

EU-initiativ i korthet

Fjärde resultattavlan för konsumentmarknaderna

BAKGRUND

- Två gånger om året, på våren och på hösten, publicerar EU en resultattavla över de problem som konsumenterna stöter på. Man granskar hur nöjda kunderna är med de varor och tjänster de köpt, deras klagomål, hur lätt det är att göra jämförelser före köp osv.
- Man analyserar också priserna på varor och tjänster för att se om de skiljer sig åt mellan EU-länderna och om de speglar konsumenternas köpkraft.
- Till följd av resultattavlan djupanalyseras de marknader där konsumenterna stött på flest problem.
- Den senaste resultattavlan offentliggjordes i oktober 2010.

VARFÖR MÅSTE EU AGERA I DEN HÄR FRÅGAN?

- EU vill förvissa sig om att konsumenterna har nytta av den inre marknaden. Det krävs regelbunden övervakning av konsumentmarknaderna för att kartlägga problemen och föreslå lösningar.
- EU:s ekonomi kräver nya källor till tillväxt för att skapa fler jobb. Konsumenterna kan bidra genom att köpa innovativa varor och effektiva tjänster (som i sin tur leder till högre kvalitet och lägre priser).

VEM GYNNAS OCH PÅ VILKET SÄTT?

- **Konsumenterna** – de får snabba lösningar på sina problem.
- **Företagen** – de som följer reglerna blir attraktivare för konsumenterna.
- **Nationella beslutsfattare** – de får kunskap om invånarnas problem och kan dra lärdomar av de insatser som gett resultat i andra EU-länder.

VILKA KONSUMENTMARKNADER HAR DJUPGRANSKATS?

- E-handel över gränserna (2009), finansiella tjänster för privatkunder (2009) och elmarknaden för privatkunder (2010).
- På tur står Internetanslutningar (2011) och kött (2011).