



CASP2022

Koordinerede aktiviteter
for produkters sikkerhed

Kommunikations-
forstærker



Endelig
rapport

Indholdsfortegnelse

| | |
|--|----|
| Indholdsfortegnelse | 2 |
| Liste over forkortelser | 2 |
| Resumé | 3 |
| Del 1 | |
| 1. Oversigt over kommunikationsforstærker-aktiviteten | 4 |
| 1.1. Indledning og vigtigste mål | 4 |
| 1.2. Oversigt over deltagende MSA'er | 4 |
| 2. Vigtigste aktiviteter og resultater | 5 |
| 2.1. Afgrænsning af aktiviteten | 5 |
| 2.2. Arbejdsmetode | 6 |
| 2.3. Identifikation af løsninger og udvikling af værktøjer og leverancer | 9 |
| 3. Konklusioner | 11 |
| 3.1 Intern kommunikation | 11 |
| 3.2 Ekstern kommunikation | 11 |
| Del 2 | |
| 1. Hvad er CASP? | 13 |
| Roler og ansvar | |
| 2. Arbejdsplan for horisontale aktiviteter | 14 |
| 3. Oversigt over tilgangen Horisontale aktiviteter | 15 |

Liste over forkortelser

| FORKORTEELSE | BESKRIVELSE |
|--------------|--|
| CASP | Koordinerede aktiviteter for produkters sikkerhed |
| ED | Erhvervsdrivende |
| EU | Den Europæiske Union |
| EØS | Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde (EU27 + Island, Liechtenstein, Norge) |
| GD JUST | Generaldirektoratet for Retlige Anliggender og Forbrugere |
| HA | Horisontal aktivitet |
| Kommissionen | Europa-Kommissionen |
| MSA | Markedsovervågningsmyndighed |
| PSA | Produktspecifik aktivitet |

Resumé

Mål

CASP-projektet for 2022 (Coordinated Activities on the Safety of Products, koordinerede aktiviteter for produkters sikkerhed) har til formål at forbedre sikkerheden af produkter på Europas indre marked gennem samarbejde mellem alle markedsovervågningsmyndighederne i Den Europæiske Union og Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde.

Kommunikationsforstærker-aktiviteten i CASP2022 har været centreret omkring to vigtige mål:

- Give markedsovervågningsmyndighederne værktøjer og vejledning til at kommunikere mere effektivt på nationalt/ lokalt plan ved hjælp af forskellige medietyper
- Strømline og planlægge en fælles strategi for bedre formidling og brug af kommunikationsmateriale produceret til CASP-aktiviteterne.

Resultater

1. Vejledning, der opsummerer «fælles tilgange og bedste praksis for CASP-kommunikation»
2. Kommunikationsforstærker-workshops og -kurser med efterfølgende korte videoer.

Konklusioner og anbefalinger

Målet med aktiviteten var at forbedre markedsovervågningsmyndighedernes interne og eksterne kommunikationsindsats i forbindelse med produktsikkerhed. Kommunikationsforstærker-aktiviteten identificerede specifikke behov, udfordringer og bedste praksis i forbindelse med brugen af kommunikationsværktøjer og -ressourcer for at fremme en mere aktiv rolle for MSA'erne med hensyn til at udarbejde og formidle kommunikationsmateriale.

Intern kommunikation

- Markedsovervågningsmyndighederne kan have stor gavn af at udveksle erfaringer og materialer i forbindelse med kommunikation. Især mindre myndigheder eller dem uden specifik kommunikationsekspertise kan lære af andre kollegers erfaringer og aktiver for at forbedre effektiviteten af deres kommunikationsstrategier.
- Oprettelsen af et europæisk netværk af kommunikationsmedarbejdere, der arbejder med produktsikkerhed, bør være det næste skridt til at skabe yderligere forbindelser, der gør det muligt at samarbejde om kommunikationsemner.

Ekstern kommunikation

- Erfaringen viser, at en tematisk tilgang til kommunikationskampagner centreret om produktkategorier eller produktsikkerhedsproblemer er den mest effektive.
- For at sikre, at kommunikationskampagner er mere effektive og vækker genklang hos forbrugere i forskellige lande, bør kommunikationsaktiver omfatte muligheder for co-branding eller lokalisering. I overensstemmelse med resultaterne af MSA-undersøgelsen er der identificeret tre potentielle samarbejdsområder:
 1. mindre myndigheder uden en kommunikationsafdeling kan opfordres til at dele CASP's kreative aktiver på deres hjemmeside og sociale medier
 2. større myndigheder med adgang til en lille kommunikationsafdeling kan blive inviteret til at udføre aktiviteter med co-branding
 3. større myndigheder med en stærk kommunikationsafdeling kan være interesserede i et komplet lokaliseringstilbud.

1. Oversigt over kommunikationsforstærker-aktiviteten

1.1. Indledning og vigtigste mål

Aktiviteten var designet til at give MSA'erne – uanset om de havde med kommunikationsaktiviteter i deres respektive myndigheder at gøre eller ej – mulighed for at drøfte forskellige kommunikationsbehov og -udfordringer og dele bedste praksis, skabeloner og vejledning om vellykkede kommunikationskampagner. Aktiviteten fokuserede også på at fremme udveksling og samarbejde mellem MSA'erne med henblik på at opbygge og vedligeholde et netværk af kommunikationsmedarbejdere. De specifikke mål for aktiviteten er beskrevet nedenfor.

- Give MSA'erne værktøjer og vejledning til at kommunikere mere effektivt på nationalt/lokalt plan ved hjælp af forskellige medietyper
- Strømline og planlægge en fælles strategi for bedre formidling og brug af kommunikationsmateriale produceret til CASP-aktiviteterne.

1.2. Oversigt over deltagende MSA'er

17 MSA'er fra 13 forskellige medlemsstater deltog i kommunikationsforstærker-aktiviteten, som illustreret i tabellen nedenfor.

| MEDLEMSSTAT | MSA |
|-------------|--|
| Bulgarien | Kommissionen for forbrugerbeskyttelse |
| Cypern | Departementet for arbejdstilsyn, Ministeriet for Arbejde, Velfærd og Socialforsikring |
| Estland | Myndighed for forbrugerbeskyttelse og teknisk regulering |
| Finland | Det finske miljøinstitut |
| Frankrig | Generaldirektoratet for Konkurrencepolitik, Forbrugeranliggender og Bekæmpelse af Svig Overvågningstjeneste for køretøjer og motorer - Ministeriet for økologisk omstilling og territorial samhørighed/Ministeriet for energiomstilling |
| Irland | Konkurrence- og forbrugerbeskyttelseskommissionen |
| Letland | Center for beskyttelse af forbrugerrettigheder |
| Litauen | Den statslige myndighed for beskyttelse af forbrugerrettigheder |
| Luxembourg | Luxembourgs Institut for standardisering, akkreditering, sikkerhed og kvalitet af varer og tjenester (ILNAS) – Afdeling for markedsovervågning |
| Polen | Konkurrence- og forbrugerbeskyttelseskantoret |
| Tjekkiet | Ministeriet for industri og handel Tjekkisk handelsinspektionsmyndighed |
| Tyskland | Ministeriet for miljø og forbrugerbeskyttelse Saarland Regionalregeringen i Düsseldorf Regionalregeringen i Detmold |
| Østrig | Forbundsministeriet for sociale anliggender, sundhed, pleje og forbrugerbeskyttelse |

2. Vigtigste aktiviteter og resultater

2.1. Afgrænsning af aktiviteten

Formålet med kommunikationsforstærker-aktiviteten var at give MSA'erne vejledning og værktøjer til at kommunikere mere effektivt på nationalt/lokalt plan og spille en mere aktiv rolle i produktionen og udbredelsen af eksternt kommunikationsmateriale. Under hele aktiviteten fremhævede MSA'erne også behovet for bedre at forstå og udveksle information om deres kollegers institutionelle opbygning og arbejde i andre EU/EØS-lande. For at gøre det muligt for MSA'erne at skabe bedre forbindelser og samarbejde blev der udarbejdet en undersøgelse for yderligere at kortlægge MSA-kompetencer.

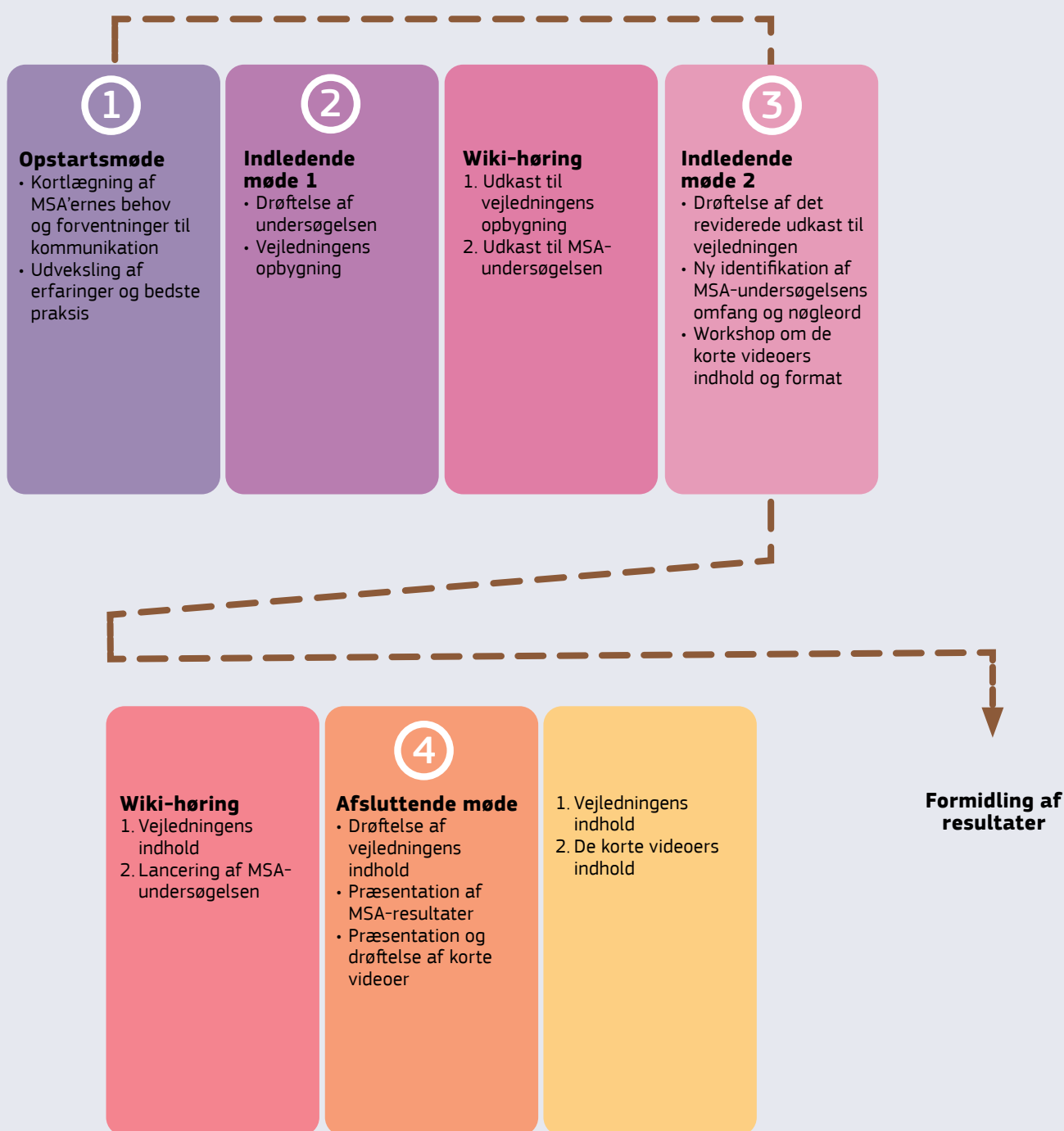
Resultaterne af MSA-undersøgelsen dannede udgangspunkt for udarbejdelsen af værktøjer og strategier til vejledningen, mens en interaktiv workshop om kommunikationsbehov gav MSA'erne mulighed for at prioritere emner til udvikling af korte videoer til støtte for og styrkelse af MSA'ernes daglige kommunikationsindsats.



2.2. Arbejdsmetode

Udarbejdelsen af de korte videoer og vejledningen fandt sted i tæt samarbejde med MSA'erne for at sikre, at drøftelserne om både udfordringer og mulige løsninger var på linje med deres prioriteter og behov.

Figur 1 - Arbejdsmetode



Det arbejde, der blev udført under aktiviteten, er opsummeret i tabellen nedenfor:

Tabel 1 - Opsummering af kommunikationsforstærker-aktiviteten

| |
|--|
| <p>Før aktiviteten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Et interview, som skulle afgrænse omfanget, fandt sted med kontorphonale fra Europa-Kommissionens Generaldirektorat for Retlige Anliggender og Forbrugere (GD JUST) • En forberedende undersøgelse blev iværksat for bedre at forstå MSA'ernes forventninger samt deres nuværende vidensniveau og tilgange til kommunikation |
| <p>Opstartsmøde</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kortlægning af MSA'ernes behov og forventninger til kommunikation • Udveksling af erfaringer og bedste praksis <ul style="list-style-type: none"> - Rundbordssamtale om samarbejds muligheder i CASP-projektet - Rundbordssamtale om projektets leverancer (f.eks. korte videoer og vejledning) |
| <p>Indledende møde 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drøftelse af undersøgelsen • Vejledningens opbygning <ul style="list-style-type: none"> - Præsentation af værktøjer til kreative aktiver og erfaringsudveksling - Drøftelse af muligheder for at lokalisere kreative aktiver - Præsentation af Kommissionens rammer for og værktøjer til markedsovervågning og produktsikkerhed <p>Vejledning</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sessioner med drøftelser og feedback vedrørende udkastet til vejledningens opbygning <p>MSA-undersøgelse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Præsentation af udkastet til MSA-undersøgelsen |
| <p>Mellem indledende møde 1 og indledende møde 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feedback på udkastet til MSA-undersøgelsen • Drøftelse af udkastet til vejledningens opbygning |
| <p>Indledende møde 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drøftelse af måder at forbedre produktionen af kommunikationsaktiver på • Dybere udforskning af måder at forbedre både intern og ekstern kommunikation på • Deling af tidligere MSA-kampagner og kommunikationsaktiver <p>Vejledning</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drøftelse af det reviderede udkast til vejledningen <p>Korte videoer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshop om de korte videoers indhold og format <p>MSA-undersøgelse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ny identifikation af MSA-undersøgelsens omfang og nøgleord |

Mellem det indledende møde 2 og det afsluttende møde

- MSA-undersøgelsen lanceres og distribueres blandt MSA'er i hele EU/EØS
- Videreudvikling af vejledningen baseret på MSA'ernes input og feedback

Afsluttende møder

- Præsentation af og sessioner med drøftelser/feedback vedrørende resultaterne af den aktuelle kommunikationsforstærker-aktivitet for 2022
- Drøftelser af det fremtidige format for kommunikationsforstærker-netværket¹
- Præsentation af kommunikationstilgangen i CASP2022

Vejledning:

- Drøftelse af den reviderede version af vejledningen

Korte videoer

- Præsentation af det endelige valg af tre korte videoer²

MSA-undersøgelse

- Præsentation af resultaterne af MSA-undersøgelsen

Efter det afsluttende møde

- Udveksling af god praksis/kommunikationskampagner blandt MSA'erne på wikien



¹ Link til den nye kommunikationsforstærker-wiki (EU-login nødvendigt):

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/pages/viewpage.action?spaceKey=ProductSafety&title=COMMUNICATION+ACTIVITIES>

² Fem emner er blevet udvalgt af arbejdsgruppen. Indholdet af de tre første emner blev præsenteret og godkendt på det afsluttende møde. Arbejdet med de sidste to emner var stadig i gang og vil blive indsendt senere via CASP2022-wikien.

2.3. Identifikation af løsninger og udvikling af værktøjer og leverancer

Vejledning

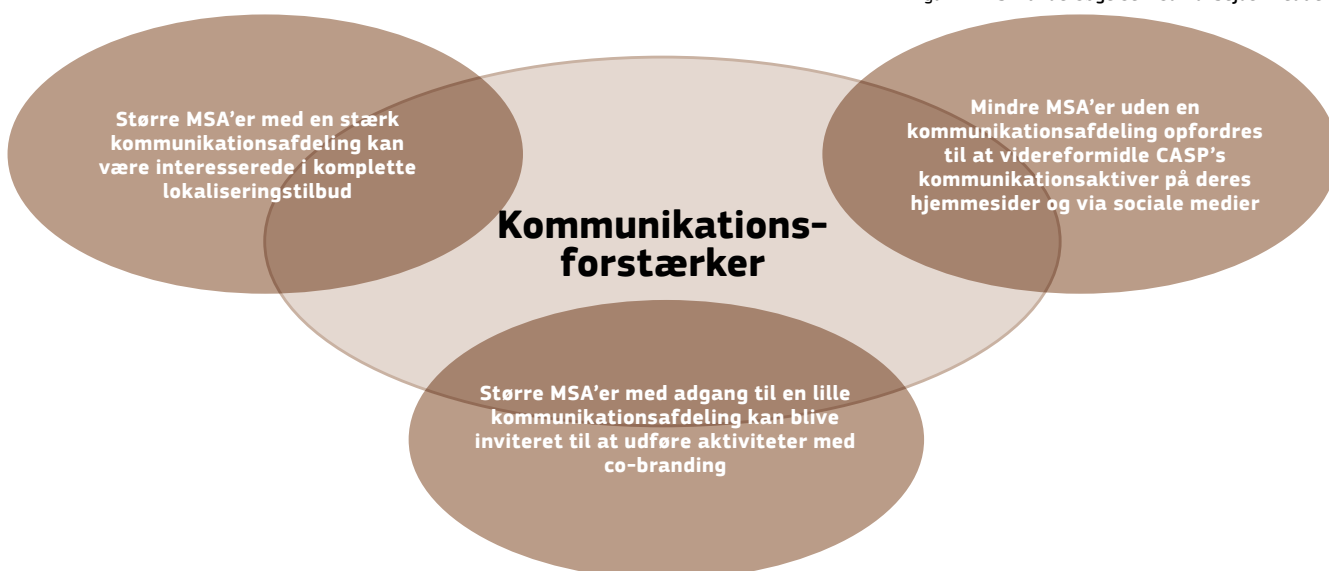
I løbet af aktiviteten blev der i tæt samarbejde med MSA'erne udviklet en vejledning med en opsummering af «fælles tilgange og bedste praksis for CASP-kommunikation». Dokumentet har til formål at give vejledning og værktøjer til, hvordan MSA'erne kan styrke deres interne og eksterne kommunikation, samt at tilskynde dem til at koordinere deres udvikling og udbredelse af kommunikationsmaterialer aktivt.

Vejledningen identificerer muligheder for, at MSA'erne kan kombinere deres kommunikationsindsats for at forbedre samarbejdet mellem MSA'erne indbyrdes samt mellem MSA'erne og GD JUST. Den omfatter forskellige måder, hvorpå MSA'erne på nationalt og europæisk plan kan forbedre kvaliteten og effektiviteten af kommunikationsbudskaberne rettet mod forbrugere og erhvervsdrivende på det indre marked. Oprettelsen af et europæisk netværk af kommunikationsmedarbejdere, der arbejder med produktsikkerhed, som blev identificeret som det næste skridt under aktiviteten, vil desuden gøre det muligt for MSA'erne at fortsætte udvekslingen af erfaringer og kreative aktiver i fremtiden.

MSA-undersøgelse

Under aktiviteten udtrykte MSA'erne et stærkt ønske om bedre at forstå og at udveksle information om deres kolleger i andre EU/EØS-landes organisation samt kompetencer og kommunikationsarbejde. For at forbedre kommunikationen og koordineringen mellem MSA'erne og mellem GD JUST og MSA'erne blev der udviklet og lanceret en undersøgelse blandt MSA'erne i EU/EØS. 69 MSA'er fra 23 EU/EØS-lande besvarede undersøgelsen. De vigtigste resultater af denne undersøgelse er fremhævet i vejledningen, så MSA'er lettere kan komme i kontakt med og samarbejde med deres relevante modpart. Baseret på svarene i undersøgelsen kunne der desuden defineres tre niveauer af samarbejde om eksterne kommunikationskampagner, som vist i *Figur 2*.

Figur 2 - MSA-undersøgelse – samarbejdsniveauer

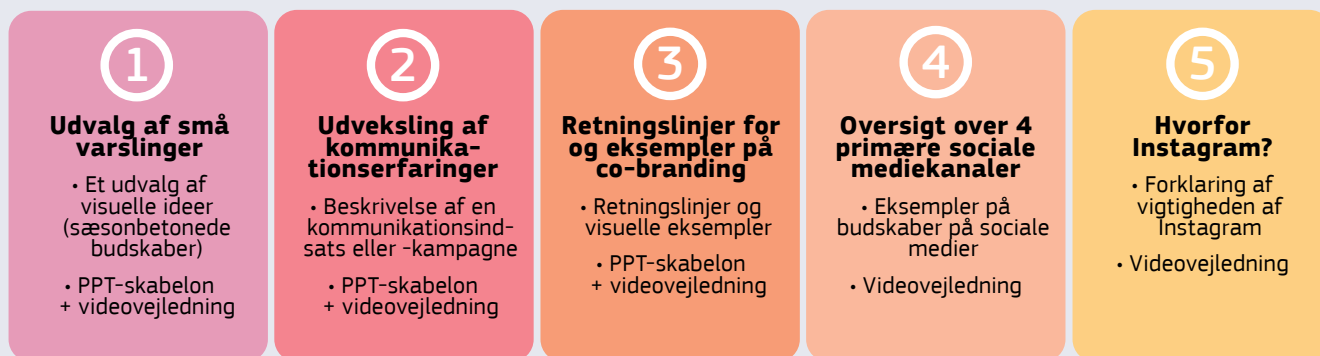


Workshop om korte videoer

Aktiviteten skulle ifølge designet udover vejledningen producere korte videoer om kommunikationsemner, der skal hjælpe MSA'erne med at identificere muligheder for at kombinere kommunikationsindsatser og forbedre kvaliteten og effektiviteten

af deres kommunikationsaktiver. En interaktiv Mural-workshop resulterede i en endelig udvælgelse af fem emner, der vil være fokus ved skabelsen af brand-bevidsthed og fremme af kommunikationsmaterialer.

Figur 3 - Korte videoer



En skabelon og en videovejledning til at lave små varslinger om specifikke emner og lejligheder blev designet, så MSA'erne hurtigt kan lave målrettede kommunikationsbudskaber, når der er behov for det. En anden skabelon og vejledning blev udarbejdet for at give MSA'erne mulighed for at udveksle erfaringer med kampagner, så andre MSA'er kan hente inspiration og information fra både vellykkede og mislykkede kampagner. I overensstemmelse med MSA'ernes ønske om at få mulighed for at tilpasse kommunikationsaktiverne til deres egne kampagner blev der lavet en videovejledning med retningslinjer for co-branding. Der blev også udarbejdet eksempler og

en skabelon for at lette co-branding af tilgængelige CASP-kommunikationsmaterialer. Endelig fokuserer to korte videoer på brugen af sociale medier til kommunikation, da dette var blevet identificeret som en af de vigtigste tendenser og udfordringer for MSA'erne under aktiviteten. Den ene vejledning introducerer de primære sociale mediekanaler og giver eksempler på effektive kommunikation af budskaber via sociale medier, mens den anden fokuserer på Instagram som en vigtig kanal at inddrage i kommunikationskampagner.



3. Konklusioner

3.1. Intern kommunikation

Forskellige kompetencer og kommunikationsekspertise hos MSA'erne

MSA'ernes struktur, organisation og kompetencer varierer meget – det samme gælder MSA'ernes kommunikationsafdelinger, ifølge MSA-kortlægningen, der resulterede i følgende konklusioner:

- Kun få af de deltagende MSA'er beretter, at de har en stor kommunikationsafdeling
- Nogle af de deltagende MSA'er har en lille afdeling med få ansatte
- Andre bruger en central afdeling i det ministerium, de hører under
- Halvdelen af de deltagende MSA'er har ikke en kommunikationsafdeling.

3.2. Ekstern kommunikation

Tematisk tilgang centreret om produktkategorier eller produktsikkerhedsproblemer

Flere MSA'er fremhæver deres erfaringer på området og beretter, at kommunikationstiltag er mere effektive, når de er relateret til problemer med en bestemt produktkategori. For eksempel er det lettere at engagere forældre til spædbørn ved at tale med dem om problemer i forbindelse med børneomsorgsartikler eller legetøj. Her er et par eksempler på denne tematiske tilgang:

- I Irland blev flere tons farligt legetøj destrueret. Konkurrence- og forbrugerbeskyttelseskommissionen brugte spektakulære billeder til at kommunikere om legetøjsikkerhed; dette blev særdeles godt dækket af de lokale medier. Se: <https://www.youtube.com/watch?v=AXezLVIQmw0>.
- Efter nyheden om, at syv børn var blevet indlagt efter at

Et europæisk netværk af kommunikationsmedarbejdere, der arbejder med produktsikkerhed

MSA'erne kan have stor gavn af at udveksle erfaringer og materialer i forbindelse med kommunikation. Især mindre MSA'er eller dem uden specifik kommunikationsekspertise kan lære af andre kollegers erfaringer og aktiver for at forbedre effektiviteten af deres kommunikationsstrategier. For at forbedre den nuværende situation, og for at fortsætte udvekslingen og samarbejdet om kommunikationsemner i fremtiden, er der oprettet et europæisk kommunikationsforstærker-netværk vedrørende produktsikkerhed. Kontakt JUST-B4@ec.europa.eu for at få mere at vide.

- Wiki-siden om kommunikationsaktiviteter er tilgængelig på følgende link: [KOMMUNIKATIONS-AKTIVITETER – Forbrugerproduktsikkerhed i EU – Wiki på Kommissionens ekstranet \(europa.eu\)](#) (EU-login er nødvendigt for at få adgang).

have indtaget magneter, producerede Center for beskyttelse af forbrugerrettigheder i Letland kommunikationsmateriale til sikkerhedskampagner om legetøj med magneter og knapbatterier (<https://www.ptac.gov.lv/lv/rotallietu-drosums>).

- I Frankrig øger Generaldirektoratet for Konkurrencepolitik, Forbrugeranliggender og Bekæmpelse af Svig forbrugernes og mediernes bevidsthed om farlige produkter gennem rapporter om test af grupper af produkter. Se (for eksempel): <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/secureite-des-objets-electriques-des-taux-de-non-conformite-et-de-dangerosite-trop-eleves>.
- Da Den statslige myndighed for beskyttelse af forbrugerrettigheder i Litauen begyndte at offentliggøre oplysninger om farlige produkter på deres sociale medier, voksede antallet af følgere ekstremt hurtigt til ca. 5000. <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/casp2022/2.1.5+Creative+assets+and+communication+material>

Muligheder for co-branding og lokalisering af kreative aktiver

For at sikre, at kommunikationskampagner er mere effektive og vækker genklang hos nationale forbrugere, bør kommunikationsaktiver omfatte muligheder for co-branding eller lokalisering.

Co-branding består i at medtage partner-MSA'ens logo i CASP's kreative aktiver. Det er også muligt at indsætte en opfordring til handling, der er specifik for partner-MSA'en (f.eks. et link til en lokal hjemmeside). Dette giver mulighed for at styrke partner-MSA'ens synlighed og samtidig bruge CASP's kreative aktiver.

Lokalisering er et mere intensivt samarbejde. Partner-MSA'en vil modtage dele af de kreative aktiver (billeder, logoer, layoutskabeloner, redigerbare videoer osv.). Partner-MSA'en vil så kunne tilpasse CASP-budskaberne til den lokale kontekst og den lokale planlægning.

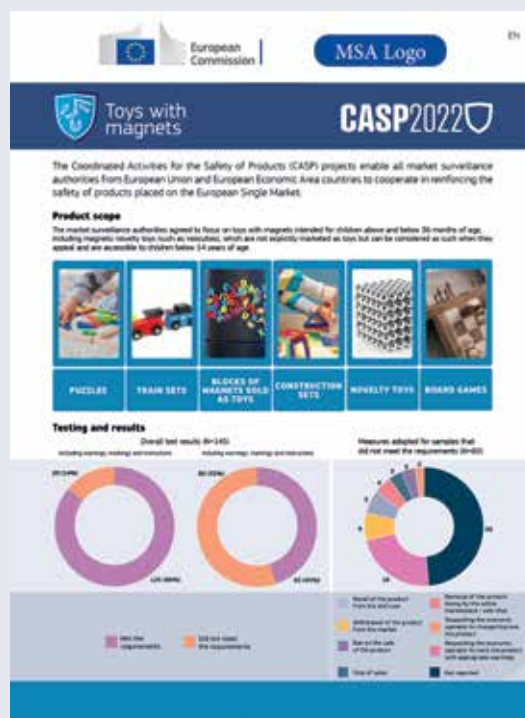
I overensstemmelse med resultaterne af MSA-undersøgelsen er der tre potentielle samarbejdsområder:

1. mindre MSA'er uden en kommunikationsafdeling kan opfordres til at dele CASP's kreative aktiver på deres hjemmeside og sociale medier
2. større MSA'er med adgang til en lille kommunikationsafdeling kan blive inviteret til at udføre aktiviteter med co-branding
3. større MSA'er med en stærk kommunikationsafdeling kan være interesserede i et komplet lokaliseringstilbud.

Eksempel fra et tidligere CASP-program



Eksempel på et faktaark med co-branding



1. Hvad er CASP?

De koordinerede aktiviteter for produkters sikkerhed (CASP) gør det muligt for markedsovervågningsmyndighederne fra lande i Den Europæiske Union / Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde at samarbejde og styrke sikkerheden ved produkter, der bringes i omsætning på det indre marked.

CASP2022 omfatter fire horisontale aktiviteter og seks produktspecifikke aktiviteter.

Horisontale aktiviteter udgør et forum for markedsovervågningsmyndigheder, hvor de kan udveksle idéer og bedste praksis. Under ledelse af en teknisk ekspert udvikler de fælles tilgange, procedurer og praktiske værktøjer til markedsovervågning.



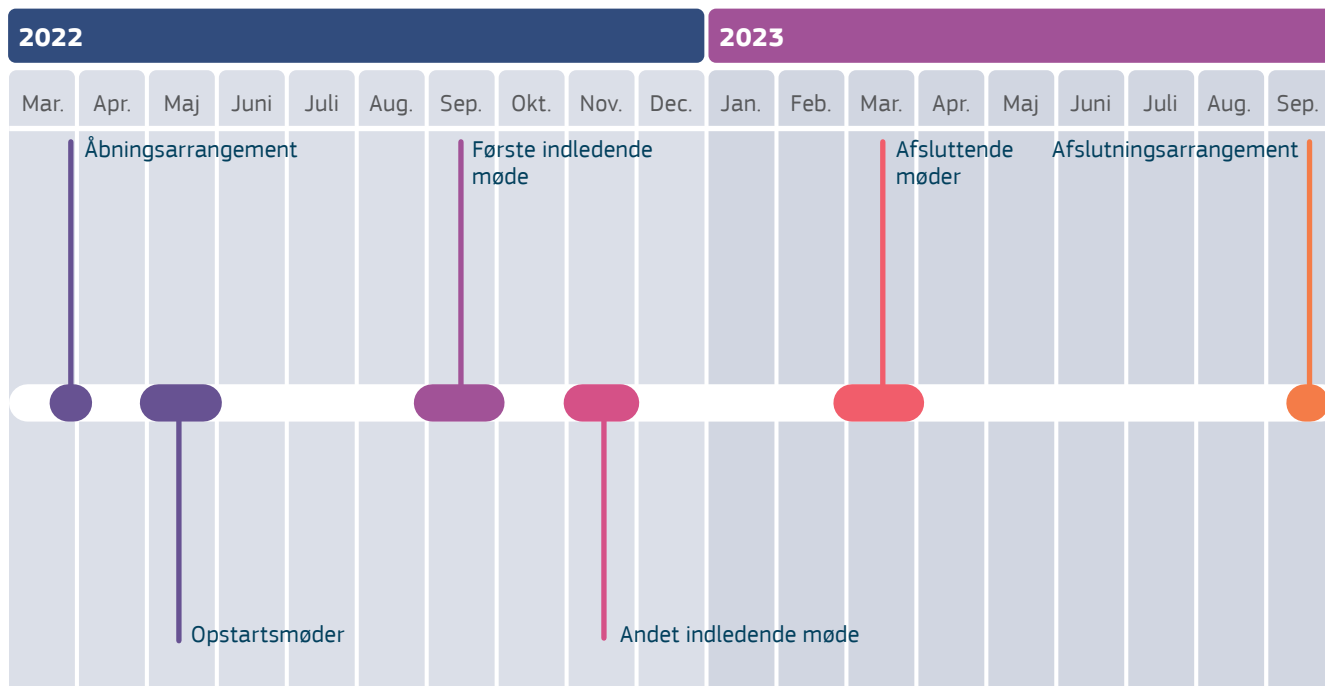
Produktspecifikke aktiviteter tester forskellige typer produkter, der kan udgøre en risiko for forbrugerne. Produkterne udvælges og indsamles af de involverede markedsovervågningsmyndigheder og undersøges ved hjælp af en testplan, der er aftalt i fællesskab.



Roller og ansvar



2. Arbejdsplan for horisontale aktiviteter



Udvikling af en kommunikationsplan.

Kommunikationsaktiviteter (intern kommunikation på Wiki, udarbejdelse af eksternt kommunikationsmateriale).

| INDLEDNING | MARKARBEJDE | RAPPORTERING | EKSTERN KOMMUNIKATION |
|--|--|--|--------------------------------------|
| Skrivebordsundersøgelse | Yderligere forskning om de definerede emner under opstartsmøderne | Afsluttende møder — præsentation af de endelige resultater | Lancering af kommunikationskampagnen |
| Dragelse af de første konklusioner | Endelig validering af aktiviteterne fremgangsmåder | Validering og drøftelse af indhøstede erfaringer | |
| Tilpasning af mål | Afholdelse af indledende møder, integration af input | Udarbejdelse af endelige rapporter | |
| Opstartsmøder – forbedring af tilgange | Færdiggørelse af arbejds-/vejledningsdokumenter og udarbejdelse af værktøjer til videndeling | Formidling | Vurdering af virkningen |



3. Oversigt over tilgangen Horisontale aktiviteter

0

Procedure før CASP

- DG JUST foretog en prioritering for at udvælge emner af fælles interesse for markeds- overvågningsmyndigheder.
- De horisontale aktiviteter i CASP2022 blev udvalgt gennem en høring, der blev afholdt af GD JUST, og de afspejler den aktuelle interesse for onlinemarkedsovervågning, risikovurderingsmetoder, kommunikationsforstærker og gademarkeder.

1

Indsamling og analyse af data

- Ved hjælp af forskellige værktøjer, såsom spørgeskemaer, interviews og skrivebordsundersøgelse, indsamlede leverandøren de nødvendige baggrundsplysninger.
- Resultaterne blev analyseret for at identificere behov, mangler og udfordringer.
- Projektets mål og arbejdsplan blev yderligere finjusteret og delt på den interne Wiki-plattform sammen med resultaterne af den indledende forskning.

2

Opstartsmøder

- De deltagende markeds- overvågningsmyndigheder drøftede mål og resultater på opstartsmødet for hver horisontal aktivitet.
- På grundlag af resultaterne af skrivebordsundersøgelsen og dataindsamlingen blev fremgangsmåden yderligere finpusset.
- Efter mødet blev arbejds- dokumenterne delt på Wiki- platformen, hvor markeds- overvågningsmyndighederne havde mulighed for at udveksle synspunkter.

3

Indledende møder

- På to indledende møder blev fremskridtene inden for hver aktivitet præsenteret, og markeds- overvågningsmyndighederne gjorde fremskridt med hensyn til de forskellige vejlednings- dokumenter med hjælp fra den relevante ekspert på området.
- På grund af emnets kompleksitet blev der afholdt et tredje indle- dende møde om online markeds- overvågningsaktiviteten.

4

Konklusioner, anbefalinger og rapportering

- På de afsluttende møder valide- rede markeds- overvågningsmyn- dighederne den endelige version af de relevante dokumenter, og de drøftede de indhøstede erfaringer samt mulige indsigter inden for hver horisontal aktivitet.
- Arbejds-/vejledningsdokumenter og andre værktøjer til vidende- ling stilles til rådighed for alle myndigheder for at hjælpe med at omsætte læringen til praksis.

5

Ekstern kommunikation

De eksterne kommunikationsaktiviteter blev lanceret ved afslutningsarrangementet og markerede starten på en informationskampagne i hele Europa af 2-3 ugers varighed.

Værktøjer

Der er udarbejdet **endelige rapporter** for hver horisontal aktivitet og for hele CASP2022-projektet. De foreligger på alle officielle EU-sprog samt norsk og islandsk og er blevet sendt til alle markeds- overvågningsmyndigheder.

Kanaler

Kommunikationsmaterialet formidles ved hjælp af:

- [Europa-Kommissionens CASP-hjemmeside](#)
- Markeds- overvågningsmyndighedernes nationale kommunikationskanaler
- Relevante medier og andre interessenter

EUROPA-KOMMISSIONEN

Directorate-General for Justice and Consumers
Directorate Consumers
Unit E.4 Product Safety and Rapid Alert System
Email: JUST-RAPEX@ec.europa.eu

Europa-Kommissionen er ikke ansvarlig for nogen følger af videreanvendelsen af denne publikation.

© Den Europæiske Union, 2023

Politikken for videreanvendelse af Europa-Kommissionens dokumenter gennemføres i henhold til Kommissionens afgørelse 2011/833/EU af 12. december 2011 om videreanvendelse af Kommissionens dokumenter (EUT L 330 af 14.12.2011, s. 39).

Medmindre andet er angivet, er videreanvendelse af dette dokument tilladt under en Creative Commons Kreditering 4.0 International (CC-BY 4.0)-licens (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Det betyder, at videreanvendelse er tilladt, med passende kildeangivelse og angivelse af eventuelle ændringer.

Ved enhver anvendelse eller gengivelse af elementer, der ikke ejes af Den Europæiske Union, kan det være nødvendigt at indhente tilladelse direkte fra de respektive rettighedshavere.

Oplysninger om EU er tilgængelige på alle EU's officielle sprog på Europawebstedet:
https://europa.eu/european-union/index_da



Luxembourg: Den Europæiske Unions Publikationskontor, 2023
PDF ISBN 978-92-68-03802-4 doi: 10.2838/016386 D5-03-23-176-DA-N