

Bryssel den 13.11.2020
COM(2020) 696 final

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET OCH
RÅDET**

Ny strategi för konsumentpolitiken

En hållbar återhämtning genom stärkt konsumentresiliens

NY STRATEGI FÖR KONSUMENTPOLITIKEN

– EN HÅLLBAR ÅTERHÄMTNING GENOM STÄRKT KONSUMENTRESILIENS

1. INLEDNING

De europeiska konsumenterna förväntar sig med rätta att kunna utnyttja den inre marknadens alla fördelar och att ha möjlighet att göra välgrundade val och aktivt delta i den gröna och digitala omställningen närsomhelst och var de än befinner sig i EU. De förväntar sig såväl fri tillgång till varor och tjänster i hela EU som garantier för att deras konsumenträttigheter skyddas, trots både traditionella och nya utmaningar.

Den **nya strategin för konsumentpolitiken** (nedan kallad *strategin*) målar upp en vision för EU:s konsumentpolitik från 2020 till 2025, på grundval av strategin för konsumentpolitiken från 2012 (som löper ut 2020) och den nya given för konsumenterna från 2018¹. Syftet är också att beakta konsumenternas omedelbara behov mot bakgrund av den rådande covid-19-pandemin och öka deras resiliens. Pandemin har medfört betydande utmaningar som påverkar konsumenternas dagliga liv, framför allt i fråga om tillgången till produkter och tjänster, liksom resandet inom, till och från EU.

Strategin omfattar **fem prioriterade huvudområden**, nämligen

- (1) **den gröna omställningen,**
- (2) **den digitala omställningen,**
- (3) **möjlighet till gottgörelse och upprätthållande av konsumenträttigheter,**
- (4) **vissa konsumentgruppers särskilda behov, och**
- (5) **internationellt samarbete.**

Genom att se till att dessa prioriteringar beaktas på lämpligt sätt kommer strategin att fungera som **vägledning** för genomförandet av programmet för den inre marknaden inom den **nya fleråriga budgetramen**. Den främjar åtgärder för en grönare, mer digital och rättvisare inre marknad i syfte att öka förtroendet bland konsumenterna, vars konsumtion genererar 54 % av EU:s BNP², och på så sätt stimulera den ekonomiska återhämtningen från efterfrågesidan. Mot bakgrund av detta måste konsumenternas intressen värnas samtidigt som även företagen behöver få stöd, framför allt små och medelstora företag³.

Strategin ger uttryck för en **helhetssyn som omfattar olika unionspolitiska områden** av särskild vikt för konsumenterna. Den speglar behovet av att ta hänsyn till konsumentskyddskraven vid utformning och genomförande av annan politik och verksamhet⁴. Den kompletterar andra EU-initiativ, såsom den europeiska gröna given⁵,

¹ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en.

² Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Household_consumption_by_purpose.

³ En SMF-strategi för ett hållbart och digitalt EU, COM(2020) 103 final.

⁴ Artikel 12 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt.

handlingsplanen för den cirkulära ekonomin⁶ och meddelandet om att forma Europas digitala framtid⁷. Den stöder också internationella ramar på området, t.ex. FN:s agenda 2030 för hållbar utveckling och FN:s konvention om rättigheter för personer med funktionsnedsättning.

För att alla dessa prioriteringar ska kunna främjas på ett verkningsfullt sätt krävs ett nära samarbete mellan **EU och dess medlemsstater** och korrekt införlivande, genomförande och efterlevnad av den stabila konsumentskyddsram som utvecklats under många år. Därför innehåller strategin **prioriteringar och viktiga åtgärds punkter** som tillsammans ska drivas och genomföras på europeisk och nationell nivå⁸.

Strategin är resultatet av intensiva förberedelser och diskussioner med berörda parter. Ett **öppet offentligt samråd** visade på ett allmänt stöd för huvudprioriteringarna, däribland behovet av åtgärder på grund av covid-19-pandemin⁹. Den övergripande hållningen välkomnades som en viktig drivkraft för en hållbar, grön återhämtning och ett rättvist digitalt samhälle. Upprätthållande av rättigheterna och möjligheter till gottgörelse liksom stöd till konsumenter med särskilda behov betraktas som viktiga övergripande frågor.

2. KONSUMENTERNA UNDER COVID-19-PANDEMIN

Exempel: Nätbedrägerierna har ökat kraftigt under krisen. Bluffmakare har profiterat på konsumenternas rädsla för att kunna sälja onödiga, ineffektiva och potentiellt farliga produkter med falska löften om deras hälsofördelar, t.ex. genom att marknadsföra varor med skyddsegenskaper de inte har eller genom att sälja munskydd som inte uppfyller kraven. Hundratals miljoner olagliga erbjudanden och annonser har tagits bort efter att kommissionen och konsumentmyndigheterna har kontaktat plattformarna. Konsumenternas rättigheter och säkerhet måste fortsätta att skyddas, särskilt nu när osäkerheten och oron är större än någonsin.

Covid-19-pandemin är först och främst en **hälsokris**. EU och dess medlemsstater har vidtagit beslutsamma åtgärder för att bekämpa pandemin på ett samordnat sätt. Det är viktigt att alla har **lika** och snabb **tillgång till tester till ett överkomligt pris**. Detsamma gäller även **skyddsutrustning, behandling och framtida vaccin mot covid-19**¹⁰, samt all nödvändig förebyggande och kurativ hälso- och sjukvård¹¹. Kommissionen har nyligen lagt fram ytterligare konkreta åtgärder¹² för att begränsa coronavirusets spridning, skydda människors liv och bygga upp ökad resiliens i alla medlemsstater. Produkter och tjänster som visat sig vara väsentliga under krisen måste vara försedda med fullständiga garantier vad gäller

⁵ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_sv.

⁶ COM(2020) 98 final.

⁷ https://ec.europa.eu/info/publications/communication-shaping-europes-digital-future_en.

⁸ I strategin anges åtgärder på ett selektivt och icke uttömmande sätt för att belysa viktiga arbetsområden och undvika överlappning med andra strategier och handlingsplaner som man redan enats om.

⁹ Se <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12464-A-New-Consumer-Agenda>.

¹⁰ Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, Europeiska rådet, rådet och Europeiska investeringsbanken om EU:s strategi för vacciner mot covid-19, COM(2020) 245 final.

¹¹ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/public-health_sv.

¹² Kommissionens meddelande av den 28 oktober 2020 om ytterligare covid-19-åtgärder, COM(2020) 687 final, och kommissionens rekommendation av den 28 oktober 2020 om strategier för testning av covid-19, inbegripet användning av antigen tester i form av snabbtester, C(2020) 7502 final.

grundläggande rättigheter, medicinsk etik, integritet och dataskydd i enlighet med den allmänna dataskyddsförordningen.

De **djupgående sociala och ekonomiska störningar** som pandemin gett upphov till är emellertid en stor utmaning för samhället. EU har gjort historiska insatser för att stärka återhämtningen och resiliensen, men ekonomin är fortfarande bräcklig.

Pandemin har också tydligt förändrat människors **konsumtions- och rörlighetsmönster**. Isoleringsåtgärderna har framhävt hur oerhört viktig den digitala tekniken är i våra liv – tack vare den kan vi köpa väsentliga varor som annars inte skulle vara tillgängliga och få tillgång till tjänster trots restriktionerna. Folk tenderar att köpa mer lokalt och boka resor en kortare tid i förväg, men även att använda onlinetjänster oftare. Vissa förändringar som är kopplade till hälsosituationen kan vara tillfälliga (t.ex. den minskade användningen av kollektivtrafik) medan andra, i synnerhet de som rör den digitala omställningen (t.ex. att allt fler handlar mat på nätet eller tar del av streamingtjänster hemifrån, även streamade kultur- och idrottsevenemang), kan tänkas bli mer strukturella¹³.

Krisen har påverkat många delar av konsumenternas liv och detta har framhävt den avgörande **vikten av en hög konsumentskyddsnivå** och ett nära samarbete mellan myndigheterna i EU. Samtidigt har det också blottat **vissa luckor** i EU:s konsumentskyddssram.

EU-konsumenterna förväntar sig med rätta att **transportföretag och researrangörer** ska iakttä deras rätt till full återbetalning av förskottsbetalningar. Men konsumenterna har stora problem med att hävda den här rättigheten på grund av sektorns likviditetsproblem och det snudd på totalstopp som pandemin medförde för passagerartrafiken. Som svar på detta har kommissionen och medlemsstaterna vidtagit åtgärder för att slå vakt om konsumenternas rättigheter och även föreslå praktiska lösningar som är helt förenliga med gällande regler¹⁴. Erfarenheterna från pandemin och tidigare händelser, t.ex. Thomas Cooks konkurs 2019, fordrar en djupare analys av huruvida det nuvarande regelverket för paketresor (också när det gäller insolvensskydd) fortfarande är helt i stånd att alltid säkerställa ett robust och heltäckande konsumentskydd, med beaktande även av utvecklingen i fråga om passagerarrättigheter¹⁵.

En annan källa till oro under pandemin är den kraftiga ökningen av **konsumentbedrägerier, vilseledande marknadsföringstekniker och näthandelsbedrägerier**, som allt fler konsumenter har fallit och fortsätter att falla offer för¹⁶. Bekämpningen av sådana oseriösa handelsmetoder har krävt ett nära samarbete mellan kommissionen och de nationella tillsynsmyndigheterna. Kommissionen har också utökat sina kontakter med de stora onlineplattformarna, som är centrala för näthandeln och som i sin tur har vidtagit

¹³ En Ipsos-undersökning för kommissionen visade att utöver en märkbar ökning av näthandeln under första halvåret 2020 förväntar sig många konsumenter färre besök till idrotts- och kulturevenemang under det kommande året (40–60 %) och färre resor i kollektivtrafiken (24–43 %).

¹⁴ Kommissionens rekommendation (EU) 2020/648 av den 13 maj 2020 om värdebevis som erbjuds passagerare och resenärer som ett alternativ till ersättning för inställda paketresetjänster och transporttjänster mot bakgrund av covid-19-pandemin, EUT L 151, 14.5.2020.

¹⁵ Förordningarna om passagerarrättigheter (EG) nr 261/2004, (EG) nr 1371/2007, (EU) nr 1177/2010 och (EU) nr 181/2011 samt direktiv (EU) 2015/2302 om paketresor.

¹⁶ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/scams-related-covid-19_sv.

verkningsfulla åtgärder för att förebygga och reagera på olagligt innehåll¹⁷. För att öka resiliensen mot masskademeter som utgör ett hot mot allmänintresset bör de behöriga myndigheterna upprätthålla ett samarbete med viktiga berörda parter såsom plattformar, branschorganisationer, annonsörer och konsumentorganisationer. Samtidigt är det viktigt att hålla utkik efter nätbluffar och ytterligare öka samarbetet med andra relevanta nätverk, däribland brottsbekämpande myndigheter, domänregister och det internationella nätverket för konsumentskydd och tillsyn (ICPEN).

De förändrade konsumtionsmönstren innebär nya utmaningar. De ledde nämligen till ökad användning av **engångsförpackningar** och mer **plastavfall** från personlig skyddsutrustning, vilket fick kommissionen att snabbt ingripa genom ett första politiskt svar i april 2020¹⁸. Pandemin har också visat att det finns en risk för att vissa kategorier av konsumenter förbises, framför allt de som saknar de resurser eller färdigheter som krävs för att aktivt delta på en snabbt föränderlig marknad, särskilt på nätet. Detta kräver ett ännu **större fokus på initiativ som stöder integration, inkludering, ökad medvetenhet och utbildning av konsumenter**.

Det kommer att bli viktigt att förstå hur konsumenternas beteende påverkas på lång sikt efter pandemin och att utveckla den **framsynthet**¹⁹ som krävs för **framtida politiska åtgärder**. När EU:s resiliens mot framtida chocker utvärderas bör även uppgifter och belägg från forskning om konsumentbeteende beaktas.

- **Åtgärd 1:** Kommissionen planerar att senast 2022 **analysera i vilken mån paketresedirektivet fortfarande fyller sin funktion** mot bakgrund av den senaste tidens kriser och på grundval av 2021 års rapport om direktivets tillämpning.
- **Åtgärd 2:** Kommissionen planerar att senast 2022 göra framtidsanalyser om **covid-19-pandemins långsiktiga effekter** på EU-invånarnas konsumtionsmönster som en grund för framtida politiska initiativ.
- **Åtgärd 3:** Kommissionen kommer att stödja och underlätta samarbetet mellan nätverket för konsumentskyddssamarbete och andra nätverk och berörda parter för att bekämpa **konsumentbedrägerier, vilseledande marknadsföringsmetoder och bedrägerier**²⁰.

¹⁷ Till följd av detta rapporterade plattformarna en kraftig minskning (med minst 80 %) av vilseledande marknadsföring av munskydd och annan skyddsutrustning under sommaren jämfört med genomsnittet i mars.

¹⁸ Mer om detta i kommissionens nya riktlinjer https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/waste_management_guidance_dg-env.pdf.

¹⁹ I kommissionens meddelande till Europaparlamentet och rådet *Strategisk framsynsrapport 2020* (COM(2020) 493 final) ges framsyn en viktig roll när det gäller att framtidssäkra EU:s politikutformning och säkerställa att kortsiktiga initiativ bygger på ett mer långsiktigt perspektiv. Framsyn kan bidra till kollektiva kunskaper, en väg framåt för den gröna och digitala omställningen och återhämtning från störningar. Bland annan framsynsverksamhet bevakar kommissionens gemensamma forskningscentrum 14 megatrender som en del av Megatrends Hub, varav vissa är mycket relevanta för konsumentpolitiken.

²⁰ Med beaktande av de relevanta åtgärder som föreslås i det gemensamma meddelandet till Europaparlamentet, Europeiska rådet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt regionkommittén *Gripa in mot covid-19-desinformation – Kolla fakta*, JOIN(2020) 8 final, se avsnitt 8.

3. PRIORITERADE HUVUDOMRÅDEN

3.1. Grön omställning

Exempel: Negativa miljöeffekter och kort livslängd²¹ väger allt tyngre för EU-konsumenterna, som ofta klagar över att varor de köpt inte håller särskilt länge och produceras under förhållanden som är skadliga för miljön. 85 % skulle vilja ha mer information om en varas hållbarhet när de fattar ett köpbeslut. Studier visar att försäljningen av de mest hållbara versionerna nästan tredubblas när konsumenterna får sådan information – de är till och med villiga att betala mer för varor med längre hållbarhet²².

Konsumenterna runtom i Europa visar ett växande **intresse för att personligen bidra** till att uppnå klimatneutralitet, bevara naturresurser och biologisk mångfald samt minska vatten-, luft- och markföroreningarna²³. Utmaningen är att frigöra den här potentialen genom åtgärder som stärker och stöder konsumenterna och gör det möjligt för var och en, oavsett ekonomisk situation, att spela en aktiv roll i den gröna omställningen utan tvång att lägga sig till med någon särskild livsstil och utan social diskriminering. Alla bör ha tillgång till hållbara produkter, oavsett inkomst eller bostadsort.

I den europeiska gröna given beskrivs en övergripande strategi för att omvandla EU till ett rättvist och välmående samhälle med en klimatneutral, resurseffektiv, ren och cirkulär ekonomi där den ekonomiska tillväxten är frikopplad från resursanvändningen och där de negativa effekterna på naturkapitalet och den biologiska mångfalden minskas. Detta kräver djupgående och snabba förändringar av våra vanor och beteenden för att **minska vårt miljöavtryck** på alla områden från bostäder och livsmedel till rörlighet och fritid²⁴.

Ett **antal initiativ** har redan tagits för att **se till att produkter**, både varor och tjänster, som säljs till konsumenterna i EU **stämmer överens med ovanstående mål**. Hit hör bland annat följande:

- ✓ Strategin **Från jord till bord**²⁵ och EU:s strategi för **biologisk mångfald**²⁶, som innehåller centrala åtgärder²⁷ och initiativ som ska minska EU-livsmedelssystemens

²¹ Dvs. att en produkt tidigare än förväntat går sönder och inte längre kan användas för det avsedda syftet.

²² En beteendevetenskaplig studie om konsumentdeltagande i den cirkulära ekonomin (https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/sustainable-consumption_en#behaviouralstudyonconsumersengagementinthecirculareconomy).

²³ Särskild Eurobarometer 501 (mars 2020): européernas attityd till miljön <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getSurveydetail/instruments/special/surveyky/2257>.

²⁴ I en ny rapport från det gemensamma forskningscentrumet om livscykelbedömningsbaserade indikatorer identifieras livsmedelskonsumtion, bostäder och rörlighet som betydande inslag i EU-konsumenternas övergripande miljöpåverkan. Sala S. et al. (2019) *Indicators and Assessment of the environmental impact of EU consumption. Consumption and Consumer Footprint for assessing and monitoring EU policies with Life Cycle Assessment*, doi:10.2760/403263, JRC114814.

²⁵ COM(2020) 381 final.

²⁶ COM(2020) 380 final.

²⁷ T.ex. ett förslag till en rättslig ram för hållbara livsmedelssystem, ett förslag till en ram för märkning av hållbara livsmedel för att ge konsumenterna möjlighet att göra hållbara livsmedelsval.

miljö- och klimatavtryck och ge konsumenterna förutsättningar att göra välgrundade, sunda och hållbara matval²⁸.

- ✓ Den nyligen publicerade färdplanen som bereder vägen för en **handlingsplan för nollförorenningar**²⁹, planerad till 2021, där konsumentprodukter anges som ett viktigt åtgärdsområde och man utreder sätt att få³⁰ konsumenterna att göra renare val.
- ✓ **Kemikaliestrategin för hållbarhet**³¹, som också omfattar åtgärder som syftar till att öka den information om kemikalier som konsumenterna har tillgång till, skydda dem från de mest skadliga ämnena och främja säkra kemikalier som är utformade på ett hållbart sätt.
- ✓ Den kommande **förnyade strategin för hållbar finansiering**, som bygger på handlingsplanen från 2018³², kommer att ge konsumenterna nya möjligheter att främja hållbarhet tack vare trovärdig, fullständig och tillförlitlig information om de finansiella produkter de investerar i.
- ✓ **Renoveringsvågen**³³ innehåller en strategi för att göra konsumenternas hem lämpliga för ett grönare och digitalt samhälle, bland annat genom stärkta informationsverktyg för konsumenterna.

Den nya handlingsplanen för den cirkulära ekonomin innehåller dessutom ett antal specifika initiativ³⁴ för att **bekämpa kort livslängd och främja produkters hållbarhet**, återvinningsbarhet, reparerbarhet och tillgänglighet³⁵ samt för att stödja företagets åtgärder. Initiativet för hållbara produkter³⁶ kommer att syfta till att göra hållbara produkter till normen genom principer för produkthållbarhet och en översyn av ekodesigndirektivet³⁷ för att utvidga

²⁸ Genom att uppmuntra konsumenterna till mer hälsosamma kostvanor kan man bidra till att minska växthusgasutsläppen, i enlighet med meddelandet *Höjning av Europas klimatambition för 2030*, COM(2020) 562. I strategin *Från jord till bord* fastställs en åtgärdsram för att förbättra konsumenternas tillgång till information och göra det enkelt att välja det hälsosamma och hållbara alternativet. Till åtgärderna hör obligatorisk näringsvärdesmärkning på förpackningens framsida, djurskyddsmärkning, fastställande av näringsprofiler för att begränsa marknadsföringen av livsmedel med mycket salt, socker eller fett och utredning av möjligheten att utvidga den obligatoriska ursprungsmärkningen för vissa livsmedel.

²⁹ <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12588-EU-Action-Plan-Towards-a-Zero-Pollution-Ambition-for-air-water-and-soil>.

³⁰ Bland annat skulle informationskampanjer kunna övervägas för att uppmuntra konsumenterna att i större grad använda rent och säkert kranvatten i stället för vatten på plastflaska, att göra sig av med oanvända läkemedel på ett säkert sätt och att hjälpa till att förhindra att mikroplast når våra sötvatten och havsvatten. De skulle också kunna uppmuntra dem att välja renare transportsätt samt renare värme- och kylsystem för att bidra till ren luft, både inomhus och utomhus, och hjälpa dem att identifiera produkter som bättre skyddar naturen genom hållbar användning av Natura 2000-områden.

³¹ COM(2020) 667 final.

³² COM(2018) 97 final.

³³ COM(2020) 662 final.

³⁴ I synnerhet initiativen för en hållbar produktpolitik och om styrkande av miljöpåståenden.

³⁵ Tillgänglighet ska förstås som avlägsnande och förebyggande av funktionshinder så att personer med funktionsnedsättning kan delta på lika villkor som alla andra. Det bidrar också till hållbarhet och återvinnbarhet, vilket anges i handlingsplanen för den cirkulära ekonomin i enlighet med Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/882 av den 17 april 2019 om tillgänglighetskrav för produkter och tjänster, EUT L 151, 7.6.2019, s. 70.

³⁶ <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Sustainable-Products-Initiative>.

³⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=CELEX%3A02009L0125-20121204>.

dess tillämpningsområde till mer än bara energirelaterade produkter samt uppnå cirkularitet. Det kommer vidare att behövas både lagstiftning och andra åtgärder för att ta itu med särskilda grupper av varor och tjänster, t.ex. IKT, elektronik eller textil samt förpackningar. Till exempel följande:

- ✓ **Initiativet för cirkulär elektronik**³⁸ syftar till att säkerställa att elektroniska produkter är konstruerade för hållbarhet, underhåll, reparation, demontering, isärtagning, återanvändning och materialåtervinning. Det ska också se till att konsumenterna har rätt att få produkterna reparerade, vilket inbegriper programvaruuppdateringar.
- ✓ Initiativet om en **gemensam laddare** för mobiltelefoner och annan bärbar utrustning³⁹ ska öka bekvämligheten för konsumenterna och minska materialanvändningen och e-avfallet i samband med produktion och bortskaffande av just den här produkten som de flesta av oss använder varje dag.
- ✓ Målet med EU:s kommande **textilstrategi** är att göra det möjligt för konsumenterna att välja hållbara textilier och att ha enkel tillgång till återanvändnings- och reparationstjänster.
- ✓ Översynen av **direktivet om förpackningar och förpackningsavfall** syftar till att göra alla förpackningar återanvändbara och återvinningsbara på ett ekonomiskt lönsamt sätt och motverka överemballering.

Dessa initiativ kommer att leda till att värde kan bevaras bättre, att säkrare och hållbarare produkter prioriteras och att material hålls kvar i den ekonomiska cykeln (genom att man avstår, minimerar, återanvänder, materialåtervinner och reparerar) så länge som möjligt⁴⁰.

För att möjliggöra en socialt optimal användning av nya varor och tjänster samt nya konsumtionsstrategier behöver konsumenterna få **bättre och mer tillförlitlig information om produkters och varors hållbarhetsaspekter utan att för den skull överbelastas med information**. I det offentliga samrådet⁴¹ lyfte vissa svarande fram bristen på sådan information och tvivel på tillförlitligheten hos miljöpåståenden och produktinformation som betydande faktorer som hindrar dem från att anamma mer hållbara konsumtionsmönster. Avsikten med det kommande initiativet om mer konsumentmakt i den gröna omställningen är att ta itu med konsumenternas tillgång till information om produkters miljöegenskaper, t.ex. hållbarhet, reparerbarhet eller uppgraderbarhet, samt frågan om informationens tillförlitlighet och jämförbarhet. Det kommer att innehålla allmänna krav som kompletterar de mer riktade reglerna i sektorslagstiftningen, t.ex. om specifika produkter eller produktgrupper.

Bättre information om tillgången till reservdelar och reparationstjänster kan ytterligare stödja produkternas hållbarhet. Det kommande initiativet om mer konsumentmakt i den gröna omställningen, initiativet för hållbar produktpolitik och i tillämpliga fall sektorsspecifika

³⁸ En nyckelåtgärd aviserad i den digitala strategin, *Att forma Europas digitala framtid*, COM(2020) 67 final, och i handlingsplanen för den cirkulära ekonomin, COM(2020) 98 final.

³⁹ https://ec.europa.eu/growth/sectors/electrical-engineering/red-directive/common-charger_en.

⁴⁰ Dessutom kommer kommissionen att undersöka alternativ för EU-omfattande system för återtagande och returnering av små elektroniska apparater för att förbättra insamlingen och behandlingen av e-avfall och ge konsumenterna mer information och möjligheter att returnera använd och avlagd hemelektronik.

⁴¹ https://ec.europa.eu/info/files/factual-summary-report-public-consultation-new-consumer-agenda_en.

initiativ kommer att vara avgörande för att ge konsumenterna en **verklig rätt till reparation**. Dessutom utgör den framtida översynen av direktivet om försäljning av varor⁴² ett tillfälle att undersöka vad mer som kan göras för att främja reparation och mer hållbara, cirkulära produkter. Olika alternativ för konsumenterna kommer att övervägas, t.ex. att ge företräde åt reparation framför utbyte, förlänga den kortaste garantiperioden för nya eller begagnade varor och inleda en ny garantiperiod efter reparation.

Dessa insatser skulle kunna kompletteras med främjande av **nya konsumtionskoncept** och konsumtionsbeteenden, t.ex. delningsekonomin, nya affärsmodeller som gör det möjligt för konsumenterna att köpa en tjänst i stället för en vara, eller stöd till reparationer genom samhällsorganisationer och organisationer inom den sociala ekonomin (t.ex. reparationskaféer) och till andrahandsmarknader.

För att konsumenterna ska få bättre och mer tillförlitlig information krävs ofta att de **befintliga verktygen förbättras**. De uppdaterade märkningarna som ger information om produkter och apparater som omfattas av ekodesigndirektivet och ramen för energimärkning kommer att bidra till att öka medvetenheten om och hantera förväntningarna på produkters energiprestanda och därigenom bidra till EU:s energieffektivitetsmål. Dessutom skulle användningen av och medvetenheten om EU-miljömärket⁴³ kunna främjas genom kommunikationsinsatser och partnerskap med berörda parter, t.ex. återförsäljare, i syfte att främja EU-miljömärket även på e-marknadsplatser. EU-miljömärket skulle dessutom kunna utvidgas till att omfatta finansiella produkter i enlighet med handlingsplanen för hållbar finansiering från 2018⁴⁴, så att konsumenterna kan lita på tillförlitlig och trovärdig märkning när de investerar i gröna finansiella produkter.

Vidare behöver konsumenterna skyddas bättre mot information som inte är sann eller som presenteras på ett förvirrande eller vilseledande sätt för att friserat intrycket av hur miljövänlig en produkt eller ett företag verkligen är (så kallad **grönmalning**). Arbete för att motverka detta pågår också på området hållbar finansiering⁴⁵. Dessutom kommer kommissionen att föreslå att företagen styrker sina miljöpåståenden med hjälp av metoder för produkters och organisationers miljöavtryck för att ge konsumenterna tillförlitlig miljöinformation.

Kommissionen kommer att undersöka olika sätt att skapa en ram för hållbar märkning som, tillsammans med andra relevanta initiativ, omfattar **livsmedels** näringsmässiga, klimatmässiga, miljömässiga och sociala aspekter.

Konsumenternas energival kommer att vara avgörande för att uppnå de nya klimatmålen för 2030 och klimatneutralitet senast 2050. Nya regler som träder i kraft den 1 januari 2021⁴⁶ kommer att förbättra informationen till konsumenterna genom elfakturerings- och oberoende prisjämförelseverktyg samt underlätta prosumentval och energisamhällen.

⁴² Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, om ändring av förordning (EU) 2017/2394 och direktiv 2009/22/EG samt om upphävande av direktiv 1999/44/EG, EUT L 136, 22.5.2019, s. 28.

⁴³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aco0012>.

⁴⁴ COM(2018) 97 final.

⁴⁵ I synnerhet förordningen om hållbarhetsrelaterade upplysningar (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=CELEX%3A32019R2088>), EU:s taxonomi (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=celex:32020R0852>) och den pågående översynen av direktivet om icke-finansiell rapportering.

⁴⁶ Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/944 av den 5 juni 2019 om gemensamma regler för den inre marknaden för el och om upphävande av direktiv 2012/27/EG, EUT L 158, 14.6.2019, s. 125.

Kommissionen kommer att föreslå bestämmelser för andra energibärare för att även gas- och fjärrvärmekonsumenterna ska få liknande rättigheter.

Den digitala omställningen erbjuder även andra nya möjligheter att tillhandahålla mer riktad och begriplig information. Utvecklingen av digitala produktpass inom initiativet för hållbara produkter⁴⁷ syftar till att konsumenterna ska få mer information om produkternas miljömässiga och cirkulära aspekter. Mer allmänt skulle digital information kunna ge konsumenterna möjlighet att kontrollera informationens tillförlitlighet och jämföra olika produkter, men även på ett mer övergripande sätt informera dem om produkternas miljöpåverkan, t.ex. deras koldioxidavtryck. Åtgärder och resurser, även från instrumentet för tekniskt stöd för kapacitetsuppbyggnad⁴⁸ inom nästa fleråriga budgetram, bör användas för att stödja initiativ som främjar och aktiverar en ren, klimatneutral och hållbar konsumtionskultur och ett konsumtionsbeteende som följer samma devis. Detta bör göras på tillgängliga, innovativa och tilltalande sätt, t.ex. genom mobilappar och webbplatser⁴⁹, och utnyttja befintliga verktyg⁵⁰.

Företag, även små och medelstora företag, skulle kunna spela en viktig roll i strävan efter grönare konsumtion. Om hållbarhetsmål integrerades i företagsstrategier och beslutsfattande skulle mer hållbara produkter kunna bli tillgängliga. God praxis kan t.ex. vara att bevaka miljö- och naturkapitaleffekter, beroenden och risker i hela värdekedjan, ta med miljöinformation i konsumentupplysningar och beakta konsumenternas intressen i bolagsstyrelsernas beslut. Kommissionen planerar att lägga fram ett lagstiftningsförslag om **hållbar bolagsstyrning** 2021 för att främja ett ansvarsfullt agerande från företagens sida som är hållbart på lång sikt⁵¹. För att stimulera till fler frivilliga företagsåtgärder planerar kommissionen att samarbeta med ekonomiska aktörer för att uppmuntra dem att **frivilligt åta sig** att informera konsumenterna om företagets miljöavtryck, förbättra sin hållbarhet och minska miljöpåverkan. Dessa åtaganden kommer att utarbetas i samverkan med den kommande europeiska klimatpakten. De kommer att bygga på befintliga metoder, verktyg och tillämplig lagstiftning⁵². Med tiden skulle dessa åtaganden kunna locka deltagare från många olika sektorer, utifrån allt mer diversifierade åtaganden.

- **Åtgärd 4:** År 2021 planerar kommissionen att lägga fram ett **lagstiftningsförslag om mer konsumentmakt i den gröna omställningen**, med bättre information om produkters hållbarhet och bättre skydd mot vissa metoder, som grönmalning och kort livslängd, och ett **lagstiftningsförslag om styrkande av miljöpåståenden** baserat på metoderna för miljöavtryck.

⁴⁷ Tillkännagavs också i EU:s datastrategi COM(2020) 66 final.

⁴⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=CELEX%3A52020PC0409>.

⁴⁹ I september 2020 lanserades en ansökningsomgång inom ramen för den europeiska gröna given, där man efterlyste lösningar som ger alla människor egenmakt, t.ex. genom mobilappar som mäter koldioxidavtryck på grundval av uppgifter om konsumtionsvanor och livsstilspreferenser och tillhandahåller personliga förslag för hur man kan minska sitt klimatavtryck.

⁵⁰ Till exempel verktyget för konsumentavtryck som utvecklats av kommissionen.

⁵¹ Se kommissionens arbetsprogram för 2021, COM(2020) 690 final.

⁵² Till exempel rekommendation 2013/179/EU om användningen av gemensamma metoder för att mäta och kommunicera produkters och organisationers miljöprestanda utifrån ett livscykelperspektiv, förslag till uppdatering av metoderna för miljöavtryck (https://eplca.jrc.ec.europa.eu/permalink/PEF_method.pdf), Emasförordning (EG) nr 1221/2009 eller förordning (EG) nr 66/2010 om EU-miljömärket.

- **Åtgärd 5: Redan i år** planerar kommissionen att samarbeta med ekonomiska aktörer för att uppmuntra dem att **frivilligt åta sig** åtgärder till stöd för hållbar konsumtion utöver vad som krävs enligt lagstiftningen.
- **Åtgärd 6:** Från och med 2022 kommer kommissionen i samband med översynen av direktivet om försäljning av varor att utreda hur man **ytterligare kan främja reparation och uppmuntra mer hållbara ”cirkulära” produkter.**

3.2. Den digitala omställningen

Exempel: Mellan 2014 och 2019 ökade andelen internetanvändare i EU som köpte eller beställde varor eller tjänster på nätet för privat bruk från 63 % till 71 %. I fem medlemsstater⁵³ översteg dessa siffror 80 %⁵⁴. Konsumenterna bör ha liknande skydd online som offline. Reglerna bör anpassas till den uppkopplade miljön för att till exempel säkerställa att smarta hemsidor inte utsätts för cybersäkerhetsrisker och att webberbjudanden om krediter innehåller nödvändig information i ett tillgängligt format som lätt kan läsas på en smarttelefon.

Den digitala omställningen förändrar konsumenternas liv radikalt och ger dem fler möjligheter och ett större utbud av både varor och tjänster. Samtidigt kan det bli svårare för dem att göra välgrundade val och skydda sina intressen. Den underliggande insamlingen och behandlingen av data i kombination med analys av konsumenternas beteende och deras kognitiva bias kan användas för att förmå konsumenterna att fatta beslut som kanske inte är för deras eget bästa. Detta kan begränsa effektiviteten hos de nuvarande regler som utformats för att skydda konsumenterna i den digitala miljön, bland annat mot otillbörliga affärsmetoder. Direktivet om bättre upprätthållande och modernisering av konsumentlagstiftningen⁵⁵ och direktivet om digitalt innehåll⁵⁶ är viktiga steg för att ta itu med några av dessa utmaningar. Med tanke på den snabba tekniska utvecklingen och dess inverkan på konsumentupplevelsen krävs ytterligare åtgärder.

Vi måste komma till rätta med affärsmetoder som åsidosätter konsumenternas rätt att göra välgrundade val, missbrukar deras beteendemässiga bias eller snedvrider deras beslutsfattande. Några exempel på sådana metoder är användning av ”mörka mönster”⁵⁷, vissa personifieringsmetoder som ofta bygger på profilering, dold reklam, bedrägeri, falsk eller vilseledande information och manipulerade kundrecensioner. Det behövs ytterligare vägledning om hur konsumenträttsliga instrument som **direktivet om otillbörliga affärsmetoder** och **direktivet om konsumenträttigheter** ska tillämpas på sådana metoder. I slutändan bör konsumenterna vara **lika skyddade och behandlas lika rättvist online som offline.**

⁵³ Förenade kungariket, Danmark, Nederländerna, Sverige och Tyskland.

⁵⁴ Eurostat: Statistik om den digitala ekonomin och det digitala samhället – hushåll och privatpersoner – beställning eller köp av varor och tjänster.

⁵⁵ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler, EUT L, 18.12.2019, s. 7.

⁵⁶ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster, EUT L 136, 22.5.2019, s. 1.

⁵⁷ Användargränssnitt som utformats för att manipulera konsumenterna.

För att konsumenterna ska kunna dra full nytta av den digitala omställningens betydande potential bör konsumenternas intressen beaktas vid utformning och anpassning av **reglerna för den digitala ekonomin**. Målsättningen är dubbel: att skapa ett säkrare digitalt utrymme för konsumenter där deras rättigheter skyddas och att säkerställa lika villkor så att innovation kan leda till nyare och bättre tjänster för alla européer.

För det första syftar kommissionens kommande förslag till en ny **lag om digitala tjänster** till att fastställa nya och utökade skyldigheter och stärka de onlinebaserade mellanhändernas och plattformarnas ansvarsskyldighet. Lagen om digitala tjänster kommer att se till att konsumenterna skyddas lika effektivt mot olagliga produkter, olagligt innehåll och olaglig verksamhet på onlineplattformar som de skyddas offline.

För det andra planerar kommissionen att även lägga fram en **lag om digitala marknader** för att motverka de problem som uppstår på digitala marknader som ofta drabbas av marknadsmisslyckanden, såsom vissa digitala plattformars makt att agera grindvakt. Den skulle kombinera förhandsreglering av digitala plattformar som har grindvaktsegenskaper med en dynamisk marknadsundersökningsram för att undersöka digitala marknader som ofta drabbas av marknadsmisslyckanden. Konsumenterna är de som i slutändan gynnas av rättvisare och mer konkurrensutsatta digitala marknader, med lägre priser, bättre och nya tjänster och större valmöjligheter.

Artificiell intelligens (AI) har många goda sidor, men har också potential att användas på sätt som kan strida mot konsumenträttigheterna och skada konsumenterna⁵⁸. Som uppföljning till sin vitbok om AI⁵⁹ och den åtföljande rapporten om den nya teknikens konsekvenser för säkerhet och ansvar⁶⁰ arbetar kommissionen nu med följande:

- ✓ Ett förslag⁶¹ om att garantera en hög skyddsnivå för konsumenternas intressen och grundläggande rättigheter, och därigenom bygga upp det förtroende som krävs för att allmänheten ska ta till sig AI.
- ✓ Vad gäller civilrättsligt ansvar, åtgärder som ska se till att personer som lidit skada i praktiken alltid är lika skyddade, oavsett om skadorna orsakats av AI-tillämpningar eller andra produkter och tjänster.

Den nya teknikens framsteg och globaliseringen av produktion och detaljhandel, även genom onlinekanaler, väcker tvivel om huruvida de befintliga produktsäkerhetsreglerna är tillräckliga för att hantera den aktuella utvecklingen och skydda konsumenterna på ett bra sätt. Kommissionen arbetar för närvarande med ett antal initiativ om den nya teknikens säkerhet, bland annat

- ✓ översynen av maskindirektivet⁶²,

⁵⁸ När algoritmer, och relaterat maskinlärande, inte är tillräckligt transparenta och robusta riskerar de t.ex. att upprepa, förstärka eller bidra till bias som programmerare kanske inte är medvetna om eller som är resultatet av specifika dataurval.

⁵⁹ *Artificiell intelligens – en EU-strategi för spetskompetens och förtroende*, COM(2020) 65 final.

⁶⁰ Rapport från kommissionen till Europaparlamentet, rådet och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén *Konsekvenser för säkerhet och ansvar när det gäller artificiell intelligens, sakernas internet och robotteknik*, COM(2020) 64 final.

⁶¹ Inledande konsekvensbedömning av ett förslag till Europaparlamentets och rådets rättsakt om krav på artificiell intelligens.

⁶² Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/42/EG av den 17 maj 2006 om maskiner och om ändring av direktiv 95/16/EG, EUT L 157, 9.6.2006, s. 24.

- ✓ antagande av delegerade akter enligt direktivet om radioutrustning⁶³, och
- ✓ översynen av direktivet om allmän produktsäkerhet⁶⁴.

Direktivet om allmän produktsäkerhet, som utgör den rättsliga ramen för säkerheten hos andra konsumentprodukter än livsmedel⁶⁵, härstammar från en tid då AI-produkter och smarta enheter var sällsynta, vilket inte längre är fallet. En sådan utveckling gör att den nuvarande produktdefinitionen måste omvärderas och medför nya risker eller förändrade former för befintliga risker, vilket bör återspeglas och vederbörligen beaktas. Näthandelns tillväxt medför också nya utmaningar, eftersom myndigheterna inte alltid har tillräckligt effektiva instrument för marknadskontroll online. Genom e-handeln kan konsumenterna dessutom köpa direkt från försäljare utanför EU, vilket gör det svårare att kontrollera att produkter som förs in på den inre marknaden uppfyller säkerhetskraven. Det kommande förslaget till översyn av direktivet om allmän produktsäkerhet, som planeras till 2021, bör användas för att komma till rätta med dessa ökande utmaningar.

Dessutom skulle en allmänt accepterad **offentlig elektronisk identitet** – baserad på konsumenternas val och samtycke och garantier för att deras integritet respekteras fullt ut i enlighet med den allmänna dataskyddsförordningen – ge konsumenterna möjlighet att hantera åtkomst till och användning av deras uppgifter på ett fullständigt kontrollerat och säkert sätt. Kommissionen håller för närvarande på att se över ett sådant system med beaktande av konsumenternas intressen och konsumentskydd⁶⁶.

För att komma till rätta med omotiverad **geoblockering** som gör skillnad mellan konsumenter i EU genom att dela upp marknaden längs nationella gränser utför kommissionen för närvarande en första korttidsöversyn av geoblockeringsförordningen⁶⁷.

EU-strategin för data⁶⁸ syftar till att underlätta enskilda personers rätt till **dataportabilitet** enligt den allmänna dataskyddsförordningen. Denna rättighet har en tydlig potential att sätta individen i centrum för dataekonomin genom att göra det möjligt att byta tjänsteleverantör, kombinera tjänster, använda andra innovativa tjänster och välja de tjänster som erbjuder bäst dataskydd. Strategin kommer också att driva på skapandet av en verklig inre marknad för data och skapandet av **gemensamma europeiska dataområden**.

⁶³ Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/53/EU av den 16 april 2014 om harmonisering av medlemsstaternas lagstiftning om tillhandahållande på marknaden av radioutrustning och om upphävande av direktiv 1999/5/EG, EUT L 153, 22.5.2014, s. 62.

⁶⁴ Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/95/EG av den 3 december 2001 om allmän produktsäkerhet, EGT L 11, 15.1.2002, s. 4.

⁶⁵ Direktivet är tillämpligt i avsaknad av mer specifika bestämmelser med samma syfte i EU-lagstiftningen.

⁶⁶ Kommissionen utvärderar för närvarande förordning (EU) nr 910/2014 om elektronisk identifiering och betrodda tjänster för elektroniska transaktioner på den inre marknaden (eIDA-förordningen).

⁶⁷ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/302 av den 28 februari 2018 om åtgärder mot omotiverad geoblockering och andra former av diskriminering på grund av kunders nationalitet, bostadsort eller etableringsort på den inre marknaden och om ändring av förordningarna (EG) nr 2006/2004 och (EU) 2017/2394 samt direktiv 2009/22/EG, EUT L 60 I, 2.3.2018, s. 1. Kommissionen kommer snart att anta en rapport om sina slutsatser, bland annat behovet av att noggrant övervaka de behöriga myndigheternas genomförande av förordningen för att se till att konsumenter och företag kan dra full nytta av den digitala inre marknadens fulla potential.

⁶⁸ Meddelandet *En EU-strategi för data*, COM(2020) 66 final.

Dessutom har den digitala omställningen förvandlat **sektorn för finansiella tjänster för privatpersoner** i grunden⁶⁹, med nya trender och lösningar och ett diversifierat utbud av finansiella produkter och tjänster. Icke-traditionella leverantörer av sådana tjänster – såsom fintechbolag och peer-to-peer-långivare – har uppkommit vid sidan av de traditionella leverantörerna, som även de i allt högre grad använder försäljningskanaler på nätet. Nya produkter, t.ex. kortfristiga högkostnadslån som tas för en kort tid men kan leda till betydande kostnader för låntagaren, marknadsförs och säljs allt mer digitalt. Ny teknik, såsom snabba betalningslösningar, kan ge påtagliga fördelar för konsumenterna men kan kräva särskilda konsumentskyddsåtgärder⁷⁰. Kommissionen har nyligen aviserat initiativ som kommer att förbättra konsumentskyddet vid betalningar. Dessa frågor kommer att behandlas inom ramen för den nyligen antagna EU-strategin för massbetalningar⁷¹.

Användningen av alternativa uppgiftskategorier i kombination med automatiserat beslutsfattande för kreditvärdering ger upphov till frågor om vilka uppgifter som bör användas för att bedöma konsumenters kreditvärdighet. Den belyser också risken för diskriminering när beslut grundar sig på ogenomskinliga algoritmer – en typ av risk som sannolikt också kommer att tas upp i ovannämnda rättsakt om krav på artificiell intelligens. Dessutom bör befintlig lagstiftning, såsom **konsumentkreditdirektivet, direktivet om hypotekslån, betalkontodirektivet och direktivet om distansförsäljning av finansiella tjänster**, ses över för att återspegla den ökande användningen av digitala metoder och beakta ovannämnda utmaningar. Lagstiftningen bör göra det möjligt för konsumenterna att förstå produkter och jämföra och godta erbjudanden på nätet, och därigenom främja innovation och konsumentförtroende.

Syftet med kommissionens nya **paket för digitalisering av finanssektorn** – med strategier för digital finansiering och massbetalningar liksom lagstiftningsförslag om kryptotillgångar och digital operativ resiliens för finanssektorn – är att se till att konsumenter och företag kan dra nytta av innovationer och ändå vara skyddade. Den pågående utvecklingen i fråga om den digitala omställningen kommer också att återspeglas i den strategi för icke-professionella investerare som planeras till första halvåret 2022 med fokus på enskilda investerares intressen.

Dessutom kan den digitala omställningen också medföra nya utmaningar, t.ex. då digitala lösningar inte är utformade så att de också är **tillgängliga för personer med funktionsnedsättning**. Kommissionen stöder medlemsstaternas införlivande av den europeiska rättsakten om tillgänglighet⁷². När den börjar tillämpas senast 2025 kommer den att minska digitaliseringsutmaningarna för personer med funktionsnedsättning och öka tillgången till tillgängliga produkter och tjänster för personer med funktionsnedsättning.

⁶⁹ För att se till att konsumenter och företag tryggt och säkert kan utnyttja innovationens fördelar antog kommissionen i september 2020 ett nytt paket för digitalisering av finanssektorn, https://ec.europa.eu/info/publications/200924-digital-finance-proposals_en.

⁷⁰ EU-strategin för massbetalningar, COM(2020) 592 final.

⁷¹ COM(2020) 592 final.

⁷² Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/882 av den 17 april 2019 om tillgänglighetskrav för produkter och tjänster.

Slutligen kräver den digitala omställningen att konsumenterna har hög digital kompetens som bör främjas genom utbildning i ett livslångt lärandeperspektiv i enlighet med **handlingsplanen för digital utbildning 2021–2027**⁷³ och dess strategiska prioriteringar.

- **Åtgärd 7:** Senast 2022 och efter att ha uppdaterat sina **vägledningar om direktivet om otillbörliga affärsmetoder och direktivet om konsumenträttigheter** planerar kommissionen att **analysera** om det behövs ytterligare lagstiftning eller andra åtgärder på medellång sikt för att säkerställa lika villkor online och offline.
- **Åtgärd 8:** Som tillkännagavs i vitboken om AI planerar kommissionen att 2021 lägga fram ett förslag till en **övergripande rättsakt om krav för AI**.
- **Åtgärd 9:** Kommissionen planerar att 2021 utarbeta ett förslag till översyn av **direktivet om allmän produktsäkerhet** för att ta itu med nya utmaningar för produktsäkerheten till följd av ny teknik och nätförsäljning. Som ett komplement till detta avser kommissionen också att samma år utarbeta ett förslag till **översyn av maskindirektivet**.
- **Åtgärd 10:** År 2021 planerar kommissionen att utarbeta förslag till översyn av **konsumentkreditdirektivet** och **direktivet om distansförsäljning av finansiella tjänster** för att stärka konsumentskyddet i samband med digitaliseringen av finansiella tjänster för privatpersoner.

3.3. Upprätthållande av rättigheterna och möjlighet till gottgörelse

Exempel: Tack vare det kommande direktivet om grupptalan kommer konsumenterna att kunna göra gemensam sak. Godkända enheter som utsetts för ändamålet kan i framtiden lättare väcka talan vid domstolar eller administrativa myndigheter i mål som rör konsumenters kollektiva intressen, även i gränsöverskridande situationer. Därigenom kan konsumenterna lättare gemensamt söka gottgörelse i fall som liknar varandra, till exempel i fallet då resultaten från avgasprovningar manipulerades för vissa dieslbilar.

På samma sätt som företag har rätt att sälja produkter och erbjuda tjänster till alla konsumenter på den inre marknaden bör **konsumenterna**, oavsett var i EU de befinner sig, **effektivt kunna hävda sina rättigheter** gentemot dessa företag. I praktiken har dock tillsynsmyndigheternas granskning av webbplatser visat att konsumenternas rättigheter ofta förbises. Mellan 2007 och 2019 befanns i genomsnitt 60 % av de webbplatser som kontrollerades bryta mot grundläggande konsumentregler, vilket krävde korrigeringar⁷⁴.

Det är först och främst de **nationella myndigheternas ansvar** att se till att konsumenträttigheterna upprätthålls, men EU spelar en viktig **samordnande och stödjande** roll. Den nya **förordningen om konsumentskyddssamarbete**⁷⁵, som trädde i kraft i januari

⁷³ Meddelandet *Handlingsplan för digital utbildning 2021–2027 Ställa om utbildningen till den digitala tidsåldern*, COM(2020) 624.

⁷⁴ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumers/enforcement-consumer-protection/sweeps_sv.

⁷⁵ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, EUT L 345, 27.12.2017, s. 1.

2020, utgör en stabilare grund för gemensamma EU-åtgärder. Den stärker tillsynsmyndigheternas kapacitet på nätet, samarbetsmekanismerna och systemen för insamling av underrättelser för att hantera storskaliga överträdelser av EU:s konsumentlagstiftning, garantera en enhetlig konsumentskyddsnivå och erbjuda en enda kontaktpunkt för företag. Kommissionen kommer inte att tveka att utnyttja sina befogenheter enligt förordningen för att vid behov **vidta samordnade verkställighetsåtgärder** i EU-omfattande frågor. I enlighet med prioriteringarna i denna strategi kommer arbetet att inriktas på

- covid-19-pandemins inverkan på konsumenternas rättigheter (t.ex. bedrägerier, reserelaterade problem och utnyttjande av finansiella sårbarheter som existerade redan innan pandemin, men som blivit mer akuta⁷⁶), och
- vilseledande miljöpåståenden och otillbörliga affärsmetoder i samband med påverkansmetoder och personalisering på nätet.

Enligt förordningen ska kommissionen senast i januari 2023 göra en **utvärdering** av de nya reglernas ändamålsenlighet.

Dessutom såg EU nyligen över sin rättsliga ram för konsumentskydd. Det nya **direktivet om bättre upprätthållande och modernisering av konsumentlagstiftningen**⁷⁷ och det kommande **direktivet om grupptalan**⁷⁸ kommer att stärka konsumenternas rättigheter betydligt, i synnerhet genom mer digital rättvisa, strängare sanktioner och en effektiv mekanism för kollektiv prövning.

För att sörja för ett enhetligt genomförande i hela EU och hjälpa myndigheterna att bättre hantera de svårigheter som den digitala omställningen medför kommer **programmet för den inre marknaden inom den nya fleråriga budgetramen** främst att finansiera nationella myndigheters kapacitetssuppletering och verksamhet. Kommissionen planerar att finansiera ett projekt som ska inrätta ett **e-labb för EU** som en plattform med en gemensam verktygslåda som myndigheterna kan använda för att göra utredningar på nätet och bevaka farliga produkter som säljs på nätet genom användning av avancerade it-lösningar, med hjälp av AI, datautvinningsteknik och spindlar. Dessutom kommer den att sträva efter att stärka kapaciteten hos potentiella framtida godkända enheter enligt det kommande direktivet om grupptalan och hos nationella konsumentorganisationer som utsetts att rapportera varningar enligt förordningen om konsumentskyddssamarbete. Det kommer att förbli en prioritering att underlätta individuell prövning, med fortsatt EU-finansiering och modernisering av de europeiska konsumentcentrumen och verktygen för alternativ tvistlösning och tvistlösning online. Skräddarsytt tekniskt stöd för uppbyggnad av administrativ kapacitet hos nationella myndigheter är också möjligt genom instrumentet för tekniskt stöd⁷⁹.

⁷⁶ Se även det gemensamma meddelandet av den 10 juni 2020 *Gripa in mot covid-19-desinformation – Kolla fakta*, JOIN(2020) 8 final.

⁷⁷ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler, EUT L, 18.12.2019, s. 7.

⁷⁸ Texten till den preliminära överenskommelsen mellan medlagstiftarna inom ramen för en politisk överenskommelse om förslaget den 22 juni 2020.

⁷⁹ Instrumentet för tekniskt stöd, tidigare stödprogrammet för strukturreformer, COM(2020) 409 final.

- **Åtgärd 11:** Kommissionen kommer att **hjälpa medlemsstaterna** att **snarast möjligt och effektivt införliva, genomföra och kontrollera efterlevnaden** av direktivet om bättre upprätthållande och modernisering av konsumentlagstiftningen som blir tillämpligt i maj 2022, liksom det framtida direktivet om gruppaltal när det väl har antagits och trätt i kraft.
- **Åtgärd 12:** År 2022 och vartannat år därefter kommer kommissionen tillsammans med de nationella myndigheterna att lägga fram **gemensamma efterlevnadsprioriteringar** för nätverket för konsumentskyddssamarbete för att komma till rätta med de efterlevnadsproblem som upptäckts inom olika sektorer.
- **Åtgärd 13:** Senast 2022 kommer kommissionen att införa en verktygslåda med **innovativa e-verktyg** för att stärka de nationella myndigheternas kapacitet att ta itu med olagliga affärsmetoder online och identifiera farliga produkter, i enlighet med principerna för den europeiska interoperabilitetsramen⁸⁰.
- **Åtgärd 14:** Senast 2023 kommer kommissionen att **utvärdera tillämpningen av förordningen om konsumentskyddssamarbete**, framför allt för att bedöma effektiviteten i ingripandet mot EU-omfattande metoder som strider mot konsumentlagstiftningen.

3.4. Beaktande av särskilda konsumentbehov

Exempel: År 2018 hade 10 % av hushållen i EU obetalda hypotekslån, hyror, hushållsräkningar eller lånebetalningar, och riskerade att bli överskuldssatta. Den rådande pandemin förvärrar situationen för många skuldsatta konsumenter. Kommissionen har samarbetat med medlemsstaterna och berörda parter för att identifiera och främja goda metoder som kan hjälpa konsumenter i svårigheter⁸¹, bland annat bättre tillgång till skuldrådgivning. Studier visar att en euro som spenderas på skuldrådgivning kan spara in mer än två euro i sociala förmåner.

Konsumentpolitiska instrument skyddar alla konsumenter i deras kontakter med professionella näringsidkare. Utgångspunkten är att konsumenterna i allmänhet är den svagare parten i en transaktion och att deras hälsa, säkerhet och ekonomiska intressen därför måste skyddas. Vissa konsumentgrupper i vissa situationer kan dock vara särskilt sårbara och behöva specifika skyddsåtgärder. **Konsumenternas sårbarhet** kan spås på av sociala omständigheter eller av enskilda konsumenters eller konsumentgruppers särskilda egenskaper, t.ex. ålder, kön, hälsotillstånd, digital kompetens, räkneförmåga eller ekonomiska situation⁸². Bristande tillgänglighet kan leda till att äldre människor och personer med funktionsnedsättning utestängs eller begränsa deras interaktioner. Den rådande pandemin må ha förvärrat dessa former av sårbarhet, men de fanns redan tidigare.

Den allt större **ekonomiska sårbarheten** hos många hushåll i EU är för närvarande ett särskilt orosmoment. En ny studie i 21 medlemsstater visade att sex av tio konsumenter sedan

⁸⁰ https://ec.europa.eu/isa2/eif_en.

⁸¹ I maj och juni 2020 anordnade kommissionen rundabordsamtal med berörda parter för att diskutera skuldsaneringsåtgärder som erbjuds av banker och andra långivare, varefter ett dokument om bästa praxis offentliggjordes i juli 2020.

⁸² I BIT-rapporten om skada och manipulation på nätet beskrivs flera intressanta alternativ, bland annat förslag om användning av uppgifter för att identifiera sårbara konsumenter (s. 52) och andra åtgärder (t.ex. egenavstängning).

covid-19-krisens början har haft ekonomiska svårigheter⁸³ som kan leda till överskuldsättning. **Skuldrådgivning** har visat sig vara ett effektivt sätt att hjälpa överskuldssatta konsumenter att hitta tillbaka till en ekonomiskt hållbar situation och samtidigt se till att kreditgivarna återbetalas. Kommissionen håller på att sammanställa bästa praxis i medlemsstaterna, undersöka om den går att reproducera samt identifiera finansieringsbehov och finansieringsmöjligheter inom den nya fleråriga budgetramen. I juni 2020 offentliggjorde kommissionen också den uppdaterade europeiska uppförandekoden för tillhandahållande av mikrokrediter⁸⁴. Vid översynen av konsumentkreditdirektivet⁸⁵ kommer man även att bedöma hur reglerna kan förbättras för att säkerställa att krediter beviljas endast i samband med en grundlig bedömning av konsumentens kreditvärdighet. Konsumenterna bör också få all nödvändig och lämplig information och rådgivning innan avtal ingås, så att de kan fatta välgrundade beslut när de ingår kreditavtal.

Dessa åtgärder är avgörande för att matcha konsumenternas finansieringsbehov med deras återbetalningsförmåga och därmed minska risken för uteblivna betalningar och överskuldsättning. Trots detta kan de ibland vara oförmögna att betala tillbaka skulder på förfallodagen. Det kan därför vara nödvändigt att utvärdera de lämpligaste sätten att hantera konsumenternas överskuldsättning, bland annat skuldavskrivning⁸⁶.

Överkomliga priser är avgörande för att **låginkomsttagare** ska ha tillgång till produkter och tjänster, vilket framhållits av Europeiska nätverket för socialpolitik⁸⁷. Vissa medlemsstater använder konsumentskyddsåtgärder jämte socialskyddsåtgärder för att nå låginkomsttagare. I kommissionens rekommendation om energifattigdom⁸⁸ ges medlemsstaterna vägledning om hur de kan ta itu med energifattigdom, för att förbättra situationen för sårbara energikonsumenter.

Äldre personer och personer med funktionsnedsättning har särskilda konsumtionsrelaterade behov. Det är viktigt att se till att tydlig, användarvänlig och tillgänglig information finns att fås både på nätet och i fysisk form i enlighet med EU:s tillgänglighetskrav för produkter och tjänster⁸⁹. Äldre konsumenter och konsumenter med funktionsnedsättning behöver också tillgängliga produkter och tekniska hjälpmedel som är kompatibla med standardtekniken. Ett rättvist och icke-diskriminerande förhållningssätt till den digitala omställningen innebär att behoven bör tillgodoses för äldre människor, konsumenter med funktionsnedsättning och, mer allmänt, ”offliners” som kan vara mindre bekanta eller bekväma med digitala verktyg och därför lättare kan drabbas av bedrägerier. Erfarenheter från vissa medlemsstater visar att **lokala initiativ** för rådgivning till

⁸³ <https://www.europarl.europa.eu/news/sv/press-room/20200525IPR79717/eu-citizens-want-more-competences-for-the-eu-to-deal-with-crises-like-covid-19>.

⁸⁴ Koden ska fungera som en kvalitetsmärkning med enhetliga bästa metoder för europeiska mikrofinansinstitut som tillhandahåller företagslån på upp till 25 000 euro till mikroföretagare eller egenföretagare. Finns här: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1482&langId=en>.

⁸⁵ Se åtgärd 10 ovan.

⁸⁶ Se direktiv (EU) 2019/1023 om rekonstruktion, insolvens och skuldavskrivning.

⁸⁷ Baptista, I. och Marlier, E. (2020), *Access to essential services for people on low incomes in Europe. An analysis of policies in 35 countries*, Europeiska nätverket för socialpolitik, Bryssel: Europeiska kommissionen.

⁸⁸ Kommissionens rekommendation om energifattigdom, C(2020) 9600 final, 14.10.2020.

⁸⁹ Direktiv (EU) 2019/882 om tillgänglighetskrav för produkter och tjänster <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0882>, EUT L 151, 7.6.2019, s. 70.

konsumenter på landsbygden eller i stadsområden⁹⁰ är bland de mest effektiva. Organisationer inom den sociala ekonomin är särskilt väl lämpade att tillgodose dessa behov tack vare sin närhet till lokalsamhällen och landsbygdssamhällen. Liknande initiativ skulle kunna främjas genom gemensamma åtgärder på EU-nivå inom den framtida fleråriga budgetramen.

Barn och minderåriga är särskilt utsatta för vilseledande eller aggressiva affärsmetoder online. Det är viktigt att investera mer i **livslång konsumentutbildning och medvetandehöjande åtgärder** för människor i alla skeden av livet från skolåldern och framåt. Detta bör även omfatta främjande av finansiella kunskaper som en väsentlig färdighet för att konsumenterna ska kunna fatta bra beslut om sina personliga finanser⁹¹. Genom bättre samordning av åtgärder mellan nyckelaktörer på nationell nivå och EU-nivå kring frågor såsom tillgång till utbildningsmaterial på nätet och kapacitetsuppbyggnad skulle det gå att främja synergieffekter, kontinuerlig innovation, anpassning samt användning av nya nätbaserade och pedagogiska metoder, bland annat genom inrättande av onlineplattformar och andra verktyg.

Barn är också särskilt utsatta för produktrelaterade risker⁹². Av alla produkter som anmäldes som farliga i Safety Gate/Rapex 2019 var så många som 32 % leksaker eller barnomsorgsprodukter. Utöver att se över direktivet om allmän produktsäkerhet och stärka den övergripande ramen kommer kommissionen att ta fram **uppdaterade säkerhetsstandarder för produkter för barn**. Kommissionen planerar också att stödja provtagning och testning av barns produkter⁹³ genom samordnad marknadskontroll i medlemsstaterna⁹⁴. Dessutom kommer den att inkludera skydd av barns och andra sårbara gruppers säkerhet i 2021 års upplaga av EU:s produktsäkerhetspris för att främja gott företagsagande på det här området.

Genom direktiv 2004/113/EG⁹⁵ garanteras **likabehandling** av kvinnor och män när det gäller tillgång till och tillhandahållande av varor och tjänster. Det innebär skydd mot t.ex. att gravida kvinnor nekas tillgång till kreditjänster på grund av en förväntad potentiell inkomstförlust och att ensamstående mödrar utesluts från vissa finansiella tjänster på grund av en upplevd högre risk för betalningsoförmåga. I direktiv 2000/43/EG⁹⁶ fastställs dessutom en ram för bekämpning av diskriminering på grund av ras eller etniskt ursprung för att genomföra principen om likabehandling i medlemsstaterna.

⁹⁰ T.ex. *Empowering consumers in the neighbourhood*, ett gemensamt projekt mellan de tyska konsumentorganisationernas sammanslutning vzbv och konsumentcentrum.
<https://www.vzbv.de/pressemitteilung/verbraucher-staerken-im-quartier>.

⁹¹ Se meddelandet från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén och Regionkommittén: *En kapitalmarknadsunion för näringslivet och allmänheten – ny handlingsplan*, COM(2020) 590 final, åtgärd 7: Öka medborgarnas inflytande genom finanskunskaper.

⁹² Uppgifter om skador visar att barn och äldre människor är de mest sårbara konsumentgrupperna när det gäller produktsäkerhet. Tillsammans står de för 54 % av alla produktrelaterade skador, men endast 35 % av EU:s befolkning.

⁹³ Kontroll av säkerheten hos produkter som säljs online och offline, t.ex. återkallade vagnar, babyungor och gästolar.

⁹⁴ Samordnade åtgärder för produktsäkerhet (artikel 10 i direktiv 2001/95/EG om allmän produktsäkerhet).

⁹⁵ Rådets direktiv 2004/113/EG av den 13 december 2004 om genomförande av principen om likabehandling av kvinnor och män när det gäller tillgång till och tillhandahållande av varor och tjänster, EUT L 373, 21.12.2004, s. 37.

⁹⁶ Rådets direktiv 2000/43/EG av den 29 juni 2000 om genomförandet av principen om likabehandling av personer oavsett deras ras eller etniska ursprung, EGT L 180, 19.7.2000, s. 22.

Risken för diskriminering förvärras ibland av **algoritmer** som används av vissa varu- och tjänsteleverantörer och **som kan utarbetas med viss bias** som ofta är ett resultat av redan befintliga kulturella eller sociala förväntningar. Även om detta kan leda till diskriminering bland konsumenter överlag påverkar det ofta vissa grupper mer än andra, i synnerhet personer med etnisk eller rasrelaterad minoritetsbakgrund⁹⁷. I det kommande förslaget till en övergripande rättslig ram för artificiell intelligens kommer man särskilt att försöka begränsa riskerna för att bias och diskriminering byggs in i algoritmiska system.

Slutligen visar beteendeeconomiska uppgifter⁹⁸ att konsumenternas beteende ofta påverkas av kognitiv bias, i synnerhet på nätet, vilket försäljare kan utnyttja för kommersiella ändamål. Sådana **nya former av risker** kan **påverka praktiskt taget alla konsumenter**. Transparenskrav är förvisso viktiga för att hantera informationsasymmetrier (som också nämns ovan i samband med den digitala omställningen), men det krävs ytterligare bedömningar för att fastställa behovet av ytterligare åtgärder för att hantera denna dynamiska form av sårbarhet.

- **Åtgärd 15:** Från och med 2021 planerar kommissionen att öka finansieringen av åtgärder som **ökar tillgången till och kvaliteten på skuldrådgivningstjänster** i medlemsstaterna.
- **Åtgärd 16:** Kommissionen strävar efter att från och med 2021 stödja initiativ för **lokal rådgivning till konsumenter** som av strukturella eller personliga skäl inte har tillgång till stöd och information som tillhandahålls på nätet eller vid centrala informationskontor.
- **Åtgärd 17:** År 2021 planerar kommissionen att utarbeta ett **kommissionsbeslut om säkerhetskrav** som ska uppfyllas av standarder för **barnomsorgsprodukter**, utöver planerna på att stärka produktsäkerhetsramen genom ett förslag till översyn av direktivet om allmän produktsäkerhet.
- **Åtgärd 18:** Senast 2023 kommer kommissionen att utarbeta en **strategi för att förbättra konsumenternas medvetenhet och utbildning**, med hänsyn till olika gruppers behov, jämlikhet och icke-diskriminering.

3.5. Konsumentskydd i ett globalt sammanhang

Exempel: I och med den ökande näthandeln har samarbetet med internationella partner, framför allt Kina, blivit allt viktigare. Andelen inköp från säljare utanför EU ökade från 17 % år 2014 till 27 % år 2019⁹⁹. Om produktsäkerhetssamarbetet med Kina stärktes genom en handlingsplan med särskild inriktning på produkter som säljs på nätet skulle antalet osäkra produkter som säljs direkt till EU-konsumenterna kunna minska.

Produktions- och värdekedjorna blir **alltmer globala och sammankopplade**. Distributions- och detaljhandelskedjorna sporras av näthandelns och plattformsekonomin snabba tillväxt. Till följd av detta är ett starkt internationellt samarbete mellan myndigheter och alla aktörer i leveranskedjan viktigt för att säkerställa ett verkningsfullt konsumentskydd. Samtidigt är det

⁹⁷ https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2018-focus-big-data_en.pdf

⁹⁸ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/vulnerability/index_en.htm.

⁹⁹ Eurostat https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals#E-shopping_from_other_EU_countries.

viktigt att EU på internationell nivå framhäver sitt höga konsumentskydd som en europeisk värdering och modell.

För att garantera importsäkerheten och skydda EU-konsumenterna från otillbörliga affärsmetoder som används av aktörer utanför EU krävs förstärkta åtgärder på hemmaplan genom starkare verktyg för marknadsövervakning och närmare samarbete med myndigheterna i **EU:s partnerländer**. Många av de farliga produkter som upptäcks i EU kommer från tredjeländer. År 2019 gällde exempelvis 64 % av varningarna i Safety Gate/Rapex produkter som tillverkats utanför EES, ofta i Kina. Sedan 2006 har kommissionen haft ett produktsäkerhetssamarbete genom Rapex-Kina-systemet, vilket bidragit till att minska antalet osäkra produkter, även om siffran totalt sett fortfarande är hög.

Samarbete och utbyte av uppgifter om farliga produkter med **länder med liknande marknader** skulle kunna vara ett annat sätt att slå vakt om EU-konsumenternas säkerhet. På så sätt skulle medlemsstaterna kunna kalibrera sin verksamhet bättre och ingripa mot nya och framväxande risker. För att bidra till detta har kommissionen inrättat arrangemang för ett regelbundet informationsutbyte med **Kanada** om farliga produkter. Den utnyttjar också handelspolitikens viktiga potential och diskuterar möjligheten att införa liknande informationsutbyte om säkerhet och regelefterlevnad för andra produkter än livsmedel samt tillhörande marknadsövervakning i handelsavtal som för närvarande håller på att utarbetas (t.ex. med **Australien, Nya Zeeland och Chile**).

Det är lika viktigt att eftersträva ett nära samarbete med länderna i det **europeiska grannskapet** och på **västra Balkan**. De sistnämnda är särskilt viktiga på grund av sin geografiska närhet och sin gradvisa anpassning till EU:s regelverk på området konsumentskydd och säkerhet.

EU:s höga konsumentskyddsstandarder kan tjäna som förebild för andra **länder med mindre avancerade strukturer** för konsumentskydd och bör förespråkas inom internationella sammanhang. Vissa tredjeländer har till exempel uttryckt stort intresse för att införa ett liknande system som EU:s Safety Gate/Rapex. I detta avseende tillhandahåller kommissionen regleringsstöd och deltar i kapacitetsuppbyggande verksamhet.

Multilateralt samarbete i konsumentfrågor är avgörande för att främja en hög internationell skydds- och säkerhetsnivå samt för att skydda konsumenter världen över. I samarbete med medlemsstaterna kommer kommissionen att fortsätta att använda sitt inflytande i internationella organisationer, såsom Världshandelsorganisationen (WTO), FN:s konferens för handel och utveckling (Unctad) och Organisationen för ekonomiskt samarbete och utveckling (OECD), för att uppnå dessa mål.

- **Åtgärd 19:** Kommissionens mål är att år 2021 **tillsammans med Kina** utarbeta en **handlingsplan** för stärkt produktsäkerhetssamarbete för produkter som säljs på nätet.

- **Åtgärd 20:** Från och med 2021 kommer kommissionen att sträva efter att utveckla regleringsstöd, tekniskt bistånd och kapacitetsuppbyggande åtgärder för EU:s partnerländer, bland annat i **Afrika**¹⁰⁰.

4. STYRNING

I den här strategin fastställs kommissionens förslag till åtgärder för att främja konsumentpolitiska prioriteringar som EU och medlemsstaterna kan arbeta för under de kommande fem åren, men även därefter. Dess framgång kommer att vara beroende av ett brett partnerskap mellan alla berörda parter. Den nya visionen om samverkan mellan EU:s och medlemsstaternas politiska prioriteringar innebär en **ny ram för ökat samarbete** som kan leda till konkreta åtgärder. Ramen bör bygga på årliga prioriteringar som diskuteras vid ett årligt **konsumenttoppmöte** med alla berörda parter¹⁰¹ kring Världskonsumentdagen¹⁰². Vid toppmötet bör man se över de framsteg som gjorts under det föregående året och fastställa prioriteringarna för det kommande året.

Kommissionen kommer att eftersträva regelbundna diskussioner med **Europaparlamentet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén** och **Regionkommittén**. Den kommer också att ha ett nära samarbete med medlemsstaterna inom ramen för befintliga nätverk¹⁰³, arbetsgrupper eller tillfälliga arbetsgrupper. I detta sammanhang kommer kommissionen att ha ett nära samarbete med nationella myndigheter för att säkerställa en nära samordning av åtgärderna och bästa möjliga användning av relevanta tillgängliga medel på EU-nivå och nationell nivå. Utbyte av resultaten av forskningsprojekt och vetenskapliga projekt samt datautbyte mellan medlemsstaterna och kommissionen skulle kunna bidra till en solid faktabas med relevanta uppgifter.

Detta arbete bör åtföljas av ett nära och effektivt samarbete med **viktiga berörda parter**, bland annat **konsumentorganisationer, näringsliv och företrädare från den akademiska världen**. Starka konsumentorganisationer på unionsnivå och nationell nivå är viktiga partner när det gäller att utforma arbetet inom ramen för denna strategi, nå ut till konsumenterna och stödja dem. Kommissionen kommer att inrätta en **ny rådgivande grupp för konsumentpolitik** som ska granska framstegen och reflektera över prioriteringarna under det kommande året som underlag för diskussionerna vid konsumenttoppmötet. Den bör sammanföra alla berörda parter men också möjliggöra riktade diskussioner, t.ex. mellan konsumentorganisationer och myndigheter. Olika former av **samarbete med näringslivet** bör eftersträvas, bland annat genom utbildningsverksamhet, utbyte av god praxis och möten med företag som gjort frivilliga åtaganden.

¹⁰⁰ Jfr. EU-strategin för Afrika – gemensamt meddelande från Europeiska kommissionen och unionens höga representant för utrikes frågor och säkerhetspolitik till Europaparlamentet och rådet, JOIN(2020) 4 final, 9.3.2020.

¹⁰¹ Till konsumenttoppmötet samlas berörda parter från EU:s medlemsstater, bland annat beslutsfattare, nationella tillsynsmyndigheter, den akademiska världen, konsument- och näringslivsorganisationer samt ungdomsrepresentanter.

¹⁰² Som firas varje år den 15 mars.

¹⁰³ T.ex. nätverket för konsumentpolitik, som består av högre tjänstemän från medlemsstaterna och kommissionen.

Parallellt med detta bör den nuvarande **resultattavlan för konsumentvillkor** om konsumenternas situation runtom i EU **vidareutvecklas** för att bättre återspegla verkligheten när det gäller konsumentskydd, produktsäkerhet och hållbar konsumtion på EU-nivå och nationell nivå, på grundval av reviderade indikatorer. Den bör bygga på ett förstärkt system för uppgiftsinsamling som täcker situationen på olika marknader och i olika länder, konsumenternas åsikter och beteende samt medlemsstaternas kapacitet och åtgärder för att säkerställa efterlevnaden. På grundval av de uppgifter som samlats in till resultattavlan och ett nära samarbete med alla berörda parter skulle åtgärder och insatser på EU-nivå och nationell nivå kunna utformas, anpassas och prioriteras så att de ger största möjliga nytta för konsumenterna i hela EU.

- **Åtgärd 21:** Kommissionen har för avsikt att inrätta en **rådgivande grupp för konsumentpolitik** som sammanför företrädare från konsumentorganisationer, det civila samhället och näringslivet till stöd för konsumentstrategin¹⁰⁴.
- **Åtgärd 22:** Kommissionen planerar att under 2021 omarbeta **resultattavlan för konsumentvillkor** för att förbättra dess övervaknings- och riktmärkningsfunktion och dess relevans för att stärka tillsynssamarbetet i EU.

5. SLUTSATS

EU har en stabil ram för konsumentskydd som utvecklats under många år och som nyligen förstärkts genom flera lagstiftningsinitiativ som konsumenterna i EU kommer att dra nytta av under de kommande åren. I denna nya strategi för konsumentpolitiken beskrivs hur dessa resultat kan bekräftas genom en rad åtgärder för att åtgärda problemen, varav många har utkristalliserats ytterligare i samband med den rådande pandemin, och för att stärka den övergripande ramen för kontakter mellan EU-institutionerna, medlemsstaterna och berörda parter. Detta kommer att vara en viktig drivkraft för en hållbar återhämtning och resiliens för EU:s ekonomi och konsumenter.

Kommissionen ser fram emot en bred dialog med alla berörda parter om prioriteringarna och åtgärderna samt om samarbetsmetoderna för att främja konsumentskyddet under de kommande åren i enlighet med denna strategi.

¹⁰⁴ Som en informell expertgrupp i enlighet med kommissionens beslut av den 30 maj 2016 om övergripande regler för inrättandet av kommissionens expertgrupper och för deras funktion, C(2016) 3301 final.