



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den [...] KOM(2007)

slutlig

Sammanfattning av konsekvensanalysen

”Strategi för konsumentpolitiken 2007–2013”

Sammanfattning av konsekvensanalysen

”Strategi för konsumentpolitiken 2007–2013”

Under perioden 2007–2013 skall konsumentpolitiken klara av följande två viktiga utmaningar:

- Att se till att konsumenterna och företagen bättre kan utnyttja möjligheterna på den inre marknaden.
- Att rusta konsumenterna så att de kan dra största möjliga fördel av utvecklingen på marknaden.

Även om det har skett en markant ökning i antalet gränsöverskridande inköp över gränserna under perioden 2003–2006, föredrar konsumenterna i EU att fortsätta köpa nationella produkter och att handla på hemmamarknaden. Det är dock intressant att konstatera att det samtidigt är många konsumenter och företag som säger sig vara redo för transaktioner över gränserna.

Att antalet transaktioner över gränserna fortfarande är förhållandevis lågt inskränker utbudet för konsumenterna, minskar den konkurrensmässiga pressen som skulle kunna leda till ett effektivt fastställande av produktpriserna till gagn för konsumenterna, och begränsar fördelarna för företagen, särskilt små och medelstora företag.

Det finns många orsaker till att det görs så få transaktioner över gränserna: brist på förtroende hos konsumenterna, framför allt på grund av skillnader när det gäller skyddsbestämmelser i olika länder och bristen på effektiva tvistlösningssystem, otillräcklig hänsyn till konsumentintressena i den övriga gemenskapspolitiken, brist på information till konsumenterna och företagen om möjligheterna på den inre marknaden, otillräcklig tillgång till snabb Internetuppkoppling i vissa medlemsstater, bestående hinder som gör det svårt för företagen att handla utanför hemlandet, en svag konsumentrörelse och otillräckligt med information om konsumenterna och marknaderna.

Samtidigt står konsumenterna i EU inför en omvälvande utveckling som kan påverka deras val och få dem att ändra konsumtionsmönster: det allt mer varierade och komplexa utbudet, den tekniska revolutionen och tillväxten i e-handeln, globaliseringen av produktionen, utvecklingen av tjänster och liberaliseringen av nätverkstjänster. Även om många konsumenter har möjligheter att dra fördel av denna utveckling, kan övergången vålla problem för de mest sårbara konsumenterna.

Gemenskapens insats på konsumentskyddsområdet är baserad på EG-fördragets artikel 153, där det föreskrivs att gemenskapen och medlemsstaterna har delad behörighet på området. En insats på gemenskapsnivå är nödvändig när det berörda problemet sträcker sig utanför de rent nationella ramarna. Oavsett om konsumenterna köper sina produkter och tjänster lokalt eller i utlandet eller om de gör det med hjälp av ny teknik, skall de kunna lita på att de överallt har tillgång till ett brett urval av produkter och tjänster till konkurrenskraftiga priser, samma höga skyddsnivå och tillgång till snabba och effektiva tvistlösningssystem.

Med hänsyn till de utmaningar som vi står inför har följande tre huvudmål för EU:s konsumentpolitik under kommande år fastställts:

- Stärkande av konsumenterna i EU: om konsumenterna skall kunna delta fullt ut på marknaden behöver de såväl precis information och marknader med insyn som det förtroende som bygger på ett effektivt skydd och solida rättigheter.
- Förbättrat välbefinnande för konsumenterna i EU när det gäller pris, valmöjligheter, kvalitet, mångfald, åtkomlighet och säkerhet. Konsumenternas välbefinnande är kärnan i väl fungerande marknader.
- Effektivt skydd av konsumenterna mot de risker och faror som de inte kan klara på egen hand. En hög skyddsnivå gentemot sådana företeelser är en viktig förutsättning för konsumenternas förtroende.

För att kunna uppfylla dessa mål måste man genom EU:s konsumentpolitik därför

- stödja sig på en bättre övervakning av konsumenterna och nationell konsumentpolitik,
- se till att förbättra konsumentskyddslagstiftningen,
- främja en bättre tillämpning av den gällande lagstiftningen och bättre system för prövning,
- informera och utbilda konsumenterna bättre,
- ge konsumenterna en central plats i lagstiftningen och främja en bättre integrering av konsumentskyddshänsyn i EU:s övriga politik,
- skydda EU:s konsumenter bättre på de internationella marknaderna.

Konsekvensanalysen har visat att det finns tre valmöjligheter för perioden 2007–2013: antingen en konsumentpolitik som huvudsakligen är ett nationellt ansvar, eller en konsumentpolitik som huvudsakligen är gemenskapens ansvar, eller en konsumentpolitik som kompletterar medlemsstaternas politik. Den tredje valmöjligheten svarar bäst till de uppställda målen och är den billigaste lösningen. Den gör det möjligt att samla de insatser som bäst kan genomföras på gemenskapsnivå, och tar samtidigt hänsyn till de särskilda nationella förhållandena.