



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 23.8.2001  
KOM(2001) 486 slutlig

**RAPPORT FRÅN KOMMISSIONEN**

**om handlingsplanen för konsumentpolitiken 1999-2001 och  
den allmänna ramen för gemenskapens verksamheter till förmån för konsumenterna  
1999-2003**

# RAPPORT FRÅN KOMMISSIONEN

## om handlingsplanen för konsumentpolitiken 1999-2001 och den allmänna ramen för gemenskapens verksamheter till förmån för konsumenterna 1999-2003

### 1. INLEDNING

Eftersom mer än halva tiden gått för den gällande handlingsplanen, är det dags att se över de framsteg som hittills gjorts. Denna delrapport innehåller en **översikt av genomförandet** inom vart och ett av de stora politikområdena som fastställts i handlingsplanen. Före översikten finns dock ett avsnitt som summerar de olika faktorer som antingen märkbart påverkat genomförandet av handlingsplanen, eller som bör beaktas när man överväger vilka justeringar som behöver göras för resten av handlingsplanens löptid.

Parallellt med detta, och i enlighet med artikel 13 i Europaparlamentets och rådets beslut 283/1999/EG, omfattar den här rapporten, och särskilt bilagorna 1 och 2, genomförandet under 1999 och 2000 av den **allmänna ramen för gemenskapens verksamheter till förmån för konsumenterna** inom ramen för de tre politiska mål som fastställdes i handlingsplanen för konsumentpolitiken.

Budgetramen för att genomföra konsumentpolitikens rättsliga grund under perioden 1999-2003 fastställdes till 112,5 miljoner euro. De sammanlagda åtagandebemyndigandena för år 1999 uppgick till 22,350 miljoner euro och för år 2000<sup>1)</sup> till 22,905 miljoner euro. Under 1999 användes 100 % av åtagandebemyndigandena och 98 % av betalningsbemyndigandena. Under 2000 användes 90 % av åtagandebemyndigandena och 75 % av betalningsbemyndigandena. I bilaga 1 finns detaljuppgifter om vilka olika slags verksamhet som finansierades inom ramen för varje politiskt mål under 1999 och 2000. I bilaga 2 redovisas de belopp som under 1999 och 2000 fördelats som bidrag till europeiska konsumentorganisationer och enskilda projekt med hjälp av den rådgivande kommittén bestående av företrädare för medlemsstaterna.

Under den period som denna rapport gäller har ett antal organisatoriska förändringar påverkat de enheter som ansvarar för konsumentpolitiken. På grund av dessa förändringar går det inte att göra någon jämförelse år från år. I april 2001 uppgick dock antalet anställda i direktoratet med ansvar för utveckling av konsumentpolitiken till sammanlagt 67 personer<sup>2)</sup>.

### 2. KONSUMENTPOLITIK I EN FÖRÄNDERLIG VÄRLD

*"Under de närmaste tre åren kommer konsumentpolitiken att bli ett eget fullvärdigt politiskt område genom att konsumentintressen, tillsammans med andra frågor som direkt berör den enskilde medborgaren, får allt större betydelse".* Sanningshalten i inledningsmeningen till handlingsplanen för konsumentpolitik 1999-2001 har bekräftats genom flera händelser under de senaste två åren, som särskilt har påverkat konsumenternas hälsa och säkerhet. Dessa händelser har dock fört det goda med sig att konsumentfrågorna hamnat i rampljuset. Man har

---

<sup>1)</sup> Beloppet för år 2000 inkluderar det årliga bidraget på 1,8 %, eller 405 000 euro från EFTA/EES-länderna (Island, Norge och Liechtenstein) som deltar i verksamheten enligt beslut 283/1999/EG.

<sup>2)</sup> Varav 36 personer i kategori A, 12 personer i kategori B och 19 personer i kategori C.

sent om sider insett på både EU-nivå och nationell nivå att **konsumentpolitik inte är någon lyx** utan i stället en mycket viktig del av EU-politikens utveckling i allmänhet.

Inom EU:s institutioner har konsumentpolitiken fått mycket större tyngd. Detta återspeglas i rådets resolution av den 28 juni 1999 om gemenskapens konsumentpolitik 1999-2001<sup>3)</sup>, och i yttrandena från Europaparlamentet<sup>4)</sup>, Regionkommittén<sup>5)</sup> och Ekonomiska och sociala kommittén<sup>6)</sup>. Kommissionen har tagit hänsyn till de åsikter som uttryckts i dessa yttranden när den tillämpat handlingsplanen.

Kommissionens avdelningar har omstrukturerats för att se till att konsumentintressena tas tillvara på ett effektivare och mer samordnat sätt. Vidare blir det allt vanligare att konsumentfrågorna integreras i EU:s politik på andra områden.

En viktig del av omstruktureringen inom kommissionen är att frågor om hälsa och konsumentskydd samlats inom ett och samma generaldirektorat, för vilket en enda kommissionsledamot ansvarar. Den viktigaste konsekvensen av denna förändring är att generaldirektoratet för hälsa och konsumentskydd fått ansvar för livsmedelssäkerheten längs hela livsmedelskedjan, "från jord till bord".

Denna organisatoriska förändring följdes snabbt av att kommissionen den 12 januari 2000 antog vitboken om livsmedelssäkerhet<sup>7)</sup>. Syftet med vitboken är att uppnå bästa möjliga livsmedelssäkerhet. I vitboken läggs en radikal reformplan fram. Den innehåller förslag till ett omfattande program för lagstiftningsreform, som inbegriper inrättandet av en ny europeisk livsmedelsmyndighet. Denna radikalt omstöpta politik ersätter de delar av handlingsplanen för 1999-2001 som gällde livsmedelssäkerhet. Därför kommer varken genomförandet av de delarna eller arbetet vid kontoret för livsmedels- och veterinärsfrågor<sup>8)</sup> att tas upp i denna rapport.

Dessa justeringar visar tydligt att handlingsplanen måste genomföras på ett flexibelt sätt.

### **3. FRAMSTEG I GENOMFÖRANDET AV HANDLINGSPLANEN**

#### **3.1. POLITISKT MÅL: "En starkare röst för konsumenterna i EU "**

En av de viktigaste skillnaderna mellan konsumenter och företag i egenskap av aktörer i en modern marknadsekonomi, är att konsumenterna är relativt splittrade. Denna splittring har två orsaker: dels det mycket stora antal marknader som konsumenterna måste agera på för att tillfredsställa sina behov, dels deras synbara motvilja att se kollektiva insatser som ett normalt sätt att öka eller utöva sina möjligheter att påverka marknaden.

På EU-nivå har detta lett till att man allmänt insett att det krävs åtgärder för att stärka konsumenternas ställning på marknaden, och att en viktig del av detta är att främja **en starkare röst för konsumenterna i EU**. Detta mål lägger vikten vid behovet av att såväl öka konsumenternas medvetenhet om att de har en viktig roll att spela på marknaden, som

---

<sup>3)</sup> EGT C 206, 21.7.1999.

<sup>4)</sup> EGT C 279, 1.10.1999.

<sup>5)</sup> CdR 181/99 fin.

<sup>6)</sup> EGT C 209, 22.7.1999.

<sup>7)</sup> Vitbok om livsmedelssäkerhet : KOM (1999) 719 slutlig, 12.1.2000).

<sup>8)</sup> Se årsrapporten från kontoret för livsmedels- och veterinärsfrågor 1999 ([http://europa.eu.int/comm/food/fs/inspections/policy\\_papers/vi\\_pol07\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/food/fs/inspections/policy_papers/vi_pol07_en.pdf)).

förbättra metoderna för att förmedla konsumenternas behov till företag och politiska beslutsfattare. Insatser för att stärka konsumenternas ställning som aktörer på marknaden kan göras på många håll, inte minst av konsumenterna själva, antingen enskilt eller i föreningar.

Ur budgetsynpunkt användes huvuddelen av bemyndigandena, motsvarande ungefär 12,5 miljoner euro 1999 och 10 miljoner euro 2000, för att uppfylla detta politiska mål.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Effektivare konsumentorganisationer**

I konsumentfrågor, liksom på många andra områden, kan kollektiva insatser ofta vara effektivare än när enskilda agerar själva. Konsumentorganisationerna kan stärka konsumenternas ställning på marknaden genom att sammanställa information, genom att erbjuda expertrådgivning till lägre kostnad, liksom genom att tillhandahålla en mer solid ram för dialog med företag och för politiska insatser.

Kommissionen har fortsatt att stödja konsumentorganisationerna på två sätt, nämligen

- genom att ge dem ekonomiska bidrag och
- genom att tillhandahålla logistiskt stöd vid internationella sammankomster.

I fråga om bidragen till konsumentorganisationerna har kommissionen tillämpat de krav som fastställts i **beslutet om om inrättande av en allmän ram för gemenskapens verksamheter till förmån för konsumenterna**<sup>9)</sup>. Inbjudningar har offentliggjorts för ansökan om bidrag från budgetarna för 1999, 2000 och 2001.

För att förstärka de allmänna effekterna av den här typen av bidrag har kommissionen i regel försökt koncentrera de begränsade belopp som funnits tillgängliga på ett fåtal projekt, samtidigt som man uppmuntrat konsumentorganisationerna att gå samman i projekt som gäller gemensamma intressen. Antalet inlämnade projektförslag till följd av kommissionens inbjudningar har gradvis sjunkit sedan 1998: 378 förslag år 1998, 210 förslag år 1999 respektive 178 förslag år 2000. Denna utveckling beror till stor del på att man på ett bättre sätt definierat vilken slags verksamhet som kan finansieras inom varje inbjudan att lämna projektförslag. Ett annat skäl kan vara det krav som fastställs i den rättsliga grunden på att konsumentorganisationerna i allmänhet skall bekosta minst 50 % av de sammanlagda projektutgifterna. Denna nya regel har tillämpats systematiskt, med få undantag.

I bilaga 2 redovisas de belopp som delats ut som bidrag till europeiska konsumentorganisationer och enskilda projekt under 1999 och 2000. Besluten om utdelning av bidrag fattas med hjälp av rådgivande kommittén för konsumentfrågor, som består av företrädare för medlemsstaterna. Denna kommitté hade sitt första möte den 18 mars 1999. Kommitténs arbetsordning och praktiska funktionssätt är nu väl etablerade. Fem möten har hållits sedan mars 1999, och man har regelbundet kontakt per e-post, vilket har underlättat samarbetet och informationsflödet.

---

<sup>9)</sup> Beslut nr 283/1999/EG.

Den rådgivande kommittén har avgivit yttranden om kommissionens förslag till åtgärder i fråga om de urvalskriterier som tillämpas på organisationer och projekt enligt artiklarna 2.b och 2.c, liksom om urvalet av bidragsmottagare på grundval av kommissionens förslag. I enlighet med vad som föreskrivs i den rättsliga grunden har kommissionen informerat den rådgivande kommittén om den verksamhet som finansieras och om resultaten av beslut om finansiering.

För 1999 hade sista ansökningsdatum för bidrag till såväl europeiska konsumentorganisationer som enskilda projekt fastställts till den 30 november 1998. Trots att beslut nr 283/1999/EG trädde i kraft först i februari 1999 hade kommissionen föregripit villkoren och kriterierna för finansiering i sin inbjudan att lämna projektförslag. De bidrag som beviljades för att täcka driftskostnader i fyra europeiska konsumentorganisationer uppgick till 1,42 miljoner euro under 1999.

För 2000 fastställdes sista ansökningsdatum för bidrag till såväl europeiska konsumentorganisationer som enskilda projekt till den 15 oktober 1999. De bidrag som beviljades för att täcka driftskostnader i europeiska konsumentorganisationer uppgick till ungefär 1,6 miljoner euro under 2000. Utöver BEUC, ANEC, Euro Coop och Coface, fick en ny organisation, European Consumers' Association (AEC), som grundades våren 2000, också bidrag för att täcka en del av sina driftskostnader.

Kommissionen har också granskat bidragsansökningar från europeiska konsumentorganisationer för 2001. Den har beslutat att upphöra med bidragen till Euro Coop och Coface.

För att man skall kunna bedöma hur effektivt det ekonomiska bidraget till europeiska konsumentorganisationer varit under senare år, har en extern utvärdering beställts. Rapporten från denna utvärdering beräknas vara färdig i oktober 2001.

Kommissionen har också stött konsumentorganisationerna genom att anordna möten på EU-nivå, både i mån av behov och som en del av det löpande arbetet. Vid **konsumentorganisationernas årsmöte** i november 2000 närvarade både kommissionens ordförande Romano Prodi och kommissionsledamoten David Byrne, vilket var ett tydligt tecken på att kommissionen fäster allt större vikt vid konsumentdimensionen i EU:s politik.

Under 2000 hölls också det första mötet i den omstrukturerade **konsumentkommittén**<sup>10)</sup>. Den nya konsumentkommittén består av 20 ledamöter och 20 suppleanter som utses av kommissionen för en treårsperiod (en ledamot per medlemsstat plus fem företrädare från de europeiska konsumentorganisationerna AEC, ANEC, BEUC, Coface och Euro-Coop). Reglerna för kommittén har utformats så att den skall kunna spela en mer aktiv roll än sin föregångare i arbetet med att ge råd till kommissionen.

Behovet av att ta hänsyn till konsumentintressen vid politiskt beslutsfattande slutar inte vid Europeiska gemenskapens yttre gränser. Kommissionen har vidtagit ett flertal åtgärder för att konsumenterna skall representeras bättre på internationell nivå.

---

<sup>10)</sup> Kommissionens beslut av den 4 maj 2000 om inrättande av en konsumentkommitté (2000/323/EG).

Bland annat stöder kommissionen **den transatlantiska konsumentdialogen** med ekonomiskt bidrag och samordning. TACD är ett viktigt forum för konsumentorganisationerna i USA och EU. Syftet är att främja konsumenternas intressen vid politiskt beslutsfattande i EU och USA. De rekommendationer som utfärdas av TACD:s arbetsgrupper gäller frågor som rör konsumenter i hela världen, som t.ex. livsmedel, e-handel och andra handels- och hälsorelaterade frågor. Rekommendationerna riktas till regeringarna i EU-länderna, Europeiska kommissionen och amerikanska myndigheter. De syftar till att öka det civila samhällets engagemang i transatlantiska politiska beslut. TACD försöker att påverka utvecklingen inom det transatlantiska ekonomiska partnerskapet (TEP) genom att nära följa arbetet inom de olika TEP-kommittéerna och reagera på sådana frågor som direkt rör konsumenterna. Man har även följt noga arbetet i andra organisationer där politiska beslut fattas, som OECD och WTO. TACD inbjöds till toppmötet mellan USA och EU i Washington DC den 18 december 2000. Deltagarna kunde då diskutera relevanta politiska frågor som gäller konsumenter i USA och EU med de beslutsfattare som deltog i toppmötet. Kommissionen har också haft kontakter med Australien och Japan i syfte att utveckla bilateralt samarbete i konsumentfrågor.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Euroguichets – i den europeiske konsumentens tjänst**

Efter en utvärdering av hur nätverket av Euroguichet-punkter fungerat sedan det startade 1991, beslutade kommissionen att **ge Euroguichet-punkterna nya uppgifter i konsumentfrågor**. Deras ansvar kommer att utvidgas från att endast ha innefattat frågor vid konsumenttransaktioner över gränserna, till ett mer allmänt mål att informera konsumenterna om vilka rättigheter de har i vardagslivet enligt EU:s lagstiftning. Nätverket kommer att stärkas ytterligare genom att åtta medlemsstater redan har beslutat eller överväger att använda Euroguichet-punkterna som sina *clearinghus* för Europeiska extrajudiciella nätverket.

Till följd av detta har vissa Euroguichet-punkter, som tidigare låg nära landsgränsen, flyttats till huvudstaden eller någon annan central plats, varifrån hela medlemsstaten kan få god service. För närvarande fungerar elva Euroguichet-punkter i nio medlemsstater<sup>11)</sup>. Kommissionens mål är att inrätta minst en punkt per land innan den nuvarande handlingsplanen löper ut (i slutet av 2001). Euroguichet-punkterna fick ekonomiskt bidrag med nästan 2 miljoner euro under både 1999 och 2000.

Dessa justeringar visar tydligt vilka svårigheter som kan uppstå när insatser inleds från fall till fall utan hänsyn till strategiska konsekvenser, som t.ex. möjlig synergi med andra insatser.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Effektiv dialog mellan konsumenter och företag**

Eftersom man lagt stor vikt vid marknader med fri konkurrens som ett viktigt redskap för att främja konsumenternas intressen, ägnar man numera alltmer uppmärksamhet åt förhållandet mellan konsumenter och företag, och hur detta förhållande kan förbättras till båda parter fromma. Ur politisk synpunkt intresserar sig kommissionen särskilt för i vilken mån **dialog mellan konsumenter och företag** kan leda fram till avtalslösningar som kan minska behovet av lagstiftning, komplettera lagstiftningen, eller tillföra lagstiftningen mervärde.

---

<sup>11)</sup> Irland, Förenade kungariket, Frankrike, Portugal, Spanien (2), Luxemburg, Tyskland (2), Finland och Österrike.

Mot bakgrund av detta beställde kommissionen en undersökning av alternativ till lagstiftning, för att analysera i vilken mån bra metoder på nationell nivå kan tillämpas och utökas på europeisk nivå. Kommissionen väntade dock inte på att undersökningen skulle bli klar innan man började utforska möjligheterna att använda dialog mellan konsumenter och företag för att lösa praktiska problem.

Konsumentföreträdare och banksektorn förde en dialog om **hypotekslån** för att diskutera etiska regler för den information som ges innan avtal om bostadslån ingås. Efter flera förhandlingsomgångar nådde man en överenskommelse om sådana etiska regler i november 2000. Efter ratificering av förhandlingsparternas behöriga organ undertecknades avtalet den 5 mars 2001. Den 1 mars 2001 antog kommissionen en rekommendation om de etiska reglerna, där kreditgivare som erbjuder bostadslån uppmanas att följa dem<sup>12)</sup>.

Dialogen har också spelat en viktig roll på **e-handeln** område. Efter diskussioner med de berörda parterna framkom det att åtgärder behövdes för att klarlägga situationen i fråga om etiska regler och system för "förtroendemärkning" för att öka konsumenternas förtroende för e-handeln. Om flera uppsättningar regler och förtroendemärkningar används, kan detta förvirra konsumenterna och därigenom försvaga deras förtroende i stället för att förstärka det. Dessutom blir det svårt för företagen att välja vilket system de skall ansluta sig till. Därför inledde kommissionen diskussioner med en grupp bestående av företrädare för konsumentorganisationer och företag om möjligheterna att ta fram ett lättförståeligt och väl fungerande ramverk för ackreditering (på EU-nivå) och kontroll (troligen på nationell nivå). Arbetet med att fastställa en uppsättning principer för bänkmärkning, mot vilka alla system kan jämföras, är redan långt framskridet. Om företag kommer överens om sådana system sinesmellan måste de naturligtvis följa konkurrensreglerna.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Ny plattform för informationskampanjer**

Livsmedelssäkerhet är något som blivit **allt viktigare för konsumenterna**. Enligt en Eurobarometer-undersökning 1997 oroade sig 68 % av Europas medborgare över livsmedelssäkerheten och krävde bättre information. Förutom att de känner sig hotade, är det många konsumenter som känner sig lurade och anser att de intensiva produktionsmetoderna som från början skapades för att alla skulle få tillräckligt med mat har urartat och blivit orimliga.

I ett försök att återfå konsumenternas förtroende inledde kommissionen **informations- och utbildningskampanjer**. När det gäller informationskampanjen under åren 1998-1999 uppmanades uppdragstagarna att inrikta sig på teman som märkning av livsmedel (i synnerhet de delar i märkningen som rör livsmedelssäkerheten, såsom E-koder), livsmedelsprodukters spårbarhet samt genetiskt modifierade organismer. Då livsmedelssäkerheten mer än någonsin står i fokus för konsumenternas intresse vill kommissionen bygga vidare på resultaten från informationskampanjen 1998 och 1999 genom att starta "utbildningskampanjen om livsmedelssäkerhet" (2000-2001). Det rör sig fortfarande om livsmedelssäkerhet, men de valda uppdragstagarna skall dels vidta mer utbildningsinriktade än informativa åtgärder, dels tydligare definiera sina målgrupper.

Kampanjen har följande mål:

---

<sup>12)</sup> Kommissionens rekommendation om förhandsinformation som skall lämnas av långivare som erbjuder bostadslån, K(2001) 477 slutlig.

- Att lära konsumenterna i målgruppen såväl generella principer som enkla åtgärder för livsmedelssäkerhet.
- Att främja konsumentorganisationernas roll som rådgivare om livsmedelssäkerhet.
- Att engagera konsumentorganisationer, nationella myndigheter och yrkesorganisationer i kampanjen till en löpande dialog.
- Att uppmärksamma medierna på livsmedelssäkerhet.

Förutom dessa informationskampanjer kan konsumenter också få information om sina rättigheter på den inre marknaden genom initiativet "Dialog med medborgarna och näringslivet". Inom detta initiativ lanserade kommissionen år 2000 handledningen "Hur man hävdar sina rättigheter på den inre marknaden" som innehåller ett avsnitt om "Så hävdar du din rätt som konsument". Handledningen "Att köpa varor och tjänster på Europas inre marknad" omarbetas också.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Närmare samarbete mellan medlemsstaterna när det gäller konsumentutbildning**

De senaste åren har behovet av konsumentutbildning, i synnerhet i samband med den inre marknads utveckling, ökat märkbart på europeisk nivå. I Amsterdamfördraget som trädde i kraft 1999 stärktes gemenskapens behörighet när det gäller konsumentutbildning. Mot bakgrund av detta har kommissionen prioriterat åtgärder som främjar **erfarenhetsutbyte när det gäller goda lösningar** mellan medlemsstaterna. Detta initiativ engagerar offentliga myndigheter och konsumentorganisationer.

Relationer med offentliga myndigheter etablerades vid mötet i "**Expertgruppen för konsumentutbildning**" som hölls den 15 september 2000. Detta kommer att bli det viktigaste forumet för utbyte av information och erfarenheter med medlemsstaterna. Målet med kommissionens arbete med konsumentorganisationerna var att främja samarbete mellan två varandra kompletterande nätverk, ett som täcker de nordliga medlemsstaterna och ett annat som huvudsakligen täcker de sydliga medlemsstaterna. Närmare bestämt spred kommissionen information och erfarenheter från de tre pilotprojekt (som omfattade Grekland, Portugal och Spanien) som syftade till att integrera konsumentutbildning i den vanliga skolutbildningen. Kommissionen har också gett ekonomiskt stöd till inrättandet av en "**Europeisk skola för konsumenter**" i Kantabrien i Spanien och till ett projekt i Storbritannien för att anordna utbildning i ekonomi för yngre vuxna.

Förutom ovannämnda framsteg har kommissionen fortsatt att stödja "**Tävlingen ung konsument**" som lockat till sig allt fler ungdomar. Fler än 1 200 lag medverkade i tävlingen 1999-2000, med temat "Konsument i det tjugonde århundradet", vilket var ett nytt rekord<sup>13)</sup>. I linje med det stora intresset från allmänheten när det gäller livsmedelssäkerhet och livsmedelskvalitet är temat för tävlingen 2000-2001 "**Hur skall vi äta för att må bättre?**"

---

<sup>13)</sup> Sedan tävlingen lanserades var antalet deltagare 222 (1993/94), 505 (1994/95), 551 (1995/96), 613 (1996/97), 1160 (1998/99) och 1213 (1999/00). 1997/98 anordnades ingen tävling.

### 3.2. Politiskt mål: "En hög hälso- och säkerhetsnivå för konsumenterna i EU"

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Politik baserad på vetenskap**

Kommissionen anser att det allra viktigaste är att man får **högkvalitativ vetenskaplig rådgivning** när detta är lämpligt för att fatta politiska beslut som rör konsumentskydd i allmänhet och konsumenthälsa i synnerhet. I enlighet med denna princip reformerades hela systemet för vetenskaplig rådgivning under juni-oktober 1997 för att återspegla principerna om framstående vetenskapligt kunnande, oberoende och full insyn. För närvarande finns det en vetenskaplig styrkommitté och åtta nya vetenskapliga kommittéer.<sup>14)</sup> Fem av dessa sysslar med livsmedelssäkerhet och de övriga tre är följande:

- Vetenskapliga kommittén för kosmetiska produkter och icke-livsmedelsprodukter avsedda för konsumenter;
- Vetenskapliga kommittén för läkemedel och medicintekniska produkter, och
- Vetenskapliga kommittén för toxicitet, ekotoxicitet och miljö

Bortsett från de relativt nya förändringarna i de vetenskapliga kommittéernas struktur, uppmanade Europaparlamentet kommissionen att inleda en översyn av arbetsmetoderna för dessa kommittéer. Som svar på detta utsåg kommissionen tre framstående professorer, ledamöter i Europeiska kommissionens vetenskapliga kommittéer, att se över det nuvarande systemet för rådgivning till kommissionen, mot bakgrund av verksamhet inom den nya strukturen. För att underlätta professorernas uppgift anordnades en öppen frågestund den 4 och 5 november 1999. Rapporten färdigställdes i december 1999)<sup>15)</sup>.

År 2000 inledde kommissionen processen för att förnya Vetenskapliga styrkommitténs och de åtta specialiserade vetenskapliga kommittéernas mandat. Utifrån en förteckning med över 483 kandidater som svarade på en öppen inbjudan att inkomma med intresseanmälningar utsågs sammanlagt 151 oberoende vetenskapsmän som ledamöter till de vetenskapliga kommittéerna.

De nya ledamöterna utses i princip för tre år, men deras mandat kan ändras mot bakgrund av de framsteg som gjorts med att inrätta Europeiska livsmedelsmyndigheten. Ansvar för vetenskaplig rådgivning inom livsmedelssäkerhet skall övertas av myndigheten så snart denna inlett sin verksamhet.

Utgifterna för att uppnå detta politiska mål uppgick 1999 till 4,8 miljoner euro och 2000 till 4,6 miljoner euro.

#### **VERKSAMHETSOMRÅDE: Säkrare produkter och tjänster (andra än livsmedel)**

Det slutliga målet med denna aspekt av EU:s konsumentpolitik är att endast säkra produkter och tjänster släpps ut på marknaden. Detta mål har både till syfte att garantera en hög och konsekvent nivå för konsumenternas hälsa och säkerhet i Europa och att se till att den inre marknaden fungerar friktionsfritt.

---

<sup>14)</sup> Kommissionens beslut nr 97/404/EG av den 10 juni 1997 (EGT L 169, 27.6.97) och kommissionens beslut nr 97/597/EG av den 23 juli 1997r (EGT L 237, 28.8.97).

<sup>15)</sup> Rapporten finns på Internet ([http://europa.eu.int/comm/food/fs/sc/future\\_food\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/food/fs/sc/future_food_en.html)).

Mycket av arbetet på området gäller lagstiftning eller andra åtgärder som direkt påverkar marknaden, t.ex. standardisering eller självreglering. Under den period som omfattas av rapporten har följande åtgärder av särskild vikt slutförts eller pågår:

- I mars 2000 framlade kommissionen ett förslag<sup>16)</sup> om att omarbeta det befintliga direktivet om allmän produktsäkerhet. Målet är att se till att endast säkra produkter släpps ut på marknaden genom att man inför striktare krav på tillverkare och leverantörer, en bättre definition av kriterier för produktsäkerhet, en mer effektiv övervakning av marknaden, ett mer systematiskt samarbete mellan tillsynsmyndigheterna i medlemsstaterna, mer effektiva åtgärder i nödsituationer på gemenskapsnivå och lättare tillgång till information om risker med produkter för konsumenterna.
- Kommissionen har antagit ett beslut<sup>17)</sup> om antagande av åtgärder för att förbjuda utsläppandet på marknaden av leksaker och barnvårdsartiklar som är avsedda att stoppas i munnen av barn under tre års ålder, tillverkade i mjuk PVC-plast. Detta beslut förlängdes fyra gånger under 2000. Ett förslag från kommissionen antogs i november 2000<sup>18)</sup> om ändring av direktivet om begränsning av användning och utsläppande på marknaden av vissa farliga ämnen och preparat (beredningar)<sup>19)</sup> och rådets direktiv om leksakers säkerhet<sup>20)</sup>, och detta förslag diskuteras för närvarande i Europaparlamentet och rådet.
- Förberedande arbete och samråd pågår för att utveckla ett meddelande om behovet av ett initiativ inom säkerhet för tjänster som tillhandahålls konsumenterna.
- Kommissionen framlade ett ändrat förslag till rådets direktiv om säkerhetskrav och intygande av yrkesmässig kompetens för kabinpersonal inom civil luftfart<sup>21)</sup>.
- Kommissionen har slutfört bedömningen av tillämpningen av rådets rekommendation 86/666/EEG om brandsäkerhet i befintliga hotell<sup>22)</sup>, med avseende på att förnya och befästa bestämmelserna i denna.

I lagstiftningsprocessen behövs stöd från andra åtgärder, som övervakning, datainsamling och informationsverksamhet. Genomförandet av sådana åtgärder har främst omfattat följande:

- En undersökning av genomförandet av direktivet om allmän produktsäkerhet som användes som underlag för rapport från kommissionen till Europaparlamentet och rådet<sup>23)</sup> och för kommissionens förslag om ändring av direktivet för allmän produktsäkerhet<sup>24)</sup>.
- Framstegen och uppdateringen av "System för snabbt informationsutbyte", ett system som bygger på inspektionsbesök och diskussioner i medlemsstaterna: offentliga ansökningsomgångar inleddes för att få fram expertis till den tekniska bedömningen av produkter som anmälts i systemet och för det tekniska utvecklandet av ett Internet-baserat system.

---

<sup>16)</sup> EGT C 337E, 28.11.2000.

<sup>17)</sup> Beslut 1999/815/EG (EGT L 315, 9.12.1999).

<sup>18)</sup> EGT C 116E, 26.4.2000.

<sup>19)</sup> 76/769/EEG av den 27 juli 1976.

<sup>20)</sup> Direktiv 88/378/EEG av den 3 maj 1988.

<sup>21)</sup> KOM (1999) 68 slutlig.

<sup>22)</sup> EGT L 384, 31.12.1986.

<sup>23)</sup> Kommissionens rapport till Europaparlamentet och rådet av den 29 mars 2000 om erfarenheterna från tillämpning av direktiv 92/59/EEG om allmän produktsäkerhet [KOM(2000)140 slutlig].

<sup>24)</sup> KOM(2000)139 slutlig av den 29 mars 2000.

- Ett mandat åt lämpliga standardiseringsorgan att utveckla nya eller förbättrade säkerhetsstandarder för bl.a. barnavårdsartiklar, utrustning på nöjesfält och cigarettändare.

### 3.3. POLITISKT MÅL: Full respekt för konsumenternas ekonomiska intressen i EU

Den inre marknaden spelar en viktig roll när det gäller att förbättra livskvaliteten för medborgarna i EU genom att t.ex. stimulera till priskonkurrens, öka kvaliteten på tjänster och att öka valmöjligheterna. Konsumenter ska betraktas som en integrerad del i denna marknad. **Att se till att konsumenterna känner sig trygga när de handlar gränsöverskridande** är lika viktigt för att den inre marknaden skall fungera som att underlätta gränsöverskridande försäljning för företagen. För att detta skall fungera måste kommissionen se till att hindren för den gränsöverskridande efterfrågan undanröjs, så att konsumentdimensionen kan utvecklas parallellt med företagsdimensionen på den inre marknaden.

En rimlig förtroendenivå kan dock endast uppnås om konsumenternas ekonomiska intressen respekteras fullt ut. Bortsett från den vikt som ständigt läggs vid att förbättra effektiviteten på marknaden som ett instrument för konsumenternas bästa, är lagstiftning fortfarande en viktig del när det gäller att skydda konsumenternas ekonomiska intressen. Denna lagstiftning kan dock endast bli fullt effektiv om de behöriga myndigheterna tillhandahåller lämplig tillsyn.

Utgifterna för att uppnå detta mål har ökat med något mer än 1 miljon euro från 1999 till 2000 och uppgår till 5,6 miljoner euro. Detta återspeglar det ökade antalet åtgärder för införandet av euron.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Utvecklande av en konsumentvänlig inre marknad för finansiella tjänster**

Utvecklingen inom sektorn för finansiella tjänster har under de senaste åren kännetecknats av en ökad betydelse i ekonomin i stort, ett ökat utbud och en större komplexitet när det gäller de tjänster som erbjuds, ett snabbt växande antal elektroniskt förmedlade tjänster och ett ökat antal gränsöverskridande transaktioner. Denna situation kompliceras ytterligare genom de stora skillnaderna mellan medlemsstaterna i fråga om kultur, lagstiftning och förvaltning.

En sådan bakgrund **motiverar en policy om finansiella tjänster på EU-nivå** och visar svårigheterna med att utveckla en sådan policy. För att möta denna utmaning antog kommissionen 1997 ett meddelande om finansiella tjänster<sup>25)</sup> som fastställer åtgärder som införlivats i handlingsplanen för konsumentpolitiken.

Ett förslag till direktiv om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsument<sup>26)</sup> antogs av kommissionen den 19 november 1998 och inlämnades till Europaparlamentet och rådet. Resultatet av diskussionerna med rådet var att man började sammanställa en förteckning över tidigare nationella informationsbestämmelser. Denna förteckning kompletterades i mitten av juli 2000. Trots att Europeiska rådet i Lissabon i mars 2000 uppmanade rådet att nå en gemensam ståndpunkt före slutet av 2000 pågår förhandlingarna fortfarande.

Den första gemenskapslagstiftningen på området är direktivet<sup>27)</sup> om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om konsumentkrediter. Direktivet ändrades 1990 och 1998. Den snabba innovationstakten på området har gett upphov till nya problem

<sup>25)</sup> KOM (97) 309.

<sup>26)</sup> KOM(1998) 468 (EGT C 385, 11.12.1998).

<sup>27)</sup> Direktiv 87/102/EEG av den 22 december 1986.

och frågor som påverkar konsumenterna och som man måste åtgärda. Ett "diskussionsdokument" har utarbetats som täcker dessa frågor och problemställningar och har sänts till nationella experter och andra berörda parter för samråd innan man gör ett utkast till formellt förslag till ett nytt direktiv.

Under juli 1997, kom kommissionens rekommendation om elektroniska betalningsinstrument<sup>28)</sup> som är en uppdatering av en tidigare rekommendation från 1988 betalkort. De instrument som omfattas av rekommendationen är följande:

- **"tillgång till bankkonton"**: Instrument som fjärrstyrd tillgång till konton vid finansinstitut, vanligtvis banker. Denna kategori omfattar datorbanktjänster, telefonbanktjänster samt betalkort.
- **"elektroniska pengar"**: Instrument med lagrat elektroniskt värde, som magnetremsa, smartkort eller dataminnen ("elektroniska pengar" eller "digitala pengar").

Kommissionens rekommendation gäller transaktioner som berörs av sådana instrument och föreskriver de viktigaste standarderna som gäller för relationen mellan utgivare och innehavare. Kommissionen inledde en undersökning för att bedöma hur rekommendationen genomförts och en slutrapport väntas under mars 2001.

I fråga om elektroniska pengar antogs ett direktiv om att starta och driva affärsverksamhet i institut för elektroniska pengar samt om tillsyn av sådan verksamhet<sup>29)</sup> den 18 september 2000. I detta direktiv klargör särskilt bankdirektivens betydelse för e-penninginstitut och vilka krav som ställs på dessa (för nytt kapital och driftskapital, begränsningar för tillåtna investeringar, etc.) och vad som gäller för inlösning av elektroniska pengar.

I handlingsplanen för finansiella tjänster betonas **vikten av att det snabbt inrättas en verkligt integrerad privatmarknad**, där såväl konsumenternas som tjänsteutövarnas intressen får ett fullgott skydd. Försäkringsförmedling pekas där ut som ett av de områden som måste prioriteras. Lagstiftningen om försäkringsförmedling måste vara klar och enhetlig för att försäkringstjänster skall kunna tillhandahållas fritt över gränserna och för att försäkringstagarna ha ett fullgott skydd. Kommissionen antog den 25 september 2000 ett förslag till direktiv om försäkringsförmedling i syfte att modernisera de befintliga gemenskapsreglerna som infördes 1976.<sup>30)</sup>

En debatt om **"hög skuldsättning"** hölls vid rådets (konsumentfrågor) möte i april 2000. Resultatet blev att kommissionen inledde två undersökningar. En undersökning har som mål att samla in statistik över omfattningen av gränsöverskridande skuldsättning, medan den andra var avsedd för att se över medlemsstaternas lagstiftning om skuldsättning. Resultatet av dessa undersökningar kan komma att tjäna som ett viktigt underlag i kommissionens kamp mot social utslagning. Dessutom kommer kommissionen att använda sig av konsumentpolitiska instrument för att hantera detta problem. I synnerhet skall ändringarna i konsumentkreditdirektivet leda till en mer lättfattlig och korrekt praxis när det gäller utlåning.

I februari 2001 inledde kommissionen ett nätverk för gränsöverskridande tvistelösning utanför domstol när det gäller finansiella tjänster, FIN-NET, tillsammans med nästan 40 nationella

---

<sup>28)</sup> Kommissionens rekommendation om elektroniska betalningsinstrument (utgivare-innehavare) 97/489/EG av den 30 juli 1997.

<sup>29)</sup> Direktiv 2000/46/EG av den 18 september 2000.

<sup>30)</sup> KOM (2000) 511.

tvistlösningsorgan från EU och EES-länder. Detta nätverk syftar till att ge konsumenterna lättfattlig tillgång till tvistelösningar utanför domstol i samband med gränsöverskridande finansärenden, genom att garantera informationsutbyte mellan de olika systemen så att dessa gränsöverskridande klagomål kan handläggas så snabbt, effektivt och professionellt som möjligt, samt att se till att tvistlösningssystemen i de olika medlemsstaterna överensstämmer med en lägsta garantinivå. Kommissionen kommer att ge ut en konsumentguide för reglering av gränsöverskridande tvister utanför domstol i samband med finansiella tjänster i slutet av 2001.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: En enhetlig valuta för konsumenterna**

När det gäller finansiella tjänster, är förberedelserna inför införandet av euron för närvarande något som sysselsätter både företag och konsumenter. Att vänja sig vid euron är en svår process för de flesta konsumenterna, eftersom pengar påverkar många värderingar och personers tankar och handlingsmönster inte kan ändras så lätt. Det berör inte enbart de mest EU-medvetna eller aktiva konsumenterna, utan **varje medborgare** (barn som gamla) i euroområdet.

Trots att medlemsstaterna har det huvudsakliga ansvaret för att se till att övergången till euron fungerar friktionsfritt har kommissionen också bidragit till att konsumenterna i ökad utsträckning kan vänja sig vid den nya valutan. Detta omfattar framställning av informations- och utbildningsmaterial (nätverket "Euron, helt enkelt") och finansiering av särskild undervisning för utbildare från konsumentorganisationer och andra icke statliga organisationer som särskilt vänder sig till personer som har svårt att anpassa sig till den nya valutan (t.ex. de synskadade, hörselskadade, äldre samt förståndshandikappade).

Kommissionen har också infört olika åtgärder (årliga undersökningar och opinionsundersökningar) som syftar till att främja bästa praxis hos företag. Dessa åtgärder gäller särskilt övervakningen av hur företagen ställer sig till följande tre rekommendationer när det gäller:

- Dubbel prismärkning och lokala kontroller.
- Bankavgifter.
- Tillhandahållande av konsumentinformation.

Kommissionen kommer fortgående att övervaka de olika åtgärder som redan pågår och även konsumenternas reaktion. En ny rekommendation från kommissionen väntas under oktober 2001 om de praktiska aspekterna kring införandet av euron med ett avsnitt av särskild vikt för konsumenterna.

De åtaganden som täcks av detta verksamhetsområde har för 2000 beviljats anslag på upp till 2,7 miljoner euro.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Ett mer uppdaterat regelverk**

Det moderna samhället kännetecknas av snabba förändringar på många områden. Detta sätter press på myndigheter att se till att regelverket är relevant. För att uppnå detta mål krävs att effekterna av befintlig lagstiftning övervakas och även behovet av ny lagstiftning, t.ex. i samband med förändrad marknadsföringsteknik eller produktinnovation. På detta område, när

det gäller särskilda sektorer, har kommissionen ofta anlitat externa experter för enskilda undersökningar.<sup>31)</sup>

Mer generellt är det kommissionens mer omfattande mål att förenkla regelverket där detta är möjligt. Därför har de delar som gäller översyn av direktiven om vilseledande reklam och hemförsäljning, som ingår i handlingsplanen, skjutits upp, eftersom de kommer att behandlas i den kommande grönboken om framtida konsumentskydd. Detta är ett exempel på de fördelar som blir resultatet av ett flexibelt tillvägagångssätt när det gäller genomförandet av handlingsplanen för att uppnå en mer samordnad strategi i en särskild fråga.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Bättre genomförande och övervakning av befintlig lagstiftning**

Gemenskapens lagstiftningsprocess kännetecknas av att den berör flera institutioner på regional, nationell och internationell nivå. Genom denna situation skapas många tillfällen för olika tolkningar av rättsliga krav och olika nivåer på genomförande i praktiken. Mot bakgrund av detta har kommissionen infört ett antal åtgärder som syftar till att **förbättra genomförande och övervakning**.

Kommissionen har använt sig av informella dialoger med medlemsstaterna, före införlivandet, som ett sätt att förbättra det nationella genomförandet av lagstiftning. Man har hållit möten med medlemsstater om "enhetlig prissättning" (januari 1999), om "distansförsäljning" (oktober 1999) och om "jämförande reklam" och "förbudsföreläggande" (november 1999). Ytterligare möten planeras i samband med direktivet om vissa aspekter av försäljning av konsumtionsvaror och hithörande garantier. Liknande möten har också ägt rum efter införlivandet i syfte att se över eventuella problem som uppkommit i samband med detta.

Kommissionens arbete är inte över när lagstiftningen är införlivad och har trätt i kraft, eftersom kommissionen måste vara beredd att ta itu med eventuella problem. Till exempel har kommissionen utarbetat rapporter om tillämpning av direktiv 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal<sup>32)</sup> och om klagomål i samband med distansförsäljning och jämförande reklam<sup>33)</sup>.

Det är dock i stort tillsynsmyndigheterna i medlemsstaterna som ansvarar för övervakning och genomförande. Kommissionen har uppmanat de europeiska medlemmarna i IMSN (*International Market Supervision Network*) att förbättra samarbetet och informationsutbytet mellan medlemmarna på informell basis. Möten i "IMSN- Europa" hölls i september 1999, i mars och oktober 2000 och i mars 2001.<sup>34)</sup> Det utvecklas tekniska instrument för att denna grupp skall kunna dra största möjliga fördel av informationsutbytet mellan sina medlemmar (när det gäller specifika problem eller bästa metoder).

Bortsett från dessa initiativ har erfarenheten visat att det är svårt att utveckla ett effektivt administrativt samarbete på tillfällig och informell basis. Ett befintligt informellt samarbete

---

<sup>31)</sup> Man har t.ex. undersökt hur direktivet om vilseledande reklam kan ändras så att det även gäller vilseledande hälsopåståenden och om befintlig konsumentlagstiftning i EU behöver uppdateras med tanke på de nya förutsättningar som informationssamhället skapar.

<sup>32)</sup> KOM(2000)248 slutlig, 27.4.2000.

<sup>33)</sup> KOM(2000)127 slutlig, 10.0.2000.

<sup>34)</sup> Kommissionen deltar i gruppens möten, men är inte ordförande och bestämmer inte dagordningen. Kommissionens fungerar endast som sekretariat och tillhandahåller möteslokaler och tolktjänst i de fall då ordföranden i IMSN inte är från Europa och mötena därför hålls i Bryssel.

behandlar inte alla frågor, vilket är nödvändigt i samarbetet mellan nationella förvaltningar och kommissionen. Ett mer formellt system behövs för att

- övervaka utvecklingen systematiskt för att kunna identifiera och bemöta problem,
- införa en gemenskapsdimension i det praktiska genomförandet av konsumentpolitiken,
- tillhandahålla det system som är nödvändigt för att kommissionen i enlighet med det nya fördraget skall kunna utföra sitt uppdrag att övervaka den nationella konsumentpolitiken,
- skapa en plattform för samarbete i fråga om icke-lagstiftande initiativ, samt
- tillhandahålla det nödvändiga systemet inom vilket kandidatländernas förvaltningar kan förbättra sina genomförandemekanismer inför anslutningen.

Kommissionen kommer inom kort att lansera en grönbok om det framtida konsumentskyddet som bland annat kommer att innehålla ett alternativ om att utveckla ett ramdirektiv om samarbete mellan kommissionen och medlemsstaterna.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Tjänster i allmänhetens intresse**

1996 presenterade kommissionen ett första **meddelande om tjänster i allmänhetens intresse i Europa**<sup>35)</sup>. Detta meddelande är ett viktigt led i kommissionens erkännande av de finansiella tjänsterna av allmänt intresse som en viktig aspekt i den europeiska samhällsmodellen. I september 2000 klargjordes kommissionens policy på området ytterligare i **ett nytt meddelande om tjänster i allmänhetens intresse i Europa**<sup>36)</sup>. I det nya meddelandet bekräftas åter att det viktigaste målet måste vara att tjäna allmänhetens intresse genom att erbjuda hög kvalitet på tjänster till rimliga priser.

Betydelsen av samhällsomfattande tjänster har också lett till att man etablerat dialoger på olika nivåer. I december 1999 antog Konsumentkommittén de principer som den ansåg behövde följas när man utvecklade ett allmänt koncept för tjänster. Det har även hållits flera debatter i de olika mötena i rådet (konsumentfrågor) som resulterat i antagandet av **deklarationen om tjänster i allmänhetens intresse** under mötet i rådet (den inre marknaden/konsumentfrågor) den 30 november 2000.

Arbetet med att utveckla en konsumentdimension i särskilda sektorer har också pågått. År 2000 föreslog kommissionen ett nytt lagstiftningspaket om elektroniska kommunikationsnät och tjänster som omfattar **ett förslag till direktiv om samhällsomfattande tjänster och användares rättigheter**. Förslaget om ändring av direktivet för posttjänster syftar också till att utveckla en högre nivå av konsumentskydd, och kommissionen antog i juni 2000 ett meddelande om skydd av flygpassagerarnas intressen i Europeiska unionen<sup>37)</sup>.

Kommissionen lanserade även en rad opinionsundersökningar i Eurobarometern mellan april och maj 2000, bland annat en särskild undersökning om "Européerna och tjänster i allmänhetens intresse".<sup>38)</sup> Man undersökte utifrån en konstant uppsättning tjänster hur nöjda

---

<sup>35)</sup> Kommissionens meddelande "Tjänster i allmänhetens intresse i Europa": 26.9.1996; KOM(1996) 443.

<sup>36)</sup> Kommissionens meddelande "Tjänster i allmänhetens intresse i Europa":15.9.2000; KOM(2000) 580.

<sup>37)</sup> Meddelande "Skydd av flygpassagerarnas intressen i Europeiska unionen"; 21.6.2000; KOM(2000) 365.

<sup>38)</sup> Eurobarometer nr 53 - oktober 2000 - Resultat och sammanfattning finns på:  
[http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/serv\\_gen\\_int/](http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/serv_gen_int/)

konsumenterna var med tillgång, pris, kvalitet, upplysningar, avtalsvillkor samt hur klagomål hanteras. Tjänsterna omfattade telefoni och mobiltelefoni, el, gas och vatten, post, kollektivtrafik i städer samt tågtrafik mellan städer.

- **VERKSAMHETSOMRÅDE: Bättre integration av konsumenternas ekonomiska intressen på andra gemenskapspolitiska områden**

Konsumenterna befinner sig per definition i en marknadsmiljö som påverkas av de sociala, ekonomiska, juridiska, politiska och institutionella krafter som gör sig gällande på det berörda området. Konsumentpolitiken kan därför inte utvecklas åtskild från andra politikområden, oavsett på vilken nivå den förs, utan måste främja konsumentintressen i ett större sammanhang där man även ser till andra relevanta intressen. Därför anser man i allt högre grad att konsumentpolitiken bör ha till uppgift att integrera konsumentintressen vid utarbetandet av politiska åtgärder på alla andra relevanta politikområden.

Detta gäller särskilt på EU-nivå, där man under de senaste två åren med goda resultat har arbetat för att integrera konsumentintressen på följande områden:

Den inre marknaden, även e-handel och finansiella tjänster	Politiken för informationsområdet, även telekommunikationer
	Transportpolitik, även luftfart
Konkurrenspolitik	Audiovisuell politik
Införandet av euron	Energipolitik
Jordbrukspolitik	Fiskepolitik
Genomförande av det europeiska forskningsområdet	

Trots att man har gjort goda framsteg har det hittills ofta rört sig om punktinsatser. Istället behövs en **fastare och mer systematisk grundval** för integration av konsumentintressen på alla relevanta gemenskapspolitiska områden för att man skall kunna uppnå de mål som anges i artikel 153 i fördraget. Detta bör beaktas vid utarbetandet av nästa handlingsplan.

#### 4. LÄRDOMAR AV DEN NUVARANDE HANDLINGSPLANEN

Den nuvarande handlingsplanen löper ut i slutet av 2001, och kommissionen kommer därför inom kort att börja utarbeta en ny handlingsplan. Man kommer härvid att beakta de erfarenheter som gjorts under de senaste två åren, särskilt följande **tre viktiga lärdomar**:

- Fördelarna med flexibilitet i genomförandet av handlingsplanen.
- Behovet av ett mer strategiskt tänkande när det gäller EU:s konsumentpolitik.
- **Vikten av i praktiken integrera konsumentaspekten på alla relevanta gemenskapspolitiska områden.**

#### *Flexibilitet i genomförandet*

Handlingsplanen upprättades för en treårsperiod, men detta tidsperspektiv får inte bli en "tvångströja" som hindrar anpassningar. Handlingsplanen bör snarare betraktas som en utgångspunkt för en **dynamisk process** som ger en adekvat grund för resursplanering och

som samtidigt är så flexibel att man kan anpassa sig till ändrade omständigheter. Den nuvarande handlingsplanen fick exempelvis ändras för att ta hänsyn till bland annat följande:

- Behovet att ge högsta prioritet åt livsmedelssäkerhetsfrågan.
- Den snabba utvecklingen inom e-handeln.

### *Ett mer strategiskt tänkande*

Det finns tydliga fördelar med att bibehålla denna flexibilitet, även om anpassningar endast bör göras inom den givna politiska ramen. Den nuvarande handlingsplanen har fått kritik för att den fortfarande i alltför hög grad är ett "hopkok" av olika enskilda åtgärder, utan någon välstrukturerad strategi i botten som gör det möjligt att skapa samverkan mellan olika mål och insatser. Det kan leda till att politiken inte förs på ett konsekvent sätt, om man till exempel vidtar särskilda åtgärder utan att ha något bakomliggande politiskt mål.

Det finns historiska orsaker till detta, men eftersom man på senare tid insett konsumentpolitikens betydelse är det motiverat att övergå till **ett mer systematiskt och strategiskt tänkande** som kan utgöra grunden för en mer konsekvent politik. Detta nytänkande kräver insatser på följande viktiga områden:

- Skapande av en "kunskapsbas"<sup>39)</sup>.
- Införande av metoder för konsekvensanalys.

Den nuvarande handlingsplanen har liksom sina företrädare i viss utsträckning hindrats av den begränsade tillgången på uppgifter som behövs för att man skall kunna bilda sig en välgrundad uppfattning. För att lösa detta problem har kommissionen under det senaste årtiondet inlett ett betydande antal konsumentrelaterade insatser i form av pilotprojekt. I det framväxande informationssamhället krävs det dock mer systematiska och heltäckande åtgärder för att man skall kunna utveckla en lämplig "kunskapsbas" som ett nödvändigt hjälpmedel vid utarbetandet av politiska åtgärder.

Utarbetandet av en publikation med **fakta och siffror om europeiska konsumenter** är ett första steg i denna riktning. Denna sammanställning av de mest relevanta och användbara uppgifterna på området kommer att förbättra tillgängligheten när det gäller de basfakta som skall ligga till grund för utvärderingen och utvecklingen av konsumentpolitiken. I detta material kommer att ingå uppgifter från olika källor, bland annat Eurostat och andra avdelningar inom kommissionen samt externa undersökningar. Man har påbörjat arbetet med att samla in relevanta uppgifter och dokumentet kommer troligen att publiceras mot slutet av 2001.

Detta material kommer att vara mycket användbart för att utvärdera och utforma konsumentpolitiken och för att förstå konsumenternas behov i allmänhet. Publikationen är avsedd inte bara för beslutsfattare, utan även för konsumentorganisationer och allmänheten.

**En mer systematisk användning av olika metoder för konsekvensanalys** skulle ge kommissionen möjlighet att föra en mer konsekvent konsumentpolitik och leda till ökad genomslagskraft och effektivitet för de åtgärder som vidtas på området. En konsekvensanalys kan göras när som helst i programcykeln. Konsekvensanalysen kan göras innan ett program

---

<sup>39)</sup> Ett särskilt exempel på insatser som bidrar till genomförandet av det europeiska forskningsområdet.

genomförs eller en politisk åtgärd vidtas (dvs. på förhand), då man bedömer potentiella effekter av en planerad politisk åtgärd. Den kan också göras efter det att ett program eller en politisk åtgärd har avslutats (dvs. i efterhand), då man gör en bedömning av resultatet.

Dessa metoder skulle göra det lättare att

- göra en förhandsbedömning av vilka politiska riktlinjer och åtgärder som är mest lämpliga för att uppnå de fastställda målen, och
- i efterhand bedöma huruvida det förväntade resultatet har uppnåtts i praktiken.

Följande insatser har redan utvärderats genom avtal med externa företag:

- Pilotprojekt som rör hållbar konsumtion: en rapport lämnades in den 11 september 2000.
- "Consumerland"-projektet (en databaserad virtuell konsumentvärld): utvärderingen lämnades in den 22 december 2000.
- Kampanjen för livsmedelssäkerhet: en rapport lämnades in den 30 mars 2001.

En utvärdering av det ekonomiska stödet till europeiska konsumentorganisationer är under utarbetande, och rapporten förväntas finnas tillgänglig i september 2001.

Kommissionen avser att beställa en extern utvärderingsrapport om hur vissa av åtagandena i den nuvarande handlingsplanen har uppfyllts. Rapporten kommer att utgöra en del av den övergripande utvärderingen av genomförandet av handlingsplanen. För att skapa en solid grundval för en mer heltäckande och öppen bedömning av konsumentpolitikens genomslagskraft och effektivitet kommer man dock att på alla sätt sträva efter att förbättra kommissionens kapacitet när det gäller att göra bedömningar såväl på förhand som i efterhand.

### ***Integration i praktiken***

I artikel 153.2 i Amsterdamfördraget föreskrivs att "*konsumentskyddskraven skall beaktas när gemenskapens övriga politik och verksamhet utformas och genomförs.*" Som påpekas ovan har man uppnått allt bättre resultat när det gäller att se till att konsumentintressen beaktas fullt ut i de gemenskapspolitiska initiativen. Det har dock till största delen rört sig om punktinsatser. Eftersom detta arbete inte heller har redovisats på ett systematiskt sätt, har de goda resultaten inte fått ett adekvat erkännande. Det behövs därför ytterligare åtgärder för att konsumentfrågorna skall kunna integreras på andra områden i praktiken. Det centrala målet måste vara att se till att konsumentaspekten redan från början beaktas som ett självklart inslag i utarbetandet av gemenskapspolitiska riktlinjer och åtgärder på relevanta områden, på samma sätt som det tas hänsyn till andra politikområden inom politiken för skydd av konsumenternas hälsa.

Man kommer att fortsätta och om möjligt intensifiera de ansträngningar som nu görs för att se till att konsumentaspekten beaktas i alla gemenskapspolitiska riktlinjer och åtgärder på relevanta områden, bland annat konstruktivt deltagande i förfaranden för samråd inom kommissionen och successiv utveckling av ett nätverk med specialiserade kontakter. Dessa kontakter bör dock kompletteras genom en mekanism för systematisk samordning. Kommissionen kommer i detta syfte att inrätta en ständig **avdelningsövergripande arbetsgrupp för konsumentpolitik**. Denna arbetsgrupp, som kommer att sammanträda regelbundet, skall bidra till att fastställa vilka områden som bör prioriteras när det gäller integration av konsumentfrågor och främja ett mer handlingsinriktat tänkande för att se till att konsumentintressena beaktas på alla gemenskapspolitiska områden.

En ökad användning av konsekvensanalys och utvärderingar kommer också att underlätta uppgiften att se till att konsumentfrågor beaktas på lämpligt sätt på alla relevanta gemenskapspolitiska områden. Ju bättre kapacitet kommissionen har i fråga om konsekvensanalyser, desto mer övertygande argument kan framföras – detta gör det givetvis lättare att övertyga inte bara företrädare för konsumenterna, utan även näringslivet och andra aktörer samt rådet och Europaparlamentet.

#### *Kompletterande insatser*

För att man skall kunna anta utmaningen att skapa ett mer följsamt beslutsfattande som avspeglar medborgarnas och konsumenternas behov krävs det mer än bara en attitydförändring inom en enda institution. Man måste också skapa ett större intresse bland allmänheten för den politiska debatten och utveckla effektiva sätt att meddela de ställningstaganden man i samförstånd nått fram till.

I detta avseende har den omstrukturerade konsumentkommittén<sup>40)</sup> en viktig roll när det gäller att skapa ökad samverkan mellan olika politikområden. Vid det första mötet den 7 november 2000 fick konsumentkommittén i uppdrag att fungera som en effektiv förespråkare för konsumentintressen genom att delta aktivt och bidra till utformningen av konsumentpolitiken inom kommissionen. Kommittén bör också samarbeta med andra aktörer för att främja konsumentintressen och upprätta förbindelser med andra EU-institutioner, särskilt rådet och parlamentet<sup>41)</sup>.

För att hjälpa konsumentkommittén att fullgöra sin uppgift kommer kommissionen på alla sätt att sträva efter att **på ett så tidigt stadium som möjligt** informera kommittén om olika konsumentrelaterade frågor som behandlas av kommissionen. Målet måste vara att se till att konsumentintressena beaktas redan från början när politiska initiativ utformas på relevanta områden.

Som komplement till de traditionella kanaler som konsumentorganisationerna använder för att identifiera frågor som är relevanta för konsumenterna undersöker kommissionen också möjligheten att använda Internet för att skapa ett bättre **samhällsstyre genom interaktivitet**. Man föreslår att detta till en början skall ske genom att man utarbetar följande två slag av åtgärder:

---

<sup>40)</sup> Se avsnittet ovan om "**En starkare röst för konsumenterna i EU**".

<sup>41)</sup> Anförande av kommissionär David Byrne vid konsumentkommitténs möte den 7 november 2000.

- **Spontan återkoppling genom mellanhänder.** Till skillnad från enkäter eller samråd (som rör ett visst tema vid en viss tidpunkt) är återkopplingsmekanismen neutral och kan, eftersom den löpande förmedlar reaktioner från marknaden, ge en aktuell bild av problemområden nästan i realtid.
- **Samråd på ett givet tema.** Liknande internetmekanismer kan användas när det gäller
  - frågor som kan besvaras genom att man röstar ja eller nej eller genom att man väljer bland ett begränsat antal svarsalternativ, eller
  - mer komplexa frågor (t.ex. nya politiska åtgärder eller lagförslag), där det behövs både flervalsfrågor och möjlighet till fritextsvar.

Diskussionerna om detta initiativ för interaktivt beslutsfattande<sup>42)</sup> fortsätter, och tanken är att konsumentfrågor skall vara ett av de områden som omfattas av denna mekanism. Återkoppling i fråga om konsumentpolitiken kommer till en början att tillhandahållas både av rådgivningstjänsten, som besvarar medborgarnas frågor bland annat om deras rättigheter som konsumenter på den inre marknaden, och av de europeiska kontoren för konsumentinformation (s.k. Euroguichet). Analysen av dessa uppgifter om konsumenternas erfarenheter kommer att hjälpa kommissionen att utvärdera konsumentpolitikens effekter.

### *Andra överväganden som rör utformningen av politiken i framtiden*

I takt med att EU:s konsumentlagstiftning blir mer omfattande kommer fokus att övergå från behovet att utarbeta lagstiftning på nya problemområden till de följdåtgärder som behövs för att **se till att den befintliga lagstiftningen får avsedd verkan**. En ineffektiv kontroll av efterlevnaden skulle undergräva EU-lagstiftningens mål. Det är därför mycket viktigt att befintlig lagstiftning införlivas i de nationella rättssystemen på ett riktigt sätt och att behöriga tillsynsmyndigheter i de olika medlemsstaterna sedan kontrollerar efterlevnaden på ett effektivt och systematiskt sätt. Det krävs ett samarbete mellan berörda myndigheter för att se till att kollektiva konsumenträttigheter inte undergrävs, och man bör överväga hur detta samarbete kan stärkas. För att konsumenternas individuella rättigheter skall ha någon betydelse i praktiken måste man också se till att det finns mekanismer genom vilka dessa rättigheter faktiskt kan utövas. I synnerhet kräver tillgång till rättsmedel enkla, effektiva och verkningsfulla lösningar för att ge konsumenterna realistiska möjligheter till rättslig prövning när de har lidit skada.

Ett annat politikområde som givetvis kommer att få ökad politisk betydelse i nästa politiska dokument är de praktiska konsekvenserna av **utvidgningen**. För att EU:s konsumentpolitik skall få ett lämpligt bemötande i kandidatländerna måste följande tre områden särskilt beaktas. För det första bör man se till att kandidatländerna fullt ut antar de krav som fastställs i EU:s konsumentlagstiftning. För det andra behöver effektiva system för övervakning och kontroll av efterlevnaden införas i dessa länder för att konsumentskyddsbestämmelserna skall få avsedd verkan. För det tredje bör man stödja arbetet för att stärka konsumentorganisationerna i kandidatländerna, så att konsumenterna blir medvetna om sina rättigheter och kan utöva dem i praktiken. För att man skall kunna uppnå dessa mål måste lämpliga bestämmelser måste införas i den kommande rättsliga grunden.

---

<sup>42)</sup> Se IP/01/519.

## 5. SLUTSATSER

Under de senaste åren har det skett många förändringar – inte bara politiska, utan även sådana som rör organisationen och verksamheten – som påverkar konsumentpolitikens utveckling på EU-nivå. Som framgår av denna rapport har dessa förändringar dock i allmänhet inte påverkat genomförandet av handlingsplanen i negativ riktning. Situationen i stort visar inte bara att framsteg har gjorts på konsumentpolitikens traditionella områden, utan även att kommissionen på ett aktivt sätt har skyddat konsumentintressen på nya områden, till exempel Internet i allmänhet och e-handel i synnerhet.

De senaste åren kan i stort sett sägas ha varit en övergångsperiod som inneburit att konsumentpolitiken fått en mer central roll. Det faktum att konsumentpolitiken fått högre prioritet på EU-nivå innebär dock att utarbetandet av politiska åtgärder kommer att dra till sig större uppmärksamhet. Man bör därför allt mer inrikta sig på att konsolidera den uppgradering av EU:s konsumentpolitik som nyligen gjorts.

Med tanke på **nästa handlingsplan** innebär detta att kommissionens centrala mål bör vara att se till att framtida förslag till konsumentpolitiska åtgärder och närliggande insatser har en solid grundval samt att de ingår i en konsekvent strategi, gagnas av ett brett och öppet samråd och underkastas ett strikt system för övervakning och konsekvensanalys.

**Bilaga 1**

GENOMFÖRANDE AV BESLUT 283/1999/EG UNDER 1999 OCH 2000 (i euro)		
Verksamhetsområde 1 – En starkare röst för konsumenterna i EU		
ÅTGÄRD	1999	Year 2000
Euroguichet-punkter – i den europeiske konsumentens tjänst	1 719 014	1.950.530
Europeiska informationscentrum för konsumenter (inbegripet handläggning av klagomål)	1 719 014	1.950.530
Bättre information för och utbildning av konsumenter	6 135 997	5.450.225
Europa - webbplats på Internet	299 490	411.530
Eurobarometer - Undersökning om konsumentsammanslutningar	293 595	0
Informationskampanj om livsmedelssäkerhet	4 108 373	3.772.899
<i>Consumer Voice</i> (utgåva 1999)	62 000	0
<i>Consumer Voice</i> (utgåva 2000)	228 000	394.699
<i>Consumerland</i>	0	0
<i>Consumerland</i> - datautveckling	0	13.714
Integrering av konsumentutbildning i medlemsstaternas läroplaner	413 445	0
Tävling för unga konsumenter i Europa	703 229	657.383

Publikation	27 865	0
Möten	0	200.000
Internationellt samarbete	30 000	0
Möte med japanska konsumentorganisationer	30 000	0
Ekonomiskt bidrag	4 603 709	2.735.738
Artikel 2b: Ekonomiskt bidrag till europeiska konsumentorganisationer - 1999	1 423 203	
Artikel 2b: Ekonomiskt bidrag till europeiska konsumentorganisationer - 2000	1 355 000	240.185
Artikel 2b: Ekonomiskt bidrag till europeiska konsumentorganisationer - 2001		1.430.000
Artikel 2c: Ekonomiskt bidrag	1 825 506	990.553
TOTALT VERKSAMHETSOMRÅDE 1	12 488 720	10.136.493

<u>Verksamhetsområde 2 – En hög- hälso- och säkerhetsnivå för konsumenterna i EU</u>		
<b>ÅTGÄRD</b>	<b>Year 1999</b>	<b>Year 2000</b>
Politik baserad på vetenskap	2 334 629	2.193.128
Vetenskapliga kommittéer: expertbidrag	1 450 000	1.500.000
Vetenskapliga kommittéer: förberedande analyser	69 435	32.575
Förlängning av avtal: RIVM och LNR	127 923	0
Vetenskapliga kommitténs forskning om hårfärgningsmedel	48 618	0
De vetenskapliga kommittéernas yttranden på cd-rom	36 888	39.100
BSE: publikation	4 913	0
BSE studier	474 740	621.453
Kritisk granskning av xenobiotiska hormoner	6 647	0
Riskbedömning för människors hälsa när det gäller haloethers (isomeric bis(dichloropropyl)ethers)	115 465	0
Säkrare produkter	262 428	35.000
Eurobarometer om bedömning av hur effektiva olika säkerhetsmärkingar är (även EG-märkning)	106 940	0

Eurobarometer om märkning av genmodifierade organismer	155 488	0
Tekniskt bistånd: översyn av det allmänna produktsäkerhetsdirektivet	0	35.000
Säkrare tjänster	198 010	9.740
Studie: allmän skyldighet att bedriva lojal handel (studie som förts från del A i budgeten)	78 900	0
Experttjänster: seminarium om dörrförsäljning	0	9.740
Studie om berättigande, behov och prioriteringar när det gäller tjänsters säkerhet	119 110	0
Bättre genomförande, övervakning och reaktion på nödsituationer	1 189 708	1.188.151
System för snabbt informationsutbyte för icke-livsmedelsprodukter	61 913	0
System för snabbt informationsutbyte för livsmedel	366 860	347.730
IMS 24/EMIS (Euratom Management Information System): system för FVO; verksamhet (planering av inspektioner, uppföljning och rapporter)	395 935	490.421
Experter som följer kommissionens grupper på uppdrag	335 000	350.000
Utbildning: Europhyt	30 000	0
Seminarier/konferenser	57 408	84.529
Finska ordförandeskapets konferens: " Europeiska livsmedel 2000 » (23-24/09)	28 372	0
Forum om toxikologi	29 036	0

Dansk konferens om endokrinostörande ämnen	0	84.369
Övrigt	0	160
Ekonomiskt bidrag	802 878	1.120.478
Artikel 2c: Ekonomiskt bidrag	802 878	1.120.478
TOTALT VERKSAMHETSOMRÅDE 2	4 845 061	4.631.026

Verksamhetsområde 3 - Full respekt för konsumenternas ekonomiska intressen i EU		
<b>ÅTGÄRD</b>	<b>Year 1999</b>	<b>Year 2000</b>
Finansiella tjänster och en enhetlig valuta för konsumenterna	979 904	2.713.257
Eurobarometer om euron	493 248	442.497
Euro actions : genomförande av överenskommelse mellan konsumenter och företag	99 636	0
Euro actions : "Euron - den enkla vägen" (informationskampanj för utsatta konsumenter)	61 786	100.000
Utveckling av bankavgifter efter införandet av euron, avgifter över gränserna		0
Seminarium: utbildning av utbildare	276 360	0
Publikationer: Euron -den enkla vägen	0	30.000
Ekonomisk dialog	48 874	0
Utbildningsseminarium för grekiska icke-statliga organisationer	0	218.639
Utbildningsseminarium	0	150.000
Undersökning om tillämpningen av överenskommelsen mellan konsumenter och företag	0	99.547
Framställning och överföring av informationsmaterial om euron	0	1.000.000
Eurobarometer om finansiella tjänster	0	315.927
Hög skuldsättning: översyn av gällande betalningssätt - statistiska uppgifter och lösningar	0	209.750

Kvalitativ studie: konsumenternas beredskap inför införandet av euron	0	146.897
Ett mer uppdaterat regelverk	119 735	0
Sammanställning av konsumenters rättigheter	61 155	0
Förberedelser av ett gemenskapssystem för kontroll och certifiering av "miljöargument"	45 680	0
Uppföljningsavtal med CDC	12 900	0
Bättre genomförande och övervakning	995 786	303.224
Databas för oskäliga avtalsvillkor (CLAB): insamling och analys	283 000	158.424
Databas för oskäliga avtalsvillkor (CLAB): datastöd	96 117	0
Publicering av konferensdokument om oskäliga avtalsvillkor	7 910	0
Eurobarometer - tillgång till rättssystemet	288 443	0
Blankett "tillgång till rättssystemet": avtal 1998	247 683	0
Blankett "tillgång till rättssystemet" : nya avtal	2 500	0
Internationella nätverkssystemet för marknadsövervakning (IMSN): system av utbyte av standardiserad information mellan myndigheter med ansvar för brottsbekämpning	70 133	144.800
Bättre integration av konsumenters ekonomiska intressen i övrig EU-politik	356 546	335.003
Prisindeixstudie (delfinansiering med Eurostat, GD MARKT)	0	160.003
Nätverk med integrationsexperter	22.900	0

Nätverk med integrationsexperter	38 000	0
Uppföljning av Rom-konferensen- Utveckling av en webbplats	42 500	0
Eurobarometer om tjänster av allmänt intresse	203 146	0
Workshop om "mjuk" lagstiftning ("soft-law")	50 000	0
Publikation om konsumentpolitikstatistik	0	175.000
Seminarier/konferenser	152 673	75.000
Tyska ordförandeskapets konferens om elektronisk handel	83 548	0
Finska ordförandeskapets konferens om "Tjänster av allmänt intresse i Europa"	69 125	0
Seminarium: skyldighet att bedriva lojal handel	0	75.000
Ekonomiskt bidrag	1 910 273	2.190.932
Artikel 2c: Ekonomiskt bidrag	1 910 273	2.190.932
<b>TOTALT VERKSAMHETSOMRÅDE 3</b>	<b>4 514 917</b>	<b>5.617.416</b>

UTVÄRDERINGAR	1999	Year 2000
	386 240	99.984
Utvärdering av kampanjen om livsmedelssäkerhet	224 050	0
Utvärdering av pilotprojekt om hållbar konsumtion	97 650	0
Utvärdering av " <i>Consumerland</i> "	64 540	0
Utvärdering av ekonomiskt bidrag till europeiska konsumentorganisationer (artikel 2 b )	0	99.984
TOTALT GENOMFÖRDA	22 234 938	20.484.919
TOTALT TILLGÄNGLIGA	22 350 000	22.905.000

Bilaga 2

	1999	2000
Totalt antal ansökningar om ekonomiskt bidrag som kommissionen fått efter anbudsinfördran	210	178
Totalt antal ansökningar som inte uppfyller villkoren och kriterierna i anbudsinfördran och som därför avslagits	157	137
<i>Antal godkända enskilda projekt*</i>	49	36
<i>Antal europeiska konsumentorganisationer som har fått bidrag**</i>	4	5

Totalt belopp för de begärda ekonomiska bidragen ( <i>i euro</i> )	19 816 169	16.240.225
<i>Totalt bidragsbelopp som beviljats till individuella projekt (i euro)*</i>	4 538 657	4.680.164
<i>Totalt bidragsbelopp som beviljats till europeiska konsumentorganisationers verksamhet (i euro) **</i>	1 423 203	1.595.185
Totalt antal ärenden som genomförts ***	45	41

\* *Ekonomiskt bidrag enligt artikel 2 c i beslut 283/1999/EG*

\*\* *Ekonomiskt bidrag enligt artikel 2 b i beslut 283/1999/EG*

\*\*\* *Denna siffra omfattar ekonomiskt bidrag både enligt artikel 2 b och 2 c. Den visar Antal ärenden som hade genomförts i slutet av året.*