ЕВРОПЕЙСКА
КОМИСИЯ

Брюксел, 14.3.2013
COM(2013) 138 final

СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, СЪВЕТА И ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ

относно прилагането на Директивата за нелоялните търговски практики

Постигане на висока степен на защита на потребителите: изграждане на доверие във вътрешния пазар

СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, СЪВЕТА И ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ

относно прилагането на Директивата за нелоялните търговски практики

Постигане на висока степен на защита на потребителите: изграждане на доверие във вътрешния пазар

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Директива 2005/29/ЕО относно нелоялните търговски практики[1] („Директивата“) бе приета на 11 май 2005 г., за да могат потребителите да се възползват по-добре от вътрешния пазар, като се премахнат регулаторните пречки, произтичащи от различията в националните правни уредби, които намаляваха стимулите за предприятията да продават и подкопаваха доверието на потребителите в трансграничните покупки в ЕС.

Директивата представлява основният корпус законодателство на ЕС, уреждащ въпросите на заблуждаващата реклама и други нелоялни практики в сделки между търговци и потребители. Тя има широко приложно поле, обхващащо всички сделки между търговци и потребители („B2C“) във всички сектори. Директивата се прилага не само на етапа от дадена сделка, свързан с рекламата или маркетинга, но и „ … *преди, по време на и след търговска сделка във връзка със стока*“[2].

Директивата предвижда високо равнище на защита на потребителите във всички сектори. Тя функционира като „мрежа за сигурност“, чрез която се преодоляват законодателните пропуски, неуредени от други секторни правила на ЕС. С нея се предоставят гаранции, че потребителите не са заблуждавани или изложени на агресивен маркетинг и че всяко твърдение, направено от търговците в ЕС, е недвусмислено, вярно и доказуемо, като по този начин се дава възможност на потребителите да направят информиран и съдържателен избор.

Заедно с друго законодателство в областта на вътрешния пазар[3] и Регламента за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите (регламент за сътрудничество в областта на защита на потребителите)[4], Директивата за нелоялни търговски практики допринася за постигане на прозрачност на пазара и предотвратяване на нелоялната конкуренция в целия ЕС. Всички държави членки са транспонирали правилата, съдържащи се в нея, в своето национално законодателство.

---

1 Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета.

2 Вж. член 3, параграф 1 от Директивата.

3 Напр. Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 г. относно определени правни аспекти на услугите на информационното общество, и по-специално на електронната търговия на вътрешния пазар („Директива за електронната търговия“); и Директива 2011/83/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 г. относно правата на потребителите.

4 Регламент № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 27 октомври 2004 г. за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите (регламент за сътрудничество в областта на защита на потребителите)

В настоящото съобщение се очертават основните заключения, които могат да се направят въз основа на първоначалния опит, натрупан в прилагането на директивата за нелоялните търговски практики, както се изисква в нейния член 18, и се определят необходимите действия за оптимизиране на ползите от директивата за интеграцията на вътрешния пазар и защитата на потребителите.

Заедно с настоящото съобщение се публикува подробен доклад[5] относно прилагането на директивата в държавите членки. Това е част от Европейската програма за потребителите[6], която цели да създаде най-благоприятни условия за участието и доверието на потребителите в пазара, като по този начин се укрепва цялостното доверие и икономическият растеж.

Потребителските разходи възлизат на 56 % от БВП на ЕС и са от съществено значение за постигане на целта за интелигентен, приобщаващ и устойчив растеж. Както бе подчертано в Европейската програма за потребителите, стимулирането на потребителското търсене може да изиграе важна роля за изваждането на ЕС от кризата.

За да стане възможно това, е необходимо да се реализира потенциалът на единния пазар.

Данните сочат, че потребителите, които пазаруват по интернет на територията на целия ЕС, имат до 16 пъти по-богат избор на продукти, но 60 % от потребителите все още не използват този начин за пазаруване. Поради това свое нежелание те не се възползват напълно от по-богатия избор и ценовите разлики, които предлага единният пазар.

Чрез действия в областта на политиката за подобряване на доверието на потребителите в трансграничното пазаруване по интернет могат да дадат сериозен тласък на икономическия растеж в Европа.

2. ОЦЕНКА НА ПОЛЗИТЕ ОТ ДИРЕКТИВАТА

2.1. Постигане на високо ниво на защита на потребителите и равни условия на конкуренция за всички търговци

Първоначалният опит с прилагането на директивата показва, че тя значително е подобрила защитата на потребителите в държавите членки и в ЕС като цяло, като в същото време е предоставила по-добра защита на търговците, извършващи своята дейност в рамките на закона, от конкуренти, които не спазват правилата.

Ползите от директивата произтичат главно от две нейни специфични характеристики, а именно нейния хоризонтален характер от типа „мрежа за сигурност“ и комбинацията от принципни правила с „черен списък“ на конкретни забрани на някои нелоялни практики.

Принципните правила на Директивата за нелоялните търговски практики позволиха на националните органи да се адаптират към бързо променящи се продукти, услуги и търговски методи. Те функционират като „обобщаващи“ разпоредби, предвиждащи критерии, които могат да бъдат използвани, с известна гъвкавост, за да се предотврати нелоялно поведение, което не е обхванато от конкретни забрани.

---

[5] Вж. доклада, придружаващ настоящото съобщение, *„Първи доклад относно прилагането на Директива 2005/29/ЕО относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар („Директива за нелоялни търговски практики“).*

[6] Вж. съобщението „*Европейска програма за потребителите- — насърчаване на доверието и растежа*“, COM (2012) 225 окончателен от 22.5.2012 г. — http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_en.htm.

От своя страна „черният списък“ на практики, които са забранени при всякакви обстоятелства, предостави на националните органи ефективен инструмент за справяне с често срещани нелоялни практики, като например примамваща реклама, фалшиви безплатни оферти, скрита реклама и пряко насочване на реклами към децата.

По-долу са дадени някои примери за забранени практики по директивата.

Привличане на потребителите до помещенията или уебсайта на търговеца посредством предлагането на продукти или услуги, които не могат да бъдат доставени („примамваща реклама")

Сабине от Германия попада на реклама в списание, която предлага специална промоция: ***„Летете до Барселона само за 1 евро!“*** *При опита ѝ обаче да резервира полета по интернет, цените се оказват много по-високи. Когато Сабин се свързва с центъра на дружеството за обслужване на клиентите ѝ се обяснява, че само малък брой места са били предложени на намалената цена. По-голямата част от клиентите не биха могли да се възползват от тази оферта.*

Директивата за нелоялни търговски практики забранява практиката да се предлагат продукти на определена цена, без да се посочва ясно, че наличността може да бъде ограничена в сравнение с мащаба на рекламата и предложената цена.

Фалшиви безплатни оферти

*Марит от Естония получава следния имейл от онлайн магазин за козметични продукти: „****Обадете се сега и получете вашия БЕЗПЛАТЕН подарък — чифт дизайнерски слънчеви очила!****“. Когато тя се обажда, я информират, че тази оферта се предлага само при поръчки на стойност 2 000 EUR или повече.*

Директивата за нелоялните търговски практики забранява на търговците да описват невярно даден продукт като безплатен, когато всъщност потребителят трябва да направи разходи, различни от разходите за участие в търговската практика или таксата за доставката на продукта.

Пречки пред смяната

Филип решава да смени застраховката на жилището си и да сключи по-изгоден договор с ново дружество. Когато той се обажда на застрахователното си дружество, го информират, че трябва да попълни няколко различни формуляра, за да прекрати съществуващия си договор. За съжаление от дружеството не могат (или не желаят) да предоставят необходимите формуляри до две седмици, а служителката на телефона споменава също така, че обработката на искането ще отнеме 3 месеца. Ядосан, Филип се отказва. Дотук с добрите намерения.

Съгласно Директивата за нелоялните търговски практики търговците не могат да налагат скъпоструващи или прекомерни извъндоговорни пречки, когато потребителят желае да упражни правата си по договора, включително правото да прекрати даден договор или да премине към друг продукт или друг търговец.

Директно увещаване на деца

*Алан се изненадва, когато неговата дъщеря изведнъж започва настоятелно да го моли да ѝ купи комплект от филмчета с любимия ѝ герой от книгите. Алан разбира какво се е случило, когато попада на телевизионна реклама за пускането на филмчетата, в която се призовава: „****Твоята любима книга вече излезе на DVD – кажи на татко ти да ти го купи!“***

По силата на Директивата за нелоялните търговски практики не е лоялно търговците да увещават децата до молят възрастен да им купи рекламираните продукти. Тази забрана е валидна за всички медии, включително за телевизията, както и рекламата по интернет.

Благодарение на Директивата за нелоялните търговски практики, националните регулаторни органи за защита на потребителите са в състояние да ограничат и санкционират широк спектър от нелоялни търговски практики, включително *подвеждащи твърдения за екологосъобразност* и *агресивни практики*[7]. При все това:

– заинтересованите страни посочват, че въпреки настоящата правна рамка, екологичните твърдения (като например „безвреден за околната среда“, „биоразложим“, „устойчив“ и „естествен“) все още не се използват отговорно и често са твърде общи, неясни и не добре дефинирани. Сдруженията на потребителите сигнализират освен това, че е трудно да се провери истинността на твърденията, особено в секторите на енергетиката, козметиката, автомобилите и перилните препарати.

– Няколко държави членки сигнализират за агресивни практики, насочени към децата, в областта на онлайн игрите, както и агресивни практики спрямо възрастните хора. Трябва да се предприемат допълнителни усилия за по-стабилното прилагане на директивата по отношение на тези категории уязвими потребители, които се намират в ситуация на слабост. По-специално трябва да се гарантира, че като се вземе също предвид постепенното застаряване на населението, уязвимите потребители са защитени от рисковете, произтичащи от въздействието на икономическата криза и на сложността на цифровите пазари.

2.2. Изграждане на доверие в единния пазар

Като замени различните разпоредби на държавите членки относно нелоялните търговски практики с един набор от правила, директивата опрости нормативната рамка и спомогна за премахване на пречките пред трансграничната търговия.

Директивата бе също така широко използвана за справяне с трансгранични случаи. Почти 50 % от исканията за взаимопомощ, които обработи Мрежата за сътрудничество в областта на защитата на потребителите[8] през последните 5 години (искания за информация, сигнали и искания за изпълнение), засягаха нарушения на Директивата за нелоялните търговски практики. Освен това Мрежата предприе няколко съвместни операции за надзор на пазара (проверки „sweeps“) въз основа на разпоредбите на директивата (цифрови продукти/услуги, уебсайтове за продажба на самолетни билети, онлайн услуги за мобилни телефони, уебсайтове за продажба на потребителски електронни стоки)[9].

Целта на значителна част от директивата е да се гарантира, че потребителите получават информацията относно основните характеристики на даден продукт или услуга (цена и основни условия) по надежден, пълен и навременен начин. Това помага на

---

[7] Вж. раздел 4 относно изпълнението на придружаващия доклад относно прилагането на директивата.

[8] С Регламент (ЕО) № 2006/2004 се създаде рамка, която позволява на правоприлагащите органи да работят в тясно сътрудничество, за да се спрат трансграничните търговски практики, които нарушават законите в областта на правата на потребителите. От 2007 г. насам Мрежата за сътрудничество в областта на защитата на потребителите се занимава с трансгранични случаи на нарушаване на Директивата за нелоялните търговски практики.

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

потребителите да разберат и сравнят офертите и има пряко въздействие върху маркетинговите и рекламните техники, разработени от търговците.

Рекламата играе много важна роля за функционирането на единния пазар и е основният инструмент на търговците при продажбата на техните продукти и услуги зад граница. Рекламата позволява на дружествата да се разграничат открито от останалите: тя стимулира конкуренцията, намалява цените и повишава качеството.

Точната и по-прозрачна информация за националните и трансграничните оферти бе също определена в неотдавнашното съобщение за електронна търговия като един от ключовите фактори за увеличаване на доверието на потребителите и за насърчаване на интернет продажбите от търговците на дребно[10].

Последните данни показват, че все повече потребители се интересуват от трансгранични покупки (52 %, + 19 процентни пункта) и са готови да похарчат повече през граница (18 %, + 5 процентни пункта) отколкото през 2006 г., когато директивата все още не бе транспонирана в държавите членки[11]. Директивата за нелоялните търговски практики изигра своята роля в създаването на по-открита нагласа сред европейските потребители, тъй като тя е един от основните законодателни инструменти на ЕС, разработени за насърчаване на тяхното доверие и стимулиране на трансграничната търговия. Въпреки това трябва да се признае, че растежът на онлайн пазаруването през граница значително изостава от този на вътрешния пазар, което сочи, че е необходимо да се направи повече.

Финансовите услуги и недвижимите имоти са критични сектори поради тяхната сложност и сериозните рискове, с които са свързани. Няколко нелоялни практики бяха докладвани в тези области, като например липсата на основна информация на рекламния етап и подвеждащото описание на продуктите. Повечето държави членки са въвели национални правила, които предоставят на потребителите гаранции, които се добавят и допълват тези на Директивата за нелоялните търговски практики. Резултатите от изследването показват, че за момента не би било целесъобразно да се премахне предвидената от директивата възможност държавите членки да надхвърлят степента на хармонизация, определена за тези специфични сектори[12].

---

10 Вж. Работен документ на службите на Комисията *„Запознаване на потребителите с ползите от електронната търговия“*, придружаващ Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите *„Съгласувана уредба за повишаване на доверието в цифровия единен пазар за електронната търговия и интернет услугите“*, COM (2011) 942 окончателен от 11.1.2012 г. — http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm..

11 Вж. Изследване на Флаш Евробарометър 332 „*Отношението на потребителите към трансграничната търговия и защитата на потребителите*“, май 2012 г., стр. 8. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf Все по-голям дял на потребителите — 50 %, са готови да купуват стоки или услуги, като използват друг език на ЕС (+ 17 пункта в сравнение с 2006 г.). Процентът не тези, които категорично не желаят да пазаруват на различен език, е спаднал от 42 % през 2008 г. на 30 % през 2011 г. Делът на европейците, които заявяват, че знаят откъде да получат информация и съвети относно трансграничното пазаруване, също се е увеличил значително, от 24 % през 2006 г. на 39 % през 2011 г.

12 Вж. член 3, параграф 9 от Директивата за нелоялните търговски практики и *Проучване относно прилагането на Директивата за нелоялните търговски практики по отношение на финансовите услуги и недвижимите имоти*, проведено от Civic Consulting от името на Европейската комисия, ГД „Правосъдие“, през 2012 г. и който може да бъде намерен на адрес: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

2.3. Правилно и ефективно прилагане на директивата

Като цяло правната рамка, установена с Директивата за нелоялните търговски практики, се оказа подходяща, за да се оцени лоялността на нови онлайн практики, които се развиват успоредно с новите рекламни техники за продажби, като сравняване на цените и уебсайтове за колективни резервации или например във връзка с нарастващия обем реклама в социалните мрежи.

Държавите членки и заинтересованите страни са склонни да смятат, че националното прилагане на директивата като цяло е адекватно и ефективно, но сигнализират, че липсата на ресурси, сложността или продължителността на вътрешните процедури и липсата на възпиращи санкции застрашават да подкопаят правилното ѝ прилагане.

В случаи на трансгранични нелоялни търговски практики за правоприлагащите органи е истинско предизвикателство да осигурят бърз и ефикасен отговор. Това също оказва влияние върху прилагането на законодателството на трансгранично равнище и както се вижда от резултатите от допитването, присъства в областта на административното сътрудничество, основаващо се на Регламента за сътрудничество в областта на защита на потребителите.

Опитът от прилагането потвърждава, че един от основните проблеми, свързани с отзивите на клиенти и особено с *уебсайтовете за сравняване на цените,* е, че те не разкриват ясно самоличността на търговеца, който стои зад уебсайта, и/или дали търговците на дребно плащат за това продуктите и услугите им да бъдат показвани (т.е. дали уебсайтът се спонсорира или не).

Обратната информация от заинтересованите страни показва, че задължението за предоставяне на ясна и пълна информация за цените често се пренебрегва в търговските оферти, особено в *сектора на транспорта и пътуванията*.

И в двата случая заинтересованите страни не призовават за законодателни мерки, а за по-строго и съгласувано прилагане на директивата.

3. ОСНОВНИТЕ ПРИОРИТЕТИ ЗА ПО-НАТАТЪШНИ ДЕЙСТВИЯ

В съответствие с това, което бе очертано в Европейската програма за потребителите и в съобщението на Комисията относно по-доброто управление за единния пазар[13], осигуряването на по-добро прилагане и изпълнение на съществуващите правила е от незабавна полза за растежа и работните места.

В този контекст директивата има решаваща роля и Комисията е определила търговията на дребно (в това число и електронната търговия), секторът на пътуванията и транспорта, финансовите услуги, цифровата икономика, енергетиката и устойчивото развитие като ключови приоритетни области за разгръщането на потенциала за растеж на единния пазар[14].

За да се гарантира, че директивата поддържа високо ниво на защита на потребителите и че предоставя заложените в нея ползи за вътрешния пазар, са необходими **засилено национално прилагане и по-активно сътрудничество при трансграничното прилагане**. Това важи особено в случаите, когато нелоялни търговски практики възникват едновременно в различни държави членки. В такива случаи една ефективна

[13] Вж. Съобщение на Комисията „*По-добро управление за единния пазар“*, COM (2012) 259/2. http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf

[14] *Вж. Европейската програма за потребителите.*

координация между Комисията, националните органи, потребителските организации и търговците е от ключово значение за справяне с практики, които оказват въздействие на равнище ЕС[15].

Необходимостта от по-стриктно прилагане както на трансгранично, така и на национално равнище, изисква от Комисията да играе **по-централна роля**, като обедини сили с държавите членки и ги подпомага при прилагането на директивата на територията на Съюза. В това отношение Комисията ще обмисли как в съответствие с Договорите може да играе по-активна роля в насърчаване на последователното прилагане на директивата, по-специално по отношение на нелоялните практики с трансгранично измерение, като например тези, които съществуват онлайн и които повдигат общи проблеми за правоприлагащите органи. Насърчаването на сходни практики в прилагането на директивата е от ключово значение за гарантиране на равнопоставеността на икономическите оператори, особено, когато те действат в трансграничен контекст, и в крайна сметка за гарантиране на високо ниво на защита на потребителите в цяла Европа.

3.1. Гарантиране на пълно съответствие на националното законодателство с директивата

В ролята си на пазител на Договорите Комисията ще продължи да наблюдава отблизо правилното транспониране и прилагане на директивата във всички държави членки. Тя ще извърши проверки за съответствие и задълбочени прегледи, за да прецени как правилата функционират на практика и за да определи коригиращи действия, когато това се налага. Текущият анализ показва, че в няколко държави членки все още са налице несъответствия между националното законодателство и директивата. Ето защо службите на Комисията са в контакт със съответните държави членки. Комисията ще предприеме необходимите действия по силата на член 258 от ДФЕС в случаите, когато дадена държава членка не се съобрази със задълженията си за транспониране и прилагане.

3.2. Осигуряване на еднакво и адекватно прилагане на директивата в държавите членки

За да се гарантира, че директивата се прилага по подходящ и последователен начин, Комисията ще:

- доразработи документа с **насоки** в отговор на получените становища на националните правоприлагащи органи и други заинтересовани страни, появата на нови практики, включително онлайн, както и развитието на съдебната практика на ЕС и на държавите членки[16].
- подобри, разшири и актуализира **базата данни** на Директивата за нелоялни търговски практики[17].

---

15 Вж. придружаващия доклад относно прилагането на директивата, раздел 3.3.3., например във връзка с решението на италианския антитръстов орган (AGCM) PS7256 — *Comet-Apple Prodotti in Garanzia*, Provvedimento № 23193 от 27 декември 2011 г.

16 Наред с другото Комисията възнамерява да доразвие своите насоки за подвеждащи твърдения за екологосъобразност, въз основа на резултатите от специално проучване, което ще бъде извършено през 2013 г. и от текущата работа по плана за действие за устойчиво потребление и производство.

17 Вж. https://webgate.ec.europa.eu/ucp/ . Тази база данни се основава на Решение № 1926/2006/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 18 декември 2006 г. за създаване на програма за действие на Общността в областта на политиката за защита на потребителите (2007—2013 г.).

3.3. По-добро правоприлагане и административно сътрудничество между държавите членки

Като взе под внимание обратната информация, получена от държавите членки и заинтересованите страни, както и наличните данни, Комисията набеляза ключовите сектори, в които са открити практики в ущърб на потребителите и пропуснати възможности за тях и където потенциалът за растеж на единния пазар е най-голям.

В тези области Комисията ще предприеме конкретни инициативи, насочени към укрепване на правоприлагането, в съответствие с целите, установени в Европейската програма за потребителите.

Комисията ще предприеме следните мерки:

- *ще изготвя редовни тематични **семинари** между националните органи по правоприлагане и ще организира **обучения** за правоприлагащите органи и съдебната власт*
- *ще увеличи ефикасността на Мрежата за сътрудничество в областта на защитата на потребителите и ще продължи да насърчава координирани **действия в областта на правоприлагането (проверки „sweeps“)***
- *ще подпомага държавите членки, за да се гарантира **ефективното прилагане на директивата** чрез доразработването на **документа с насоки** и споделянето на най-добри практики с държавите членки*
- *в сътрудничество с държавите членки ще разработи **специфични показатели за конкретното прилагане** на Директивата за нелоялните търговски практики с цел откриване на недостатъци и пропуски, които се нуждаят от допълнително проучване и/или коригиращи действия.*

Тези мерки ще се съсредоточат върху следните ключови сектори/области:

- *Пътувания и транспорт*
- *Цифрови/онлайн пазари*
- *Твърдения за екологосъобразност*
- *Финансови услуги*
- *Недвижима собственост*

*Във всички тези сектори ще бъде отделено специално внимание по отношение на практики, които са насочени към **уязвими потребители**, по-специално възрастните хора и непълнолетните лица.*

3.4. Наблюдение на пазара и повишаване на осведомеността

Комисията ще наблюдава внимателно случващото се на пазара, за да гарантира, че нормативната рамка продължава да осигурява висока степен на защита на потребителите при техните национални и трансгранични покупки.

Специално внимание ще бъде отделено на способността на правната рамка да следва бързото развитие на техниките за маркетинг и продажби, както и продуктите и услугите онлайн.

Наред с по-доброто правоприлагане, е важно да се разработят инициативи за повишаване на осведомеността, за да се предостави възможност на потребителите да предявяват пълноценно правата си. През 2013 г. в рамките на Европейската година на гражданите ще стартира общоевропейска кампания за повишаване на информираността

относно правата на потребителите, включително по Директивата за нелоялните търговски практики, в тясно сътрудничество с всички заинтересовани страни, включително търговци и асоциации на потребители.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Директивата за нелоялните търговски практики е доказано ценен инструмент за подобряване на благосъстоянието на потребителите. Тя опрости нормативната среда и спомогна за премахването на пречки пред трансграничната търговия. Опитът показва, че това основано на принципи хоризонтално законодателство е ефективно и гъвкаво. Опростената нормативна среда улеснява търговците при започването на трансгранични дейности, като същевременно позволява на потребителите и търговците да се възползват все повече от неизползвания потенциал на вътрешния пазар.

Комисията счита, че не би било целесъобразно на този етап да се изменя директивата, не на последно място защото опитът от прилагането в държавите членки все още е твърде ограничен във времето, за да се извадят заключения за такъв всеобхватен законодателен инструмент. Сега Комисията ще съсредоточи вниманието си върху съгласуваността на прилагането на директивата, като предприеме конкретни действия за подобряване на прилагането в ключови области за увеличаване на доверието на потребителите и на растежа.