nas metodologias, instrumentos e legislação aplicável existentes⁵². Ao longo do tempo, estes compromissos poderão envolver participantes de um vasto leque de setores, com base em compromissos cada vez mais diversos.

- **Ação 4:** Em 2021, a Comissão tenciona apresentar uma **proposta** legislativa para **capacitar os consumidores para a transição ecológica**, facultando-lhes melhor informação sobre a sustentabilidade dos produtos e uma melhor proteção contra determinadas práticas, como o branqueamento ecológico e a obsolescência precoce, bem como uma **proposta legislativa sobre a fundamentação das alegações ecológicas** com base nos métodos da pegada ambiental.
- **Ação 5:** **A partir deste ano**, a Comissão tenciona trabalhar com os operadores económicos para os incentivar a assumirem **compromissos voluntários** de ações a favor do consumo sustentável que vão além do que é exigido por lei.
- **Ação 6:** A partir de 2022, a Comissão avaliará, no contexto da revisão da Diretiva Venda de Bens, **a forma de continuar a promover a reparação e a incentivar produtos mais sustentáveis e circulares**.

⁴⁹ O convite à apresentação de propostas do Pacto Ecológico Europeu, lançado em setembro de 2020, procura soluções que capacitem os cidadãos, por exemplo, através de aplicações de telemóvel que avaliam a sua pegada de carbono com base nos seus hábitos de consumo e estilo de vida e fornecem sugestões personalizadas para a redução da pegada ecológica.

⁵⁰ Por exemplo, a ferramenta «pegada do consumidor» desenvolvida pela Comissão.

⁵¹ Ver o programa de trabalho da Comissão para 2021, COM(2020) 690 final.

⁵² Por exemplo, a Recomendação 2013/179/UE sobre a utilização de métodos comuns para a medição e comunicação do desempenho ambiental ao longo do ciclo de vida de produtos e organizações, bem como sugestões para atualizar os métodos de cálculo da pegada ecológica (https://eplca.jrc.ec.europa.eu/permalink/PEF_method.pdf e https://eplca.jrc.ec.europa.eu/permalink/OEF_method.pdf), o Regulamento (CE) n.º 1221/2009 (EMAS) ou o Regulamento (CE) n.º 66/2010 relativo ao rótulo ecológico da UE.

3.2. Transformação digital

Exemplo: entre 2014 e 2019, a percentagem de utilizadores da Internet na UE que compraram ou encomendaram bens ou serviços em linha para uso privado aumentou de 63 % para 71 %; em cinco Estados-Membros⁵³, estes valores excederam 80 %⁵⁴. Os consumidores devem beneficiar de um nível de proteção comparável, em linha ou fora. As regras devem ser adaptadas ao ambiente conectado para garantir que, por exemplo, os dispositivos domésticos inteligentes não criam riscos de cibersegurança, e que as ofertas de crédito em linha fornecem as informações necessárias de forma facilmente legível e acessível através de telemóveis.

A transformação digital está a mudar radicalmente a vida dos consumidores, proporcionando-lhes mais oportunidades e uma escolha mais ampla de bens e serviços. Ao mesmo tempo, pode dificultar a escolha informada e a salvaguarda dos seus interesses. A recolha e o tratamento de dados subjacentes, combinados com a análise do comportamento dos consumidores e dos seus preconceitos cognitivos, podem ser utilizados para influenciar os consumidores no sentido de tomarem decisões que podem contrariar o seu interesse superior. Tal pode limitar a eficácia das atuais regras de proteção dos consumidores no ambiente digital, nomeadamente contra as práticas comerciais desleais. A Diretiva relativa à melhor aplicação e à modernização da legislação em matéria de defesa dos consumidores⁵⁵ e a Diretiva Conteúdos Digitais⁵⁶ constituem passos importantes para dar resposta a alguns destes desafios. Tendo em conta o ritmo acelerado do progresso tecnológico e o seu impacto na experiência dos consumidores, é necessário tomar medidas adicionais.

É necessário combater as práticas comerciais que não respeitam o direito dos consumidores a fazer uma escolha informada, que abusam dos seus preconceitos comportamentais ou distorcem os seus processos de tomada de decisão. Estas práticas incluem a utilização de padrões «obscuros»⁵⁷, determinadas práticas de personalização frequentemente baseadas na definição de perfis, a publicidade oculta, as fraudes, a informação falsa ou enganosa e a manipulação das avaliações dos consumidores. São necessárias orientações adicionais sobre a aplicabilidade de instrumentos de direito do consumidor como a **Diretiva Práticas Comerciais Desleais** e a **Diretiva Direitos dos Consumidores** a estas práticas. Em última análise, os consumidores devem beneficiar de **um nível comparável de proteção e justiça em linha ou fora**.

A fim de assegurar que os consumidores beneficiem plenamente do potencial significativo da transformação digital, os seus interesses devem ser tidos em conta na conceção ou na adaptação das **regras que regem a economia digital**. O objetivo é duplo: criar um espaço digital mais seguro para os consumidores, onde os seus direitos sejam protegidos, e garantir

⁵³ Reino Unido, Dinamarca, Países Baixos, Suécia e Alemanha.

⁵⁴ Eurostat - Estatísticas da economia e da sociedade digitais - agregados familiares e indivíduos - Encomendar ou comprar bens ou serviços.

⁵⁵ Diretiva (UE) 2019/2161 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de novembro de 2019, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho e as Diretivas 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho a fim de assegurar uma melhor aplicação e a modernização das regras da União em matéria de defesa dos consumidores (JO L 328, 18.12.2019, p. 7).

⁵⁶ Diretiva (UE) 2019/770 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de maio de 2019, sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais (JO L 136 de 22.5.2019, p. 1).

⁵⁷ Interface de utilizador concebida para manipular os consumidores.

condições de concorrência equitativas que permitam inovar e prestar serviços novos e de melhor qualidade a todos os europeus.

Em primeiro lugar, a futura proposta da Comissão de um novo **ato relativo aos serviços digitais** terá por objetivo definir novas responsabilidades e reforçar a responsabilização dos intermediários e plataformas em linha. O novo ato assegurará a proteção efetiva dos consumidores contra os produtos, conteúdos e atividades ilegais nas plataformas em linha, tal como já sucede fora de linha.

Em segundo lugar, para resolver os problemas decorrentes das deficiências dos mercados digitais, tais como o poder de guardião de acesso detido por determinadas plataformas digitais, a Comissão tenciona apresentar também um **ato relativo aos mercados digitais**. Este combinaria a regulamentação *ex ante* das plataformas digitais que atuam como guardiães de acesso com um quadro dinâmico de investigação do mercado para examinar as deficiências dos mercados digitais. Os consumidores serão os beneficiários finais de mercados digitais mais justos e contestáveis, incluindo preços mais baixos, serviços novos e melhores e uma maior escolha.

Embora a **inteligência artificial (IA)** possa trazer benefícios, algumas utilizações da IA podem violar os direitos dos consumidores e causar-lhes danos⁵⁸. Na sequência do seu Livro Branco sobre a IA⁵⁹ e do relatório de acompanhamento sobre a responsabilidade e a segurança das novas tecnologias⁶⁰, a Comissão está a trabalhar:

- ✓ numa proposta⁶¹ destinada a garantir um elevado nível de proteção dos interesses dos consumidores e dos direitos fundamentais, e a criar, por seu turno, a confiança necessária para a aceitação da IA pela sociedade;
- ✓ no que respeita à responsabilidade civil, em medidas que visam garantir que as vítimas de danos causados pelas aplicações da IA têm, na prática, o mesmo nível de proteção que as vítimas de danos causados por outros produtos ou serviços.

O avanço das novas tecnologias e a globalização da produção e do comércio retalhista, nomeadamente através de canais em linha, levantam a questão de saber se as atuais regras de segurança dos produtos são suficientes para lidar com a evolução atual e proteger adequadamente os consumidores. A Comissão está atualmente a trabalhar numa série de iniciativas relativas à segurança das novas tecnologias, tais como:

- ✓ a revisão da Diretiva Máquinas⁶²;
- ✓ a adoção de atos delegados ao abrigo da Diretiva Equipamentos de Rádio⁶³; e

⁵⁸ Se os algoritmos e a aprendizagem automática conexa não forem suficientemente transparentes e robustos, existe o risco de que reproduzam, ampliem ou contribuam para preconceitos de que os programadores possam não estar conscientes ou que resultem de uma seleção de dados específicos.

⁵⁹ Livro Branco sobre a Inteligência Artificial — Uma abordagem europeia virada para a excelência e a confiança, COM(2020) 65 final.

⁶⁰ Relatório da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité Económico e Social Europeu — Relatório sobre as implicações em matéria de segurança e de responsabilidade decorrentes da inteligência artificial, da Internet das coisas e da robótica, COM(2020) 64 final.

⁶¹ Avaliação de impacto inicial de uma proposta de ato jurídico do Parlamento Europeu e do Conselho que estabelece requisitos para a inteligência artificial.

⁶² Diretiva 2006/42/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de maio de 2006, relativa às máquinas e que altera a Diretiva 95/16/CE (JO L 157 de 9.6.2006, p. 24).

✓ a revisão da Diretiva Segurança Geral dos Produtos⁶⁴.

A **Diretiva Segurança Geral dos Produtos**, que estabelece o quadro jurídico para a segurança dos produtos de consumo não alimentares⁶⁵, foi aprovada quando os produtos com IA e os dispositivos conectados eram raros, situação que se alterou. Esta evolução põe em causa a atual definição de produtos e introduz novos riscos ou altera a forma como os riscos existentes se podem concretizar, o que deve ser analisado e tido em devida conta. O crescimento das vendas em linha também coloca novos desafios, uma vez que as autoridades nem sempre dispõem de instrumentos suficientemente eficazes para a fiscalização dos mercados em linha. Além disso, o comércio eletrónico permite que os consumidores comprem diretamente aos operadores estabelecidos fora da UE, o que dificulta a verificação da segurança dos produtos que entram no mercado único. A futura proposta de revisão da Diretiva Segurança Geral dos Produtos, prevista para 2021, deverá dar uma resposta consistente a estes desafios crescentes.

Além disso, uma **identidade eletrónica pública** universalmente aceite – com base numa escolha dos consumidores, com seu consentimento e a garantia de que a sua privacidade é plenamente respeitada em conformidade com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) – pode dar aos consumidores a possibilidade de gerirem o acesso e a utilização dos seus dados de forma totalmente controlada e segura. A Comissão está atualmente a rever esse sistema, tendo em conta o interesse e a proteção dos consumidores⁶⁶.

Para fazer face ao **bloqueio geográfico** injustificado, que discrimina os consumidores da UE em segmentos de mercado ao longo das fronteiras nacionais, a Comissão está atualmente a realizar a sua primeira revisão a curto prazo do Regulamento Bloqueio Geográfico⁶⁷.

A **Estratégia Europeia para os Dados**⁶⁸ visa facilitar o direito efetivo dos indivíduos à **portabilidade dos dados** ao abrigo do RGPD. Este direito tem claramente potencial para colocar os indivíduos no centro da economia dos dados, permitindo-lhes mudar de prestador de serviços, combinar serviços, utilizar outros serviços inovadores e escolher os serviços que oferecem a melhor proteção de dados. A estratégia promoverá também a criação de um verdadeiro mercado único dos dados e a criação de **espaços comuns europeus de dados**.

⁶³ Diretiva 2014/53/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de abril de 2014, relativa à harmonização da legislação dos Estados-Membros respeitante à disponibilização de equipamentos de rádio no mercado e que revoga a Diretiva 1999/5/CE (JO L 153 de 22.5.2014, p. 62).

⁶⁴ Diretiva 2001/95/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 3 de dezembro de 2001, relativa à segurança geral dos produtos (JO L 11 de 15.1.2002, p. 4).

⁶⁵ A diretiva é aplicável na ausência de disposições mais específicas com o mesmo objetivo na legislação da UE.

⁶⁶ A Comissão está atualmente a avaliar o Regulamento (UE) n.º 910/2014 relativo à identificação eletrónica e aos serviços de confiança para as transações eletrónicas no mercado interno (Regulamento eIDAS).

⁶⁷ Regulamento (UE) 2018/302 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de fevereiro de 2018, que visa prevenir o bloqueio geográfico injustificado e outras formas de discriminação baseadas na nacionalidade, no local de residência ou no local de estabelecimento dos clientes no mercado interno, e que altera os Regulamentos (CE) n.º 2006/2004 e (UE) 2017/2394 e a Diretiva 2009/22/CE (JO L 60 I de 2.3.2018, p. 1). A Comissão adotará em breve o relatório que apresenta as suas conclusões, incluindo a necessidade de acompanhar atentamente a aplicação do regulamento pelas autoridades competentes, para garantir que os consumidores e as empresas beneficiam plenamente do potencial do mercado único digital.

⁶⁸ Comunicação «Uma estratégia europeia para os dados», COM(2020) 66 final.

Além disso, o **setor dos serviços financeiros de retalho** foi profundamente transformado pela transição digital⁶⁹, tendo introduzido novas tendências e soluções, e diversificado a oferta de produtos e serviços financeiros. Prestadores não tradicionais desses serviços – como as empresas de tecnologia financeira e os mutuantes de empréstimos entre particulares – juntaram-se aos fornecedores tradicionais, que também recorrem cada vez mais a canais de venda em linha. Novos produtos, como os empréstimos de curto prazo/custo elevado, que são concluídos por um curto período, mas que podem implicar custos significativos para o mutuário, são cada vez mais comercializados e vendidos por via digital. As novas tecnologias, como as soluções de pagamento imediato, podem trazer benefícios tangíveis para os consumidores, mas podem exigir medidas específicas para os proteger⁷⁰. A Comissão anunciou recentemente iniciativas que irão melhorar a proteção dos consumidores em matéria de pagamentos. Estas questões serão analisadas no quadro da recentemente adotada Estratégia para os Pagamentos de Pequeno Montante na UE⁷¹.

A utilização de categorias alternativas de dados em combinação com a tomada de decisões automatizadas para a classificação de crédito levanta questões quanto aos dados que devem ser utilizados na avaliação da solvabilidade dos consumidores e destaca os riscos de discriminação decorrentes de decisões baseadas em algoritmos opacos, um tipo de risco suscetível de ser abordado também através do ato jurídico sobre os requisitos para a inteligência artificial acima referido. Além disso, a legislação em vigor, como a **Diretiva Crédito ao Consumo**, a **Diretiva Crédito Hipotecário**, a **Diretiva Contas de Pagamento** e a **Diretiva Comercialização à Distância de Serviços Financeiros**, deve ser revista, a fim de refletir a crescente utilização de meios digitais e dar resposta aos desafios supramencionados. Esta legislação deve permitir aos consumidores compreender os produtos e comparar e aceitar ofertas em linha, estimulando assim a inovação e a confiança dos consumidores.

O novo **pacote de financiamento digital** da Comissão, que inclui as estratégias de financiamento digital e de pagamentos de pequeno montante e as propostas legislativas relativas aos criptoativos e à resiliência operacional digital do setor financeiro, visa garantir que os consumidores e as empresas colhem os benefícios da inovação, mas mantêm-se protegidos. Os atuais progressos em matéria de transformação digital serão igualmente refletidos na estratégia para o investimento de retalho, que deverá centrar-se nos interesses dos investidores individuais e está prevista para o primeiro semestre de 2022.

Além disso, a transformação digital pode também trazer novos desafios como, por exemplo, as soluções digitais que não são igualmente **acessíveis às pessoas com deficiência**. A Comissão apoia os Estados-Membros na transposição do Ato Europeu da Acessibilidade⁷². A sua aplicação até 2025 ajudará a eliminar os desafios da digitalização para as pessoas com deficiência e aumentará a disponibilidade de produtos e serviços que lhes são acessíveis.

Por último, a transformação digital exige que os consumidores tenham uma forte literacia digital e competências digitais que devem ser promovidas através da educação e da formação

⁶⁹ Em setembro de 2020, a Comissão adotou um novo pacote de financiamento digital, para assegurar que os consumidores e as empresas colham os benefícios da inovação ao mesmo tempo que estão protegidos, https://ec.europa.eu/info/publications/200924-digital-finance-proposals_pt.

⁷⁰ Estratégia para os Pagamentos de Pequeno Montante na UE, COM(2020) 592 final.

⁷¹ COM(2020) 592 final.

⁷² Diretiva (UE) 2019/882 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de abril de 2019, relativa aos requisitos de acessibilidade dos produtos e serviços.

numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida, como salientado no **Plano de Ação para a Educação Digital 2021-2027**⁷³ e nas suas prioridades estratégicas.

- **Ação 7:** Até 2022 e após atualizar os seus **documentos de orientação** sobre a **Diretiva Práticas Comerciais Desleais** e a **Diretiva Direitos dos Consumidores**, a Comissão tenciona **analisar** se é necessária legislação adicional ou outras medidas a médio prazo, a fim de assegurar níveis idênticos de equidade em linha e fora.
- **Ação 8:** Em 2021, tal como anunciado no Livro Branco sobre a IA, a Comissão prevê apresentar uma proposta de **ato jurídico horizontal que estabeleça requisitos para a IA**.
- **Ação 9:** Em 2021, a Comissão tenciona preparar uma proposta de revisão da **Diretiva Segurança Geral dos Produtos**, para dar resposta aos novos desafios que se colocam à segurança dos produtos em função das novas tecnologias e das vendas em linha. Adicionalmente, em 2021, a Comissão pretende preparar uma proposta de **revisão da Diretiva Máquinas**.
- **Ação 10:** Em 2021, a Comissão planeia elaborar propostas de revisão da **Diretiva Crédito ao Consumo** e da **Diretiva Comercialização à Distância de Serviços Financeiros**, a fim de reforçar a proteção dos consumidores no contexto da digitalização dos serviços financeiros de retalho.

3.3. Aplicação efetiva e reparação

Exemplo: a futura diretiva relativa às ações coletivas possibilita aos consumidores unir esforços. Nos casos futuros, as entidades qualificadas, designadas para o efeito, podem recorrer mais facilmente aos tribunais ou às autoridades administrativas, incluindo em situações transfronteiras, para defender os interesses coletivos dos consumidores. Tal facilitará aos consumidores a obtenção de uma reparação coletiva em casos semelhantes, por exemplo, ao da manipulação dos ensaios de emissões de gases de escape em certos veículos a gasóleo.

Tal como as empresas têm o direito de vender produtos e oferecer serviços a todos os consumidores no mercado único, os **consumidores** devem **poder exercer os seus direitos de forma eficaz** em relação a essas empresas, onde quer que se encontrem na UE. Na prática, porém, o rastreio dos sítios Web pelas autoridades de fiscalização demonstrou que, muitas vezes, os direitos dos consumidores não são respeitados. Entre 2007 e 2019, constatou-se que, em média, 60 % dos sítios verificados não estavam a cumprir as regras básicas do direito do consumidor, exigindo medidas corretivas⁷⁴.

A aplicação dos direitos dos consumidores é, em primeiro lugar, da **responsabilidade das autoridades nacionais**, mas a UE desempenha um importante papel de **coordenação e apoio**. O novo **Regulamento relativo à cooperação no domínio da defesa do**

⁷³ COM(2020) 624, Comunicação «Plano de Ação para a Educação Digital 2021-2027: Reconfigurar a educação e a formação para a era digital».

⁷⁴ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/sweeps_pt.

consumidor⁷⁵, que entrou em vigor em janeiro de 2020, constitui uma base mais sólida para a ação conjunta da UE. O regulamento reforça a capacidade de ação em linha das autoridades policiais, os mecanismos de cooperação e o sistema de recolha de informações, com vista a combater as infrações em grande escala à legislação da UE em matéria de defesa do consumidor, assegurar um nível coerente de proteção e oferecer um «balcão único» para as empresas. A Comissão não hesitará em utilizar os poderes que lhe são conferidos pelo regulamento para **desencadear ações coordenadas de aplicação da legislação** em casos à escala da UE, sempre que necessário. Em consonância com as prioridades estratégicas da presente Agenda, os trabalhos centrar-se-ão no seguinte:

- O impacto da COVID-19 nos direitos dos consumidores (ou seja, as burlas, os problemas relacionados com as viagens e a exploração das vulnerabilidades financeiras, que já existiam antes da pandemia, mas se tornaram mais agudos⁷⁶), e
- Alegações ecológicas enganosas e práticas comerciais desleais relacionadas com as técnicas de influência e a personalização em linha.

O regulamento exige que a Comissão proceda a uma **avaliação** da eficácia das novas regras até janeiro de 2023.

Por outro lado, a UE reviu recentemente o seu quadro jurídico de proteção dos consumidores. A nova **Diretiva relativa à melhor aplicação e à modernização da legislação em matéria de defesa dos consumidores**⁷⁷, bem como a futura **diretiva relativa às ações coletivas**⁷⁸, reforçarão substancialmente os direitos dos consumidores, nomeadamente prevendo mais justiça digital, sanções mais pesadas e um mecanismo eficaz de reparação coletiva.

Para assegurar uma aplicação uniforme em toda a UE e ajudar as autoridades a enfrentar as dificuldades decorrentes da transformação digital, o **Programa a favor do Mercado Único no âmbito do novo QFP** dará prioridade ao financiamento das atividades de reforço das capacidades das autoridades nacionais. A Comissão planeia financiar um projeto de criação de um «**Ciberlaboratório da UE**», uma plataforma que visa proporcionar um conjunto de instrumentos comuns que as autoridades poderão utilizar para realizar investigações em linha e monitorizar produtos perigosos vendidos em linha, através da implantação de soluções informáticas avançadas, com recurso à IA, às técnicas de extração de dados e aos rastreadores Web. Além disso, procura reforçar as capacidades das potenciais entidades qualificadas ao abrigo da futura diretiva relativa às ações coletivas e das organizações nacionais de consumidores enquanto organismos designados para comunicar alertas ao abrigo do Regulamento relativo à cooperação no domínio da defesa do consumidor. A facilitação de vias de reparação individual continuará a ser uma prioridade, com a continuação do

⁷⁵ Regulamento (UE) 2017/2394 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2017, relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação de proteção dos consumidores e que revoga o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 (JO L 345 de 27.12.2017, p. 1).

⁷⁶ Ver também a Comunicação Conjunta de 10 de junho de 2020 «Combater a desinformação sobre a COVID-19: repor a verdade dos factos», JOIN(2020) 8 final.

⁷⁷ Diretiva (UE) 2019/2161 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de novembro de 2019, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho e as Diretivas 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho a fim de assegurar uma melhor aplicação e a modernização das regras da União em matéria de defesa dos consumidores (JO L 328, 18.12.2019, p. 7).

⁷⁸ Texto do acordo provisório dos legisladores ao abrigo de um acordo político sobre a proposta em 22 de junho de 2020.

financiamento da UE e a modernização dos Centros Europeus do Consumidor, da resolução alternativa de litígios e dos instrumentos de resolução de litígios em linha. É igualmente possível prestar apoio técnico específico ao reforço das capacidades administrativas das autoridades nacionais através do Instrumento de Assistência Técnica⁷⁹.

- **Ação 11:** A Comissão prestará **assistência aos Estados-Membros na transposição, execução e aplicação atempadas e eficientes** da Diretiva relativa à melhor aplicação e à modernização da legislação em matéria de defesa dos consumidores, aplicável a partir de maio de 2022, e da futura diretiva relativa às ações coletivas, uma vez formalmente adotada e em vigor.
- **Ação 12:** Em 2022 e posteriormente de dois em dois anos, a Comissão, juntamente com as autoridades nacionais, apresentará as **prioridades comuns em matéria de aplicação** da rede de cooperação no domínio da defesa do consumidor, para resolver as questões de conformidade identificadas em vários setores.
- **Ação 13:** Até 2022, a Comissão irá criar um conjunto de **ferramentas eletrónicas inovadoras** para reforçar a capacidade das autoridades nacionais para combater as práticas comerciais ilegais em linha e identificar produtos inseguros segundo os princípios do Quadro Europeu de Interoperabilidade⁸⁰.
- **Ação 14:** Até 2023, a Comissão **avaliará a aplicação do Regulamento relativo à cooperação no domínio da defesa do consumidor**, em especial para aferir a eficácia das ações de aplicação da legislação face a práticas à escala da UE que violem o direito do consumidor.

3.4. Dar resposta às necessidades específicas dos consumidores

Exemplo: em 2018, 10 % dos agregados familiares da UE tinham pagamentos em atraso relativos a créditos imobiliários, rendas, faturas de serviços públicos ou empréstimos, e estavam em risco de sobre-endividamento. A atual pandemia está a agravar a situação de muitos consumidores endividados. A Comissão trabalhou com os Estados-Membros e as partes interessadas para identificar e promover as melhores práticas para ajudar os consumidores em dificuldades⁸¹, incluindo um melhor acesso ao aconselhamento em matéria de dívida. Os estudos mostram que um euro gasto no aconselhamento em matéria de dívida pode poupar mais de dois euros em prestações sociais.

Os instrumentos de política dos consumidores protegem todos os consumidores nas suas relações com os comerciantes profissionais. Parte-se do princípio de que os consumidores são geralmente a parte mais fraca numa transação e que, por conseguinte, a sua saúde, segurança e interesses económicos necessitam de proteção. No entanto, certos grupos de consumidores podem, em determinadas situações, ser particularmente vulneráveis e necessitar de

⁷⁹ Instrumento de Assistência Técnica – antigos Programas de Apoio às Reformas Estruturais; COM(2020) 409 final.

⁸⁰ https://ec.europa.eu/isa2/eif_en.

⁸¹ Em maio e junho de 2020, a Comissão organizou mesas-redondas de diálogo com as partes interessadas para debater as medidas de alívio oferecidas pelos bancos e pelos mutuantes não bancários, na sequência das quais foi publicado um documento de boas práticas em julho de 2020.

salvaguardas específicas. A **vulnerabilidade dos consumidores** pode ser determinada em função de circunstâncias sociais ou de características específicas de consumidores individuais ou de grupos de consumidores, tais como a idade, o género, a saúde, a literacia digital, a numeracia ou a situação financeira⁸². A falta de acessibilidade pode colocar os idosos ou as pessoas com deficiência em situações de exclusão ou limitar as suas interações. Estas formas de vulnerabilidade podem ter sido exacerbadas pela atual pandemia, mas existem independentemente da mesma.

Atualmente, a crescente **vulnerabilidade financeira** de muitos agregados familiares da UE é especialmente preocupante. Um inquérito recente realizado em 21 Estados-Membros mostrou que, desde o início da crise da COVID-19, 6 em cada 10 consumidores enfrentaram dificuldades financeiras⁸³ que podem conduzir ao sobre-endividamento. O **aconselhamento em matéria de dívida** provou ser uma forma eficaz de ajudar os consumidores sobre-endividados a regressarem à sustentabilidade financeira, assegurando, ao mesmo tempo, que os credores são reembolsados. A Comissão está a compilar as melhores práticas nos Estados-Membros, a examinar o seu potencial de replicação e a identificar as necessidades e as oportunidades de financiamento no âmbito do novo QFP. Em junho de 2020, a Comissão publicou também uma versão atualizada do Código Europeu de Boa Conduta para a Concessão de Microcrédito⁸⁴. A revisão da Diretiva Crédito ao Consumo⁸⁵ incluirá uma avaliação da forma de melhorar as regras que garantem que o crédito só é concedido em conjugação com uma avaliação rigorosa da solvabilidade do consumidor. Os consumidores devem também receber todas as informações e conselhos pré-contratuais necessários e adequados para que possam fazer escolhas informadas na celebração de contratos de crédito.

Estas medidas são fundamentais para alinhar as necessidades de financiamento dos consumidores com a sua capacidade de reembolso, reduzindo assim o risco de incumprimento e sobre-endividamento. No entanto, os consumidores podem, por vezes, ser incapazes de reembolsar as dívidas na data de vencimento. Por conseguinte, pode ser necessário avaliar os meios mais adequados para lidar com o sobre-endividamento dos consumidores, incluindo o perdão de dívidas⁸⁶.

A acessibilidade dos preços é crucial para garantir o acesso a produtos e serviços pelos **consumidores de baixos rendimentos**, como sublinhado pela Rede Europeia de Política Social⁸⁷. Alguns Estados-Membros recorrem a medidas de proteção dos consumidores, juntamente com medidas de proteção social, para ajudar as pessoas com baixos rendimentos. A Recomendação da Comissão sobre a pobreza energética⁸⁸ proporciona aos

⁸² O relatório do *Behavioural Insights Team* sobre os danos e a manipulação em linha descreve várias opções interessantes, incluindo propostas sobre a utilização de dados para identificar os consumidores vulneráveis (p. 52) e outras medidas (por exemplo, a autoexclusão).

⁸³ <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/press-room/20200525IPR79717/eu-citizens-want-more-competences-for-the-eu-to-deal-with-crises-like-covid-19>.

⁸⁴ O código visa servir de selo de qualidade para um conjunto unificado de boas práticas para as instituições de microfinanciamento europeias que concedem empréstimos comerciais até 25 000 EUR a microempresários ou trabalhadores independentes. Ver: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1482&langId=pt>.

⁸⁵ Ver a ação 10 acima mencionada.

⁸⁶ Ver Diretiva (UE) 2019/1023 relativa à reestruturação, à insolvência e ao perdão de dívidas.

⁸⁷ Baptista, I., Marlier, E. (2020), *Access to essential services for people on low incomes in Europe. An analysis of policies in 35 countries*, Rede Europeia de Política Social (ESPN), Bruxelas, Comissão Europeia.

⁸⁸ Recomendação da Comissão sobre a pobreza energética, de 14 de outubro de 2020, C(2020) 9600 final.

Estados-Membros orientações sobre as formas de combater a pobreza energética, a fim de capacitar os consumidores de energia vulneráveis.

Os idosos e as pessoas com deficiência têm necessidades específicas em matéria de consumo. É importante assegurar a disponibilidade de informações claras, simples e acessíveis em linha e fora de linha, em conformidade com os requisitos da UE em matéria de acessibilidade dos produtos e serviços⁸⁹. Os consumidores mais velhos e os consumidores com deficiência também necessitam de produtos acessíveis e de tecnologias de assistência que sejam compatíveis com as tecnologias mais comuns. Uma abordagem justa e não discriminatória da transformação digital deve responder às necessidades dos consumidores mais idosos, dos consumidores com deficiência e, de um modo mais geral, dos infoexcluídos, que podem estar menos familiarizados ou ter mais dificuldades com as ferramentas digitais, ficando mais propensos a serem vítimas de fraude. A experiência de alguns Estados-Membros mostra que as **iniciativas locais** que prestam aconselhamento aos consumidores em zonas rurais ou urbanas⁹⁰ são das mais eficazes. As organizações da economia social estão particularmente bem colocadas para responder a estas necessidades graças à sua proximidade das comunidades locais e rurais. Iniciativas semelhantes poderiam ser promovidas através de uma ação comum a nível da UE no âmbito do futuro QFP.

As **crianças e os menores** estão particularmente expostos em linha a práticas comerciais enganosas ou agressivas. É importante investir mais na **educação e na sensibilização dos consumidores ao longo da vida**, para as pessoas em todas as fases da vida após a escolaridade. Tal deve incluir também a promoção da literacia financeira como competência essencial para capacitar os consumidores para tomarem boas decisões sobre as suas finanças pessoais⁹¹. Uma melhor coordenação das ações entre os principais intervenientes a nível nacional e da UE, abrangendo questões como o acesso a materiais didáticos em linha e o reforço das capacidades, poderá ajudar a alcançar sinergias, a inovar continuamente, a adaptar e adotar novas abordagens pedagógicas e em linha, nomeadamente através da criação de plataformas em linha e de outros instrumentos.

As crianças estão também particularmente expostas aos riscos relacionados com os produtos⁹². De todos os produtos notificados como perigosos no sistema de alerta rápido «Safety Gate/RAPEX» em 2019, 32 % eram brinquedos ou produtos para crianças. Para além da revisão da Diretiva Segurança Geral dos Produtos e do reforço do quadro geral, a Comissão irá estabelecer **requisitos de segurança atualizados para as normas relativas aos produtos para crianças**. A Comissão prevê igualmente apoiar a amostragem e análise dos produtos para crianças⁹³ através de atividades coordenadas de fiscalização do mercado

⁸⁹ Diretiva (UE) 2019/882 relativa aos requisitos de acessibilidade dos produtos e serviços, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0882> (JO L 151 de 7.6.2019, p. 70).

⁹⁰ Ver, por exemplo, «*Empowering consumers in the neighbourhood*», Projeto conjunto da Federação Alemã de Associações de Consumidores (vzbv) e dos centros dos consumidores. <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/verbraucher-staerken-im-quartier>.

⁹¹ Ver Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões intitulada «Uma União dos Mercados de Capitais ao serviço dos cidadãos e das empresas - novo plano de ação», COM(2020) 590 final, ação 7: capacitação dos cidadãos através da literacia financeira.

⁹² Os dados relativos a acidentes mostram que as crianças e os idosos são os grupos de consumidores mais vulneráveis em termos de segurança dos produtos. Em conjunto, representam 54 % de todas as lesões relacionadas com produtos, mas apenas 35 % da população da UE.

⁹³ Verificação da segurança dos produtos vendidos em linha e fora, por exemplo, berços, baloiços e andarilhos para bebés.

pelos Estados-Membros⁹⁴. Além disso, incluirá a proteção da segurança das crianças e de outros grupos vulneráveis na edição de 2021 do Prémio da UE para a Segurança dos Produtos, a fim de promover as melhores práticas comerciais neste domínio.

A Diretiva 2004/113/CE⁹⁵ garante a **igualdade de tratamento** entre homens e mulheres no acesso a bens e serviços e seu fornecimento. Tal garante a proteção contra, por exemplo, a recusa de acesso a serviços de crédito para mulheres grávidas, com base numa potencial perda de rendimento esperada, ou a exclusão de mães solteiras de determinados serviços financeiros com base numa perceção de risco de incumprimento mais elevada. A Diretiva 2000/43/CE⁹⁶ também estabelece um quadro jurídico para o combate à discriminação com base na origem racial ou étnica, com vista a pôr em prática nos Estados-Membros o princípio da igualdade de tratamento.

O **risco de discriminação** é por vezes agravado pelos **algoritmos** utilizados por certos fornecedores de bens e serviços e que **podem ser formulados com base em preconceitos** muitas vezes resultantes de expectativas culturais ou sociais preexistentes. Embora esta situação possa conduzir a discriminações entre os consumidores em geral, afeta mais frequentemente determinados grupos, em especial as pessoas oriundas de minorias étnicas ou raciais⁹⁷. A futura proposta de um quadro legislativo horizontal em matéria de inteligência artificial terá como objetivo abordar especificamente a forma de limitar os riscos de parcialidade e discriminação nos sistemas algorítmicos.

Por último, os dados da economia comportamental⁹⁸ mostram que os comportamentos dos consumidores são frequentemente afetados por preconceitos cognitivos, especialmente em linha, que podem ser explorados pelos operadores para fins comerciais. Estas **novas formas de riscos** podem **afetar praticamente todos os consumidores**. As obrigações de transparência são certamente importantes para combater as assimetrias de informação (tal como referido acima no contexto da transformação digital), mas é necessária uma avaliação mais aprofundada para determinar a necessidade de medidas adicionais para fazer face a esta forma dinâmica de vulnerabilidade.

- **Ação 15:** A partir de 2021, a Comissão tenciona aumentar o financiamento para ações que **reforcem a disponibilidade e a qualidade dos serviços de aconselhamento em matéria de dívida** nos Estados-Membros.
- **Ação 16:** A Comissão pretende apoiar, a partir de 2021, iniciativas que proporcionem **aconselhamento local aos consumidores** que, por razões estruturais ou pessoais, não têm acesso ao apoio e informações prestadas em linha ou nos serviços centrais de informação.
- **Ação 17:** Em 2021, a Comissão prevê preparar uma **decisão sobre os requisitos de segurança** a cumprir pelas normas relativas aos **produtos para crianças**, para além de

⁹⁴ Atividades coordenadas no âmbito da segurança dos produtos (artigo 10.º da Diretiva 2001/95/CE relativa à segurança geral dos produtos).

⁹⁵ Diretiva 2004/113/CE do Conselho, de 13 de dezembro de 2004, que aplica o princípio de igualdade de tratamento entre homens e mulheres no acesso a bens e serviços e seu fornecimento (JO L 373 de 21.12.2004, p. 37).

⁹⁶ Diretiva 2000/43/CE do Conselho, de 29 de junho de 2000, que aplica o princípio da igualdade de tratamento entre as pessoas, sem distinção de origem racial ou étnica (JO L 180 de 19.7.2000, p. 22).

⁹⁷ https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2018-focus-big-data_en.pdf.

⁹⁸ https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection/evidence-based-consumer-policy_pt.

reforçar o quadro de segurança dos produtos através de uma proposta de revisão da Diretiva Segurança Geral dos Produtos.

- **Ação 18:** Até 2023, a Comissão desenvolverá uma **abordagem estratégica para melhorar a sensibilização e a educação dos consumidores**, tendo também em conta as necessidades dos diferentes grupos, nomeadamente com base em abordagens baseadas na igualdade e não discriminação.

3.5. Proteção dos consumidores no contexto global

Exemplo: com o aumento do comércio eletrónico, a cooperação com os parceiros internacionais, em particular a China, torna-se cada vez mais importante. A percentagem de aquisições a vendedores fora da UE aumentou de 17 % em 2014 para 27 % em 2019⁹⁹. Intensificar a cooperação com a China em matéria de segurança dos produtos, através de um plano de ação centrado nos produtos vendidos em linha, pode ajudar a reduzir o número de produtos não seguros vendidos diretamente aos consumidores da UE.

As cadeias de produção e de valor são **cada vez mais globais e interligadas**. As cadeias de distribuição e venda a retalho são impulsionadas pelo rápido crescimento do comércio em linha e da economia das plataformas. Consequentemente, uma forte cooperação internacional entre as autoridades e todos os intervenientes na cadeia de abastecimento é importante para assegurar uma proteção eficaz dos consumidores. Ao mesmo tempo, é importante que a UE projete internacionalmente o seu elevado nível de proteção dos consumidores enquanto valor e modelo europeu.

Para garantir a segurança das importações e proteger os consumidores da UE de práticas comerciais desleais utilizadas por operadores de países terceiros, é necessário reforçar a ação interna, através de instrumentos de fiscalização do mercado mais fortes e de uma cooperação mais estreita com as autoridades dos **países parceiros da UE**. Um grande número de produtos perigosos encontrados na UE provém de países terceiros. Em 2019, por exemplo, 64 % dos alertas no sistema de alerta rápido «Safety Gate/RAPEX» diziam respeito a produtos fabricados fora do EEE, frequentemente na China. Desde 2006, a Comissão participou na cooperação em matéria de segurança dos produtos através do sistema RAPEX-China, o que contribuiu para reduzir o número de produtos inseguros, ainda que este continue a ser elevado.

A cooperação e o intercâmbio de dados sobre produtos perigosos **com países com mercados semelhantes** podem constituir outra via para garantir a segurança dos consumidores da UE. Desta forma, os Estados-Membros poderiam orientar melhor as suas atividades e responder aos riscos novos e emergentes. A fim de contribuir para este esforço, a Comissão criou um sistema de intercâmbio regular de informações sobre produtos perigosos com o **Canadá**. Aproveita igualmente o potencial significativo da política comercial e está a debater a inclusão de intercâmbios semelhantes sobre a segurança e a conformidade dos produtos não alimentares e a respetiva fiscalização do mercado nos acordos comerciais atualmente em fase de preparação (por exemplo, com a **Austrália**, a **Nova Zelândia** e o **Chile**).

⁹⁹ Eurostat https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E_commerce_statistics_for_persons_E-shoppin_ot_Out_EU_countries.

É igualmente importante promover uma cooperação estreita com os países da **Vizinhança Europeia** e dos **Balcãs Ocidentais**. Estes são especialmente importantes devido à sua proximidade geográfica e ao processo de alinhamento com o acervo da UE no domínio da proteção e da segurança dos consumidores.

Os elevados padrões de proteção dos consumidores da UE podem servir de exemplo para outros **países com estruturas menos avançadas** de proteção dos consumidores e devem ser promovidos no quadro da agenda internacional. Por exemplo, alguns países terceiros manifestaram grande interesse em adotar um sistema semelhante ao sistema de alerta rápido «Safety Gate/RAPEX». A este respeito, a Comissão presta apoio regulamentar e desenvolve atividades de reforço das capacidades.

A **cooperação multilateral** em questões relacionadas com os consumidores é essencial para promover um nível elevado de proteção e segurança a nível internacional e proteger os consumidores a nível global. Em cooperação com os Estados-Membros, a Comissão continuará a utilizar a sua influência em organizações internacionais como a Organização Mundial do Comércio (OMC), a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (CNUCED), ou a Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económicos (OCDE), a fim de alcançar estes objetivos.

- **Ação 19:** Em 2021, a Comissão pretende desenvolver um **plano de ação com a China** para reforçar a cooperação em matéria de segurança dos produtos vendidos em linha.
- **Ação 20:** A partir de 2021, a Comissão procurará prestar apoio regulamentar e assistência técnica e reforçar as capacidades dos países parceiros da UE, incluindo em **África**¹⁰⁰.

4. GOVERNAÇÃO

A presente Agenda contém as ações propostas pela Comissão para promover as prioridades da política dos consumidores que poderão ser prosseguidas pela UE e pelos seus Estados-Membros nos próximos cinco anos e posteriormente. O seu êxito dependerá de uma parceria alargada que envolva todas as partes interessadas. Esta nova visão da cooperação entre a UE e as prioridades políticas nacionais implica um **novo quadro para uma cooperação reforçada**, capaz de realizar ações concretas. Deve basear-se em prioridades anuais, debatidas numa **cimeira anual dos consumidores** que reúna todas as partes interessadas¹⁰¹ em torno do Dia Mundial do Consumidor¹⁰². Esta cimeira deverá analisar os progressos realizados no ano anterior e definir as prioridades para o ano seguinte.

¹⁰⁰ Em conformidade com a Estratégia da UE para África – Comunicação Conjunta da Comissão Europeia e do Alto Representante da União para os Negócios Estrangeiros e a Política de Segurança ao Parlamento Europeu e ao Conselho, Bruxelas, JOIN(2020) 4 final, de 9 de março de 2020.

¹⁰¹ A Cimeira dos Consumidores reúne as partes interessadas dos Estados-Membros da UE, incluindo os decisores políticos, as autoridades policiais nacionais, o meio académico, as organizações de consumidores e de empresas, bem como os representantes dos jovens.

¹⁰² Celebrado todos os anos em 15 de março.

A Comissão promoverá debates regulares com o **Parlamento Europeu**, o **Comité Económico e Social** e o **Comité das Regiões**. Trabalhará também em estreita colaboração com os Estados-Membros no contexto das redes¹⁰³, grupos de trabalho ou grupos de trabalho *ad hoc* existentes. A este respeito, a Comissão pretende trabalhar em estreita colaboração com as autoridades nacionais, a fim de assegurar uma coordenação estreita das ações e a melhor utilização dos fundos disponíveis a nível nacional e da UE. O intercâmbio dos resultados de projetos de investigação e científicos, bem como o intercâmbio de dados entre os Estados-Membros e a Comissão, poderá contribuir para uma base sólida de dados factuais relevantes.

Este trabalho deve ser acompanhado de uma cooperação estreita e eficaz com as **principais partes interessadas**, incluindo **as organizações de consumidores, a indústria e os meios académicos**. As organizações de consumidores fortes, a nível da União e nacional, são parceiros essenciais na preparação dos trabalhos a realizar no âmbito da presente Agenda, dialogando com os consumidores e apoiando-os. A Comissão criará um **novo grupo consultivo para a política dos consumidores** destinado a analisar os progressos e refletir sobre as prioridades do ano seguinte, como contributo para os debates da cimeira dos consumidores. Este grupo deve reunir todas as partes interessadas, mas também permitir debates específicos, por exemplo entre as organizações de consumidores e as autoridades públicas. Devem ser prosseguidas várias formas de **cooperação com as empresas**, nomeadamente através de atividades de formação, do intercâmbio de boas práticas e de reuniões com empresas que assumem compromissos voluntários.

Paralelamente, o atual **Painel de Avaliação das Condições dos Consumidores** relativo à situação dos consumidores em toda a UE deve **continuar a ser desenvolvido** para refletir melhor a realidade da proteção dos consumidores, da segurança dos produtos e do consumo sustentável a nível nacional e da UE, com base num conjunto revisto de indicadores. Deve basear-se num sistema reforçado de recolha de dados que cubra a situação em todos os mercados e países, os pontos de vista e o comportamento dos consumidores, bem como as capacidades e ações de aplicação dos Estados-Membros. Com base nos dados recolhidos através do Painel de Avaliação e em estreita cooperação com todas as partes interessadas, as medidas e ações nacionais e da UE poderiam ser concebidas, alinhadas e hierarquizadas para assegurar um impacto positivo máximo para os consumidores em toda a UE.

- **Ação 21:** A Comissão pretende criar um **grupo consultivo para a política dos consumidores**, reunindo representantes das organizações de consumidores, da sociedade civil e da indústria em apoio da Agenda do Consumidor¹⁰⁴.
- **Ação 22:** A Comissão tenciona renovar o **Painel de Avaliação das Condições de Consumo** em 2021, a fim de melhorar a sua função de acompanhamento e avaliação comparativa, bem como a sua relevância para o reforço da cooperação em matéria de aplicação da legislação na UE.

¹⁰³ Por exemplo, a rede de política dos consumidores, que reúne altos funcionários dos Estados-Membros e da Comissão.

¹⁰⁴ Trata-se de um grupo informal de peritos, em conformidade com a Decisão da Comissão, de 30.5.2016, que estabelece regras horizontais relativas à criação e ao funcionamento dos grupos de peritos da Comissão, C(2016) 3301 final.

5. CONCLUSÃO

A UE dispõe de um quadro robusto de defesa do consumidor, desenvolvido ao longo de muitos anos e reforçado recentemente através de várias iniciativas legislativas de que os consumidores da UE beneficiarão nos próximos anos. A Nova Agenda do Consumidor descreve a forma como estas realizações podem ser consolidadas através de uma série de ações para enfrentar os desafios, muitos dos quais se agudizaram no contexto da atual pandemia, e para reforçar o quadro geral de compromissos entre as instituições da UE, os Estados-Membros e as partes interessadas. Tal contribuirá como um fator essencial para a recuperação sustentável e a resiliência da economia e dos consumidores da UE.

A Comissão aguarda com expectativa um amplo diálogo com todas as partes interessadas sobre as prioridades e as ações, bem como sobre os métodos de cooperação para promover a proteção dos consumidores nos próximos anos, tal como estabelecido na presente Agenda.