

A woman with blonde hair tied back, wearing glasses and a white shirt with a brown apron, is leaning over a wooden table in a pottery workshop. She is smiling and looking at a laptop. In her left hand, she holds a small, light-colored ceramic mug. The background shows shelves filled with various pottery items and a window with heart-shaped decorations.

► Модуль 7

Регламент про загальну
безпеку продукції

ЗАСТЕРЕЖЕННЯ:

Інформація та погляди, викладені в цій публікації, належать авторам і не обов'язково відображають офіційну позицію Європейської комісії. Європейська комісія не гарантує точність даних, включених до цієї публікації. Ні Європейська комісія, ні будь-яка особа, що діє від її імені, не несуть відповідальності за використання інформації, що міститься в ній.

Цей документ не має юридичної сили і не є офіційним тлумаченням законодавства ЄС або національного законодавства, а також не може надавати вичерпну або повну юридичну консультацію. Він не має на меті замінити професійну юридичну консультацію з конкретних питань.

Читачам також слід пам'ятати, що законодавство ЄС та національне законодавство постійно оновлюються: будь-яку паперову версію модулів слід перевіряти на наявність можливих оновлень на веб-сайті www.consumerlaw-ready.eu.

Усі використані гендерно-специфічні терміни мають на меті охопити всі гендери.

Лютий 2026

Зміст

I.	Вступ до цього модуля	6
II.	Вступ до GPSR	9
1.	Чому було запроваджено GPSR?	9
2.	Що таке GPSR?	9
3.	Що охоплює GPSR?	9
III.	Основні принципи GPSR	10
1.	Що таке загальні вимоги безпеки?	10
2.	Який підхід до ризику?	10
3.	Як простежуваність та прозорість сприяють дотриманню вимог?	11
IV.	Вимоги до безпеки продукції	11
1.	Як слід проводити оцінку ризиків?	11
2.	Як слід враховувати інтереси вразливих споживачів?	12
3.	А як щодо нових ризиків, таких як штучний інтелект та кібербезпека?	12
4.	Чи може презумпція відповідності гарантувати дотримання вимог?	13
5.	Чи так само це стосується гармонізованого законодавства?	14
6.	Покрокова оцінка ризиків	14
V.	Обов'язки суб'єктів господарювання	15
1.	Які обов'язки мають виробники?	15
2.	Які обов'язки мають уповноважені представники?	16
3.	Які обов'язки мають імпортери?	16
4.	Які обов'язки мають дистриб'ютори?	17
VI.	Простежуваність та маркування	19
1.	Що таке унікальна ідентифікація продукту?	19
2.	Контактні дані суб'єктів господарювання	20

3.	Які вимоги до зберігання документації?	20
VII.	Нагляд за ринком та відповідність вимогам	21
1.	Яка роль національних органів влади?	21
2.	Що таке «Safety Gate»?	22
3.	Чи існує обов'язок співпраці з національними органами влади?	23
VIII.	Коригувальні заходи та відкликання продукції	23
1.	Коли необхідний відкликання продукції?	23
2.	Які кроки слід вжити, якщо продукт становить ризик?	24
IX.	Оператори онлайн-торгових майданчиків	26
X.	Підтримка та ресурси	27
XI.	Короткий огляд вимог до простежуваності	28
XII.	Приклад з практики: дотримання вимог безпеки продукції	30
	Додаток 1 — Шаблон повідомлення про відкликання від Європейської комісії	33
	Додаток 2 — Контрольний список для відкликання продукції	35
	Додаток 3 – Приклад етикетки	36

«Як невеликий виробник, ми надали пріоритет безпеці продукції та ознайомилися з законодавчими вимогами в Європі завдяки GPSR — довіра є ключовим фактором».

«Коли я купую товари, я очікую, що вони будуть безпечними, незалежно від того, де вони вироблені або придбані. Мені стає спокійніше, коли я знаю, що існують правила ЄС, які нас захищають».

«Ми продаємо сотні різних товарів від різноманітних постачальників. Система GPSR забезпечує чітку структуру для перевірки безпеки продукції».

I. Вступ до цього модуля

Шановний підприємцю!

Цей посібник є частиною проєкту «Consumer Law Ready» і призначений саме для мікро-, малих та середніх підприємств, які взаємодіють зі споживачами.

Проект «Consumer Law Ready» — це загальноєвропейський проєкт, який очолює EUROCHAMBRES (Асоціація європейських торгово-промислових палат) у партнерстві з BEUC (Європейська організація споживачів) та SMEunited (Асоціація ремісників та малих і середніх підприємств Європи). Він фінансується Європейським Союзом та підтримується Європейською комісією. Мета проєкту — допомогти вам дотримуватися вимог законодавства ЄС у сфері захисту прав споживачів.

Споживче законодавство ЄС складається з різних законодавчих актів, прийнятих Європейським Союзом протягом останніх 25 років та транспонованих кожною державою-членом ЄС у відповідне національне законодавство. Проєкт «Consumer Law Ready» має на меті покращити знання підприємців, зокрема серед МСП, щодо прав споживачів та відповідних юридичних обов'язків. Консорціум розробив новий модуль щодо Регламенту про загальну безпеку продукції¹, щоб надати підприємцям цінну інформацію про їхні права та обов'язки стосовно безпеки продукції.

Посібник складається з семи модулів. Кожен з них присвячений окремій темі споживчого права ЄС:

- Модуль 1 присвячений правилам щодо вимог до інформації, що надається до укладення договору
- Модуль 2 представляє правила щодо права споживача відмовитися від дистанційних та позамежних договорів
- Модуль 3 зосереджується на засобах правового захисту, які торговці повинні надати, коли товари () не відповідають умовам договору
- Модуль 4 зосереджується на недобросовісних комерційних практиках та недобросовісних умовах договорів
- Модуль 5 знайомить з альтернативним вирішенням спорів
- Модуль 6 присвячений основній інформації, яку підприємці повинні знати при використанні платформ для продажу своїх товарів та послуг
- Модуль 7 присвячений питанням, пов'язаним із вимогами та зобов'язаннями щодо безпеки продукції.

Цей посібник є одним із навчальних матеріалів, створених у рамках проєкту «Consumer Law Ready». На [веб-сайті](#) проєкту розміщено додаткові навчальні матеріали, зокрема відео, вікторини та «е-тест», за результатами якого можна отримати сертифікат. Ви також можете поспілкуватися з експертами та іншими представниками малого та середнього бізнесу на форумі.

¹ Регламент (ЄС) № 2023/988 Європейського Парламенту та Ради від 10 травня 2023 року про загальну безпеку продукції, який вносить зміни до Регламенту (ЄС) № 1025/2012 Європейського Парламенту та Ради та Директиви (ЄС) 2020/1828 Європейського Парламенту та Ради, а також скасовує Директиву 2001/95/ЄС Європейського Парламенту та Ради та Директиву Ради 87/357/ЄЕС.

Модуль 7 присвячений одному з найважливіших останніх досягнень у сфері споживчого права ЄС: Регламенту про загальну безпеку продукції (GPSR)², який набирає чинності 13 грудня 2024 року. Цей регламент безпосередньо стосується таких підприємств, як ваше. Незалежно від того, чи ви продаєте товари онлайн чи у фізичному магазині, і чи ваші товари є новими чи відремонтованими, GPSR встановлює правила, що гарантують безпеку всього, що ви пропонуєте, для ваших клієнтів.

GPSR відображає реалії ринку, що швидко змінюється. У міру зростання популярності інтелектуальних технологій, цифрових продуктів та транскордонної електронної комерції ризики для безпеки продукції стали більш складними, і GPSR є відповіддю ЄС на це. Він встановлює більш суворі зобов'язання для всіх суб'єктів господарювання, включаючи онлайн-ринки. До них належать проведення внутрішніх оцінок ризиків, ведення актуальної технічної документації, своєчасне повідомлення про нещасні випадки та вдосконалення процедур відкликання продукції та попереджень про небезпеку. GPSR також надає споживачам більш широкі права у разі виникнення проблем з безпекою.

Однак GPSR — це не лише вимога щодо дотримання норм, а й можливість. Впровадивши безпеку у свої бізнес-практики, ви зможете мінімізувати ризики, уникнути дорогих збитків та підвищити довіру клієнтів. На сучасному конкурентному ринку застосування підходу, орієнтованого на безпеку, є не лише відповідальним, а й розумною бізнес-стратегією.

Щоб краще зрозуміти законодавчі положення, радимо ознайомитися з [офіційними рекомендаціями Європейської комісії щодо GPSR](#), які доступні всіма мовами ЄС.

Запрошуємо вас зануритися в цей модуль, ознайомитися з GPSR та дізнатися, як він застосовується до вашого бізнесу. Ми сподіваємося, що за допомогою цього посібника ви зможете впевнено орієнтуватися у мінливому ландшафті безпеки продукції та перетворити законодавчі вимоги на практичні переваги.

Команда проекту «Consumer Law Ready»

² Повний текст: [Регламент - 2023/988 - EN - EUR-Lex](#)

II. Вступ до GPSR

1. Чому було запроваджено GPSR?

Однією з головних причин запровадження GPSR стало появу нових технологій та зростання обсягів онлайн-торгівлі. Регламент є відповіддю на зростаючу цифровізацію товарів та нагальну потребу в оновленні відповідних правил. Основною метою GPSR є забезпечення того, щоб на внутрішньому ринку споживачам продавалися лише безпечні товари, незалежно від їхнього походження та того, чи продаються вони онлайн чи офлайн. GPSR слугує запобіжним механізмом для товарів, на які не поширюється дія конкретного гармонізованого законодавства ЄС. Крім того, цей регламент має на меті підтримати високий рівень захисту споживачів та покращити функціонування внутрішнього ринку.

2. Що таке GPSR?

GPSR є значним переглядом законодавства ЄС щодо безпеки продукції після більш ніж двох десятиліть. Він набрав чинності 12 червня 2023 року і застосовується до споживчих товарів (B2C) у всьому ЄС з 13 грудня 2024 року. Він скасував і замінив попередню Директиву про загальну безпеку продукції.



3. На що поширюється дія GPSR?

GPSR загалом застосовується до товарів категорії B2C, що продаються в ЄС, незалежно від їхнього походження чи каналу збуту. GPSR слугує **«захисною сіткою для споживачів»**. Це означає, що він регулює питання безпеки продукції та ризики, **які не охоплюються іншими конкретними законодавчими актами ЄС**. Його метою є усунення будь-яких прогалин та доповнення існуючого або майбутнього галузевого законодавства ЄС, забезпечуючи тим самим широкую горизонтальну законодавчу базу для безпеки споживчої продукції. Це допомагає уникнути дублювання та гарантує чітку правову базу. По суті, GPSR регулює питання, які можуть бути пропущені більш конкретними правилами ЄС щодо безпеки продукції, забезпечуючи тим самим високий рівень захисту споживачів.

Приклад: Іспанський інтернет-магазин пропонує розумний аромадифузор, виготовлений у Китаї. Цей виріб підключається до Wi-Fi і керується через мобільний додаток. Оскільки він працює на низькій напрузі та не передає даних назовні, на нього не поширюється жодне конкретне гармонізоване законодавство ЄС. Однак виникла проблема безпеки: оновлення програмного забезпечення в деяких випадках спричиняло перегрівання пристрою, що створювало ризик виникнення пожежі.

Хоча цей дифузор не повністю регулюється чинним гармонізованим законодавством ЄС, він все одно становить серйозну небезпеку для споживачів, і саме цю прогалину покликаний усунути GPSR. Широка сфера застосування регламенту, підхід до управління ризиками, зобов'язання щодо простежуваності та цифрові інструменти забезпечення дотримання вимог гарантують, що жоден товар не залишиться поза увагою.

Зокрема, GPSR застосовується до споживчих товарів. Сюди входять будь-які предмети, незалежно від того, чи пов'язані вони з іншими предметами, що постачаються або надаються у розпорядження, незалежно від того, чи продаються вони, роздаються безкоштовно або надаються як частина послуги. Товар вважається таким, якщо він призначений для споживачів або якщо можна обґрунтовано передбачити, що споживачі будуть ним користуватися, навіть якщо він не був спеціально розроблений для них. Регламент прямо охоплює нові, вживані, відремонтовані або відновлені товари. Існують певні винятки для товарів, щодо яких споживачі не можуть обґрунтовано очікувати, що вони відповідатимуть чинним стандартам безпеки, наприклад, історичні колекційні предмети.

Приклади товарів, на які поширюється дія GPSR:

новий побутовий прилад, проданий у магазині; вживаний велосипед, запропонований в Інтернеті; відремонтований смартфон, проданий невеликим роздрібним продавцем; або безкоштовний рекламний USB-накопичувач, подарований клієнтам.

GPSR, як правило, не застосовується до:

- лікарських засобів для людей та тварин
- Продукти харчування та корми для тварин
- Живі рослини та тварини
- Побічні продукти тваринного походження та продукти, отримані з них
- Засоби захисту рослин
- Транспортні засоби
- Антикваріат або колекційні предмети, що мають історичне значення, щодо яких споживачі не можуть обґрунтовано очікувати, що вони відповідатимуть чинним стандартам безпеки
- Продукти, що потребують ремонту або відновлення, за умови, що вони чітко позначені як такі перед випуском на ринок

III. Основні принципи GPSR

1. Що таке загальна вимога безпеки?

Загальна вимога безпеки є фундаментальним принципом GPSR. Вона передбачає, що суб'єкти господарювання можуть розміщувати на ринку або надавати у продаж лише безпечні товари. Основною метою GPSR, а отже, і цієї вимоги, є забезпечення безпеки всіх споживчих товарів на ринку ЄС. Загальна вимога безпеки спрямована на покращення функціонування внутрішнього ринку та забезпечення високого рівня захисту споживачів. Це найважливіша вимога GPSR.

Відповідно до GPSR, «безпечний» в першу чергу означає, що на ринок повинні випускатися лише товари, які становлять мінімальний ризик і відповідають високим стандартам охорони здоров'я та безпеки споживачів.

Точніше кажучи, «безпечний товар» визначається як будь-який товар, який не становить ризику для споживачів або становить лише мінімальний ризик, що вважається прийнятним, за нормальних або розумно передбачуваних умов використання (включно з очікуванням терміном використання).

Приклад: Ручно виготовлена свічка, яка горить, не виділяючи шкідливих випарів і не перекидаючись, вважається безпечним товаром.

2. Який підхід до ризику?

Регламент ЄС щодо безпеки споживчих товарів ()

GPSR запроваджує **проактивний підхід до безпеки та управління ризиками** споживчих товарів на ринку ЄС. Це контрастує з суто реактивним

підходом, оскільки наголошує на важливості вжиття заходів до того, як шкода буде завдана або набуде широкого розмаху.

3. Як простежуваність та прозорість сприяють дотриманню вимог?

Для забезпечення безпеки ключове значення має інформація про товари та легкий доступ до неї. Згідно з GPSR, **прозорість** передбачає, що основна інформація про безпеку товарів має бути чіткою, доступною та зрозумілою як для споживачів, так і для органів влади.

Простежуваність гарантує можливість відстеження товарів у всьому ланцюгу постачання, що полегшує виявлення небезпечних товарів та дозволяє вживати швидких коригувальних заходів, таких як відкликання.

У розділі XI наведено огляд того, що це означає для МСП.

IV. Вимоги до безпеки продукції

1. Як слід проводити оцінку ризиків?

Оцінка ризиків продукту ґрунтується на кількох критеріях, які визначають, чи може він становити небезпеку:

- **Характеристики продукту:** це охоплює склад продукту, упаковку, інструкції щодо складання, встановлення, технічного обслуговування та очікуваний термін експлуатації.

Приклади: матеріал, розмір упаковки, чи нагрівається, рухається або підключається до Інтернету тощо.

- **Вплив на інші вироби:** якщо передбачається спільне використання з іншими виробами, необхідно врахувати, як вони взаємодіють між собою.
- **Презентація продукту:** Сюди входять маркування, попередження, інструкції з використання та експлуатації, інформація щодо утилізації та всі інші дані, пов'язані з продуктом.
- **Групи користувачів:** Особливу увагу слід приділяти вразливим групам користувачів, таким як діти або люди похилого віку. Додаткова інформація наведена в розділі IV.2.
- **Функції кібербезпеки:** якщо цього вимагає характер продукту, необхідно інтегрувати відповідні функції кібербезпеки для захисту від зовнішніх впливів, включаючи зловмисні, якщо вони можуть вплинути на безпеку продукту.

Що стосується цифрових продуктів, ви можете просто запитати себе: чи захищає мій продукт себе від хакерських атак або небезпечних втручань?

- **Функції розвитку, навчання та прогнозування:** це функції, за допомогою яких поведінка продукту змінюється залежно від того, як його використовують, наприклад, розумне освітлення, яке з часом автоматично налаштовується. Ці функції необхідно враховувати, якщо цього вимагає характер продукту.
- До продуктів повинні додаватися чіткі, зрозумілі **інструкції та інформація з безпеки** мовою, визначеною державою-членом, у якій продукт надається у продаж.

Ця вимога не застосовується, якщо виріб можна безпечно використовувати без таких інструкцій та інформації щодо безпеки.

Подумайте про те, хто буде використовувати ваш продукт, як його використовуватимуть і чи може він завдати шкоди під час нормального,

передбачуваного використання. Зберігайте записи, що свідчать про те, що ви врахували ці фактори перед продажем.

Наприклад, якщо ви продаєте смарт-годинник, який потребує регулярних оновлень, врахуйте питання кібербезпеки. Аналогічно, якщо ви продаєте свічку в крихкому склі, перевірте її термостійкість та нанесіть відповідне маркування.

2. Як слід враховувати інтереси вразливих споживачів?

Що стосується безпеки продукції, суб'єкти господарювання (зокрема виробники) повинні враховувати вразливі групи, такі як діти, люди похилого віку та люди з інвалідністю, та брати до уваги різні аспекти. Продукція, призначена для цих груп, має бути особливо безпечною і тому вимагає особливої уваги.

Для вразливих споживачів необхідне наступне:

Міркування щодо оцінки безпеки:

- Оцінюючи безпеку продукту, суб'єкти господарювання повинні особливо враховувати **категорії споживачів, які піддаються більшому ризику**, такі як **діти, люди похилого віку та люди з інвалідністю**.
- Необхідно вивчити вплив гендерних відмінностей на здоров'я та безпеку під час використання продукту.
- Оцінка безпеки всіх виробів також повинна враховувати їх **доступність для осіб з інвалідністю**.
- Це передбачає врахування дизайну продукту, його технічних характеристик, складу, упаковки, інструкцій та передбачуваного або обґрунтованого передбачуваного використання, а також його взаємодії з іншими продуктами,

зовнішнього вигляду, маркування, попереджень та інструкцій щодо безпечного використання та утилізації.

Чітка та доступна інформація:

- Виробники повинні забезпечити, щоб до продукту додавалися **чіткі інструкції та інформація щодо безпеки** мовою, яка є легко зрозумілою для споживачів у державі-члені, в якій продукт розміщується на ринку. Ця вимога не застосовується, якщо продукт можна безпечно використовувати без таких інструкцій.
- У онлайн-пропозиціях суб'єкти господарювання повинні надавати **чітку та добре помітну інформацію**, включаючи дані про виробника, ідентифікацію продукту та **будь-які попередження або інформацію щодо безпеки**, які зазвичай супроводжують продукт. Ця інформація також має бути мовою, яка є легко зрозумілою для споживачів.
- Повідомлення про відкликання та попередження щодо безпеки, що поширюються через різні канали, повинні бути **доступними для осіб з інвалідністю**.

3. А як щодо нових ризиків, таких як штучний інтелект та кібербезпека?

Більшість МСП повинні всебічно враховувати нові та виникаючі ризики, такі як **кібербезпека та штучний інтелект (ШІ)**.

Якщо ви продаєте підключені до мережі пристрої, переконайтеся, що вони не створюють ризику ні в точці продажу, ні через оновлення протягом усього терміну експлуатації товару.

Важливими є такі аспекти:

- Внутрішній аналіз ризиків та технічна документація, як згадувалося раніше.
- **Розширені критерії оцінки безпеки:** GPSR розширює та посилює критерії оцінки безпеки продукції. Зокрема, необхідно враховувати такі моменти. **Належні функції кібербезпеки:** необхідно перевірити, чи має продукт необхідні функції кібербезпеки для захисту від зовнішніх впливів, включаючи зловмисних третіх осіб, у випадках, коли такі впливи можуть вплинути на безпеку продукту.
- **Функції розвитку, навчання та прогнозування:** якщо цього вимагає характер продукту, його функції розвитку, навчання та прогнозування повинні бути включені в оцінку безпеки. Сюди також входить взаємодія з іншими продуктами, якщо їх спільне використання є обґрунтовано передбачуваним.
- **Цифрові компоненти та оновлення програмного забезпечення:** Регламент стосується зростаючої цифровізації продуктів. Якщо властивості продукту суттєво змінюються внаслідок оновлень програмного забезпечення, може знадобитися нова оцінка ризиків. Національні органи можуть втрутитися, якщо продукти становлять нові ризики через свої цифрові компоненти.

Таким чином, GPSR гарантує, що норми щодо виробів враховують виклики, пов'язані з цифровими виробами та новими технологіями, забезпечуючи всебічний рівень захисту для всіх споживачів ЄС.



4. Чи може презумпція відповідності гарантувати дотримання вимог?

Презумпція відповідності підтримує загальну вимогу щодо безпеки. Вважається, що продукт відповідає цій вимозі, якщо він відповідає відповідним європейським гармонізованим стандартам, посилання на які опубліковано в Офіційному віснику ЄС (OJEU).

Ця презумпція застосовується лише до ризиків, що охоплюються цими стандартами. Щодо будь-яких інших ризиків, які не охоплюються цими стандартами, слід провести повну оцінку ризиків.

Існуючі європейські стандарти та детальну інформацію можна знайти на веб-сайтах європейських комітетів зі стандартизації [CEN та CENELEC](#) або національних органів стандартизації. Крім того, Європейська комісія регулярно публікує перелік посилань на стандарти, опубліковані на [веб-сайті OJEU](#).

Проте виробники все одно повинні гарантувати, що їхня продукція розроблена та виготовлена відповідно до загальних вимог безпеки. Це пов'язано з тим, що **презумпція відповідності стосується лише тих ризиків та аспектів, які визначені у відповідних стандартах.** Загальний регламент з

безпеки продукції (GPSR) виступає запобіжним механізмом для всіх інших випадків. Під час підготовки технічної документації виробники повинні включити перелік усіх європейських стандартів, на які вони посилаються для підтвердження презумпції відповідності. Важливо зазначити, що презумпція відповідності не є абсолютною; той факт, що продукт вважається таким, що відповідає вимогам, не заважає органам ринкового нагляду вживати відповідних заходів, якщо вони мають докази того, що продукт є небезпечним. На практиці дотримання стандартів полегшує демонстрацію відповідності загальним вимогам безпеки, але не знімає відповідальності за випуск на ринок лише безпечних продуктів.

5. Чи так само це стосується гармонізованого законодавства?

У цьому контексті термін «гармонізований» означає законодавство ЄС, що встановлює загальні правила випуску продукції на ринок. Ці правила наведені в Додатку I до [Регламенту \(ЄС\) 2019/1020](#), а також в інших законодавчих актах, на які поширюється дія цього регламенту.

GPSR насамперед стосується «негармонізованих продуктів», тобто споживчих товарів, щодо яких не існує конкретних законів ЄС про гармонізацію (наприклад, машини). Однак деякі нові положення GPSR застосовуються до гармонізованих продуктів або застосовуються додатково, щоб охопити аспекти та ризики, які ще не регулюються конкретними директивами або регламентами про гармонізацію. Загальне правило полягає в тому, що існуючі регламенти ЄС щодо гармонізованих виробів (такі як Директива про низьковольтне обладнання, Директива про радіоблабднання або Директива про машини) залишаються чинними.

У цьому контексті GPSR діє як «захисна сітка», що вступає в силу там, де не існує конкретного законодавства ЄС щодо гармонізації або воно не охоплює певні ризики чи категорії ризиків.

Теза про заповнення прогалін: GPSR заповнює прогалини в законодавстві про гармонізацію, де відсутні конкретні вимоги, такі як певні зобов'язання виробників, імпортерів або дилерів, пов'язані з безпекою матеріалів. Наприклад, якщо у Директиві про машини відсутні конкретні обов'язки імпортерів або дилерів, положення GPSR застосовуватимуться для заповнення цих прогалін.

6. Покрокова оцінка ризиків

Ця оцінка ризиків базується на [рекомендаціях щодо GPSR](#) і є неповним переліком елементів, які слід враховувати під час оцінки ризику, пов'язаного з продуктом:

- Які характеристики має продукт? Наприклад, конструкція, технічні характеристики, склад, упаковка та інструкції.
- Якщо виріб призначений для використання разом з іншими виробами, необхідно провести аналіз його впливу на них і навпаки.

Приклад: інтелектуальний термостат для дому, який керується за допомогою додатка для смартфона. Необхідно проаналізувати вплив термостата на додаток та вплив додатка на термостат. Слід врахувати функції безпеки обох пристроїв.

- Розглянути презентацію продукту та визначити, яку інформацію щодо безпеки, етикетки, попередження та інструкції щодо безпечного використання та утилізації необхідно додати до продукту або його упаковки.

Приклад: Повідомлення на продукті, в якому зазначено, що цей продукт не підходить для дітей віком до 3 років через ризик задушення.

- Розгляд груп споживачів, які можуть використовувати продукт, та потенційних ризиків, які продукт може становити для різних груп. Особливу увагу слід приділяти вразливим споживачам (див. Розділ IV.2).
- Розгляд зовнішнього вигляду продукту, особливо якщо він може спричинити плутанину. Крім того, слід розглянути, чи може продукт, навіть якщо він не призначений для дітей, привернути їхню увагу і, отже, бути ними використаним.

Приклад: Мило у формі плиточки шоколаду, яке може ввести (вразливого) споживача в оману, змусивши його подумати, що його можна їсти, і спробувати його на смак. Крім того, ароматичний дифузор із підсвічуванням не призначений для використання дітьми, але його миготливі вогники та приємний запах можуть привернути їхню увагу.

- Залежно від виду продукції може виникнути необхідність врахувати аспекти кібербезпеки, як зазначено в розділі IV.3.
- Перевірте, чи всі ризики, пов'язані з продуктом, підпадають під презумпцію відповідності (див. Розділ IV.4). Якщо ні, слід врахувати інші відповідні міжнародні, європейські або національні стандарти; рекомендації Комісії; сучасний стан техніки та технології; кодекси належної практики з безпеки продукції; а також вимоги безпеки, прийняті Комісією. Також слід враховувати обґрунтовані очікування споживачів щодо безпеки.

V. **Обов'язки суб'єктів господарювання**

1. Які обов'язки мають виробники?

Виробник – це фізична або юридична особа, яка виробляє виріб або замовляє його проектування та виготовлення і реалізує його під власним ім'ям або торговою маркою.

Приклад: невелика меблева майстерня, яка виробляє столи та продає їх під власною торговою маркою, є виробником.



Основні зобов'язання виробників згідно з GPSR є такими:

- Загальні вимоги безпеки (див. розділ III.1.).
- Аналіз ризиків та технічна документація (див. розділ IV.).
- **Внутрішні процедури для забезпечення відповідності серійної продукції:** Виробники повинні впровадити відповідні внутрішні процедури для забезпечення постійної відповідності серійної продукції загальним вимогам безпеки. Розробка цих процедур залежить від конкретного випадку. Вона може

базуватися на організаційних процедурах, керівних принципах, стандартах або призначенні спеціального адміністратора.

- **Нанесення на виріб інформації, що ідентифікує виробника.**
- **Надання чітких інструкцій та інформації з безпеки (інформація для користувача).**

Управління скаргами: Як виробник, ви зобов'язані створити механізм розгляду скарг через загальнодоступні канали зв'язку (наприклад, телефон, електронну адресу або спеціальний розділ веб-сайту). Споживачі повинні мати можливість подавати скарги та повідомляти інформацію про нещасні випадки або проблеми безпеки через ці канали. Виробник також повинен розслідувати надходження скарг і вести внутрішній облік цих скарг, а також відкликати продукції та коригувальних дій.

- **Обов'язки щодо повідомлення про нещасні випадки:** детальніше див. розділ VIII.1.
- **Заходи щодо небезпечних виробів:** Детальні процедури відкликання наведено в розділі VIII.

2. Які обов'язки мають уповноважені представники?

Уповноважений представник — це фізична або юридична особа, яка зареєстрована на території ЄС і отримала письмове доручення від виробника, що знаходиться за межами ЄС, діяти від його імені у питаннях дотримання нормативних вимог. Ця роль є особливо важливою для виробників, що базуються за межами ЄС, оскільки вона гарантує наявність на території ЄС суб'єкта, відповідального за безпеку продукції.

Приклад: Бренд з-поза меж ЄС, який здійснює продаж у ЄС, може призначити консалтингову фірму в Іспанії своїм уповноваженим представником для оформлення необхідних нормативних документів.

Основними зобов'язаннями є:

Виконання зобов'язань виробника.

- Співпраця з органами ринкового нагляду
Інформаційні зобов'язання: якщо уповноважений представник має підстави вважати, що продукт становить небезпеку, він повинен повідомити про це виробника. Він також повинен повідомити відповідні органи про всі коригувальні заходи, вжиті для зменшення ризиків, включаючи повідомлення через Safety-Business-Gateway.

3. Які обов'язки мають імпортери?

Імпортером вважається будь-яка фізична або юридична особа, що базується в ЄС і ввозить товар з країни, що не входить до ЄС, на ринок ЄС.

Приклад: магазин в Італії, який замовляє кухонне приладдя безпосередньо з В'єтнаму та продає його на місцевому ринку, вважатиметься імпортером.



Як імпортер, ви маєте такі обов'язки:

- Обов'язок перевірки (перед розміщенням на ринку):**
 - Імпортер повинен переконатися, що товар відповідає загальним вимогам безпеки.
 - Імпортер повинен проактивно перевірити, чи виконав виробник свої зобов'язання згідно з GPSR, перш ніж випускати товар на ринок.

Це передбачає активний процес перевірки, щоб переконатися, що виробник провів внутрішній аналіз ризиків та підготував необхідну технічну документацію.

- Як імпортер, ви, як правило, не зобов'язані проводити власні оцінки ризиків, але повинні перевірити, чи є необхідна інформація у виробника.
- Перевірте, чи на продукті вказано тип, партію, серійний номер або інший ідентифікатор.
- Ви також повинні підтвердити, що назва виробника, зареєстрована торгова назва або торговельна марка, поштова адреса та електронна адреса вказані на продукті, його упаковці або супровідному документі, і що ця інформація не прихована.

Заборона випуску на ринок у разі невідповідності:

- Якщо є підстави вважати, що товар не відповідає загальним вимогам безпеки або є небезпечним, його не можна розміщувати на ринку.

У таких випадках імпортер повинен без зайвої затримки повідомити про це виробника та органи ринкового нагляду через портал [Safety-Business-Gateway](#).

b. Додайте інформацію про імпортера.

c. Інструкції та інформація з безпеки.

d. Умови зберігання та транспортування:

- Імпортери несуть відповідальність за те, щоб умови зберігання та транспортування не становили загрози для безпеки продукту.

e. Зберігання технічної документації:

- Імпортери повинні зберігати копію технічної документації виробника протягом десяти років з дати випуску продукту на ринок. Ця документація повинна бути надана органам ринкового нагляду на їх запит.

f. Співпраця та коригувальні заходи:

- Імпортери повинні співпрацювати з органами нагляду за ринком та виробником для забезпечення безпеки продукту.
- Якщо імпортер встановлює, що продукт є небезпечним, він повинен повідомити про це виробника та вжити необхідних коригувальних заходів. Повну інформацію про ці заходи можна знайти в розділі VIII.

g. Канали зв'язку та розгляд скарг:

- Імпортери повинні переконатися, що виробник створив загальнодоступні канали зв'язку (наприклад, номер телефону, електронну адресу або розділ на веб-сайті), через які споживачі можуть подавати скарги та повідомляти про нещасні випадки або проблеми з безпекою, пов'язані з продуктом.
- Вони також повинні вести внутрішній реєстр скарг, відкликаних продукції та коригувальних заходів, повідомляючи про результати виробнику, дистриб'юторам та онлайн-торговим майданчикам.

h. Повідомлення про нещасні випадки:

- Імпортери та дистриб'ютори мають обов'язок повідомляти виробника про нещасні випадки. Це дає змогу виробнику виконувати свої обов'язки щодо повідомлення про відповідні нещасні випадки. Більш детальну інформацію можна знайти в розділі VIII.1.

i. Інформування споживачів (відкликання/попередження про небезпеку):

- Детальні процедури відкликання наведено в розділі VIII.

4. Які обов'язки мають дистриб'ютори?

Дистриб'ютор — це фізична або юридична особа в ланцюгу постачання, яка не є виробником чи імпортером і яка забезпечує наявність товару на ринку. Дистриб'ютори зазвичай закупають товари у виробників або імпортерів, а потім перепродають їх оптом або безпосередньо споживачам.

Приклад: Місцевий роздрібний продавець, який купує іграшки в імпортера з ЄС та продає їх у своєму магазині, є дистриб'ютором.

Основні обов'язки дистриб'юторів такі:

- **Обов'язок перевірки (перед розміщенням на ринку):** Перед тим, як зробити товар доступним на ринку, дистриб'ютор повинен **перевірити**, чи виконав виробник, а також імпортер, якщо це стосується, свої зобов'язання згідно з GPSR. Ця перевірка включає забезпечення того, щоб на товарі було зазначено:
 - Номер типу, партії або серійний номер, або інший ідентифікатор.
 - Назва виробника, зареєстрована торгова назва або торгова марка, поштова адреса та електронна адреса.
 - Чіткі інструкції та інформацію щодо безпеки мовою, яка є зрозумілою для споживачів у державі-члені, де продукт випускається на ринок. Вимога щодо інструкцій може бути скасована, якщо продукт можна безпечно використовувати без них.
 - Це, в першу чергу, формальний обов'язок перевірки, що означає, що дистриб'ютори перевіряють наявність цих даних, а не їхню фактичну точність.
- **Нерозповсюдження небезпечних продуктів:** Небезпечним продуктом є будь-який продукт, який не відповідає вимогам безпеки, визначеним у розділі IV. Дистриб'ютори не повинні розміщувати продукти на ринку, якщо вони мають підстави вважати, що продукт не відповідає загальним вимогам безпеки або є небезпечним. Вони повинні без зайвої затримки **повідомити про це виробника або імпортера**, а також відповідні **органи нагляду за ринком** через портал Safety-Business-Gateway.
- **Умови зберігання та транспортування:** Дистриб'ютори несуть відповідальність за те, щоб ці умови не ставили під загрозу безпеку продукту.
- **Внутрішні процедури щодо безпеки продукції:** Дистриб'ютори повинні забезпечити наявність відповідних внутрішніх процедур для підтримання безпеки продукції протягом усього періоду їх діяльності.
- **Співпраця та коригувальні заходи:** Дистриб'ютори повинні співпрацювати з органами нагляду за ринком та виробником для забезпечення безпеки продукту. Якщо дистриб'ютор встановлює, що продукт є небезпечним, він повинен повідомити про це виробника або імпортера та забезпечити вжиття необхідних коригувальних заходів. Ці заходи можуть включати вилучення продукту з продажу (як в Інтернеті, так і в офлайн-магазинах) та відкликання його з ринку. Вони також повинні повідомити про це через портал Safety-Business-Gateway.
- **Канали зв'язку та розгляд скарг:**
 - Дистриб'ютори повинні переконатися, що виробник створив **загальнодоступні канали комунікації** (наприклад, телефон, електронну адресу або розділ на веб-сайті), через які споживачі можуть подавати скарги та повідомляти

про нещасні випадки або проблеми з безпекою, пов'язані з продуктом.

- Якщо виробник не створив таких каналів, **дистриб'ютор повинен створити їх самостійно.**
- Вони повинні вести **внутрішній реєстр скарг**, відкликать продукції та коригувальних заходів, а також повідомляти про результати виробнику, іншим дистриб'юторам та онлайн-торговим майданчикам.
- Дистриб'ютори також зобов'язані повідомляти виробника про **нещасні випадки, пов'язані з продуктом**, щоб той міг виконати свої обов'язки щодо повідомлення про кваліфіковані нещасні випадки (ті, що призводять до смерті або серйозних негативних наслідків для здоров'я).
- **Зберігання технічної документації:** Хоча відповідальність за зберігання несе насамперед виробник, дистриб'ютори повинні бути готові надати всю необхідну інформацію та документацію для підтвердження відповідності продукції на запит органів ринкового нагляду.
- **Відкликання продукції та попередження щодо безпеки:** Детальні процедури відкликання наведено в розділі VIII.

Якщо ви виконуєте кілька ролей (наприклад, імпортера та дистриб'ютора), ви повинні відповідати вимогам щодо всіх них.

VI. Простежуваність та маркування

1. Що таке унікальна ідентифікація продукту?

Хоча GPSR не дає чіткого визначення терміна «унікальна ідентифікація продукту», він вимагає надання конкретної інформації, яка дозволяє **чітко ідентифікувати продукт**, особливо в контексті електронної комерції та дистанційних продажів. Ці вимоги є необхідними для забезпечення безпеки споживачів та простежуваності на цифровому ринку. Повні вимоги щодо простежуваності див. у розділі XI.

1. Ідентифікація фізичних продуктів

Шаблон етикетки, що відповідає вимогам GPSR, повинен бути чітким та доступним і містити наступне:

- **Розділ заголовка:**
 - Логотип компанії
 - Назва товару
- **Розділ ідентифікації:**
 - Модель/партія/серійний номер
 - Інформація про виробника, включаючи відповідальну особу в ЄС, якщо це застосовно
- **Розділ з інформацією про безпеку та попередження:**
 - Чіткі попередження про небезпеку
 - Інструкції з використання
- **Розділ «Контакти»:**

Більш детальну інформацію дивіться у наступному розділі.

2. Додаткові вимоги до онлайн-продажу

Для товарів, що розміщуються в Інтернеті, необхідно відображати зазначену вище інформацію для ідентифікації товару. Крім того, необхідно вказати:

- Фотографія товару
- Усі необхідні попередження та інформація з безпеки, що вказані на товарі або додаються до нього.

Зверніть увагу: простого показу зображень упаковки недостатньо для виконання цього зобов'язання. Інформація в Інтернеті та фізичні

інструкції, що супроводжують товар, мають бути узгодженими. Надання в Інтернеті лише «Короткого посібника з експлуатації», якщо він не містить усієї інформації щодо безпеки, є порушенням GPSR.

2. Контактні дані суб'єктів господарювання

GPSR встановлює чіткі вказівки щодо того, як суб'єкти господарювання повинні надавати свої **контактні дані** для забезпечення **простежуваності, прозорості та безпеки споживачів**.

1. Для виробників та імпортерів (фізичне маркування)

На **самому виробі** або, якщо це неможливо, на **упаковці чи в супровідних документах** має бути вказано:

- Ім'я або торгова назва/торгова марка
- Повна **поштова адреса** (для доставки)
- **Електронна адреса** (може бути електронною поштою або контактною формою на веб-сайті)
- Якщо відрізняється, адреса **єдиного контактного пункту**
- Якщо виробник **не знаходиться в ЄС**, також вкажіть контактні дані **відповідальної особи в ЄС**.

2. Онлайн-продаж

Для **всіх онлайн-пропозицій** (нових або вживаних) має бути **чітко вказано**:

- Повні контактні дані виробника, як зазначено вище.
- Єдиний контактний пункт, куди споживачі можуть звернутися безпосередньо до постачальника онлайн-ринку з будь-яких питань безпеки продукції.



3. Які вимоги щодо зберігання документації?

GPSR встановлює конкретні вимоги щодо зберігання документації з метою підвищення безпеки продукції в цифрову епоху. Конкретні вимоги такі:

• Технічна документація

Що: Виробники повинні провести внутрішній аналіз ризиків та створити технічну документацію перед випуском продукції на ринок. Ця документація включає загальний опис продукції та її основних характеристик, що мають значення для оцінки безпеки. Вона також охоплює аналіз потенційних ризиків, пов'язаних з продукцією, та обраних рішень для їх усунення або зменшення, включаючи результати будь-яких випробувань, проведених виробником або для нього.

Хто: Виробники несуть відповідальність за забезпечення актуальності цих технічних документів та за надання їх органам ринкового нагляду на запит. Імпортери також зобов'язані зберігати копію технічної документації, підготовленої виробником, у розпорядженні органів ринкового нагляду.

Строк зберігання: Як виробники, так і імпортери зобов'язані зберігати цю технічну

документацію протягом десяти років після випуску виробу на ринок.

- **Реєстри скарг та персональні дані**

Що: Виробники повинні створити загальнодоступні канали комунікації, через які споживачі можуть подавати скарги та повідомляти про нещасні випадки або проблеми з безпекою. Отримавши такі скарги, виробники повинні розслідувати їх та вести внутрішній облік (реєстр) цих скарг. У цьому реєстрі також повинні бути задокументовані випадки відкликання продукції та будь-які вжиті коригувальні заходи.

Хто: Цей обов'язок покладається насамперед на виробників. Імпорттери також повинні створити подібні канали та внутрішні реєстри, а також повідомляти про результати виробнику.

Як довго: Будь-які персональні дані, що зберігаються в цьому реєстрі, повинні зберігатися лише протягом часу, необхідного для розслідування скарги щодо нібито небезпечного продукту, і в жодному разі не довше п'яти років після внесення даних.

- **Інформація про простежуваність (дані про постачальників та клієнтів)**

Що: GPSR наголошує на простежуваності продукції у всьому ланцюгу постачання. Це передбачає збір та зберігання даних для ідентифікації продукції, її компонентів та суб'єктів господарювання, які беруть участь у ланцюзі постачання. Сюди входять дані про постачальників та клієнтів.

Хто: Усі суб'єкти господарювання несуть рівну відповідальність за збереження цих даних про простежуваність.

Як довго: Інформація для простежуваності продукту, зокрема дані про постачальників та клієнтів, повинна зберігатися протягом шести років.

VII. Нагляд за ринком та дотримання вимог

1. Яка роль національних органів влади?

Національні органи, зокрема органи нагляду за ринком, відіграють вирішальну роль у забезпеченні безпеки продукції відповідно до GPSR. Їхні широкі повноваження спрямовані на посилення захисту споживачів на ринку, що стає дедалі більш цифровим та глобалізованим.

Ось розбивка їхніх ключових функцій:

- **Забезпечення дотримання вимог та нагляд за ринком**

Національні органи несуть основну відповідальність за забезпечення відповідності та безпеки продукції в межах своєї юрисдикції. Серед іншого, це включає збір інформації та перевірку технічної документації на продукцію за запитом.

Уповноважені представники повинні надавати необхідну інформацію та документацію щодо безпеки продукції органам нагляду за ринком на обґрунтований запит. Імпорттери також повинні зберігати технічну документацію виробника протягом 10 років і забезпечити її готовність до перевірки органами влади на запит.

- **Функціонування системи Safety Gate**

Національні органи обмінюються інформацією щодо небезпечних виробів через систему Safety Gate. Детальну інформацію про систему Safety Gate див. у наступному розділі.

- **Отримання повідомлень про нещасні випадки**
 - Національні органи влади є **одержувачами повідомлень про нещасні випадки** від виробників.
 - Подання таких повідомлень є обов'язковим у разі нещасних випадків, що призвели до смерті або серйозних негативних наслідків для здоров'я та безпеки людей. Ці повідомлення мають на меті надати цінну інформацію для нагляду за ринком та допомогти визначити категорії потенційно небезпечних виробів.
 - Очікується, що вони відреагують на ці повідомлення, що потенційно може призвести до винесення попереджень або відкликання продукції.
- **Управління інформацією та документацією**
 - Вони можуть **вимагати технічну документацію** у виробників, які зобов'язані зберігати її протягом десяти років після виведення продукту на ринок.
 - Уповноважені представники та імпортери також повинні надавати органам ринкового нагляду необхідну інформацію та документи для підтвердження безпеки продукту на запит.
 - Вони також забезпечують надання чітких інструкцій та інформації щодо безпеки мовою, яку легко розуміють споживачі у їхній відповідній державі-члені.
- **Застосування санкцій за порушення**
 - Держави-члени **зобов'язані встановити санкції** за порушення Загального регламенту щодо безпеки виробів

2. Що таке «Safety Gate»?

«Safety Gate», раніше відома як система **RAPEX**, — це модернізована та розширена система швидкого оповіщення про небезпечні товари в ЄС.

Вона збирає та поширює важливу інформацію, що дає змогу органам влади швидко реагувати на загрози та допомагає суб'єктам господарювання виконувати свої зобов'язання. Вона також дає змогу споживачам приймати об'ґрунтовані рішення щодо безпеки продукції.

Система «Safety Gate» складається з **трьох основних елементів**:

- **Система швидкого оповіщення «Safety Gate»**: ця система слугує механізмом швидкого оповіщення для **обміну інформацією про небезпечні товари** та коригувальні заходи, вжиті суб'єктами господарювання або національними органами влади.
- **Портал Safety Gate**: Цей веб-портал, доступний для широкої громадськості, надає громадянам **безкоштовний доступ до вибраної інформації** з системи швидкого оповіщення. Споживачі можуть використовувати портал **Consumer Safety Gateway**, щоб повідомити Комісію про товари, які можуть становити ризик для здоров'я та безпеки. Він допомагає споживачам ідентифікувати будь-які небезпечні товари, які вони, можливо, придбали, та зрозуміти будь-які пов'язані з ними відкликання або попередження щодо безпеки.
- **Портал «Safety Business Gateway»**: Цей веб-портал **спеціально розроблений для суб'єктів господарювання та операторів онлайн-ринку**. Вони зобов'язані використовувати його для повідомлення про небезпечні товари та нещасні випадки, пов'язані з товарами. Національні органи влади можуть потім використовувати цю інформацію для створення попередження в системі швидкого оповіщення «Safety Gate», щоб поділитися інформацією з іншими державами-членами та запобігти подальшим травмам, спричиненим товаром. Підсумок цієї інформації також буде опубліковано на порталі «Safety Gate».

Основні функції та можливості Safety Gate:

- **Обмін інформацією:** Сприяє обміну інформацією про небезпечні товари та коригувальні заходи між національними органами нагляду за ринком, Європейською комісією та суб'єктами господарювання у разі, якщо товари також продаються в інших країнах.
- **Посилення контролю за дотриманням вимог:** Safety Gate надає національним органам влади необхідні інструменти для посилення їх повноважень щодо контролю за дотриманням вимог, що дозволяє їм проводити розслідування щодо небезпечних товарів, які продаються в Інтернеті, та здійснювати моніторинг дотримання вимог.
- **Повідомлення про нещасні випадки:** суб'єкти господарювання повинні повідомляти національні органи влади про серйозні нещасні випадки (ті, що призвели до смерті або серйозних негативних наслідків для здоров'я) через портал Safety Business Gateway. Хоча не кожен нещасний випадок вимагає відкликання, ці повідомлення надають важливу інформацію для нагляду за ринком та допомагають виявляти категорії потенційно небезпечних товарів, які можуть потребувати відкликання.
- **Інформування громадськості:** чіткі та помітні повідомлення про відкликання або попередження щодо безпеки поширюються через різні канали, щоб споживачі були поінформовані та могли вжити необхідних заходів.
- **Простежуваність та співпраця:** це покращує простежуваність продукції та сприяє співпраці між суб'єктами господарювання, онлайн-ринками та органами нагляду за ринком.

3. Чи існує обов'язок співпраці з національними органами влади?

GPSR вимагає від різних суб'єктів господарювання надавати доступ до документації щодо відповідності на запит, насамперед органам ринкового нагляду.

Система Safety Gate полегшує цей обмін інформацією завдяки своїм різним компонентам, таким як Safety Business Gateway, та забезпечує доступ органів до необхідної документації для моніторингу та забезпечення безпеки продукції на ринку ЄС.

VIII. Коригувальні заходи та відкликання продукції

1. Коли необхідний відкликання продукції?

Відкликання продукції **необхідне, коли вона становить ризик для безпеки продукції або вважається небезпечною.**

Якщо продукт, що вже знаходиться на ринку, **визнано небезпечним**, виробники повинні негайно повідомити про це відповідні органи нагляду за ринком та, за необхідності, вжити коригувальних заходів.

Роль суб'єктів господарювання:

Виробники несуть основну відповідальність за забезпечення того, щоб їхня продукція розроблялася та виготовлялася відповідно до загальних вимог безпеки. Коли вони дізнаються, що їхня продукція є небезпечною, вони повинні вжити коригувальних заходів, включаючи відкликання, та поінформувати споживачів і відповідні органи нагляду за ринком.

Імпортери також повинні інформувати органи влади про небезпечні продукти та будь-які вжиті коригувальні заходи.

Дистриб'ютори зобов'язані повідомляти виробника, імпортера та органи нагляду за ринком, якщо у них є

підстави вважати, що товар не відповідає вимогам або є небезпечним. У **виняткових випадках**, коли виробник та імпортер не вживають необхідних коригувальних заходів, дистриб'ютор може бути зобов'язаний вжити заходів на місцях, що може включати відкликання товару або попередження про небезпеку.

Вважайте відкликання продукту аналогом пожежної сигналізації для споживчих товарів. Так само, як пожежна сигналізація спрацьовує при виявленні значної небезпеки (пожежі), відкликання продукту ініціюється при виявленні небезпечного продукту, що вимагає негайних і широкомасштабних дій для захисту населення.

2. Які кроки слід вжити, якщо товар становить ризик?

GPSR вимагає від суб'єктів господарювання вжити низку заходів, якщо товар становить ризик або вважається небезпечним, з метою забезпечення безпеки споживачів.

Основні кроки, які слід вжити, такі:

- **Негайно надати інформацію відповідним органам та вжити коригувальних заходів:**
 - Якщо товар, який вже розміщений на ринку, визнано небезпечним, суб'єкти господарювання повинні негайно повідомити про це відповідні органи ринкового нагляду.
 - Вони також повинні поінформувати споживачів про ризик та про будь-які коригувальні заходи, що вживаються.
- **Повідомлення про конкретні випадки (для виробників):** Див. вище у розділі VII.2.
- **Використання порталу Safety Business Gateway:** див. вище.

• Участь імпортерів та дистриб'юторів:

- **Імпортери** повинні інформувати органи влади про небезпечні товари та вжити коригувальні заходи. Вони також повинні інформувати виробника.
- **Дистриб'ютори** повинні інформувати виробника, імпортера та органи ринкового нагляду, якщо вони мають підстави вважати, що продукт не відповідає вимогам або є небезпечним.
- У **виняткових випадках**, коли виробник та імпортер не вживають необхідних коригувальних заходів, дистриб'ютор може бути зобов'язаний вжити заходів на місцях, включаючи відкликання продукту або попередження про небезпеку.

• Ефективні відкликання продукції та попередження про небезпеку:

- Відкликання продукції є необхідним, коли вона **становить ризик для безпеки** або вважається **небезпечною**. Це стосується лише **заходів на місцях, пов'язаних із безпекою**.
- Суб'єкти господарювання та оператори онлайн-торговельних майданчиків повинні, за можливості, забезпечувати **прямий контакт зі споживачами**, використовуючи наявні дані про клієнтів із програм лояльності або систем реєстрації продукції. Вони також повинні надавати споживачам можливість вказати окремі контактні дані виключно для цілей безпеки.
- **Чітке та помітне повідомлення про відкликання або попередження щодо безпеки** має поширюватися через **інші відповідні канали** для забезпечення максимально можливого охоплення, такі як веб-сайти компаній, соціальні мережі, інформаційні бюлетені та точки продажу.

Також можуть бути необхідними оголошення в засобах масової інформації.

- **Повідомлення про відкликання** повинні бути написані мовою, яка є легко зрозумілою для споживачів у державі-члені, де продукт продається. Вони також повинні уникати формулювань, що релятивізують ситуацію, таких як «добровільний», «запобіжний», або заяв про те, що про випадки нещасних випадків не повідомлялося.

Комісія опублікувала шаблон повідомлення про відкликання в Імплементаційному регламенті (ЄС) 2024/1435. Цей шаблон можна знайти тут у Додатку 1. Хоча це є шаблоном, а не точним обов'язковим документом, від суб'єктів господарювання очікується, що вони забезпечать передачу всієї інформації, яка вимагається статтею 36 (2) GPSR, навіть якщо вони не використовують цей шаблон.

- Суб'єкти господарювання повинні пропонувати споживачам **ефективні, безкоштовні та своєчасні засоби правового захисту**, які можуть включати ремонт або заміну продукту на безпечний продукт того самого типу, або надання відповідного відшкодування. Суб'єкти господарювання повинні пропонувати споживачам принаймні два з цих варіантів. Одного варіанту достатньо, якщо інші є неможливими, непропорційними або неефективними.
- Повідомлення про відкликання повинні містити **безкоштовний номер телефону або посилання на інтерактивний онлайн-сервіс** (наприклад, чат-бот), щоб споживачі могли отримати додаткову інформацію.

- **Документація та ведення обліку:**

- Виробники зобов'язані проводити **внутрішній аналіз ризиків** та готувати **технічну документацію** на свою продукцію. Ця документація має зберігатися протягом **десяти років** після випуску продукту на ринок і надаватися відповідним органам ринкового нагляду на їхній запит.
- Імпортери також повинні зберігати копію технічної документації протягом десяти років і надавати її органам влади на їх запит.
- Виробники повинні вести **внутрішній реєстр** скарг, відкликань продукції та коригувальних заходів.

Перелік питань для відкликання продукції та зразок повідомлення про відкликання наведено в додатках 1 та 2.

Приклад: Сценарій відкликання продукції

Продукт: Світлодіодний нічник для дітей

Виробник: Kinderlichter GmbH, Німеччина

Виявлена проблема: партія світлодіодних нічних світильників перегрівається після чотирьох годин безперервного використання, що створює ризик опіків та пожежі. Було зареєстровано три скарги споживачів та один випадок пошкодження майна внаслідок задимлення.

Вжиті заходи:

Внутрішня оцінка ризиків: підтверджено ризик виникнення пожежі під час використання протягом ночі.

Припинення продажів: виробник зупинив усі поставки та вилучив товар з онлайн-продажу.

Повідомлення владі: Надіслано через Safety Business Gateway, включаючи коди партій, що підпадають під відкликання, та зображення.

Повідомлення про відкликання: опубліковано в Інтернеті та в магазинах.

Зв'язок зі споживачами: всім покупцям, які придбали товар онлайн, було надіслано електронні листи безпосередньо на адреси, зазначені під час процесу продажу.

Повернення та компенсація: через онлайн-портал надається етикетка для повернення, а відшкодування буде здійснено протягом десяти робочих днів.

Звіт про подальші дії для органів влади: 82% відкликаних було завершено протягом 30 днів.

IX. Провайдер онлайн-торгових майданчиків

GPSR запроваджує **конкретні та суттєві нові правила для онлайн-торгових майданчиків**. Ці нові правила є прямою реакцією на значні суспільні зміни, такі як зростаюча цифровізація та бум онлайн-торгівлі. Правила GPSR щодо онлайн-торгових майданчиків доповнюють існуюче законодавство про онлайн-продаж та дистанційну торгівлю. Більш детальну інформацію про ці правила можна знайти в [попередніх модулях](#), зокрема в Модулі 6, який охоплює права та обов'язки на цифрових ринках.

Постачальник послуг онлайн-ринку визначається як «постачальник посередницьких послуг, що використовує онлайн-інтерфейс, який дозволяє споживачам укладати дистанційні договори з торговцями щодо продажу товарів». Онлайн-інтерфейс означає веб-сайти, додатки або цифрові платформи, що використовуються для продажу товарів. Однак важливо зазначити, що ці постачальники **явно не вважаються «суб'єктами господарювання»** в юридичному сенсі згідно з GPSR, незважаючи на те, що їх часто згадують разом із ними. Тим не менш, на них поширюються їхні власні окремі зобов'язання.

Основні аспекти цих спеціальних правил для онлайн-ринку такі:

- **Реєстрація на порталі Safety Gate:** Одним з основних обов'язків постачальників послуг онлайн-торгових майданчиків є **реєстрація на порталі Safety Gate**.
- **Забезпечення безпеки продукції та інформування:** Інтернет-торгові майданчики відіграють вирішальну роль у захисті споживачів від небезпечних товарів, що продаються через їхні платформи. Тому вони повинні мати налагоджені внутрішні процеси для забезпечення дотримання вимог та оперативного реагування.
 - Вони повинні гарантувати, що товари, які пропонуються на їхніх платформах, **відповідають вимогам безпеки**.
 - Вони зобов'язані надавати інтерфейси, які дозволяють продавцям **розміщувати чітку та помітну інформацію щодо безпеки продукції**, як це передбачено GPSR. Вони також повинні **забороняти розміщення небезпечних товарів**, щодо яких було опубліковано попередження Safety Gate.
- **Єдиний контактний центр для споживачів:** це дозволяє споживачам легко та швидко повідомляти про всі проблеми, пов'язані з безпекою продукції.
- **Пряма комунікація зі споживачами під час відкликання:** Провайдери онлайн-торгових майданчиків повинні, де це можливо, **безпосередньо інформувати споживачів, які придбали небезпечний товар** через їхню платформу, під час відкликання товарів або попереджень щодо безпеки. Це передбачає використання наявних даних про клієнтів, таких як дані з програм лояльності або систем реєстрації товарів, для встановлення прямого контакту.
- **Поширення повідомлень про відкликання:** Коли прямий контакт є неефективним, оператори онлайн-

торговельних майданчиків разом з суб'єктами господарювання повинні поширювати чітко та помітне повідомлення про відкликання або попередження щодо безпеки через інші відповідні канали, щоб забезпечити якомога ширше охоплення.

- **Співпраця з органами ринкового нагляду:** Інтернет-торгові майданчики повинні співпрацювати з органами ринкового нагляду для вирішення питань безпеки продукції та вилучення небезпечних товарів зі своїх платформ. Від них також очікується надання інформації, що допоможе ідентифікувати небезпечні товари. Крім того, слід запровадити єдиний контактний пункт для безпосереднього спілкування з органами влади. Ця інформація має бути надана на порталі Safety Gate.
- **Гібридні бізнес-моделі:** Підприємства, які діють як онлайн-продавці (наприклад, через власні інтернет-магазини), так і як оператори онлайн-торговельних майданчиків, **повинні дотримуватися правил в обох цих ролях.** Вони повинні виконувати обов'язки онлайн-продавця щодо товарів, які вони продають безпосередньо, та одночасно виконувати обов'язки оператора онлайн-торговельного майданчика щодо діяльності їхньої платформи.

готується, оновлення можна переглянути на сайті www.consumerlawready.eu.

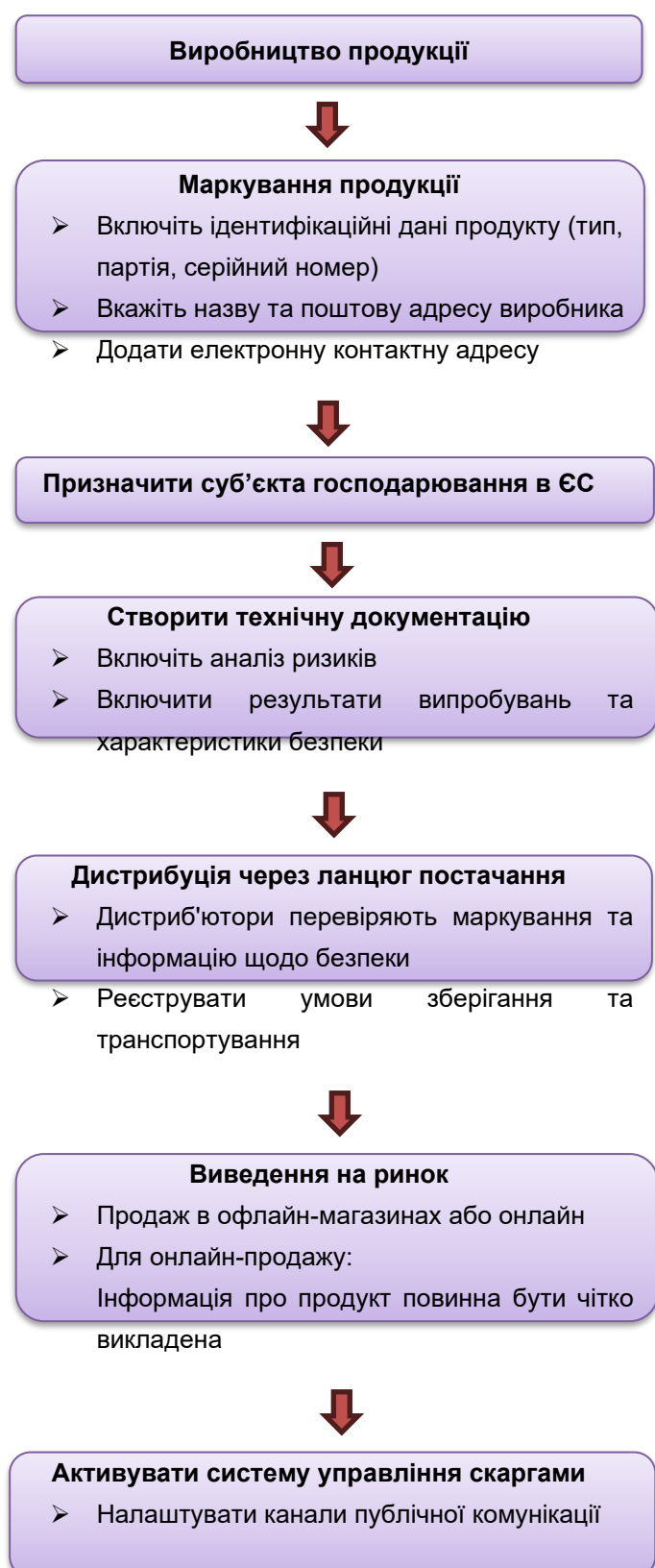
Різні інші ресурси та організації можуть надавати підтримку або інформацію, зокрема суб'єктам господарювання, які займаються питаннями безпеки продукції та відповідності вимогам у ЄС.

Х. Підтримка та ресурси

Зокрема, у Регламенті зазначено, що мікро-, малі та середні підприємства повинні мати можливість виконувати свої нові зобов'язання. Для цього Комісія уповноважена розробити практичні рекомендації та індивідуальні заходи, включаючи прямі канали зв'язку між експертами та МСП, з урахуванням необхідності спрощення та обмеження адміністративного навантаження. Публікація

XI. Короткий огляд вимог до простежуваності

- Надайте споживачам можливість повідомляти про проблеми або інциденти





Вести внутрішній реєстр

- Реєструвати скарги, інциденти та відкликання
- Зберігати дані протягом необхідних періодів:
 - Технічна документація: 10 років
 - Дані про постачальників/клієнтів: 6 років
 - Персональні дані: макс. 5 років



Якщо виявлено ризик = вжити негайних заходів

- Повідомте відповідні органи через Safety Business Gateway
- Повідомте споживачів (відкликання або попередження про небезпеку)



Відкликання продукції

- Здійснити та задокументувати відкликання
- Використовуйте різні канали



Співпраця в ланцюгу постачання

- Усі суб'єкти господарювання повинні співпрацювати з органами ринкового

XII. Приклад з практики: дотримання вимог безпеки продукції

Профіль компанії

Компанія: KitchenSlice Haushaltswaren OG

Місцезнаходження: Відень, Австрія

Тип бізнесу: МСП – імпортер та дистриб'ютор під власною торговою маркою

Продукт: Овочерізка «мандоліна» з пластику та нержавіючої сталі.

Виробник: Виробництво за замовленням у В'єтнамі.

Канали збуту: власний інтернет-магазин, Amazon та місцеві роздрібні магазини кухонного приладдя.

1. Перед виведенням на ринок

Оцінка безпеки продукції

KitchenPro проводить структуровану оцінку ризиків, зосереджену на:

- **Ризик порізів** під час заміни лез
- **Ризик ковзання** через нестійку основу
- Неправильне використання дітьми або користувачами без нагляду

Технічна документація включає:

- Опис матеріалу та конструкції
- Протоколи лабораторних випробувань
- Декларацію відповідності чинним стандартам
- Обґрунтування вікових категорій та маркування небезпеки

2. Маркування та простежуваність

Ідентифікація продукту

- На продукті та упаковці:
 - Модель: *Мандоліна MP-Classic*
 - Номер партії: 2024-VN-KP08
 - Попереджувальний знак: «*Не підходить для дітей – гострі леза*»
 - Маркування CE (якщо стосується лише упаковки)

Відповідальна особа в ЄС

KitchenSlice виступає **відповідальною особою** відповідно до GPSR:

- Повна назва компанії та поштова адреса
- Електронна адреса: sicherheit@kitchen.slice.at

Цифрове маркування

- QR-код на упаковці веде до:
 - Багатомовні інструкції з безпеки
 - Відеоінструкція щодо заміни лез
 - Портал служби підтримки клієнтів та повернення товарів

Внутрішньою системою відстеження

KitchenSlice забезпечує:

- Відстеження партій та продукції
- Записи про постачальників та контактна інформація
- Журнал скарг та повернень
- Архів документації щодо ризиків та відкликання продукції (за 10-річний період)

3. Онлайн-продажі та дотримання статті 19

Перед покупкою

Сторінки продуктів (інтернет-магазин та списки на Amazon) містять:

- Зображення товару, модель та ідентифікаційний номер партії

- Видиме попередження про безпеку
- Повну контактну інформацію виробника та відповідальної особи в ЄС
- Посилання для завантаження цифрової інструкції

4. Інцидент та відкликання

Виявлена проблема:

Кілька споживачів повідомили про порізи під час заміни лез, незважаючи на наявність захисного кожуха. Один випадок потребував амбулаторної медичної допомоги у Франції.

Оцінка ризику

Ризик класифікується як помірний через можливість отримання серйозних травм у разі неправильного використання та нечітких інструкцій з експлуатації.

Заходи з відкликання

1. **Продаж припинено** на всіх платформах та у роздрібних магазинах.
2. **Повідомлення через портал Safety Business Gateway** відповідним органам у Німеччині, Франції та Австрії.
3. **Стандартизоване повідомлення про відкликання:**

Відкликання продукції: «Mandoline MP-Classic»

Номер партії 2024-VN-KP08

Ризик: лезо може спричинити травму під час заміни.

Негайно припиніть використання виробу!

Поверніть його для отримання безкоштовної заміни насадки або повного відшкодування вартості.

Детальнішу інформацію можна знайти на сайті

www.kitchenslice.at/recall або надіславши

електронного листа на адресу recall@kitchenslice.at.

4. Використані канали комунікації:

- Електронний лист усім клієнтам інтернет-магазину
- Повідомлення про відкликання на веб-сайті та Amazon
- Плакати в фізичних магазинах
- Оголошення в соціальних мережах

Запропоновані заходи:

- Клієнти могли вибрати:
 - Безкоштовну вдосконалену насадку для захисту леза
 - Повне відшкодування
- Відстеження даних про повернення за партіями

5. Подальші дії:

- Щотижневі оновлення надсилаються органам ринкового нагляду.
- Рівень повернень досяг 78% протягом шести тижнів
- Внутрішні вдосконалення:
 - Покращені технічні інструкції
 - Перед майбутніми запусками необхідно проводити зовнішнє тестування зручності користування.
 - Система управління скаргами переведена в цифровий формат

Додаток

Додаток 1 – Шаблон повідомлення про відкликання від Європейської комісії
Імплементаційний регламент Комісії (ЄС) 2024/1435

[COMPANY NAME] RECALLS [PRODUCT]

Insert picture(s) of product & a graphical indication of where to find identification numbers (if applicable)

For the online version of the recall notice, it is important that essential information contained in the picture, especially if it is needed to identify the recalled product, is also available in a written format that is machine-readable.

Include clear description of the recalled product, including PRODUCT IDENTIFICATION INFORMATION:

- Name and brand of the product
- Product identification numbers, such as batch and serial number and, if applicable, graphical indication of where to find them on the product
- Information on where, when and by whom the product was sold (if available)

WHY IS THIS PRODUCT DANGEROUS?

- Clearly state the hazard the product poses and why
- Don't use any terms or expressions that may decrease consumers' perception of risk, for example "voluntary"/ "precautionary"/ "discretionary", "in rare/specific situations" or by indicating that there have been no reported accidents

WHAT TO DO

- Instruct consumers to stop using the recalled product immediately
- Clearly explain the action consumers should take (for example, return to point of sale, schedule appointment for in-house pick-up/repair)

REMEDIES FOR CONSUMERS

- Clearly describe the remedies available to consumers among the following: repair, replacement, or refund (in accordance with Article 37 of Regulation 2023/988)
- Indicate whether additional incentives (for example discounts or vouchers) are available

CONTACT

- Provide the address of an interactive online service (such as a website with a contact form, or an email address) and/or free phone number where consumers can get more information in relevant official language(s) of the Union.

Company logo (optional)	Product Safety Recall	Date
[APOLOGY (OPTIONAL)] [LINKS TO SOCIAL MEDIA / WEBSITE (OPTIONAL)] [QR CODE or other technical solution leading to recall page / more information (OPTIONAL)]		
SPREAD THE NEWS: Tell your friends and family about this recall!		Logo of market surveillance authority if recall follows a compulsory measure (optional)



Додаток 2 – Контрольний перелік для відкликання продукції

А. Внутрішня підготовка

- ☐ Виявлення ризику: Визначте ризик, пов'язаний з продуктом, на основі скарг, інцидентів або внутрішнього тестування.
- ☐ Проведення оцінки ризику: Оцініть характер та ступінь серйозності ризику.
- ☐ Припинення розповсюдження: негайно зупиніть продаж та відвантаження продукту, що підлягає відкликанню.
- ☐ Поінформувати внутрішні команди та операторів: Повідомити відповідні відділи та учасників ланцюга постачання (дистриб'юторів, імпортерів, торговельні майданчики).

Б. Повідомлення регуляторних органів

- ☐ Повідомте органи влади через Safety Business Gateway (портал ЄС для суб'єктів господарювання).
- ☐ Надайте необхідну інформацію, зокрема:
 - Ідентифікація продукту (тип, партія, серійний номер)
 - Опис ризику
 - Кількість одиниць, що підпадають під відкликання
 - Країни, де продавався продукт
 - Вжиті коригувальні заходи
 - Дані щодо простежуваності

С. Інформування споживачів

- ☐ Скласти стандартне повідомлення про відкликання відповідно до Додатка I
- ☐ Розповсюдити повідомлення про відкликання через:
 - Веб-сайт компанії
 - Соціальні мережі
 - Інформаційні бюлетені або електронні листи відомим клієнтам
 - Фізичні вивіски в магазинах (за необхідності)
 - Інтернет-магазини (вимога щодо оприлюднення інформації про відкликання)

Д. Практичні заходи

- ☐ Організуйте процес повернення або ремонту продукції:
 - Забезпечте безкоштовну доставку для повернення або вивезення
 - Запропонувати варіанти повернення в магазині або онлайн
- ☐ Запропонувати компенсацію:
 - Ремонт
 - Безпечна заміна
 - Повне відшкодування
- ☐ Відстежуйте та реєструйте всі повернуті одиниці
- ☐ Вести внутрішній облік скарг та відкликаних

Е. Нагляд та закриття справи

- ☐ Повідомлення про хід виконання органам влади
 - Скільки продуктів було повернуто або виправлено
- ☐ Переглянути заходи контролю ризиків
- ☐ Оновити процедури на випадок майбутніх інцидентів
- ☐ Зберігати документацію щонайменше 10 років

Додаток 3 – Приклад етикетки

Christmas Candle Product Identification: WH-C2412 Batch 2025-11 Lot No.: 70176	➔	Product identification
Manufacturer Name: Shanghai Candles Ltd. Registered Trademark: Aromatic candles Postal Address: 28 Aroma Street, 201300 Shanghai Electronic Address: support@aromaticcandles.com	➔	Manufacturer details
Importer and responsible person in the EU Name: Christmas products SL Postal Address: Calle de Navidad 24, 29001 Malaga Electronic Address: imports@christmasproducts.es Single Contact Point: productsafety@christmasproducts.es	➔	Responsible person
! Warnings / Safety information ! • Burn candle never unattended • Keep away from flammable materials • Keep away from children • Do not burn the candle for more than 4 hours at a time	➔	Safety warnings





Consumer Law Training for European SMEs