

# İKV DEĞERLENDİRME NOTU

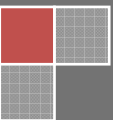
AB'DE DİJİTAL PAZAR, ENERJİ BİRLİĞİ VE  
DÖNGÜSEL EKONOMİDE ODAK:

TÜKETİCİ

İlge Kıvılcım

İKV Uzmanı

*İKTİSADİ KALKINMA VAKFI*



## AB'DE DİJİTAL PAZAR, ENERJİ BİRLİĞİ VE DÖNGÜSEL EKONOMİDE ODAK: TÜKETİCİ

Günümüzde, AB tüketici politikası, tüketici eğilimleriyle beraber uluslararası pazar ortamının ve çağın getirilerini dikkate alarak yeni önceliklere yönelmektedir. Mevcut süreç, AB'de kusursuz uygulanan bir tüketici politikasına işaret etmemekle birlikte, Avrupa Komisyonu, yeni politikalarını ortaya koyarken, mutlaka tüketici üzerindeki etkilerini dikkate almakta ve tüketici refahını ön planda tutmaktadır.

Avrupa Komisyonu'nun 6 Mayıs 2015 tarihinde yayımladığı **Avrupa İçin Dijital Tek Pazar Stratejisi**, AB'de ekonomik dönüşüm yaratacak önemli bir proje olarak gündeme getirilmiştir. Bu stratejinin temelinde yer alan bileşenlerin başında tüketiciler ve üreticiler gelmektedir. Bilindiği gibi, bu yıl sonunda Paris'te yapılacak BM'nin 21'inci Taraflar Konferansı'nda kabul edilmesi beklenen yeni iklim değişikliği anlaşması öncesinde, tüm dünyada önemli raporlar açıklanmakta, ulusal katkılar beyan edilmekte ve AB tarafı da yeni stratejileri sırayla yayımlamakta. Bu stratejilerin hayata geçirilmesinde ise tüketicinin rolü oldukça büyük olacak. Nitekim AB'nin uzun vadeli planlarından bir diğeri olan ve 25 Şubat 2015 tarihinde açıklanan **Enerji Birliği** stratejisinin tam anlamıyla uygulanması için tüketici tercihlerinin önemi büyük olacaktır. Temmuz ayında açıklanan **Yaz Paketi** ise AB'de tüketicileri enerji verimliliğine doğru yönlendirmede en merkeze yerleştirmiş durumda. 2015 yılı sonunda güçlendirilmiş haliyle tekrar onay süreci için görüşlere açılacak **Döngüsel Ekonomi Paketi** kapsamında ise tüketicilerin tüketim seçenekleri üzerinden atık yönetiminde iddialı hedeflerin uygulanması öncelikli olacaktır.

### Genel Tespitler

- Önümüzdeki dönem AB'nin tüketici politikası, uzun vadeli stratejilerin merkezinde yer alacağı öngörülmektedir.
- En önemli sorunlar; tüketicinin güçlendirilmesi, tüketiciye sunulan ürün ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, bilinçli tüketici ile ekonomik katkısının sürdürülebilir olması, yeni sistem ve pazar yapısında kişisel verilerin korunması olarak Avrupa Komisyonu tarafından açıkça belirtilmektedir.
- Üye ülkeler arası farklı uygulamalar hala güncelliğini korumaktadır.
- Tüm uzun vadeli planların gerek tüketici, gerekse AB bütçesine ek tasarruf kazandıracığı tespit edilmiştir:
- Dijital pazarın oluşturulmasının AB'ye 250 milyar avroluk ek büyüme sağlaması ve *online* alışverişlerde tüketicinin yıllık 11.7 milyon avro tasarruf etmesi beklenmektedir.
- Yeni enerji etiketleme sistemi, hane halkı için yılda 465 milyar avroluk ek tasarruf, üretici ve perakendeciler için yılda 10 milyar avroluk kazanç ve çevre

için yılda 175 milyon ton petrole eş değer birincil enerji kaynağının kullanılmasının önlenmesi anlamına gelecek. Döngüsel ekonomi kapsamında kaynak verimliliğinin ise AB’de 600 milyar avro gibi yüksek oranda iş potansiyeli yaratabileceği öngörülmektedir.

## 10. Yılında Avrupa Tüketici Merkezleri ve Tüketici Sorunları

AB için önemli bir meydan okuma oluşturan 2008 sonrasındaki ekonomik ve mali kriz, AB’nin pek çok politika alanında revizyon sürecini başlatmıştır. Bu sürecin tüketici politikasına etkisi özellikle tüketicinin her türlü güvenliğinin sağlanmasıyla beraber pazardaki güven ortamının oluşturulması ve bunun neticesinde tüketicinin ekonomik büyümeye olan katkısının artırılması mesajı çerçevesinde oldukça belirgindir. **Avrupa 2020 Stratejisi**’nin üç temel amacı olan “akıllı”, “sürdürülebilir” ve “kapsayıcı” büyüme kapsamında ve 2013 yılında sona eren Avrupa Tüketici Gündemi’nin büyümeyi ve güven ortamını artırmayı hedefleyen mesajlarında tüketici politikasının önemi geniş yer tutmaktadır.

Bu mesajların hayata geçirilmesi için özellikle **tüketicinin güçlendirilmesi gerektiği** Avrupa Komisyonu tarafından açıkça vurgulanmaktadır. **Tüketicilere açık bir şekilde her türlü bilginin sağlanması, hakları konusunda farkındalığın artırılması, üye ülkelerdeki kurumsal kapasite gelişimi, üye ülkelerdeki farklı uygulamaların azaltılması, uyumlaştırılması ve tüketicilerin karar alma süreçlerine daha aktif katılımı** ile bu açığın kapatılması amaçlanmaktadır.

AB’deki güncel tüketici sorunlarına bakıldığında raporların sunduğu genel çerçevede de, tüketicinin, kendi hakları ve pazarın getirileri konusunda yeterince bilgi sahibi olmadığı ve tüketicinin güçlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Aynı şekilde tüketici bilinci her üye ülkede farklılık göstermektedir. Kuzey Avrupa ülkelerinde tüketici bilinci yaygın iken bu düzeyin Güney Avrupa’da daha düşük seviyede kaldığı gözlenmektedir. Öte yandan eğitim düzeyi ve yaşam koşullarının, tüketici bilincinin oluşmasında oldukça etkili olduğu tespiti de geçerliğini korumaktadır.

Yapılan bir araştırmaya göre<sup>1</sup>, AB’deki tüketici, ürünün üzerinde yazan bilgileri okumuyor. Sadece üretici ile yapılan herhangi bir ürün sözleşmesi var ise tüketicilerin yüzde 60’ı ve internet üzerinden alışveriş yapıldıysa tüketicilerin yüzde 57’si bilgileri okuyor. Bu durumun en önemli sebebi, tüketicilere göre bilgilerin çok uzun olması veya üreticiye güvenmeleri olarak ortaya çıkıyor. Başka bir sonuca göre, AB’de tüketicinin yüzde 51’i, ülkesindeki tüketici başvuru mercilerinin neresi olduğunu ve yüzde 75’i ise hangi kamu kurumunun politika yapım sürecinde yetkili olduğunu bilmiyor.

<sup>1</sup>SWD Consumer Empowerment in the EU, s.10.

AB'nin 28 üye ülkesinin yanı sıra Norveç ve İzlanda'da bulunan **Avrupa Tüketici Merkezleri** (*European Consumer Centres-ECC*), tüketiciye her türlü bilgiyi sunan ve üretici-tüketici arasındaki anlaşmazlıkların çözümünde ücretsiz danışmanlık hizmeti veren merkezlerdir. Bu merkezler, sınır ötesi alışverişlerde spesifik konulara yönelik doğrudan üretici ile iletişime geçebilmektedir.

Avrupa Tüketici Merkezleri'nin 10. yılını kutladığı bu yıla özel hazırlanan raporda, AB'nin Tüketici Politikası kapsamında güncellenecek olan öncelikli alanlar; **kişisel verilerin korunmasına** yönelik güçlendirilmiş mevzuat, üye ülkelerde **online alışverişte tüketiciyi yanıltıcı uygulamalarla mücadelede teknik mekanizmaların geliştirilmesi ve uyumlaştırılması** ile **telekomünikasyon altyapısının ve tüketicilerin dijital sistemlerdeki becerilerinin artırılması** olarak açıklanmaktadır. Öte yandan AB'de tüketicilerin yüzde 43'ü kişisel verilerin kötüye kullanıldığını düşünüyor.

Rapor verilerine göre, söz konusu tüketici merkezlerine 10 yıl içinde şikâyet sayısı 650.000'in üzerinde olmuş, tüketici ile doğrudan iletişime geçilmiş ve 300.000'den fazla sorunun çözümü için tüketiciye uzun vadeli hizmet verilmiştir. Merkezlerin ilk kurulduğu yıl olan 2005 yılında 42.795 başvuru ile ilgilenilmiş ve 2014 yılında bu sayı 93.741'e yükselmiştir<sup>2</sup>.

2014 yılında 3,5 milyon kişi kendi ülkelerindeki tüketici merkezlerini ziyaret etmiştir. E-ticaret uygulamalarının artmasına bağlı olarak şikâyetlerin 10 yıl içinde ciddi artış gösterdiği açıklanmaktadır. Nitekim 2005 yılında yüzde 29 olan şikâyet oranı, 2014 yılında yüzde 68'e yükselmiştir<sup>3</sup>. Ayrıca AB'de *online* rezervasyon veya alışverişlerde 2011 yılından itibaren yüzde 50 artış görüldüğü belirtilmektedir. Bu orana yansıyan şikâyetlerin çoğunun seyahat uygulamaları ve araba kiralama firmalarına bağlı olduğu görülmüştür. Örneğin araba kiralamada 2010 yılında 835 şikâyet sayısı 2014 yılında 1761'e yükselmiştir.

<sup>2</sup> Avrupa Komisyonu, "The European Consumer Centres Network-10 Years Serving Europe's Consumers Anniversary Report 2005-2015", s. 8, 2015.

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/solving\\_consumer\\_disputes/non-judicial\\_redress/ecc-net/docs/ecc\\_net\\_infographic\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/solving_consumer_disputes/non-judicial_redress/ecc-net/docs/ecc_net_infographic_en.pdf)

## Mevcut Yasaların Uygulandığı Ortamda Gelen Şikâyet Oranları

	2010	2013	2014
Uzaktan ve <i>online</i> satışlar	16,7	31,5	31,7
Ürün ve garanti satışları	11,0	10,4	10,1
Yolcu hakları (havayolu)	14,7	7,9	8,5
E-ticaret hizmetleri	4,9	4,4	4,5
Haksız ticari uygulamalar	7,6	3,9	4,2

Kaynak: Avrupa Komisyonu

## Tüketiciyi İlgilendiren Uzun Vadeli Stratejiler

### A. Dijital Pazar ve Tüketici

Dijital sektör, Avrupa Komisyonu tarafından ekonomik büyüme için tüketici politikasını en fazla etkileyen sektör olarak tanımlanmaktadır. AB’de Dijital Tek Pazar Stratejisi’ne geçilirken, belirtildiği gibi, tüketicinin bu pazara yönelik bilgilendirilmesi, haklarının neler olduğuna yönelik eğitim programlarının artırılması ve tüketicinin güçlendirilmesi üzerine çalışmaların yapılması beklenmektedir. **Dijital Tek Pazar Stratejisi üç temel öncelik** üzerine kurulmaktadır: (a) AB genelinde tüketicinin ve üreticinin online olarak ürün ve hizmete en güvenilir şekilde ulaşması (b) dijital ağ ve hizmetlerin geliştirilmesi için pazar koşullarının oluşturulması (c) Avrupa Dijital Ekonomisi için büyüme potansiyelinin en üst seviyeye çıkarılması.

Raporlara göre, dijital hizmetlerin çoğundan faydalanamayan bir tüketici sınıfının olduğu bilinmekte ve bu grup daha çok düşük eğitim ve gelir düzeyine sahip bir kitle olarak tanımlanmaktadır. Bu grubun dijital ortamın getirilerine ulaşması için ek araştırma ve uygulamalara ihtiyaç olduğu Avrupa Komisyonu tarafından belirtilmektedir.

Avrupa Komisyonu'nun verilerine göre, dijital pazarın oluşturulmasının AB'ye 250 milyar avroluk ek büyüme sağlayacağı tahmin ediliyor. Aynı şekilde *online* alışverişlerde tüketicinin yıllık 11.7 milyon avro tasarruf etmesi bekleniyor.

2014 yılının verilerine göre, tüketicilerin sadece yüzde 15'i diğer AB üyesi ülkelerden *online* alışverişte bulunmakta ve sadece yüzde 38'i diğer üye ülkelerden *online* alışveriş yapılmasının güvenli olduğuna inanıyor. Firmaların sadece yüzde 7'si internet üzerinden satış yapıyor<sup>4</sup> ve AB'de internet kullanıcılarının sayısının tüketicilerin dörtte üçüne eşit olmasına rağmen, internet kullanıcılarının yüzde 72'si kişisel verilerin *online* işlemlerde güvenlik açısından sakıncalı olabileceğini düşünüyor.

Bu bağlamda, tüketicilerin dijital pazarın oluşturulmasına katkı sağlamaları açısından, tüketiciler için "güvenilir seçeneklerin artırılması" ve "kişisel verilerin korunması" önemli ihtiyaçlar olarak gözükmektedir.

## B. Enerji Birliği ve Tüketici

AB'nin ve geçtiğimiz yıl göreve başlayan yeni Komisyon'un öncelikleri arasında baş sırada yer alan Enerji Birliği hedefi de, kuşkusuz ki tüketicileri yakından ilgilendirmekte ve tüketici için tercih çeşitliliği, sunulan hizmetin kalitesi ve tüketicinin güçlendirilmesi açısından yeni fırsatlar sunmaktadır. Mevcut süreçte Avrupa Komisyonu tarafından tüketicilerin fiyatlar ve sunulan ürün ve hizmet hakkında detaylı bilgilendirilmesi koşulu ön plana alınmaktadır.

Enerji verimliliği yüksek ürünlere doğru yönelme ve buna yönelik mevzuat çalışmaları AB'nin güncel çalışma programında yer almaktadır. Bunun yanında, 25 Şubat 2015 tarihinde açıklanan Enerji Birliği Stratejisi kapsamında tüketicilerin sisteme dahil edilmesi AB'nin iklim değişikliği ve enerji alanındaki düzenlemeleri açısından oldukça önemli bir yerde konumlandırılmaktadır.

Avrupa Komisyonu'nun üzerinde durduğu diğer önemli bir nokta olarak, ekonomik ve mali krizle beraber pazarda belirginleşen **hassas sektörler**e (enerji gibi) ve "**etkilenebilir tüketici gruplarına**" yönelik çalışmaların artırılması gündeme gelmiştir. Özellikle enerji ve elektrik kaynaklarına erişimin sağlanması önemle vurgulanmaktadır.

<sup>4</sup>Avrupa Komisyonu, "A Digital Single Market Strategy for Europe" COM(2015) 192 final, s.4, 06.05.2015.

## ***Enerjide Dönüşüm için Tüketici Merkezli “Yaz Paketi”***

Şubat ayında açıklanan AB'nin İklim ve Enerji Paketi ile beraber Enerji Birliği Stratejisi'nin uygulanmasına yönelik Enerji Yaz Paketi 15 Temmuz 2015 tarihinde Avrupa Komisyonu tarafından açıklandı. Kamuoyuyla istişare sürecinin tamamlanmasının ardından, Avrupa Komisyonu Yaz Paketi ile Avrupa elektrik pazarının revize edilmesini, enerji verimliliğinin artırılmasını, tek enerji pazarının oluşturulmasını, karbondan arınmış ekonomi modelinin oluşturulmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarının artırılmasını ve enerji verimliliği için etiketleme prosedürlerinin revize edilmesini hedefliyor. Paketin önemli bir parçası olarak, tüketicilere sunulan seçeneklerin artırılması ve bu noktada daha iyi etiketleme sisteminin sağlanmasıyla tüketici bilincinin artırılması hedeflenerek, artan tüketici bilinci ile tüketicilerin daha fazla tasarruf yapması ve genel anlamda AB'nin enerji verimliliğinin artırılması hedefi öngörülüyor.

Yaz Paketi kapsamında öngörülen daha detaylı uygulamalara bakıldığında tüketicinin güvenebildiği bir enerji piyasasında daha açık faturalandırma, reklam kuralları, fiyat doğruluğu, fiyatları kıyaslayabilme yöntemlerinin oluşturulması öncelikli olacak. Bu etiketleme sisteminin, Baltık ülkelerinin birincil enerji tüketimi kadar enerji tasarrufu sağlaması bekleniyor (Yıllık 17 milyon ton petrole eşdeğer).

AB'de yenilenebilir enerji kaynaklarının toplam enerji kullanımındaki payının önümüzdeki yıllarda artması bekleniyor. Bu alanda oluşabilecek tüm riskler göz önüne alan Komisyon, elektrik pazarının AB'de güvence altına alınması için önemli bir çalışmayı sunan Enerji Birliği Stratejisi için pazarın tüm aktörlerinin aynı amaç doğrultusunda hareket etmesi gerektiği mesajını veriyor. 30 Nisan 2015 tarihinde başlatılan ve Haziran 2017 tarihine kadar sürecek 12 üye ülkenin (Avusturya, Danimarka, Belçika, Bulgaristan, Almanya, Letonya, Malta, Hollanda, Polonya, İsveç, Slovenya ve İngiltere) katılımıyla oluşturulan EEpliant Projesi, bu bağlamda ortak pazara yönelik bazı girişimleri içeriyor. Proje ile Led lambaları, *printer* ve ofis ıstıcılarında düzenlemeye gidilmesini sağlayan destek mekanizmalarının hayata geçirilmesini amaçlanıyor. Proje genel anlamda AB Enerji Etiketlemesi ve Eko dizayn Yönergeleri dahilinde uygulanması gereken kuralları da destekleyici özelliğe sahip.

Öte yandan yeni enerji etiketleme sistemi ile yeni teknolojileri içinde barındıran akıllı evler, sayaçlar, şebekeler ve depolama teknikleri gibi tüketicinin doğrudan uygulama alanına girebileceği alanlar üzerinden, enerjide verimlilik sağlanması ve bu teknolojileri kullanarak düşük fatura ödemelerinin kolaylaşması öngörülmektedir.



Avrupa Komisyonu'nun verilerine göre, tüketiciler açısından güvenin sağlanması ve tüketicilerin ürünler üzerinde kıyaslama yapabilmesi hedefleri dikkate alındığında, yeni enerji etiketleme düzenlemesi daha açık ürün bilgileri (su kaynağı kullanım oranı, gürültü seviyesi, verimlilik oranı vb.) sağlanması zorunluğunu getirerek, tüketiciler için önemli getirilere yol açacak. Söz konusu düzenlemeler, AB'de bir tüketicinin yılda 15 avro tasarruf yapmasına imkan sağlayabilecek. Bu tasarruf, hane halkı için yılda 465 avroluk ek tasarruf anlamına geliyor.

**Üretici ve perakendeciler için** yeni sistem, yılda bütçelerine ekleyecekleri 10 milyar avroluk kazançla geri dönecek. Öte yandan tüketici için sorun olan idari işlemlerin azaltılması ve dijital ortama aktarılan işlemlerin de sürece ve tüketici menfaatine katkı sağlayacağı belirtiliyor.

**Üye ülkeler için** yeni düzenlemenin avantajları kayıtlı veri tabanı sayesinde pazarlarında uygulamada olan gözetim mekanizmalarında yüzde 10 ila 15 oranında zamandan kazanç, yani idari yükün azaltılması anlamına geliyor.

**Çevre için** ise yeni düzenleme yılda 175 milyon ton petrole eş değer birincil enerji kaynağının tasarruf edilmesi anlamına geliyor.

Aynı verilerde, Finlandiyalı ve İsveçli tüketicinin, kullandığı fiyat üzerinden elektrik sözleşmeleri ve akıllı sayaçlar sayesinde yüzde 15 ila 30 arasında değişen avantajlı elektrik faturası ödedikleri tespit edilmiştir.

AB'nin mevcut yasal düzenlemelerine ek olarak konuya yönelik yardımcı olabilecek ve tüketicinin enerji konularında güçlenmesini sağlayacak yenilenmiş "Tüketici Koruma İşbirliği Tüzüğü"nin Avrupa Komisyonu tarafından önümüzdeki dönemde açıklanması bekleniyor. Özellikle sayaç sistemlerinde gidilecek değişimle tüketicilerin bu sistem üzerinde kayıt edilecek kişisel verilerinin korunması konusunun gündeme getirilmesi öngörülüyor.

### **Enerji Etiketlemesine Yönelik ilgili AB Yönergeleri**

**Eko dizayn Yönergesi:** Enerji verimliliği yüksek ürünlerin yaygınlaştırılması (2009/125/EC)

**Enerji Etiketleri Yönergesi:** En iyi ürünün hangisi olduğunun tüketicilere sunulması (2010/30/EU)



### C. Döngüsel Ekonomi ve Tüketici

Dünyada nüfusun artışı, ortalama ömrün uzaması, teknolojik gelişmeler, artan refah gibi birçok faktörün etkisiyle artan talep üretimi de tetiklemekte ve bu birbiri ile bağlantılı süreçler doğrultusunda dünyada kaynak kullanımını giderek artmaktadır. Kaynakların hızla tükendiği bu ortamda, kaynaklar üzerindeki küresel rekabet her geçen gün artmaktadır. Konu AB politikası olduğunda, AB kaynak kullanımını konusuna da sürdürülebilirlik açısından yaklaşmaktadır. , Bunun yanında, özellikle hammaddenin karşılanması AB sanayisi için önemli bir stratejik öncelik olmaya devam ediyor. AB sanayisi, birlik dışından alınan kritik hammaddelere dayalı bir yapı sergiliyor. Bu açıdan bakıldığında, bu maddelerin kaynaklandığı ülkelerdeki siyasi sorunlar da AB'nin dikkate aldığı diğer bir öncelikli konuyu oluşturuyor. Uzun tartışmalara yol açan Avrupa Komisyonu'nun "Döngüsel Ekonomi Paketi"nin (*Circular Economy Package*) kaynak verimliliği konusunda AB'nin uzun vadeli planlarından biri olması bekleniyor.

Paket aslında 2014 yılında askıya alınmış olmasına rağmen, 2015 yılı sonunda daha güçlü hedeflerle kabul edilmesi öngörülmüyor. Döngüsel Ekonomi Paketi ile AB genelinde ürün dayanıklılığının sürdürülebilir olması ve atıkların yeniden değerlendirilip ekonomik katkısının somutlaştırılması amaçlanıyor. Paket ile 2020 ve 2030 yılında belediye atıkları ve diğer atıklarda geri dönüşüm oranının yüzde 70 ila yüzde 80'e çıkarılması hedeflenmekteydi. Kaynakların daha verimli kullanılmasıyla yeni iş imkanlarının artırılması bu paket dahilinde sunulan en önemli hedeflerden biri.

Avrupa Komisyonu verilerine göre, kaynak verimliliğinin 600 milyar avro gibi yüksek oranda iş potansiyeli yaratabileceği tahmin ediliyor.

Mevcut süreçte pakete yönelik 28 Mayıs-20 Ağustos 2015 tarihleri arasında kamu istişare anketi sürdürülmekte olup, Lüksemburg Dönem Başkanlığı nezdinde yapılacak Çevre Konseylerinde ve ardından AB Liderler Zirvesi'nde gündeme alınıp kabul edilmesi beklenmekte. Paket aynı zamanda AB'nin Yedinci Çevre Eylem Programı ile paralel yürütülmektedir.

17 Haziran 2015 tarihinde Avrupa Parlamentosu'nun Çevre, Kamu Sağlığı ve Gıda Güvenliği Komitesi'nde stratejik olarak nitelendirilen bir rapor kabul edildi. "Kaynak Verimliliği: Döngüsel Ekonomiye Doğru" başlığı altında hazırlanan rapor (AP Üyesi Sirpa Pietikäinen, Finlandiya), 2015 yılı sonuna kadar bir önceki Komisyon önerisinden daha iddialı bir önerinin onaylanmasını vurguluyor. Bağlayıcı kuralların ulusal ve AB düzeyinde geçerli olması gerektiği belirtilen raporda, 2014 yılına göre 2030 yılında yüzde 30 enerji verimliliğinin artırılmasını öngörüyor. Paketin tam anlamıyla

uygulanması neticesinde ise kaynak verimliliğinin 2030 yılında AB'de 2 milyon iş imkanını sağlayabileceği açıklanıyor<sup>5</sup>.

Özet olarak, AB Tüketici Politikası çevre, enerji ve yeni pazar yapılarında ön planda olacaktır. AB'de her bireyin tüketici olarak görüldüğü pazar ortamında, tüketicinin her türlü güvenliği esasına dayalı olarak, pazardaki güven ortamıyla beraber ekonomik büyüme ve yeni iş imkanlarının artırılması noktasında da tüketici politikaları önemli bir yere sahip olacaktır.

---

<sup>5</sup> Avrupa Parlamentosu Haber Bülteni, The Parliament Magazine-“EU Circular Economy Could Create Two Million Jobs by 2030”, <https://www.theparliamentmagazine.eu/articles/news/eu-circular-economy-could-create-two-million-jobs-2030>