

Utvärdering av pilotprojektet om användningen av europeiska blanketten för reklamation när det gäller konsumenttvister

Inom ramen för ett pilotprojekt som kommissionen tagit initiativet till¹ användes den europeiska reklamationsblanketten mellan maj 1999 och augusti 2000 av följande avtalsparter i tio medlemsstater:

| | |
|--|----------------------|
| - <i>Verein für Konsumenteninformation</i> | Österrike |
| - <i>Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs</i> | Belgien |
| - <i>Asociación de Usuarios de la Comunicación</i> | Spanien |
| - <i>Kuluttajat-Konsumenterna</i> | Finland |
| - <i>Institut National de la Consommation</i> | Frankrike |
| - <i>Lega Consumatori ACLI</i> | Italien |
| - <i>Union luxembourgeoise des Consommateurs</i> | Luxemburg |
| - <i>Consumentenbond</i> | Nederländerna |
| - <i>Associação portuguesa para a defesa do Consumidor</i> | Portugal |
| - <i>Konsumentverket</i> | Sverige |

Enligt specifikationerna hade avtalsparterna bland annat i uppgift

- att fram till tvistens lösning följa upp ett fastställt antal konsumenttvister som behandlas med hjälp av reklamationsblanketten, och att för varje blankett fylla i ett formulär som upprättats enligt en enhetlig modell i det dataprogram som tillhandahållits av kommissionen,
- att i största möjliga utsträckning använda reklamationsblanketten för att behandla de reklamationer som lämnas in av konsumenterna, och att, när en näringsidkare spontant svarar på konsumentens reklamationsblankett, koncentrera ansträngningarna på att få fram ett svar och i största möjliga utsträckning sträva efter att nå en uppgörelse, och
- att främja användningen av reklamationsblanketten bland konsumenterna och hjälpa dem att fylla i blanketten.

¹ Efter offentliggörandet av meddelandet om reglering av konsumenttvister utanför domstol av den 30 mars 1998 (SEC(1998) 576 slutlig) som innehåller den europeiska reklamationsblanketten för konsumenter, avsåg kommissionen att i varje medlemsstat välja ut ett organ som skulle samordna behandlingen av ett bestämt antal enskilda konsumenttvister med hjälp av denna blankett.

I detta syfte offentliggjordes en första anbudsinfordran nr XXIV/98/C2/002 av den 26 juni 1998. Eftersom den endast omfattade vissa medlemsstater (Österrike, Spanien, Finland, Frankrike, Italien, Luxemburg, Nederländerna, Portugal och Sverige), gjordes en andra anbudsinfordran, nr XXIV/99/C2/009 av den 6 juli 1999, för att utvidga användningen av blanketten till de övriga sex medlemsstaterna (det var bara Belgien som omfattades av denna andra anbudsinfordran.).

I. KOMMENTARER OM BLANKETTENS ANVÄNDBARHET

I stort har blanketten fått ett positivt mottagande², även om vissa avtalsparter varit tveksamma vad gäller dess användning i konsumenttvister³.

- Tre avtalsparter har framfört mycket konstruktiv kritik, nämligen:

- Blanketten uppskattas särskilt där sådana handlingar inte finns, exempelvis i Finland. Den finländska avtalsparten meddelar att blanketten är mycket användbar när det gäller att komma överens med näringsidkare.

- Blanketten har även tagits emot mycket positivt i Nederländerna där avtalsparten betonar dess betydelse som ett enkelt och kortfattat sätt att diskutera i konsumenttvister och att lösa dem.

- I Italien används blanketten mycket och är efterfrågad. Avtalsparten anser att den kan vara ett idealiskt sätt att lösa tvister utanför domstol.

- De sju övriga avtalsparterna har delade meningar om blankettens användbarhet.

Den spanska och portugisiska avtalsparten påpekar

- å ena sidan, att de nationella och regionala offentliga myndigheterna är föga intresserade av blanketten (detta gäller Nationella konsumentinstitutet och vissa autonoma förvaltningar i Spanien och en stor del av skiljedomscentrumen i Portugal), och

- å andra sidan, det positiva mottagande som blanketten allmänt fått hos lokala myndigheter (en sådan enhetlig blankett har ett mycket stort statistiskt värde och gör det möjligt för konsumenterna att lära känna den. Dessutom utgör den en förebild för en blankett för den inhemska marknaden), hos näringsidkare (den individualiserade användningen av blanketten genom att företagets logotyp förs in förmedlar större förtroende till konsumenterna) samt hos konsumentsammanslutningar (blanketten har en verkligt förebyggande karaktär).

Hos den österrikiska, franska och svenska avtalsparten fanns det meningsskiljaktigheter beträffande blankettens användbarhet:

- Å ena sidan medger man ofta att blanketten är användbar för att formulera och klart sammanfatta konsumentens krav och, eftersom den ser "officiell" ut, uppmanar den till snabba svar från näringsidkarna, och

- å andra sidan uppfattas den av somliga som "byråkratisk", långsam, föga användarvänlig och svår att fylla i, vilket ibland avsevärt förlänger

² Det är intressant att betona att inom ramen för resultaten från Eurobarometer 52.1 (undersökning mellan 1 november och 15 december 1999 bland 16 000 personer i alla EU-medlemsstater), ansåg den övervägande merparten av tillfrågade konsumenter att det var mycket nyttigt med en enhetlig europeisk blankett med hjälp av vilken man kunde klaga på en vara eller en tjänst som ställs till konsumenterna förfogande i vilket EU-land som helst.

³ I rapportens tredje del finns även vissa kommentarer som framförts antingen av enskilda personer, av avtalsparterna, eller av konsumentföreningar (andra än de som deltog i pilotprojektet) och som syftar till att förbättra formuläret.

handläggningstiden⁴. Dessutom föredrar vissa näringsidkare att svara på traditionella personliga brev från konsumenterna. De tenderar även att själva svara post- eller telefonledes och spara blanketten, vilket tvingar den medlande sammanslutningen att ta kontakt med näringsidkaren för att få tillbaka blanketten och leder därför till ytterligare tidsspillan.

I Luxemburg har resultaten visat att ett sådant instrument är viktigt för dialog och lösning av tvister trots att avtalsparten ställt sig tveksam till blankettens användbarhet.

I Belgien slutligen meddelade avtalsparten att blanketten å ena sidan verkar alltför komplicerad för enkla klagomål, och å den andra, alltför begränsad för att behandla komplicerade frågor och tvister (till exempel reklamationer som gäller konsumentkrediter, försäkringsavtal, byggnadsavtal och tillhandahållande av tjänster).

II. RESULTATEN AV UTVÄRDERINGEN

2.1 Antal använda blanketter

De 12 062 blanketter som avtalsparterna använde⁵ fördelades enligt följande :

| | | |
|--|-----------------|--------|
| <i>Verein für Konsumenteninformation</i> | (Österrike) | 3 179 |
| <i>CRIOC</i> | (Belgien) | 156 |
| <i>Asociación de Usuarios de la Comunicación</i> | (Spanien) | 5 000 |
| <i>Kuluttajat-Konsumenterna</i> | (Finland) | 400 |
| <i>Institut National de la Consommation</i> | (Frankrike) | 243 |
| <i>Lega Consumatori ACLI</i> | (Italien) | 2 316 |
| <i>Union luxembourgeoise des Consommateurs</i> | (Luxemburg) | 89 |
| <i>Consumentenbond</i> | (Nederländerna) | 270 |
| <i>DECO</i> | (Portugal) | 383 |
| <i>Konsumentverket</i> | (Sverige) | 26 |
| | TOTALT | 12 062 |

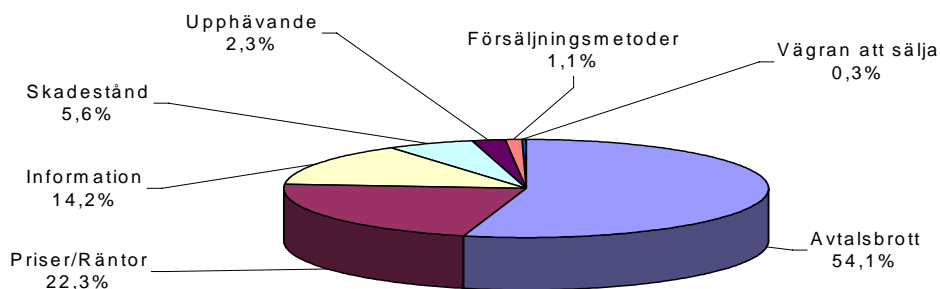
2.2 Tvisternas bakgrund⁶

2.2.1 Problem⁷

⁴ Konsumentsammanslutningar som inte deltog i projektet (till exempel brittiska *Consumer's Association*) meddelade också att blanketten inte bara var alltför lång och föga tilltalande för konsumenten, utan även att näringsidkarna inte känner sig uppmuntrade att använda den.

⁵ De fall som kommit in till avtalsparterna kommer främst från konsumenterna själva (79,5 %), från konsumentsammanslutningar (20 %), från euroinformationspunkter för konsumenter och handelskammare (0,5 %). Fallen behandlades främst av avtalsparterna (90 %), även om dessa i vissa fall vände sig antingen till sakkunniga (4 %), till offentliga övervakningsmyndigheter för yrkesorgan (4%), till euroinformationspunkter för konsumenter (1%), eller till advokater (1%).

⁶ Även om blanketten utformats för att även användas i tvister över gränserna, använde avtalsparterna dem i ringa utsträckning för den typen av tvister (0,5 % av fallen).



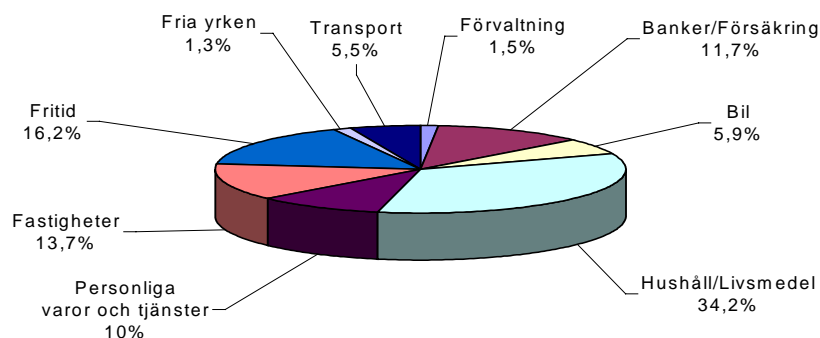
- 54,1 % av fallen hänger samman med att näringsidkaren inte uppfyllt sina skyldigheter enligt avtalet. I denna procentandel ingår huvudsakligen bristfälliga produkter och bristfälligt tillhandahållande av tjänster (20 %), försenande eller uteblivna leveranser av varor eller tillhandahållande av tjänster (18 %), bristande överensstämmelse i förhållande till beställningen av varor eller tjänster (12 %), och diverse ensidiga avtalsbrott (till exempel vägran att tillämpa garantin) från näringsidkarens sida (4,1 %).

- 22,3 % av fallen gäller priser och räntor. De vanligaste problemen omfattar omotiverade faktureringar (13,5 %), höjningar (4 %), extra kostnader (3 %) samt betalningssätt (1,8 %).

- 14,2 % av fallen gäller otillräcklig och felaktig information (9,8 %) samt allmänna avtalsvillkor (4,4 %).

Andra problem som konsumenterna tar upp gäller skador och vägran att ersätta skadan (5,6 %), upphävande och uppsägning av avtal (2,3 %), försäljningsmetoder (1,1 %) samt vägran att sälja (0,3 %).

2.2.2. Berörda branscher inom näringslivet



Hälften av konsumenternas problem (50,1%) gäller vanliga konsumtionsvaror i samband med hushållets behov (hushållsapparater, livsmedel, vatten-, gas- och elförsörjning, post- och teletjänster, textilier osv.), personliga varor och tjänster (kläder, lädervaror, osv.) och bilar.

⁷ Ganska ofta har konsumenterna kryssat för flera alternativ på blanketten för att noga ange problemet. Det sammanlagda antalet problem var 19 060 (medan antalet använda blanketter var 12 062).

Fritid (semesterresor, restaurang, hotell, idrott, spel, nöjen) utgör 16,2 %, fastigheter (byggande, möbler, installation, underhåll, reparationer) 13,7 % och banktjänster (betalningsätt, placeringar, sparande) samt försäkringar 11,7 % av de behandlade fallen.

I mindre utsträckning berörs andra sektorer som transport (5,5 %), förvaltning (1,5 %) och fria yrken (1,3 %).

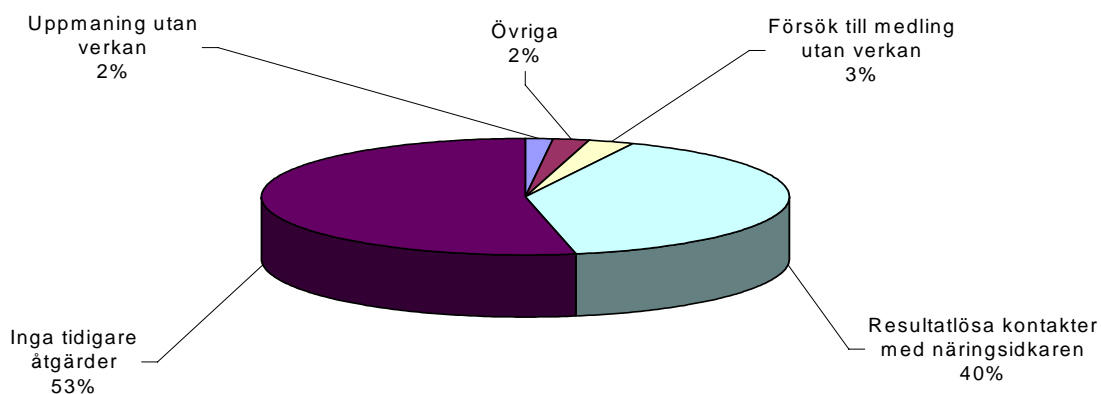
2.2.3. Twisteföremålets värde

| | | | | |
|--------|-------|-----|----------|------|
| mellan | 0 | och | 500 € | 67 % |
| mellan | 501 | och | 1 000 € | 13 % |
| mellan | 1 001 | och | 5 000 € | 14 % |
| mellan | 5 001 | och | 10 000 € | 3 % |
| över | | | 10 000 € | 3 % |

Blanketten har främst används för tvister med lågt värde (drygt tre fjärdedelar av problemen som konsumenterna tog upp överskred inte 1 000 €).

2.3 Etapper i sökningen efter en lösning

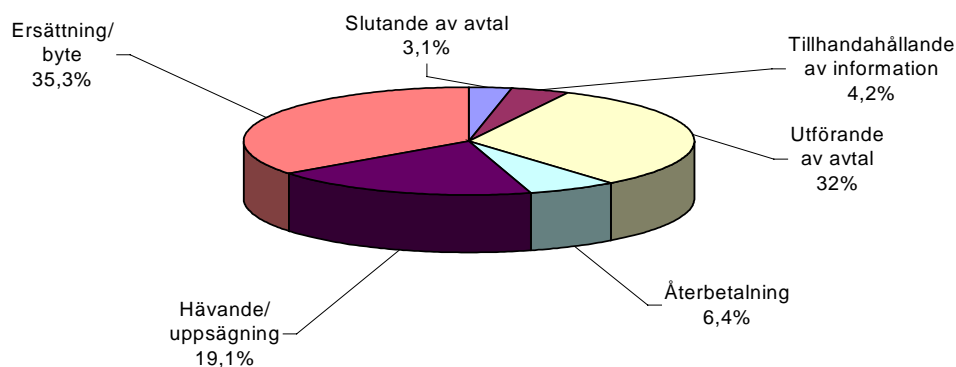
2.3.1. Konsumentens tidigare åtgärder



Användningen av blanketten var för de flesta konsumenterna den första kontakten med näringsidkaren, eftersom resultaten anger (53 % fall) att konsumenten inte vidtagit någon tidigare åtgärd gentemot näringsidkaren.

De åtgärder som konsumenterna vidtagit gentemot näringsidkaren innan blanketten användes har varit följande: resultatlösa kontakter per post, telefon osv. (40 %), försök till medling via tredje man utan verkan (3 %), skriftlig uppmaning utan verkan (2 %).

2.3.2. Konsumentens krav



Konsumenternas krav kan indelas enligt följande :

- 35,3 % fall gäller ersättning, nedsättning av pris eller byte av bristfällig vara eller tjänst ,
- 32 % fall gäller utförandet av åtaganden enligt avtal,
- 19,1 % fall gäller hävande eller uppsägning av avtal.

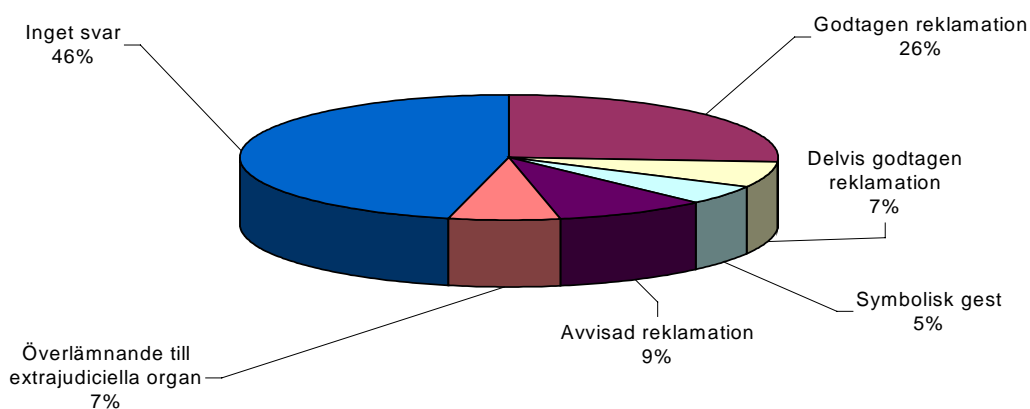
Vissa konsumenter vill även ha pengarna tillbaka (6,4 %), tillhandahållande av information (4,2 %) och slutande av avtal (3,1 %).

2.3.3. Svarsfrist som konsumenter erbjuder näringsidkaren

| | |
|------------------------|--------|
| mellan 0 och 7 dagar | 2,5 % |
| mellan 8 och 15 dagar | 92,5 % |
| mellan 16 och 30 dagar | 4,5 % |
| över 31 dagar | 0,5 % |

För det mesta erbjuder konsumenter näringsidkaren två veckor för att besvara kraven.

2.3.4. Näringsidkarens attityd gentemot konsumentens krav



Enligt resultaten svarade drygt en näringsidkare av två (54 %) med hjälp av blanketten.

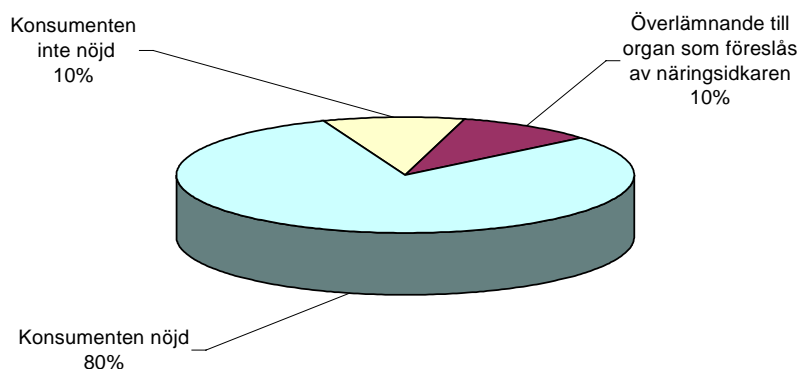
Svaren är ganska positiva, eftersom näringsidkaren ganska ofta helt eller delvis godtar konsumentens krav (33 %) och sällan avvisar dem (9 %). Dessutom föreslås inte så sällan överlämnandet av tvisten till ett extrajudiciellt organ (7 %). Symboliska gester (rabatt, nedsatt pris) är även de ganska betydande (5 %).

2.3.5. Tid efter vilken näringsidkaren svarar

| | |
|------------------------|-----|
| mellan 0 och 7 dagar | 7% |
| mellan 8 och 15 dagar | 61% |
| mellan 16 och 30 dagar | 20% |
| mellan 31 och 60 dagar | 8% |
| över 61 dagar | 4% |

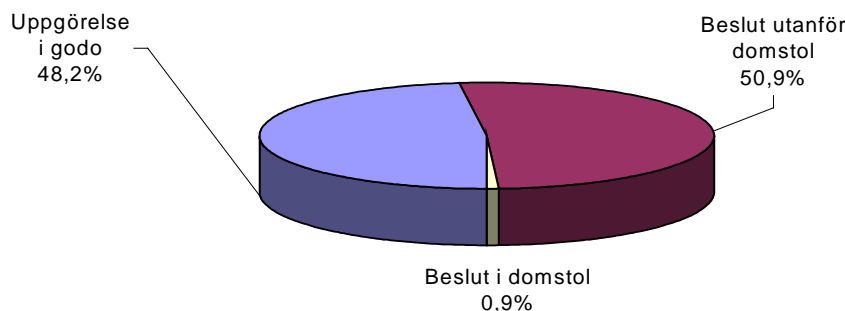
Näringsidkaren svarar för det mesta inom två veckor efter att ha fått blanketten, det vill säga inom den tid som konsumenten föreslår.

2.3.6. Konsumentens reaktion på näringsidkarens svar



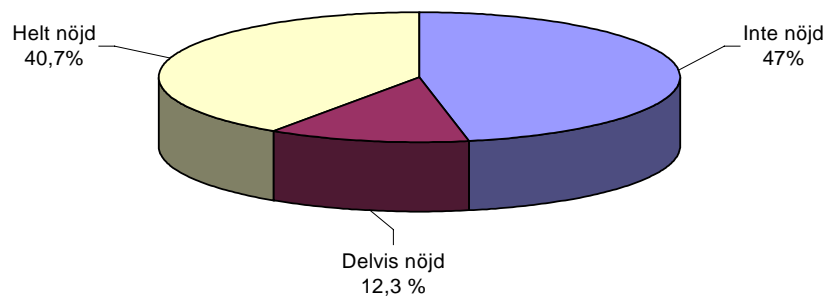
Efter att ha fått svar från näringsidkaren (54 % fall) är konsumenten nöjd och godtar näringsidkarens förslag i 80 % av fallen. I de övriga fallen avvisar konsumenten näringsidkarens förslag i 10 % av fallen, eller informerar näringsidkaren att tvisten kommer att överlämnas till det föreslagna extrajudiciella organet i 10 % av fallen (det bör dock noteras att blanketten endast i 2 % av fallen utgör ett instrument för att inleda ett extrajudiciellt förfarande).

2.3.7. Reglering av tvister



Av de 12 062 blanketter som använts har 5 682 hittills lett till en reglering av tvisten (47,2 %)⁸. Av de 5 682 tvister som reglerats, skedde detta i 2 892 fall utanför domstol (50,9 %), 2 737 gjordes upp i godo (48,2 %) och 53 i domstol (0,9 %).

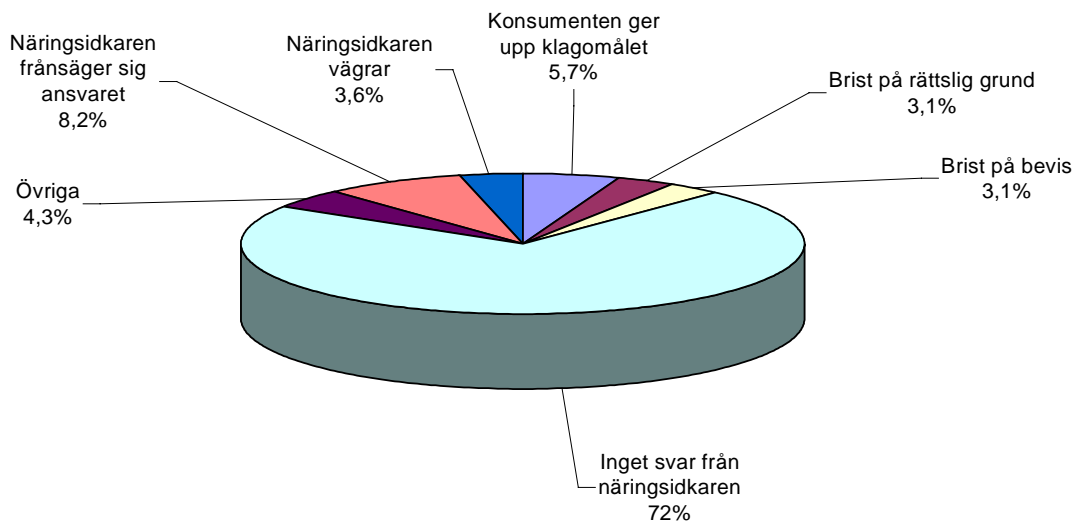
2.3.8. Hur pass nöjd är konsumenten?



Efter det att tvisten reglerats anser sig merparten konsumenter (53%) nöjda med resultatet.

2.3.9 Orsaker till utebliven reglering av tvister

⁸ Denna procentandel skulle kunna vara högre om man tog hänsyn till de tvister som väntar på en lösning.



Av de 12 062 blanketter som behandlats har 6 380 inte lett till någon reglering av tvisten (52,8 %).

Skälen ligger främst i näringsidkarens attityd, när denne inte svarar (72 %), fransäger sig ansvaret (8,2 %), eller avvisar konsumentens krav (3,6 %).

Andra skäl till varför tvisten inte reglerats är antingen att konsumenten ger upp klagomålet (5,7 %), att det inte finns någon rättslig grund (3,1 %) eller inga bevis (3,1 %).

2.3.10. Tid för förfarandet fram till tvistens lösning

| | |
|------------------------|------|
| mellan 0 och 1 månad | 39 % |
| mellan 1 och 2 månader | 37 % |
| mellan 2 och 3 månader | 15 % |
| mellan 3 och 4 månader | 5 % |
| över 4 månader | 4 % |

Om tvisten får en lösning (i 47,2 % fall) sker detta för det mesta under de två månaderna efter det att konsumenten skickat in blanketten med sitt krav.

III. KOMMENTARER FÖR ATT FÖRBÄTTRA BLANKETTEN

Vissa kritiska kommentarer och anmärkningar från avtalsparterna och även från enskilda personer samt andra konsumentsammanslutningar syftar också till att förbättra blanketten.

3.1. Blankettens form och tydlighet

- Det vore önskvärt antingen med två exemplar av blanketten eller en "karbon"-kopia till varje sida av blanketten. På så sätt skulle man kunna behålla ett helt exemplar av blanketten och slippa dela upp den, vilket sker för närvarande, eftersom konsumentens svar på näringsidkarens förslag (sida 4) måste klippas av och skickas till denne (Frankrike, Spanien, Portugal, Sverige).
- Med tanke på att det finns många olika typer av konsumenttvister vore det lämpligare med flera mallar för blanketter (Nederländerna).
- Begreppen i blanketten måste vara tydligare. Konsumenterna har svårt att förstå termerna⁹ och hitta motsvarande rutor, bland annat under rubrikerna "*de uppkomna problemen*" och "*konsumentens krav*" (Belgien, Spanien, Finland, Frankrike, Portugal, Sverige och konsumentsammanslutningar)¹⁰.
- Blanketten bör vara i svartvitt eftersom tryck i flerfärg blir dyrt (Sverige).

3.2. Blankettens struktur

Rubriken "*Uppgifter om parterna*" (sida 1)

Det vore bra om rutan "*på följande persons vägnar*" gjordes större, så att man kunde lämna uppgifter om tredje man (Nederländerna).

Rubriken "*Anvisningar*" (sida 1)

- Det bör finnas en text där konsumenterna anmodas att höra med tredje man (konsumentsammanslutningar, advokater osv.) angående preskriptionstid för ärenden som lämnas till domstol.
- Det bör tydligt anges att blanketten ska skickas till näringsidkaren (Finland).

Rubriken "*De uppkomna problemen*" (sida 2)

- Det bör stå att man kan kryssa för flera rutor under denna rubrik.

⁹ Begreppen "*den som har klagat*", "*näringsidkaren*", "*rättslig grund*" är oklara för konsumenterna. Dessutom föreslår man för den engelska språkversionen att man i rutorna 53 och 54 under rubriken "svar från företaget/näringsidkaren" ersätter "*accede*" med "*accept*".

¹⁰ I merparten fall (56 %) fylldes blanketten i av konsumenten själv. I de övriga fallen fick konsumenterna hjälp av avtalsparten (44 %). Det bör noteras att den franska, portugisiska, spanska och italienska avtalsparten alltid hjälpte konsumenterna med blanketten.

- Även om resultaten tyder på att denna rubrik är fullständig¹¹, vill somliga att man kombinerar vissa alternativ som är mycket lika (t.ex. : punkterna 2 och 27) (Spanien, Sverige), eller att man gör en indelning i olika områden "*slutande av avtal, betalning, utförande, kundservice, bekräftelse av varan/tjänsten, hävande av avtal*" (Nederländerna).

- Ruta 33 "*Kompletterande upplysningar*" bör förstoras och ruta 34 "*annan typ av problem*" bör kombineras med rubriken "*beskrivning av sakförhållandena*" för att konsumenten bättre ska kunna beskriva sitt problem¹² (Sverige, Spanien, Frankrike, Nederländerna).

Rubriken "*Konsumentens krav*" (sida 2)

- Även om rubriken verkar inbegripa konsumenternas olika krav¹³, anser somliga att den antingen bör förenklas (Spanien), eller kompletteras (den franska avtalsparten föreslår att man lägger till en ruta med texten "*näringsidkaren åtar sig ansvaret enligt avtal för dolda fel eller bristande utförande av avtalet*").

- Ruta 51 "*Kompletterande upplysningar*" bör förstoras¹⁴ så att kraven bättre kan preciseras.

Rubriken "*Kompletterande upplysningar*" (sida 3)

Även om denna rubrik använts ganska ofta¹⁵, anser somliga (Nederländerna) att den kan strykas, eftersom konsumenten kan styrka sina krav med hjälp av bilagor till blanketten. Om denna rubrik stryks, kan andra rutor (exempelvis 33 och 51) göras större.

Rubriken "*Rättslig grund*" (sida 3)

- Somliga anser att rubriken är överflödigt för den genomsnittliga konsumenten som ofta vänder sig till tredje man för att få hjälp med att fylla i blanketten (Spanien, Finland, Frankrike, Sverige)¹⁶.

Rubriken "*Bestyrkande handlingar*" (sida 3)

Rubriken bör förstoras (Frankrike).

Rubriken "*Underskrift*" (sida 3)

En ruta med texten "på konsumentens vägnar" bör införas (Nederländerna).

Rubriken "*Svar från företaget/ näringsidkaren*" (sida 4)

- Rutorna 54, 55, 56 och 57 bör göras större för att näringsidkaren ska ha tillräckligt utrymme för att motivera sin synpunkt (Spanien, Nederländerna, Portugal).

- När näringsidkaren föreslår att tvisten överlämnas till ett extrajudiciellt organ (ruta 57), bör konsumenten underrättas om var instansen ligger och hur det fungerar. På så sätt skulle

¹¹ Ruta 34 "*Annat typ av problem*" har endast använts i 2 % av fallen.

¹² Enligt resultaten har rutan "*kompletterande upplysningar*" och rubriken "*beskrivning av sakförhållandena*" använts ofta (45 % respektive 34 % av fallen).

¹³ Ruta 52 "*Annat typ av krav*" användes endast i 5,8 % av fallen.

¹⁴ Ruta 51 "*kompletterande upplysningar*" har använts i drygt en tredjedel av fallen (34, 3%).

¹⁵ Rubriken "*kompletterande upplysningar*" har använts i 31,6 % av fallen.

¹⁶ Dessutom har rubriken endast använts i 5,5 % av fallen.

konsumenten eller dennes rådgivare veta om instansen uppfyller villkoren i Europeiska kommissionens rekommendation 98/257/EG.

Rubriken "Konsumentens svar som skall sändas åter till näringsidkaren » (sida 4)

- Det bör finnas en ruta där konsumenten föreslår att han vänder sig till ett extrajudiciellt organ som han väljer och informerar näringsidkaren om detta (Frankrike).

Nya rubriker

Somliga har föreslagit att man lägger till nya rubriker med:

- en numrering för att underlätta användningen av blanketten (Frankrike, Spanien),
- tvistens art (köp, hyra, byggande, försäkring osv.) (Frankrike, Nederländerna),
- tidigare åtgärder (Frankrike).

3.3. Spridning av blanketten och tillgång till den

- Bristen på verkliga reklamkampanjer för blanketten bland ekonomiska aktörer¹⁷ är förklaringen till varför blanketten används så lite av näringsidkare. Vissa föreslår (Belgien) att Europeiska kommissionen uppmuntrar till användningen av blanketten genom att poängtera hur den ska användas och varför.

- För att blanketten ska användas i större utsträckning bör den finnas tillgänglig elektroniskt (Belgien och Portugal).

3.4. Kompletterande åtgärder

- För att blanketten ska användas på ett givande sätt är det nödvändigt med en medlare som känner till konsumenträtt (Belgien).

- En enklare handledning (än Europeiska kommissionens) för användningen av blanketten bör bifogas till blanketten, med uppgifter om de nationella behöriga extrajudiciella organen (Nederländerna).

3.5. Blankettens funktion

Ett av målen med blanketten är att underlätta tillträdet till förfaranden utanför domstol i de fall där konsumenten och näringsidkaren inte kan göra upp i godo. I vissa medlemsstater (Belgien) kan man inte via blanketten inleda förfaranden utanför domstol (bland annat inför nämnder för tvister i samband med resor, möbler, textilrengöring och begagnade bilar).

IV. SLUTSATSER

¹⁷ Trots att blanketten även finns på generaldirektoratet SANCO:s webb-plats är den ändå inte tillgänglig för dem som inte använder dator eller inte har tillgång till det.

Dessutom visar resultaten från opinionsundersökningen inom ramen för Eurobarometer 52.1 (se fotnot 2) att 7 % av de tillfrågade konsumenterna har sett blanketten eller hört talas om den. Denna procentandel är liten i absoluta tal, men ändå viktig om man beaktar de ringa medel som använts för att göra reklam för blanketten.

Resultaten pekar på att blanketten kan anses vara ett användbart instrument för att kommunicera i konsumenttvister och lösa dem.

Parterna har använt blanketten i stor utsträckning som ett sätt att kommunicera. För konsumenten är blanketten i merparten fall (53 %) den första kontakten med näringsidkaren så snart problem uppstår. Även näringsidkaren föredrar till övervägande del (54 %) att använda blanketten för att svara på konsumentens krav.

Som ett sätt att reglera tvister har blanketten spelat en icke försumbar roll, eftersom en stor del av blanketterna (47 %) har lett till en lösning som allmänt mottagits positivt av konsumenten (53 %). Förfarandet har sammanlagt (från det att blanketten skickats tills tvisten reglerats) tagit högst två månader i tre fjärdedelar av fallen (76 %).