EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO

Bryssel, 13.3.2007
KOM(2007) 99 lopullinen

KOMISSION TIEDONANTO NEUVOSTOLLE, EUROOPAN PARLAMENTILLE JA EUROOPAN TALOUS- JA SOSIAALIKOMITEALLE

EU:n kuluttajapoliittinen strategia vuosiksi 2007–2013

Kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien lisääminen, hyvinvoinnin parantaminen ja tehokas suojaaminen

{SEK(2007) 321}
{SEK(2007) 322}
{SEK(2007) 323}

KOMISSION TIEDONANTO NEUVOSTOLLE, EUROOPAN PARLAMENTILLE JA EUROOPAN TALOUS- JA SOSIAALIKOMITEALLE

EU:n kuluttajapoliittinen strategia vuosiksi 2007–2013

Kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien lisääminen, hyvinvoinnin parantaminen ja tehokas suojaaminen

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

1. TIIVISTELMÄ

EU:n 493 miljoonaa kuluttajaa ovat keskeisessä asemassa EU:n kolmen tärkeimmän haasteen kannalta, joita ovat kasvu, työpaikat ja tarve saada yhteys kansalaisiin. Kuluttajat ovat talouden elinehto, koska heidän kulutuksensa osuus on 58 prosenttia EU:n BKT:stä. Kuluttajat, joilla on luottamusta, tietoa ja vaikutusmahdollisuuksia, ovat talouden muutoksen vauhdittajia, koska heidän valintansa ohjaavat innovaatiota ja tehokkuutta. Kansalaisten asema kuluttajina on myös sellainen, jonka kautta saadaan suorin yhteys kansalaisten elämään ja pystytään osoittamaan EU:sta saatavat edut.

Haasteisiin voidaan vastata varustamalla kuluttajat taidoilla ja välineillä, joilla he pystyvät toimimaan nykyaikaisessa taloudessa, tekemällä markkinoista kuluttajia palvelevat ja varmistamalla tehokas suoja riskeiltä ja vaaroilta, joita kuluttajat eivät voi torjua yksilöinä.

Sisämarkkinoilla on ollut keskeinen tehtävä pyrittäessä vastaamaan Euroopan taloudellisiin haasteisiin ja tarjoamaan konkreettisia etuja EU:n kansalaisille. Kuluttajien asemaa sisämarkkinoilla ja varsinkin vähittäismarkkinoilla olisi kuitenkin vielä vahvistettava. Uudet taloudelliset, sosiaaliset, ympäristölliset ja poliittiset tekijät vaativat muutosta EU:n kuluttajapolitiikan kohdentamisessa.

EU:n kuluttajapolitiikka on sisämarkkinoiden seuraavan vaiheen keskiössä, kuten todettiin kevään Eurooppa-neuvostolle tarkoitetussa komission tiedonannossa[1] yhtenäismarkkinoita koskevasta katsauksesta.

[1] Yhtenäismarkkinat kansalaisia varten – Väliraportti kevään 2007 Eurooppa-neuvostolle, KOM(2007) 60, 21.2.2007.

Sisämarkkinoilla on potentiaali tulla maailman suurimmiksi vähittäismarkkinoiksi.[2] Nykyään sisämarkkinat ovat hajanaiset ja muodostavat kansallisten rajojen mukaisesti 27:t minimarkkinat. Mullistava sähköisen kaupankäynnin käyttöönotto – vaikkakaan se ei ole vielä saavuttanut kriittistä massaa – on muuttanut EU:n vähittäismarkkinoiden integroitumismahdollisuuksia antamalla huomattavasti vauhtia kilpailukyvylle ja laajentamalla EU:n kansalaisten mahdollisuuksia. Teknologiset välineet ovat yhä laajemmin käytössä, mutta yritysten ja kuluttajien käyttäytyminen laahaa kaukana perässä; sitä rajoittavat sisämarkkinoiden esteet sekä luottamuksen puute rajatylittävään kaupankäyntiin.

Sisämarkkinoiden hajanaisuuden torjumisen lisäksi tarvitaan voimakkaampaa keskittymistä kuluttajiin, jotta kuluttajamarkkinoiden toimintaa voidaan parantaa. Kuluttajan saamat taloudelliset ja muut edut ratkaisevat lopullisesti sen, miten markkinat onnistuvat täyttämään kuluttajien odotukset. Kuluttajien kysyntään tehokkaammin vastaavat markkinat suoriutuvat paremmin kilpailukyvyn ja innovaation alalla ja seurailevat paremmin EU:n kansalaisten elämää ja tavoitteita. EU:n kuluttajapolitiikalla voidaan vaikuttaa siihen, että sääntelyssä siirrytään kansalaisten kannalta tärkeisiin tuloksiin. Siinä voidaan käsitellä myös markkinoiden heikkouksia, jotka haittaavat kuluttajien hyvinvointia sekä sosiaalista ja taloudellista integraatiota, niin että taataan keskeisten palveluiden saanti kohtuuhinnoin. EU:n kuluttajapolitiikka voi myös tarjota markkinavälineet, jotta kansalaisilla kuluttajina on mahdollisuus tehdä ympäristön kannalta kestäviä valintoja. Se voi myös omalta osaltaan edistää eurooppalaisten perusarvojen – tasapuolisuuden, avoimuuden, solidaarisuuden ja kestävyyden – takaamista ja niiden levittämistä muualle maailmaan.

Toimintasuunnitelma on varsin kunnianhimoinen, kun otetaan huomioon, että kyseessä on suhteellisen tuore EU-politiikan ala. Välineet sen toteuttamiseksi ovat kuitenkin olemassa. Vuosina 2007–2013 kuluttajapolitiikalla on ainutlaatuinen tilaisuus avustaa EU:ta vastaamaan kasvua ja työllisyyttä koskeviin haasteisiin ja saavuttamaan yhteys kansalaisiinsa.

EU tietää onnistuneensa, jos se vuoteen 2013 mennessä on pystynyt uskottavasti osoittamaan kaikille EU:n kansalaisille, että he voivat tehdä ostoksia missä tahansa EU:n kolkassa kulmakaupoista verkkokauppoihin luottaen siihen, että kuluttajansuoja on yhtäläisen tehokas kaikkialla niin vaarallisten tuotteiden kuin huijareidenkin varalta, ja on pystynyt osoittamaan kaikille vähittäiskauppiaille ja varsinkin pk-yrityksille, että ne voivat myydä tuotteitaan missä tahansa yhtenäisten ja yksinkertaisten sääntöjen perusteella.

Komissio hyväksyi huhtikuussa 2005 yhteisen terveys- ja kuluttajansuojastrategian vuosiksi 2007–2013.[3] Eri sidosryhmien, neuvoston ja Euroopan parlamentin pyynnöstä sillä viedään kuluttajapoliittista strategiaa eteenpäin. Komission yksiköiden valmisteluasiakirjoissa esitetään vuosina 2002–2006 toteutetun kuluttajapoliittisen strategian tärkeimmistä tuloksista analyysi ja vaikutusten arviointi.

---

[2] Vähittäismarkkinat kattavat talouden toimijoiden ja loppukuluttajien (ammatillisen elämänsä ulkopuolella toimivat kuluttajat) väliset liiketoimet; toisinaan niitä kutsutaan B2C-markkinoiksi (business to consumers – yrittäjiltä kuluttajille).

[3] Kansalaisten terveyden, turvallisuuden ja luottamuksen edistäminen: terveys- ja kuluttajansuojastrategia, KOM(2005) 115.

2. JOHDANTO JA KESKEISET HAASTEET

2.1. Markkinoiden monimuotoisuus, kuluttajien luottamus

Kuluttajapolitiikka on yhä useammin ratkaisevassa asemassa käsiteltäessä EU:n kansalaisiin, talouteen ja yhteiskuntiin kohdistuvia haasteita. Vähittäismarkkinoiden kehittyneisyys kasvattaa kuluttajien merkitystä. Kuluttajien suuremmat vaikutusmahdollisuudet ovat myös johtaneet siihen, että heillä on suurempi vastuu omien asioidensa hoitamisesta. Vaikka monet hyötyvät, kaikkein heikoimmassa asemassa olevilla on huonommat valmiudet – ja kulutuksen kasvu lasten parissa ja väestön ikääntyminen lisäävät heikommassa asemassa olevien kuluttajien määrää. Markkinoilla ei kuitenkaan koskaan aiemmin ole tarvittu niin kipeästi kuluttajien luottamusta talouden pönkittämiseksi.

Palvelut yleensä ja vapautetut palvelut erityisesti tulevat kasvamaan, kun sähkö-, kaasu-, posti- ja viestintäpalvelujen vapauttaminen edistyy entisestään. Odotettavissa on huomattavia etuja, mutta siirtymävaihe asettaa haasteita kuluttajille ja sääntelijöille, jotta voidaan varmistaa kuluttajien hyvinvointi. Tavarat ja palvelut ovat yhä tiiviimmin vuorovaikutuksessa.

Internetin ja digitalisoitumisen mukanaan tuoma teknologian vallankumous kasvaa yhä nopeammin. Tässä yhtenä keskeisenä tekijänä on laajakaistateknologia, joka todennäköisesti antaa merkittävää pontta sähköiselle kaupankäynnille. Sähköisellä kaupankäynnillä on suuret mahdollisuudet parantaa kuluttajien hyvinvointia tuomalla laajempi valikoima tuotteita tarjolle, piristämällä hintakilpailua ja luomalla uusia markkinoita. Se myös aiheuttaa merkittäviä uusia haasteita kuluttajille, yrityksille ja kuluttajansuojalle. Erityisesti se heikentää perinteisen mainonnan ja vähittäiskaupan välineiden vaikutusta kuluttajamarkkinoihin. Tämä aiheuttaa haasteita sääntelyn, itsesääntelyn ja täytäntöönpanon perinteisille malleille. Pk-yrityksillä on paremmat mahdollisuudet saavuttaa kuluttajat suoraan, ja tavarat ja palvelut räätälöidään yhä enemmän henkilökohtaisesti. Perinteiset kuluttajaoikeudet ovat kuitenkin yhä heikommin mukautettuja digitaaliaikaan.

Myös tuotannon globalisoituminen jatkuu ja johtaa siihen, että yhä useammat EU:ssa kulutetut tavarat ovat tuontitavaroita. Kauppiaat eri puolilta maailmaa myyvät lisääntyvässä määrin EU:n kuluttajille sähköisen kaupankäynnin kautta. Tämä lisää haasteita mutta myös tarvetta varmistaa tehokas markkinavalvonta.

2.2. EU:n kuluttajapolitiikan asema

Sisämarkkinoilla on potentiaalia tulla taloudellisesti tarkasteltuna maailman suurimmiksi vähittäismarkkinoiksi. Sen vuoksi EU:n kuluttajapolitiikka on keskeisessä asemassa käsiteltäessä kohdassa 2.1 esitettyjä muutoksia. Sen kautta voidaan käsitellä ongelmia, joita yksittäiset ihmiset eivät pysty ratkaisemaan. Sillä varmistetaan tavaroiden ja palveluiden turvallisuus sekä markkinoiden tasapuolisuus ja avoimuus, jotta kuluttajat voivat tehdä perusteltuja valintoja ja ovat turvassa huijareilta. Kuluttajapolitiikka voi antaa kuluttajille välineet järkevien valintojen tekemiseen ja vastuun kantamiseen omien etujensa edistämiseksi. Kuluttajien luottamus sisämarkkinoiden toimintaan on hyödyksi myös sikäli, että se tekee EU:sta luotettavan kohteen muualta maailmasta tapahtuvalle sähköiselle kaupankäynnille.

EU:n merkitys näiden muutosten hallinnoinnissa kasvaa edelleen. Sisämarkkinat säilyvät kuitenkin kuluttajapolitiikan perusympäristönä. Kuluttajapolitiikka on myös avainasemassa sisämarkkinoiden toiminnan parantamisessa. Sisämarkkinoiden laajentuminen vuonna 2004 ja 2007 on tuonut uusia erityishaasteita. Uusien jäsenvaltioiden kehittyminen avoimiksi markkinoiksi ja kuluttajansuojasääntöjen antaminen suhteellisen hiljattain merkitsevät sitä, että EU:n kuluttajapolitiikkaan kuuluvat oikeudet ja velvoitteet eivät ole niin syvästi juurtuneita kuluttajien, täytäntöönpanoelinten ja yritysten käyttäytymiseen.

Vähittäismarkkinat ovat pääasiassa jakautuneet kansallisten rajojen mukaan, vaikkakin yhä useammilla aloilla, esimerkiksi lentoliikenteen ja musiikin alalla, teknisiä esteitä yhdentyneille EU:n vähittäismarkkinoille ei enää ole. Sen vuoksi EU:n laajuisten vähittäismarkkinoiden syventämiselle on potentiaalia. Rajatylittävien vähittäismarkkinoiden avaaminen on keskeisessä asemassa, jotta saadaan vapautettua vähittäiskaupan sisämarkkinoiden potentiaali. Kun valtioiden rajat ylittävästä ostosten tekemisestä tulee todellinen vaihtoehto kansallisille markkinoille, kuluttajilla on enemmän valinnanvaraa ja kansalliset markkinat joutuvat kilpailemaan enemmän. Tällainen ”yhdentymisvaikutus” ei edellytä sitä, että kaikki kuluttajat tai edes suurin osa kuluttajista tekisivät suurimman osan ostoksistaan valtioiden rajojen yli. Komission kokemukset uusien ajoneuvojen rajatylittävään myyntiin liittyvien esteiden poistamisesta osoittavat, että kotimarkkinoiden kilpailun piristymiseen riittää, kun rajatylittävä ostosten tekeminen on todellinen vaihtoehto.

On joitakin merkkejä siitä, että rajatylittävät vähittäismarkkinat ovat kasvussa EU:ssa. Vuonna 2006 kuluttajista 26 prosenttia oli tehnyt ainakin yhden ostoksen valtioiden rajojen yli edeltävien 12 kuukauden aikana (vuonna 2003 osuus oli 12 %).[4] Sähköisestä kaupankäynnistä on tulossa suositumpi myyntikanava: vuonna 2006 kaikista kuluttajista 27 prosenttia teki ostoksen sähköistä kaupankäyntiä käyttäen mutta vain 6 prosenttia toimi rajatylittävästi. Kuluttajista, joilla on kotona internet-yhteys, 50 prosenttia osti tuotteita sähköisesti mutta vain 12 prosenttia valtioiden rajojen yli. EU:n vähittäiskauppiaista (enimmäkseen pk-yrityksiä) 57 prosenttia myi sähköisesti ja 49 prosenttia oli valmiita myymään rajaylittävästi ainakin yhteen EU-maahan.[5] Vain 29 prosenttia kuitenkin tekee niin todellisuudessa. Rahoituspalveluihin liittyvät luvut ovat vieläkin hätkähdyttävämpiä: kuluttajista 26 prosenttia on hankkinut rahoituspalveluja etäostona kotimaassaan toimivalta myyjältä tai palveluntarjoajalta mutta vain 1 prosentti valtioiden rajat ylittävästi. Nämä luvut osoittavat, että tarvitaan toimia, joilla lisätään kuluttajien luottamusta sisämarkkinoiden vähittäiskauppaan.

---

4 Erityiseurobarometri 252: ”Consumer protection in the Internal Market”, http://ec.europa.eu/consumers/topics/eurobarometer_09-2006_en.pdf.

5 Flash-Eurobarometri, 186: ”Business attitudes towards cross-border sales and consumer protection” http://ec.europa.eu/consumers/topics/flash_eb_186_ann_report_en.pdf.

Täysin toimivien vähittäiskaupan sisämarkkinoiden esteitä on lukuisia; luottamuksen puutteen lisäksi on myös sääntelyyn liittyviä esteitä. Näitä ongelmia ei voida ratkaista pelkällä kansallisella kuluttajapolitiikalla. Tärkeimpien ongelmien torjuminen on jo käynnistetty seuraavilla aloitteilla: sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi[6], kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annettu asetus[7] sekä Euroopan kuluttajaneuvontakeskusten verkko[8]. Euron käyttöönotto helpotti huomattavasti rajatylittävien hintavertailujen tekemistä. Merkittäviä esteitä on kuitenkin jäljellä, varsinkin kuluttajasopimusten ja oikeussuojan alalla.

Perustamissopimuksen määräysten mukaan kuluttajien edut olisi otettava huomioon kaikessa EU:n politiikassa. Kuten komission tiedonannossa yhtenäismarkkinoita koskevasta katsauksesta todettiin, kuluttajat olisi otettava paremmin huomioon kaikessa sisämarkkinoiden kehittämiseen liittyvässä politiikassa.

3. TAVOITTEET

Vuosina 2007–2013 kuluttajapolitiikalla on ainutlaatuinen tilaisuus auttaa EU:ta vastaamaan kasvua ja työllisyyttä koskeviin haasteisiin ja saavuttamaan yhteys kansalaisiinsa. Komissiolla on kolme keskeistä tavoitetta tälle kaudelle:

- EU:n kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien parantaminen: Kuluttajien asettaminen etusijalle hyödyttää kansalaisia mutta kannustaa myös kilpailua merkittävästi. Kuluttajat, joilla on vaikutusmahdollisuuksia, tarvitsevat todellista valinnanvaraa, täsmällistä tietoa, markkinoiden avoimuutta sekä luottamusta, joka seuraa tehokkaasta suojasta ja toimivista oikeuksista.

- EU:n kuluttajien hyvinvoinnin parantaminen hintojen, valinnanvaran, laadun, monipuolisuuden, kohtuuhintaisuuden ja turvallisuuden kannalta: Kuluttajien hyvinvointi on keskeistä hyvin toimiville markkinoille.

- Kuluttajien tehokas suojeleminen vakavilta riskeiltä ja vaaroilta, joita he eivät voi torjua yksilöinä: Korkeatasoinen suoja riskejä vastaan on olennaisen tärkeää kuluttajien luottamuksen saavuttamiseksi.

Komission tavoitteena on saavuttaa vuoteen 2013 mennessä yhdentyneemmät ja toimivammat sisämarkkinat, erityisesti vähittäismyynnin alalla. Kuluttajien luottamus vähittäismarkkinoiden tuotteisiin, kauppiaisiin, teknologiaan ja myyntimenetelmiin on silloin sama kaikkialla EU:ssa ja perustuu samantasoiseen suojaan. Kuluttajamarkkinat ovat kilpailukykyiset, avoimet ja tasapuoliset. Tuotteet ja palvelut ovat turvallisia. Kuluttajat saavat keskeisiä palveluita kohtuuhinnoilla. Kaikki elinkeinonharjoittajat mutta etenkin pk-yritykset voivat markkinoida ja myydä tuotteitaan kuluttajille kaikkialla EU:ssa.

---

6 Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2005/29/EY, annettu 11. toukokuuta 2005, sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla (EUVL L 149, 11.6.2005, s. 22).

7 Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 2006/2004, annettu 27. lokakuuta 2004, kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä (EUVL L 364, 9.12.2004, s. 1).

8 http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/index_en.htm.

Edellä esitettyjen kolmen tavoitteen saavuttamiseksi komission ohjenuorana ovat asiaa koskevat perustamissopimuksen artiklat, jotka otetaan huomioon myös kuluttajapolitiikkaa koskevan uuden toimintaohjelman 2007–2013[9] toiminnallisissa tavoitteissa. Toimintaohjelmassa vahvistetaan strategian kattamalla kaudella EU:n kuluttajapolitiikan rahoitukselle oikeudelliset puitteet, joiden tarkoituksena on

(a) taata korkeatasoinen kuluttajansuoja yksinkertaisen lainsäädännön, paremman näytön ja kuulemisen sekä paremman kuluttajien etujen edustamisen kautta

(b) taata kuluttajansuojasäännösten tehokas soveltaminen erityisesti täytäntöönpanoa koskevan yhteistyön, tiedotuksen, koulutuksen ja oikeussuojan antamisen kautta.

Vaikka kuluttajapolitiikan taloudelliset resurssit ovat rajoitetut, ohjelma tarjoaa eri välineitä seuraavassa esitettävien prioriteettien tueksi, varsinkin kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien sekä kuluttajatiedotuksen ja -valistuksen alalla.

4. PRIORITEETIT

Tavoitteet noudattelevat EU:n kuluttajapolitiikan aiempia tavoitteita. Kaudella 2007–2013 muutoksena aiempaan on kuitenkin toimien tehostaminen ja eri prioriteetit. EU:n kuluttajapolitiikassa tullaan toimimaan tiiviimmässä vuorovaikutuksessa EU:n muun politiikan kanssa. Lisäksi pyritään tiiviimpään yhteistyöhön jäsenvaltioiden kanssa ja näin otetaan huomioon EU:n ja kansallisen tason kuluttajapolitiikan lisääntyvä riippuvuus toisistaan. On esitetty ehdotuksia, joiden mukaan kuluttajien olot 12 uudessa jäsenvaltiossa edellyttävät täysin erillistä strategiaa.[10] Tätä asiakirjaa varten käydyissä kuulemisissa komissio ei kuitenkaan havainnut juurikaan tukea tälle näkemykselle. Edellä esitettyjen tavoitteiden saavuttamiseksi EU:n kuluttajapolitiikassa keskitytään seuraaviin prioriteettialoihin:

<u>Parannetaan kuluttajamarkkinoiden ja jäsenvaltioiden kuluttajapolitiikan seurantaa</u>

Sääntelyn parantaminen ja tarve palauttaa yhteys EU:n kansalaisiin edellyttävät seurantavälineiden ja indikaattoreiden tehokkaampaa kehittämistä, jotta voidaan arvioida markkinoiden toimintaa kuluttajan kannalta. Poliittisten päättäjien on lisäksi pystyttävä ymmärtämään syvällisemmin kuluttajien käyttäytymistä voidakseen parantaa sääntelyn laatua. Markkinoiden perustekijöiden kuten turvallisuuden, tyytyväisyyden, hinnan ja valitusten seurantaan tarvitaan välineitä, mutta myös vähittäiskaupan sisämarkkinoiden integroitumista ja kansallisten kuluttajapolitiikan järjestelmien toimivuutta olisi seurattava paremmin. Jotta kansallisen kuluttajapolitiikan merkittävä panos kilpailukykyyn tulisi esiin, kuluttajapolitiikka olisi otettava huomioon Lissabonin strategian täytäntöönpanossa niin EU:n kuin jäsenvaltioiden tasolla. Kuluttaja- ja kilpailupolitiikan alan päättäjien ja täytäntöönpanijoiden EU:n ja jäsenvaltioiden tasolla olisi tehtävä tiiviimmin yhteistyötä, jotta ne saisivat edistettyä kuluttajien hyvinvointiin liittyvää yhteistä tavoitettaan.

---

9 Päätös N:o 1926/2006/EY, tehty 18. joulukuuta 2006 (EUVL L 404, 30.12.2006, s. 39).

10 Euroopan parlamentin päätöslauselma kuluttajien etujen edistämisestä ja suojaamisesta uusissa jäsenvaltioissa, 15.12.2005.

Parannetaan kuluttajansuojaa koskevaa sääntelyä

Nykyiset EU:n tason kuluttajansuojasäännöt takaavat kuluttajien perussuojan kaikissa jäsenvaltioissa, ja monissa EU-säännöt ovat kansallisten kuluttajansuojajärjestelmien kulmakiviä. Kuluttajat eivät kuitenkaan kovien yleisesti tiedä EU:n panoksesta, vaikka se on osa heidän arkeaan. Esimerkiksi jopa 15 prosenttia kuluttajista on palauttanut viallisen tuotteen edeltävien 12 kuukauden aikana,[11] mikä on EU-sääntöjen takaama oikeus. EU:n säännöt ovat jäämässä yhä enemmän jälkeen digitaalitalouden aiheuttamasta mullistuksesta tavaroiden, palvelujen ja vähittäismarkkinoiden suhteen. Komissio on käynnistänyt hiljattain aiheesta laajan kuulemisen[12].

Useimmat nykyisistä EU:n kuluttajansuojasäännöistä perustuvat vähimmäistason yhdenmukaistamista koskevaan periaatteeseen. Lainsäädännössä nimenomaisesti tunnustetaan jäsenvaltioiden oikeus ottaa käyttöön tiukempia sääntöjä kuin EU-säännöt, jotka muodostavat perustan. Tällainen lähestymistapa oli täysin toimiva, kun kuluttajien oikeudet olivat hyvin erilaiset eri jäsenvaltioissa eikä sähköistä kaupankäyntiä esiintynyt. Edellisessä strategiassa[13] esitettiin uusi lähestymistapa, joka perustui täysimittaiseen yhdenmukaistamiseen. Tämä merkitsee yksinkertaisesti sitä, että lainsäädännössä – sen soveltamisalalla – ei pitäisi jättää mahdollisuutta kansallisen tason lisäsäännöille, jotta voitaisiin parantaa sisämarkkinoiden toimintaa ja suojella kuluttajia.

Komission hiljattaisessa vihreässä kirjassa esitettiin kolme päävaihtoehtoa: i) täysimittainen yhdenmukaistaminen, jota mahdollisesti täydennetään tapauskohtaisesti tunnustamalla vastavuoroisesti joitakin ei niin keskeisiä tekijöitä, joita ei ole täysin yhdenmukaistettu, ii) vähimmäistason yhdenmukaistaminen, jossa sovelletaan vastavuoroista tunnustamista, ja iii) vähimmäistason yhdenmukaistaminen, jossa sovelletaan alkuperämaaperiaatetta.

Jatkossakin jokainen sääntelyongelma ja mahdollisten ehdotusten tarve harkitaan tapauskohtaisesti ja ottaen huomioon kaikki mahdolliset sääntelyvälineet. Jos asianmukaiseksi ratkaisuksi havaitaan lainsäädäntöehdotus, komissio todennäköisesti pyrkii kuluttajansuojasääntöjen kohdennettuun ja täyteen yhdenmukaisuuteen riittävän korkealla tasolla. Komissio tekee myös alustavan vaikutustenarvioinnin kaikille lainsäädäntöehdotuksille ja työskentelee tiiviisti sidosryhmien kanssa ymmärtääkseen täysin eri vaihtoehtojen vaikutuksen ja saadakseen aikaan yhteisymmärrystä, jotta kuluttajapolitiikka toimisi paremman sääntelyn mallikappaleena.

EU:n valintatilanne on selkeä: kasvua ja työllisyyttä koskevaan ohjelmaan vakavasti suhtautuva EU tarvitsee hyvin toimivat sisämarkkinat. Hyvin toimivat sisämarkkinat edellyttävät tiettyjen asioiden yhdenmukaistamista. Yhdenmukaistaminen ei taas ole mahdollista, elleivät jäsenvaltiot ole halukkaita mukauttamaan tiettyjä käytäntöjä ja sääntöjä. Komissio ei kuitenkaan halua käynnistää suojan tason heikentämistä vaan pyrkii aina korkeatasoiseen suojaan.

---

11 Erityiseurobarometri 252: ”Consumer protection in the Internal Market”, http://ec.europa.eu/consumers/topics/eurobarometer_09-2006_en.pdf.

12 KOM(2006) 744, Vihreä kirja kuluttajansuojaa koskevan yhteisön säännöstön tarkistamisesta.

13 Kuluttajapoliittinen strategia vuosiksi 2002–2006, KOM(2002) 208.

Parannetaan täytäntöönpanoa ja oikeussuojaa

Edellisessä strategiassa korostettiin voimakkaasti täytäntöönpanoa ja tätä jatketaan edelleen. Kuluttajansuojalainsäädännön soveltaminen edellyttää toimia monilta tahoilta: kuluttajilta, kauppiailta, tiedotusvälineiltä, kuluttajajärjestöiltä, itsesääntelyelimiltä ja viranomaisilta. Toimissa keskitytään panemaan täytäntöön jo käynnistettyjä aloitteita, täyttämään jäljellä olevia aukkoja ja varmistamaan koordinointi ja johdonmukaisuus. Lisäksi komissio seuraa kansallisten täytäntöönpanojärjestelyiden toimivuutta kyselyin ja muin välinein.

Parannetaan kuluttajille suunnattua tiedotusta ja valistusta

EU voi tuoda huomattavaa lisäarvoa kansallisiin, alueellisiin ja paikallisiin kuluttajille suunnattuihin tiedotus- ja valistustoimiin tekemällä tiivistä yhteistyötä jäsenvaltioiden kanssa. Etenkin Euroopan kuluttajakeskusten verkkoa olisi kehitettävä edelleen EU:n yhdystahona kuluttajiin.

Parannetaan kuluttajien asemaa muussa EU-politiikassa ja -lainsäädännössä

Moni EU-politiikka vaikuttaa suoraan kuluttajiin, esimerkiksi sisämarkkina-, yritys-, ympäristö-, rahoituspalvelu-, liikenne-, kilpailu-, energia- ja kauppapolitiikka. Varsinkin tuoteturvallisuuden, liikenteen, televiestinnän, energian ja kilpailun alalla on edistytty kuluttajien etujen huomioon ottamisessa. Jatkossa tavoitteena on käyttää perustana näitä saavutuksia ja pyrkiä ottamaan kuluttajien edut järjestelmällisemmin huomioon.

Käsiteltäviksi on otettava kaksi keskeistä kysymystä. Ensinnäkin, vaikka peruspalvelujen vapauttaminen on tuonut useimmille kuluttajille merkittäviä hyötyjä, suojatoimenpiteitä tarvitaan edelleen niitä harvoja varten, joille markkinat aiheuttavat ongelmia. Keskeisten palvelujen kohtuuhintainen saanti on ehdoton edellytys nykyaikaisen ja joustavan talouden mutta myös sosiaalisen osallisuuden kannalta. Se, että yhtään kuluttajaa ei jätetä huomiotta, pitää myös osaltaan yllä poliittista tukea peruspalveluita koskeville toimenpiteille. Toiseksi, EU-tason toimenpiteet edellyttävät myös keskeisten kuluttajamarkkinoiden seurannan tehostamista, jotta varmistetaan kuluttajien kannalta positiiviset tulokset. Lopuksi vielä peruspalveluiden osalta on taattava paremmin markkinoiden avoimuus sekä paremmat valitus- ja oikeussuojamenettelyt.

5. TOIMET

Nämä prioriteetit koskevat EU:n kuluttajapolitiikkaa, mutta kansalliseen kuluttajapolitiikkaan kohdistunut edellisen strategian vaikutustenarviointi[14] osoitti, että prioriteetit ovat suureksi osaksi päällekkäisiä. Nykyinen kuluttajapolitiikasta vastaavien johtavien virkamiesten verkosto tarjoaa foorumin politiikan koordinoinnille ja kehittämiselle, jotta varmistetaan tiivis koordinointi jäsenvaltioiden kuluttajapolitiikan kanssa.

[14] http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/index_en.htm.

5.1. Parannetaan kuluttajamarkkinoiden ja jäsenvaltioiden kuluttajapolitiikan seurantaa

Tarvitaan joukko uusia välineitä, jotta sisämarkkinoiden **valvonnasta** saadaan kuluttajakeskeisempää. Indikaattoreita ja tilastoja on kehitettävä seuraavilla aloilla: yrityksiltä kuluttajille suuntautuvan rajatylittävän kaupan taso, hintojen lähentyminen/eriytyminen, lainsäädännön noudattaminen, luottamus, kuluttajien valitukset, hinnat, saatavuus ja tyytyväisyys. Lisäksi toteutetaan toimia, joiden avulla pyritään ymmärtämään paremmin kuluttajien **käyttäytymistä** ja erityisesti sitä, miten järkiperäisiä kuluttajat ovat käytännössä ja miten uusi teknologia ja markkinointikäytännöt vaikuttavat heihin.

Myös tutkimuksen ja teknologisen kehittämisen seitsemättä puiteohjelmaa hyödynnetään, jotta saataisiin lisää tietoa kuluttajien käyttäytymisestä. Kuluttajien taloudellisiin etuihin ja tuoteturvallisuuteen sekä elintarvikkeisiin ja terveyteen liittyviä tutkimustoimia ja rahoitusjärjestelyjä on suunnitteilla, jotta vähennettäisiin kuluttajiin kohdistuvien tutkimustoimien hajanaisuutta yhdistämällä eri aloja, kuten talous- ja yhteiskuntatiede ja kognitiiviset tieteet. Alan vahvistaminen auttaa komissiota laatimaan parempaa politiikkaa ja sääntelyä, kun saadaan empiiristä tietoa kuluttajien käyttäytymisestä EU:n eri politiikanaloilla.

Myös **kansallista kuluttajapolitiikkaa** ryhdytään seuraamaan järjestelmällisemmin käyttäen vertailuarvoja. Komissio pyrkii kehittämään eri politiikanaloilla kuluttajakeskeisiä tilastoja ja tiedonkeruuta. Kuluttajiin ja kysyntään keskittyvistä tilastoista on huomattava puute. Eurostatilla on tärkeä tehtävä kerättäessä ”kovia” kuluttajatietoja, kuten vertailukelpoisia hintoja koskevia tietoja, ja validoitaessa ”pehmeitä” tietoja.

Turvallisuuteen liittyen prioriteetteja ovat EU:n laajuinen järjestelmä yhdenmukaistettujen tietojen keräämiseksi tavaroihin ja palveluihin liittyvistä **tapaturmista ja vammoista**, tavaroiden ja palveluiden turvallisuuteen liittyviä riskejä koskevan näytön parantaminen sekä käynnissä oleva yhteinen tutkimusohjelma EIS-Chem Risks (kulutushyödykkeistä vapautuviin kemiallisiin tuotteisiin liittyviä riskejä käsittelevä Euroopan tietojärjestelmä – European Information System on ”Risks from chemical products released from consumer products/articles”).

5.2. Parannetaan kuluttajansuojaa koskevaa sääntelyä

Käynnissä olevalla tarkistuksella on tarkoitus nykyaikaistaa EU:n kuluttajansuojasääntöjä ja yksinkertaistaa ja parantaa sääntely-ympäristöä sekä yritysten että kuluttajien kannalta. Komission alustavat havainnot ja mahdolliset toimintavaihtoehdot ovat nähtävissä **kuluttajansuojaa koskevan yhteisön säännöstön tarkistamisesta** laaditussa vihreässä kirjassa, joka annettiin 8. helmikuuta 2007. Jos alustavat havainnot vahvistetaan myöhemmissäkin toimissa, komissio tekee asiaan liittyviä ehdotuksia vuonna 2008. Mahdollisissa ehdotuksissa otettaisiin huomioon myös ensimmäiset tulokset komission toimista, jotka liittyvät eurooppalaisen sopimusoikeuden yhteiseen viitekehykseen.

Komissio käsittelee myös ongelmia, jotka ovat ominaisia tietyille direktiiveille. Tähän mennessä on kartoitettu lukuisia ongelmia, jotka liittyvät pitkäaikaisiin matkailutuotteisiin, ja **kiinteistöjen osa-aikaisesta käyttöoikeudesta** annetun direktiivin[15] muuttamisesta tehdään ehdotus vuonna 2007. Työt jatkuvat, jotta saadaan hyväksyttyä ehdotus[16] **kulutusluottoja** koskevaksi uudeksi direktiiviksi. Komissio laatii raportin **kuluttajille suunnattujen rahoituspalveluiden etämyynnistä** annetusta direktiivistä 2002/65/EY[17].

Vuonna 2007 komissio raportoi **yleistä tuoteturvallisuutta koskevan direktiivin**[18] toiminnasta. Raportissa käsitellään tuotteiden jäljitettävyyden paranemista, markkinavalvonnan toimintaa, standardointityötä sekä yhteisön kieltotoimenpiteitä. Uuden lähestymistavan soveltaminen tuoteturvallisuussäädöksiin ja yleistä tuoteturvallisuutta koskeva direktiivi ovat lisänneet huomattavasti **standardien** merkitystä lainsäädäntövälineenä. Jatkuva tuki eurooppalaiselle standardisointiasioiden kuluttajajärjestölle ANEC:lle (European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation) on sen vuoksi olennaisen tärkeää, jotta varmistetaan kuluttajien osallistuminen standardointiprosessiin. Komissio pyrkii myös varmistamaan, että EU:n kuluttajat ovat edustettuina kansainvälisessä standardointityössä.

Euroopan tason kuluttajaorganisaatiot tarvitsevat mahdollisuuden ja valmiudet, jotta ne voivat antaa panoksensa EU-aloitteisiin, jotka liittyvät kuluttajiin. Komissio osallistuu sen vuoksi edelleen **Euroopan tason kuluttajaorganisaatioiden** toiminnan rahoittamiseen. **Eurooppalainen neuvoa-antava kuluttajaryhmä**[19] ECCG (European Consumer Consultative Group) on jatkossakin tärkein foorumi, jonka kautta komissio kuulee kansallisia ja Euroopan laajuisia kuluttajaorganisaatioita. Samalla myös kehitetään erikoistuneita käyttäjäryhmiä ja -foorumeita, kuten FIN-USE-käyttäjäpaneeli sekä ECCG:n rahoitus- ja kilpailualaryhmät.

Kuluttajaliikkeet ovat hyvin erilaisia eri puolilla EU:ta niin vahvuutensa, rakenteensa kuin kapasiteettinsakin puolesta. Sen vuoksi komissio tukee edelleen kansallisia kuluttajaorganisaatioita, varsinkin uusissa jäsenvaltioissa, antamalla **koulutusta** perustaidoissa (hallinto, lobbaus ja kuluttajalainsäädäntö) mutta myös erikoisaloilla. Koulutusta järjestetään jatkossakin monenvälisesti. Kansallisen tason vahva kuluttajaliike on keskeisen tärkeää sekä vahvalle EU:n kuluttajaliikkeelle että hyvin toimiville kansallisille markkinoille. Osana jäsenvaltioiden kuluttajapolitiikan seurantaa komissio kiinnittää erityishuomiota kuluttajaliikkeeseen kohdistuvaan kansalliseen politiikkaan etenkin jäsenvaltioissa, joissa se on heikointa.

---

15 Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 94/47/EY, annettu 26. lokakuuta 1994, ostajien suojaamisesta kiinteistöjen osa-aikaisen käyttöoikeuden ostosopimuksen tiettyihin osiin nähden (EYVL L 280, 29.10.1994, s. 83).

16 KOM(2005) 483.

17 Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2002/65/EY, annettu 23. syyskuuta 2002, kuluttajille tarkoitettujen rahoituspalvelujen etämyynnistä (EYVL L 271, 9.10.2002, s. 16).

18 Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2001/95/EY, annettu 3. joulukuuta 2001, yleisestä tuoteturvallisuudesta (EYVL L 11, 15.1.2002, s. 4).

19 http://ec.europa.eu/consumers/cons_org/associations/committ/index_en.htm.

5.3. Parannetaan täytäntöönpanoa ja oikeussuojaa

Lainsäädännön täytäntöönpano ja soveltaminen

Komissio jatkaa yhteistyötä jäsenvaltioiden kanssa, jotta **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi** saatetaan osaksi kansallisia lainsäädäntöjä ajoissa ja yhdenmukaisesti.

Kuluttajansuojaa ja **tuoteturvallisuutta** koskevien sääntöjen täytäntöönpanosta vastaavien viranomaisten yhteistyö on keskeistä sisämarkkinoiden toiminnan kannalta. Markkinavalvontaa ja nopeaa hälytysjärjestelmää (RAPEX) kehitetään edelleen, kun ilmoitusten määrä kasvaa (67 ilmoitusta vuonna 2003, 701 vuonna 2005). Talouden toimijoille tarkoitettua välinettä vaarallisista tuotteista ilmoittamiseksi kehitetään edelleen. Komissio edistää jatkossakin Euroopan tuoteturvallisuusverkostoa ja yhteisrahoittaa täytäntöönpanoviranomaisten välisiä yhteistoimia, joilla pyritään kartoittamaan nykyisen markkinavalvonnan parhaat toimintatavat.

Uuden **kuluttajansuojayhteistyötä** koskevan asetuksen toiminta tuo mukanaan suuria muutoksia tapaan, jolla jäsenvaltioiden täytäntöönpanoviranomaiset tekevät yhteistyötä keskenään ja komission kanssa. Suurimpana haasteena tulevina vuosina on varmistaa, että jo toteutetut laajat lainsäädännölliset, institutionaaliset ja hallinnolliset toimenpiteet pannaan tehokkaasti täytäntöön ja että ne johtavat käytännössä toimivaan yhteistyöhön, josta on etua kuluttajille ja rehellisille elinkeinonharjoittajille.

Oikeussuoja

Jos halutaan turvata kuluttajien luottamus tehdä hankintoja muusta kuin kotijäsenvaltiostaan ja se, että he hyödyntävät sisämarkkinoita, heille on annettava varmuus siitä, että ongelmatilanteissa heillä on käytössään tehokkaat **oikeussuojakeinot**. Kuluttajakiistat vaativat räätälöityjä keinoja, joista ei aiheudu kiistan kohteena olevaan arvoon nähden kohtuuttomia kustannuksia ja viivästyksiä.

Komissio vahvistaa seurantaa ja kannustaa hyödyntämään nykyisiä suosituksia[20], joissa vahvistetaan vähimmäistakuita **vaihtoehtoisia riidanratkaisumenettelyitä** varten.

Kieltokanteita koskevalla direktiivillä on vahvistettu yleinen menettely, jonka kautta kuluttajaelimet voivat pysäyttää laittomia käytäntöjä, jotka haittaavat kuluttajien yhteisiä etuja kaikkialla EU:ssa. Komissio laatii kieltokanteita koskevasta direktiivistä[21] raportin vuonna 2007 ja käynnistää julkisen kuulemisen sen vaikutuksista. Komissio saattaa loppuun tutkimuksen tilanteesta. Lisäksi se harkitsee **kollektiivisia oikeussuojakeinoja** koskevia toimia sekä kuluttajansuojasääntöjen rikkomusten että EU:n kilpailusääntöjen rikkomusten osalta vuonna 2005 julkaistun vahingonkorvauskanteita koskevan vihreän kirjan mukaisesti.

---

[20] Komission suositus 98/257/EY, annettu 30. maaliskuuta 1998, tuomioistuinten ulkopuolisiin kuluttajariitoja ratkaiseviin elimiin sovellettavista periaatteista (EYVL L 115, 17.4.1998, s. 31), komission suositus 2001/310/EY, annettu 4. huhtikuuta 2001, kuluttajariitojen sovitteluun osallistuvia tuomioistuinten ulkopuolisia elimiä koskevista periaatteista (EYVL L 109, 19.4.2001, s. 56).

[21] Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 98/27/EY, annettu 19. toukokuuta 1998, kuluttajien etujen suojaamista tarkoittavista kieltokanteista (EYVL L 166, 11.6.1998, s. 51).

5.4. Parannetaan kuluttajille suunnattua tiedotusta ja valistusta

Euroopan kuluttajakeskusten verkko (ECC-Net) pyrkii lisäämään kuluttajien luottamusta antamalla neuvoja kuluttajien oikeuksista ja tarjoamalla helpon väylän oikeussuojan hakuun rajatylittävissä riitatapauksissa. Komissio osallistuu edelleen verkon rahoitukseen ja hallintoon yhdessä jäsenvaltioiden kanssa ja perustaa keskuksia kuhunkin jäsenvaltioon.

Uusissa jäsenvaltioissa toteutetut **tiedotuskampanjat**, joiden tarkoituksena oli lisätä tietoa kuluttajien oikeuksista ja kuluttajien roolista kansalaisjärjestöissä, saatetaan loppuun.

Komissio painattaa enemmän koululaisille tarkoitettuja Eurooppa-kalentereita ja lisää niihin nuoria kiinnostavia aiheita erityisesti kestävästä kulutuksesta. Komissio kannustaa uusien aikuiskoulutusmoduulien kehittämistä ja nykyisten[22] päivittämistä, jotta katetaan keskeiset kuluttajakysymykset. Komissio kannustaa kehittämään modulaarisia korkealaatuisia kursseja kuluttaja-aiheista jatko-opintotasolla.

Kuluttajat, joilla on vaikutusmahdollisuuksia ja tietoa, voivat helpommin muuttaa elintapoja ja kulutusmalleja parantaakseen terveyttään ja edistääkseen kestävämpiä elintapoja ja vähän hiilidioksidipäästöjä synnyttävää taloutta. Kuluttajat ovat tärkeässä asemassa pyrittäessä vastaamaan ympäristöhaasteisiin kuten ilmastonmuutoksen, ilman ja veden saastumisen, maankäytön sekä jätteiden aiheuttamiin ongelmiin. Ympäristönsuojelu ja ilmastonmuutoksen torjunta edellyttävät tiedottamisen parantamista esimerkiksi energian ja liikenteen aloilla, joilla valistuneet kuluttajat voivat saada aikaan todellisia eroja.

5.5. Parannetaan kuluttajien asemaa muussa EU-politiikassa ja -lainsäädännössä

Yhtenäismarkkinoita koskevassa katsauksessa kehotettiin toteuttamaan lisätoimia rahoituspalvelujen vähittäismarkkinoiden alalla. Komission hiljattaisessa alakohtaisessa selvityksessä[23] havaittiin, että pankkipalvelujen vähittäismarkkinat ovat hajanaiset ja niillä esiintyy kilpailun esteitä. Komissio antaa vihreän kirjan rahoituspalvelujen vähittäismarkkinoista ja valkoisen kirjan asuntoluotoista. Komissio analysoi vaikeuksia, joita kuluttajilla on pankkitilin avauksessa, sulkemisessa tai vaihtamisessa, ja pyrkii torjumaan kilpailuongelmia pankkipalvelujen vähittäismarkkinoilla.

Komission tavoitteena on varmistaa, että **yleishyödyllisiä palveluja** koskeva politiikka etenee rinnakkain asianmukaisten kuluttajatoimien kanssa. Komissio myös valvoo, että tarvittaessa yleispalvelut turvataan EU:n ja jäsenvaltioiden tasolla. Komissio käsittelee kaikkiin yleishyödyllisiin palveluihin sovellettavia horisontaalisia kuluttajaoikeuksia tulevassa tiedonannossaan yleishyödyllisistä palveluista. Se myös edelleen suojaa kuluttajia yleishyödyllisiä palveluja koskevalla alakohtaisella lainsäädännöllä.

Komissio käyttää ilmailualalla kehitettyjä matkustajaoikeuksia perustana muissa liikennemuodoissa etenkin liikuntarajoitteisten matkustajien osalta. Se myös laatii energiankuluttajien peruskirjan.

Komissio parantaa ongelmien ja prioriteettien koordinointia eri politiikanaloilla, jotka liittyvät kuluttajien **turvallisuuteen** muilla kuin elintarvikkeiden alalla (esim. kuluttaja-, terveys-, yritys-, teollisuus-, ympäristö- ja liikennepolitiikka) ja turvaan (esim. lentoliikenne).

---

22 www.dolceta.eu

23 http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/others/sector_inquiries/financial_services.

Komissio pyrkii edelleen varmistamaan eurooppalaisen neuvoa-antavan kuluttajaryhmän kanssa kuluttajien osallistumisen kaikkiin asiaankuuluviin ryhmiin, ja periaatteessa kukin politiikanala korvaa kuluttajien osallistumisen tällaisiin ryhmiin. Lisäksi komissio selvittää, miten kuluttajapolitiikan sidosryhmät saataisiin aktiivisemmin osallistumaan kuulemisiin, joita on järjestetty muuta EU-politiikkaa koskevista ehdotuksista, joilla on merkittäviä vaikutuksia kuluttajiin.[24] Jokainen komission osasto, jossa käsitellään merkittävästi kuluttajien etuja, nimittää **kuluttaja-asioiden yhteyshenkilön** – kilpailun pääosasto on ollut edelläkävijänä tässä – joka on yhteydessä kuluttajien sidosryhmiin ja varmistaa, että kultakin politiikanalalta saadaan tarvittava näyttö, jotta voidaan seurata politiikan vaikutusta kuluttajiin.

5.6. Parannetaan EU:n kuluttajien suojaa kansainvälisillä markkinoilla

Lainsäätäjille ja täytäntöönpanijoille kaikkialla on yhteistä etua yhteistyöstä, jolla kartoitetaan **vaarallisia tuotteita** ja riskejä ja tehdään riskinarviointeja. Vuonna 2005 komissio teki kulutustuotteiden turvallisuuteen liittyviä yhteistyösopimuksia Yhdysvaltojen tuoteturvallisuuskomission sekä Kiinan laadunvalvonta- ja tarkastusviranomaisen (AQSIQ) kanssa. Komissio tiivistää yhteistyötä Yhdysvaltojen ja Kiinan viranomaisten kanssa nykyisten sopimusten pohjalta ja pyrkii saamaan tarvittaessa aikaan uusia sopimuksia.

Sähköisen kaupankäynnin kasvu merkitsee sitä, että huijarit pystyvät toimimaan kansainvälisesti. Kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetussa asetuksessa säädetään vastavuoroista apua koskevista **kansainvälisistä sopimuksista** EU:n ja kolmansien maiden välillä. Komissio hakee neuvotteluvaltuuksia neuvostolta voidakseen hyväksyä sopimuksia sellaisten maiden kanssa, jotka ovat merkittäviä kauppakumppaneita ja kiinnostuneita yhteistyöstä.

6. PÄÄTELMÄT

Kuluttajapolitiikalla on ainutlaatuinen tilaisuus auttaa EU:ta vastaamaan kasvua ja työllisyyttä koskeviin haasteisiin ja saavuttamaan yhteys kansalaisiinsa. Komissio haluaa osoittaa kaikille EU:n kansalaisille vuoteen 2013 mennessä, että he voivat tehdä ostoksia missä tahansa EU:n kolkassa kulmakaupoista verkkokauppoihin luottaen siihen, että kuluttajansuoja on yhtäläisen tehokas kaikkialla, ja osoittaa kaikille vähittäiskauppiaille, että ne voivat myydä tuotteitaan missä tahansa yhtenäisten ja yksinkertaisten sääntöjen perusteella.

Kuluttaja-asioista vastaava komission jäsen pitää eurooppalaisen kuluttajapäivän (15. maaliskuuta) kunniaksi joka vuosi puheen, jossa esitellään saavutettua edistystä. Komissio tiedottaa edistyksestä säännöllisesti myös neuvostolle, Euroopan parlamentille ja jäsenvaltioille. Komissio laatii maaliskuuhun 2011 mennessä strategiasta väliraportin ja joulukuuhun 2015 mennessä arviointiraportin.

---

[24] Asiaan liittyvien osapuolten osallistumista politiikan laatimiseen käsitellään myös vihreässä kirjassa ”Euroopan avoimuusaloite”, KOM(2006) 194.