CONSUMERPRO

BOOSTING PROFESSIONALS
IN CONSUMER PROTECTION

Sustentabilidade

Documento de enquadramento teórico

Sustainability - Portugal
December 2020 - Version 1

European Commission

ÍNDICE

NOTA INTRODUTÓRIA AO DOCUMENTO de enquadramento teórico 4

1. sustentabilidade – NOTA INTRODUTÓRIA 5

Rede de municípios para a adaptação local às alterações climáticas..... 7

2. habitação sustentável 12

3. serviços financeiros sustentáveis..... 19

4. MOBILIDADE SUSTENTÁVEL..... 27

5. Alimentação sustentável..... 32

6. sustentabilidade dos produtos: uma abordagem abrangente da ue para produtos que consumam menos recursos 39

Introdução..... 39

6.1. Conceção Ecológica e Rotulagem Energética 41

6.2. Rótulo Ecológico..... 45

6.3. Obsolescência precoce..... 49

7. cumprimento das normas – sustentabilidade dos produtos 54

7.1. Alegações ecológicas enganosas e possíveis questões na aplicação das normas 54

7.2. Direitos dos Consumidores e como podem contribuir para produtos com maior durabilidade 57

7.3. Novo regulamento relativo à fiscalização do mercado..... 60

Este material foi produzido no contexto do projeto Consumer PRO, uma iniciativa da Comissão Europeia no âmbito do Programa Europeu do Consumidor. O apoio da Comissão Europeia não constitui uma aprovação do conteúdo, o qual reflete, apenas, o ponto de vista dos autores. A Comissão Europeia não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito da informação contida no mesmo.

NOTA INTRODUTÓRIA AO DOCUMENTO DE ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Caro Leitor,

O presente documento de enquadramento teórico é parte integrante do material formativo desenvolvido para o **Consumer Pro**, uma iniciativa da União Europeia (UE) que visa capacitar as organizações de consumidores e outros agentes que desempenham um papel ativo no desenvolvimento de políticas de defesa do consumidor que permitam reforçar e proteger os consumidores no seu país.

O propósito deste documento é o de agregar um conjunto de informação útil e relevante sobre sustentabilidade. Este abrange cinco áreas fundamentais, de forma a alcançar um maior impacto e representar uma maior oportunidade de envolvimento dos consumidores e da sua política de consumo na crise climática, designadamente: **Alimentação, Serviços Financeiros, Mobilidade, Habitação, Produtos e Cumprimento das normas.**

Cada uma destas áreas é enquadrada da seguinte forma:

- A sua importância para os consumidores.
- Qual a sua agenda política a nível da UE.
- Quais os papéis desempenhados pelas organizações de consumidores europeias e nacionais.
- Partilha de exemplos práticos, casos de estudo, ferramentas, campanhas e ações de comunicação realizadas por organizações de consumidores a nível nacional.

Este documento de enquadramento teórico é parte integrante de um conjunto de materiais formativos já existentes. Encontram-se também disponíveis documentos de enquadramento teóricos sobre os Direitos Contratuais dos Consumidores e os Direitos Digitais.

Sobre o Consumer PRO

***Consumer PRO** é uma iniciativa desenvolvida pela Comissão Europeia no âmbito do Programa Europeu do Consumidor e implementada pelo BEUC – Organização de Consumidores Europeia. Esta iniciativa visa capacitar as associações de consumidores da UE, Islândia e Noruega, em temas-chave, através de técnicas de educação não formal. Para mais informações, não hesite em contactar-nos através do endereço de correio eletrónico: info@consumer-pro.eu*

1. SUSTENTABILIDADE – NOTA INTRODUTÓRIA

Porque é que a sustentabilidade é importante para os consumidores?

Existe uma crescente preocupação entre a população europeia de que é necessária uma maior intervenção em temas relacionados com a ação climática. Um inquérito realizado em março de 2020 pelo Eurobarómetro[1] relativamente à opinião dos cidadãos europeus no que concerne às alterações climáticas demonstrou que:

- **94% dos cidadãos em todos os Estados-Membros afirmaram que a proteção do ambiente é importante.**
- **91% dos cidadãos afirmaram que as alterações climáticas constituem um problema grave na UE.**
- **83% dos cidadãos consideraram ser necessária legislação Europeia para proteger o meio-ambiente.**

A edição de 2019 do "*Painel de Avaliação dos Mercados de Consumo*" revelou que mais de metade dos consumidores da UE (56,8%) afirma que algumas das suas decisões de compra são influenciadas por alegações ambientais[2].

Estas conclusões coincidem com as próprias conclusões de diversos membros do BEUC, que notam um crescente interesse dos consumidores relativamente a temas relacionados com a sustentabilidade. Consequentemente, os consumidores questionam, cada vez mais, as organizações de consumidores dos seus países sobre esta temática. Por sua vez, estas organizações demonstram cada vez mais interesse no aconselhamento e na disponibilização de ferramentas úteis, nomeadamente sobre a classificação de produtos e aplicações móveis.

De modo a tentar responder a estas necessidades foi criado o programa de formação Consumer PRO, bem como um conjunto de recursos adicionais sobre a sustentabilidade – para vos capacitar enquanto técnicos de apoio ao consumidor, por forma a apoiar os consumidores sobre estas questões, sensibilizando-os para a necessidade de alterar comportamentos, assim como defender e representar os consumidores no plano político e institucional.

A agenda política a nível Europeu

A importância das questões ambientais para os cidadãos europeus, assim como as suas preocupações sobre as alterações climáticas refletem-se, cada vez mais, na agenda política da UE. Devido à pressão da opinião pública, a UE estabeleceu a meta de alcançar a neutralidade carbónica, reduzindo para zero o balanço líquido das emissões até 2050, e aumentar a meta

[1] https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257

[2] https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-conditions-scoreboard-2019-factsheet_en.pdf

de redução de emissões de 40% até 2030, para 50%, procurando, assim, aproximar-se dos 55% até 2030.

Para implementar as mudanças estruturais necessárias, a Comissão Europeia anunciou no Pacto Ecológico Europeu (em dezembro de 2019) medidas para tornar os sistemas alimentares mais sustentáveis, melhorar a eficiência energética dos transportes e da habitação, alterar as atuais fontes de energia europeias para fontes renováveis, e tornar os produtos mais duradouros, reparáveis e recicláveis. **O Pacto Ecológico Europeu consiste num documento político abrangente para, pelo menos, os próximos cinco anos.** Todas as outras políticas da UE, sejam políticas industriais, de investigação, de mobilidade, de alimentação, de serviços financeiros, da energia, etc., devem ser consistentes com os seus objetivos. No entanto, para que possam ter sucesso, será necessário promover alterações profundas na maneira como vivemos, produzimos, consumimos, nos aquecemos e nos movemos[3]. É necessário, ainda, que os decisores políticos não se concentrem apenas nas 'alterações climáticas', mas garantam que os desafios sociais e ambientais relacionados com o uso de produtos químicos, com a biodiversidade, o uso do solo e a produção alimentar também sejam abordados.

Para garantir que a visão e os objetivos delineados no Pacto Ecológico Europeu são alcançados, o movimento dos consumidores, em conjunto com outros parceiros da sociedade civil, desempenhará um papel fundamental na fiscalização das ações da UE e dos Estados-Membros, bem como no alcance dos compromissos do Acordo de Paris[4].

Agenda política a nível nacional

Em linha com as políticas que têm vindo a ser seguidas a nível comunitário, também a nível nacional o Governo tem implementado medidas em linha com o Acordo de Paris e com o cumprimento das suas metas.

A resposta política nesta matéria encontra-se sistematizada nas propostas que compõe o Quadro Estratégico para a Política Climática (QEPiC), que inclui os principais instrumentos de política nacional quer no que concerne à mitigação, mas também, à adaptação às alterações climáticas. Na perspetiva da adaptação, salientamos o Programa Nacional para as Alterações Climáticas 2020/2030 (PNAC 2020/2030) e a Estratégia Nacional de Adaptação às Alterações Climáticas (ENAAC 2020).

O QEPiC estabelece a visão e os objetivos desta política, assegurando a resposta nacional aos compromissos já assumidos para 2020 e propostos para 2030 no âmbito da UE.

---

[3] A título de exemplo: Agência Europeia do Ambiente (2019): *Sustainability transitions – Policy and Practice*, https://www.eea.europa.eu/publications/sustainability-transitions-policy-and-practice

[4] A 12 de dezembro de 2015, as Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Alterações Climáticas alcançaram um acordo histórico para combater as alterações climáticas e acelerar e intensificar as ações e investimentos necessários para um futuro sustentável de baixo carbono. O Acordo de Paris procura dar uma resposta global e eficaz à necessidade urgente de travar o aumento da temperatura média global e resolver os desafios ligados às alterações climáticas. Através da descarbonização das economias mundiais, estabelece como um dos seus objetivos de longo prazo, limitar o aumento da temperatura média global a níveis bem abaixo dos 2ºC acima dos níveis pré-industriais, e prosseguir esforços para limitar o aumento da temperatura a 1,5ºC. https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/what-is-the-paris-agreement.

De modo a complementar a ENAAC 2020, e com vista à implementação das medidas de adaptação, foi criado o Programa de Ação para a Adaptação às Alterações Climáticas (P-3AC), que pretende intervir na prevenção de incêndios rurais, uso eficiente da água, prevenção de ondas de calor e capacitação, sensibilização e ferramentas para a adaptação.

O Governo implementou também o Fundo Ambiental, sob a tutela do Ministério do Ambiente e Ação Climática, que concentra os recursos existentes para apoiar políticas ambientais para a prossecução dos objetivos do desenvolvimento sustentável, financiando entidades, atividades ou projetos de mitigação e adaptação das alterações climáticas, transição para uma economia circular, sequestro de carbono, prevenção e reparação de danos ambientais, entre outros.

Entre os programas de apoio lançados ao abrigo do Fundo Ambiental salienta-se:

• Programa de Apoio a Edifícios Mais Sustentáveis;

• Construção de Ciclovias no âmbito do Portugal Ciclável;

• Incentivo pela Introdução no Consumo de Veículos de Baixas Emissões (2020): aquisição de veículos elétricos;
• Programa de Apoio à Redução do Tarifário dos Transportes Públicos (PART).

Rede de municípios para a adaptação local às alterações climáticas

Criada em dezembro de 2016, na sequência do projeto ClimAdaPT.Local, a adapt.local - Rede de Municípios para a Adaptação Local às Alterações Climáticas, constitui uma parceria liderada por municípios, mas que envolve também instituições de ensino superior, centros de investigação, organizações não-governamentais e empresas, com a finalidade de dinamizar a adaptação local às Alterações Climáticas em Portugal. Mais informações em: https://www.adapt-local.pt/

Projetos de Economia Circular:

Circular Economy Portugal

Portal Eco.Nomia

Repair Cafés são eventos públicos e gratuitos em que objetos envelhecidos ou avariados podem voltar a ter vida.

O Repair Café promove a partilha de conhecimento e convida a reapropriarmo-nos dos nossos objetos. Se eles forem conservados por mais tempo em vez de irem parar ao lixo, reduz-se o uso de materiais virgens e de energia para os processar. Acima de tudo, o Repair Café quer mostrar o quão fácil e divertido é deitar mãos à obra!

Contactos: Repair Café Lisboa: repaircafelisboa@gmail.com e Repair Café Porto: repaircafeporto@gmail.com

A intervenção das organizações de consumidores

Historicamente, as organizações de consumidores têm assumido um envolvimento secundário no âmbito das políticas ambientais, destaca-se o seu papel no que concerne à

informação ao consumidor - como é o caso do rótulo ecológico (*ecolabel)*, a rotulagem para os setores automóvel e energético, as políticas relacionadas com a conceção ecológica dos produtos e a proteção dos direitos do consumidor.

No entanto, nos últimos anos, o movimento organizado de consumidores tornou-se mais ativo no que respeita à necessidade de proteger o planeta, e há um consenso generalizado de que os interesses das gerações futuras devem ser protegidos.

A crescente consciencialização do público em geral e dos próprios decisores políticos para a emergência climática realçam a necessidade de colaboração entre os defensores dos direitos dos consumidores e os decisores políticos. É fundamental que os consumidores estejam efetivamente envolvidos na implementação destas políticas, para que as mesmas tenham sucesso. Seja na forma como nos alimentamos, movemos, viajamos, habitamos as nossas casas ou utilizamos bens e serviços, é necessária uma mudança crítica dos comportamentos e atitudes do consumidor. É essencial que as políticas que serão implementadas nos próximos meses e anos coloquem o consumidor no centro dos seus planos de ação.

Os consumidores europeus têm um elevado poder de compra e fará diferença para o planeta a opção por bens e serviços sustentáveis, ou não. A maioria das decisões de compra dos consumidores é tomada antes de se deslocarem às lojas, pelo que o desafio é chegar aos consumidores antes desse momento. As organizações de consumidores desempenham, neste processo, um papel fundamental, atuando enquanto intermediários de confiança, prestando, diariamente, informações a milhões de pessoas através de revistas, linhas de apoio, artigos *online* e vídeos. No entanto, é necessário que possam ser disponibilizados em maior número bens e serviços sustentáveis, relativamente aos quais possamos aconselhar os consumidores.

Nos próximos anos, o papel de organizações de consumidores e de profissionais nesse domínio será fundamental para, por exemplo, continuar a:

- Prestar aconselhamento independente aos consumidores sobre bens e serviços sustentáveis.
- Testar bens e serviços relativamente ao seu impacto ambiental.
- Organizar compras coletivas de modo a obter preços mais competitivos para bens sustentáveis como, por exemplo, painéis solares[5].
- Envolver os consumidores em debates sobre esta transição, através da: gestão de comunidades *online* onde os cidadãos podem falar entre si, partilhando a sua experiência em energias renováveis[6], organizando eventos que permitem a partilha de informação acerca de como iremos e podemos viver no futuro[7], ou através de ações colaborativas, recolhendo fotografias enviadas por consumidores que ilustram

[5] Vide Capítulo 3 sobre Habitação
[6] Vide Capítulo 3 sobre Habitação
[7] https://www.altroconsumo.it/festival-2019#

resíduos de embalagens desnecessários ou indesejáveis e remetê-las aos decisores políticos e agentes económicos[8].

- Estabelecer parcerias com assistentes sociais que permitam auxiliar os consumidores com dificuldades em pagar as suas faturas de eletricidade e aconselhá-los sobre o uso eficiente de energia nas suas habitações.
- Estabelecer parcerias com escolas e formando os seus professores[9].
- Organizar *workshops* para esclarecer a população acerca de como utilizar novos bens e serviços, por exemplo, um veículo elétrico[10].
- Realizar pesquisas que permitam identificar as necessidades e preferências dos consumidores, tais como a sua vontade em reduzir os resíduos ou de ter produtos mais duradouros[11][12].
- Desenvolver programas de oferta formativa com o intuito de fortalecer e dotar as organizações de consumidores e outros intervenientes nas políticas do consumidor, com melhores ferramentas, para proteger os consumidores dos seus países de forma mais eficaz, incluindo os temas relacionados com a sustentabilidade.
- Criar aplicações móveis que permitam auxiliar os consumidores a evitar produtos químicos nocivos nos produtos e a escolher produtos alimentares mais saudáveis.[13]
- Promover a existência, junto dos consumidores, de rótulos credíveis de excelência ambiental, tais como o Rótulo Ecológico da UE *(EU Ecolabel)*.

---

[8] Campanha #plasticoamais da DECO: https://www.deco.proteste.pt/institucionalemedia/imprensa/comunicados/2019/plasticoamais-0506

[9] Projeto MundoOn de formação de professores: https://decojovem.pt/iniciativa/mundon/

[10] Workshop da Citizen's Advice sobre Veículos Elétricos, 2019 https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be

[11] Vide Capítulo 7.3 acerca do projeto PROMPT.

[12] A Verbraucherzentrale Bundesverband alemã descobriu, através de um inquérito de opinião, que 96% dos consumidores consideram importante que se produzam menos resíduos de embalagens e 89% consideram que a UE deve obrigar os produtores de grandes eletrodomésticos a tornar os produtos mais fáceis de serem reparados.

[13] Os membros do BEUC, Forbrugerrådet TÆNK (Dinamarca), Sveriges Konsumenter (Suécia) and VKI (Áustria) fazem parte do projeto financiado pelo LIFE *Ask Reach*: https://www.askreach.eu/partners-and-supporters/. A Forbrugerrådet TÆNK também desenvolveu a aplicação móvel 'Kemiluppen' e a UFC Que Choisir a aplicação móvel 'QuelCosmetic' para auxiliar os consumidores a escolher cosméticos que não contenham determinados produtos químicos nocivos.

Sustentabilidade à luz da pandemia COVID-19

À data da redação deste documento, os impactos a curto, médio e longo prazo da pandemia causada pelo vírus COVID-19 permanecem desconhecidos. Contudo, é manifesto que a presente crise terá um impacto drástico na nossa vida e coesão social, a curto, médio e longo prazo. Além de abordar a resposta imediata em matéria de saúde, os decisores políticos a nível nacional, europeu e internacional encontram-se a discutir medidas políticas que visam contribuir para o alívio do impacto negativo a nível económico e social. Estas medidas enquadram-se não só no âmbito de apoio de emergência imediato, mas também nas decisões sobre investimentos a longo prazo que permitam estimular a economia após o fim da presente crise sanitária.

A implementação das reformas no âmbito do Pacto Ecológico Europeu devem manter a trajetória, uma vez que o nosso objetivo não pode ser o de regressar ao 'velho normal' que tem sido a força motriz da crise climática. O dinheiro público que venha a ser utilizado para resgatar empresas deve ser condicionado à apresentação de mudanças no sentido destas se tornarem mais sustentáveis. É fundamental não repetir os erros do passado, tais como os decorrentes da crise financeira de 2009, em que o consenso foi o de que não podíamos sair da crise tal como entrámos, mas depois, em termos práticos, pouco mudou. As organizações de consumidores estão assim, empenhadas em desempenhar um papel ativo no processo de transição.

Ainda que a Comissão Europeia garanta às organizações da sociedade civil que a implementação das reformas decorrentes do Pacto Ecológico Europeu estão no bom caminho, a crise da COVID-19 terá, inevitavelmente, impactos graves e será decisiva para a questão de saber se podemos resolver a crise climática a tempo.

Sob a perspetiva do consumidor, há não só riscos, como também oportunidades. Neste sentido, é importante refletir sobre o contexto nacional e ter em consideração todos estes fatores na formulação de planos de ação para os profissionais que trabalham com o tema da defesa dos consumidores.

Entre os fatores de risco, perspetivamos os seguintes:

- Redução do investimento público destinado a investimentos em medidas que promovam alterações estruturais. A título de exemplo, isto poderá ter impacto nos orçamentos disponíveis para investigação e inovação, na implementação de projetos-piloto com novas infraestruturas (tais como postos de carregamento de veículos elétricos), edifícios públicos de construção sustentável (por exemplo, edifícios de escritórios energeticamente eficientes, com conceitos inovadores de iluminação, ventilação, recolha de águas pluviais, utilização de energias renováveis, etc.)[14]
- Resistência por parte dos decisores políticos nacionais ao Pacto Ecológico Europeu.

[14] Com efeito, as negociações para o próximo orçamento plurianual da UE indicam que poderá haver menos fundos disponíveis para os programas de saúde, investigação e desenvolvimento, bem como para a proteção ambiental do que o inicialmente proposto para o período 2021-2027. https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/eu-s-long-term-budget/20200722IPR83804/eu-long-term-budget-deal-must-be-improved-for-parliament-to-accept-it

- Menos atenção por parte dos consumidores, na medida em que se encontram ocupados com outros problemas, dificultando a sensibilização para estes temas.
- Menos capacidade dos consumidores que se encontram em situação de desemprego para viverem de forma mais sustentável, caso esta mudança de hábitos se revele mais onerosa.
- Mais incentivos para as empresas onerarem os consumidores fazendo subir os preços de venda ao público de produtos 'sustentáveis', mesmo para aqueles que não cumpram esses requisitos.

No campo das oportunidades, perspetivamos os seguintes fatores:

- Maior consciencialização entre os consumidores de que a mudança é necessária, possível e viável.
- Novas competências, conhecimentos e interesses desenvolvidos pelos consumidores, durante o período de confinamento, tais como cozinhar, costurar, brincar com os seus filhos, apoiar pequenas empresas locais e desenvolver mais tarefas a nível profissional através de videoconferências.
- Um novo e reforçado apreço por um meio ambiente mais preservado, com menos ruído, ar puro, com pássaros a chilrear nas cidades, etc.
- Novas abordagens que facilitam a mudança de estilos de vida, como a troca de roupas, brinquedos e livros, utilizando bens durante um maior período de tempo e reparando-os quando apresentam defeitos, cozinhar em casa de forma mais frequente em vez de ir a um restaurante, beneficiar de mais tempo de qualidade em família em zonas geograficamente mais próximas da área de residência em virtude de uma maior pressão económica.
- Mais solidariedade e o sentimento de que é possível ultrapassar uma grande crise se todos nos unirmos em prol de um interesse comum. Tal contribuirá para que cada um aumente a sua perceção individual de que não está desamparado e de que as suas ações contam.

2. HABITAÇÃO SUSTENTÁVEL

Porque é que a habitação sustentável é importante para os consumidores?

Os consumidores veem as suas faturas de energia a aumentar e muitos têm dificuldades em manter esses aumentos sob controlo, uma vez que vivem em habitações com pouca eficiência energética ou não conseguem aceder a soluções mais sustentáveis.

Os edifícios representam, atualmente, a maior parte do consumo de energia na UE. Em particular, o setor residencial representa 45% do consumo total de energia para aquecimento e arrefecimento na UE. **A edificação europeia deve tornar-se sustentável de modo a atingir as metas climáticas da UE.** Dado que a maior parte do parque habitacional previsto até 2050 já existe atualmente, a tónica deve ser colocada na descarbonização dos edifícios através de taxas de reabilitação mais elevadas, alterando para fontes renováveis os sistemas de aquecimento e arrefecimento, utilizando produtos e aparelhos mais eficientes, sistemas inteligentes de gestão de edifícios e aparelhos e melhorando os materiais de isolamento.

Muito embora as habitações energeticamente eficientes apresentem um benefício financeiro para os consumidores, sejam amigas do ambiente e positivas para a saúde pública (menos poluição atmosférica), os consumidores nem sempre tendem a considerar os benefícios associados ao investimento na reabilitação das suas habitações, nem dispõem de ferramentas que lhes permitam fazê-lo. O apoio financeiro para estas medidas ou é pouco divulgado ou simplesmente não existe. De acordo com os membros do BEUC, organizações de consumidores de vários Estados-Membros, as principais questões que impedem a ação dos consumidores na reabilitação das suas habitações são:

- Falta de sensibilização acerca dos benefícios destas remodelações.
- Falta de mecanismos financeiros disponíveis e adequados para a realização de remodelações.
- Falta de segurança jurídica.
- Falta de aconselhamento imparcial e de confiança disponível.

Envolver os consumidores na transição energética é fundamental para a consolidação do consenso geral num período de mudança. Apesar dos consumidores manifestarem interesse em contribuir ativamente para a transição energética, a sua realidade quotidiana demonstra que também precisam de ser convencidos de que também podem poupar dinheiro, melhorar os níveis de conforto e ter uma maior segurança de abastecimento na transição energética.

Os consumidores necessitam de obter informação acerca do impacto das suas escolhas e sobre a pegada de carbono associada. Necessitam de ser capazes de identificar facilmente as soluções mais adequadas para si, por exemplo, quando fazem escolhas quanto aos seus consumos de energia ou quando pretendem saber o valor total de investimento em equipamentos de aquecimento ou arrefecimento. E necessitam de informação sobre

programas de incentivos financeiros que estejam disponíveis e sejam de fácil acesso. Ao mesmo tempo, carecem de aconselhamento adequado por profissionais qualificados que reabilitem as suas casas, bem como de assistência na organização da sua mudança temporária enquanto a reabilitação decorre. Ainda que esta informação seja importante, ela deve ser entendida como parte da solução, juntamente com políticas estáveis e bem concebidas que garantam certeza e confiança para os investimentos a realizar.

A agenda política a nível da UE

Para melhorar a eficiência energética do parque imobiliário, a UE criou um quadro legislativo que inclui a Diretiva de Desempenho Energético dos Edifícios (Diretiva 2010/31/UE) e a Diretiva relativa à Eficiência Energética (Diretiva 2012/27/UE). Ambas as diretivas foram retificadas, como parte do pacote *Energia Limpa para todos os Europeus*, em 2018 e 2019.

Em primeiro lugar, **a Diretiva relativa ao Desempenho Energético dos Edifícios (2018/844/UE)** representa um forte sinal político do empenho da UE em modernizar o setor da construção em face dos desenvolvimentos tecnológicos, e para aumentar as reabilitações de edifícios. Esta Diretiva exige que os Estados-Membros desenvolvam estratégias nacionais de longo-prazo para a reabilitação de edifícios, de modo a tornar o parque imobiliário da UE altamente eficiente até 2050, o que significa uma redução das emissões de 80-95% em relação a 1990. Este objetivo será alcançado através de diversas medidas, desde um 'indicador de inteligência' para edifícios, ou da Certificação Energética de Edifícios. A primeira é uma ferramenta que mede a capacidade dos edifícios para adotar novas tecnologias e interagir com a rede elétrica, a fim de atingir níveis de eficiência mais elevados. A segunda consiste num programa de certificação para auxiliar a comparação do desempenho energético dos edifícios, antes e depois da sua reabilitação. A Diretiva prevê ainda a implementação de postos de carregamento de veículos elétricos em novos edifícios residenciais e exige que os Estados-Membros implementem medidas de combate à pobreza energética aquando da discussão de estratégias nacionais de reabilitação de edifícios. O prazo para a transposição da Diretiva de Desempenho Energético dos Edifícios terminou em março de 2020.
Em segundo lugar, **a Diretiva relativa à Eficiência Energética (2018/2020)** tem como objetivo atualizar o quadro político até 2030 e para além dessa data. O elemento chave da Diretiva consiste na previsão de uma meta de eficiência energética para 2030 de, pelo menos, 32,5%. A meta, a ser alcançada coletivamente em toda a UE, é fixada em relação às projeções para 2030 dos modelos efetuados em 2007. Um dos principais objetivos da nova Diretiva relativa à Eficiência Energética é a redução do consumo de energia e, desse modo, diminuir o valor das faturas de energia dos consumidores. Visa também tornar a Europa menos dependente das importações de energia, e incentivar a indústria a inovar e a atrair mais investimento para o setor da construção.

Em terceiro lugar, o **Regulamento relativo à Governação da União da Energia e da Ação Climática** (Regulamento 2018/1999) pode ser definido como a pedra angular do pacote *Energia Limpa para todos os Europeus*, estabelecendo as bases para alcançar os objetivos de longo prazo da União da Energia em conformidade com o Acordo de Paris sobre as alterações climáticas. Ao exigir aos Estados-Membros que desenvolvam estratégias nacionais de longo

prazo e planos integrados de gestão energética e climática, o Regulamento estabelece regras claras sobre como alcançar o objetivo, entre outros, de eficiência energética da UE em 2030.

A atual Comissão Europeia estabeleceu o Pacto Ecológico Europeu como uma das suas principais prioridades e introduziu uma nova vaga de reabilitação de edifícios públicos e privados como parte do **Pacto Ecológico Europeu**. Prevê que se possam realizar novas medidas e criar as condições necessárias para aumentar o número de reabilitação de edifícios e colher os benefícios do potencial de poupança do setor imobiliário. De acordo com a Comunicação da Comissão sobre o Pacto Ecológico Europeu de dezembro de 2019:

> *"A Comissão velará pela aplicação rigorosa da legislação relacionada com o desempenho energético dos edifícios. Este processo iniciar-se-á em 2020, com uma avaliação das estratégias nacionais de renovação a longo prazo dos Estados-Membros. A Comissão dará igualmente início ao estudo sobre a possibilidade de incluir as emissões dos edifícios no Sistema de Comércio de Licenças de Emissão, no âmbito dos esforços mais amplos com vista a assegurar que os preços relativos de diferentes fontes de energia transmitem os sinais adequados para a promoção da eficiência energética. Além disso, a Comissão irá rever o Regulamento dos Produtos de Construção. Esta revisão deverá assegurar que todas as fases de conceção de edifícios novos e renovados estão em consonância com as necessidades da economia circular e conduzir a uma maior digitalização e resistência às alterações climáticas por parte do parque imobiliário."*

Paralelamente, a Comissão, propõe-se a trabalhar com as partes interessadas, o que se espera que inclua uma plataforma aberta que permita a cooperação entre todos. Por último, mas não menos importante, estará disponível um envelope financeiro significativo para a reabilitação de edifícios, que também pode constituir uma oportunidade única para as organizações membros do BEUC, e outros profissionais no domínio da política de defesa do consumidor, criarem programas nacionais de aconselhamento e auxiliarem consumidores a ter acesso ao financiamento para reabilitação de edifícios. De acordo com o programa de trabalho da Comissão, esta iniciativa está prevista para o terceiro trimestre de 2020.

A agenda política a nível nacional

No âmbito da transposição e implementação do Pacote legislativo Europeu *Energia Limpa para todos os Europeus*, Portugal aprovou o Plano Nacional Energia e Clima 2030, o Roteiro para a Neutralidade Carbónica 2050, e já procedeu à transposição parcial da Diretiva 2018/2001, com a aprovação do Decreto-Lei n.º 162/2019, de 25 de outubro que consagra o regime do autoconsumo.

A Estratégia de Longo Prazo para a Renovação de Edifícios foi apresentada para consulta pública em maio de 2020, e até ao momento não foi ainda apresentada a versão final deste documento.

No quadro do Fundo Ambiental foi lançado o programa de apoio "Edifícios Mais Sustentáveis". Em linha com as preocupações patentes no Pacto Ecológico Europeu no que concerne aos edifícios, este programa pretende apoiar um conjunto de medidas que visam a reabilitação de edifícios para que estes se tornem energeticamente mais eficientes,

melhorando os níveis de conforto e qualidade do ar interior, reduzindo as emissões de gases com efeito de estufa, reduzindo a pobreza energética, entre outros.

A dotação do incentivo para 2020 é de 1.750.000,00€ e em 2021 de 2.750.000,00€. No entanto, devido ao alto sucesso desta medida, as candidaturas encerraram em 31 de dezembro de 2020, por excesso de candidaturas e esgotamento das verbas para os 2 anos, tendo sido comunicado[15] que em março de 2021 será divulgado um novo programa com os mesmos objetivos.

A intervenção das organizações de consumidores no setor da "habitação sustentável"

Algumas das áreas de trabalho relevantes para as organizações de consumidores são as seguintes:

- **Aconselhar os consumidores sobre a redução dos consumos de energia:** O acesso a informação clara e transparente nem sempre está disponível para os consumidores. Estes necessitam de identificar facilmente as melhores soluções quando escolhem os seus fornecedores e fontes de energia, ou quando investem em tecnologias amigas do ambiente (tais como bombas de calor). Algumas organizações de consumidores têm vindo a prestar conselhos genéricos sobre eficiência energética e aconselhamento e comparação de equipamentos (por exemplo, informação sobre aparelhos de aquecimento).

- **Auxiliar os consumidores quando estes pretendem reabilitar as suas casas:** em concreto, sobre como reduzir as perdas de eficiência energética, bem como informação sobre peritos independentes ou sobre a emissão de certificados de desempenho energético. No futuro, as organizações de consumidores poderão concentrar-se ainda mais em prestar aconselhamento detalhado aos consumidores no âmbito de reabilitações energéticas, assim como acompanhar os consumidores ao longo de todo o processo, organizar ações de reabilitação de edifícios coletivas e prestar-lhes novos serviços.

- **Influenciar o processo legislativo de modo a garantir que os consumidores possam aceder facilmente a todos os mecanismos disponíveis:** os consumidores necessitam de ser apoiados através de incentivos financeiros e políticas bem concebidas e estáveis que lhes possam proporcionar segurança de investimento. Programas de reabilitação, empréstimos *"verdes"*, ou apoio aos senhorios, são várias as possibilidades para que os consumidores possam ser incentivados para a transição energética. Deve ser dada

[15] https://www.fundoambiental.pt/avisos-2020/mitigacao-das-alteracoes-climaticas/programa-de-apoio-a-edificios-mais-sustentaveis.aspx

especial atenção aos consumidores vulneráveis, assim como aos inquilinos e aos edifícios em propriedade horizontal.

- **Acompanhar de perto o mercado e pugnar por um reforço dos direitos dos consumidores, bem como por melhores oportunidades de negócio:** É necessário fazer mais para aumentar a eficiência energética e operar a mudança para fontes de energia renováveis nos setores do aquecimento e arrefecimento. A garantia de concorrência saudável entre empresas, assim como a garantia de que os direitos dos consumidores estão salvaguardados são parte integrante desta tarefa.

- **Testar e ser um agente influenciador na conceção de normas técnicas** relevantes para produtos e reabilitação de edifícios (por exemplo, testando materiais: janelas, materiais de isolamento)

Exemplos nacionais ou ferramentas de educação e envolvimento dos consumidores

- **Compra coletiva de instalações de energias renováveis**

O projeto CLEAR apoiou muitos países com campanhas de compras coletivas.

Painéis solares – Na Bélgica e na República Checa, a campanha foi destinada à compra coletiva de painéis solares. Na Bélgica, onde um cidadão, em média, é responsável pela emissão de 8 toneladas de emissões de CO2 anuais, a organização de consumidores *Test-Achats*, conseguiu ajudar a reduzir, através da compra coletiva de painéis solares, 60.000 toneladas de emissões de CO2 anuais[16].

Na República Checa, a campanha ***'I Want Solar Energy'***[17] reuniu 14.556 pessoas interessadas numa compra coletiva de equipamentos fotovoltaicos.

Bombas de calor e **salamandra a pellets** também foram alvo de programas de compras coletivas na Bélgica, República Checa, Eslovénia, Portugal, Espanha e Itália[18].

Lituânia – projeto *SOL "Energia Solar para famílias em edifícios multifamiliares"* – Desde 2017 a ALCO (Aliança das Organizações de Consumidores Lituana) tem defendido mais

[16] Revista Test-Achats edição 623 Outubro de 2017.
[17] www.chcislunecnienergii.cz
[18] https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf

tecnologias solares fotovoltaicas no setor da construção de edifícios multifamiliares (apartamentos), onde foi identificada uma grande lacuna em relação aos que vivem em moradias. Através do estabelecimento de parcerias internacionais e de investigação das melhores práticas internacionais e de possíveis soluções, a ALCO desenvolveu uma posição de relevo no cenário político nacional. Tornou-se reconhecida pelo Ministério da Energia como um importante interveniente no setor e foi convidada a ser uma das cinco signatárias, sob os auspícios do Ministério, da *Prosumers Alliance*. O projeto para *prosumers* (consumidor-produtor) introduzido em outubro de 2019 é atualmente considerado como um dos mais favoráveis na UE, abrindo possibilidades reais para as famílias que vivem em apartamentos, se tornarem "consumidoras e produtoras", e ultrapassarem obstáculos que, até há poucos anos, se consideravam intransponíveis.

***Citizens Advice Bureau*, Reino Unido –** Auxiliar os consumidores a tornarem as suas habitações mais eficientes do ponto de vista energético.

Reino Unido – Avaliar e recomendar comerciantes: A organização de consumidores *Which?* criou o selo de confiança do fornecedor *Which? Trusted Trader logo* para auxiliar os consumidores a escolher o fornecedor certo e a identificar empresas credíveis no setor da reabilitação das suas habitações ou a procurarem ajuda profissional para melhorar a eficiência enérgica das suas casas. Este selo é um sinal de credibilidade e confiança.

Projeto STEP: O BEUC está a coordenar o projeto Soluções para Combater a Pobreza Energética (STEP), que envolve 9 membros do BEUC. A ideia principal deste projeto é fornecer conselhos a pessoas em situações de vulnerabilidade com dicas e medidas simples, concretas e económicas para que possam poupar nas suas faturas de energia. O que torna o projeto STEP único é que as organizações de consumidores a nível nacional estão a colaborar em parceria com técnicos que se encontram na linha da frente e que já prestam aconselhamento a cidadãos vulneráveis sobre diversos temas, como gestão do orçamento familiar ou aconselhamento de saúde, permitindo-lhes alcançar populações em situações de pobreza energética ou em risco de pobreza energética. O projeto é financiado pelo programa Horizonte 2020. Para mais informações consulte: o página da internet do projeto STEP e os relatórios do STEP. A DECO é parceira neste projeto e iniciou o Gabinete de Aconselhamento de Energia em novembro de 2020, que tem como objetivo aconselhar os consumidores para um consumo mais eficiente de energia e como isso pode ajudá-los a economizar e a melhorar a sua saúde e bem-estar.

Projetos CLEAR e CLEAR 2.0: o CLEAR (*Consumers to Learn about, Engage with and Adopt Renewables*) permitiu sensibilizar e educar consumidores para formas de efetuar a transição energética e para a adoção de tecnologia de energias renováveis. O CLEAR 2.0 foi um projeto de

organizações europeias de consumidores para aconselhar e apoiar consumidores que pretendem produzir, nos seus lares, eletricidade e calor através de fontes de energia renováveis. O projeto foi financiado pela União Europeia através do programa de financiamento Horizonte 2020 e decorreu entre setembro de 2017 e fevereiro de 2020.

Através do CLEAR, foi possível:

- Obter, através da realização de entrevistas *online*, uma melhor compreensão das motivações dos consumidores e dos principais estímulos para alterar o seu comportamento.
- Aferir o que motiva os consumidores a consumir energia de forma mais eficiente, monitorizando um conjunto de famílias e prestando-lhes informação e equipamentos de monitorização.
- Auxiliar consumidores a efetuarem escolhas mais informadas, avaliando o desempenho dos sistemas renováveis e tornando esta informação mais acessível a outros agregados familiares através de ferramentas em plataformas *online*.
- Acompanhar o consumidor na aquisição de produtos mais baratos e de forma mais inteligente através de compras coletivas.
- Contribuir para a implementação de políticas energéticas nacionais e comunitárias mais ambiciosas, pugnando por processos administrativos e licenciamentos mais céleres e simples, e por balcões únicos que prestem informação e aconselhamento personalizado aos consumidores.

Para mais informações consulte o página de internet do projeto CLEAR 2.0, ficha informativa e os resultados e recomendações do CLEAR 2.0.

Informação adicional sobre habitação sustentável – fichas informativas, publicações, links

- **Ficha informativa do projeto Clear 2.0** – permitir aos consumidores conhecer, intervir e adotar energias renováveis: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-008_clear.0_factsheet_0.pdf
- **Tomada de posição do BEUC sobre o futuro dos consumidores de energia:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-055_the_future_of_energy_consumers.pdf
- **Tomada de posição do BEUC: Menor consumo de energia, menores faturas de energia:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-029_lower_energy_consumption_lower_energy_bills.pdf

3. SERVIÇOS FINANCEIROS SUSTENTÁVEIS

Porque é que os serviços financeiros sustentáveis são importantes para os consumidores?

Quando se trata de apoiar os consumidores a desempenhar um papel ativo na luta contra as alterações climáticas e a poder viver de forma sustentável, os serviços financeiros e o sistema financeiro são temas cruciais. Atualmente, os consumidores não estão suficientemente conscientes de que podem fazer a diferença com as suas escolhas financeiras e dinamizar os mercados financeiros.

Para a maioria dos consumidores, os bancos representam um balcão único no que diz respeito à gestão das suas finanças. Recebem o seu vencimento, fazem a gestão de pagamentos e benefícios nas suas contas à ordem, mas também se trata do local onde depositam as suas poupanças, investem em planos de reforma, celebram contratos de crédito, contratam seguros, para além de muitas outras operações financeiras. Isto significa que, anualmente, os bancos movimentam triliões de euros[19], dinheiro que poderia ser gasto em iniciativas que visem um impacto positivo no meio ambiente e na sociedade, e que poderiam contribuir para mitigar o impacto das alterações climáticas.

Dada a urgência da situação e apesar dos atuais esforços para dinamizar os recursos para a economia sustentável, a maioria dos bancos continua a utilizar estes triliões para investir e financiar atividades que contribuem para um impacto significativo na emissão de gases para a atmosfera, onde se inclui a indústria de combustíveis fósseis.

A título de exemplo, na Suécia, os sete maiores bancos investem quase o dobro do dinheiro das poupanças em energia fóssil em comparação com energia sustentável. Em cada cem coroas investidas ou emprestadas pelos bancos suecos, 64 coroas suecas são destinadas às energias fósseis e apenas 36 coroas suecas são destinadas às energias sustentáveis[20].

Muitos consumidores gostariam que o seu dinheiro contribuísse para a construção de sociedades mais amigas do ambiente, mais justas e inclusivas. Tal poderia ser alcançado, por exemplo, através do financiamento de atividades que tenham um impacto positivo no meio ambiente. No entanto, atualmente, as instituições financeiras não informam adequadamente acerca das suas estratégias ambientais, incluindo informação sobre onde o dinheiro é investido. Neste contexto, as instituições financeiras continuam a prestar aconselhamento financeiro insuficiente quando os consumidores subscrevem fundos de

[19] Em 2015, as famílias europeias tinham mais de 10 triliões de euros em contas poupança: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-101_savings_accounts_in_eu-a_dormant_market-study.pdf
[20] https://fairfinanceguide.se/media/494515/lägg-om-växeln.pdf

investimento ou apólices de seguro de vida[21], sem ter em consideração as preferências dos consumidores em termos da adoção de práticas de sustentabilidade. Consequentemente, os consumidores podem estar, inconscientemente, a contribuir para a prática de danos ambientais, climáticos e de direitos humanos, e carecem de iniciativas para fazer algo a esse respeito.

A agenda política a nível Europeu

No seu Programa de Trabalho para 2020, a Comissão Europeia anunciou a sua intenção de publicar uma **Estratégia Renovada para o Financiamento Sustentável** no terceiro trimestre de 2020. Em abril de 2020, a Comissão Europeia lançou uma consulta pública para a sua estratégia renovada de financiamento sustentável, à qual o BEUC respondeu[22] expressando as preocupações dos consumidores no debate mais amplo sobre financiamento sustentável. A consulta pública foi dividida em duas secções: 1) A primeira dirigida a todas as partes interessadas sobre como o setor financeiro e a economia podem tornar-se mais sustentáveis; 2) A segunda foi dirigida a peritos, colocando questões técnicas e estratégicas adicionais sobre o futuro dos serviços financeiros sustentáveis. A resposta do BEUC à consulta pública resultou numa série de recomendações à Comissão Europeia para assegurar que os consumidores possam ser melhor informados sobre as características de sustentabilidade dos serviços financeiros em que depositam confiança no seu dia-a-dia, incluindo:

- Um requisito para que todos os produtos financeiros (contas-poupança, fundos de investimento, seguros de vida, plano de poupança-reforma, etc.) revelem quão sustentáveis são. Utilizando, por exemplo, um sistema de classificação por cores, semelhante à amplamente divulgada etiqueta energética, onde uma etiqueta "verde A" representa o índice de sustentabilidade mais elevado, e uma etiqueta "vermelha G" representa o menor índice de sustentabilidade.

- Maior esforço por parte das instituições europeias no combate ao "*greenwashing*" por parte de prestadores de serviços financeiros, tendo esta prática sido identificada como um fator de risco acrescido para os consumidores.

- A implementação – no âmbito do Regulamento relativo ao estabelecimento de um regime para a promoção do investimento sustentável, que estabelece os critérios para determinar se uma atividade económica é qualificada como sustentável do ponto de vista ambiental – de uma designação (etiqueta "castanha" por oposição a uma etiqueta "verde") que permita identificar as atividades que têm um impacto negativo no clima e no meio ambiente.

- Um requisito para que as Autoridades Europeias de Supervisão, no âmbito dos seus relatórios anuais, avaliem o custo e desempenho de produtos que obedecem a

[21] A título informativo a campanha do BEUC *thepriceofbadadvice.eu*, que ilustra a contínua inadequação do aconselhamento financeiro dado a consumidores. O BEUC tem vindo a apelar à proibição do pagamento de incentivos aos consultores financeiros, considerando que tal pode resultar num aconselhamento financeiro imparcial e tendencioso aos consumidores.
[22] https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf

critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades (*Environmental, Social and Governance – ESG)* em relação aos seus homólogos tradicionais.

- Melhor supervisão das classificações dos critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades (*ESG*) e das agências de classificação desses critérios.
- Regras ambiciosas para a criação de um rótulo ecológico da UE *(EU Ecolabel)* destinado aos produtos financeiros.
- Exigência de que os consultores financeiros avaliem as preferências de sustentabilidade dos clientes quando estes procuram aconselhamento sobre onde investir, bem como a exigência de que os consultores financeiros recebam formação adequada sobre produtos que obedecem a critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades *(ESG)* quando prestam aconselhamento financeiro.
- Apoio a iniciativas que orientem e ajudem os consumidores a comparar critérios de sustentabilidade e práticas de investimento das instituições de crédito e de outras instituições financeiras, tais como o *Fair Finance Guide*.

Outra legislação comunitária relevante e grupos de trabalho na área dos serviços financeiros sustentáveis, incluem:

- **Rótulo Ecológico da UE *(EU Ecolabel)* para produtos de investimento** – um painel de peritos criado pela Comissão Europeia está atualmente a desenvolver um rótulo ecológico da UE[23] para produtos financeiros de retalho baseado no sistema de classificação da UE *(taxonomy)* para auxiliar investidores, empresas, emitentes e promotores de projetos a navegar na transição para uma economia de baixo carbono, resiliente e eficiente. A sociedade civil, incluindo o coordenador do BEUC para o projeto do rótulo ecológico, estão determinados a garantir um rótulo fiável fundado em condições rigorosas que evitem o *greenwashing*[24] e evitem a divulgação de informação enganosa aos consumidores.
- Em março de 2020, o Centro Comum de Investigação (*Joint Research Center* - JRC) da Comissão Europeia apresentou uma proposta sobre os requisitos para o rótulo ecológico da UE para os produtos de serviços financeiros de retalho. Em abril de 2020, o BEUC publicou os seus comentários[25] (em parceria com outras organizações da sociedade civil) a essa proposta, salientando algumas preocupações. O BEUC e outras organizações da sociedade civil referiram que a proposta do JRC deveria ser melhorada para garantir que o rótulo ecológico da UE será adequado ao fim a que se destina e que os produtos abrangidos pelo referido rótulo visem investimentos em atividades económicas com impacto ecológico positivo. Mais precisamente, foi proposto, entre outros, que a versão final do rótulo corresponda às expetativas dos pequenos investidores, ou seja, com, pelo menos, 51% de investimentos com impacto ecológico positivo nos fundos de investimento e critérios de exclusão rigorosos para setores com impacto prejudicial do ponto de vista ecológico. O BEUC e as organizações da

[23] Consultar capítulo 7.2 sobre Rótulo ecológico *(Ecoloabel)*
[24] Greenwashing: prática que consiste em fazer passar a ideia de que um produto ou serviço é ecológico quando não o é
[25] http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf

sociedade civil defendem que um futuro rótulo ecológico da UE deve defender os pequenos investidores e os consumidores em geral de práticas de *"greenwashing"* (alegações ambientais enganosas) e corresponder às suas expetativas de um rótulo de excelência ambiental.

- **Projeto de ato delegado "MiFID II" (Diretiva relativa aos mercados de instrumentos financeiros) e "IDD" (Diretiva sobre a distribuição de seguros)** – A Comissão Europeia publicou o projeto de atos delegados em 8 de junho de 2020 e lançou uma consulta pública de 4 semanas até 6 de julho de 2020. Caso sejam adotados, os projetos de atos delegados serão sujeitos à apreciação do Parlamento Europeu e do Conselho. As normas alteradas entrarão em vigor 12 meses após a sua publicação no Jornal Oficial da UE. De acordo com o projeto de atos delegados, os consultores financeiros serão obrigados a integrar os fatores de sustentabilidade associados aos produtos financeiros no quadro do aconselhamento a prestar aos consumidores. As organizações de consumidores têm como objetivo assegurar nesta fase de preparação desses documentos, que o texto final protegerá adequadamente os consumidores, exigindo aos consultores financeiros que avaliem adequadamente as preferências, relativamente aos critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades (ESG), dos clientes que procuram aconselhamento financeiro (por exemplo, quando procuram aconselhamento sobre um plano de poupança reforma, uma apólice de seguro de vida ou um fundo de investimento).

- ***Taxonomia Castanha (Brown taxonomy)*** – o Regulamento relativo ao estabelecimento de um regime para a promoção do investimento sustentável, que estabelece os critérios para determinar se uma atividade económica é qualificada como sustentável do ponto de vista ambiental apenas prevê uma etiqueta "verde" (*'green taxonomy)'*[26]. Não inclui uma etiqueta "castanha" *('brown taxonomy')* com critérios para atividades económicas que tenham um impacto ambiental negativo. A iniciativa para a implementação de uma etiqueta "castanha" permitiria que os pequenos investidores compreendessem quando é que os seus investimentos estão a fomentar atividades insustentáveis do ponto de vista ambiental.

A agenda política a nível nacional

Em Portugal não existe um critério uniforme que defina o que são investimentos ou ativos sustentáveis. No entanto, a CMVM[27] entende que um ativo ou investimento diz-se sustentável quando integra fatores ESG (critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades), assim, os investimentos sustentáveis englobam os investimentos normalmente apelidados de investimentos de impacto, investimentos éticos, investimentos na comunidade, investimentos verdes, entre

[26] A 18 de dezembro de 2019, o Conselho e o Parlamento Europeu chegaram a um acordo sobre o Regulamento relativo ao estabelecimento de um enquadramento para promover o investimento sustentável. A 15 de abril de 2020 o Conselho adotou através de procedimento escrito em primeira leitura tendo em vista a adoção do Regulamento relativa ao estabelecimento de um regime para a promoção do investimento sustentável. O Parlamento Europeu aprovou o texto em conformidade com o procedimento de "acordo antecipado em segunda leitura" em 18 de junho de 2020. O texto foi agora também publicado no Jornal Oficial da UE e entrará em vigor no 20.º dia após a sua publicação.

[27] https://www.cmvm.pt/pt/AreadoInvestidor/Faq/Pages/faq-financas-sustentaveis.aspx

outros. Como denominador comum a estes tipos de investimentos está o facto de incluírem um ou mais fatores ESG, além da vertente do retorno financeiro.

Em julho de 2019 foi assinada por 20 entidades a Carta de Compromisso para o Financiamento Sustentável em Portugal[28], um documento que visa promover a incorporação de critérios ambientais e de sustentabilidade na atividade do setor financeiro, com o objetivo de atingir uma economia neutra em carbono em 2050.

Esta Carta estabelece compromissos diferentes para as diferentes entidades envolvidas, que estão maioritariamente segmentadas por grupos: reguladores, instituições financeiras e a bolsa portuguesa, associações de bancos, seguradores, emitentes e fundos, o Ministério do Ambiente e da Transição Energética, o Ministério da Economia e o Ministério das Finanças.

Em 5 de março de 2020, o Banco de Portugal publicou o seu compromisso[29] com a sustentabilidade e o financiamento sustentável, o documento estabelece as prioridades do Banco de Portugal na resposta aos desafios relacionados com a sustentabilidade e o financiamento sustentável, com destaque para os suscitados pelas alterações climáticas.

O *Business Council for Sustainable Development* (BCSD) Portugal criou uma página da internet dedicada às Finanças Sustentáveis onde aborda os desafios que a economia verde e de baixo carbono exigem ao setor financeiro. Disponibiliza informação sobre o potencial dos investimentos sustentáveis e sobre as ferramentas ao dispor das organizações para que o investimento privado e público em novos produtos, serviços e melhoradas tecnologias seja uma realidade.

A intervenção das organizações de consumidores

O universo dos serviços financeiros sustentáveis é um setor em crescimento, e há muitos papéis chave que as organizações de consumidores podem desempenhar:

- **Apoiar os consumidores a localizar o destino dos montantes que investem, e se são aplicados em fins com impacto positivo ou negativo (práticas *verdes* ou *sujas)* –** pesquisar e fornecer informações aos consumidores sobre o destino das quantias que investiram. Por exemplo o *Fair Finance Guide*[30] é um exemplo do trabalho que as organizações de consumidores podem fazer para auxiliar os consumidores a ter informação mais transparente sobre para onde os seus bancos canalizam o dinheiro. Este guia expôs más práticas sociais e ambientais dos bancos europeus, desde o financiamento da expansão das atividades da indústria do óleo de palma na Indonésia, até à exposição da escala do seu investimento contínuo na indústria dos combustíveis fósseis em detrimento do investimento em energias renováveis.

- **Pressão para o aumento da oferta de produtos –** Atualmente, a oferta de produtos financeiros disponíveis para poupança, investimentos e fundos de pensões com base

[28] https://www.cmvm.pt/pt/Comunicados/Comunicados/Documents/Carta_Compromissos.pdf

[29] https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/compromisso_sustentabilidade_e_financiamento_sustentavel.pdf

[30] Estudos de caso de financiamento e investimentos dos bancos europeus, do Guia de Serviços Financeiros Justos *(Fair Finance guide)*: https://fairfinanceguide.org/ffg-international/case-studies/

em critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades (*ESG)* é limitada. Neste campo, as organizações de consumidores podem envolver-se e pressionar no sentido de se criarem mais produtos que cumpram esses critérios. As organizações de consumidores podem contribuir para sensibilizar os consumidores, para que estes possam desempenhar um papel ativo no mercado financeiro e exercer pressão para que as suas exigências e escolhas sejam acolhidas.

- **Educar os consumidores sobre a prática de *"greenwashing"* dos critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades (*ESG*)** – Embora possa ser positivo que os bancos sejam vistos como tendo práticas sustentáveis e socialmente conscientes, é necessário exercer mais pressão sobre estes, para assegurar que os objetivos ambientais, sociais e de governo das sociedades sejam tanto inerentes como parte do sistema bancário. As práticas de *"greenwashing"*, ou seja, produtos que parecem *"verdes"*, mas que na realidade não o são, precisam de ser combatidas de forma eficaz.

- **Disponibilização de ferramentas de comparação de *"empréstimos verdes"*** – Uma intervenção desta natureza pode ajudar os consumidores a encontrar ofertas de *"empréstimos verdes"* de valor positivo para investir em energias renováveis (tais como bombas de calor ou painéis solares), produtos *"verdes"*, como carros elétricos, assim como crédito hipotecário ou crédito destinado a reabilitações energeticamente eficientes de edifícios residenciais.

- Por fim – os consumidores são incapazes de mitigar ou mesmo de estarem conscientes dos riscos dos seus investimentos em setores dependentes do carbono através de **ativos irrecuperáveis *(stranded assets)***[31] – investimentos, planos de reforma e poupanças devem ser protegidos contra os riscos das alterações climáticas e financiamentos insustentáveis. As organizações de consumidores poderão defender uma maior transparência no que respeita ao financiamento e aos investimentos efetuados pelas instituições financeiras.

Exemplos nacionais ou ferramentas de educação e envolvimento dos consumidores

- ***Fair Finance guide* – Noruega e Suécia**

A organização de consumidores norueguesa *Forbrukerrådet* e a homóloga sueca *Sveriges Konsumenter* fazem parte da rede *Fair Finance Guide*, um projeto para classificar e comparar bancos com maior

[31] Ativos irrecuperáveis são ativos que estão sujeitos a uma precoce e inesperada perda de valor. Investigadores da *London School of Economics* têm salientado que as alterações climáticas apresentam um duplo risco na criação de ativos irrecuperáveis. Em primeiro lugar, fenómenos climáticos extremos podem destruir diretamente bens cruciais, como infraestruturas, afetar o uso do solo, ou baixar o seu valor de produção. Em segundo lugar, podem baixar a produção desses ativos e, por conseguinte, conduzir a um menor retorno do investimento. Nesta perspetiva, uma ação mais assertiva sobre as alterações climáticas que permita evitar a ocorrência destes resultados, também será positiva para proteger os investidores. Para mais informação consultar: https://www.beuc.eu/press-media/news-events/tougher-action-climate-change-makes-sense-investors

quota de mercado com base em critérios ambientais, sociais e de governo das sociedades.

O *Fair Finance Guide* norueguês classificou 13 bancos relativamente às suas políticas e práticas comerciais https://etiskbankguide.no/ e o *Fair Finance Guide* sueco analisou os 7 maiores bancos e mais 2 outros na Suécia - https://fairfinanceguide.se/

- **Lituânia – Grupo Conjunto de Monitorização de Serviços Financeiros Sustentáveis (projeto S.U.R.F.)**. Com semelhanças ao projeto *Fair Finance International*, a Aliança de Organizações de Consumidores Lituanos (ALCO) está a implementar um sistema de classificação bancária para os consumidores lituanos. O projeto pretende obter um impacto de três formas: desenvolver campanhas de informação para auxiliar os consumidores a procurar e a investir ativamente em produtos financeiros de retalho orientados para a sustentabilidade; envolver-se com os atores locais do setor financeiro para encorajar a criação destes produtos financeiros e a lançá-los no mercado; promover ações *lobby* e defender junto dos decisores políticos a necessidade de criação de um enquadramento legal que permita reorientar o setor financeiro dos seus investimentos tradicionais (*"business as usual"*) para investimentos de cariz sustentável. O objetivo é o de construir um sistema financeiro em que o aumento da intervenção e pressão por parte dos consumidores, conscientes da importância de fatores de sustentabilidade, permitam uma alteração profunda desse sistema.

- **Bélgica - *Réseau Financité*** (Rede de Financiamento Alternativo) é uma iniciativa belga cujo principal objetivo é a promoção de serviços financeiros éticos e socialmente responsáveis. A *Réseau Financité* conduz investigações, aprofunda conhecimentos e auxilia indivíduos na pesquisa de serviços financeiros éticos e responsáveis. A rede publica regularmente relatórios de avaliação de produtos financeiros que promovem preocupações sociais, éticas, de governo das sociedades e ambientais para ajudar pequenos investidores que pretendem investir o seu dinheiro de forma responsável. A rede também é responsável por uma página da internet que disponibiliza uma ferramenta de comparação (disponível também para contas-poupança, fundos de investimento, planos de reforma, etc.), permitindo aos utilizadores comparar facilmente as características ESG dos serviços financeiros (com base num conjunto de critérios e metodologia desenvolvidos pela rede).

Informação adicional – fichas informativas, publicações, links

- **Página de internet da Comissão Europeia sobre a estratégia renovada de financiamento sustentável** https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en

- **Resposta do BEUC ao Pacto Ecológico Europeu relativa a "Serviços Financeiros" página 10:** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf

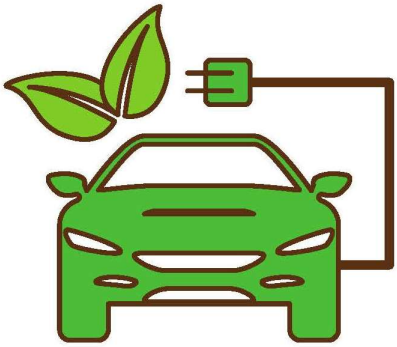
- **O guia *Fair Finance* –** projeto implementado em diversos países da UE que promove a sensibilização dos consumidores classificando as instituições financeiras de acordo com critérios de sustentabilidade: https://fairfinanceguide.org/
- ***Finance Watch* –** Uma Organização Não Governamental criada após a crise financeira de 2008 para despertar a atenção e combater o *lobby* da indústria financeira - https://www.finance-watch.org/
- **Recomendações do BEUC e outras ONG relativas ao rótulo ecológico da UE e serviços financeiros** http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-026_ecolabel_financial_products_ngo_joint_briefing.pdf Consulte também o capítulo 7.2, página 30 deste documento de enquadramento para mais informações sobre o rótulo ecológico europeu e a inclusão dos produtos financeiros.
- **Publicação do blog Finance Watch "no climate justice without sustainable finance" -**https://www.finance-watch.org/no-climate-justice-without-sustainable-finance/
- **Publicação do blog Finance Watch: "Nine financial reforms climate strikers should demand" -** https://www.finance-watch.org/uf/9-financial-reforms-that-climate-strikers-should-demand/
- **O Plano de Ação sobre Financiamento Sustentável da Comissão Europeia, 8 março 2018 -** https://ec.europa.eu/info/publications/180308-action-plan-sustainable-growth_en
- **Resposta do BEUC à consulta da Comissão Europeia sobre a sua estratégia renovada de financiamento sustentável -** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-069_consultation_on_the_renewed_sustainable_financial_strategy.pdf
- **Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente** https://www.unepfi.org/
- ***Frank Bold public interest Law Organisation*** https://en.frankbold.org/about-us

4. MOBILIDADE SUSTENTÁVEL

Porque é que a mobilidade sustentável é importante para os consumidores?

Um grande número de consumidores não tem outra escolha senão a de utilizar o seu automóvel para satisfazer as suas necessidades de mobilidade. Isto é o resultado de décadas de políticas urbanas e económicas baseadas no pressuposto de que a propriedade individual de veículos a gasolina representaria o método ideal de nos movermos do "ponto A para o ponto B". Isto resultou num sistema de mobilidade em que a condução de automóveis é cara, ineficiente e má para o clima, ambiente e saúde pública. Os consumidores poderiam poupar muito tempo e dinheiro se o nosso sistema de transportes fosse mais sustentável. Paralelamente, o setor da aviação é uma das fontes de emissões de CO2 que cresce mais rapidamente e que poderá tornar-se um dos maiores emissores da UE até 2050.

Nos últimos anos foram alcançados progressos significativos para reduzir as emissões de CO2 e o consumo de combustível dos automóveis de passageiros. Entraram em vigor novos testes (WLTP: *Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure* e RDE: *Real Driving Emissions*), a UE reforçou significativamente o seu quadro de homologação e de supervisão do mercado, e acordou objetivos ambiciosos de redução de CO2 para 2025 e 2030. Espera-se que este novo quadro regulamentar acelere significativamente a transição para veículos com um impacte carbónico reduzido e represente, na prática, e não apenas em teoria, avanços neste setor. Na próxima década, esperamos, portanto, uma mudança profunda na indústria automóvel, com reduções nas emissões de CO2 fortemente impulsionadas por uma mudança nas tecnologias de aceleração e uma mudança dos motores de combustão interna para veículos elétricos.



A agenda política a nível Europeu

As próximas intervenções relevantes a nível comunitário são as seguintes:

- Publicação, até ao final de 2020, de uma nova estratégia da UE para uma "mobilidade sustentável e inteligente", estabelecendo objetivos políticos em termos de adoção de veículos "limpos", alternativas de transporte limpas (transporte ferroviário), e estabelecendo incentivos adequados aos consumidores.
- Revisão (prevista para junho de 2021) da diretiva comunitária relativa à criação de uma infraestrutura para combustíveis alternativos, que estabelece requisitos, nomeadamente para a implementação de postos de carregamento para veículos elétricos.

- Revisão (prevista durante 2021) da diretiva comunitária relativa ao sistema de rotulagem de veículos, que fornece aos compradores de automóveis informações sobre a eficiência dos mesmos no local de venda.
- Revisão (prevista em junho de 2021) das metas de redução de CO2 em veículos para 2025 e 2030.

A agenda política a nível nacional

A nível nacional, e considerando o compromisso de atingir a neutralidade carbónica até 2050, uma das principais linhas de ação governamental para cumprir esse objetivo passa pela descarbonização da mobilidade e dos transportes, pelo que, quanto a este aspeto salientamos o programa de incentivo pela introdução no consumo de veículos de baixas emissões (2020), que é parte integrante do Fundo Ambiental.

Este programa pretende dar continuidade à implementação de medidas de aceleração para energias alternativas e ambientalmente mais favoráveis, como a tração 100% elétrica, dado o seu claro contributo para a melhoria da qualidade do ar, redução de ruído e descarbonização.

Assim, esta medida traduz-se na atribuição de um incentivo de 3.000,00€ no caso do candidato ser uma pessoa singular, e de €2.000,00, caso o candidato seja uma pessoa coletiva. Estes valores são atribuídos na aquisição de um veículo 100% elétrico novo, sem matrícula, cujo primeiro registo tenha sido feito em nome do candidato, a partir de 1 janeiro de 2020.

O incentivo pela introdução de bicicletas elétricas, motociclos de duas rodas e ciclomotores elétricos e bicicletas de carga é traduzido na forma de atribuição de unidades de incentivo no valor de 50% do valor do veículo, até ao máximo de 350€, cuja primeira aquisição (ou registo, se aplicável) tenha sido feito em nome do candidato, a partir de 1 de janeiro de 2020.

O incentivo pela introdução no consumo de bicicletas convencionais é traduzido na forma de atribuição de unidades de incentivo no valor de 10% do valor do veículo, até ao máximo de 100€ devido pela introdução no consumo de uma bicicleta elétrica nova, isto é, cuja aquisição tenha sido feita em nome do candidato a partir de 1 de janeiro de 2020.

No início de 2019 foi aprovado o regime jurídico do Programa de Apoio à Redução Tarifária (PART) nos transportes públicos coletivos de passageiros.

O PART constitui uma ferramenta para atrair passageiros para o transporte coletivo, apoiando as autoridades de transporte com uma verba anual que lhes permita operar um ajustamento tarifário e da oferta. Considera-se, ainda, que esta medida é relevante atendendo ao atual contexto de padrão de mobilidade nos grandes espaços urbanos portugueses que assenta, sobretudo, na utilização de veículos particulares em detrimento do transporte público.

Esta realidade tem como consequência a geração de externalidades negativas que afetam a competitividade dos territórios, para além de gerar consequências em termos ambientais.

O PART é financiado pelo Fundo Ambiental e visa, entre outras medidas:

- Apoio à redução tarifária a todos os utilizadores;

- Apoio à redução tarifária ou à gratuitidade para grupos específicos, incluindo pessoas com deficiência, com grau de incapacidade igual ou superior a 60%, certificada por atestado médico de incapacidade multiusos;
- Apoio à criação de «passes família»;
- Apoio às alterações tarifárias decorrentes do redesenho das redes de transporte e da alteração de sistemas tarifários.

A intervenção das organizações de consumidores

Durante a transição para veículos elétricos prevista para a próxima década, é importante que as organizações de consumidores aconselhem e auxiliem os consumidores acerca das opções de mobilidades que lhe sejam mais adequadas. Relativamente aos automóveis, a informação nos locais de venda pode ajudar os compradores a optarem por veículos mais eficientes tendo em conta os consumos de combustível. Um sistema de rotulagem de veículos harmonizada entre todos os países da UE ajudaria os consumidores a efetuar tais comparações e influenciaria a disponibilização de opções mais sustentáveis, tais como os veículos elétricos.

As organizações de consumidores podem complementar esse trabalho disponibilizando aos interessados informações sobre o consumo real de combustível/nível de emissões dos seus automóveis e aconselhando-os a selecionar os melhores veículos no mercado. Muitas organizações de consumidores fazem-no através de projetos como o Green NCAP ou o MILE21.
Existem outros desenvolvimentos no setor automóvel que podem criar novos e diferentes desafios para a política dos consumidores. Novas inovações como o aumento da automatização e características ligadas à internet colocam um novo conjunto de questões relativas à responsabilidade, segurança, proteção de dados, concorrência e muito mais.
Paralelamente, os consumidores devem ter melhor acesso a alternativas aos automóveis, tais como transportes públicos, mobilidade suave (a pé e de bicicleta) ou alternativas partilhadas ou de micro-mobilidade. Todo o nosso sistema de mobilidade necessita de ser repensado de forma a poder proporcionar aos consumidores alternativas mais eficientes e mais sustentáveis.

Exemplos nacionais ou ferramentas de educação e envolvimento dos consumidores sobre mobilidade sustentável

- **Testes a modelos de veículos mais ecológicos (carros elétricos e opções de combustível)**
    - **Test Achats, Bélgica:**
        - Comparação de veículos para efetuar a escolha mais ecológica
        - Conselhos sobre condução mais ecológica
            - **MILE21 –** “mais informação menos emissões” (“more information less emissions”) – ferramenta que disponibiliza aos consumidores

dados reais sobre o consumo de combustível de veículos de passageiros, ajudando-os a tomar decisões de compra informadas para veículos mais eficientes https://www.mile21.eu/about

- **Green NCAP** – ferramenta de comparação de veículos automóveis https://www.greenncap.com/

- **Promoção de transportes públicos**
  - **Forbrugerrådet Tænks, Dinamarca** – O projeto "Passenger pulse" ajuda os consumidores no setor dos transportes públicos
  - **Vzbv, Alemanha**- Tem vindo a realizar estudos sobre reivindicações legais quanto à forma de operacionalizar a aproximação da acessibilidade do transporte público ao local de residência do utente, e a sua interligação com novos meios de transporte público (por exemplo, boleia partilhada): https://www.vzbv.de/dokument/mobil-bleiben-auch-ohne-auto
- **Ações reivindicativas para** melhorar os direitos dos passageiros, e para registar queixas dos utilizadores de transportes públicos.
- **Ações coletivas:**
  - **O caso Volkswagen** - Quando a Volkswagen foi denunciada por utilizar *software* com o intuito de manipular os seus veículos, falsificando dados sobre as suas emissões para que os automóveis fossem vendidos e parecessem cumprir as normas em vigor relativamente aos limites de poluição, organizações de consumidores a nível nacional e o BEUC a nível europeu trabalharam em conjunto para auxiliar os consumidores a obterem compensação e para que os seus veículos fossem repostos em conformidade com os requisitos legais. Organizações de consumidores na Alemanha, Bélgica, Eslovénia, Eslováquia, Espanha, Itália, Lituânia, Suíça e Portugal intentaram ações coletivas contra a VW.

- **Educação ao consumidor e investigação**
  - **Citizens Advice Reino Unido -** promoveu uma série de *workshops* sobre como carregar de forma eficiente um veículo elétrico (demonstrando, por exemplo, como é que os consumidores poderiam tirar partido de "tarifas inteligentes" para otimizar os seus consumos de eletricidade. Veja o vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=i3KkP0AohI8&feature=youtu.be

- **Tomada de posição do BEUC sobre como a política dos consumidores pode ajudar a tornar o transporte na Europa mais limpo**: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-065_fossil_fuelled_mobility.pdf
- **Ficha informativa do BEUC sobre mobilidade sustentável:** http://www.beuc.eu/sustainability/sustainable-mobility
- **Ficha informativa do BEUC sobre a acessibilidade dos veículos elétricos**: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-036_making-electric-cars-convenient-across-europe.pdf
- **Ficha informativa do BEUC sobre a acessibilidade de preços dos veículos elétricos**: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-113_when_will_electric_cars_be_an_affordable_option_for_european_consumers_-_a5_format.pdf
- **Tomada de posição do BEUC** sobre como tornar os carros elétricos mais acessíveis: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-032_making_electric_cars_convenient.pdf

5. ALIMENTAÇÃO SUSTENTÁVEL

Porque é que a alimentação sustentável é importante para os consumidores?

Um número cada vez maior de consumidores está disposto a comer alimentos que sejam bons para a sua saúde, mas também para o planeta. Esta tendência encorajadora surgiu de um inquérito sobre as atitudes dos consumidores em relação aos alimentos sustentáveis, publicado pelo BEUC em junho de 2020[32]. A pesquisa, que abrangeu 11 países, descobriu que dois terços dos europeus estão disponíveis para mudar os seus hábitos alimentares por razões ambientais. No entanto, também mostrou que os consumidores enfrentam obstáculos para transformar as suas palavras em ações. Os preços, falta de conhecimento, informações pouco claras e a escolha limitada de opções sustentáveis são o que a maioria dos consumidores diz que os impede de comer de forma mais sustentável.

A sustentabilidade alimentar resume-se à vontade de atender às necessidades alimentares da população com o mínimo impacto sobre o meio ambiente e, ao mesmo tempo, oferecer opções alimentares saudáveis. Este tópico inclui:

1- Como evitar o desperdício de alimentos, e

2- Como tornar a escolha sustentável fácil e acessível para os consumidores.

Desperdício alimentar

De acordo com as estimativas[33] da Comissão Europeia, cerca de 88 milhões de toneladas de alimentos são desperdiçados anualmente na UE. Com base nos dados disponíveis, metade desses resíduos (53%) ocorre no nível doméstico[34].

No entanto, o desperdício de alimentos é uma responsabilidade partilhada com toda a cadeia alimentar. São necessárias ações em todos os níveis, incluindo: combater a superprodução agrícola e os produtos/embalagens danificados no fabrico; prevenção de ruturas da cadeia de frio durante o transporte e manuseio e gestão deficiente de stocks na distribuição; abordar embalagens prejudiciais para o consumidor, maus hábitos de compra ou conservação inadequada de alimentos pelo consumidor, etc.

Para além do impacte ambiental negativo, o desperdício de alimentos é inaceitável do ponto de vista ético, mas também tem consequências financeiras para os consumidores. Em cada ano, em média, uma família belga deita fora alimentos perfeitamente comestíveis que valem cerca de 300€[35]. No Reino Unido, mensalmente, uma família média deita fora quase £60 de alimentos que comprou, mas não consumiu[36].

A investigação mostra que os alimentos mais desperdiçados pelos agregados familiares da UE consistem em fruta e vegetais (salada fresca em particular), produtos de padaria, carne e

---

[32] BEUC (2020). Uma dentada de cada vez: consumidores e a transição para alimentação sustentável.
[33] http://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/index_en.htm
[34] FUSIONS, 2015.
[35] Test-Achats 589. Gaspillage alimentaire. setembro 2014.
[36] WRAP campanha 'Love Food, Hate Waste'. http://england.lovefoodhatewaste.com/content/5-sure-fire-wayssave-money-your-food-bills

peixe, produtos lácteos, alimentos secos (massa, arroz) e condimentos[37] [38] [39]. O desperdício de alimentos em casa está amplamente relacionado com as rotinas relacionadas com a alimentação[40], incluindo as rotinas de compras (ou seja, a compra de alimentos em quantidade excessiva) e rotinas relativas ao uso (ou não) de sobras (com a quantidade de sobras afetada pelas porções de alimento adquiridas). De acordo com uma pesquisa em toda a UE[41], 58% dos entrevistados indicaram que a disponibilidade de menores porções nas lojas os ajudaria a reduzir o desperdício de alimentos. Um estudo recente realizado pela Comissão Europeia[42] também estima que até 10% do desperdício de alimentos pelo consumidor está relacionado com a informação de datas de validade, devido a erros de interpretação por parte dos consumidores, mas também devido ao uso inconsistente ou inadequado das datas de 'consumir até' e 'prazo de validade' por fabricantes e retalhistas.

Tornar as opções alimentares saudáveis e sustentáveis fáceis e acessíveis para os consumidores

Garantir que as opções alimentares saudáveis e sustentáveis sejam a opção fácil para os consumidores significa:

- Melhorar o acesso do consumidor a produtos mais sustentáveis com um preço acessível
- Criar um ambiente que apoie escolhas alimentares saudáveis e sustentáveis, que pode por exemplo consistir em:
    - Aumentar a disponibilidade e variedade de produtos alimentares sustentáveis.
    - Restringir o marketing e a publicidade de alimentos não saudáveis dirigido a crianças.
    - Fornecer aos consumidores informações rápidas sobre o valor nutricional dos alimentos por meio de um rótulo obrigatório na frente da embalagem (Nutri-Score).
    - Garantir que os alimentos ricos em gordura, açúcar e/ou sal não possam argumentar que são benéficos para a saúde.
    - Melhorar a informação ao consumidor sobre a origem dos alimentos.

---

[37] German Federal Ministry of Food and Agriculture (2012). http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/WvL/Studie_Lebensmittelabfaelle_Langfassung.pdf?__blob=publicationFile
[38] Relatório da WRAP (2008). The Food We Waste.
[39] Relatório Crem, bureau voor duurzame ontwikkeling(2013).
[40] Stancu, 2015; Stefan et al, 2013
[41] Eurobarómetro Flash n.º 316 (March 2011). Atitudes dos Europeus relativamente à eficiência dos recursos
[42] Comissão Europeia (2018). Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention.

• Combater falsas alegações de alimentos sustentáveis (ou seja, *greenwashing*), garantindo que os rótulos de sustentabilidade dos alimentos sejam claros, inequívocos, confiáveis, verificáveis, não enganosos e testados pelo utilizador final.

A agenda política a nível Europeu

Relacionado com o desperdício alimentar, em setembro de 2015, como parte dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para 2030, a Assembleia Geral das Nações Unidas adotou a meta de reduzir para metade o desperdício de alimentos *per capita* na distribuição e no consumo, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias produtivas e de abastecimento. O Plano de Ação da UE para a Economia Circular da Comissão Europeia[43], adotado em dezembro de 2015, descreve ações para apoiar a concretização deste objetivo:

• Uma plataforma (Plataforma da UE sobre perda de alimentos e desperdício alimentar[44]), que reúne instituições da UE, especialistas de países da UE e partes interessadas relevantes, criada para apoiar todos os atores na definição de medidas necessárias para prevenir o desperdício alimentar, compartilhar as melhores práticas e avaliar o progresso feito ao longo do tempo.

• Foi elaborada uma metodologia comum da UE para medir o desperdício alimentar de forma consistente em toda a cadeia de abastecimento alimentar[45].

• Foram iniciados trabalhos[46] a nível da UE para examinar formas de melhorar a utilização da indicação de datas de validade pelos intervenientes na cadeia alimentar e a sua compreensão pelos consumidores, em particular a rotulagem "consumir até".

A **Estratégia do *Prado ao Prato*[47] da UE** para um sistema alimentar justo, saudável e ecológico foi publicada em 20 de maio de 2020. Uma componente importante do Pacto Ecológico Europeu, inclui um Plano de Ação listando 27 medidas que abrem o caminho para a produção de alimentos mais ecológicos, dietas mais saudáveis e sustentáveis e menos desperdício de alimentos. Essas medidas - muitas ainda sujeitas a mais estudos, consultas e outras avaliações de impacto - incluem, nomeadamente:

• Uma proposta de rotulagem nutricional obrigatória harmonizada na frente da embalagem (*Nutri-score*), para permitir que os consumidores façam opções alimentares conscientes em termos de saúde (até ao quarto trimestre de 2022).

• Uma proposta para exigir a indicação de origem para certos produtos (até ao quarto trimestre de 2022).

• Uma proposta para uma estrutura de rotulagem de alimentos sustentáveis para capacitar os consumidores a fazerem escolhas alimentares sustentáveis (até 2024).

---

43 http://ec.europa.eu/priorities/jobs-growth-investment/circular-economy/docs/communication-action-planfor-circular-economy_en.pdf
44 https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/eu-platform_en
45 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:2019:248:TOC
46 https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu_actions/date_marking_en
47 https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

• Perfis nutricionais para restringir o uso de alegações nutricionais e de saúde em alimentos ricos em sal, açúcar e/ou gordura (até ao quarto trimestre de 2022).

• Uma proposta de metas a nível da UE para a redução do desperdício alimentar (2023).

• Uma proposta de revisão das regras da UE sobre a indicação de datas de validade (datas para "consumir até" e "prazo de validade") (quarto trimestre de 2022).

• Iniciativas para estimular a reformulação de alimentos processados, incluindo o estabelecimento de níveis máximos para determinados nutrientes (quarto trimestre de 2021).

A agenda política a nível nacional

Em novembro de 2017 foi aprovada em Portugal, a Estratégia Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar (ENCDA) e o respetivo Plano de Ação. A Estratégia Nacional, tem como visão "combater o desperdício alimentar, uma responsabilidade partilhada do produtor ao consumidor" e integra 3 objetivos estratégicos - Prevenir, Reduzir e Monitorizar - estando definidas no respetivo Plano de Ação 14 medidas direcionadas para o combate ao desperdício alimentar desenvolvidos a partir do trabalho das várias entidades que compõem a Comissão Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar[48] (CNCDA). Nesta página da CNCDA encontra-se uma lista de iniciativas nacionais que visam o combate ao desperdício alimentar:

https://www.cncda.gov.pt/index.php?option=com_content&id=433&lang=pt&layout=edit&view=article

A Lei nº 30/2019, de 23 de abril, introduziu restrições à publicidade dirigida a menores de 16 anos de géneros alimentícios e bebidas que contenham elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos transformados. Foi uma alteração ao Código de Publicidade, enquadrada numa política pública de combate ao excesso de peso e à obesidade infantil, que procura prevenir comportamentos de risco e reduzir a ocorrência de doenças: aumento de dificuldades respiratórias, diabetes, hipertensão, doenças cardiovasculares, oncológicas, entre outras patologias. No seguimento da aprovação da Lei n.º 30/2019, de 23 de abril, foi atribuída à Direção-Geral da Saúde (DGS) a responsabilidade de definir o perfil nutricional dos alimentos que devem ser tidos em conta para limitar a publicidade alimentar dirigida a crianças. O Despacho n.º 7450-A/2019, de 21 de agosto, determina os valores que devem ser tidos em conta na identificação de elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos trans.

O modelo de perfil nutricional fixado pela DGS, teve como inspiração e base de trabalho o modelo de perfil nutricional da Organização Mundial da Saúde (OMS), ao qual foram introduzidas algumas alterações com o objetivo de alinhar os limites para alguns nutrientes em algumas categorias de alimentos com os valores definidos pela legislação da União Europeia.

[48] https://www.cncda.gov.pt/

A intervenção das organizações de consumidores

Dependendo da sua capacidade e recursos, há uma ampla seleção de atividades que as organizações de consumidores podem realizar para evitar o desperdício alimentar e tornar a escolha de alimentos saudáveis e sustentáveis mais fácil para os consumidores:

- **Sensibilização e consciencialização:** por meio de artigos publicados nas suas revistas/sites e por meio de campanhas que desenvolvem, as organizações de consumidores contribuem para a sensibilização dos consumidores para temas como o desperdício alimentar[49] ou o impacte ambiental dos nossos hábitos alimentares[50].

- **Apoiar mudanças de comportamento:** as organizações de consumidores podem fornecer dicas simples aos consumidores para ajudá-los a mudar o comportamento. Por exemplo, disponibilizando recomendações para a correta conservação de alimentos e ideias de receitas para reutilizar as sobras[51], apoiando os consumidores a compreender melhor a diferença entre as datas de "consumir até" e "antes de"[52], aconselhar os pais sobre os lanches escolares mais saudáveis para seus filhos[53] ou ajudando os consumidores a descobrir qual o pescado mais sustentável[54].

- **Defender regras que tornem a escolha saudável e sustentável mais fácil para os consumidores:** as organizações de consumidores têm um papel fundamental a desempenhar para garantir que as leis da UE e nacionais que moldam os nossos sistemas alimentares e o que acaba no prato dos consumidores, promovem a produção agrícola e alimentar sustentável e criam um ambiente alimentar onde a escolha saudável e sustentável é a mais fácil.

- **Usando as redes socias e novas formas de comunicar para chegar aos consumidores:** as organizações de consumidores estão cada vez mais a utilizar as redes sociais e as aplicações móveis (aplicativos para smartphones[55], publicações e vídeos do Facebook[56], Twitter, fóruns de discussão, etc.) para chegar aos consumidores - especialmente os mais jovens - e apoiá-los nos seus esforços para adotar hábitos alimentares mais saudáveis e sustentáveis.

Exemplos e ferramentas nacionais para a educação e envolvimento do consumidor

- **Portugal Green Chef**: Convida as escolas associadas à DECOJovem a produzirem vídeos com receitas culinárias feitas a partir de sobras de refeições e/ou com melhor aproveitamento dos alimentos, com o objetivo de sensibilizar os jovens consumidores

[49] OCU (2017). No tires la comida!
[50] CLCV (2020). Manger durable.
[51] Fédération Romande des Consommateurs (2012). Bien accommoder ses restes : les recettes de la FRC.
[52] OCU (2018). 10 alimentos que se pueden comer "caducados".
[53] Test-Achats/Test-Aankoop (2019). Comment choisir une collation saine ? Pour les enfants.
[54] UFC – Que Choisir (2018). Pêche durable. Manger des poissons en bonne conscience.
[55] Ver por exemplo a app desenvolvida pela Forbrugerrådet Tænk (em parceria com outras organizações) para apoiar os consumidores a reduzir o desperdício em casa.
[56] Ver por exemplo a campanha Facebook da Forbrugerrådet sobre o desperdício alimentar.

para a importância do combate ao desperdício e da adoção de comportamentos de consumo responsáveis.

- **Portugal "Chef fish":** Convida escolas a produzir vídeos com receitas culinárias de pescado, escolhidos de forma sustentável, revelando-se escolhas saudáveis e sustentáveis, no consumo de produtos do mar, e que demonstrem respeito pelo Oceano e seus recursos.

- **França "Zéro Gâchis Académie":** Ao longo de três meses, 100 famílias foram "formadas" pela organização de consumidores CLCV (famílias, mas também pessoas solteiras, aposentados, etc.). Durante os primeiros quinze dias, as famílias foram convidadas a medir a quantidade de alimentos que normalmente desperdiçavam. Em seguida, receberam recomendações e dicas sobre como reduzir o desperdício de alimentos em casa. No geral, os participantes do projeto reduziram o desperdício de alimentos em mais de metade (59%).

- **Portugal "Plástico a Mais":** É uma iniciativa que foi lançada no dia 5 de junho de 2019, por ocasião do Dia Mundial do Ambiente. Os consumidores foram convidados a enviar fotos de produtos que estivessem embalados com plástico excessivo ou desnecessário. Em seguida, a organização de consumidores entrou em contato com os fornecedores pedindo medidas para reduzir o excesso de embalagens.

- **Bélgica Concurso 'Doggy Bag'**: A *Test-Achats/Test-Aankoop* associou-se a três cidades belgas para promover o costume de levar para casa os restos de refeição dos restaurantes (*doggy bag*) entre os consumidores belgas. Por razões culturais, a prática não era comum na Bélgica e muitos consumidores sentiam-se desconfortáveis em pedir para levar as suas sobras para casa ao comer fora. Organizaram um concurso nas redes sociais para mudar o nome da palavra inglesa 'doggy-bag' para flamengo e francês, para ajudar a popularizar a prática entre os consumidores belgas.

Informação adicional – fichas técnicas, publicações, links

- **Carta aberta do BEUC sobre a Estratégia do Prado ao Prato**
  https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-092_csos_open_letter_on_the_farm_to_fork_strategy_to_achieve_sustainable_food_systems_.pdf

- **Relatório do BEUC relativo a um inquérito sobre os consumidores da UE e alimentação sustentável,** junho de 2020: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-042_consumers_and_the_transition_to_sustainable_food.pdf
- **Tomada de posição do BEUC sobre alimentação sustentável** – um documento desenvolvido pelo BEUC em 2016 para iniciar a discussão sobre "alimentação sustentável" – tem sido sujeito a melhorias https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-029_ipa_cpe_beuc_position_on_food_sustainability.pdf
- **Tomada de posição do BEUC sobre rotulagem nutricional obrigatória harmonizada na frente da embalagem:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-033_front-of-pack_nutritional_labelling.pdf
- **Comentários do BEUC à consulta pública da Comissão Europeia sobre o Roteiro da Estratégia do Prado ao Prato para a Alimentação Sustentável** https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12183-Farm-to-Fork-Strategy-/F507869
- **Avaliação do BEUC relativamente à Estratégia do Prado ao Prato** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-057_beucs_take_on_farm_to_fork_strategy.pdf

6. SUSTENTABILIDADE DOS PRODUTOS: UMA ABORDAGEM ABRANGENTE DA UE PARA PRODUTOS QUE CONSUMAM MENOS RECURSOS

Introdução

A União Europeia tem uma longa tradição no desenvolvimento de regras específicas para os produtos de consumo, seja por razões de segurança ou por razões ambientais. As ações da UE incluem o desenvolvimento de nova legislação, normas técnicas e informação ao consumidor. O papel da UE neste processo não pode ser subestimado porque, num mercado interno, as regras aplicam-se a todos os fabricantes que colocam produtos no mercado europeu.

Nos primeiros anos da política de produtos, a UE centrou-se na informação ao consumidor, a fim de reforçar a procura de produtos com eficiência energética. Isso foi feito, por exemplo, através da Etiqueta Energética da UE, introduzido a partir de meados dos anos 80, começando pelos eletrodomésticos. Desde o início da década de 1990, este mecanismo foi complementado com o rótulo ecológico da UE, que visa informar os consumidores e orientá-los sobre os produtos mais ecológicos do mercado.

No entanto, apenas "informar os consumidores" comporta mudanças limitadas e não resolve certas falhas do mercado, como um fornecimento limitado de produtos sustentáveis. Portanto, nos anos após 2005, a UE começou a abordar a conceção dos produtos estabelecendo requisitos obrigatórios para os fabricantes por meio dos chamados requisitos de conceção ecológica (ecodesign). Isto deve-se ao facto de que 80% do impacte ambiental de um produto é determinado pelas opções de conceção de um fabricante e sobre as quais o consumidor tem pouca ou nenhuma influência.

Nos primeiros anos, o processo de conceção ecológica focou-se na eficiência energética e noutros impactes ambientais importantes, como a emissão de ruído e o consumo de água. O instrumento está atualmente em transformação para abordar sistematicamente novos desafios, como o uso de materiais reciclados, prolongamento da vida útil do produto e permitindo a fácil reparação e manutenção, desmontagem, reutilização e reciclagem.

O conjunto de ferramentas da UE referente à política de produtos sustentáveis também inclui vários instrumentos para lidar com **substâncias químicas**, como a abordagem da UE para o Registo, Avaliação e Autorização e Restrição de Produtos Químicos (REACH), a Classificação, Embalagem e Rotulagem de Substâncias Químicas (CLP), a restrição de produtos químicos perigosos (RoHS) e a legislação relacionada com a redução, recolha, embalamento e reciclagem de resíduos.

Desde 2015 que a UE está a trabalhar numa abordagem de base alargada para produtos que sejam mais sustentáveis por meio do desenvolvimento e implementação da chamada economia circular. Desde então, foram apresentados dois planos de ação com medidas concretas, um em 2015 e outro em 2020. Uma economia circular é um sistema que visa eliminar desperdícios e garantir a utilização contínua dos recursos. Os sistemas circulares incluem a reutilização, partilha, reparação, recondicionamento, refabricação e reciclagem para criar um sistema de ciclo fechado, minimizando o uso de entradas de recursos e a criação de resíduos, poluição e emissões de carbono. A economia circular visa manter produtos,

equipamentos e infraestrutura em uso por mais tempo, melhorando a produtividade desses recursos. Todos os "resíduos" devem tornar-se *"alimentos"* para outro processo: um subproduto ou recurso recuperado para outro processo industrial ou como recursos regenerativos para a natureza (por exemplo, composto). Essa abordagem regenerativa está em contraste com a economia linear tradicional, que tem um modelo de produção do tipo "tirar, fazer, eliminar"[39].

Neste capítulo sobre a política integrada dos produtos, disponibilizamos informações sobre os seguintes tópicos, e porque motivos são importantes para os consumidores:

- Conceção ecológica
- Etiqueta energética
- O rótulo ecológico da UE
- Produtos mais duradouros e reparáveis
- O papel de melhores direitos dos consumidores para uma vida útil prolongada dos produtos
- Execução das regras da política de produtos a nível nacional
- Próximas iniciativas de política no âmbito do segundo plano de ação da economia circular que a UE está a planear desenvolver e implementar nos próximos anos

Não incluímos informações detalhadas sobre os produtos químicos porque este tópico exigiria uma formação específica devido à sua natureza complexa. No entanto, para os especialistas interessados nesta área, o BEUC poderá fornecer conhecimentos sobre:

- O quadro regulamentar da UE em torno dos produtos químicos
- Produtos químicos nos produtos de consumo, como cosméticos, brinquedos, têxteis, materiais em contacto com alimentos, etc.
- Lacunas na aplicação da lei a nível nacional em torno dos requisitos químicos para os produtos de consumo e riscos relacionados para os consumidores.

• Consequências negativas para a saúde relacionadas com produtos que afetam negativamente o sistema hormonal (os chamados desreguladores endócrinos) e como reduzir a exposição no quotidiano diário.

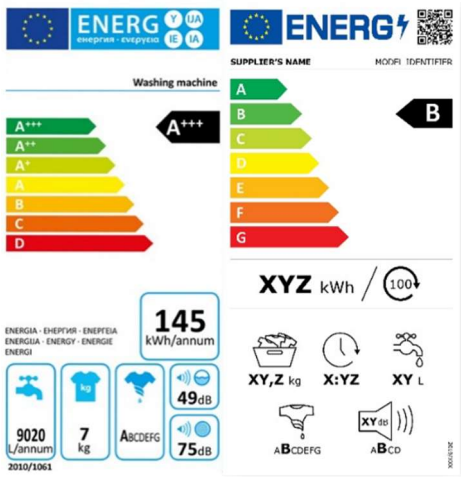
6.1. Conceção Ecológica e Rotulagem Energética

Todos os meses, os consumidores gastam uma parte considerável de seu orçamento no consumo de energia. Hoje em dia, os consumidores, para além de possuírem mais produtos que consomem energia, como computadores, telemóveis e televisores, utilizam-nos por mais horas no seu dia-a-dia. Esta evolução contribui para o aumento das faturas de eletricidade.

Ao mesmo tempo, os consumidores são frequentemente confrontados com produtos que não podem ser reparados, após o término da garantia, que avariam muito rapidamente ou que não podem ser reparados devido à indisponibilidade de peças sobressalentes. Muitos consumidores lidam com esta falha prematura dos produtos, também chamada de 'obsolescência precoce', que sobrecarrega ainda mais as suas carteiras e o meio ambiente.

Porque é que a Conceção Ecológica e a Rotulagem Energética são importantes para os consumidores?

A Diretiva Europeia de Conceção Ecológica não só contribui para a proteção do meio ambiente, mas também ajuda os consumidores a economizar dinheiro. De acordo com um inquérito encomendado pelo BEUC em 2016[57], uma família média da UE pode economizar até 330€ por ano graças à conceção ecológica, e também porque os produtos se tornaram mais eficientes em termos de energia ao longo do tempo.



Left: the old label; right: the new one set to appear on appliances as of 2021. Sources: European Commission

A conceção ecológica também exige que os produtos tenham um melhor desempenho em termos de eficiência de recursos ao longo da vida útil, por exemplo, através da exigência de reparabilidade. Também considera a qualidade e o conforto dos produtos e fornece aos consumidores mais informações sobre o uso sustentável dos produtos. O Regulamento de Rotulagem Energética obriga a Comissão Europeia a adotar medidas de etiqueta obrigatória para grupos de produtos específicos relacionados com a energia, como máquinas de lavar e TV. Isso garante que os consumidores façam uma escolha informada sobre o consumo de energia dos produtos na fase de utilização.

Embora a Rotulagem Energética já exista há décadas, uma revisão em 2010 comprometeu os princípios de transparência e compreensibilidade quando introduziu as classes adicionais de A +, A ++ e A +++ no topo da classificação. As mudanças introduzidas levaram a que mensagens

[57] http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109benefits_of_ecodesign_for_eu_households_executive_summary.pdf

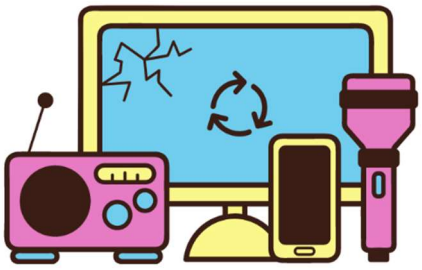
simples para o consumidor - como “compre verde” ou “compre A” – se perdessem, e a confusão entre os consumidores minou a capacidade do mecanismo de rotulagem de transformar os mercados para aparelhos mais eficientes. Em 2017 adotou-se uma nova estrutura de etiqueta de energia para trazer de volta, o mais rápido possível, a etiqueta com a conhecida escala fechada de A-G.

A agenda política a nível Europeu

Entre os instrumentos políticos mais cruciais para os consumidores na agenda política da UE estão a **Diretiva de Conceção Ecológica 2009/125/CE** e a **Diretiva de Rotulagem Energética 2010/30/UE**. Estas duas ferramentas abrangem produtos relacionados com a energia, desde máquinas de lavar, aspiradores de pó e caldeiras.

Em março de 2020, a UE lançou o seu **Plano de Ação para a Economia Circular**, destacando que a política de produtos sustentáveis também deve considerar a durabilidade, atualização, reparabilidade e reutilização dos produtos e que mais produtos devem ser abrangidos pela Diretiva de Conceção Ecológica, especialmente os produtos tecnológicos e têxteis.

O processo da UE para melhorar a eficiência energética dos produtos de consumo foi lançado em 2005, o que levou à adoção da Diretiva de Conceção Ecológica 2009/125/CE[58] que estabelece uma estrutura para melhorar o desempenho ambiental de produtos como eletrodomésticos, desde aspiradores de pó à iluminação e caldeiras.



De acordo com a atual Diretiva de Conceção Ecológica da UE[59], a Comissão Europeia tem o mandato de regular não apenas a eficiência energética, mas também a **eficiência de recursos** (durabilidade, reparabilidade, reciclabilidade, atualização, etc.) de produtos relacionados à energia e adotar medidas de implementação para a conceção ecológica[60]. Ao otimizar a sustentabilidade dos produtos, ao mesmo tempo que se mantêm as suas qualidades funcionais, a Diretiva da Conceção Ecológica pretende fornecer novas oportunidades para os fabricantes, consumidores e para a sociedade como um todo[61].

Tanto o Parlamento Europeu como o Conselho destacam a importância da Conceção Ecológica e da Rotulagem Energética e instaram a Comissão a adotar um novo plano de trabalho para a Conceção Ecológica (2020-2024), para incluir também novos grupos de produtos para além dos produtos relacionados com a energia, em particular produtos tecnológicos.

---

[58] http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009L0125

[59] Diretiva 2008/28/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de Março de 2008, que altera a Diretiva 2005/32/CE relativa à criação de um quadro para definir os requisitos de conceção ecológica dos produtos que consomem energia, bem como a Diretiva 92/42/CEE do Conselho e as Diretivas 96/57/CE e 2000/55/CE, no que diz respeito às competências de execução atribuídas à Comissão.

[60] Para ver a lista dos grupos de produtos abrangidos: https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/ecodesign/

[61] Consultar o Plano de Trabalho da Conceção Ecológica, 2012-2014, Documento de Trabalho da Comissão, no âmbito da Diretiva da Conceção Ecológica, página 1

O Conselho Europeu e o Parlamento Europeu salientaram[62] também que deveria ser apresentada uma nova proposta legislativa para um quadro coerente da política de produtos, permitindo uma utilização mais longa dos produtos e mantendo os materiais no ciclo económico durante tanto tempo quanto possível.

A agenda política a nível nacional

No âmbito da nova etiqueta energética está a ser desenvolvido o projeto Label 2020, financiado pelo programa da UE Horizonte 2020, e que pode ser consultado aqui: https://www.novaetiquetaenergetica.pt/

No que respeita à conceção ecológica dos produtos, a nível nacional, compete à Direção-Geral de Energia e Geologia (DGEG), nos termos do Decreto-Lei n.º 12/2011, de 24 de janeiro, que transpõe para a ordem jurídica interna a Diretiva 2009/125/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de outubro, o acompanhamento da aplicação do diploma, em articulação com o Laboratório Nacional de Energia e Geologia.

A fiscalização de mercado, nos termos do Decreto-Lei n.º 12/2011, compete à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE).

O portal eco.nomia dedicado à Economia Circular, desenvolvido pelo Ministério do Ambiente, contém uma secção que ilustra exemplos de projetos que visam a conceção ecológica de produtos que pode ser consultado aqui: https://eco.nomia.pt/pt/exemplos

A intervenção das organizações de consumidores

a) **Contribuir para os critérios e regulamentação da Conceção Ecológica como parte interessada** - A legislação da conceção ecológica exige que a Comissão Europeia consulte as partes interessadas, incluindo organizações de consumidores, no processo de estabelecimento e revisão dos critérios do produto para a conceção ecológica e rotulagem ecológica.

O Artigo 18º da Diretiva de Conceção Ecológica estipula que:

> *" A Comissão deve assegurar que, no desempenho das suas funções, o Fórum de Consulta respeita, em relação a cada uma das medidas de execução, uma participação equilibrada dos representantes dos Estados-Membros e de todas os interessados no produto ou um grupo de produtos em causa como, por exemplo, a indústria, incluindo as PME e o artesanato, os sindicatos, os comerciantes, os retalhistas, os importadores, os grupos de proteção ambiental e as organizações de consumidores."*

Com a elaboração do novo plano de trabalho 2020-2024, as organizações de consumidores têm a oportunidade de contribuir para o estabelecimento de novos critérios para grupos de produtos ainda não contemplados pelo Conceção Ecológica, como os produtos tecnológicos, bem como revendo medidas existentes e garantindo regulamentações obrigatórias.

[62] Consultar a Resolução de 15 de janeiro de 2020 em resposta à Comunicação da Comissão europeia sobre o Pacto Ecológico Europeu

Por meio do Fórum de Consulta da Conceção Ecológica e Rotulagem Energética, fórum oficial onde estas políticas são discutidas com as partes interessadas, as organizações de consumidores têm a oportunidade de comentar sobre questões horizontais, incluindo, mas não se limitando:

- Plano de Trabalho 2020-2024
- Método para desenvolver critérios de Conceção Ecológica (MEErP)
- Sistema de pontuação para a reparação
- Possível revisão da Diretiva de Conceção Ecológica 2009/125/CE
- Eficácia da fiscalização do mercado

b) Comunicar os novos mecanismos e rótulos - Devido às alterações introduzidas na rotulagem e porque diferentes etiquetas irão coexistir, informar e capacitar os consumidores será fundamental para ajudar os consumidores a se familiarizarem com as alterações.

c) Exigir alterações junto dos decisores políticos - Os interesses dos consumidores têm que ser tidos em consideração pelos decisores políticos quando se pretende desenvolver medidas de Rotulagem Energética. Isso pode ser alcançado através de:

- Contribuição para o trabalho técnico preparatório e participação em reuniões com as partes interessadas quando as etiquetas estão a ser repensadas.
- Aconselhar a Comissão Europeia sobre a forma de melhor comunicar os benefícios da Etiqueta Energética para os consumidores.
- Participar em projetos de promoção da Etiqueta Energética. Por exemplo, as organizações de consumidores estão envolvidas e a liderar o projeto BELT[63], *Boost the Energy Label Take up*, para promover a aquisição de produtos que consomem energia mais eficientes.

Informação adicional – fichas técnicas, publicações, links

- **BELT – Boost Energy Label Take up:** https://www.belt-project.eu/

BELT é um projeto financiado pelo programa **Horizonte 2020 da UE** que visa promover a adoção de produtos que consomem energia de forma mais eficiente. O objetivo é **facilitar o período de transição da etiqueta energética antiga para a nova**. Graças ao BELT, o processo de transição para a nova etiqueta reescalonada será mais facilmente implementado com a formação e orientação técnica para fabricantes, distribuidores e retalhistas. A confusão e os erros entre consumidores e funcionários de compras públicas e comerciais serão evitados por meio de campanhas de comunicação claras e direcionadas. Outras conclusões do projeto serão disponibilizadas pelo BEUC numa data posterior.

- **Poupanças financeiros decorrentes da Conceção Ecológica, inquérito encomendado pelo BEUC:**

[63] https://www.belt-project.eu/

http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-109-benefits_of_ecodesign_for_eu_households_executive_summary.pdf

Principais conclusões:

- Os consumidores economizam anualmente até 330€, graças à conceção ecológica dos produtos. Isto ocorre porque a legislação da UE tem permitido aos fabricantes produzir produtos que consomem menos energia.
- A economia dos consumidores pode aumentar para 450€ por ano se estes escolherem um produto que está na classe superior da Etiqueta Energética.
- A conceção ecológica também pode ajudar a melhorar os produtos de consumo, como por exemplo, tornar os aspiradores de pó mais silenciosos.

- **Ficha informativa do BEUC sobre a Etiqueta Energética** – https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-120_new_energy_label-back_to_the_a-g_scale.pdf

  Em março de 2017, as instituições da União Europeia atualizaram a etiqueta energética. No futuro, os consumidores beneficiarão de uma escala A-G mais simples que substituirá as confusas classes A +, A ++ e A +++. Esta ficha informativa destaca as principais mudanças, os aspetos positivos e desafios que surgirão com o reescalonamento.

6.2. Rótulo Ecológico

O rótulo ecológico da UE foi criado em 1992 como um rótulo voluntário em toda a Europa, concebido para tornar mais fáceis as opções mais verdes e saudáveis para os consumidores.

Mais de 77 mil produtos e serviços em 24 categorias diferentes exibem o Rótulo Ecológico da UE, número que quase duplicou desde 2016. Desde roupas de bebé a produtos de limpeza, a TV, tintas, champôs, pisos de madeira, papel para impressão e empreendimentos turísticos. Os produtos e serviços devem atender a uma lista de critérios ambientais e de saúde para poder exibir o logotipo da flor, variando da durabilidade do produto à exposição a produtos químicos tóxicos.

Na UE, existem outros rótulos ecológicos oficialmente reconhecidos nacional ou regionalmente que são equivalentes ao rótulo ecológico da UE, como o Nordic Swan nos países nórdicos, o Blue Angel na Alemanha ou o rótulo ecológico austríaco[64].

[64] Para um inventário de outros rótulos nacionais oficialmente reconhecidos na UE, este estudo da Comissão pode ser consultado.

Porque é que o Rótulo Ecológico é importante para os consumidores?

O rótulo ecológico ajuda os consumidores a identificar facilmente os produtos e serviços que tendem a estar entre os 10-20% dos mais ecológicos. 8 em cada 10 consumidores que conhecem o rótulo ecológico da UE confiam nele[65].
O rótulo ecológico incentiva os fabricantes a irem mais além. Na verdade, apenas os produtos com melhor desempenho para o meio ambiente e para a saúde do que o exigido por lei podem ostentar o rótulo. As empresas devem abordar os impactos do produto ou serviços considerando todo o seu ciclo de vida, da produção à reciclagem ou descarte, e garantir que os produtos respeitam os limites de desempenho de alta qualidade.

O rótulo ecológico da UE é uma referência para empresas que querem melhorar os seus produtos, mesmo que não o façam. Desempenha um papel importante no quadro mais amplo da política de produtos da UE como um instrumento para impulsionar o mercado, o que significa que os consumidores obtêm produtos e serviços melhores e mais ecológicos. A etiqueta é confiável - os fabricantes podem usar a etiqueta somente após uma autoridade nacional verificar que o produto ou serviço é realmente "verde". Para isso, eles garantem que o produto atende aos requisitos, que são atualizados regularmente de acordo com o progresso da tecnologia.

A agenda política a nível Europeu

O novo **Plano de Ação da Economia Circular** propôs importantes iniciativas regulatórias e não regulatórias que podem ser desenvolvidas com base nos requisitos estabelecidos pelo Regulamento do Rótulo Ecológico da UE n.º 66/2010 para diferentes grupos de produtos e serviços. Notavelmente, o **Enquadramento da Política de Produtos Sustentáveis** expandirá a Diretiva da Conceção Ecológica para além dos produtos que consomem energia. Poderá vir a integrar os critérios de rótulo ecológico existentes relacionados com a durabilidade ou substituição de produtos químicos perigosos em produtos têxteis ou no mobiliário.

Serão propostas novas medidas legislativas e não regulamentares para melhor apoiar os consumidores com informações fiáveis e confiáveis sobre as credenciais de sustentabilidade dos produtos, o que poderá ser uma boa oportunidade para reforçar o rótulo ecológico da UE. Adicionalmente, as empresas serão chamadas para fundamentar as suas alegações verdes

[65] Eurobarómetro Especial n.º 468: Atitudes dos cidadãos Europeus face ao Ambiente, novembro de 2017.

e os requisitos mínimos para rótulos de sustentabilidade serão definidos. Uma outra iniciativa normativa também está prevista para melhor proteger os consumidores do *greenwashing.*

A Comissão está atualmente a alargar o âmbito do rótulo ecológico da UE para incluir produtos financeiros sustentáveis (por exemplo, contas-poupança ou fundos de investimento) e todos os cosméticos. O plano de trabalho 2020-2022 pode considerar a inclusão de serviços adicionais, como a energia renovável de novas instalações ou painéis fotovoltaicos. No entanto, para além de alargar o portfólio do rótulo ecológico, a Comissão pretende centrar-se no aumento da utilização pela indústria dos critérios existentes. Irá realizar atividades de promoção e comunicação adicionais, para consumidores e compradores públicos. Também aumentará a aceitação do rótulo por meio de incentivos financeiros, como contratos públicos verdes ou, potencialmente, por uma maior responsabilidade do produtor. Neste processo, a Comissão está a obter o apoio dos Estados-Membros e de outras partes interessadas, como organizações de consumidores.

As instituições da UE e os Estados-Membros podem fazer o seguinte para promover a rotulagem ecológica:

- Aumentar a consciência pública e atrair retalhistas e empresas líderes por meio de esforços de promoção dedicados.
- Reforçar o esquema incluindo mais bens e serviços relevantes para os consumidores e introduzindo critérios de compras públicas verdes.
- Dando o exemplo e adquirindo produtos verdes certificados com o rótulo ecológico da UE ou rótulos regionais ou nacionais equivalentes, como o Nordic Swan, Blue Angel ou Austrian Ecolabel.
- Preservar a excelência ambiental do sistema, garantindo critérios ambiciosos em todas as áreas relevantes para o ambiente e a saúde.
- Alocar recursos humanos e financeiros suficientes para garantir que o esquema funciona adequadamente e aumentar a cooperação com rótulos ecológicos regionais e nacionais oficialmente reconhecidos para otimizar os recursos existentes.

Agenda política a nível nacional

A Direção-Geral das Atividades Económicas é, em Portugal, o Organismo Competente para a atribuição de licenças de utilização do Rótulo Ecológico da União Europeia (EU Ecolabel).

Em Portugal, as categorias de produtos e serviços que têm uma certificação com o rótulo ecológico da UE são: alojamentos turísticos, papel para usos gráficos, papel tissue e produtos de papel tissue, produtos cosméticos enxaguáveis, produtos de lavagem manual da loiça, produtos de limpeza para superfícies duras, produtos têxteis e tintas e vernizes para interiores e exteriores. Mais informação está disponível aqui: https://www.dgae.gov.pt/gestao-de-ficheiros-externos-dgae-ano-2020/rotulo-botao_vf9-pdf.aspx

Envolvimento das organizações de consumidores

Algumas das principais atividades das organizações de consumidores nesta matéria podem ser:

• **Incentivar as autoridades públicas a fazerem mais atividades promocionais**, o que pode aumentar a consciência dos consumidores sobre o rótulo ecológico e aumentar a pressão pública para a existência de bens e serviços com o logotipo do rótulo.

• **Exigir que retalhistas e empresas ofereçam mais produtos com rótulo ecológico aos consumidores** e apresentam informações ambientais por meio de esquemas de certificação confiáveis, como o rótulo ecológico da UE.

• **Participar na definição dos critérios** para garantir que apenas os produtos de excelência ambiental exibem a flor da UE. Como membro do Conselho de Rotulagem Ecológica da UE, o BEUC tem voz ativa no desenvolvimento de critérios do rótulo ecológico e fornece contribuições de organizações de consumidores no processo de tomada de decisão. O Conselho de Rotulagem Ecológica da UE também reúne a Comissão Europeia, os Estados-Membros, as ONG ambientais, a indústria e os retalhistas.

• **Ajudando a tornar o rótulo ecológico da UE mais conhecido[66] e a educar os consumidores** em quais rótulos confiar e identificar as empresas que fazem *greenwashing* com os seus produtos. Com o aumento da procura por produtos mais sustentáveis, tem havido um aumento de diferentes iniciativas para rotulá-los, bem como o aumento do *greenwashing*, que induz os consumidores a comprar produtos que não são tão ecológicos quanto afirmam. Existem agora mais de 500 rótulos em todo o mundo[67], e 3 em cada 4 produtos exibem uma declaração ambiental na UE. Como resultado, os consumidores muitas vezes sentem-se perdidos ao ter que escolher entre várias opções "verdes" e podem, sem querer, escolher um produto que está longe de ser "verde" ou ético.

Outros recursos sobre o rótulo ecológico europeu

- **Ficha Informativa do BEUC sobre o Rótulo Ecológico da UE** - https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-056_ecolabel_factsheet.pdf
- **Factos, números e gráficos sobre o Rótulo Ecológico da UE -** https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html
- **Infografias sobre o Rótulo Ecológico da UE -** https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/label_you_can_trust.pdf

[66] A Comissão desenvolveu um kit de ferramentas digital com informações relevantes e materiais de comunicação disponíveis para organizações interessadas em promover o rótulo ecológico da UE. O BEUC propõe regularmente materiais de comunicação que podem ser utilizados pelas organizações de consumidores, como a campanha de Primavera para detergentes e produtos de limpeza ou a campanha de férias para alojamentos turísticos. As organizações interessadas podem contactar o secretariado do BEUC para quaisquer questões e informações necessárias para promover o rótulo ecológico da UE.

[67] Gruère, G (2013), "A Characterisation of Environmental Labelling and Information Schemes", OECD Environment Working Papers, n.º 62, Edições OCDE, Paris.

6.3. Obsolescência precoce

Porque é que a obsolescência precoce é importante para os consumidores?

Os padrões de consumo atuais são marcados por duas tendências: os consumidores possuem mais produtos do que no passado e, muitos destes são apenas usados por períodos mais curtos. Tempos de uso mais curtos e taxas de substituição mais rápidas aumentam a pressão sobre os recursos. Estudos que analisam o tempo de uso dos produtos constatam que estes têm vindo a diminuir nos últimos anos. No entanto, as motivações para os consumidores substituírem os produtos com mais frequência do que no passado ainda não estão totalmente claras. Pode estar relacionado com mudanças nas preferências do consumidor, produtos que avariam precocemente e a pressão do marketing que impulsiona o consumismo. Notavelmente, apesar do facto de alguns produtos serem substituídos após um curto período de uso, vários estudos indicam que os consumidores desejam que os produtos durem consideravelmente mais[68] e que as informações sobre a durabilidade dos produtos são importantes para eles[69]. Além disso, muitos consumidores ficam frustrados quando os produtos que adquirem não correspondem às suas expectativas[70]. Muitas vezes, os produtos que são necessários para um estilo de vida confortável, como máquinas de lavar[71], escovas de dentes elétricas[72], TV[73], impressoras e smartphones[74] avariam após o final do período de garantia[75] e não podem ser reparados, o que coloca uma pressão crescente sobre os orçamentos dos consumidores e sobre o meio ambiente, especialmente quando se tem em

---

[68] Arbeiterkammer Wien: O tempo de uso e a obsolescência dos bens duráveis na era da aceleração. Uma investigação empírica entre as famílias austríacas.

[69] Comissão Europeia (2013): Flash Eurobarómetro 367 – As atitudes dos europeus em relação à construção de mercados únicos de produtos indicaram que "Mais de nove em cada dez inquiridos concordaram que deveria ser indicada a vida útil dos produtos disponíveis no mercado (92%)".
http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf

[70] Cerca de um terço de todas as máquinas de lavar e frigoríficos e um quarto de todos os aspiradores de pó substituídos no Reino Unido em cada ano não atendeu às expectativas do cliente médio para a vida útil de cada produto. Consulte WRAP: *Switched on to Value*. Por que prolongar a vida útil de eletrodomésticos e produtos eletrónicos de consumo e comercializar produtos usados pode beneficiar consumidores, retalhistas, fornecedores e o meio ambiente, http://www.wrap.org.uk/content/switched-value.
Numa pesquisa da AK Wien com consumidores austríacos, 45% dos entrevistados indicaram estar satisfeitos com a vida útil atual do produto, mas quase 30% disseram estar bastante insatisfeitos.
http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Bericht_Produktnutzungsdauer.pdf

[71] http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1014_DECO_Portugal.pdf

[72] http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/1013_Test_Achats_Belgium.pdf

[73] http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/articles/0913_Stiftung_Warentest_Germany.pdf

[74] http://www.beuc.eu/documents/files/FC/durablegoods/conference/presentations/Gerjan__int_Veld.pdf

[75] Embora não existam dados estatísticos sobre as taxas de decomposição para toda a UE, a Agência Ambiental Federal Alemã está realizando pesquisas sobre a vida útil dos produtos. Os resultados preliminares sugerem que o número de pequenos aparelhos que não atinge uma vida útil de 5 anos está aumentando e que a vida útil de grandes aparelhos - embora ainda seja superior a dez anos - está diminuindo. Além disso, mais de 10% das máquinas de lavar atingiram em 2013 apenas 5 anos de vida útil ou menos, em comparação com 6% em 2004. Consulte:
http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_10_2015_einfluss_der_nutzungsdauer_von_produkten_auf_ihre_umwelt_obsoleszenz_17.3.2015.pdf Prakash, Siddharth; Stamminger Rainer & Ines Oehme (2015): Faktencheck Obsoleszenz: Analyse der Entwicklung der Lebens- und Nutzungsdauer von ausgewählten Elektro- und elektronikgeräten. In: Brönneke, Tobias und Andrea Wechsler: Obsoleszenz interdisziplinär. Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis.

consideração que a avaria precoce ocorre em diferentes grupos de produtos e pode levar a efeitos combinados.

A obsolescência é um problema multifacetado e pode cobrir falhas intencionais e não intencionais de produtos devido a uma conceção deficiente, incapacidade do produto de ser atualizado com um novo software, alvo de manutenção ou reparado. Por vezes, há também insatisfação do consumidor com o funcionamento corrente de um produto, levando à sua substituição, mesmo com um correto funcionamento.

A agenda política a nível Europeu

A UE começou a abordar o problema da avaria precoce de produtos através dos seus planos de ação para a economia circular (ver introdução e capítulo sobre conceção ecológica acima). Contém um anexo com um calendário e medidas muito concretas que serão postas em prática nos próximos anos e que oferecem muitas oportunidades para as organizações de consumidores contribuírem com propostas concretas que trarão melhorias[76].

Além disso, alguns países da UE já atuaram em aspetos que podem enfrentar a problemática da obsolescência precoce:

- Garantias mais longas para algumas categorias de produtos (Holanda, Finlândia, Suécia, Islândia, Noruega, Irlanda e Reino Unido).
- Proibição legislativa da obsolescência programada na França e recentes medidas tomadas em Itália[77] e em França[78] pelas autoridades nacionais com base na Diretiva de Práticas Comerciais Desleais.
- IVA reduzido para os serviços de reparação na Suécia.

No entanto, outros países têm apelado para que estas questões sejam tratadas a nível europeu (Bélgica e Alemanha). É por isso que o plano de ação da economia circular mencionou especificamente o combate à obsolescência precoce. O Plano de Ação da Economia Circular da UE também contém planos para medidas futuras, tais como:

- **Mais produtos serão sustentáveis**. Graças à futura 'Política Integrada para Produtos Sustentáveis', muitos mais produtos de consumo - como smartphones e computadores - deverão ser mais duráveis, reutilizáveis, atualizáveis, reparáveis e recicláveis.
- **Os setores altamente poluentes** - como têxteis e edifícios - devem usar as matérias-primas de forma mais eficiente. A abordagem para desenvolver regras para setores específicos inspira-se na tão famosa proibição dos plásticos descartáveis que as instituições da UE impuseram no ano passado em tempo recorde.

---

[76] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098&from=EN

[77] Em 2018, a Autoridade Italiana do Consumidor e da Concorrência (AGCM) multou a Apple e a Samsung, respetivamente, em 10 e 5 milhões de euros por práticas comerciais desleais (para mais informações, consulte aqui). Em maio de 2020, a decisão contra a Apple foi mantida pelo Tribunal de Lazio em Itália (consulte a decisão aqui).

[78] Em fevereiro de 2020, a autoridade Francesa (DGCCRF) multou a Apple em 25 milhões de euros por não informar os consumidores sobre o facto da atualização do iPhone afetar a performance do equipamento, o que constitui uma prática comerciais desleal (consulte aqui mais informações).

• **O "direito à reparação" dos consumidores receberá um impulso**. Mais produtos de consumo terão de ser fáceis de reparar e atualizar. Smartphones, máquinas de café e impressoras devem ser prioridades, pois estão no topo da lista de reclamações dos consumidores em toda a Europa.

• **Os consumidores obterão informações mais confiáveis sobre durabilidade e reparabilidade.** Por exemplo, no futuro as empresas terão que divulgar, no ponto de venda, quanto tempo os seus produtos duram ou quanto tempo as peças sobresselentes estarão disponíveis.

• **Os consumidores estarão mais bem protegidos contra o *greenwashing* e situações de obsolescência precoce**. Por exemplo, a União Europeia tem como objetivo encontrar soluções para as reivindicações ambientais infundadas e os casos de obsolescência precoce.

• **Os produtos químicos perigosos serão eliminados para que não persistam nos produtos reciclados.**

A Comissão Europeia está empenhada em criar uma cultura de reparação e as medidas de implementação mais recentes da diretiva de Conceção Ecológica mostram que podem ser tomadas medidas concretas para prolongar a vida útil do produto, promovendo-se a "reparação". Para várias categorias de produtos, o fornecimento de peças sobressalentes deve ser mantido ao longo do tempo e as informações sobre reparação e manutenção têm que estar acessíveis.

Com base nas medidas atualmente existentes, o "Direito à Reparação" europeu, que será aplicado inicialmente aos produtos tecnológicos, poderá abranger:

• Acessibilidade às peças sobressalentes, pelo menos durante a vida útil dos produtos. A extensão deste critério às atualizações de software é possível e atualmente é aplicável a servidores corporativos

• Acessibilidade aos manuais de reparação e manutenção

• Conceção do produto para a reparabilidade, com acesso fácil às peças que precisam de ser reparadas

• Informações sobre a reparabilidade do produto no ponto de venda, com a possibilidade de existir um sistema de pontuação da reparação

Agenda Política Nacional

Em Portugal, o Ministério do Ambiente assume o seu papel modelador de um contexto que apoie os agentes na transição para a economia circular, atuando sobre as barreiras mais prementes - cultura, mercado e política - nas seguintes vertentes:

Político: instrumentos políticos que promovam o uso eficiente dos recursos, desde a conceção do produto/serviço à valorização de subprodutos e resíduos;

Conhecimento: disseminando informação sobre melhores práticas, casos de estudo, oportunidades de financiamento entre outras, e promovendo o desenvolvimento de iniciativas de I&D de base colaborativa nesta matéria;

Económico: através de intervenções específicas nos instrumentos financeiros existentes de modo a valorizar iniciativas que contribuam de modo efetivo para a EC, nomeadamente através de projetos setoriais e intersectoriais nesta matéria.

As medidas a serem consideradas no âmbito da atuação do Governo foram consolidadas no liderar a transição: Plano de Ação para a Economia Circular (PAEC), aprovado em dezembro de 2017, e que apresenta 7 ações alinhadas com os pilares Europeus de Ação para a Economia circular, e 3 níveis de operacionalização:

1. NÍVEL NACIONAL, com instrumentos políticos dedicados (p.e. fiscalidade verde, acordos voluntários, rede ambiental do Portugal 2020);
2. NÍVEL SETORIAL, que se foca em setores particularmente intensivos em uso de recursos (p.e. construção, distribuição e logística, as compras públicas) ou particularmente importantes no tecido empresarial português (p.e. turismo, têxtil e calçado);
3. NÍVEL REGIONAL (p.e. redes de simbiose industrial, cidades circulares, empresas circulares), que deverão ser concretizados através de apoios específicos ao desenvolvimento de soluções (p.e. de planeamento, tecnológicas, etc.), por via de mecanismos desenhados para esse efeito (p.e. Fundo Ambiental, Fundo para a Inovação, Tecnologia e Economia Circular, Portugal 2020).

O Decreto-Lei n.º 12/2011, de 24 de janeiro, que estabelece os requisitos para a conceção ecológica dos produtos relacionados com o consumo de energia e transpõe a Diretiva n.º 2009/125/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de outubro.

Este diploma estabelece parâmetros de conceção ecológica para os produtos relacionados com o consumo de energia, considerados relevantes, como seja, a título de exemplo, a utilização de componentes normalizados, o fácil acesso a componentes, e a preocupação em evitar a utilização de soluções técnicas que prejudiquem a reparação, reutilização e a reciclagem de componentes e de aparelhos. Mas também prevê o conteúdo de informações a fornecer pelo fabricante que possam influenciar a forma como o produto é manuseado, utilizado ou reciclado por outros que não sejam o fabricante, que podem incluir, quando aplicável: informação relativa ao processo de fabrico; informação destinada aos consumidores sobre as características ambientais e de desempenho significativas do produto, de modo que o consumidor possa comparar esses aspetos dos produtos e, ainda, informação destinada a consumidores sobre o modo de instalação, utilização e manutenção do produto, de forma a minimizar o seu impacte sobre o ambiente e a garantir uma esperança de vida ótima, bem como sobre o modo de devolução do produto no fim do seu ciclo de vida e, sempre que oportuno, informações sobre o período de disponibilidade de peças sobressalentes e sobre as possibilidades de atualização de aparelhos.

Por último, aguarda-se a transposição, para a legislação nacional, da 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 deve ser concluída até julho de 2021. Esta Diretiva permite aos Estados-Membros manter ou introduzir prazos de garantia mais longos do que os 2 anos.

Envolvimento das organizações de consumidores

Dada a complexidade do tema, as organizações de consumidores em conjunto com a academia e reparadores profissionais, estão envolvidas no projeto de investigação PROMPT,

no desenvolvimento de um programa de testes para a obsolescência precoce, com testes para telemóveis, aspiradores, TV e máquinas de lavar.

O projeto PROMPT visa:

• Consolidar as reclamações dos consumidores em relação a produtos com baixo desempenho em termos de durabilidade e reparabilidade, por meio de plataformas online para recolher feedback sobre produtos que avariam precocemente e um rastreador da web capaz de detetar avaliações de consumidores de produtos em plataformas de comércio online.

• Fornecer um método de teste que permita sinalizar produtos com baixo desempenho para orientar a escolha do consumidor.

• Informar a indústria sobre as melhores práticas e estratégias de conceção para evitar a obsolescência precoce.

Outros recursos sobre a obsolescência precoce

- **Ficha informativa do BEUC sobre obsolescência precoce:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2018-057_premature_obsolescence.pdf
- **Novo Plano de Ação para a Economia Circular da UE:** https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf
- **Ficha Informativa do projeto PROMPT:** https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-063_prompt_testing_products_to_promote_longer_lifetime.pdf

Exemplos nacionais e ferramentas – Rótulo Ecológico, Rotulagem Energética, Conceção Ecológica e Obsolescência Precoce

Obsolescência Precoce:

Bélgica – A organização de consumidores *Test-Achats* promoveu uma campanha de informação e sensibilização com um vídeo chamado: **"trop vite usé"**, que destaca a avaria precoce e a irreparabilidade dos produtos, para que os consumidores denunciem produtos que tenham comprado e que se tenham avariado cedo demais.

Aconselhamento aos consumidores sobre produtos:

- **França –** Aconselhamento aos consumidores sobre como poupar energia na utilização de equipamentos elétricos e eletrónicos.
- **Espanha** – Um estudo que compara plataformas para a compra e venda de produtos em segunda-mão.

7. CUMPRIMENTO DAS NORMAS – SUSTENTABILIDADE DOS PRODUTOS

7.1. Alegações ecológicas enganosas e possíveis questões na aplicação das normas

Porque é os direitos dos consumidores são importantes para os consumidores?

Um número cada vez maior de comerciantes está a aproveitar o interesse crescente dos consumidores nas questões ambientais e a utilizar alegações verdes para se diferenciar dos seus concorrentes. De acordo com o Painel de Avaliação das Condições do Consumidor[79] da UE, de novembro de 2019, mais da metade dos consumidores da UE são recetivos a alegações ambientais ao fazer compras.

Os consumidores enfrentam uma multiplicidade de alegações ecológicas. Muitas destas alegações são duvidosas (porque não são ou não podem ser comprovadas) e enganosas. Esta situação provoca confusão e desconfiança entre os consumidores e compromete a sua contribuição ativa na transição para uma economia verde. De acordo com uma pesquisa Eurobarómetro[80] publicada em março de 2020 e focada em alegações ambientais no setor do vestuário, a maioria dos consumidores acredita que muitos produtos são amigos do ambiente, mas não confiam que as alegações são sempre verdadeiras.

A agenda política a nível Europeu

Na UE, a **Diretiva das Práticas Comerciais Desleais** (Diretiva 2005/29/CE, UCPD)[81] é a legislação horizontal chave aplicável às alegações ecológicas. É o ponto de referência utilizado para estabelecer se uma alegação é enganosa, quer no seu conteúdo, quer na forma como é apresentada aos consumidores. Além da proibição geral de práticas enganosas, várias práticas relevantes para alegações verdes estão incluídas na lista negra no Anexo 1.
Como uma tentativa de aumentar a eficácia da Diretiva em relação às alegações ambientais enganosas, a UE também atualizou o **Documento de Orientação da UCPD[82]** em 2016 com base no trabalho desenvolvido por um grupo composto por diversas partes envolvidas, e também pelos documentos de orientação publicados por vários organismos nacionais.
Além da UCPD, outras legislações específicas da UE também têm implicações para as alegações verdes (por exemplo, a Diretiva 2012/27 sobre eficiência energética, a Diretiva 2010/31/UE relativa ao desempenho energético dos edifícios, etc.).

---

[79] https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-conditions-scoreboard-consumers-home-single-market-2019-edition_en
[80] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029
[81] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029
[82] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016SC0163

Em setembro de 2019, na carta de missão ao novo comissário de Justiça Reynders[83], a presidente da Comissão Europeia Van der Leyen destacou a necessidade de "encontrar novas maneiras de capacitar os consumidores para opções mais informadas e para desempenhar um papel ativo na transição verde". Em dezembro de 2019, a **Comunicação do Pacto Ecológico Europeu**[84] apontou que "informações confiáveis, comparáveis e verificáveis (...) desempenham um papel importante para permitir que os compradores tomam decisões mais sustentáveis e reduzem o risco de greenwashing". Nesta ocasião, a Comissão anunciou o seu objetivo de intensificar "os seus esforços regulamentares e não regulamentares para combater as falsas alegações ecológicas". Em janeiro de 2020, a Cimeira do Consumidor da UE dedicou um workshop ao "combate ao greenwashing" e discutiu as possíveis soluções que a política do consumidor da UE pode oferecer para lidar com as alegações ecológicas enganosas. Em abril de 2020, a Comissão Europeia publicou um novo **Plano de Ação da Economia Circular**[85]**,** que inclui novas medidas para lidar com falsas alegações ambientais. A Comissão também anunciou um novo instrumento legislativo para "capacitar o consumidor para a transição verde".

Agenda política a nível nacional

O Código de Conduta da Auto-Regulação Publicitária inclui normas especificas para regulamentar as alegações ambientais: https://auto-regulacaopublicitaria.pt/wp-content/uploads/2018/01/Cod.-Conduta_ARP.pdf

A DECO-Proteste inclui uma avaliação de critérios ambientais nos testes de produtos que realiza, passando em 2020 a apresentar um selo de Escolha Verde atribuível aos produtos com boa qualidade global e com nota máxima no desempenho ambiental. Mais info: https://www.deco.proteste.pt/familia-consumo/orcamento-familiar/noticias/sustentabilidade-e-a-escolha-dos-consumidores

Envolvimento das organizações de consumidores

Nas sociedades onde a consciência ambiental entre os consumidores está a aumentar, muitos comerciantes tentam aproveitar-se disso quando comercializam os seus produtos. Fazem alegações que não podem ser comprovadas. As organizações de consumidores têm um papel fundamental a desempenhar na proteção dos consumidores contra essas práticas desleais e, em particular, em:

- **Observar o mercado** e detetar quaisquer alegações ecológicas que possam ser enganosas e, portanto, ilegais: os consumidores muitas vezes não são capazes de avaliar de forma independente se as alegações específicas são verdadeiras ou não e

[83] https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/mission-letter-didier-reynders-2019_enpdf.pdf
[84] https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf
[85] https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

podem facilmente cair na armadilha de produtos que apenas fingem ser mais ecológicos.

• **Teste de produtos e serviços**: as organizações de consumidores têm uma capacidade única para avaliar se as alegações ecológicas em concreto podem ser comprovadas e ajudar os consumidores na escolha de melhores produtos.

• **Denunciar práticas desleais ecológicas e casos de obsolescência precoce perante os tribunais e/ou autoridades públicas:** As organizações de consumidores têm um papel importante a desempenhar na aplicação das regras que se aplicam às alegações ecológicas.

• **Informar os consumidores sobre o greenwashing:** embora os consumidores estejam cada vez mais cientes do impacto das suas compras no meio ambiente e queiram levar isso em consideração ao escolher um produto, muitas vezes não percebem que algumas das alegações ou rótulos presentes no mercado não são confiáveis ou são falsos.

• **Influenciar a legislação para garantir que os consumidores sejam protegidos de forma eficiente contra as alegações verdes enganosas**: no momento, não existem leis específicas que regulem as alegações ecológicas ao nível da UE. Aplicam-se apenas as regras gerais da Diretiva sobre as práticas comercias desleais. A falta de segurança jurídica e a falta de execução das normas contribuem para o número crescente de alegações ecológicas infundadas no mercado.

Outros recursos sobre direitos dos consumidores

- **Tomada de Posição do BEUC: Consumidores no centro da transição para a sustentabilidade.** O ponto de vista do BEUC sobre o pacto Ecológico Europeu: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2020-012_beuc_position_on_european_green_deal.pdf
- **Tomada de Posição do BEUC: o BEUC exige uma proibição efetiva de práticas comerciais desleais ecológicas** (em atualização): https://www.beuc.eu/publications/2011-09991-01-e.pdf

7.2. Direitos dos Consumidores e como podem contribuir para produtos com maior durabilidade

Porque é os direitos dos consumidores são importantes para os consumidores?

Os consumidores preferem produtos mais duradouros. De acordo com um estudo recente[86], os consumidores estão até dispostos a pagar muito mais por produtos mais duráveis e reparáveis.

Além disso, estão cada vez mais conscientes das questões ambientais que enfrentamos e da emergência da mudança climática. Eles gostariam de estar mais envolvidos na economia circular e a melhor forma de contribuir é através da compra de produtos mais duradouros.

A legislação de defesa do consumidor ajuda a alcançar tais objetivos. No prazo de dois anos após a compra de um produto, os consumidores estão cobertos por uma garantia legal que garante que, caso o produto apresente algum defeito, este possa ser reparado, substituído ou, em alguns casos, até receber o dinheiro de volta. Essas obrigações criam um incentivo para que os vendedores (e indiretamente os produtores) optem por produtos com vida útil mais longa.

A agenda política a nível Europeu

As principais ferramentas utilizadas pela legislação de defesa do consumidor para promover produtos mais duradouros são os direitos respeitantes à qualidade dos bens (garantia dos produtos).

Atualmente, eles ainda são regulamentados ao nível da UE pela **Diretiva da venda de bens de consumo e das garantias 1999/44/CE**. É uma diretiva de harmonização mínima que dá ao consumidor o direito a certas soluções em caso de defeito do produto. Esta diretiva estabelece uma hierarquia para aquelas soluções. Em caso de não conformidade, o consumidor pode solicitar em primeiro lugar a reparação ou substituição. Se isso não for possível dentro de um prazo razoável ou sem um inconveniente significativo, o consumidor pode solicitar uma redução do preço ou a rescisão do seu contrato (o que leva ao reembolso do valor pago).

No entanto, a nova **Diretiva (UE) 2019/771**[87] começará a ser aplicada em breve. A nova diretiva trouxe algumas alterações que podem contribuir para produtos mais duradouros:

- Extensão do período durante o qual se presume que a falta de conformidade existia no momento da entrega do bem (inversão do ónus da prova) para um ano, com a possibilidade de os Estados Membros expandirem para dois anos.
- A durabilidade tornou-se um novo requisito objetivo para a conformidade.

---

[86] Estudo Comportamental sobre o Envolvimento dos consumidores na Economia Circular, outubro de 2018, relatório final.

[87] Diretiva 2019/771 relativa a certos aspetos dos contratos de compra e venda de bens

• Obrigação de fornecer atualizações para garantir que os bens com elementos digitais permanecem em conformidade.

• Foi introduzida uma nova garantia comercial voluntária de durabilidade - sob a qual o produtor pode ser diretamente responsável perante o consumidor.

Esta diretiva está atualmente a ser transposta para as legislações nacionais de diferentes Estados-Membros da UE (com o prazo de transposição a terminar em 1 de julho de 2021) e será aplicável a partir de 1 de janeiro de 2022. Em dezembro de 2019, a Comissão Europeia publicou a comunicação **Pacto Ecológico Europeu**[88], na qual anunciou o seu objetivo de tornar a UE neutra em carbono até 2050. Para o alcançar, anunciou uma série de iniciativas também no domínio da defesa do consumidor. Estas iniciativas foram especificadas no novo **Plano de Ação da Economia Circular**[89], publicado em março de 2020. O plano de ação anunciou uma revisão da legislação do consumidor da UE para garantir que o consumidor recebe informações confiáveis e relevantes no ponto de venda, incluindo o período de vida útil e a disponibilidade de serviços de reparação, peças sobresselentes e manuais de reparação. Várias propostas legislativas foram anunciadas para os próximos anos, incluindo:

• Proposta legislativa para a capacitação dos consumidores na transição verde (2020)

• Proposta legislativa relativa à fundamentação de alegações ecológicas (2020)

• Medidas legislativas e não legislativas que estabelecem um novo "direito à reparação" (2021)

O Pacto Ecológico Europeu foi anunciado como a mais alta prioridade para a Comissão de Ursula Von der Leyen, mas algumas de suas iniciativas podem, infelizmente, ser adiadas devido à atual pandemia de COVID-19[90].

[88] https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf

[89] https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

[90] Isto também diz respeito às duas iniciativas acima relativas à capacitação dos consumidores e às alegações ecológicas, que foram adiadas para 2021. No entanto, o trabalho preparatório na Comissão está em curso e foram publicadas várias consultas públicas para as quais o BEUC contribuirá. As consultas estão disponíveis neste site: https://ec.europa.eu/info/consultations_en

Agenda Política a Nível Nacional

O Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, transpôs para a ordem jurídica nacional a Diretiva n.º 1999/44/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de maio, sobre certos aspetos da venda de bens de consumo e das garantias a ela relativas, e foi alterado pelo Decreto-Lei n.º 84/2008, de 21 de maio.

A nova Diretiva (UE) 2019/771 não foi ainda transposta até ao momento de redação deste documento.

Em sede da Assembleia da República, encontram-se em apreciação na Comissão de Economia, Inovação e Obras Públicas os seguintes projetos de lei:

- Projeto de Lei n.º 37/XIV/1.ª (PCP) – "Estabelece medidas de promoção da durabilidade e garantia dos equipamentos para o combate à obsolescência programada"
- Projeto de Lei n.º 116/XIV/1.ª (PAN) – "Estabelece medidas de promoção do desenho ecológico e do aumento do ciclo de vida dos equipamentos elétricos e eletrónicos"
- Projeto de Lei n.º 119/XIV/1.ª (BE) – "Alarga o prazo de garantia na venda de bens móveis de consumo (Segunda alteração ao Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril)"
- Projeto de Lei n.º 120/XIV/1.ª (PEV) – "Aumento da durabilidade e expansão da garantia para os bens móveis e imóveis (Alteração ao Decreto-Lei n.º 67/2003, de 08 de abril)"

Envolvimento das organizações de consumidores

As organizações de consumidores são importantes vigilantes do mercado e auxiliam os consumidores na procura de produtos mais duradouros. Mais importante ainda, as organizações de consumidores podem:

- **Testar produtos e serviços**: as organizações de consumidores auxiliam os consumidores na escolha dos produtos de melhor desempenho e mais duráveis.
- **Recomendações aos consumidores**: com base nos resultados dos seus testes, as organizações de consumidores publicam classificações em diferentes categorias de produtos e premeiam os melhores produtos.
- **Informam e aconselham os consumidores sobre os seus direitos** caso os produtos que adquirem, apresentem defeitos, não correspondam às suas expectativas ou falhem prematuramente.
- **Informam os consumidores sobre os seus direitos**, principalmente sobre as regras que estabelecem os direitos na garantia legal por meio de campanhas de sensibilização, artigos de revistas, linhas de apoio, etc.
- **Observam o mercado** e detetam quaisquer padrões que possam fazer com que alguns produtos específicos falhem prematuramente (veja mais sobre o projeto PROMPT na secção 7.3 dedicada à obsolescência precoce).
- **Fazer cumprir os direitos do consumidor** perante os tribunais e/ou autoridades públicas.

• **Influenciam a legislação**: o mais importante, fazer com que os consumidores possam contar com as garantias legais durante toda a vida útil prevista dos produtos.

Outros recursos sobre direitos dos consumidores

- **Tomada de Posição do BEUC** sobre a proposta de diretiva relativa a certos aspetos dos contratos de compra e venda de bens à distância: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-053_csc_beuc_position_paper_on_tangible_goods_proposal.pdf
- **Toma de Posição do BEUC**: Bens duráveis: Produtos mais sustentáveis, melhores direitos dos consumidores: http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-069_sma_upa_beuc_position_paper_durable_goods_and_better_legal_guarantees.pdf
- **Página da Internet do BEUC sobre bens duráveis:** https://www.beuc.eu/durable-goods
- **Novo Plano de Ação para a Economia Circular da UE:** https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/new_circular_economy_action_plan.pdf

7.3. Novo regulamento relativo à fiscalização do mercado

A UE adotou na primavera de 2019 um novo regulamento sobre a fiscalização do mercado[91]. Embora no passado esta legislação se concentrasse principalmente nos aspetos de segurança dos produtos, ela foi ampliada para cobrir certos aspetos ambientais dos produtos, incluindo a conceção ecológica, a rotulagem ecológica e os requisitos de rotulagem energética, bem como alguns requisitos relativos aos produtos químicos e aos resíduos.

O objetivo deste Regulamento:

> *"consiste em melhorar o funcionamento do mercado interno através do reforço da fiscalização do mercado dos produtos abrangidos pela legislação de harmonização da União a que se refere o artigo 2º, a fim de garantir que só sejam disponibilizados no mercado da União os produtos que cumprem os requisitos que asseguram um elevado nível de proteção do interesse público em domínios como a saúde e a segurança em geral, a saúde e segurança no local de trabalho, a defesa do consumidor, a proteção do ambiente, a segurança pública e quaisquer outros interesses públicos protegidos por essa legislação."*

Este novo Regulamento pode ser utilizado pelas organizações de consumidores de várias formas com vista a melhorar a conformidade dos produtos com os respetivos requisitos ambientais:

[91] Regulamento (UE) 2019/1020 relativo à fiscalização do mercado e à conformidade dos produtos https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32019R1020

• Caso as organizações de consumidores descubram a não conformidade de produtos com os requisitos ambientais por meio de testes de laboratório, poderão usar este novo regulamento como base legal para relatar os resultados dos testes de laboratório às autoridades nacionais de fiscalização do mercado e pedir-lhes que tomem medidas contra o não cumprimento por parte dos operadores.

• Além disso, o novo regulamento permite a elaboração de acordos de cooperação formais a celebrar com terceiros, incluindo organizações de consumidores: "as *autoridades de fiscalização do mercado podem chegar a acordo com outras autoridades competentes ou organizações que representem os operadores económicos ou os utilizadores finais quanto à realização de atividades conjuntas destinadas a promover o cumprimento da legislação, identificar situações de não conformidade, aumentar a sensibilização e proporcionar orientação relativamente à legislação de harmonização da União referente a categorias específicas de produtos, em particular as categorias de produtos que apresentam frequentemente um risco grave, incluindo os produtos colocados à venda em linha.*"

• O novo regulamento também exige que a Comissão Europeia estabeleça redes de autoridades fiscalizadoras dos Estados-Membros para que colaborem mais no tema da conformidade de produtos (a chamada Rede da União para a conformidade dos produtos). Portanto, se as organizações de consumidores tomarem conhecimento de produtos não conformes que provavelmente serão vendidos em muitos países da UE, devem pedir às autoridades nacionais que compartilhem essas informações com outros Estados-Membros para acompanhamento em outros mercados nacionais da UE e para assegurar a coerência das medidas de execução em todo o mercado interno da UE.

• Os grupos de consumidores podem informar os consumidores nas suas revistas nacionais sobre os produtos não conformes e desaconselhar a sua compra.

This document has been produced under a service contract with the European Commission. The content of it represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.