



CASP2022

Koordinerte aktiviteter
om sikkerhet for produkter

Kommunikasjons-
forsterker



Avsluttende
rapport

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	2
Liste over forkortelser	2
Hovedoppsummering	3
Del 1	
1. Oversikt over aktiviteten kommunikasjonsforsterker	4
1.1. Introduksjon og hovedmål	4
1.2. Oversikt over deltakende MSA-er	4
2. Hovedaktiviteter og resultater	5
2.1. Omfang av aktiviteten	5
2.2. Arbeidsmetode	6
2.3. Identifisering av løsninger og utvikling av verktøy og leveranser	9
3. Konklusjoner	11
3.1. Intern kommunikasjon	11
3.2. Ekstern kommunikasjon	11
Del 2	
1. Hva er CASP?	13
Roller og ansvar	
2. Arbeidsplan for horisontale aktiviteter	14
3. Oversikt over tilnærmingen horisontale aktiviteter	15

Liste over forkortelser

FORKORTEELSE	BESKRIVELSE
CASP	Koordinerte aktiviteter om sikkerhet for produkter
DG JUST	Generaldirektoratet for justis og forbrukere i EU-kommisjonen
EC	EU-kommisjonen
EO	Økonomisk aktør
EU	Den europeiske union
EØS	Det europeiske økonomiske samarbeidsområdet (EU27 + Island, Liechtenstein, Norge)
HA	Horisontal aktivitet
MSA	Markedstilsynsmyndighet
PSA	Produktspesifikk aktivitet

Hovedoppsummering

Målsetninger

Prosjekter i Koordinerte aktiviteter om sikkerhet for produkter (CASP) 2022 tar sikte på å forbedre sikkerheten til produkter på det europeiske indre marked gjennom samarbeid mellom alle markedstilsynsmyndigheter i EU og EØS.

Aktiviteten CASP2022 kommunikasjonsforsterker har hatt fokus på to hovedmål:

- Gi markedstilsynsmyndighetene verktøy og veiledning for å kommunisere mer effektivt på nasjonalt/lokalt nivå ved hjelp av ulike typer medier,
- Strømlineforme og planlegge en felles strategi for bedre å spre og bruke kommunikasjonsmaterieell produsert for CASP-aktivitetene.

Resultater

1. Veiledningsdokumentet som oppsummerer «Vanlige tilnærminger og beste praksis for CASP-kommunikasjon»,
2. Kommunikasjonsforsterker workshops og opplæring med resulterende videosnutter.

Konklusjoner og anbefalinger

Aktivitetens mål var å forbedre markedstilsynsmyndighetenes interne og eksterne kommunikasjonsarbeid knyttet til produksikkerhet. Aktiviteten kommunikasjonsforsterker identifiserte spesifikke behov, utfordringer og beste praksis knyttet til bruk av kommunikasjonsverktøy og ressurser for å fremme en mer aktiv rolle for MSA-er når det gjelder utvikling og formidling av kommunikasjonsmaterieell.

Intern kommunikasjon

- Markedstilsynsmyndighetene kan ha stor nytte av å dele erfaringer og materiale knyttet til kommunikasjon. Spesielt mindre myndigheter eller de uten spesifikk kommunikasjonskompetanse kan lære av erfaringen og ekspertisen til andre kolleger for å forbedre effektiviteten ved kommunikasjonsstrategiene.
- Opprettelsen av et europeisk nettverk av kommunikasjons eksperter for produksikkerhet bør være neste skritt for å skape ytterligere forbindelser som gjør det mulig å samarbeide om kommunikasjonsstemaer.

Ekstern kommunikasjon

- Basert på erfaring har en aktuell tilnærming til kommunikasjonskampanjer sentrert rundt produktkategorier eller produksikkerhetsspørsmål vist seg å være den mest effektive.
- For å sikre at kommunikasjonskampanjene er mer effektive og appellerer til forbrukere i ulike land, bør kommunikasjonsmaterieellet inneholde alternativer for felles merkevarebygging eller lokalisering. I tråd med resultatene fra MSA-undersøkelsen er det identifisert tre mulige samarbeidsområder
 1. mindre myndigheter uten kommunikasjonsavdeling kan oppfordres til å dele CASPs kreative ressurser på nettsider og sosiale medier,
 2. Større myndigheter med tilgang til en liten kommunikasjonsavdeling kan, inviteres til å utføre co-branding-operasjoner,
 3. Større myndigheter med en sterk kommunikasjonsavdeling kan være lydhøre for et fullt lokaliseringstilbud.

1. Oversikt over aktiviteten kommunikasjonsforsterker

1.1. Introduksjon og hovedmål

Aktiviteten ble utformet for å gjøre det mulig for MSA-er - enten de er involvert i kommunikasjonsaktiviteter i sine respektive myndigheter eller ikke - å diskutere ulike kommunikasjonsbehov og -utfordringer og dele beste praksis, maler og veiledning om vellykkede kommunikasjonskampanjer. Aktiviteten fokuserte også på å fremme utveksling og samarbeid mellom MSA-er for å bygge og vedlikeholde et nettverk av kommunikasjonsfagfolk.

De spesifikke målene for aktiviteten er angitt nedenfor.

- Gi MSA-ene verktøy og veiledning for å kommunisere mer effektivt på nasjonalt/lokalt nivå ved hjelp av ulike typer medier.
- Strømlineforme og planlegge en felles strategi for bedre å spre og bruke kommunikasjonsmaterieell produsert for CASP-aktivitetene.

1.2. Oversikt over deltagende MSA-er

17 MSA-er fra 13 forskjellige medlemsland deltok i aktiviteten kommunikasjonsforsterker, som illustrert i tabellen nedenfor.

LAND	MSA
Bulgaria	Kommisjonen for forbrukerbeskyttelse
Estland	Forbrukerbeskyttelse og teknisk tilsynsmyndighet
Finland	Det finske miljøbyrået
Frankrike	Generaldirektoratet for konkurransepolitikk, forbrukersaker og svindelkontroll Kjøretøy- og motorovervåkingstjeneste - Departementet for økologisk overgang og territoriell samhold/ departementet for energiomstilling
Irland	Konkurranse- og forbrukerbeskyttelseskommisjonen
Kypros	Avdeling for arbeidstilsyn, Arbeids-, velferds- og tryggedepartementet
Latvia	Senter for forbrukerrettigheter
Litauen	Statens forbrukerrettighetsmyndighet
Luxemburg	Luxembourg institutt for standardisering, akkreditering, sikkerhet og kvalitet på varer og tjenester (ILNAS) - Avdeling for markedsovervåking
Polen	Kontoret for konkurranse og forbrukerbeskyttelse
Tsjekkia	Nærings- og handelsdepartementet Den tsjekkiske handelsinspeksjonsmyndigheten
Tyskland	Saarlands miljø- og forbrukerverndepartement Distriktsregjeringen Düsseldorf Distriktsregjeringen i Detmold
Østerrike	Det føderale departementet for sosialsaker, helse, omsorg og forbrukerbeskyttelse

2. Hovedaktiviteter og resultater

2.1. Omfang av aktiviteten

Omfanget av aktiviteten kommunikasjonsforsterker var å gi MSA-er veiledning og verktøy for å kommunisere mer effektivt på nasjonalt/lokalt nivå og ta en mer aktiv rolle i produksjon og formidling av eksternt kommunikasjonsmaterieell. Gjennom hele aktiviteten fremhevet MSA-ene også behovet for å bedre forstå og utveksle informasjon om institusjoners konfigurering og arbeid hos kolleger i andre EU/EØS-land. For å gjøre det mulig for MSA-er å opprette bedre kontakt og samarbeide, ble det utviklet en undersøkelse for å kartlegge MSA-enes kompetanse ytterligere.

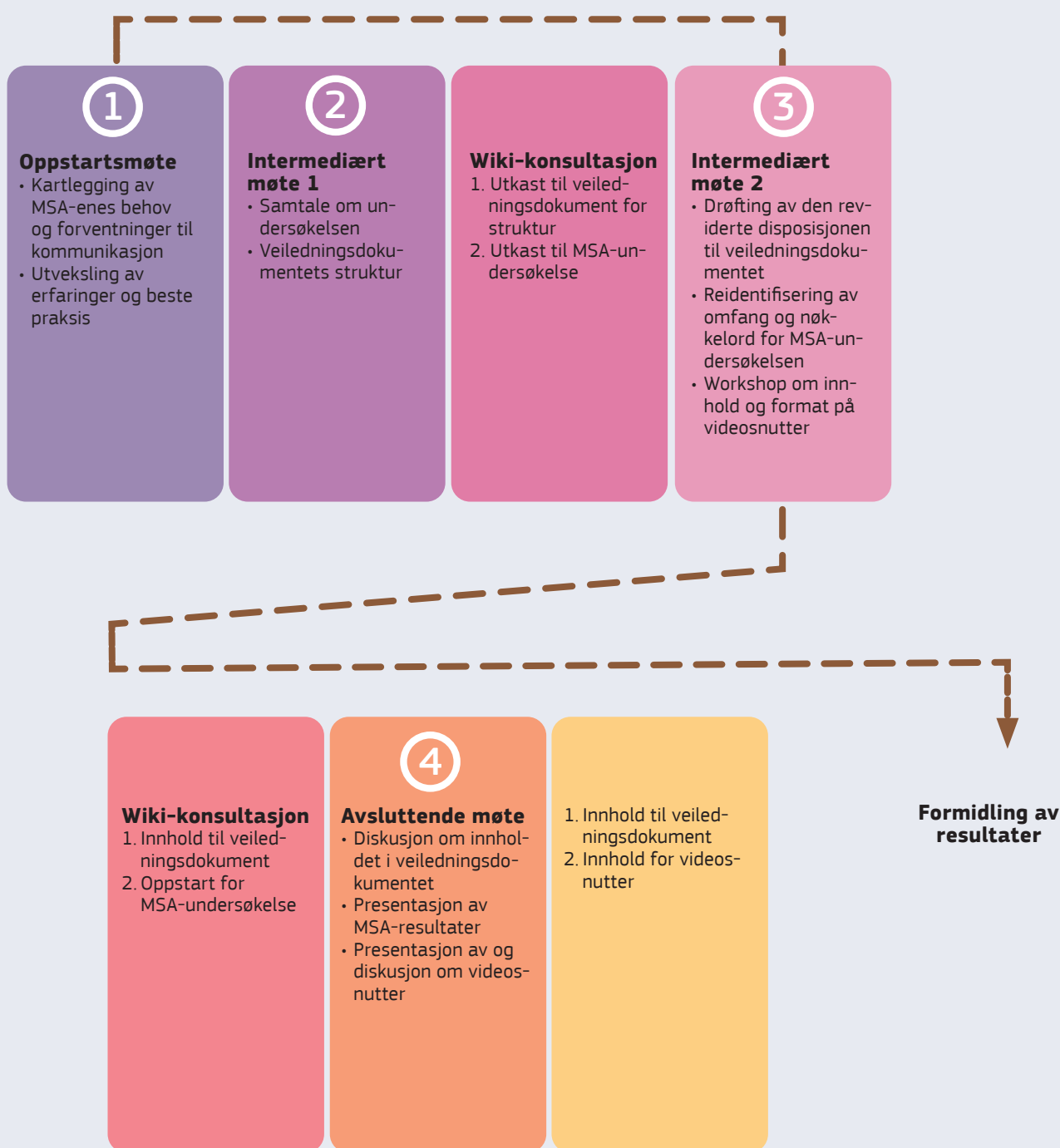
Mens resultatene fra MSA-undersøkelsen ga et utgangspunkt for utviklingen av verktøy og strategier som skal inkluderes i veiledningsdokumentet, gjorde en interaktiv workshop om kommunikasjonsbehov det mulig for MSA-er å prioritere emner for utvikling av videosnutter som er ment å støtte og styrke MSA-enes daglige kommunikasjonsinnsats.



2.2. Arbeidsmetode

Utviklingen av videosnutter og veiledningsdokument skjedde i nært samarbeid med MSA-ene for å sikre at diskusjonene om både utfordringer og potensielle løsninger var i tråd med deres prioriteringer og behov.

Figur 1 - arbeidsmetode



Arbeidet som ble utført under aktiviteten er oppsummert i tabellen nedenfor:

Tabell 1 - Sammendrag av aktiviteten kommunikasjonsforsterker

<p>Før aktiviteten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Et omfangsintervju fant sted med Desk Officers fra Generaldirektoratet for justis og forbrukere i EU-kommisjonen (DG JUST) • Det ble lansert en forberedende undersøkelse for å bedre forstå MSA-enes forventninger, deres nåværende kunnskapsnivå og tilnærminger til kommunikasjon
<p>Oppstartsmøte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kartlegging av MSA-enes behov og forventninger til kommunikasjon • Utveksling av erfaringer og beste praksis <ul style="list-style-type: none"> - Rundebordskonferanse om samarbeidsmuligheter på CASP-prosjektet - Rundebordskonferanse om prosjektets leveranser (dvs. videosnutter og veiledningsdokument)
<p>Intermediært møte 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samtale om undersøkelsen • Veiledningsdokumentets struktur <ul style="list-style-type: none"> - Presentasjon av verktøy for kreative ressurser og erfaringsdeling - Diskusjon om lokaliseringalternativer for reklameelementer - Presentasjon av EUs rammeverk og verktøy for markedsobservasjon og produktsikkerhet <p>Veiledningsdokument</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskusjons- og tilbakemeldingsøker om utkast til struktur for veiledningsdokumentet <p>MSA-undersøkelse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentasjon av utkast til MSA-undersøkelse
<p>Mellom intermediært møte 1 og intermediært møte 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tilbakemelding på utkastet til MSA-undersøkelse • Drøfting av utkast til struktur for veiledningsdokumentet
<p>Intermediært møte 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskusjon om metoder for å forbedre produksjonen av kommunikasjonsmidler • Dybdeforskning av måter å forbedre både intern og ekstern kommunikasjon på • Deling av tidligere MSA-kampanjer og kommunikasjonsmidler <p>Veiledningsdokument:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drøfting av den reviderte disposisjonen til veiledningsdokumentet <p>Videosnutter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshop om innhold og format på videosnutter <p>MSA-undersøkelse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reidentifisering av omfang og nøkkelord for MSA-undersøkelsen

Mellom intermediært møte 2 og avsluttende møte

- MSA-undersøkelsen ble lansert og distribuert blant MSA-er over hele EU/EØS
- Videreutvikling av veiledningsdokumentet basert på MSA-enes innspill og tilbakemeldinger

Avsluttende møter

- Presentasjons- og diskusjons-/tilbakemeldingsøker om resultatene av den nåværende aktiviteten 2022 kommunikasjonsforsterker
- Diskusjoner om det fremtidige formatet til kommunikasjonsforsterker-nettverket ¹
- Presentasjon om kommunikasjonstilnærmingen i CASP2022

Veiledningsdokument:

- Diskusjon om revidert versjon av veiledningsdokumentet

Videosnutter

- Presentasjon om det endelige utvalget av tre videosnutter ²

MSA-undersøkelse

- Presentasjon av resultatene fra MSA-undersøkelsen

Etter det avsluttende møtet

- Deling av god praksis/ kommunikasjonskampanjer blant MSA-er på wikien



¹ Lenke til den nye kommunikasjonsforsterker-Wikien (EU-pålogging påkrevd):

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

² Arbeidsgruppen har valgt ut fem temaer. Innholdet i de tre første temaene ble presentert og godkjent på det avsluttende møtet. De resterende to temaene var fortsatt pågående og vil bli sendt inn senere gjennom CASP2022 Wiki.

2.3. Identifisering av løsninger og utvikling av verktøy og leveranser

Veiledningsdokument

Gjennom aktiviteten ble det utviklet et veiledningsdokument som oppsummerte «Vanlige tilnæringer og beste praksis for CASP-kommunikasjon» i nært samarbeid med MSA-ene. Dokumentet tar sikte på å gi veiledning og verktøy for hvordan man kan øke MSA-enes interne og eksterne kommunikasjon, samt oppmuntre til aktiv koordinering i utvikling og formidling av kommunikasjonsmaterieil.

Veiledningsdokumentet identifiserer muligheter for MSA-er til å kombinere sin kommunikasjonsinnsats for å forbedre videre samarbeid mellom MSA-er, så vel som mellom MSA-er og DG JUST. Det omfatter ulike måter MSA-er på nasjonalt og europeisk nivå kan forbedre kvaliteten og effektiviteten på kommunikasjonsmeldingene adressert til forbrukere og EO-er i det indre marked. Opprettelsen av et europeisk nettverk av fagfolk innen produktsikkerhetskommunikasjon, identifisert som neste trinn i løpet av aktiviteten, vil dessuten gjøre det mulig for MSA-er å fortsette å dele erfaringer og kreative ressurser i fremtiden.

MSA-undersøkelse

Under aktiviteten uttrykte MSA-ene et sterkt ønske om å bedre forstå og utveksle informasjon om organisasjonen og kompetansen og kommunikasjonsarbeidet til sine kolleger i andre EU/EØS-land. For å forbedre kommunikasjonen og koordineringen mellom MSA-er og mellom DG JUST og MSA-ene, ble det utviklet og lansert en undersøkelse blant MSA-er i EU/EØS. 69 MSA-er fra 23 EU/EØS-land svarte på undersøkelsen. De viktigste resultatene av denne undersøkelsen er fremhevet i veiledningsdokumentet for å gjøre det mulig for MSA-er å lettere opprette kontakt og samarbeid med sine relevante kolleger. Basert på svarene i undersøkelsen kunne dessuten tre nivåer av samarbeid om eksterne kommunikasjonskampanjer defineres som skissert i *Figur 2*.

Figur 2 - MSA-undersøkelse - nivåer av samarbeid



Workshop om videosnutter

I tillegg til veiledningsdokumentet ble aktiviteten utformet for å produsere videosnutter om kommunikasjonstemaer som var ment å hjelpe MSA-er med å identifisere muligheter for å slå sammen kommunikasjonsinnsats og forbedre kvaliteten og

effektiviteten til kommunikasjonsressursene sine. En interaktiv Mural-workshop resulterte i et endelig utvalg av fem temaer som vil tjene som hovedfokus for etablering av merkevarebevissthet og markedsføring av kommunikasjonsmateriell.

Figur 3 - Videosnutter

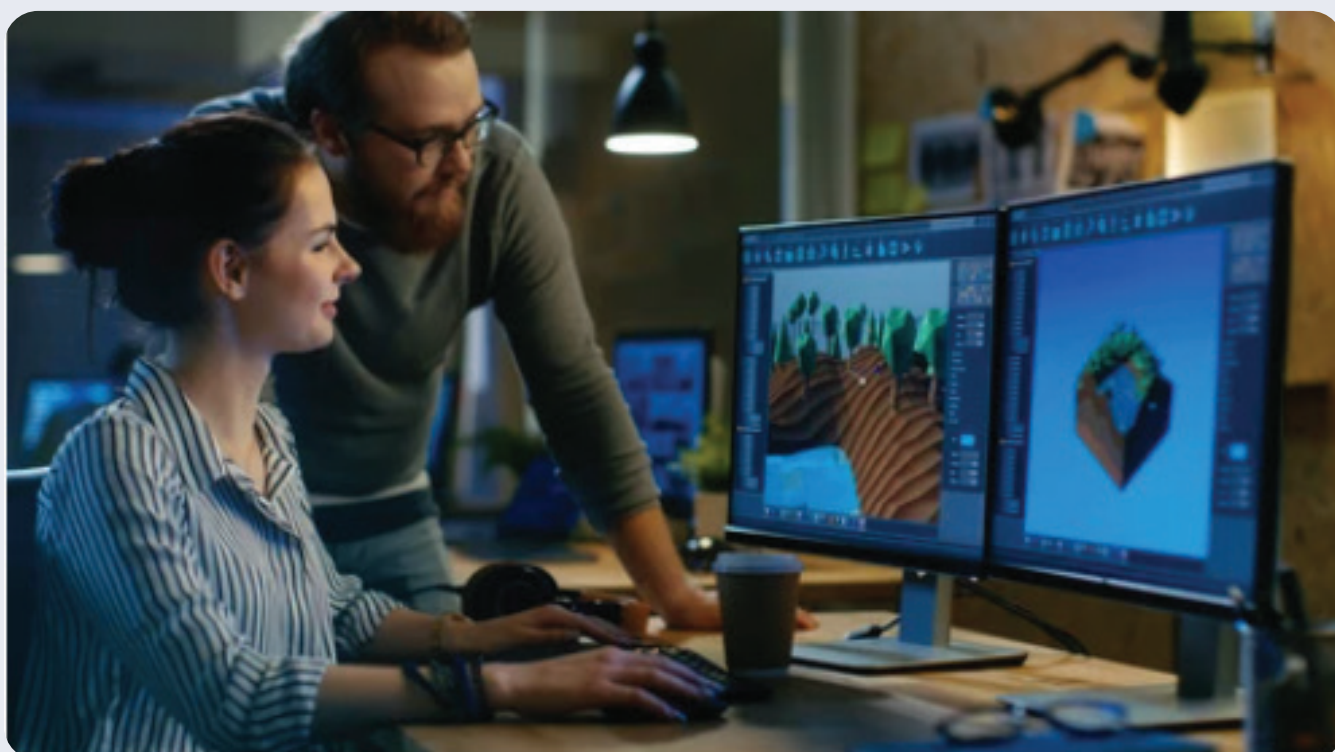


En mal og videoopplæring om å opprette små varslar om bestemte temaer og anledninger ble utformet slik at MSA-ene raskt kunne produsere målrettede kommunikasjonsmeldinger når det var nødvendig. En annen mal og opplæring ble produsert for å gjøre det mulig for MSA-er å dele sine erfaringer og erfaringer med kampanjer for å tilrettelegge for at andre MSA-er kunne dra inspirasjon og informasjon fra både suksesser og feiltrinn i kampanjer.

I tråd med MSA-enes forespørsel om å tillate alternativer for å tilpasse kommunikasjonsressurser til egne kampanjer, ble det opprettet en videoopplæring som inkluderte retningslinjer

for co-branding. Eksempler og en mal ble også utarbeidet for å tilrettelegge for co-branding av tilgjengelig CASP-kommunikasjonsmateriell.

Til slutt fokuserer to videosnutter på bruken av sosiale medier for kommunikasjon, noe som ble identifisert som en ledende trend og utfordring for MSA-er under aktiviteten. Mens den ene opplæringen introduserer primære kanaler i sosiale medier og foreslår eksempler på effektive meldinger kommunisert gjennom sosiale medier, fokuserer den andre videoen på Instagram som en viktig kanal å inkludere i kommunikasjonskampanjer.



3. Konklusjoner

3.1. Intern kommunikasjon

Variasjon i MSA-enes ekspertise og kommunikasjonskompetanse

Strukturen, organisasjonen og kompetansen til MSA-ene varierer sterkt - det samme gjelder MSA-enes kommunikasjonsavdelinger, ifølge MSA-kartleggingen som resulterte i følgende konklusjoner:

- Få deltakende MSA-er rapporterer at de har en stor kommunikasjonsavdeling,
- noen deltakende MSA-er har en liten avdeling med få ansatte,
- andre viser til en sentral avdeling i departementet de tilhører,
- Halvparten av de deltakende MSA-ene har ingen kommunikasjonsavdeling.

3.2. Ekstern kommunikasjon

Aktuell tilnærming sentrert rundt produktkategorier eller produktsikkerhetsspørsmål

Flere MSA-er legger vekt på sin erfaring på feltet og sier at kommunikasjonshandlinger er mer effektive når de er relatert til problemer med én bestemt produktkategori. For eksempel er det lettere å engasjere foreldre til spedbarn ved å snakke med dem om problemer knyttet til barneartikler eller leker. Her er noen eksempler på denne aktuelle tilnærmingen:

- I Irland ble flere tonn farlige leker destruert. Konkurransen- og forbrukerbeskyttelseskommisjonen brukte spektakulære bilder for å kommunisere om leketøysikkerhet. Dette ble svært godt dekket av lokale medier. Se: <https://www.youtube.com/watch?v=AXezLVIQmw0>.

Et europeisk nettverk av kommunikasjonseksperter for produktsikkerhet

MSA-er kan ha stor nytte av å dele erfaringer og materiell relatert til kommunikasjon. Særlig mindre MSA-er eller de uten spesifikk kommunikasjonskompetanse kan lære av erfaringene og ekspertisen til andre kolleger for å forbedre effektiviteten ved kommunikasjonsstrategiene. For å forbedre dagens situasjon, og for å fortsette utvekslingen og samarbeidet om kommunikasjonstemaer i fremtiden, er det opprettet et europeisk nettverk av kommunikasjonsforsterkere for produktsikkerhet. Ta kontakt med JUST-B4@ec.europa.eu for mer informasjon.

- Wiki-siden for kommunikasjonsaktiviteter er tilgjengelig på følgende lenke: [COMMUNICATION ACTIVITIES - EU Consumer Product Safety - EC Extranet Wiki \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/consumers-odr/products-safety/wiki/) (EU-pålogging er påkrevd for tilgang).

- I Latvia, etter nyheten om at syv barn hadde blitt innlagt på sykehus etter å ha fått i seg magneter, produserte PTAC kommunikasjonsmateriell for sikkerhetskampanjer om leker med magneter og knappebatterier (<https://www.ptac.gov.lv/lv/rotallietu-drosums>).
- I Frankrike øker DGCCRF forbrukernes og medias bevissthet rundt farlige produkter gjennom rapporter om tester av grupper av produkter. Se (for eksempel): <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/securite-des-objets-electriques-des-taux-de-non-conformite-et-de-dangerosite-trop-eleves>.
- I Litauen, da VVTAT begynte å publisere om farlige produkter på sine sosiale medier, vokste antallet følgere ekstremt raskt, til omtrent 5000. <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/casp2022/2.1.5+Creative+assets+and+communication+material>

Alternativer for co-branding og lokalisering av kreative ressurser

For å sikre at kommunikasjonskampanjene er mer effektive og appellerer til nasjonale forbrukere, bør kommunikasjonsressursene inneholde alternativer for felles merkevarebygging eller lokalisering.

Co-branding består av å inkludere logoen til partner-MSA-en i CASPs kreative ressurser. Det er også mulig å sette inn en oppfordring til handling som er spesifikk for partner-MSA-en (f.eks. en lenke til et lokalt nettsted). Dette er en mulighet til å forsterke tilstedeværelsen av partner-MSA-en mens du bruker CASPs kreative ressurser.

Lokalisering er et mer intensivt samarbeid. Partner-MSA-en vil motta kreative ressurser i deler (bilder, logoer, layoutmaler, redigerbare videoer, etc.). Partner-MSA-en vil da kunne tilpasse CASP-meldingene til den lokale konteksten og lokale planer.

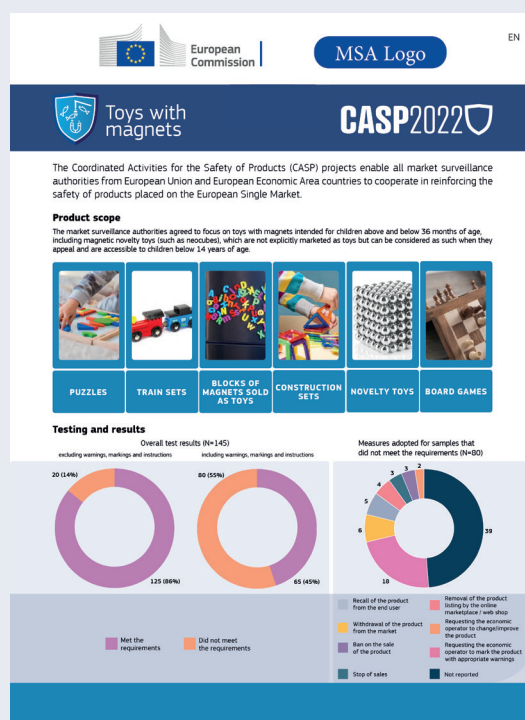
I tråd med resultatene fra MSA-undersøkelsen er det tre potensielle samarbeidsområder:

1. mindre MSA-er uten kommunikasjonsavdeling kan oppfordres til å dele CASPs kreative ressurser på nettsider og sosiale medier.
2. større MSA-er med tilgang til en liten kommunikasjonsavdeling kan bli invitert til å utføre co-branding-operasjoner,
3. Større MSA-er med en sterk kommunikasjonsavdeling kan være lydhøre overfor et fullt lokaliseringstilbud.

Eksempel fra et tidligere CASP-program



Eksempel på et fellesmerket faktaark



1. Hva er CASP?

Samordnede aktiviteter om produktsikkerhet (CASP) gjør det mulig for markedstilsynsmyndigheter fra den europeiske union / det europeiske økonomiske samarbeidsområdet-land å samarbeide og styrke sikkerheten ved produkter som presenteres på det indre marked.

CASP2022 omfatter fire horisontale aktiviteter og seks produktspesifikke aktiviteter.

Horisontale aktiviteter gir et forum der markedstilsynsmyndigheter kan utveksle ideer og bestep praksis. Under veiledning av en teknisk ekspert utvikler de felles tilnærminger, prosedyrer og praktiske verktøy for markedstilsyn.



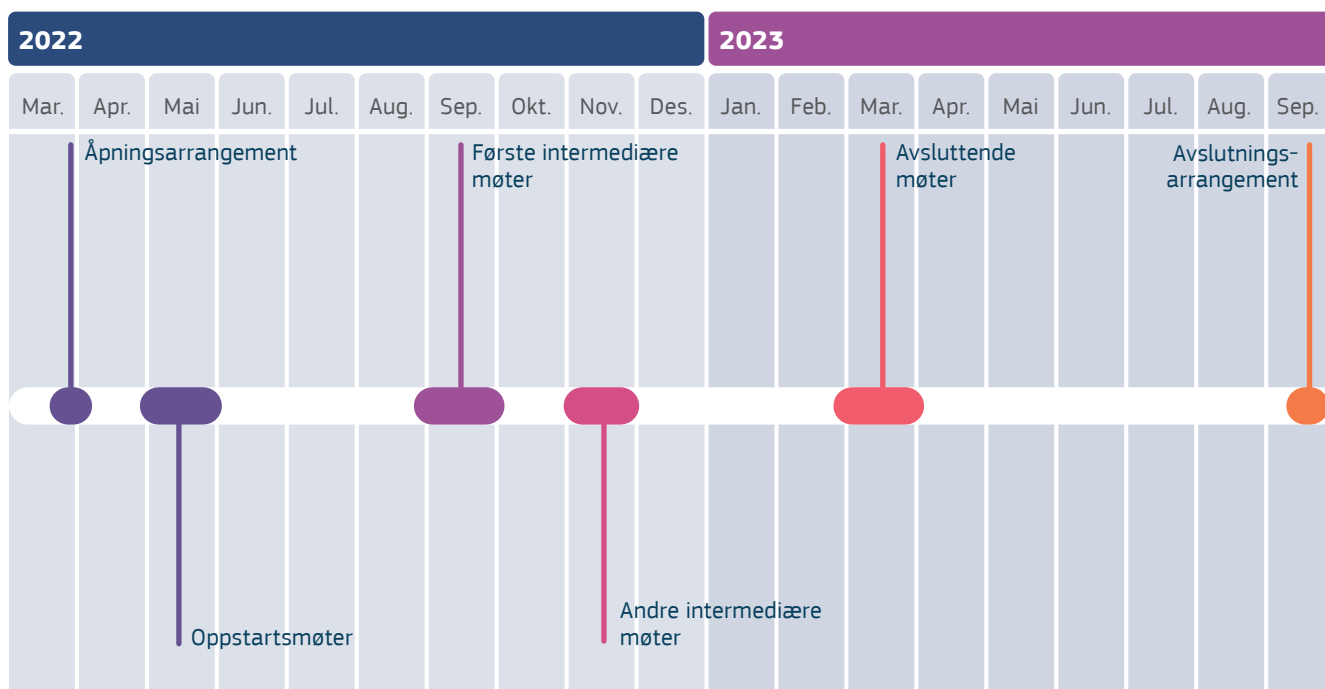
Produktspesifikke aktiviteter tester ulike typer produkter som kan utgjøre en risiko for forbrukerne. Produktene velges ut og samles inn av de involverte markedstilsynsmyndighetene og undersøkes etter en felles avtalt testplan.



Roller og ansvar



2. Arbeidsplan for horisontale aktiviteter



Utarbeidelse av kommunikasjonsplan.

Kommunikasjonsaktiviteter (intern kommunikasjon på Wiki, utarbeidelse av eksternt kommunikasjonsmaterieil).

OPPSTART	FELTARBEID	RAPPORTERING	EKSTERN KOMMUNIKASJON
Skrivebordsundersøkelser	Videre research innen temaer som defineres under oppstartsmøtene	Avsluttende møter – presentasjon av endelige resultater	Lansering av kommunikasjonskampanjen
Innledende konklusjoner trekkes	Avsluttende validering av aktivitetenes tilnærminger	Validering og diskusjon av erfaringer	
Finjustering av målsetninger	Gjennomføring av intermediære møter, integrering av innspill	Utkast til avsluttende rapporter	
Oppstartsmøter – finpussing av tilnærminger	Ferdigstillelse av arbeids-/veiledningsdokumenter og utvikling av verktøy for deling av kunnskap	Formidling	Vurdering av innvirkning



3. Oversikt over tilnærmingen horisontale aktiviteter

0

Forhåndsprosess før CASP

- DG JUST gjennomførte en prioriteringsøvelse for å velge temaer av felles interesse for markedstilsynsmyndighetene.
- Horisontale aktiviteter i CASP2022 ble utvalgt i en konsultasjon organisert av DG JUST og gjenspeiler gjeldende interesse for nettbasert markedstilsyn, risikovurderingsmetoder, kommunikasjonsforsterker og gatemarkeder.

1

Innsamling og analyse av data

- Ved hjelp av ulike verktøy, som spørreundersøkelser, intervjuer og skrivebordsundersøkelser, samlet leverandøren inn nødvendig bakgrunnsinformasjon.
- Resultatene ble analysert for å identifisere behov, mangler og utfordringer.
- Prosjektets mål og arbeidsplan ble ytterligere finjustert og delt på den interne Wiki-plattformen sammen med funnene fra de innledende undersøkelsene.

2

Oppstartsmøter

- Deltakende markedstilsynsmyndigheter diskuterte målsetninger og leveranser under oppstartsmøtet for hver horisontale aktivitet.
- Basert på skrivebordsforskningen og datainnsamlingsresultatene ble tilnærmingen ytterligere finjustert.
- Etter møtet ble arbeidsdokumenter delt på Wiki-plattformen hvor markedstilsynsmyndighetene hadde mulighet til å utveksle synspunkter.

3

Intermediære møter

- I løpet av to intermediære møter ble fremdriften i hver aktivitet presentert, og markedstilsynsmyndighetene avanserte i de ulike veiledningsdokumentene ved hjelp av den aktuelle tekniske ekspertene.
- På grunn av temaets kompleksitet ble det avholdt et tredje intermediære møte for den nettbaserte markedstilsynsaktiviteten.

4

Konklusjoner, anbefalinger og rapportering

- Under de avsluttende møtene validerte markedstilsynsmyndighetene den endelige versjonen av de relevante dokumentene, og diskuterte erfaringer og mulig innsikt i hver horisontale aktivitet.
- Arbeids-/veiledningsdokumenter og andre kunnskapsdelingsverktøy leveres til alle myndigheter for å bidra til å sette erfaringene ut i praksis.

5

Ekstern kommunikasjon

De eksterne kommunikasjonsaktivitetene ble lansert på avslutningsarrangementet, og dette markerte starten på en 2–3 uker lang paneuropeisk informasjonskampanje.

Verktøy

Avsluttende rapporter produseres for hver horisontale aktivitet og for CASP2022-prosjektet i sin helhet. Disse er tilgjengelige på alle offisielle EU-språk pluss norsk og islandsk, og er formidlet til alle markedstilsynsmyndigheter.

Kanaler

Kommunikasjonsmaterialet deles via:

- [Nettstedet til EC CASP](#)
- Markedstilsynsmyndighetene, nasjonale kommunikasjonskanaler
- Relevant presse og andre interessenter

EU-KOMMISSJONEN

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

EU-kommisjonen er ikke ansvarlig for noen konsekvenser som følge av gjenbruk av denne publikasjonen.

© Den europeiske union, 2023.

Gjenbrukspolicyen for EU-kommisjonens dokumenter er implementert basert på kommisjonsvedtak 2011/833/EU av 12. desember 2011 om gjenbruk av kommisjonsdokumenter (OJ L 330, 14.12.2011, s. 39).

Med mindre annet er angitt, er gjenbruk av dette dokumentet autorisert under en Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)-lisens (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Dette betyr at gjenbruk er tillatt forutsatt at passende kreditt er gitt og eventuelle endringer indikert.

For all bruk eller reproduksjon av elementer som ikke eies av EU, kan det være nødvendig å søke om tillatelse direkte fra respektive rettighetshavere.

Informasjon om EU på alle EUs offisielle språk er tilgjengelig på Europa-nettstedet på:
https://europa.eu/european-union/index_en



Publications Office
of the European Union

Luxembourg: Den europeiske unions publikasjonskontor, 2023
PDF ISBN 978-92-68-03800-0 doi: doi:10.2838/352254 D5-03-23-176-NO-N