

Bruselj, 14.3.2013
COM(2013) 138 final

**SPOROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU, SVETU IN
EVROPSKEMU EKONOMSKO-SOCIALNEMU ODBORU**

o uporabi Direktive o nepoštenih poslovnih praksah

**Doseganje visoke stopnje varstva potrošnikov
Vzpostavljjanje zaupanja v notranji trg**

SPOROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU, SVETU IN EVROPSKEMU EKONOMSKO-SOCIALNEMU ODBORU

o uporabi Direktive o nepoštenih poslovnih praksah

Doseganje visoke stopnje varstva potrošnikov Vzpostavljanje zaupanja v notranji trg

1. UVOD

Direktiva 2005/29/ES o nepoštenih poslovnih praksah¹ (v nadaljnjem besedilu: Direktiva) je bila sprejeta 11. maja 2005 v pomoč potrošnikom pri izkoriščanju prednosti notranjega trga, saj je odpravila zakonodajne ovire, nastale zaradi različnih nacionalnih pravil, ki so podjetja odvrčala od prodaje, potrošnike pa od kupovanja na ravni EU.

Direktiva predstavlja glavni zakonodajni akt EU, ki ureja zavajajoče oglaševanje in druge nepoštenne prakse podjetij v razmerju do potrošnikov. Njeno široko področje uporabe zajema vse prakse podjetij v razmerju do potrošnikov v vseh sektorjih. Ne uporablja se le na stopnji trženja in oglaševanja v poslovni transakciji, ampak tudi „[...] med in po poslovni transakciji v zvezi z nekim izdelkom“².

Direktiva zagotavlja visoko stopnjo varstva potrošnikov v vseh sektorjih. Deluje kot varnostna mreža in ureja področja, ki jih ne urejajo druga sektorska pravila EU. Preprečuje zavajanje potrošnikov in njihovo izpostavljanje agresivnemu trženju, zagotavlja pa tudi, da so vse trditve trgovcev v EU jasne, resnične in utemeljene, tako da lahko potrošniki sprejemajo informirane in smiselne odločitve.

Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah skupaj z drugo zakonodajo s področja notranjega trga³ in Uredbo o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov⁴, prispeva k doseganju preglednosti trga in preprečevanju nelojalne konkurence v EU. Vse države članice so njene določbe prenesle v svojo nacionalno zakonodajo.

To sporočilo predstavlja glavne sklepe, ki so mogoči glede na začetno obdobje pridobivanja izkušenj z izvrševanjem Direktive o nepoštenih poslovnih praksah, kot določa člen 18 Direktive, ter opredeljuje ukrepe, potrebne za to, da bo imela Direktiva čim večji pozitiven učinek na povezovanje notranjega trga in varstvo potrošnikov.

¹ Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta.

² Glej člen 3(1) Direktive.

³ Na primer Direktiva 2000/31/ES Evropskega Parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (Direktiva o elektronskem poslovanju), in Direktiva 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov.

⁴ Uredba (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. oktobra 2004 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov („Uredba o sodelovanju na področju varstva potrošnikov“).

Skupaj s tem sporočilom je objavljeno podrobno poročilo⁵ o uporabi Direktive v državah članicah. Je del Evropske agende za potrošnike⁶, katere namen je povečanje udeležbe potrošnikov in njihovega zaupanja v trg ter s tem spodbujanje zaupanja in rasti na splošno.

Izdatki potrošnikov predstavljajo 56 % BDP EU in so bistvenega pomena za doseganje cilja pametne, vključujoče in trajnostne rasti. Kot navaja Evropska agenda za potrošnike, lahko spodbujanje takega povpraševanja znatno pomaga pri odpravljanju krize v EU.

V ta namen je treba uresničiti potencial enotnega trga.

Podatki kažejo, da imajo potrošniki pri spletnem nakupovanju v EU na izbiro do 16-krat več proizvodov, kljub temu pa 60 % potrošnikov tega kanala še vedno ne uporablja. Zaradi te nenaklonjenosti potrošniki ne izkoriščajo v celoti raznovrstne izbire in razlik v cenah, ki jih ponuja enotni trg.

Ukrepi politike za izboljšanje zaupanja potrošnikov v čezmejno spletno nakupovanje lahko znatno spodbudijo gospodarsko rast v Evropi.

2. OCENA KORISTI DIREKTIVE

2.1. Doseganje visoke stopnje varstva potrošnikov in enakih pogojev za trgovce

Prve izkušnje z izvajanjem Direktive kažejo, da je občutno izboljšala varstvo potrošnikov v državah članicah in med njimi, hkrati pa podjetja, ki poslujejo zakonito, bolje ščiti pred konkurenti, ki ne upoštevajo pravil.

Koristi Direktive so predvsem rezultat dveh njenih posebnih lastnosti, in sicer njene vloge horizontalne „varnostne mreže“ ter kombinacije na načelih temelječih pravil in „črne liste“ prepovedanih nepoštenih praks.

Na načelih temelječa pravila Direktive o nepoštenih poslovnih praksah so nacionalnim organom omogočila, da se prilagajajo na proizvode, storitve in prodajne metode, ki se hitro spreminjajo. Delujejo kot „vsezajemajoče“ določbe o merilih, ki se lahko uporabljajo z določeno prožnostjo, da se preprečijo nepoštena ravnanja, za katere ne veljajo posebne prepovedi.

„Črna lista“ praks, ki so prepovedane v vseh okoliščinah, pa je nacionalnim organom zagotovila učinkovito orodje za preprečevanje nepoštenih praks, kot so oglaševanje z vabo, ustvarjanje vtisa brezplačne ponudbe, prikrito oglaševanje in neposredno nagovarjanje otrok.

Spodaj so navedeni primeri praks, ki so v skladu z Direktivo prepovedane.

Vabljenje potrošnikov v prostore trgovca ali na njegovo spletno mesto s ponudbami proizvodov ali storitev, ki niso dobavljivi („oglaševanje z vabo“)

Sabine iz Nemčije je v reviji našla oglas s posebno ponudbo: „Let v Barcelono za samo 1 evro!“, ko pa je hotela rezervirati let prek spleta, je ugotovila, da so cene veliko višje. Na klicnem centru za stranke so ji povedali, da je bilo po znižani ceni na voljo le omejeno število sedežev. Večina strank tako ni mogla izkoristiti te ugodne ponudbe.

⁵ Glej poročilo, priloženo k temu sporočilu: „Prvo poročilo o uporabi Direktive 2005/29/ES o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah)“.

⁶ Glej sporočilo Komisije „Evropska agenda za potrošnike – za krepitev zaupanja in rasti“, COM(2012) 225 final z dne 22. maja 2012 – http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_en.htm.

Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah prepoveduje ponujanje proizvoda po določeni ceni brez jasne navedbe, da je ponudba lahko omejena glede na obseg oglaševanja in ponujeno ceno.

Ustvarjanje vtisa brezplačne ponudbe

*Marit iz Estonije je prejela naslednje elektronsko sporočilo spletnega prodajalca kozmetike: „Če pokličete takoj, boste prejeli **BREZPLAČNO** darilo – sončna očala znane blagovne znamke!“. Ko je poklicala, je izvedela, da ponudba velja le ob naročilu v višini vsaj 2 000 evrov ali več.*

Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah trgovcem prepoveduje lažno oglaševanje proizvoda kot brezplačnega, če mora potrošnik dejansko plačati kakršen koli znesek poleg stroškov, ki nastanejo, ker se je odzval na poslovno prakso, ali stroškov za dostavo.

Ovire za zamenjavo ponudnika storitve

Filip se je odločil, da bo svoje zavarovanje za hišo prenesel na drugo zavarovalnico, ki nudi ugodnejše pogoje. Na zavarovalnici so mu povedali, da bo moral za prekinitev obstoječe pogodbe izpolniti več različnih obrazcev, ki pa mu jih bodo lahko poslali šele čez več kot dva tedna. Sogovornica je tudi omenila, da bodo za obravnavo zahtevka potrebni trije meseci. Filip je resignirano odstopil od svoje namere. Toliko o dobrih namenih.

V skladu z Direktivo o nepoštenih poslovnih praksah trgovci ne smejo vsiljevati kompleksnih ali nesorazmernih nepogodbenih ovir, ko želi potrošnik uveljavljati pogodbene pravice, vključno s pravico do razdora pogodbe, izbire drugega proizvoda ali drugega trgovca.

Neposredno nagovarjanje otrok

Alain je bil nadvse presenečen, ko ge je hčerka začela prepričevati, naj ji kupi zbirko filmov z njenim najljubšim literarnim junakom. Ko je na televiziji videl oglasno sporočilo za te filme: „Tvoja najljubša knjiga zdaj tudi na DVD-ju – reci očetu, naj ti ga kupi!“, mu je bilo vse jasno.

Neposredno nagovarjanje otrok k prigovarjanju odraslih, naj jim kupijo oglaševane proizvode, je v skladu z Direktivo o nepoštenih poslovnih praksah nepoštena praksa. Ta prepoved velja za vse medije, tudi televizijo in spletno oglaševanje.

Po zaslugi Direktive o nepoštenih poslovnih praksah lahko nacionalne organizacije za varstvo potrošnikov omejujejo in sankcionirajo številne nepoštenne poslovne prakse, vključno z zavajajočimi okoljskimi trditvami in agresivnimi praksami⁷. Vendar:

- Zainteresirane strani trdijo, da se trditve o ekološkosti (na primer „okolju prijazno“, „biorazgradljivo“, „trajnostno“ in „naravno“) kljub veljavnemu pravnemu okviru še vedno ne uporabljajo odgovorno, pogosto pa so zelo splošne, nedoločne in slabo opredeljene. Združenja za varstvo potrošnikov navajajo, da je tudi težko preverjati resničnost trditev, zlasti na področju energije, kozmetike, avtomobilov in detergentov.
- Nekaterе države članice navajajo agresivne prakse, ki nagovarjajo otroke, na primer na področju spletnih iger, pa tudi prakse, ki nagovarjajo starejše. Potrebna so nadaljnja prizadevanja za okrepitev izvrševanja Direktive v zvezi s tema kategorijama ranljivih potrošnikov, ki so v slabšem položaju. Zlasti je treba zagotoviti, tudi ob upoštevanju postopnega staranja prebivalstva, da bodo ranljivi

⁷ Glej oddelek 4 o izvrševanju priloženega poročila o izvajanju Direktive.

potrošniki zaščiteni pred tveganji, nastalimi zaradi učinkov gospodarske krize in kompleksnosti digitalnih trgov.

2.2. Vzpostavljane zaupanja v enotni trg

Direktiva je različne predpise posameznih držav članic o nepoštenih poslovnih praksah nadomestila z enim samim nizom pravil ter tako poenostavila regulativno okolje in pomagala odstraniti ovire za čezmejno trgovino.

Direktiva se veliko uporablja tudi za reševanje čezmejnih zadev. Skoraj 50 % zahtevkov za vzajemno pomoč, ki jih je v zadnjih petih letih obravnavala mreža za sodelovanje pri varstvu potrošnikov⁸ (zahtevki za informacije, opozorila in zahtevki za izvršitev) se je nanašalo na kršitve Direktive o nepoštenih poslovnih praksah. Poleg tega je mreža za sodelovanje pri varstvu potrošnikov na podlagi določb Direktive izvedla več skupnih nadzornih ukrepov („sweeps“) (digitalni proizvodi/storitve, spletne strani za prodajo letalskih kart, spletne storitve mobilne telefonije, spletne strani za prodajo zabavne elektronike)⁹.

Precejšen del direktive je posvečen temu, da se potrošnikom pravočasno zagotovijo resnične in popolne informacije o glavnih značilnostih proizvoda ali storitve, ceni in najpomembnejših pogojih. Potrošniki tako lažje razumejo in primerjajo ponudbe, opazen pa je tudi neposreden učinek na trženjske in oglaševalske tehnike, ki jih razvijajo trgovci.

Oglaševanje ima pomembno vlogo pri delovanju enotnega trga, za družbe pa pomeni glavno orodje za prodajo proizvodov in ponujanje storitev izven lastne države. S pomočjo oglaševanja postanejo družbe prepoznavne: spodbuja konkurenco, znižuje cene in zvišuje kakovost.

V nedavnem sporočilu o elektronskem poslovanju so bile natančne in preglednejše informacije o domačih in čezmejnih ponudbah opredeljene kot eden ključnih dejavnikov za povečanje zaupanja potrošnikov in spodbujanje trgovcev na drobno k prodaji prek spleta¹⁰.

Po najnovejših podatkih je za čezmejno nakupovanje v primerjavi z letom 2006, ko Direktiva še ni bila prenesena v zakonodajo držav članic, zdaj zainteresiranih več potrošnikov (52 %, +19 odstotnih točk), ki so pripravljeni porabiti več denarja (18 %, +5 odstotnih točk)¹¹. Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah je zaslužna za spodbuditev tega odprtejšega odnosa evropskih potrošnikov, saj je eden glavnih zakonodajnih orodij EU za spodbujanje njihovega zaupanja in čezmejne trgovine. Vendar pa rast čezmejnega spletnega nakupovanja še vedno zelo zaostaja za rastjo domačega spletnega nakupovanja, zato so potrebni dodatni ukrepi.

⁸ Uredba o sodelovanju na področju varstva potrošnikov št. 2006/2004 je vzpostavila okvir za tesnejše sodelovanje izvršilnih organov, da bi preprečili čezmejne poslovne prakse, ki kršijo zakonodajo o varstvu potrošnikov. Od leta 2007 Uredba o sodelovanju na področju varstva potrošnikov obravnava čezmejne primere kršitev Direktive o nepoštenih poslovnih praksah.

⁹ http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm.

¹⁰ Glej delovni dokument služb Komisije *Zagotoviti potrošnikom koristi elektronskega poslovanja*, priložen k Sporočilu Komisije Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in Odboru regij, *Skladen okvir za okrepitev zaupanja v enotni digitalni trg elektronskega poslovanja in spletnih storitev*, COM(2011) 942 final z dne 11. januarja 2012 – http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm.

¹¹ Glej javnomnenjsko raziskavo Flash Eurobarometer 332, *Consumers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection*, maj 2012, str. 8. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf. Vedno večji delež potrošnikov (50 %) je pripravljen opraviti nakup blaga ali storitev v drugem jeziku EU (povečanje za 17 odstotnih točk v primerjavi z letom 2006). Odstotek ljudi, ki pod nobenim pogojem ne bi kupovali v drugem jeziku, se je zmanjšal z 42 % leta 2008 na 30 % leta 2011. Tudi delež Evropejcev, ki pravijo, da znajo poiskati informacije in nasvete o čezmejnem nakupovanju, se je občutno povečal: s 24 % leta 2006 na 39 % leta 2011.

Kritična sektorja predstavljajo *finančne storitve in nepremičnine*, in sicer zaradi njihove kompleksnosti in resnih tveganj, ki so z njimi neločljivo povezana. Na teh področjih je bilo ugotovljenih več nepoštenih poslovnih praks, na primer pomanjkljive osnovne informacije na stopnji oglaševanja in zavajajoči opisi proizvodov. Večina držav članic je sprejela nacionalna pravila, ki zagotavljajo zaščitne ukrepe za potrošnike, ki dopolnjujejo tiste iz Direktive o nepoštenih poslovnih praksah. Rezultati preiskave kažejo, da zaenkrat ne bi bilo primerno ukiniti z Direktivo določene možnosti, da države članice presežejo raven uskladitve, ki jo Direktiva določa za ta sektorja¹².

2.3. Ustrezno in učinkovito izvrševanje Direktive

Pravni okvir Direktive o nepoštenih poslovnih praksah se je kot celota izkazal za ustreznega za ocenjevanje poštenosti novih spletnih praks, ki se razvijajo vzporedno z razvojem tehnik prodaje oglaševalskega prostora in časa, na primer strani za primerjavo cen in skupinske rezervacije, ali na primer vedno večje vključenosti oglaševanja v družabna omrežja.

Kot kaže, se državam članicam in zainteresiranim stranem izvrševanje Direktive na nacionalni ravni na splošno zdi ustrezno in učinkovito, navajajo pa, da pomanjkanje virov, kompleksnost in dolgotrajnost notranjih postopkov in pomanjkanje odvrtilnih ukrepov ovirajo njeno uporabo.

V primeru čezmejnih nepoštenih poslovnih praks je za izvršilne organe pravi izziv, da reagirajo hitro in učinkovito. To vpliva tudi na izvrševanje zakonodaje na čezmejni ravni, kot kaže izid posvetovanj, pa je to postalo očitno tudi na področju upravnega sodelovanja na podlagi Uredbe o sodelovanju na področju varstva potrošnikov.

Izkušnje z izvrševanjem kažejo, da je eden glavnih problemov orodij za ocenjevanje s strani uporabnikov in zlasti *spletnih strani za primerjavo cen*, da ne navajajo identitete trgovca, ki upravlja stran in/ali tega, ali prodajalci na drobno plačujejo za to, da so njihovi proizvodi in storitve prikazani (tj. ali je stran sponzorirana).

Glede na povratne informacije zainteresiranih strani je videti, da komercialne ponudbe pogosto ne upoštevajo zahteve za jasno in popolno navedbo cene, zlasti v *sektorju prevoza in potovanj*.

V nobenem od teh primerov zainteresirane strani ne zahtevajo zakonodajnih ukrepov, pač pa strožje in skladnejše izvršilne ukrepe.

3. KLJUČNE PREDNOSTNE NALOGE ZA NADALJNJE UKREPANJE

V skladu z ugotovitvami evropske agende za potrošnike in Sporočila Komisije o boljšem upravljanju enotnega trga¹³ je zagotavljanje boljšega izvajanja in izvrševanja obstoječih pravil hiter način za povečanje rasti in ustvarjanje delovnih mest.

V tem okviru ima Direktiva pomembno vlogo, Komisija pa je prodajo na drobno (vključno z elektronskim poslovanjem), sektor potovanj in prevoza, finančne storitve, digitalno

¹² Glej člen 3(9) Direktive o nepoštenih poslovnih praksah in študijo *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property*, ki jo je leta 2012 za GD za konkurenco Evropske komisije izvedel Civic Consulting: <http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document>.

¹³ Glej sporočilo Evropske komisije *Boljše upravljanje enotnega trga*, COM(2012) 259/2. http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf.

gospodarstvo, energijo in trajnost opredelila kot ključna prednostna področja, ki lahko sprostitjo potencial enotnega trga za rast¹⁴.

Da bo Direktiva še naprej ohranjala visoko stopnjo varstva potrošnikov in zagotavljala koristi za notranji trg, je potrebna **okrepitev nacionalnega izvrševanja in sodelovanja na področju čezmejnega izvrševanja**. To velja zlasti za nepoštenе prakse, ki se pojavijo istočasno v različnih državah članicah. V takem primeru je za preprečevanje praks, ki imajo učinek za celotno EU, ključnega pomena učinkovito usklajevanje med Komisijo, nacionalnimi organi, organizacijami potrošnikov in podjetji¹⁵.

Zaradi potrebe po pospešitvi izvrševanja na čezmejni in nacionalni ravni mora Komisija **prevzeti vidnejšo vlogo**, pri tem pa sodelovati z državami članicami in jih podpirati pri uporabi Direktive v EU. V zvezi s tem bo Komisija proučila, kako lahko v skladu s pogodbama aktivneje prispeva k spodbujanju skladne uporabe Direktive, zlasti kar zadeva nepoštenе prakse s čezmejno razsežnostjo, na primer nekatere spletne prakse, ki izvršilnim organom povzročajo skupne težave. Spodbujanje skladnih praks pri izvajanju Direktive je ključnega pomena za zagotovitev enakih pogojev za trgovce, zlasti pri čezmejnem delovanju, in ne nazadnje za zagotovitev visoke stopnje varstva potrošnikov v Evropi.

3.1. Zagotavljanje popolne skladnosti nacionalne zakonodaje z Direktivo

Komisija bo kot varuhinja pogodb še naprej natančno spremljala pravilen prenos in uporabo Direktive v vseh državah članicah. Preverjala bo skladnost in opravljala poglobljene preglede, da bi ugotovila, kako predpisi delujejo v praksi, ter po potrebi opredelila korektivne ukrepe. Sedanja analiza kaže, da v več državah članicah še vedno obstajajo neskladnosti med nacionalno zakonodajo in Direktivo. Službe Komisije so zato v stiku z zadevnimi državami članicami. Kadar posamezna država članica ne bo izpolnjevala zavez glede prenosa Direktive in njenega izvrševanja, bo Komisija sprejela ustrezne ukrepe na podlagi člena 258 PDEU.

3.2. Zagotavljanje enotnega in ustreznega izvajanja Direktive v državah članicah

Za zagotovitev ustreznega in enotnega izvajanja Direktive bo Komisija:

- še naprej razvijala **smernice** kot odgovor na povratne informacije, ki so jih poslali nacionalni izvršilni organi in druge zainteresirane strani, pojavljanje novih praks, vključno s spletnimi, ter razvoj evropske in nacionalne sodne prakse¹⁶;
- izboljšala, razširila in posodobila **podatkovno zbirko** Direktive o nepoštenih poslovnih praksah¹⁷.

3.3. Izboljšanje izvrševanja in upravnega sodelovanja med državami članicami

Ob upoštevanju povratnih informacij držav članic in zainteresiranih strani, pa tudi sicer razpoložljivih informacij, je Komisija opredelila ključne sektorje, kjer so potrošniki v slabšem položaju, kjer ne morejo izkoristiti vseh priložnosti in kjer so možnosti enotnega trga za rast največje.

¹⁴ Glej evropsko agendo za potrošnike.

¹⁵ Glej priloženo poročilo o izvajanju Direktive, oddelek 3.3.3., na primer v povezavi z odločbo italijanskega protimonopolnega organa (AGCM) PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia*, Provvedimento n. 23193 z dne 27. decembra 2011.

¹⁶ Komisija med drugim načrtuje nadaljnji razvoj smernic o zavajajočih okoljskih trditvah na podlagi rezultatov posebne študije, ki bo potekala v letu 2013, nadaljevala pa bo tudi s pripravo akcijskega načrta za trajnostno porabo in proizvodnjo.

¹⁷ Glej <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/>. Ta podatkovna zbirka temelji na Sklepu št. 1926/2006/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 18. decembra 2006 o uvedbi programa ukrepov Skupnosti na področju potrošniške politike (2007–2013).

Na teh področjih bo Komisija začela izvajati posebne pobude, ki so v skladu z evropsko agendo za potrošnike namenjene okrepitvi izvrševanja.

Komisija bo sprejela naslednje ukrepe:

- *redno bo organizirala tematske **delavnice** med nacionalnimi izvršilnimi organi ter **usposabljanja** za izvršilne organe in sodstvo;*
- *povečala bo učinkovitost mreže za sodelovanje pri varstvu potrošnikov ter še naprej spodbujala usklajene **izvršilne ukrepe** („sweeps“);*
- *državam članicam bo pomagala pri zagotavljanju **učinkovite uporabe Direktive** z nadaljnjim razvojem **smernic** in izmenjavo dobrih praks z državami članicami;*
- *v sodelovanju z državami članicami bo pripravila posebne **kazalnike izvrševanja** za uporabo Direktive o nepoštenih poslovnih praksah, ki bodo razkrivali pomanjkljivosti, ki jih je treba nadalje raziskati in/ali zahtevajo korektivne ukrepe.*

Ti ukrepi bodo osredotočeni na naslednje ključne sektorje/področja:

- *potovanja in prevoz,*
- *digitalni/spletni trg,*
- *okoljske trditve,*
- *finančne storitve,*
- *nepremičnine.*

*V vseh teh sektorjih se bodo posebej proučile prakse, ki nagovarjajo **ranljive potrošnike**, zlasti starejše in mladoletne.*

3.4. Spremljanje razvoja trga in povečevanje ozaveščenosti

Komisija bo natančno spremljala razvoj trga, da bi zagotovila, da bo regulativni okvir potrošnikom še naprej nudil visoko stopnjo varstva pri njihovih domačih in čezmejnih nakupih.

Poseben poudarek bo namenjen premisleku o tem, ali je pravni okvir ustrezen, da lahko sledi hitremu razvoju tehnik oglaševanja in prodaje, proizvodov in storitev na spletu.

Da bodo lahko potrošniki ustrezno uveljavljali svoje pravice, so poleg okrepljenega izvrševanja pomembne tudi pobude za povečanje ozaveščenosti. V letu 2013 se bo v okviru evropskega leta državljanov v sodelovanju z vsemi zainteresiranimi stranmi, vključno s podjetji in združenji potrošnikov, začela *vseevropska kampanja* za povečanje seznanjenosti s pravicami potrošnikov, tudi na podlagi Direktive o nepoštenih poslovnih praksah.

4. SKLEPI

Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah se je izkazala za koristno orodje za povečanje blaginje potrošnikov. Poenostavila je regulativno okolje, pripomogla pa je tudi k odstranjevanju ovir za čezmejno trgovino. Izkušnje potrjujejo uporabnost in prožnost te na načelih temelječe in horizontalne zakonodaje. Poenostavljeno regulativno okolje podjetjem omogoča lažji dostop do čezmejnih dejavnosti, hkrati pa potrošnikom in podjetjem dopušča, da vedno bolj izkoriščajo neizrabljeni potencial notranjega trga.

Komisija meni, da na tej točki ne bi bilo primerno spremeniti Direktive, ne nazadnje zaradi tega, ker so izkušnje držav članic z njenim izvrševanjem še vedno preveč časovno omejene za tako obsežen zakonodajni akt. Komisija se bo sedaj osredotočila na skladno izvajanje

Direktive, pri tem pa sprejela konkretne ukrepe za učinkovitejše izvrševanje na ključnih področjih, da bi povečala zaupanje potrošnikov in rast.