

Jak nové nařízení o ekodesignu může ovlivnit evropský trh?

17.10.2024 - Lucie Korbéliusová | DTest

Nové nařízení jako další krok k udržitelnosti

Nové nařízení Evropské Unie o ekodesignu č. 2024/1781, známé také pod zkratkou ESPR (Ecodesign for Sustainable Products Regulation) nahrazuje starší směrnici z roku 2009 a přináší zásadní změny v oblasti regulace ekologických aspektů výrobků na evropském trhu. Hlavním cílem ESPR má být přizpůsobení legislativního rámce současným výzvám, včetně technologického pokroku, který nastal od doby schválení předchozí směrnice. *„Zatímco původní směrnice se zaměřovala především na produkty související s energií, jako jsou elektrické spotřebiče a topná zařízení, nové nařízení umožňuje zavádění environmentálních požadavků pro většinu výrobků uváděných na trh,“* dodává Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Cílem nařízení je nejen „zelenější“ výroba, ale také podpora cirkulární ekonomiky v celé EU. Nově přijaté standardy tak mohou zásadně ovlivnit i evropský trh a regulovat pohyb nekvalitních výrobků z dovozu. Stejně jako směrnice upravující energetické štítky, o které jsme spotřebitele nedávno informovali, je i toto nařízení součástí Akčního plánu pro oběhové hospodářství v rámci Zelené dohody pro Evropu, známé také jako „Green Deal“. ESPR je rámcové nařízení, které bude postupně doplňováno prováděcími akty Evropské komise pro jednotlivé skupiny výrobků. Tyto předpisy budou přijímány po konzultaci s výrobci a dalšími odborníky. Zatím jsou tedy konkrétní dopady pro jednotlivé výrobky nejasné.

Jak se nařízení promítne do praxe?

Výrobci budou mimo jiné povinni poskytovat informace o kompatibilitě svých výrobků s náhradními díly od jiných výrobců a obecně informovat o environmentálním dopadu jejich produktů. Takovou povinnost by měli výrobci splnit prostřednictvím digitálních datových pasů nebo i energetických štítků, pokud prováděcí akt Komise takovou povinnost nařídí. Nařízení se rovněž zaměřuje na eliminaci klamavých tvrzení o ekologičnosti produktů a zavede zákaz likvidace neprodaného spotřebního zboží, jako jsou oděvy a obuv.

Zakázané mají být například i praktiky, které záměrně zkracují životnost výrobků. *„Pokud se spotřebitelé setkali s tím, že jejich nový spotřebič přestal bez zjevného důvodu fungovat těsně před koncem záruky, nové nařízení by mělo zajistit, aby se takové situace již neopakovaly,“* upřesňuje Eduarda Hekšová.

Digitální datový pas: efektivní nástroj, nebo další byrokracie?

Ambiciózní cíle této úpravy mají být mimo jiné dosaženy prostřednictvím digitálních produktových pasů, které zpřístupní a zpřehlední informace o jednotlivých výrobcích. Digitální produktový pas má poskytnout spotřebitelům a dalším zainteresovaným stranám důležité informace o konkrétním výrobku. *„Spotřebitelé by tak prostřednictvím digitálního pasu měli být seznámeni s konkrétním popisem výrobku, s návodem k instalaci, s informacemi o používání, údržbě a opravě, ale také by jim měly být poskytnuty detaily o složení výrobku, zvláště pokud výrobek obsahuje nebezpečné látky,“* dále doplňuje Eduarda Hekšová. Produktový pas bude přístupný například přes QR kód na výrobku,

což umožní snadné naskenování a získání dat. Od července 2026 bude existovat registr, kde budou tato data shromažďována a dostupná pro srovnání a vyhledávání. Zavedení těchto pasů jednoznačně přinese větší administrativní zátěž pro výrobce, ale zároveň by mělo podpořit větší transparentnost a odpovědnost na trhu.

Promítne se nařízení na konečné ceně výrobků?

Jisté je, že nařízení přinese vyšší výrobní náklady pro značnou část výrobců. Především tam, kde dojde k značnému zpřísnění ekologických požadavků, například v textilním, nábytkářském či elektronickém průmyslu. Výrobci budou muset investovat do ekologičtějších materiálů a energeticky úspornějších procesů, což může vést i ke zdražení některých výrobků. *„Pro spotřebitele tak nařízení může do budoucna sice přinést vyšší ceny výrobků, ale dlouhodobě mohou spotřebitelé díky energeticky efektivnějším a trvanlivějším výrobkům i ušetřit,”* předpovídá Eduarda Hekšová. Zbývá proto jen sledovat, jak se tato pravidla v praxi projeví a jak rychle se evropský trh dokáže přizpůsobit novým požadavkům na udržitelnost.

Pokud spotřebitelé mají otázky k tomuto tématu, mohou se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky nebo telefonicky na číslo 299 149 009.

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-11198/dtest-jak-nove-narizeni-o-ekodesignu-muze-ovlivnit-evropsky-trh>