EUROPEISKA
KOMMISSIONEN

Bryssel den 14.3.2013
COM(2013) 138 final

MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, RÅDET OCH EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN

om tillämpningen av direktivet om otillbörliga affärsmetoder

Att uppnå en hög konsumentskyddsnivå
Att fördjupa förtroende för den inre marknaden

MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, RÅDET OCH EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN

om tillämpningen av direktivet om otillbörliga affärsmetoder

Att uppnå en hög konsumentskyddsnivå
Att fördjupa förtroende för den inre marknaden

1. INLEDNING

Direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder[1] (nedan kallat *direktivet*) antogs den 11 maj 2005 för att hjälpa konsumenter att dra nytta av den inre marknaden genom att avlägsna rättsliga hinder till följd av olika nationella regler, vilket avhåller företagen från att sälja sina produkter och undergräver konsumenternas förtroende för att göra inköp från hela EU.

Direktivet är EU:s viktigaste lag om vilseledande reklam och andra otillbörliga metoder i transaktioner mellan näringsidkare och konsumenter. Det har ett brett tillämpningsområde, då det avser alla transaktioner mellan näringsidkare och konsumenter och inom alla sektorer. Den gäller inte bara reklam- eller marknadsföringssteget i en transaktion utan även steget ”före, under och efter en affärstransaktion som gäller en produkt”[2].

I direktivet föreskrivs en hög konsumentskyddsnivå inom alla sektorer, vilket får det att fungera som ett säkerhetsnät över de luckor som inte är reglerade genom andra sektorsspecifika EU-regler. Därigenom skyddas konsumenterna ifrån att vilseledas eller utsättas för aggressiv marknadsföring. Dessutom säkerställs det att de påståenden som görs av näringsidkare inom EU är tydliga, riktiga och styrkta så att konsumenter kan träffa välinformerade och meningsfulla val.

Tillsammans med annan lagstiftning som rör den inre marknaden[3] och konsumentskyddsförordningen om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen[4] bidrar direktivet till att uppnå öppenhet på marknaden och förhindra illojal konkurrens inom EU. Samtliga medlemsstater har infört direktivets bestämmelser i sin nationella lagstiftning.

I detta meddelande beskrivs de främsta slutsatser som kan dras av de inledande erfarenheterna av direktivets genomförande, vilket krävs enligt artikel 18 i direktivet. Dessutom anges vilka åtgärder som krävs för att maximera fördelarna med direktivet i fråga om integration på den inre marknaden och konsumentskydd.

---

1 Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004.

2 Se artikel 3.1 i direktivet.

3 Exempelvis Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (”Direktiv om elektronisk handel”) och Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter.

4 Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 års reform om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen (”förordningen om konsumentskyddssamarbete”).

En ingående rapport[5] om tillämpningen av direktivet i medlemsstaterna offentliggörs tillsammans med detta meddelande. Detta är en del av *En strategi för konsumentpolitiken i EU*[6], som syftar till att maximera konsumenternas deltagande och tilltron till marknaden och därigenom öka både förtroendet och tillväxten.

Konsumtionsutgifterna utgör 56 % av EU:s BNP och är avgörande för att uppfylla målet om smart och hållbar tillväxt. Som framgår av *En strategi för konsumentpolitiken i EU* kan åtgärder för att stimulera denna efterfrågan spela en viktig roll när det gäller att hjälpa EU ut ur krisen.

För att möjliggöra detta, måste den inre marknadens potential förverkligas.

Enligt uppgift har konsumenter i EU som handlar över internet så mycket som 16 gånger fler produkter att välja på, men 60 % av konsumenterna har ännu inte börjat utnyttja den möjligheten. Denna tveksamhet gör att de inte kan dra full nytta av utbudet och prisskillnaderna inom den inre marknaden.

Politiska insatser för ett ökat konsumentförtroende för gränsöverskridande handel på nätet kan ge den ekonomiska tillväxten i Europa en viktig impuls.

2. BEDÖMNING AV FÖRDELARNA MED DIREKTIVET

2.1. Att uppnå en hög konsumentskyddsnivå och lika villkor för näringsidkare

De första erfarenheterna av direktivets genomförande visar att det avsevärt har förbättrat konsumentskyddet i och mellan medlemsstaterna, samtidigt som det också erbjuder legitim affärsverksamhet ett bättre skydd från konkurrenter som inte följer reglerna.

Fördelarna med direktivet hänger samman med två av dess särdrag, nämligen dess karaktär av övergripande säkerhetsnät och dess kombination av principiella regler och en ”svart lista” över särskilda förbjudna otillbörliga metoder.

Tack vare de principiella bestämmelserna i direktivet har nationella myndigheter kunnat anpassa sig till den snabba utveckling som produkter, tjänster och försäljningsmetoder genomgått. De fungerar som allomfattande bestämmelser byggda på kriterier som kan tillämpas med en viss flexibilitet för att förhindra otillbörliga beteenden som inte omfattas av särskilda förbud.

Den svarta listan över metoder som under alla omständigheter är förbjudna har i sin tur givit de nationella myndigheterna ett effektivt verktyg för att hantera gemensamma otillbörliga metoder såsom otillbörliga lockerbjudanden, falska gratiserbjudanden, dold reklam och reklam direkt riktad till barn.

Nedan återfinns några exempel på metoder som enligt direktivet är förbjudna:

Locka kunder till näringsidkarens lokaler eller webbplats genom att erbjuda produkter och tjänster som inte kan levereras (”otillbörliga lockerbjudanden”)

Sabine från Tyskland såg en tidningsannons om ett specialerbjudande: ***”Flyg till Barcelona för bara 1 euro!”*** *Men när hon försökte boka en biljett på nätet var priset mycket högre. När hon kontaktade företagets kundtjänst, fick hon veta att bara några få platser hade erbjudits till det reducerade priset. De flesta kunder kunde inte dra nytta av erbjudandet.*

[5] Se rapporten som bilagts detta meddelande, *First Report on the application of Directive 2005/29/EC concerning unfair business-to-customer commercial practices in the internal market (’Unfair Commercial Practices Directive’).*

[6] Se *En strategi för konsumentpolitiken i EU - Att öka förtroendet och tillväxten*, KOM(2012) 225 slutlig, 22.5.2012: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_sv.htm

Enligt direktivet är det förbjudet att erbjuda en produkt till ett angivet pris, utan att klart och tydligt ange att tillgängligheten kan vara begränsad i förhållande till annonseringens omfattning och det pris som uppges.

Falska gratiserbjudanden

Marit från Estland fick följande e-post från en nätbutik för skönhetsprodukter: ***”Slå till nu och få ett par designade solglasögon utan kostnad!”*** *När hon kontaktade butiken fick hon veta att erbjudandet endast gällde vid köp av produkter som var värda 2 000 euro eller mer.*

Enligt direktivet får en näringsidkare inte felaktigt beskriva en produkt som kostnadsfri, om konsumenten i själva verket måste betala mer än för kostnaden för att följa den angivna affärsmetoden eller för leveransen av produkten.

Byteshinder

Filip bestämmer sig för att byta hemförsäkring och sluta ett bättre avtal med ett annat företag. När han kontaktar sitt försäkringsbolag, får han veta att han måste fylla i olika formulär för att avsluta det gällande avtalet. Tyvärr kommer det att ta mer än två veckor innan de kan (eller är villiga) att översända de nödvändiga formulären, och dessutom uppger telefonisten att det kommer att ta tre månader att handlägga ärendet. Frustrerad ger Filip upp. Så mycket för hans goda föresatser.

Enligt direktivet får näringsidkare inte upprätta några oproportionerliga hinder som inte följer av avtalet, om en konsument önskar utnyttja sina avtalsenliga rättigheter, inbegripet rätten att häva ett avtal eller byta till en annan produkt eller näringsidkare.

Direkta uppmaningar till barn

Alain blev förvånad när hans dotter plötsligt började tjata på honom om att köpa en serie filmer med figuren i en av hennes favoritböcker. Alain förstod hur det hängde ihop när han såg ett reklaminslag i teve inför premiären för filmerna: ***”Nu finns din favoritbok på DVD – be pappa att köpa den åt dig!”***

Enligt direktivet är det en otillbörlig affärsmetod om en näringsidkare uppmanar barn att be en vuxen om att köpa vissa annonserade produkter. Detta annonseringsförbud gäller alla media, inbegripet teve och internet.

Tack vare direktivet har nationella konsumentrådgivare lyckats begränsa och se till att otillbörliga affärsmetoder, inbegripet *vilseledande miljöpåståenden* och *aggressiva* metoder, kan ge rättsliga påföljder[7]. Ändå

– hävdar berörda parter att miljöargument (såsom ”miljövänlig”, ”biologiskt nedbrytbar” och ”naturlig”) trots nuvarande rättsliga ram ännu inte används på ett ansvarsfullt sätt och att de ofta är mycket allmänt hållna, vaga och illa definierade. Konsumentorganisationer signalerar att det dessutom är svårt att fastställa sanningshalten i påståendena, särskilt inom energi-, kosmetik-, fordons- och hygiensektorerna.

– signalerar ett fåtal medlemsstater att det förekommer aggressiva metoder med inriktning på både barn – på området internetspel – och äldre. Ytterligare ansträngningar måste göras för att stärka genomförandet av direktivet med avseende på dessa kategorier av utsatta konsumenter. Framför allt måste man se till att dessa konsumenter – särskilt med hänsyn till den allt äldre befolkningen – skyddas mot

[7] Se avsnitt 4 om genomförandet av den bilagda rapporten om tillämpningen av direktivet.

risker som beror på effekterna av den ekonomiska krisen och de digitala marknadernas komplexitet.

2.2. Att skapa förtroende för den inre marknaden

Genom att ersätta medlemsstaternas olika regler om otillbörliga affärsmetoder med en enda uppsättning regler, har direktivet förenklat regelverket och bidragit till att avlägsna hinder för den gränsöverskridande handeln.

Direktivet har också ofta tillämpats i handläggningen av gränsöverskridande ärenden. Nära hälften av de ansökningar om ömsesidigt bistånd som under de senaste fem åren handlagts av konsumentskyddsnätverket[8] (begäran om upplysningar, varningar och verkställighet) gäller överträdelser av direktivet. Med stöd i direktivets bestämmelser (digitala produkter/tjänster, webbplatser som säljer flygresor, mobila online-tjänster för telefon, webbplatser som säljer konsumentelektronik) har nätverket dessutom genomfört flera gemensamma övervakningsinsatser (s.k. ”svep”)[9].

En omfattande del av direktivet är inriktad på att säkerställa att sanningsenliga och fullständiga uppgifter om de viktigaste egenskaperna hos en produkt eller tjänst samt om priset och nyckelvillkoren når konsumenterna i god tid. Det underlättar för konsumenterna att förstå och jämföra erbjudanden och det har en direkt inverkan på de marknadsförings- och reklammetoder som utvecklas av näringsidkare.

Reklamen spelar en viktig roll på en fungerande inre marknad och den är företagens viktigaste verktyg för att sälja sina produkter och tjänster över gränserna. Tack vare reklamen kan företagen öppet visa hur de skiljer sig från andra: den stimulerar konkurrensen, sänker priserna och höjer kvaliteten.

Noggrann och tydlig information om inhemska och gränsöverskridande erbjudanden framhålls också i det senaste meddelandet om e-handel som en av de viktigaste faktorerna för att öka konsumenternas förtroende och uppmuntra detaljhandeln att sälja sina produkter på nätet[10].

Färska statistiska uppgifter visar att fler konsumenter nu är intresserade av gränsöverskridande inköp (52 %, +19 procentenheter) och villiga att lägga mer pengar på sådana inköp (18 %, +5 procentenheter) jämfört med 2006, då direktivet ännu inte hade omsatts i medlemsstaterna[11]. Eftersom direktivet är ett av EU:s viktigaste lagstiftningsinstrument för att öka de europeiska konsumenternas förtroende och stimulera gränsöverskridande handel, har det spelat en roll i skapandet av denna öppnare attityd bland

---

8 Genom konsumentskyddsförordningen (förordning nr 2006/2004) inrättades en ram för att konsumentskyddsövervakare skulle kunna samarbeta för att hindra gränsöverskridande affärsmetoder som bryter mot konsumentlagstiftningen. Sedan 2007 har konsumentskyddsnätverket handlagt gränsöverskridande ärenden som inbegriper brott mot direktivet.

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

10 Se kommissionens arbetsdokument, *Bringing e-commerce benefits to consumers*, som vidhänger meddelandet från kommissionen till Europaparlamentet, rådet och ekonomiska och sociala kommittén, *Samstämmiga ramar för att öka tilltron till en inre e-marknad för e-handel och nättjänster*, COM (2011)942 final, 11.1.2012 – http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm.

11 Se Flash Eurobarometer 332 *Consumers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection*, maj 2012, s. 8. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf En växande andel av konsumenterna (50 %) är villig att köpa varor och tjänster med hjälp av ett främmande EU-språk (+17 procentenheter jämfört med 2006). Den andel som är definitivt ovillig att handla på ett främmande språk har fallit från 42 % under 2008 till 30 % under 2011. Andelen européer som säger sig veta var de kan få upplysningar och råd om gränsöverskridande inköp har också ökat betydligt, från 24 % under 2006 till 39 % under 2011.

konsumenterna. Trots detta ska det erkännas att tillväxten i de gränsöverskridande online-inköpen ligger långt efter tillväxt i de inhemska online-inköpen, vilket också visar att mer behöver göras

Finansiella tjänster och fast egendom är kritiska sektorer, på grund av deras komplexitet och inneboende allvarliga risker. Flera otillbörliga metoder, såsom bristen på viktig information i reklamfasen och vilseledande produktbeskrivningar, har rapporterats från dessa sektorer. De flesta medlemsstater har infört nationella bestämmelser som ger konsumenterna kompletterande garantier utöver dem i direktivet. Resultaten av undersökningen visar att det för närvarande inte skulle vara lämpligt att avlägsna den i direktivet fastslagna möjligheten för medlemsstaterna att gå utöver den harmoniseringsnivå som fastställts för just dessa sektorer[12].

2.3. Ett adekvat och effektivt genomförande av direktivet

Som helhet visar sig den rättsliga ramen för direktivet vara väl lämpad för att bedöma rimligheten i nya on-linemetoder som utarbetas parallellt med utvecklingen av reklambaserade försäljningsmetoder, såsom prisjämförelser och webbplatser för kollektiva bokningar eller exempelvis det växande inslaget av reklam i sociala nätverk.

Medlemsstaterna och berörda parter tycks i allmänhet betrakta det nationella gemomförandet av direktivet som adekvat och effektivt, men de signalerar att bristen på resurser, komplexiteten eller de interna förfarandenas längd samt bristen på avskräckande påföljder hotar att undergräva en korrekt tillämpning av det.

I fall av gränsöverskridande otillbörliga affärsmetoder är det en verklig utmaning för tillsynsmyndigheterna att reagera snabbt och effektivt. Detta påverkar också genomförandet av den gränsöverskridande lagstiftningen, vilket – som framgår av samrådet – står klart när det gäller administrativt samarbete som bygger på konsumentskyddsförordningen.

Erfarenheterna från genomförandet bekräftar att ett av de största problemen med verktygen för kundrecensioner och, framför allt, *webbplatser för prisjämförelser* är att det inte tydligt anges vilken näringsidkare som driver webbplatsen eller om återförsäljarna betalar för att få visa sina produkter och tjänster där (dvs. om webbplatsen sponsras eller inte).

Återkoppling från många berörda parter visar att skyldigheten att lämna tydlig och fullständig prisinformation ofta försummas i kommersiella erbjudanden, särskilt inom *rese- och transportsektorn.*

I ingetdera fallen efterlyser intressenterna fler lagstiftningsåtgärder, utan snarare ett tydligare och bättre samordnat genomförande.

3. NYCKELPRIORITERINGAR FÖR VIDARE ÅTGÄRDER

Enligt *En strategi för konsumentpolitiken i EU* och kommissionens meddelande om en bättre fungerande inre marknad[13] skulle garantier för ett bättre genomförande och tillämpning av befintliga regler leda till snabba resultat för tillväxten och sysselsättningen.

I detta sammanhang har direktivet en avgörande roll att spela och kommissionen har framhållit detaljhandeln (också e-handeln), rese- och transportsektorn, finansiella tjänster, den

---

[12] Se artikel 3.9 i direktivet och *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property* som Civic Consulting utförde under 2012 på beställning av Europeiska kommissionen, GD rättvisa: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

[13] Se Europeiska kommissionens meddelande *Om en bättre styrning av den inre marknaden*, COM(2012) 259, s. 2. http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf

digitala ekonomin, energi och hållbar utveckling som prioriterade områden för att frigöra den inre marknadens tillväxtpotential[14].

För att säkerställa att direktivet leder till en hög konsumentskyddsnivå och de avsedda fördelarna för den inre marknaden, krävs **ett intensifierat nationellt genomförande och stärkt samarbete med sikte på ett gränsöverskridande genomförande**. Detta gäller särskilt i fall av otillbörliga metoder som samtidigt uppstår i olika medlemsstater. I dessa fall är en effektiv samordning mellan kommissionen, nationella myndigheter, konsumentorganisationer och företag avgörande för att ta itu med metoder som har en EU-omfattande inverkan[15].

Behovet av att påskynda genomförandet på såväl gränsöverskridande som nationell nivå gör att kommissionen måste ikläda sig **en mer framträdande roll**, förena sina krafter med medlemsstaterna och stödja dem i tillämpningen av direktivet inom hela EU. I detta avseende kommer kommissionen att överväga hur den, i enlighet med fördragen, ska kunna spela en mer aktiv roll för att främja en enhetlig tillämpning av direktivet, särskilt i fråga om otillbörliga affärsmetoder med en gränsöverskridande dimension av den typ som förekommer på internet och som ger upphov till gemensamma frågor för tillsynsmyndigheterna. Att främja samordningsinsatser i genomförandet av direktivet är avgörande för att säkra lika villkor för näringsidkarna, särskilt när de agerar i ett gränsöverskridande sammanhang, och ytterst för att säkerställa en hög konsumentskyddsnivå i hela Europa.

3.1. Att säkerställa de nationella lagarnas fullständiga förenlighet med direktivet

I sin roll som fördragens väktare kommer kommissionen även fortsättningsvis att noga övervaka att direktivet införlivas och tillämpas på ett korrekt sätt i samtliga medlemsstater. Den kommer att utföra kontroller av överensstämmelsen och genomföra ingående granskningar för att se hur reglerna fungerar i praktiken och ange korrigeringsåtgärder när så krävs. Nuvarande analys visar att det i flera medlemsstater alltjämt förekommer bristande överensstämmelse mellan den nationella lagstiftningen och direktivet. Kommissionen har därför kontaktat de berörda medlemsstaterna. Kommissionen kommer att vidta nödvändiga åtgärder i enlighet med artikel 258 i EUF-fördraget, när en medlemsstat inte efterkommer sina åtaganden om införlivande och genomförande.

3.2. Att säkerställa en enhetlig och adekvat tillämpning av direktivet i medlemsstaterna

För att säkerställa att direktivet tillämpas på ett lämpligt och enhetligt sätt, kommer kommissionen att

- vidareutveckla **vägledningar** utifrån de svar som influtit från nationella tillsynsmyndigheter och andra intressenter, utarbeta nya metoder, också för on-linebruk, och utveckla rättspraxis med koppling till både EU-lagstiftning och nationell lagstiftning[16].
- förbättra, utvidga och uppdatera **databasen** för direktivet[17].

---

14 Se *En strategi för konsumentpolitiken i EU*.

15 Se den bilagda rapporten om tillämpningen av direktivet, exempelvis avsnitt 3.3.3. med avseende på beslutet av den italienska konkurrensmyndigheten (AGCM) PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia*, Provvedimento n. 23193 av den 27 december 2011.

16 Bland annat planerar kommissionen att ytterligare utveckla sin vägledning om vilseledande miljömärkning, utifrån resultaten av en särskild studie som kommer att genomföras under 2013 och det pågående arbetet med handlingsplanen för hållbar konsumtion och produktion.

17 Se https://webgate.ec.europa.eu/ucp/ Denna databas har utvecklats med stöd i Europaparlamentets och rådets beslut nr 1926/2006/EG av den 18 december 2006 om inrättande av ett program för gemenskapsåtgärder på området konsumentpolitik (2007-2013).

3.3. Att förstärka genomförandet och det administrativa samarbetet mellan medlemsstaterna

Utifrån såväl återkopplingen från medlemsstaterna och de berörda parterna som de tillgängliga uppgifterna har kommissionen kunnat ange vissa nyckelområden, där nackdelar och försuttna möjligheter för konsumenterna har konstaterats och där den inre marknadens tillväxtpotential är som störst.

På dessa områden kommer kommissionen att inleda särskilda initiativ som syftar till att stärka genomförandet i enlighet med målen i *En strategi för konsumentpolitiken i EU.*

Kommissionen kommer att vidta följande åtgärder:

- *Genomföra regelbundna **arbetsseminarier** tillsammans med de nationella tillsynsmyndigheterna och **fortbildning** för personal inom tillsynsmyndigheterna och domstolsväsendet.*
- *Stärka konsumentskyddsnätverkets effektivitet och fortsätta att främja samordnade **genomförandeinsatser (”svep”)**.*
- *Bistå medlemsstater med att säkerställa en **effektiv tillämpning av direktivet** genom att vidareutveckla **vägledningen** och dela bästa praxis med medlemsstaterna.*
- *I samarbete med medlemsstaterna utveckla **genomförandeindikatorer** med särskild inriktning på tillämpningen av direktivet, som kommer att möjliggöra upptäckt av brister och felaktigheter som kräver vidare undersökning eller korrigeringsåtgärder.*

Åtgärderna kommer att inriktas på följande nyckelområden:

- *Resor och transporter*
- *De digitala marknaderna*
- *Miljöpåståenden*
- *Finansiella tjänster*
- *Fast egendom*

*På alla dessa områden kommer uppmärksamheten främst att riktas mot metoder med inriktning på **utsatta konsumenter**, särskilt äldre människor och barn.*

3.4. Övervaka marknadsutvecklingen och öka medvetenheten

Kommissionen kommer att noga övervaka marknadsutvecklingen för att se till att regelverket också fortsättningsvis uppvisar en hög konsumentskyddsnivå i fråga om inhemska och gränsöverskridande inköp.

Fokus kommer särskilt att riktas mot den rättsliga ramens lämplighet när det gäller att hålla jämna steg med den snabba utvecklingen inom marknadsföring och försäljningstekniker, produkter och tjänster för näthandeln.

Vid sidan av ett förstärkt genomförande är initiativ för ökad medvetenhet viktiga för att konsumenterna ska kunna tillvarata sina rättigheter. Som en del av Europaåret för medborgarna kommer en *EU-omfattande kampanj* i nära samarbete med alla intressenter, inklusive företag och konsumentorganisationer att inledas under 2013 för att öka kunskapen om konsumentens rättigheter, också enligt direktivet.

4. SLUTSATSER

Direktivet har visat sig vara ett värdefullt verktyg för att stärka konsumenternas intressen, bland annat genom förenklingar av reglerna och avlägsnande av hinder för den gränsöverskridande handeln. Erfarenheten visar att denna principbaserade övergripande lagstiftning är mycket användbar och möjlig att tillämpa på många områden. Det förenklade regelverket underlättar för företagen att ägna sig åt gränsöverskridande verksamhet, samtidigt som det gör att konsumenter och företag i allt högre grad kan dra nytta av den inre marknadens fulla potential.

Enligt kommissionen vore det olämpligt att ändra direktivet i detta skede, inte minst eftersom erfarenheten av genomförandet i medlemsstaterna fortfarande spänner över alltför kort tid för ett så omfattande regelverk. Kommissionen kommer nu att inrikta sig på samstämmigheten i genomförandet av direktivet, med vidtagande av konkreta åtgärder för att få verkställigheten att fungera bättre på viktiga områden till förmån för konsumentförtroendet och tillväxten.