

Др Драган Вујисић, редовни професор  
Правног факултета Универзитета у Крагујевцу  
ORCID: 0000-0003-2563-730X

Прегледни научни рад  
УДК: 342.726-057.187(4-672EU)  
DOI: 10.46793/UPSSXII.673V

## ДИРЕКТИВА 2024/825/ ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ О ЈАЧАЊУ ПОЛОЖАЈА ПОТРОШАЧА У ЗЕЛЕНОЈ ТРАНЗИЦИЈИ\*

### Резиме

Директивом 2024/825/EУ жели се постићи виши ниво заштите потрошача у сектору заштите животне средине. Циљеви су омогућавање да потрошачи буду адекватно информисани како би доносили утемељеније одлуке о послу ради промовисања одрживе потрошње, уклањање пракси које штете одрживој привреди и спречавају потрошаче у одабиру одрживе потрошње, као и обезбеђење боље и доследније примене правног оквира Уније о потрошачима.

Директивом 2024/825/EУ врше се измене Директиве 2005/29/EЗ о непоштеним пословним праксама у погледу пословних пракси које се сматрају заваравачким, и стога забрањеним, на основу оцене појединачног случаја, додавањем одређених заваравачких пракси које се у свим околностима сматрају непоштенима и стога забрањеним. Иначе, могуће је сматрати да је пословна пракса непоштена упркос томе што није изричито наведена као непоштена пословна пракса у Прилогу I. Директиви 2005/29/EЗ

Директивом 2024/825/EУ врше се и измене Директиве 2011/83/EУ о правима потрошача. Све те измене своде се на следеће: како би потрошачи доносили утемељеније одлуке (“боље информисане одлуке”) и како би се стимулисала потражња и понуда трајније робе, пре закључења уговора треба потрошачима пружити специфичне информације о трајности и могућности поправка производа, за све врсте робе. Директива 2011/83/EУ мења се како би се потрошачима пружиле предуговорне информације о трајности, могућности поправке и доступности ажурирања, на јасан и разумљив начин.

**Кључне речи:** потрошач, заштита животне средине, одржива потрошња, зелена транзиција.

---

\* Рад је резултат истраживања на пројекту Правног факултета Универзитета у Крагујевцу: „Усклађивање правног система Србије са стандардима Европске уније”, који се финансира из средстава Факултета.

## 1. Уводне напомене

У потрошачком праву Европске уније (ЕУ) већ неколико година уназад приметни су напори да се правила о заштити потрошача користе као средство постизања одрживости.<sup>1</sup> Поред заштите економских интереса потрошача, потрошачко право на тај начин своје циљеве усмерава и према остваривању ширих друштвених интереса. Приметне су и бројне законодавне иницијативе на нивоу ЕУ којима се постиже стварање одрживијег потрошачког права.<sup>2</sup> У том циљу фебруара 2024. године усвојена је Директива о измени директива 2005/29/ЕЗ и 2011/83/ЕУ у погледу јачања положаја потрошача у зеленој транзицији бољом заштитом од непоштених пракси и бољим информисањем.<sup>3</sup> Овом директивом се жели постаћи виши ниво заштите потрошача и то у сектору заштите животне средине.

Како би се остварио напредак у тзв. зеленој транзицији, неопходно је да потрошачи могу доносити утемељене одлуке о куповини и тако допринети одрживијим обрасцима потрошње. То подразумева да су трговци (произвођачи робе, продавци, пружаоци услуга) одговорни за пружање јасних, релевантних и поузданих информација. Зато је у право ЕУ о заштити потрошача потребно увести посебна правила како би се сузбиле пословне праксе које заварavaju потрошаче, доводе их у заблуду и спречавају их да одаберу одрживу потрошњу, као што су праксе повезане с раним застаривањем робе, обмањујуће еколошке тврдње („*greenwashing*“), заварavajuће информације о друштвеним карактеристикама производа или пословања трговаца или нетранспарентне и неверодостојне ознаке одрживости. Осигуравање поштених, разумљивих и поузданих тврдњи о прихватљивости за животну средину (еколошке тврдње) у интересу је и трговаца, јер омогућава да раде под једнаким условима, а потрошачи да одаберу производе који су истински бољи за животну средину од конкурентских производа. Тиме се постиже тржишна утакмица која доводи до еколошки одрживијих производа и самим тиме ће смањити негативан утицај на животну средину.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Mak, V., Terryn, E., *Circular economy and consumer protection: The consumer as a citizen and the limits of empowerment through consumer law*, Journal of Consumer Policy, бр. 1/2020, стр. 227-229.

<sup>2</sup> Вид. Keirsblick, B. et al, *Sustainable Consumption and Consumer Protection Legislation*, European Parliament - Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, Directorate-General for Internal Policies, Brussels, 2020.

<sup>3</sup> Directive (EU) 2024/825 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2024 amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information.

<sup>4</sup> Види, рецитал 1.

## 2. Измене Директиве 2005/29/ЕЗ о непоштеној пословној пракси

Правила о непоштеним пословним праксама већ готово две деценије чине значајан део потрошачког права ЕУ и Србије. Према Директиви о непоштеним пословним праксама, као и према српском ЗЗП-у, постоје три могућности квалификовања конкретних ситуација (пословних пракси) под неки од предвиђених облика института непоштене пословне праксе: 1) генерална клаузула непоштене пословне праксе, 2) тзв. мале клаузуле обмањујуће и насртљиве пословне праксе и 3) тзв. црна листа непоштене пословне праксе.<sup>5</sup> Ово квалификовање се врши у три корака, са карактеристиком „кретања“ од посебног ка општем.<sup>6</sup> То значи да се најпре испитује да ли се конкретна пословна пракса може подвести под неку од пракси на тзв. црној листи.<sup>7</sup> Ако се конкретна пословна пракса не може подвести под тзв. црну листу, следи провера испуњености услова садржаних у тзв. малим клаузулама, да би се тек у последњој фази (и то само ако нису испуњени услови из тзв. малих клаузула) ценила испуњеност услова садржаних у тзв. генералној клаузули. Значај забране непоштених пословних праксе све је већи у савременим условима пословања, па је реформа и боља примена ових правила значајна и за развој потрошачког права које служи остваривању опште сврхе одрживости.<sup>8</sup>

Нова правила односе се на измене у погледу пословних пракси које се сматрају заваравачким (обмањујућим), и стога забрањеним, на основу оцене појединачног случаја, додавањем одређених заваравачких пракси које се у свим околностима сматрају непоштенима и стога забрањенима (измена Прилога I Директиви 2005/29). И даље је могуће сматрати да је пословна пракса непоштена на основу чл. од 5. до 9. Директиве 2005/29, упркос томе што одређена пракса није наведена као непоштена пословна пракса у Прилогу I. Директиви 2005/29/ЕЗ. Како би потрошачи били оснажени за доношење утемељенијих одлука и како би се тако поставила потражња и понуда за одрживијом робом, не би требало да буду заведени у погледу еколошких или друштвених карактеристика производа или аспеката кружности, као што су трајност, могућност поправки или рециклирања у оквиру целокупног представљања производа. Отуда чл. 6. ст. 1. тач. (б) Директиве 2005/29/ЕЗ мења се додавањем “и друштвених карактеристика и аспеката кружности на листу главних карактеристика производа у погледу којих се пракса трговца може сматрати

---

<sup>5</sup> Вид. Collins, H., *Harmonization by example: European Laws against unfair commercial practices*, *Modern Law Review*, бр. 1/2010.

<sup>6</sup> Михајловић, Б., *Непоштена пословна пракса у савременим условима пословања*, Зборник радова: Савремени правни промет и услуге, Крагујевац, 2018, стр. 324-325.

<sup>7</sup> Durovic, M., *European Law on Unfair Commercial Practices and Contract Law*, Oxford, Portland 2016, стр. 12-13.

<sup>8</sup> Михајловић, Б., *Промена потрошачког права у дигитално доба*, Крагујевац, 2023, стр. 87.

заваравајућима након оцене појединачног случаја”. Информације које трговци дају о друштвеним карактеристикама производа у целом његовом ланцу вредности могу се односити, на пример, на квалитет и правичност услова рада укључене радне снаге, као што су адекватне плате, социјална заштита, безбедност радног окружења и социјални дијалог. Такве информације се такође могу односити на поштовање људских права, на једнак третман и могућности за све, укључујући родну равноправност, инклузију и различитост, на доприносе друштвеним иницијативама или на етичке обавезе, као што је добробит животиња.<sup>9</sup>

У ст. 2. чл. 6. Директиве 2005/29/ЕЗ додаје се тачка (д) “изношење тврдње о прихватљивости за животну средину у вези с будућом еколошком ефикасношћу без јасних, објективних, јавно доступних и проверљивих обавеза утврђених у детаљном и реалистичном плану спровођења који укључује мерљиве и временски ограничене циљеве и друге релевантне елементе потребне за помоћ у његовом спровођењу, као што је расподела ресурса, и који редовно проверава стручна трећа страна чији се налази стављају на располагање потрошачима”. Тврдње о прихватљивости за животну средину, посебно тврдње које су повезане с климом, у све се већој мери односе на будућу ефикасност у облику преласка на угљеник или климатску неутралност, или сличан циљ, до одређеног датума. Оваквим тврдњама трговци стварају утисак да потрошачи куповином њихових производа доприносе нискоугљеничној привреди. Да би се осигурала правичност и веродостојност таквих тврдњи, чл. 6. ст. 2. Директиве 2005/29/ЕЗ мења се како би се, након оцене појединачног случаја, забраниле такве тврдње ако нису праћене јасним, објективним, јавно доступним и проверљивим обавезама и циљевима које је пружио трговац и које су наведене у детаљном и реалистичном плану спровођења који показује како ће се те обавезе и циљеви постићи и додељује средства у ту сврху. Тај план треба да укључи све релевантне елементе потребне за испуњавање обавеза, као што су прорачунска средства и технолошки развој. Такве тврдње, такође, треба да провери и стручна трећа страна, која је независна од трговца, без сукоба интереса, која има искуство и стручност у питањима животне средине и којој треба бити омогућено редовно праћење напретка трговца с обзиром обавезе и циљеве, укључујући кључне етапе за њихово постизање. Трговци треба да обезбеде да су редовни налази стручне треће стране доступни потрошачима.<sup>10</sup>

У истом ставу додаје се и тачка (е) “оглашавање погодности за потрошаче које су неважне и не произлазе ни из једног обележја производа или пословања.” Још једна потенцијално заваравајућа пословна пракса која би потрошаче могла заварати о томе да су кориснији за потрошаче, животну средину или друштво од других производа или послова трговаца исте врсте, на пример, тврдња да

---

<sup>9</sup> Види, рецитал 3.

<sup>10</sup> Види, рецитал 4.

одређена робна марка воде у боци не садржи глутен или тврдња да листови папира не садрже пластику.<sup>11</sup>

У чл. 7. додаје се следећи став: "Ако трговац пружа услугу у оквиру које се упоређују производи и потрошачу пружају информације о еколошким или друштвеним карактеристикама или аспектима кружности, као што су трајност, могућност поправке или рециклирања, производа или добављача тих производа, информације о методи упоређења, производима који су предмет поређења и добављачима тих производа као и мере које су успостављене ради одржавања ажурности тих информација сматрају се битним информацијама". Поређење производа на основу њихових еколошких или друштвених карактеристика или аспеката кружности, као што су трајност, могућност поправке или рециклирања, све је чешћа маркетиншка метода при стављању производа на тржиште која може да доведе потрошаче у заблуду, који нису увек у стању да процене поузданост тих информација. Како би се осигурало да таква поређења не доведу потрошаче у заблуду, чл. 7 Директиве 2005/29/ЕЗ мења се тако да се од трговаца захтева да потрошачима пруже информације о методи поређења, производима који су предмет поређења и добављачима тих производа и мерама за ажурирање информација. Ово би требало да обезбеди да потрошачи доносе боље информисане одлуке о трансакцијама када се ослањају на таква поређења. Треба обезбедити да таква поређења буду објективна, посебно упоређивањем производа који служе истој функцији, коришћењем заједничког метода и заједничких претпоставки, и поређењем материјала и проверљивих карактеристика производа који се пореде.<sup>12</sup>

Прилог I Директиви 2005/29/ЕЗ мења се додавањем више пракси које се сматрају непоштеним. То су:

2а "истицање ознаке одрживости која се не темељи на програму сертификаковања или коју нису утврдила јавна тела."

Ознаке одрживости могу се односити на многа обележја производа, процеса или пословања те је кључно осигурати њихову транспарентност и веродостојност. Стога, приказивање ознака одрживости које се не заснивају на сертификаковању или која нису утврдила јавна тела забрањује се уврштавањем такве праксе на попис у Прилогу I. Директиви 2005/29/ЕЗ. Пре истицања ознаке одрживости трговац треба да осигура да, у складу с јавно доступним условима програма сертификаковања она испуњава минималне услове у погледу транспарентности и веродостојности, укључујући постојање објективног праћења усклађености са захтевима програма. Такво праћење треба да спроводи трећа страна која је стручна и независна и од власника програма и од трговца, осигурана на основу међународних, Унијиних или националних норми и поступака, на пример доказивањем сагласности с релевантним међународним нормама, као што је ИСО 17065 „Оцењивање сагласности – захтеви за тела која

---

<sup>11</sup> Види, рецитал 5.

<sup>12</sup> Види, рецитал 6.

спроводе сертификацију производа, процеса и услуга” или помоћу механизма предвиђених Уредбом (ЕЗ) бр. 765/2008. Приказивање ознака одрживости и даље је могуће без програма сертификавања када је такве ознаке утврдило јавно тело, ако је реч о додатним облицима изражавања и презентовања хране који се користе у складу с чл. 35. Уредбе (ЕУ) бр. 1169/2011. Примери ознака одрживости које су утврдила јавна тела су логотипи који се додељују ако су у складу са захтевима уредаба (ЕЗ) бр. 1221/2009 или (ЕЗ) бр. 66/2010. Неки сертификацијски жигови могу функционисати и као ознаке одрживости ако се њима промовише производ или пословање с обзиром на његове еколошке или друштвене карактеристике или обоје. Трговац би такве сертификацијске ознаке могао приказивати само ако су утврдила јавна тела или ако се заснивају на сертификавања. То правило допуњује тач. 4. Прилога I. Директиви 2005/29/ЕЗ којом се забрањује тврдња да је трговца, пословну праксу трговца или производ одобрило, препоручило или потврдило јавно или друго тело ако то није случај или се износи таква тврдња ако нису испуњени услови одобрења, препоруке или допуштења. Добровољни тржишни стандарди и добровољни јавни стандарди за зелене и одрживе обвезнице нису првенствено усмерени на мале улагаче и подлежу посебним законима. Због тога се ти стандарди не би сматрали ознакама одрживости на основу ове Директиве. Важно је да јавна тела, колико је то могуће и у складу с правом ЕУ, промовишу мере за олакшавање приступа ознакама одрживости за мала и средња предузећа.<sup>13</sup> У случајевима у којима приказивање ознаке одрживости укључује тржишно комуницирање које сугерише или ствара утисак да производ позитивно утиче или не утиче на животну средину или да је мање штетан за животну средину од конкурентских производа, треба сматрати да и таква ознака о одрживости представља тврдњу о прихватљивости за животну средину.<sup>14</sup>

- 4а “Општа тврдња о прихватљивости за животну средину, а да трговац не може доказати признату изврсну еколошку ефикасност релевантну за тврдњу”;

- 4б “Тврдња о прихватљивости целокупног производа или целокупног пословања трговца за животну средину кад се она односи само на одређени аспект производа или на одређену делатност пословања трговца”

- 4ц “Тврдња, на основу компензације стакленичких плинова, да производ има неутралан, смањен или позитиван утицај на животну средину у смислу емисија стакленичких плинова”.

Прилог I Директиве 2005/29/ЕЗ мења се уметањем забране давања општих еколошких тврдњи без признатих извршних еколошких перформанси које су релевантне за тврдњу. Примери општих тврдњи о прихватљивости за животну средину укључују „прихватљиво за животну средину”, „еколошки прихватљиво”, „зелено”, „пријатељ природе”, „еколошки”, „добро за животну средину”, „климатски прихватљиво”, „нежно за животну средину”, „угљично

---

<sup>13</sup> Види, рецитал 7.

<sup>14</sup> Види, рецитал 8.

прихватљиво", „енергетски ефикасно", „биоразградиво", „биобазирано" или слични наводи који сугеришу или стварају утисак да је реч о производу изврсне еколошке ефикасности. Такве опште тврдње о прихватљивости за животну средину су забрањене кад није могуће доказати признату изврсну еколошку ефикасност. Кад је спецификација тврдње о прихватљивости за животну средину јасно и на уочљив начин наведена на истом медију, као што је исти рекламни спот, амбалажа производа или *interfejs* за интернетску продају, тврдња о прихватљивости за животну средину не сматра се општом тврдњом о прихватљивости за животну средину. На пример, тврдња „климатски прихватљива амбалажа" била би општа тврдња, а тврдња да „100 % енергије која се употребљава за производњу ове амбалаже долази из обновљивих извора" била би специфична тврдња која није обухваћена овом забраном. Даље, тврдња изнесена у писаном облику или усмено у комбинацији с имплицитним тврдњама као што су боје или слике могла би представљати општу тврдњу о прихватљивости за животну средину. Призната изврсна еколошка ефикасност може се доказати и примењивим правом Уније.<sup>15</sup>

Предметна призната изврсна еколошка ефикасност мора бити релевантна за читаву тврдњу. На пример, општа тврдња о прихватљивости за животну средину као што је „енергетски ефикасно" могла би се изнети на основу признате изврсне еколошке ефикасности у складу с Уредбом (ЕУ) 2017/1369. Супротно тому, општа тврдња о прихватљивости за животну средину као што је „биоразградиво" не би се могла изнети на основу признате изврсне еколошке ефикасности у складу с Уредбом (ЕЗ) бр. 66/2010 ако у посебним критеријима знака за животну средину ЕУ-а не постоје захтеви за биоразградивост који се односе на предметни производ. Слично томе, трговац не би требао износити опште тврдње као што су „свесно", „одрживо" или „одговорно" које се заснивају искључиво на признатој изврсној еколошкој ефикасности јер се такве тврдње, осим на еколошка обележја, односе и на друга обележја, као што су друштвена обележја.<sup>16</sup>

Изношење тврдње о прихватљивости за животну средину целокупног производа или целокупног пословања трговца када се она заправо односи само на одређени део производа или на специфичну, нерепрезентативну делатност пословања трговца још је једна зававајућа пословна пракса забрањена у свим околностима и стога додата на попис у Прилогу I. Директиви 2005/29/ЕЗ. Та би се забрана, на пример, примењивала када би се производ ставио на тржиште као производ „израђен од рециклираног материјала", чиме се створа утисак да је цели производ израђен од рециклираног материјала иако је заправо само амбалажа израђена од рециклираног материјала или кад трговац оставља утисак да се користи само обновљивим изворима енергије иако неколико његових пословних постројења и даље употребљава фосилна горива. У складу с тиме, забрана не би требала спречити трговца да наводи тврдње о прихватљивости за

---

<sup>15</sup> Види, рецитал 9.

<sup>16</sup> Види, рецитал 10.

животну средину свог целокупног пословања, под условом да су те тврдње тачне и проверљиве и да се њима не прецењују користи за животну средину, као што би било случају ако би трговац известио о смањењу употребе фосилних горива у свом целокупном пословању.<sup>17</sup>

Посебна је важна забрана изношење тврдњи, које се заснивају на неутрализацији емисија стакленичких плинора, да производ, без обзира на то ради ли се о роби или услузи, има неутралан, смањен или позитиван утицај на животну средину у смислу емисија стакленичких плинора, јер зававају потрошаче терајући их да поверују да се такве тврдње односе на сам производ или на испоруку тог производа и његову производњу или због тога што код потрошача стварају погрешан утисак да конзумација тог производа нема утицај на животну средину. Примери таквих тврдњи су „климатски неутрално“, „сертифицирано CO<sub>2</sub> неутрално“, „угљично позитивно“, „климатски неутрално“, „климатски компензовано“, „смањен утицај на климу“, „ограничен CO<sub>2</sub> отисак“. Такве би тврдње бити допуштене само ако се заснивају на стварним учинцима предметног производа током животног циклуса, а не на неутрализацији емисија стакленичких плинора ван вредносног ланца производа јер прво и друго нису еквиваленти. Таква забрана не би требала спречити предузећа да оглашавају своја улагања у иницијативе за заштиту животне средине, укључујући пројекте угљичних кредита, под условом да се такве информације пружају на начин који није зававајући и који је у складу са правом ЕУ.<sup>18</sup>

- 10а “Представљање захтева прописаних законом за све производе унутар релевантне категорије производа на тржишту Уније као разликовног обележја понуде трговца.”

Изношење захтева који су прописани законом за све производе унутар релевантне категорије производа на тржишту Уније, укључујући увезене производе, као карактеристику обележја понуде трговца, забрањене су у свим околностима, и додате на попис у Прилогу И. Директиви 2005/29/ЕЗ. Та се забрана примењује, на пример, ако трговац оглашава дотични производ као производ који не укључује одређену хемијску супстанцу кад је та супстанца већ забрањена законом за све производе унутар те категорије производа у Унији. С друге стране, том забраном нису обухваћене пословне праксе којима се промовише усклађеност трговаца или производа с правним захтевима који се примењују само на те производе, али не и на друге конкурентске производе исте категорије на тржишту Уније, као што су производи који су пореклом изван Уније. Могло би се догодити да одређени производи на тржишту морају бити у складу с одређеним правним захтевима, док други производи из исте категорије производа не морају бити у складу с тим захтевима. На пример, у погледу рибљих производа који су произведени одрживо у складу с правом Уније, било би допуштено промовисати обележја одрживости тих производа која су

---

<sup>17</sup> Види, рецитал 11.

<sup>18</sup> Види, рецитал 12.



усклађена с правним захтевима Уније ако рибљи производи пореклом из треће земље који се нуде на тржишту Уније не морају подлегати тим правним захтевима Уније.<sup>19</sup>

23. d. "Ускрађивање информација потрошачу о чињеници да ће ажурирање софтвера негативно утицати на функционирање робе с дигиталним елементима или на употребу дигиталног садржаја или дигиталних услуга", 23. e. "Представљање ажурирања софтвера као нужног кад се њиме само побољшава функционалност",

23. f. "Свако тржишно комуницирање повезано с робом која садржи карактеристику која је уведена како би се ограничила њена трајност упркос томе што су информације о карактеристици и њеним учинцима на трајност робе доступне трговцу",

23. g. "Лажна тврдња да роба у уобичајеним условима употребе има одређену трајност у смислу времена или интензитета кориштења",

23. h. "Представљање робе тако да се износе тврдње да се производ може поправити, иако то није случај", "Навођење потрошача да замени или допуни материјал производа раније него што би то било потребно због техничких разлога",

23. j. "Ускрађивање информација о нарушавању функционалности робе при употреби потрошног материјала, резервних делова или прибора које није испоручио изворни прооизвођач или лажна тврдња да ће до таквог нарушаваеа доћи".

Како би се побољшала заштита односно добробит потрошача, изменама Директиве 2005/29/ЕЗ обухваћено је и неколико пракси повезаних с раним застаревањем, укључујући праксе раног планираног застаревања, које се сматрају пословном политиком која укључује намерно планирање или дизајнирање производа с ограниченим веком трајања како би производ прерано застарео или постао нефункционалан након одређеног времена или након унапред одређеног интензитета кориштења. Куповина производа за које се очекује да ће трајати дуже него што заправо трају штетна је за потрошаче. Осим тога, праксе раног застаревања негативно утичу на животну средину услед повећаног отпада као и повећане потрошње енергије и материјала. Информацијама о пракси раног застаревања могла би се смањити количину отпада и тиме допрнети одрживијој потрошњи.<sup>20</sup>

Тржишно комуницирање за робу која садржи особину уведену ради ограничавања њене трајности, пословна је пракса која је штетна запотрошаче и животну средину јер се њоме подстиче продаја такве робе, што доводи до већих трошкова за потрошаче и непотребну употребу ресурса, производње отпада и емисија стакленичких плинова. Стога је такво тржишно комуницирање забрањено ако су информације о тој особини и њеним ефектима на трајност робе

---

<sup>19</sup> Види, рецитал 15.

<sup>20</sup> Види, рецитал 16.

доступне трговцу. Пример може бити softver који онемогућује или смањује функционалност робе након одређеног времена или део хардвера који је дизајниран тако да се поквари након одређеног времена. То би такође могао бити недостатак у дизајну или производњи који, упркос томе што није уведен као особина за ту сврху, резултира прераним недостатком робе ако се не отклони након што је трговац обавештен о постојању особине и њеним учинцима. У контексту те забране, тржишно комуницирање укључује комуникацију намењену директној или индиректној промоцији робе. Производња робе и њено стављање на тржиште не представљају тржишно комуницирање. Циљ те забране усмерен је углавном на трговце који су и произвођачи робе јер су они ти који одређују трајност робе. Стога, кад се утврди да роба садржи особину којом се ограничава њена трајност, од произвођача те робе требало би очекивати да буде свестан те особине и њеног дејства на трајност те робе. Међутим, ова забрана усмерена је и на трговце који нису произвођачи робе, као што су продавци, ако су им доступне поуздане информације о особинама и њеним ефектима на трајност, као што су изјава надлежног националног тела или информације које је пружио произвођач. Забрана се примењује чим су такве информације доступне трговцу, без обзира на то да ли је трговац заиста упознат с тим информацијама или не, на пример јер их је занемарио. Да би се таква пословна пракса сматрала непоштеном, није потребно доказати да је сврха особине производа подстицање на замену предметне робе, већ би било довољно доказати да је особина уведена како би се ограничила трајност робе<sup>21</sup> (употребу особина које ограничавају трајност робе треба разликовати од производних пракси у којима се примењују материјали или поступци који су уопштено ниског квалитета и који због тога утичу на ограничену трајност робе

Пракса изношења лажне тврдње да роба има одређену трајност у смислу времена употребе или интензитета у уобичајеним условима употребе још је једна пракса која је забрањена. То би био случај, на пример, ако трговац информише потрошаче да се очекује да ће веш машина трајати одређени број циклуса прања у складу с нормално очекиваном употребом наведеном у упутству, док стварна употреба у прописаним условима показује да то није случај. Такве тврдње у великој мери износе произвођачи јер су они ти који одређују трајност робе. Стога се очекује да су трговци, који су произвођачи робе, свесни лажних тврдњи у погледу трајности робе, док би се други трговци, као што су продавци, требали ослонити на поуздане информације које су им доступне, на пример на основу изјаве надлежног националног тела или информација које је пружио произвођач.<sup>22</sup>

Прилог I Директиви 2005/29/EЗ, исто тако, мења се и како би се забранило представљање производа тако да се износе тврдње да се производ може поправити, иако то није случај. Забрана пракси у односу на трајност и могућност

---

<sup>21</sup> Види, рецитал 19.

<sup>22</sup> Види, рецитал 20.

поправке у Директиви 2005/29/ЕЗ пружа субјектима за заштиту потрошача додатни алат за бољу заштиту интереса потрошача у случајевима у којима трговци не поштују захтеве у погледу трајности и могућности поправка робе, у складу с правом које се односи на одређене производе.

Навођење потрошача на замену или допуну потрошног материјала производа раније него што би то иначе било потребно из техничких разлога још је једна пракса повезана с раним застаревањем која је забрањена. Таквим праксама потрошач се завашава да роба више неће бити функционална ако се њен потрошни материјал не замени, што купца наводи на куповину више потрошног материјала него што је потребно.

Прилог I. Директиви 2005/29/ЕЗ мења се и како би се забранило усклађивање информација којима се потрошач информисе о нарушеној функционалности робе при употреби потрошног материјала, резервних делова или прибора које није пружио изворни произвођач. На пример, ако је уређај дизајниран тако да је његова функционалност ограничена при употреби резервних делова које није пружио изворни произвођач, те информације не би требале бити скривене од потрошача у тренутку куповине. Такође, забрањено је завашавање потрошача да ће употреба потрошног материјала, резервних делова или прибора које није испоручио изворни произвођач нарушити функционалност робе када то није случај. Очекује се да трговци који су произвођачи робе имају те информације, док би се продавци, требали ослонити на поуздане информације које су им доступне, на пример на основу изјаве надлежног националног тела или информација које је пружио произвођач.<sup>23</sup>

### **3. Измене Директиве 2011/83/ЕУ о правима потрошача**

Директива о правима потрошача представља основни извор потрошачког права ЕУ.<sup>24</sup> Ова Директива садржи одредбе о праву потрошача на предуговорно информисање, посебним правима потрошача при закључењу уговора на даљину и изван пословних просторија, праву потрошача на одустанак, роковима испоруке робе код уговора о продаји робе на даљину и одговорности продавца у случају закаснеле испоруке итд. Директива о правима потрошача претрпела је неколико измена од њеног доношења 2011. године. Потреба постизања одрживог потрошачког права утиче и на настанак потребе за изменама и допунама Директиве о правима потрошача, до којих је дошло усвајањем Директиве о оснаживању потрошача за зелену транзицију.

Директивом 2024/825/ЕУ врше се измене у чл. 2, 5, 6, 8, 22. и 27. Директиве 2011/83/ЕУ. Све те измене своде се на следеће:

---

<sup>23</sup> Види, рецитал 24.

<sup>24</sup> Smekal, H. et al., *Flexible implementation and the Consumer Rights Directive*, Working Paper, EUI RSC, бр. 2022/24.

Како би потрошачи доносили утемељеније одлуке (“боље информисане одлуке”) и како би се стимулисала потражња и понуда трајније робе, пре закључења уговора треба пружити специфичне информације о трајности и могућности поправка производа, за све врсте робе. Када је реч о роби с дигиталним елементима, дигиталном садржају и дигиталним услугама, потрошаче треба информисати и о периоду у којем је доступно бесплатно ажурирање софтвера. Зато се Директива 2011/83/ЕУ мења како би се потрошачима пружиле предуговорне информације о трајности, могућности поправке и доступности ажурирања. Информације се морају пружити на јасан и разумљив начин.

Добар показатељ трајности робе је произвођачева комерцијална гаранција трајности. Произвођачева комерцијална гаранција трајности обавеза је произвођача према потрошачу у погледу трајности робе. Тачније то је обавеза да ће роба задржати своје функције и перформансе током уобичајене употребе. Како би се потрошач информисао о чињеници да се за одређену робу нуди гаранција трајности, ту информацију треба пружити потрошачу употребом одговарајуће ознаке. Од трговаца који продају робу захтева се да информишу потрошаче о постојању и трајању сваке комерцијалне гаранције трајности које произвођач нуди без додатних трошкова, које обухвата робу у целости и која траје дуже од две године, ако произвођач такве информације ставља на располагање трговцу. Од трговца се не захтева да активно тражи такве информације од произвођача. Како би се избегло да потрошачи мешају комерцијалну гаранцију трајности и законску гаранцију усклађености, потрошаче би на ознаци требало подсетити да, такође, имају право на законску гаранцију усклађености.<sup>25</sup> Јер, потрошачи често нису свесни својих законских права. Зато их треба “подсетити” на постојање законске гаранције усклађености и на његове главне елементе, укључујући његово минимално трајање од две године и упућивање на могућност да трајање законске гаранције усклађености може бити дуже у складу с националним правом. Тиме се спречава могућа забуне с информацијама о комерцијалној гаранцији трајности.

Ознака гаранције мора бити истакнута на уочљив начин и употребљавати се на начин који потрошачима омогућује да лако утврде која конкретна роба остварује корист од комерцијалне гаранције трајности које произвођач нуди без додатних трошкова, која обухвата читаву робу и траје дуже од две године, на пример стављањем ознаке директно на амбалажу одређене робе, истицањем ознаке на уочљив начин на полици на коју се роба обухваћена таквом гаранцијом ставља или стављањем ознаке директно уз слику робе у случају продаје на интернету.<sup>26</sup> Произвођачи који нуде комерцијалну гаранцију трајности могу сами ставити ознаку директно на одређену робу или на њену

---

<sup>25</sup> Види, рецитал 26.

<sup>26</sup> Види, рецитал 28.

амбалажу како би остварили корист од комерцијалне предности. Трговци требају обезбедити да је ознака јасно видљива.

С обзиром на минимално трајање законске гаранције усклађености од две године и чињеницу да до многих недостатака на производу долази након тог периода, обавеза трговца да информиса потрошаче о постојању и трајању произвођачеве комерцијалне гаранције трајности коришћењем ознаке треба примењивати само на комерцијалну гаранцију трајности која се нуде за период дужи од две године.

Трговци морају информисати потрошаче о постојању и трајању произвођачеве комерцијалне гаранције трајности за робу у целости, а не за одређене компоненте робе, како би се потрошачима олакшало доношење утемељене одлуке о послу при упоређењу робе пре закључења уговора.

Произвођач и продавац могу и даље слободно нудити друге врсте комерцијалних гаранција и постпродајних услуга. Међутим, информације које се потрошачу пружају о другим комерцијалним гаранцијама или услугама не смеју збунити потрошача у погледу постојања и трајања комерцијалне гаранције трајности које произвођач нуди без додатних трошкова, а која обухвата робу у целости и траје дуже од две године, и за коју се употребљава одговарајућа, на нивоу Уније усклађена ознака.<sup>27</sup>

Пре него што уговор постане обавезујући за потрошача, трговци су обавезни да информисају потрошаче о постојању и условима постпродајних услуга, укључујући услуге поправке, ако се такве услуге пружају. Осим тога, како би се потрошачима омогућило да донесу утемељену одлуку о послу и одаберу робу коју је лакше поправити, трговци би, ако је то примењиво, требали пре него што уговор постане обавезујући за потрошача навести оцену поправљивости робе како ју је навео произвођач и како је утврђена на нивоу Уније.<sup>28</sup> Како би се обезбедило да су потрошачи добро информисани о могућности поправке робе коју купују, ако оцена поправљивости није утврђена на нивоу Уније, трговци би требали осигурати друге релевантне информације о поправкама које је произвођач ставио на располагање, као што су информације о доступности, процењеном трошку и поступку наручивања резервних делова који су потребни за одржавање усклађености робе, доступности упутстава за поправку и одржавање као и о ограничењима поправки.<sup>29</sup>

Посебно, када је реч о роби, трговац мора потрошачима пренети информације које је произвођач пружио трговцу или их је намеравао на неки други начин учинити доступним потрошачу пре закључења уговора тако да их назначи на самом производу, његовој амбалажи или ознакама и налепницама које би потрошач прочитао пре закључења уговора. Од трговца се не захтева да активно тражи такве информације од произвођача, на пример, претраживањем

---

<sup>27</sup> Види, рецитал 32.

<sup>28</sup> Види, рецитал 34.

<sup>29</sup> Види, рецитал 35.

на интернетским страницама о одређеном производу. У интересу произвођача је да проактивно пружа такве информације како би остварио корист односно комерцијалну предност.<sup>30</sup>

## 4. Закључак

Државе чланице до 27. марта 2026. дужне су донети и објавити мере потребне ради усклађивања са Директивом 2024/825/ЕУ. Оне су дужне да о томе одмах обавесте Комисију. Оне су потом дужне да те мере примењују од 27. септембра 2026. Српско потрошачко законодавство је у великој мери имплементирало тзв. потрошачке директиве ЕУ и тако се хармонизовало са европским законодавцем. Отуда је за очекивати да у наредном периоду имплементира и Директиву 2024/825/ЕУ. Потребно је да наши, српски, трговци (као и они који послују у Србији) благовремено ускладе своје пословање са овим, новим, правилима. Једино тако ће бити конкурентни на европском тржишту, али и на домаћем. Такође, неопходно је да и одговарајући субјекти (надлежно министарство, удружења потрошача, образовне установе и др.) едукују потрошаче о куповине роба и услуга које су у складу са стандардима заштите животне средине и одрживе потрошње.

*Dragan Vujisić, Ph.D., Full-time Professor  
Faculty of Law, University of Kragujevac*

## **DIRECTIVE 2024/825/ OF THE EUROPEAN UNION ON STRENGTHENING THE POSITION OF CONSUMERS IN THE GREEN TRANSITION**

### ***Summary***

*Directive 2024/825/EU aims to achieve a higher level of consumer protection in the environmental protection sector. The goals are to enable consumers to be adequately informed in order to make more informed business decisions aiming to promote sustainable consumption, to eliminate practices that harm the sustainable economy and prevent consumers from choosing sustainable consumption, as well as to ensure a better and more consistent application of the Union's legal framework on consumers.*

---

<sup>30</sup> Види, рецитал 36.

*Directive 2024/825/EU amends Directive 2005/29/EC on unfair business practices with regard to business practices that are considered to be deceptive, and therefore prohibited, on a case-by-case basis, by adding certain deceptive practices that are considered to be unfair in all circumstances and therefore forbidden. Otherwise, it is possible to consider that a business practice is unfair despite the fact that it is not specifically listed as an unfair business practice in Annex I of Directive 2005/29/EC.*

*Directive 2024/825/EU also amends Directive 2011/83/EU on consumer rights. All these changes boil down to the following: in order for consumers to make more informed decisions ("better informed decisions") and in order to stimulate the demand and supply of more durable goods, before concluding the contract, consumers should be provided with specific information about the durability and the possibility of repairing the product, for all types goods. Directive 2011/83/EU is amended to provide consumers with pre-contractual information on durability, reparability and availability of updates, in a clear and comprehensible manner.*

**Key words:** *consumer, environmental protection, sustainable consumption, green transition.*

## Литература

- Durovic, M., *European Law on Unfair Commercial Practices and Contract Law*, Oxford, Portland 2016.
- Keirsblick, B., et al, *Sustainable Consumption and Consumer Protection Legislation*, European Parliament - Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, Directorate-General for Internal Policies, Brussels.
- Collins, H., *Harmonization by example: European Laws against unfair commercial practices*, *Modern Law Review*, бр. 1/2010.
- Mak, V., Terryn, E., *Circular economy and consumer protection: The consumer as a citizen and the limits of empowerment through consumer law*, *Journal of Consumer Policy* бр. 1/2020.
- Михајловић, Б., *Непоштена пословна пракса у савременим условима пословања*, Зборник радова: Савремени правни промет и услуге, Крагујевац, 2018.
- Михајловић, Б., *Промена потрошачког права у дигитално доба*, Крагујевац, 2023.
- Smekal, H. et al., *Flexible implementation and the Consumer Rights Directive*, Working Paper, EUI RSC, бр. 2022/24.