



Europska
komisija



CASP2022

Koordinirane aktivnosti
za sigurnost proizvoda



Pojačivač
komunikacije



Završno
izvješće

Sadržaj

Sadržaj	2
Popis kratica	2
Izvršni sažetak	3
1. dio	
1. Pregled aktivnosti Pojačivač komunikacije	4
1.1. Uvod i glavni ciljevi	4
1.2. Pregled uključenih TNT-ova	4
2. Glavne aktivnosti i rezultati	5
2.1. Opseg aktivnosti	5
2.2. Pristup radu	6
2.3. Utvrđivanje rješenja i razvoj alata i rezultata	9
3. Zaključci	11
3.1. Interna komunikacija	11
3.2. Vanjska komunikacija	11
2. dio	
1. Što je CASP?	13
Uloge i odgovornosti	
2. Plan rada za horizontalne aktivnosti	14
3. Pregled pristupa horizontalnih aktivnosti	15

Popis kratica

KRATICA	OPIS
AOP	Aktivnost povezana s određenim proizvodom
CASP	Koordinirane aktivnosti za sigurnost proizvoda
EGP	Europski gospodarski prostor (27 država članica EU-a + Island, Lihtenštajn, Norveška)
EK	Europska komisija
EU	Europska unija
GS	Gospodarski subjekt
GU JUST	Glavna uprava Europske komisije za pravosuđe i zaštitu potrošača
HA	Horizontalna aktivnost
TNT	Tijelo za nadzor tržišta

Izvršni sažetak

Ciljevi

Cilj je projekta Koordinirane aktivnosti za sigurnost proizvoda (CASP) 2022. povećati sigurnost proizvoda na europskom jedinstvenom tržištu suradnjom svih tijela za nadzor tržišta u Europskoj uniji i Europskom gospodarskom prostoru.

Aktivnost Pojačivač komunikacije u projektu CASP2022. usmjerena je na dva glavna cilja:

- pružiti tijelima za nadzor tržišta alate i smjernice za učinkovitiju komunikaciju na nacionalnoj/lokalnoj razini korištenjem različitih vrsta medija
- pojednostavniti i planirati zajedničku strategiju za bolje širenje i upotrebu komunikacijskog materijala sastavljenog za aktivnosti CASP-a.

Rezultati

1. Smjernice sa sažetkom „Zajednički pristupi i primjeri najboljih praksi u vezi s komuniciranjem u okviru CASP-a”
2. Radionice i osposobljavanja Pojačivač komunikacije koji će rezultirati videoisječcima.

Zaključci i preporuke

Cilj aktivnosti bio je poboljšati napore koje tijela za nadzor tržišta ulažu u internu i vanjsku komunikaciju o sigurnosti proizvoda. U aktivnosti Pojačivač komunikacije utvrđene su posebne potrebe, izazovi i primjeri najboljih praksi povezani s upotrebom komunikacijskih alata i resursa kako bi se potaknula aktivnija uloga tijela za nadzor tržišta u smislu razvoja i širenja komunikacijskog materijala.

Interna komunikacija

- Razmjena iskustava i materijala povezanih s komunikacijom može uvelike koristiti tijelima za nadzor tržišta. Manja tijela ili ona koja nisu posebno komunikacijski stručna posebno mogu učiti iz iskustva i sredstava drugih kolega kako bi poboljšali učinkovitost svojih komunikacijskih strategija.
- Stvaranje europske mreže komunikacijskih stručnjaka za sigurnost proizvoda trebao bi biti sljedeći korak za stvaranje daljnjih veza koje omogućuju suradnju o komunikacijskim temama.

Vanjska komunikacija

- Na temelju iskustva, najučinkovitijim se pokazao tematski pristup komunikacijskim kampanjama usmjerenima na kategorije proizvoda ili pitanja sigurnosti proizvoda.
- Kako bi se osigurala veća učinkovitost komunikacijskih kampanja i odjek među potrošačima u različitim zemljama, komunikacijska sredstva trebala bi uključivati mogućnosti zajedničkog **brendiranja ili lokalizacije**. U skladu s rezultatima ankete tijela za nadzor tržišta utvrđena su tri potencijalna područja suradnje:
 1. manja tijela bez komunikacijskog odjela mogu se poticati da dijele kreativna sredstva CASP-a na svojim internetskim stranicama i društvenim mrežama
 2. veća tijela koja imaju pristup malom komunikacijskom odjelu mogu biti pozvana da provode operacije zajedničkog brendiranja
 3. Veća tijela sa snažnim odjelom za komunikacije mogu ponuditi potpunu lokalizaciju.

1. Pregled aktivnosti Pojačivač komunikacije

1.1. Uvod i glavni ciljevi

Aktivnost je osmišljena kako bi se tijelima za nadzor tržišta, neovisno o tome jesu li uključena u komunikacijske aktivnosti u svojim tijelima, omogućilo da raspravljaju o različitim komunikacijskim potrebama i izazovima te da razmjenjuju najbolje prakse, predloške i smjernice o uspješnim komunikacijskim kampanjama. Aktivnost je također bila usmjerena na poticanje razmjene i suradnje među tijelima za nadzor tržišta kako bi se izgradila i održala mreža komunikacijskih stručnjaka.

Posebni ciljevi aktivnosti navedeni su u nastavku.

- pružiti tijelima za nadzor tržišta alate i smjernice za učinkovitiju komunikaciju na nacionalnoj/lokalnoj razini s pomoću različitih vrsta medija
- pojednostavniti i planirati zajedničku strategiju za bolje širenje i upotrebu komunikacijskog materijala sastavljenog za aktivnosti CASP-a.

1.2. Pregled uključenih TNT-ova

U aktivnosti Pojačivač komunikacije sudjelovalo je 17 tijela za nadzor tržišta iz 13 različitih država članica, kako je prikazano u tablici u nastavku.

DRŽAVA	TNT
Austrija	Federalno ministarstvo socijalnih poslova, zdravstva, skrbi i zaštite potrošača
Bugarska	Povjerenstvo za zaštitu potrošača
Cipar	Odjel za inspekciju rada – Ministarstvo rada, skrbi i socijalnog osiguranja
Češka	Ministarstvo industrije i trgovine Češko tijelo za trgovinsku inspekciju
Estonija	Tijelo za zaštitu potrošača i tehničku regulativu
Finska	Finski institut za okoliš
Francuska	Glavna uprava za politiku tržišnog natjecanja, pitanja potrošača i kontrolu prijevara Usluga nadzora vozila i motora - Ministarstvo za ekološku tranziciju i teritorijalnu koheziju/Ministarstvo za energetska tranziciju
Irska	Povjerenstvo za zaštitu tržišnog natjecanja i zaštite potrošača
Latvija	Centar za zaštitu prava potrošača
Litva	Državna uprava za zaštitu prava potrošača
Luksemburg	Luksemburški institut za standardizaciju, akreditaciju, sigurnost i kvalitetu roba i usluga (ILNAS) - Odjel za nadzor tržišta
Njemačka	Ministarstvo zaštite okoliša i potrošača Saarland Okružna vlada Düsseldorfa Okružna vlada Detmolda
Poljska	Ured za zaštitu tržišnog natjecanja i potrošača

2. Glavne aktivnosti i rezultati

2.1. Opseg aktivnosti

U okviru aktivnosti Pojačivač željelo se tijelima za nadzor tržišta pružiti smjernice i alate za učinkovitiju komunikaciju na nacionalnoj/lokalnoj razini te aktivniju ulogu u proizvodnji i širenju vanjskih komunikacijskih materijala. Tijekom cijele aktivnosti tijela za nadzor tržišta također su isticala potrebu za boljim razumijevanjem i razmjenom informacija o institucionalnom ustroju i radu svojih kolega u drugim zemljama EU-a/EGP-a. Kako bi se tijelima za nadzor tržišta omogućilo bolje povezivanje i suradnja, razvijena je anketa za daljnje mapiranje kompetencija tijela za nadzor tržišta.

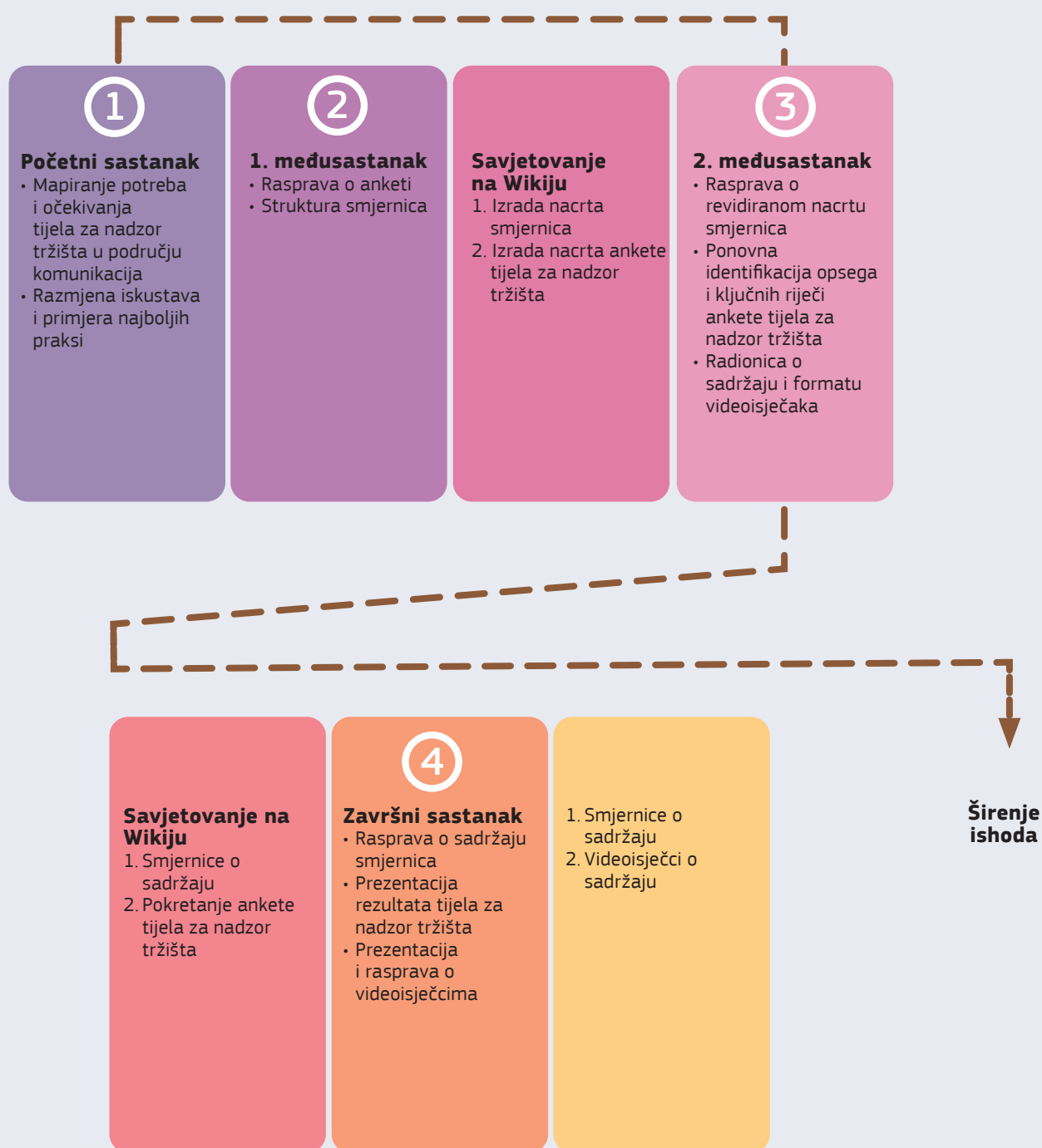
Iako su rezultati ankete tijela za nadzor tržišta bili polazna točka za razvoj alata i strategija koje treba uključiti u smjernice, interaktivna radionica o komunikacijskim potrebama omogućila je tijelima za nadzor tržišta da daju prednost temama za razvoj videoisječaka namijenjenih podupiranju i jačanju svakodnevnih komunikacijskih napora tijela za nadzor tržišta.



2.2. Pristup radu

Videoisječci i smjernice izrađivali su se u bliskoj suradnji s tijelima za nadzor tržišta kako bi se osiguralo da su rasprave i o izazovima i o potencijalnim rješenjima u skladu s njihovim prioritetima i potrebama.

Slika 1 – Pristup radu



Rad proveden tijekom aktivnosti sažeto je prikazan u tablici u nastavku.

Tablica 1 - Sažetak aktivnosti Pojačivač komunikacije

<p>Prije aktivnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obavljen je razgovor s uredskim službenicima Glavne uprave Europske komisije za pravosuđe i zaštitu potrošača (GU JUST) radi utvrđivanja opsega aktivnosti • Pokrenuta je pripremna anketa kako bi se bolje razumjela očekivanja tijela za nadzor tržišta, njihova trenutna razina znanja i pristupi komunikacijama
<p>Početni sastanak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mapiranje potreba i očekivanja tijela za nadzor tržišta u području komunikacija • Razmjena iskustava i primjera najboljih praksi <ul style="list-style-type: none"> - Okrugli stol o mogućnostima suradnje na projektu CASP - Okrugli stol o rezultatima projekta (npr. videoisječci i smjernice)
<p>1. međusastanak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rasprava o anketi • Struktura smjernica <ul style="list-style-type: none"> - Prezentacija alata za kreativna sredstva i razmjenu iskustava - Rasprava o mogućnostima lokalizacije kreativnih sredstava - Predstavljanje okvira i ala Europske komisije za nadzor tržišta i sigurnosti proizvoda <p>Smjernice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rasprave i sesije radi dobivanja povratnih informacija o nacrtu strukture smjernica <p>Anketa tijela za nadzor tržišta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predstavljanje nacrtu ankete tijela za nadzor tržišta
<p>Između 1. međusastanka i 2. međusastanka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Povratne informacije o nacrtu ankete tijela za nadzor tržišta • Rasprava o nacrtu strukture smjernica
<p>2. međusastanak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rasprava o načinima poboljšanja proizvodnje komunikacijskih sredstava • Dublje istraživanje načina za poboljšanje i interne i vanjske komunikacije • Dijeljenje prethodnih kampanja i komunikacijskih sredstava tijela za nadzor tržišta <p>Smjernice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rasprava o revidiranom nacrtu smjernica <p>Videoisječci</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radionica o sadržaju i formatu videoisječaka <p>Anketa tijela za nadzor tržišta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ponovna identifikacija opsega i ključnih riječi ankete tijela za nadzor tržišta

Između 2. međusastanka i završnog sastanka

- Istraživanje tijela za nadzor tržišta pokrenuto je i distribuirano među tijelima za nadzor tržišta diljem EU-a/EGP-a
- Daljnji razvoj smjernica na temelju informacija i povratnih informacija tijela za nadzor tržišta

Završni sastanci

- Prezentacije i rasprave / sesije radi dobivanja povratnih informacija o ishodima trenutačne aktivnosti Pojačivač komunikacije 2022.
- Rasprave o budućem formatu mreže Pojačivač komunikacije ¹
- Prezentacija o komunikacijskom pristupu u projektu CASP2022.

Smjernice

- Rasprava o revidiranoj verziji smjernica

Videoisječci

- Prezentacija konačnog odabira triju videoisječaka ²

Anketa tijela za nadzor tržišta

Predstavljanje rezultata ankete tijela za nadzor tržišta

Nakon završnog sastanka

Razmjena primjera dobrih praksi/komunikacijskih kampanja među tijelima za nadzor tržišta na Wikiju



¹ Poveznica na novi Wiki Pojačivači komunikacije (potrebna je prijava na EU Login):

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

² Radna grupa odabrala je pet tema. Sadržaj prvih triju tema predstavljen je i odobren na završnom sastanku. Preostale dvije teme još su bile „u tijeku“ i bit će podnesene kasnije, preko Wikija CASP2022.

2.3. Utvrđivanje rješenja i razvoj alata i rezultata

Smjernice

Tijekom aktivnosti razvijane su smjernice u kojima su sažeti „zajednički pristupi i primjeri najboljih praksi u vezi s komuniciranjem u okviru CASP-a” u bliskoj suradnji s tijelima za nadzor tržišta. Cilj je dokumenta pružiti smjernice i alate za jačanje interne i vanjske komunikacije tijela za nadzor tržišta te potaknuti njihovu aktivnu koordinaciju u razvoju i širenju komunikacijskih materijala.

U smjericama se utvrđuju mogućnosti da tijela za nadzor tržišta kombiniraju svoje komunikacijske napore kako bi poboljšala daljnju suradnju među samim tijelima za nadzor tržišta te između tijela za nadzor tržišta i Glavne uprave JUST. Uključuju različite načine na koje tijela za nadzor tržišta na nacionalnoj i europskoj razini mogu poboljšati kvalitetu i učinkovitost komunikacijskih poruka upućenih potrošačima i gospodarskim subjektima na jedinstvenom tržištu. Uspostava europske mreže stručnjaka za komunikaciju o sigurnosti proizvoda, koja je utvrđena kao sljedeći korak tijekom aktivnosti, dodatno će tijelima za nadzor tržišta omogućiti da nastave razmjenjivati iskustva i kreativna sredstva u budućnosti.

Anketa tijela za nadzor tržišta

Tijekom aktivnosti tijela za nadzor tržišta izrazila su snažnu želju za boljim razumijevanjem i razmjenom informacija o organizaciji te kompetencijama i komunikacijskom radu svojih kolega u drugim zemljama EU-a/EGP-a. Kako bi se poboljšale komunikacija i koordinacija među tijelima za nadzor tržišta te između GU-a JUST i tijela za nadzor tržišta, razvijena je i pokrenuta anketa među tijelima za nadzor tržišta EU-a/EGP-a. Na anketu je odgovorilo 69 tijela za nadzor tržišta iz 23 zemlje EU-a/EGP-a. Glavni rezultati ove ankete istaknuti su u smjericama kako bi se tijelima za nadzor tržišta omogućilo lakše povezivanje i suradnja s relevantnim partnerima. Nadalje, na temelju odgovora u anketi mogu se definirati tri razine suradnje u pogledu kampanja o vanjskim komunikacijama kako je prikazano na slici 2.

Slika 2 - Anketa tijela za nadzor tržišta – razine suradnje

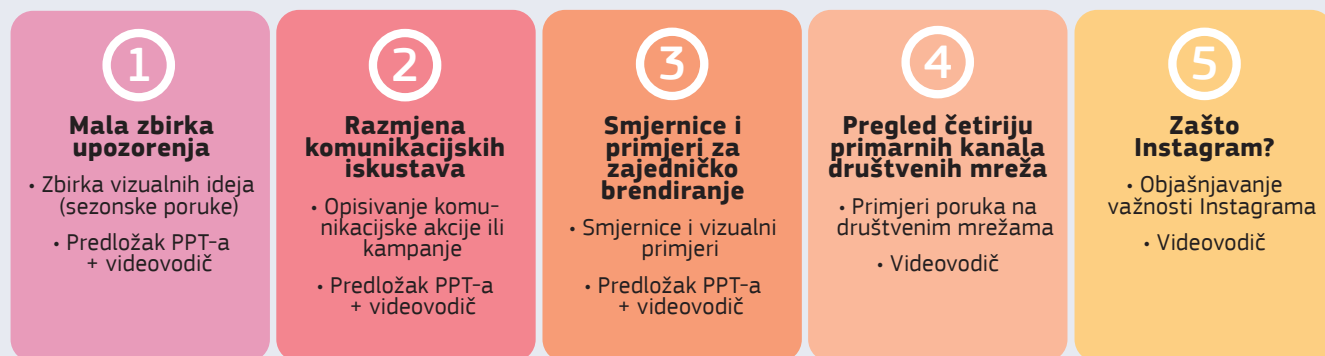


Radionica o videoisječcima

Uz smjernice, aktivnost je osmišljena tako da se izrade videoisječci o komunikacijskim temama čiji je cilj pomoći tijelima za nadzor tržišta da utvrde mogućnosti kombiniranja komunikacijskih napora i poboljšaju kvalitetu i djelotvornost

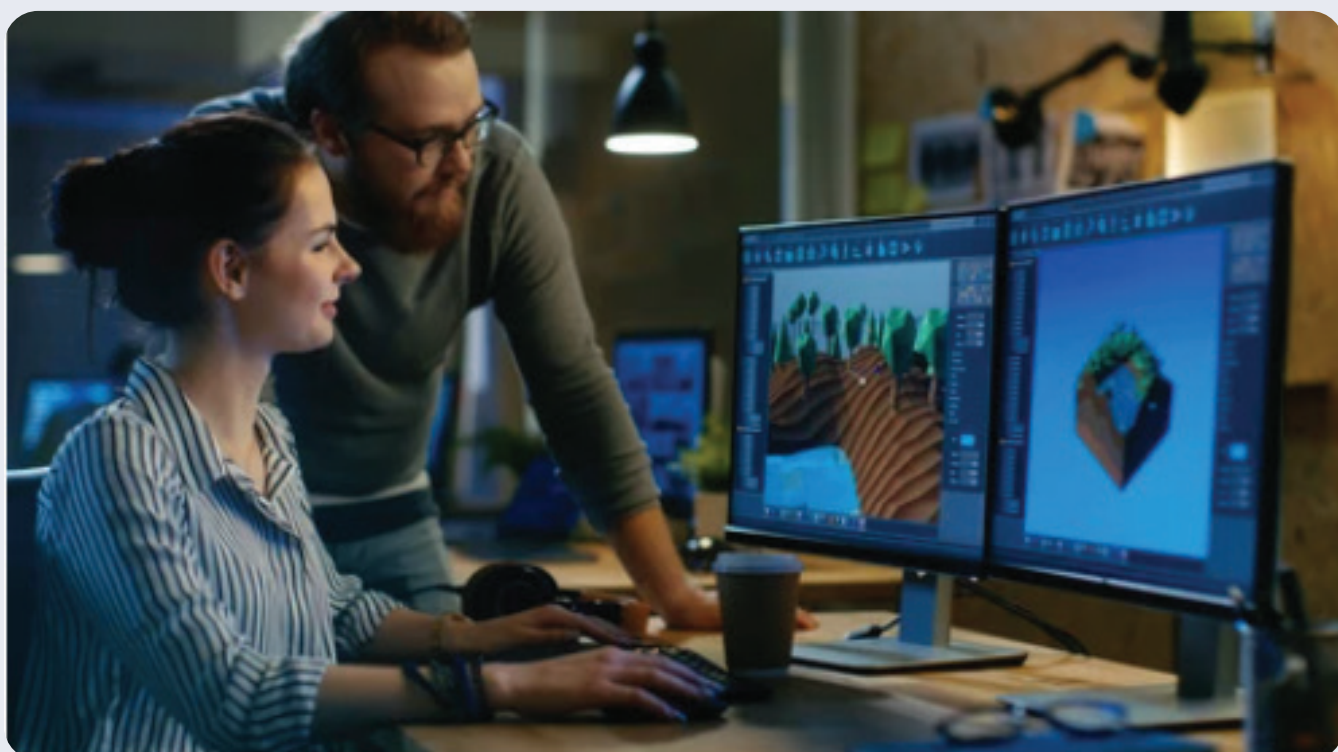
svojih komunikacijskih sredstava. Interaktivna radionica alata Mural rezultirala je konačnim odabirom pet tema koje će poslužiti kao ključni fokus za stvaranje svijesti o brendu i promociju komunikacijskih materijala.

Slika 3 - videoisječci



Predložak i videovodič o stvaranju malih upozorenja o određenim temama i prilikama osmišljeni su kako bi se tijelima za nadzor tržišta omogućilo da brzo osmisle ciljne komunikacijske poruke kada je to potrebno. Izrađeni su još jedan predložak i vodič kako bi se tijelima za nadzor tržišta omogućilo da podijele svoje iskustvo i naučene lekcije o kampanjama kako bi se drugim tijelima za nadzor tržišta omogućilo da crpe inspiraciju i informacije i iz uspjeha i iz neuspjeha kampanja. U skladu sa zahtjevom tijela za nadzor tržišta da omoguće opcije za prilagodbu komunikacijskih sredstava vlastitim kampanjama, izrađen je videovodič koji je uključivao smjernice za zajedničko

brendiranje. Pripremljeni su i primjeri i predložak kako bi se olakšalo zajedničko brendiranje dostupnih komunikacijskih materijala projekta CASP. Naposljetku, dva videoisječka usredotočuju se na upotrebu društvenih mreža za komunikaciju, što je tijekom aktivnosti utvrđeno kao vodeći trend i izazov za tijela za nadzor tržišta. Dok jedan vodič predstavlja primarne kanale društvenih mreža i predlaže primjere učinkovitih poruka koje se komuniciraju preko društvenih mreža, drugi se videoisječak usredotočuje na Instagram kao važan kanal za uključivanje u komunikacijske kampanje.



3. Zaključci

3.1. Interna komunikacija

Raznovrsnost u kompetencijama i komunikacijskoj stručnosti tijela za nadzor tržišta

Struktura, organizacija i kompetencije tijela za nadzor tržišta uvelike se razlikuju – mapiranje koje su provela tijela za nadzor tržišta pokazuje da isto vrijedi i za odjele za komunikaciju tijela za nadzor tržišta. Zaključci su sljedeći:

- Malo uključenih tijela za nadzor tržišta izvijestilo je da imaju veliki odjel za komunikacije.
- Neka uključena tijela za nadzor tržišta imaju mali odjel s malo zaposlenika.
- Drugi se pozivaju na središnji odjel u okviru ministarstva kojem pripadaju.
- Polovica uključenih tijela za nadzor tržišta nema odjel za komunikacije.

3.2. Vanjska komunikacija

Tematski pristup usmjeren na kategorije proizvoda ili pitanja sigurnosti proizvoda

Nekoliko tijela za nadzor tržišta naglašava svoje iskustvo u tom području i navodi da su komunikacijske aktivnosti učinkovitije kada su povezane s pitanjima u vezi s određenom kategorijom proizvoda. Na primjer, lakše je angažirati roditelje beba ako se s njima razgovara o problemima povezanim uz predmete za brigu o djeci ili igračke. Evo nekoliko primjera takva tematskog pristupa:

- U Irskoj je uništeno nekoliko tona opasnih igračaka. Povjerenstvo za zaštitu tržišnog natjecanja i zaštite potrošača iskoristilo je spektakularne slike za komunikaciju o sigurnosti igračaka, o čemu su lokalni mediji jako opsežno izvješćivali. Vidi: <https://www.youtube.com/watch?v=AXezLVIQmW0>.

Europska mreža komunikacijskih stručnjaka za sigurnost proizvoda

Razmjena iskustava i materijala povezanih s komunikacijom može uvelike koristiti tijelima za nadzor tržišta. Manja tijela za nadzor tržišta ili ona koja nisu posebno komunikacijski stručna posebno mogu učiti iz iskustva i sredstava drugih kolega kako bi poboljšali učinkovitost svojih komunikacijskih strategija. Kako bi se poboljšala trenutačna situacija te nastavile razmjena i suradnja na komunikacijskim temama u budućnosti, pokrenuta je europska mreža pojačivača komunikacije za sigurnost proizvoda. Za dodatne informacije obratite se na adresu

JUST-B4@ec.europa.eu.

- Wiki stranica Komunikacijske aktivnosti dostupna je na sljedećoj poveznici: [KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI – Sigurnost potrošačkih proizvoda u EU-u – Ekstranet Wiki EK-a \(europa.eu\)](#) (za pristup je potrebna prijava u EU Login).

- Nakon vijesti da je sedmero djece hospitalizirano nakon što gutanja magneta, u Latviji je PTAC osmislio komunikacijske materijale za sigurnosne kampanje o igračkama s magnetima i gumbastim baterijama (<https://www.ptac.gov.lv/lv/rotallietudrosums>).
- U Francuskoj DGCCRF podiže svijest potrošača i medija o opasnim proizvodima kroz izvješća o ispitivanjima skupina proizvoda. Pogledajte (na primjer): <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/securite-des-objets-electriques-des-taux-de-non-conformite-et-de-dangerosite-trop-eleves>.
- U Litvi, kada je VVTAT na svojim društvenim mrežama počeo objavljivati o opasnim proizvodima, broj njegovih pratitelja porastao je iznimno brzo, na otprilike 5000. <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/casp2022/2.1.5+Creative+assets+and+communication+material>

Mogućnosti zajedničkog brendiranja i lokalizacije kreativnih sredstava

Kako bi se osigurala veća učinkovitost komunikacijskih kampanja i odjek među nacionalnim potrošačima, komunikacijska sredstva trebala bi uključivati mogućnosti zajedničkog brendiranja ili lokalizacije.

Zajedničko brendiranje sastoji se od uključivanja logotipa partnerskog tijela za nadzor tržišta na kreativna sredstva CASP-a. Također je moguće umetnuti poziv na akciju koji je specifičan za partnersko tijelo za nadzor tržišta (npr. poveznica na lokalno web-mjesto). Ovo je prilika za jačanje prisutnosti partnerskog tijela za nadzor tržišta tijekom upotrebljavanja kreativnih sredstava CASP-a.

Lokalizacija je intenzivnija suradnja. Partnersko tijelo za nadzor tržišta dobit će dijelove kreativnih sredstava (slike, logotipove, predloške izgleda, videozapise koji se mogu uređivati itd.). Partnersko tijelo za nadzor tržišta tada će moći prilagoditi poruke projekta CASP lokalnom kontekstu i lokalnom planiranju.

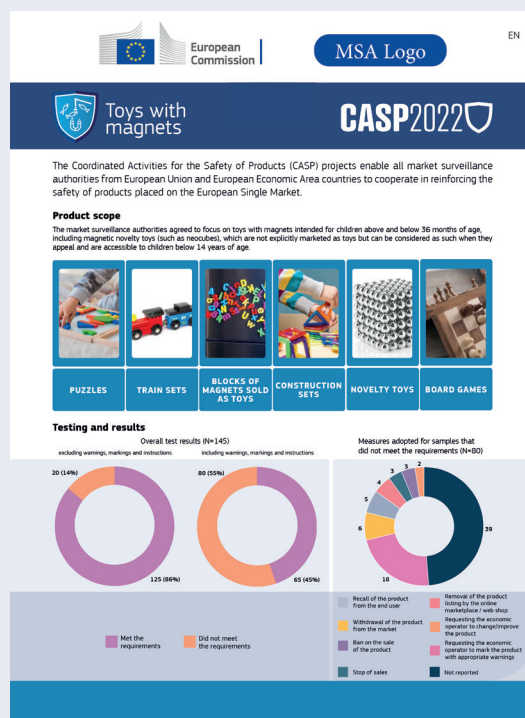
U skladu s rezultatima istraživanja tijela za nadzor tržišta, postoje tri potencijalna područja suradnje:

1. manja tijela bez komunikacijskog odjela mogu se poticati da dijele kreativna sredstva CASP-a na svojim internetskim stranicama i društvenim mrežama
2. veća tijela za nadzor tržišta s pristupom malom komunikacijskom odjelu mogu biti pozvana da provode operacije zajedničkog brendiranja
3. veća tijela sa snažnim odjelom za komunikacije mogu ponuditi potpunu lokalizaciju.

Primjer iz prethodnog programa CASP



Primjer informativnog članka koji je zajednički brendiran



1. Što je CASP?

Koordinirane aktivnosti za sigurnost proizvoda (CASP) tijelima za nadzor tržišta iz zemalja Europske unije / Europskoga gospodarskog prostora omogućuju suradnju i jačanje sigurnosti proizvoda stavljenih na jedinstveno tržište.

CASP2022. uključuje četiri horizontalne aktivnosti i šest aktivnosti povezanih s određenim proizvodom.

Horizontalne aktivnosti predstavljaju forum za tijela za nadzor tržišta za razmjenu ideja i najboljih praksi. Pod vodstvom tehničkog stručnjaka razvijaju zajedničke pristupe, postupke i praktične alate za nadzor tržišta.



Aktivnosti povezane s određenim proizvodom testiraju različite vrste proizvoda koje mogu predstavljati rizik za potrošače. Proizvode odabiru i prikupljaju uključena tijela za nadzor tržišta te se ispituju na temelju zajednički dogovorenog plana ispitivanja.

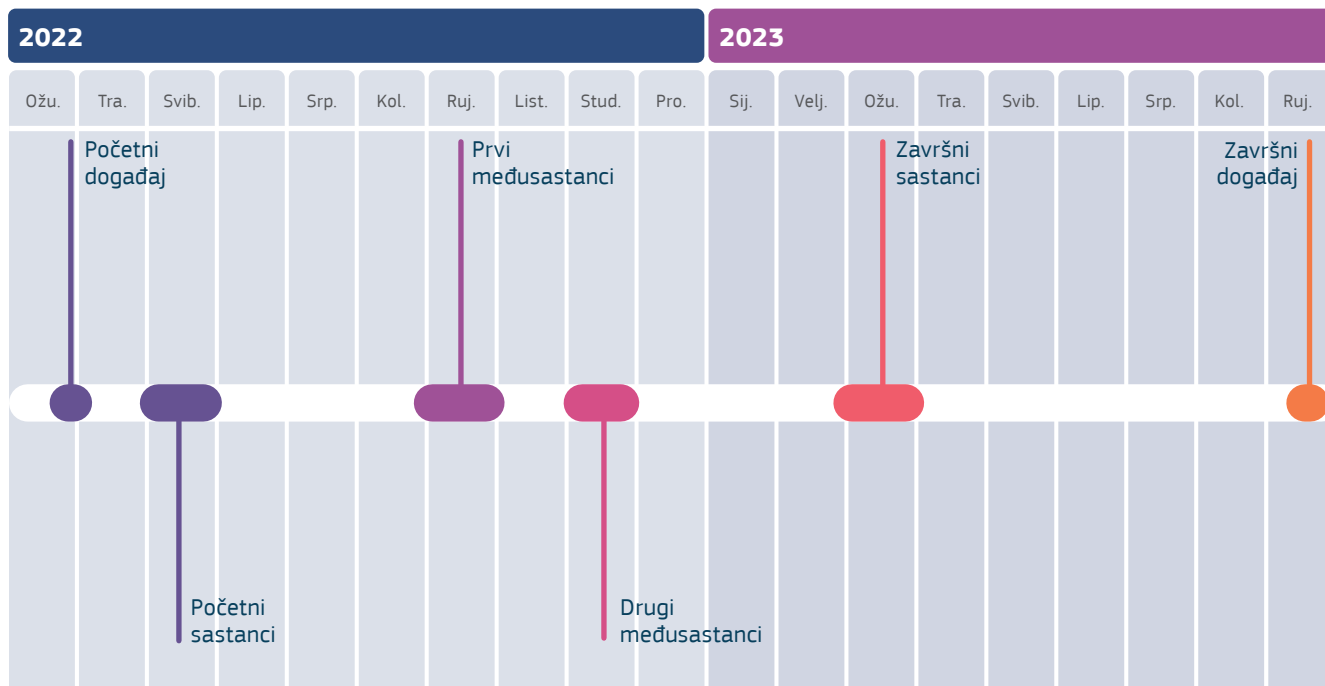


Uloge i odgovornosti



2. Plan rada za horizontalne aktivnosti

Tra. Svib Lip. Srp. Kol. Ruj. List. Stud Pro. Sij. Velj. Ožu. Tra. Svib Lip. Srp. Kol. Ruj.



Izrada komunikacijskog plana.

Komunikacijske aktivnosti (interna komunikacija na Wikiju, priprema vanjskih komunikacijskih materijala).

POČETAK

RAD NA TERENU

IZVJEŠĆIVANJE

VANJSKE KOMUNIKACIJE

Opsežno istraživanje dokumentacije

Daljnja istraživanja o temama definiranim tijekom početnih sastanaka

Završni sastanci – predavljanje konačnih ishoda

Pokretanje komunikacijske kampanje

Donošenje početnih zaključaka

Konačna validacija pristupa aktivnostima

Potvrđivanje naučenih lekcija i rasprava o njima

Detaljno prilagođavanje ciljeva

Vođenje međusastanaka, integriranje ulaznih informacija

Izrada završnih izvješća

Početni sastanci – razrada pristupa

Dovršetak radnih dokumenata / dokumenata sa smjernicama i izrada alata za dijeljenje znanja

Širenje

Procjena učinka



3. Pregled pristupa horizontalnih aktivnosti



Alati

Završna izvješća izrađuju se za svaku horizontalnu aktivnost i za projekt CASP2022. u cjelini. Dostupna su na svim službenim jezicima EU-a te na norveškom i islandskom, a podijeljena su svim tijelima za nadzor tržišta.

Kanali

Komunikacijski materijal dijeli se preko:

- [web-stranice CASP EK-a](#)
- nacionalnih komunikacijskih kanala tijela za nadzor tržišta
- relevantnog tiska i drugih dionika

EUROPSKA KOMISIJA

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

Europska komisija nije odgovorna za bilo kakve posljedice koje proizlaze iz ponovne uporabe ove publikacije.

© Europska unija, 2023

Politika ponovne uporabe dokumenata Europske komisije uređena je na temelju Odluke Komisije 2011/833/EU od 12. prosinca 2011. o ponovnoj uporabi dokumenata Komisije (SL L 330, 14.12.2011., str. 39). Osim ako je navedeno drukčije, ponovna uporaba ovog dokumenta dopuštena je u skladu s licencijom Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). To znači da je ponovna uporaba dopuštena uz navođenje relevantnih podataka i svih izmjena.

Za svaku uporabu ili reprodukciju elemenata koji nisu u vlasništvu Europske unije možda će biti potrebno zatražiti dopuštenje izravno od odgovarajućih nositelja prava.

Informacije o Europskoj uniji na svim službenim jezicima EU-a dostupne su na internetskim stranicama Europa:
https://europa.eu/european-union/index_hr



Ured za publikacije
Europske unije

Luxembourg: Ured za publikacije Europske unije, 2023

PDF ISBN 978-92-68-03806-2 doi: 10.2838/69899 DS-03-23-176-HR-N