



# CASP2022

Usklajeno delovanje  
za varnost izdelkov



Komunikacijski  
pripomoček



Končno  
poročilo

# Kazalo vsebine

Kazalo vsebine	2
Seznam okrajšav	2
Povzetek	3
<b>1. del</b>	
1. Pregled dejavnosti komunikacijskega pripomočka	4
1.1 Uvod in glavni cilji	4
1.2 Pregled sodelujočih organov za nadzor trga	4
2. Glavne dejavnosti in rezultati	5
2.1 Opredelitev obsega dejavnosti	5
2.2 Delovni pristop	6
2.3 Opredelitev rešitev ter razvoj orodij in rezultatov	9
3. Sklepi	11
3.1. Notranja komunikacija	11
3.2. Zunanja komunikacija	11
<b>2. del</b>	
1. Kaj so projekti CASP?	13
Vloge in odgovornosti	
2. Delovni načrt horizontalnih dejavnosti	14
3. Pregled pristopa Horizontalne dejavnosti	15

## Seznam okrajšav

OKRAJŠAVA	OPIS
CASP	Usklajeno delovanje za varnost izdelkov
EGP	Evropski gospodarski prostor (EU-27 + Islandija, Lihtenštajn, Norveška)
EK	Evropska komisija
EO	Gospodarski subjekt
EU	Evropska unija
GD JUST	Generalni direktorat za pravosodje in potrošnike Evropske komisije
HA	Horizontalna dejavnost
MSA	Organ za nadzor trga
PSA	Dejavnost, povezana s posameznim izdelkom

# Povzetek

## Cilji

Cilj projektov usklajenega delovanja za varnost izdelkov (CASP) 2022 je povečati varnost izdelkov na evropskem enotnem trgu s sodelovanjem vseh organov za nadzor trga v Evropski uniji in Evropskem gospodarskem prostoru.

Dejavnost komunikacijskega pripomočka CASP2022 je bila osredotočena na dva glavna cilja:

- organom za nadzor trga zagotoviti orodja in smernice za učinkovitejše komuniciranje na nacionalni/lokalni ravni z uporabo različnih vrst medijev;
- racionalizirati in načrtovati skupno strategijo za boljše razširjanje in uporabo komunikacijskega gradiva, pripravljene za dejavnosti CASP.

## Rezultati

1. smernice, ki povzemajo „Skupne pristope in najboljše prakse za komunikacijo CASP“;
2. delavnice komunikacijskega pripomočka in usposabljanje o komunikacijskih temah z videoposnetki, ki so nastali kot rezultat.

## Sklepi in priporočila

Cilj dejavnosti je bil izboljšati notranja in zunanja komunikacijska prizadevanja organov za nadzor trga v zvezi z varnostjo izdelkov. V okviru dejavnosti komunikacijskega pripomočka so bile opredeljene posebne potrebe, izzivi in najboljše prakse v zvezi z uporabo komunikacijskih orodij in virov, da bi se spodbudila dejavnejša vloga organov za razvoj trga pri razvoju in razširjanju komunikacijskega gradiva.

### Notranja komunikacija

- Organi za nadzor trga imajo lahko veliko koristi od izmenjave izkušenj in gradiv, povezanih s komunikacijo. Zlasti manjši organi ali organi brez posebnega strokovnega znanja na področju komuniciranja se lahko učijo iz izkušenj in prednosti drugih kolegov, da bi izboljšali učinkovitost svojih komunikacijskih strategij.
- Ustanovitev evropske mreže strokovnjakov za komuniciranje o varnosti izdelkov bi morala biti naslednji korak za vzpostavitev nadaljnjih povezav, ki bi omogočile sodelovanje na področju komuniciranja.

### Zunanja komunikacija

- Na podlagi izkušenj se je kot najučinkovitejši izkazal tematski pristop h komunikacijskim kampanjam, osredotočen na kategorije izdelkov ali vprašanja varnosti izdelkov.
- Da bi zagotovili večjo učinkovitost komunikacijskih kampanj in odmevnost pri potrošnikih v različnih državah, morajo komunikacijska sredstva vključevati možnosti souporabe blagovnih znamk („co-branding“), ali lokalizacije. V skladu z rezultati ankete za organe za nadzor trga so bila opredeljena tri potencialna področja sodelovanja:
  1. manjše organe, ki nimajo oddelka za komuniciranje, lahko spodbudimo, da na svojem spletnem mestu in v družabnih medijih delijo kreativne vsebine CASP;
  2. večje organe, ki imajo dostop do manjšega oddelka za komuniciranje, lahko povabimo k izvajanju dejavnosti souporabe blagovnih znamk („co-branding“);
  3. večji organi z močnim oddelkom za komuniciranje se lahko odzovejo na popolno ponudbo za lokalizacijo.

# 1. Pregled dejavnosti komunikacijskega pripomočka

## 1.1. Uvod in glavni cilji

Dejavnost je bila zasnovana tako, da so lahko organi za nadzor trga – ne glede na to, ali so v svojih organih vključeni v komunikacijske dejavnosti ali ne – razpravljali o različnih komunikacijskih potrebah in izzivih ter izmenjali najboljše prakse, predloge in smernice za uspešne komunikacijske kampanje. Dejavnost je bila osredotočena tudi na spodbujanje medsebojne izmenjave in sodelovanja med organi za nadzor trga, da bi vzpostavili in ohranili mrežo strokovnjakov za komuniciranje.

Posebni cilji dejavnosti so navedeni v nadaljevanju.

- Organom za nadzor trga zagotoviti orodja in smernice za učinkovitejše komuniciranje na nacionalni/lokalni ravni z uporabo različnih vrst medijev.
- Racionalizirati in načrtovati skupno strategijo za boljše razširjanje in uporabo komunikacijskega gradiva, pripravljenega za dejavnosti CASP.

## 1.2. Pregled sodelujočih organov za nadzor trga

V dejavnosti za komunikacijski pripomoček je sodelovalo 17 organov za nadzor trga iz 13 različnih držav članic, kot je prikazano v spodnji tabeli.

DRŽAVA	MSA
Avstrija	Zvezno ministrstvo za socialne zadeve, zdravje, oskrbo in varstvo potrošnikov
Bolgarija	Komisija za varstvo potrošnikov
Ciper	Oddelek za inšpekcijo dela – Ministrstvo za delo, socialno varstvo in socialno zavarovanje
Češka	Ministrstvo za industrijo in trgovino Češka trgovinska inšpekcija
Estonija	Organ za varstvo potrošnikov in tehnične predpise
Finska	Finski okoljski inšpektorat
Francija	Generalni direktorat za konkurenco potrošnikov in nadzor nad goljufijami Služba za spremljanje vozil in motorjev - Ministrstvo za ekološki prehod in ozemeljsko kohezijo/ Ministrstvo za energetski prehod
Irska	Komisija za konkurenco in varstvo potrošnikov
Latvija	Center za varstvo pravic potrošnikov
Litva	Državni organ za varstvo pravic potrošnikov
Luksemburg	Luksemburški inštitut za standardizacijo, akreditacijo, varnost in kakovost blaga in storitev (ILNAS) – Oddelek za nadzor trga
Nemčija	Ministrstvo za okolje in varstvo potrošnikov Saarska Uprava okrožja Düsseldorf Uprava okrožja Detmold
Poljska	Urad za konkurenco in varstvo potrošnikov

## 2. Glavne dejavnosti in rezultati

### 2.1. Opredelitev obsega dejavnosti

Namen dejavnosti za komunikacijski pripomoček je bil zagotoviti organom za nadzor trga smernice in orodja za učinkovitejše komuniciranje na nacionalni/lokalni ravni ter aktivnejšo vlogo pri pripravi in razširjanju zunanjega komunikacijskega gradiva. Med dejavnostjo so organi za nadzor trga poudarili tudi potrebo po boljšem razumevanju in izmenjavi informacij o institucionalnem ustroju in delu svojih kolegov v drugih državah EU/EGP. Da bi se lahko organi za nadzor trga bolje povezali in sodelovali, je bila pripravljena anketa za nadaljnje določanje kompetenc organov za nadzor trga.

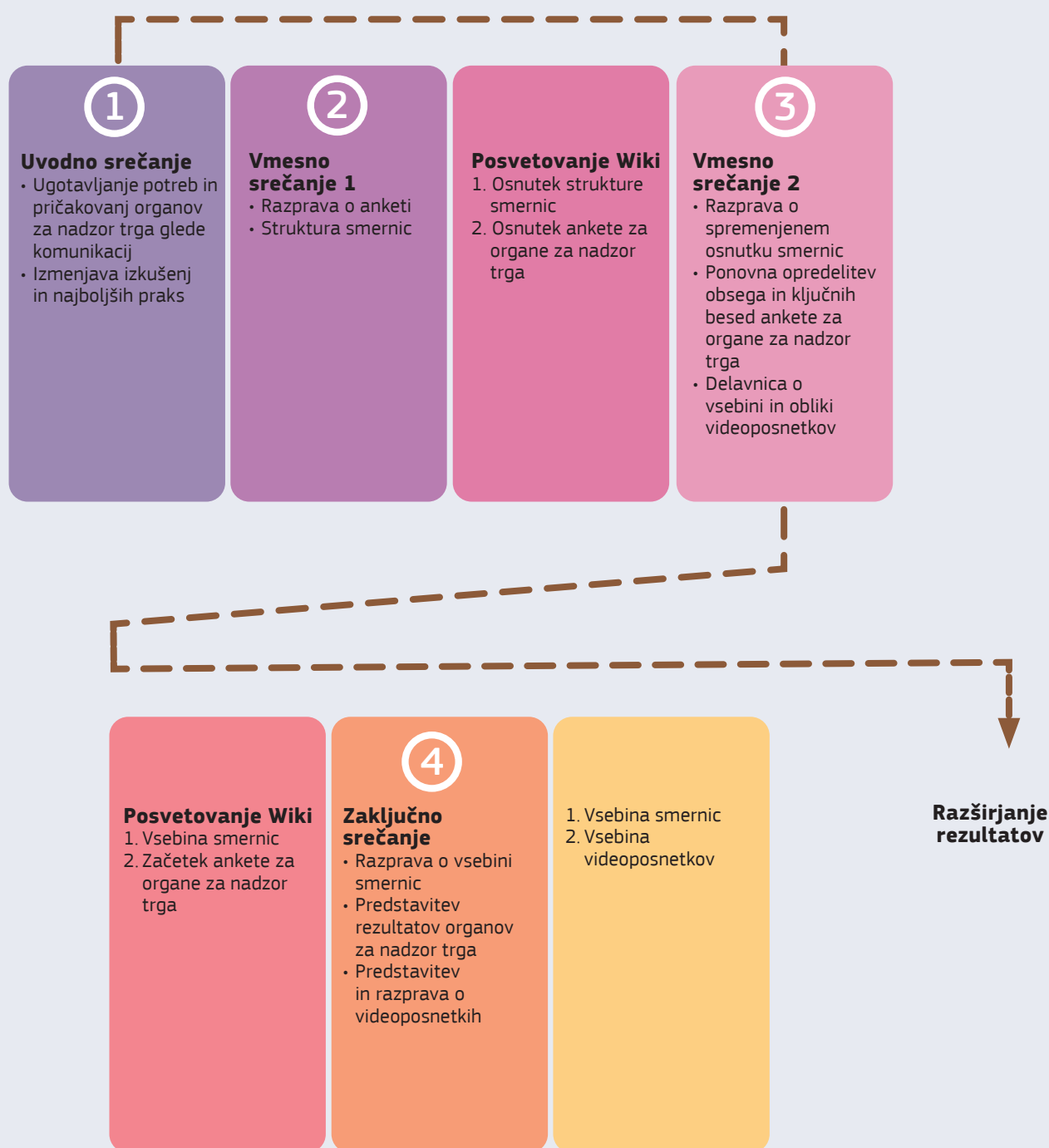
Medtem ko so rezultati ankete za organe za nadzor trga zagotovili izhodišče za razvoj orodij in strategij, ki bodo vključene v smernice, je interaktivna delavnica o komunikacijskih potrebah organom za nadzor trga omogočila, da so določili prednostne teme za pripravo videoposnetkov, namenjenih podpori in krejitvi vsakodnevnih komunikacijskih prizadevanj organov za nadzor trga.



## 2.2. Delovni pristop

Priprava videoposnetkov in smernic je potekala v tesnem sodelovanju z organi za nadzor trga, da bi zagotovili, da so razprave o izzivih in možnih rešitvah v skladu z njihovimi prednostnimi nalogami in potrebami.

Slika 1 - delovni pristop



Delo, opravljeno med dejavnostjo, je povzeto v spodnji tabeli:

Tabela 1 - Povzetek dejavnosti komunikacijskega pripomočka

<b>Pred dejavnostjo</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Z referenti Generalnega direktorata Evropske komisije za pravosodje in potrošnike (DG JUST) je bil opravljen razgovor o obsegu.</li><li>• Za boljše razumevanje pričakovanih organov za nadzor trga, njihove trenutne ravni znanja in pristopov h komunikaciji je bila izvedena pripravljalna anketa.</li></ul>
<b>Uvodno srečanje</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ugotavljanje potreb in pričakovanih organov za nadzor trga glede komunikacij</li><li>• Izmenjava izkušenj in najboljših praks<ul style="list-style-type: none"><li>- Okrogla miza o možnostih sodelovanja pri projektu CASP</li><li>- Okrogla miza o rezultatih projekta (npr. videoposnetki in smernice)</li></ul></li></ul>
<b>Vmesno srečanje 1</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Razprava o anketi</li><li>• Struktura smernic<ul style="list-style-type: none"><li>- Predstavitev orodij za ustvarjalna sredstva in izmenjavo izkušenj</li><li>- Razprava o možnostih lokalizacije ustvarjalnih sredstev</li><li>- Predstavitev okvira in orodij za nadzor trga in varnost izdelkov EK</li></ul></li></ul> <p><b>Smernice</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Razprave in povratne informacije o osnutku strukture smernic</li></ul> <p><b>Anketa za organe za nadzor trga</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Predstavitev osnutka ankete za organe za nadzor trga</li></ul>
<b>Med vmesnim srečanjem 1 in vmesnim srečanjem 2</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Povratne informacije o osnutku ankete za organe za nadzor trga</li><li>• Razprava o osnutku strukture smernic</li></ul>
<b>Vmesno srečanje 2</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Razprava o načinih za izboljšanje priprave komunikacijskih sredstev</li><li>• Poglobljeno raziskovanje načinov za izboljšanje notranjega in zunanjega komuniciranja</li><li>• Izmenjava prejšnjih kampanj organov za nadzor trga in komunikacijskih sredstev</li></ul> <p><b>Smernice:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Razprava o spremenjenem osnutku smernic</li></ul> <p><b>Videoposnetki</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Delavnica o vsebini in obliki videoposnetkov</li></ul> <p><b>Anketa za organe za nadzor trga</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ponovna opredelitev obsega in ključnih besed ankete za organe za nadzor trga</li></ul>

### Med vmesnim srečanjem 2 in zaključnim srečanjem

- Anketa za organe za nadzor trga, ki je bila objavljena in posredovana organom za nadzor trga v EU/EGP
- Nadaljnji razvoj smernic na podlagi prispevkov in povratnih informacij organov za nadzor trga

### Končna srečanja

- Predstavitve in razprave/povratne informacije o rezultatih trenutne dejavnosti komunikacijskega pripomočka 2022
- Razprave o prihodnji obliki mreže komunikacijskega pripomočka<sup>1</sup>
- Predstavitve komunikacijskega pristopa CASP2022

#### Smernice:

- Razprava o spremenjeni različici smernic

#### Videoposnetki

- Predstavitve končnega izbora treh videoposnetkov<sup>2</sup>

#### Anketa za organe za nadzor trga

- Predstavitve rezultatov ankete za organe za nadzor trga

### Po zaključnem srečanju

- Izmenjava dobrih praks/komunikacijskih kampanj med organi za nadzor trga na platformi wiki



<sup>1</sup> Povezava do nove platforme Wiki komunikacijskega pripomočka: (potrebna je prijava v EU): <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/pages/viewpage.action?spaceKey=ProductSafety&title=COMMUNICATION+ACTIVITIES>

<sup>2</sup> Delovna skupina je izbrala pet tem. Vsebina prvih treh tem je bila predstavljena in odobrena na zaključnem srečanju. Preostali dve temi sta bili še vedno „v nastajanju“ in bosta predloženi pozneje prek platforme Wiki projekta CASP2022.



## 2.3. Opredelitev rešitev ter razvoj orodij in rezultatov

### Smernice

Med dejavnostjo so bile v tesnem sodelovanju z organi za nadzor trga pripravljene smernice, ki povzemajo „skupne pristope in najboljše prakse za komunikacijo CASP“. Namen dokumenta je zagotoviti smernice in orodja za spodbujanje notranjega in zunanjega komuniciranja organov za nadzor trga ter spodbuditi njihovo dejavno usklajevanje pri pripravi in razširjanju komunikacijskega gradiva.

V smernicah so opredeljene možnosti, kako lahko organi za nadzor trga združijo svoja komunikacijska prizadevanja, da bi okrepili nadaljnje sodelovanje med organi za nadzor trga ter med organi za nadzor trga in GD JUST. Vključujejo različne načine o tem, kako lahko organi za nadzor trga na nacionalni in evropski ravni izboljšajo kakovost in učinkovitost komunikacijskih sporočil, namenjenih potrošnikom in gospodarskim subjektom na enotnem trgu. Vzpostavitev evropske mreže strokovnjakov za komuniciranje o varnosti izdelkov, ki je bila med dejavnostjo opredeljena kot naslednji korak, bo organom za nadzor trga poleg tega omogočila nadaljnjo izmenjavo izkušenj in ustvarjalnih sredstev v prihodnosti.

### Anketa za organe za nadzor trga

Med dejavnostjo so organi za nadzor trga izrazili močno željo po boljšem razumevanju in izmenjavi informacij o organizaciji ter kompetencah in komunikacijskih dejavnosti svojih kolegov v drugih državah EU/EGP. Za izboljšanje komunikacije in usklajevanja med organi za nadzor trga ter med GD JUST in organi za nadzor trga je bila pripravljena in izvedena anketa med organi za nadzor trga v EU/EGP. V anketi je sodelovalo 69 organov za nadzor trga iz 23 držav EU/EGP. Glavni rezultati te ankete so poudarjeni v smernicah, da bi se lahko organi za nadzor trga lažje povezali in sodelovali s svojimi ustreznimi partnerji. Poleg tega je na podlagi odgovorov na anketo mogoče opredeliti tri ravni sodelovanja v zvezi z zunanjimi komunikacijskimi kampanjami, kot je prikazano na sliki 2.

Slika 2 - Raziskava za organe za nadzor trga – stopnje sodelovanja

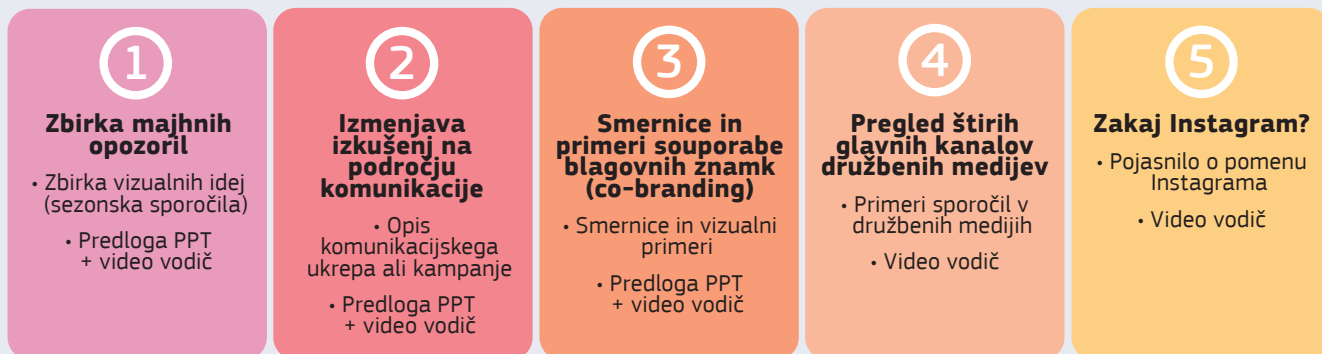


## Delavnica o videoposnetkih

Delavnica je bila zasnovana tako, da so bili poleg smernic pripravljeni videoposnetki o komunikacijskih temah, ki naj bi organom za nadzor trga pomagali opredeliti možnosti za združevanje komunikacijskih prizadevanj ter izboljšanje kakovosti

in učinkovitosti komunikacijskih sredstev. Na interaktivni delavnici Mural je bilo na koncu izbranih pet tem, ki bodo služile kot ključni poudarek pri ustvarjanju zavedanja o blagovni znamki in promociji komunikacijskega gradiva.

Slika 3 - Odlomki videoposnetkov

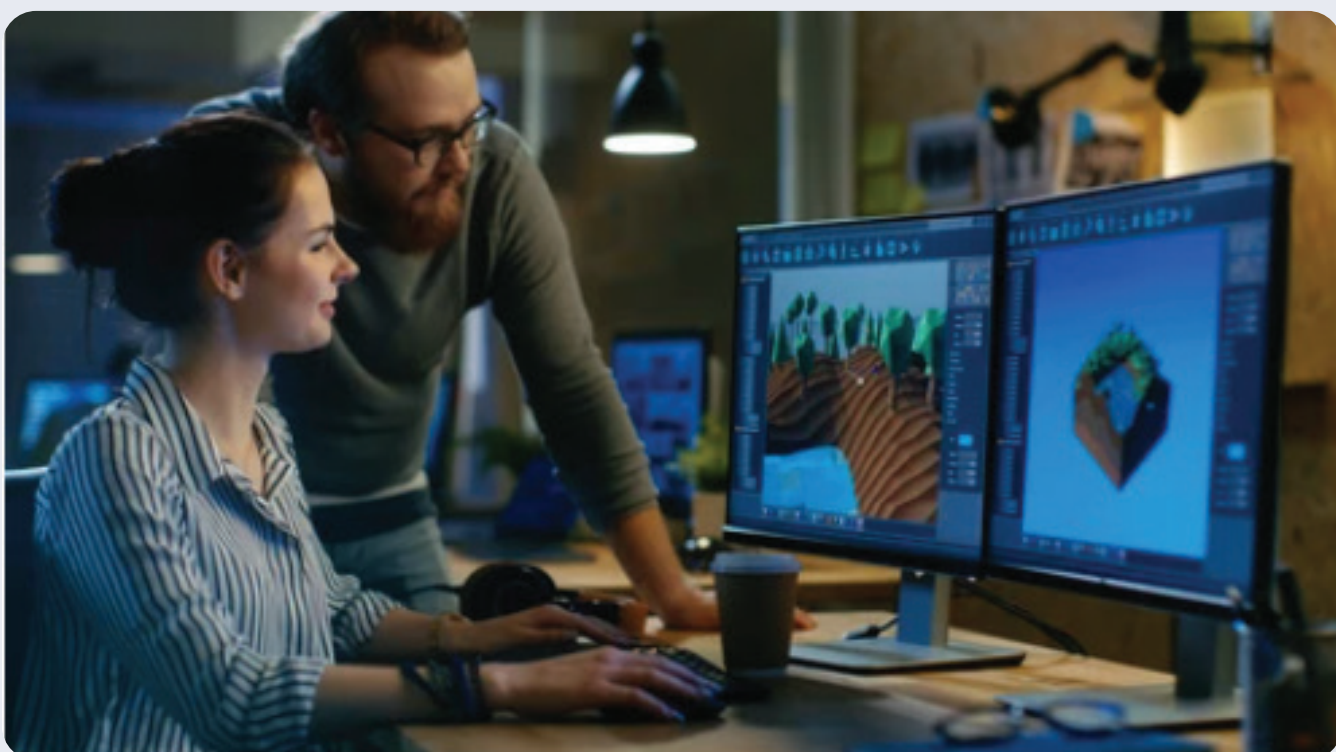


Oblikovana sta bila predloga in videoposnetek za oblikovanje manjših opozoril o posebnih temah in priložnostih, da bi lahko organi za nadzor trga po potrebi hitro pripravili ciljno usmerjena komunikacijska sporočila. Pripravljena sta bila še ena predloga in vodič, ki organom za nadzor trga omogočata, da delijo svoje izkušnje in izkušnje, pridobljene pri kampanjah, da bi lahko drugi organi za nadzor trga črpali navdih in informacije iz uspehov in neuspehov kampanj.

V skladu z zahtevo organov za nadzor trga, da se omogoči možnost prilagoditve komunikacijskih sredstev njihovim lastnim kampanjam, je bil pripravljen video vodič za souporabo blagovnih

znamk. Pripravljene so bili tudi primeri in predloga za lažjo skupno souporabo blagovne znamke razpoložljivega komunikacijskega gradiva CASP.

Dva videoposnetka se osredotočata na uporabo družbenih medijev za komunikacijo, ki je bila med dejavnostjo opredeljena kot glavni trend in izziv za pristojne organe za nadzor trga. Medtem ko so v enem vodiču predstavljeni glavni kanali družbenih medijev in predlagani primeri učinkovitih sporočil, posredovanih prek družbenih medijev, se drugi videoposnetek osredotoča na Instagram kot pomemben kanal, ki ga je treba vključiti v komunikacijske kampanje.



## 3. Sklepi

### 3.1. Notranja komunikacija

#### Raznolikost kompetenc in strokovnega znanja na področju komunikacije organov za nadzor trga

Struktura, organizacija in pristojnosti organov za nadzor trga se zelo razlikujejo – enako velja za oddelke za konuniciranje organov za nadzor trga glede na kartiranje organov za nadzor trga, kar je privedlo do naslednjih ugotovitev:

- le malo sodelujočih organov za nadzor trga poroča, da imajo velik oddelek za komuniciranje;
- nekateri sodelujoči organi za nadzor trga imajo majhen oddelek z malo zaposlenimi;
- drugi se nanašajo na osrednji oddelek v okviru ministrstva, ki mu pripadajo;
- polovica sodelujočih organov za nadzor trga nima oddelka za komuniciranje.

### 3.2. Zunanja komunikacija

#### Tematski pristop, osredotočen na kategorije izdelkov ali vprašanja varnosti izdelkov

Več organov za nadzor trga poudarja svoje izkušnje na tem področju in pravi, da so komunikacijski ukrepi učinkovitejši, če so povezani z vprašanji določene kategorije izdelkov. Starše dojenčkov je na primer lažje pritegniti, če se z njimi pogovarjamo o težavah, povezanih z izdelki za nego otrok ali igračkami. Tukaj je nekaj primerov tega aktualnega pristopa:

- Na Irskem so uničili več ton nevarnih igračk. Komisija za konkurenco in varstvo potrošnikov je pri obveščanju o varnosti igračk uporabila spektakularne slike; lokalni mediji so o tem zelo izčrpno poročali. Oglejte si: <https://www.youtube.com/watch?v=AXezLVIQmw0>.

#### Evropska mreža strokovnjakov za komuniciranje na področju varnosti izdelkov

Organi za nadzor trga imajo lahko veliko koristi od izmenjave izkušenj in gradiv, povezanih s komunikacijo. Zlasti manjši organi za nadzor trga ali organi za nadzor trga brez posebnega strokovnega znanja na področju komuniciranja se lahko učijo iz izkušenj in prednosti drugih kolegov, da bi izboljšali učinkovitost svojih komunikacijskih strategij. Da bi izboljšali trenutne razmere ter nadaljevali izmenjavo in sodelovanje na področju komunikacijskih tem v prihodnosti, je bila ustanovljena evropska mreža komunikacijskih pripomočkov za varnost izdelkov. Za dodatne informacije se obrnite na [JUST-B4@ec.europa.eu](mailto:JUST-B4@ec.europa.eu).

- Stran na platformi Wiki o komunikacijskih dejavnostih je na voljo na naslednji povezavi: [COMMUNICATION ACTIVITIES - EU Consumer Product Safety - EC Extranet Wiki \(europa.eu\)](#) (za dostop je potrebna prijava v EU).

- V Latviji je organ PTAC po novici, da je bilo sedem otrok hospitaliziranih, ker so zaužili magnete, pripravil komunikacijsko gradivo za varnostne kampanje o igračah z magneti in gumbastimi baterijami (<https://www.ptac.gov.lv/lv/rotallietu-drosums>).
- V Franciji organ DGCCRF s poročili o preskusih skupin izdelkov ozavešča potrošnike in medije o nevarnih izdelkih. Oglejte si (na primer): <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/securite-des-objets-electriques-des-taux-de-non-conformite-et-de-dangerosite-trop-eleves>.
- Ko je organ VVTAT v Litvi na svojih družbenih omrežjih začel objavljati informacije o nevarnih izdelkih, se je število njegovih sledilcev izjemno hitro povečalo, in sicer na približno 5000. <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/casp2022/2.1.5+Creative+assets+and+communication+material>

## Možnosti za souporabo blagovne znamke („co-branding“) in lokalizacijo ustvarjalnih sredstev

Da bi zagotovili večjo učinkovitost komunikacijskih kampanj in odmevnost pri nacionalnih potrošnikih, morajo komunikacijska sredstva vključevati možnosti souporabe blagovnih znamk (co-branding) ali lokalizacije.

**Souporaba blagovne znamke (co-branding)** vključuje logotip partnerskega organa za nadzor trga v ustvarjalnih sredstvih CASP. Prav tako je mogoče vstaviti poziv k ukrepanju, ki je značilen za partnerski organ za nadzor trga (npr. povezavo na lokalno spletno mesto). To je priložnost za okrepitev prisotnosti partnerskih organov za nadzor trga ob uporabi ustvarjalnih sredstev CASP.

**Lokalizacija** je bolj intenzivno sodelovanje. Partnerski organ za nadzor trga bo prejel ustvarjalna sredstva po delih (slike, logotipe, predloge za postavitev, videoposnetke, ki jih je mogoče urejati itd.). Partnerski organ za nadzor trga bo tako lahko sporočila CASP prilagodil lokalnim razmeram in lokalnemu načrtovanju.

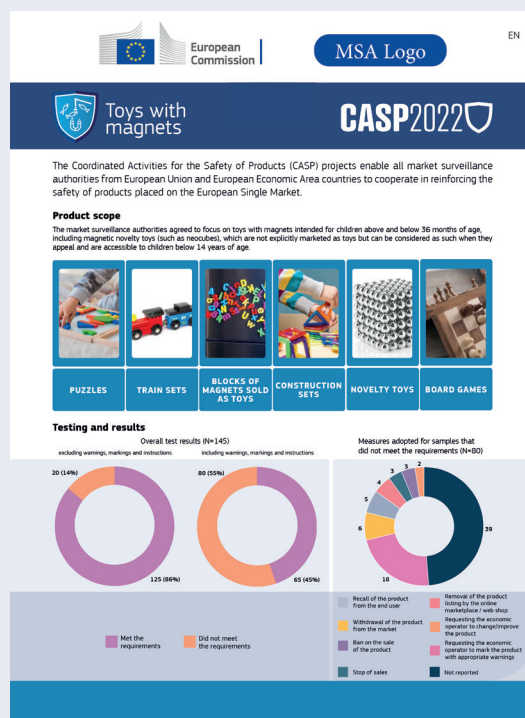
V skladu z rezultati ankete za organe za nadzor trga obstajajo tri možna področja sodelovanja:

1. manjše organe za nadzor trga brez oddelka za komuniciranje lahko spodbudimo, da na svojem spletnem mestu in v družbenih medijih delijo ustvarjalne vsebine CASP;
2. večje organe za nadzor trga, ki imajo dostop do manjšega oddelka za komuniciranje, lahko povabimo k izvajanju dejavnosti souporabe blagovnih znamk;
3. večji organi za nadzor trga z močnim oddelkom za komuniciranje se lahko odzovejo na ponudbo popolne lokalizacije.

Primer iz prejšnjega programa CASP



Primer informativnega lista z souporabo blagovne znamke („co-branding“)



# 1. Kaj so projekti CASP?

Projekti usklajenega delovanja za varnost izdelkov (CASP) omogočajo vsem organom za nadzor trga (MSA) iz držav Evropske unije / Evropskega gospodarskega prostora, da sodelujejo pri krepitevi varnosti izdelkov, ki so dani v promet na evropski enotni trg.

CASP2022 vključuje štiri horizontalne dejavnosti in šest dejavnosti, povezanih s posameznimi izdelki.

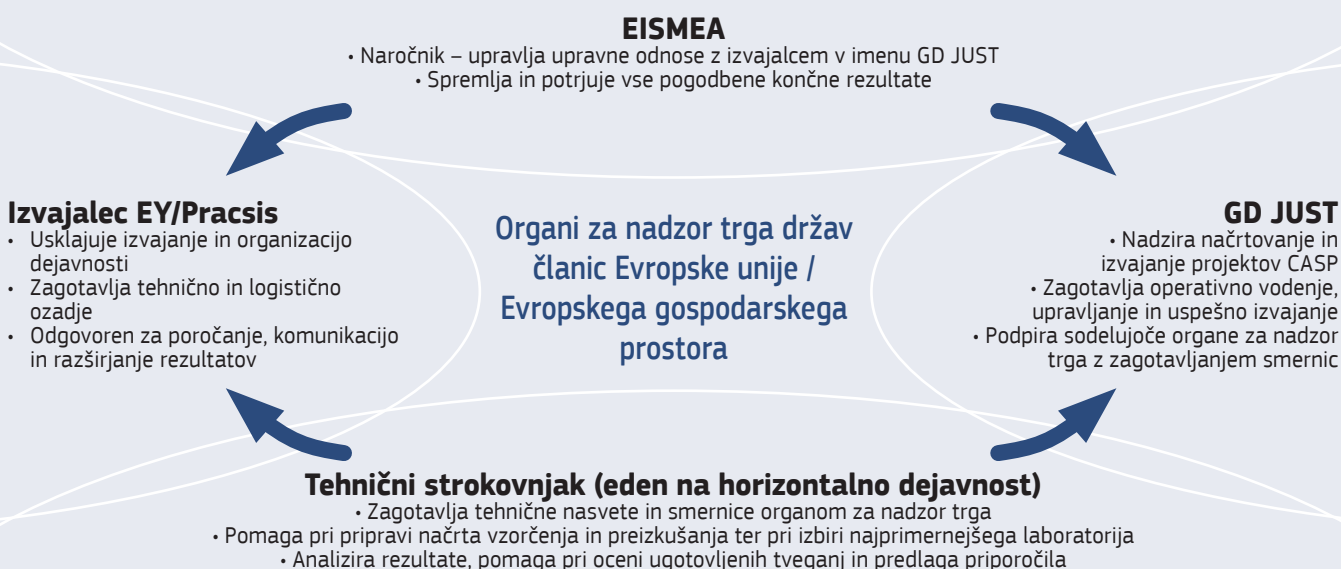
**Horizontalne dejavnosti** zagotavljajo forum za organe za nadzor trga za izmenjavo idej in najboljših praks. Pod vodstvom tehničnega strokovnjaka razvijajo skupne pristope, postopke in praktična orodja za nadzor trga.



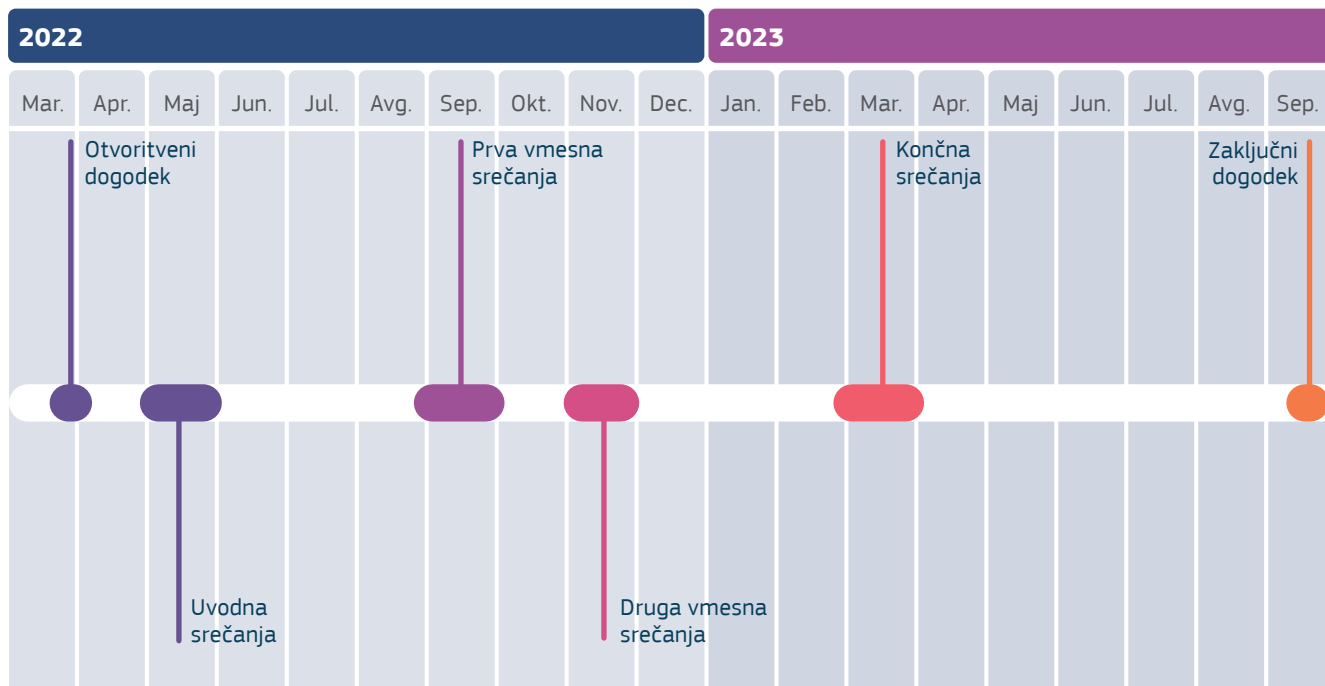
**Dejavnosti, povezane s posameznimi izdelki**, preskušajo različne vrste izdelkov, ki lahko predstavljajo tveganje za potrošnike. Izdelke izberejo in zberejo vključeni organi za nadzor trga in se pregledajo s skupno dogovorjenim načrtom preizkušanja.



## Vloge in odgovornosti



## 2. Delovni načrt horizontalnih dejavnosti



### Razvoj komunikacijskega načrta

### Komunikacijske dejavnosti (notranje komuniciranje v okviru platforme Wiki, priprava gradiva za zunanje komuniciranje)

#### UVEDBA

#### TERENSKO DELO

#### POROČANJE

#### ZUNANJE KOMUNIKACIJE

Teoretična raziskava	Nadaljnje raziskave o temah, opredeljenih na prvih srečanjih	Končna srečanja – predstavitev končnih rezultatov	Začetek komunikacijske kampanje
Prvi sklepi	Končna potrditev pristopov k dejavnostim	Potrjevanje in razprava o pridobljenih izkušnjah	
Cilji natančnega prilagajanja	Izvajanje vmesnih srečanj, vključevanje prispevkov	Priprava končnih poročil	
Začetek sestankov – pristopi za rafiniranje	Dokončanje delovnih dokumentov/smernic in izdelava orodij za izmenjavo znanja	Razširjanje	Ocena učinka



## 3. Pregled pristopa Horizontalne dejavnosti

0

### Postopek pred CASP

- GD JUST je izvedel postopek določanja prednostnih nalog, da bi izbral teme, ki so v skupnem interesu organov za nadzor trga.
- Horizontalne dejavnosti CASP2022 so bile izbrane s posvetovanjem, ki ga je organiziral GD JUST, in odražajo trenutno zanimanje za nadzor spletnega trga, metodologije ocenjevanja tveganja, komunikacijski pripomoček in ulične tržnice.

1

### Zbiranje in analiza podatkov

- Z različnimi orodji, kot so ankete, intervjuji in teoretične raziskave, je izvajalec zbral potrebne osnovne informacije.
- Rezultate se je analiziralo, da bi ugotovili potrebe, vrzeli in izzive.
- Cilji in delovni načrt projekta so bili natančneje opredeljeni in objavljeni na interni platformi Wiki skupaj z ugotovitvami začetne raziskave.

2

### Uvodna srečanja

- Sodelujoči organi za nadzor trga so o ciljih in rezultatih razpravljali na uvodnem srečanju vsake posamične horizontalne dejavnosti.
- Na podlagi teoretičnih raziskav in rezultatov zbiranja podatkov je bil pristop dodatno izpopolnjen.
- Po srečanju so bili delovni dokumenti deljeni na platformi Wiki, kjer so organi za nadzor trga imeli možnost izmenjave mnenj.

3

### Vmesna srečanja

- V sklopu dveh vmesnih srečanj je bil predstavljen napredek pri vsaki dejavnosti, pri čemer so organi za nadzor trga s pomočjo ustreznega strokovnjaka s tega področja dosegli napredek pri pripravi različnih smernic.
- Zaradi zapletenosti teme je bilo organizirano tretje vmesno srečanje za dejavnost nadzora spletnega trga.

4

### Sklepi, priporočila in poročanje

- Na končnih srečanjih so organi za nadzor trga potrdili končno različico ustreznih dokumentov ter razpravljali o pridobljenih izkušnjah in možnih spoznanjih pri vsaki horizontalni dejavnosti.
- Vsem organom so na voljo delovni dokumenti/smernice in druga orodja za izmenjavo znanja, ki pomagajo pri prenosu spoznanj v prakso.

5

### Zunanje komunikacije

Zunanje komunikacijske dejavnosti so se začele na zaključnem dogodku, s čimer se je začela 2–3 tedne dolga vseevropska informacijska kampanja.

### Orodja

**Končna poročila** se pripravijo za vsako posamezno horizontalno dejavnost in za projekt CASP2022 kot celoto. Na voljo so v vseh uradnih jezikih EU ter v norveščini in islandščini in so bile posredovane vsem organom za nadzor trga.

### Kanali

Komunikacijsko gradivo se razširja s:

- [Spletnim mestom EK CASP](#)
- Nacionalnimi komunikacijskimi kanali organov za nadzor trga
- Ustreznim tiskom in drugimi deležniki.

#### EVROPSKA KOMISIJA

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

Evropska komisija ni odgovorna za posledice ponovne uporabe te publikacije.

#### © Evropska unija, 2023

Politika Evropske komisije o ponovni uporabi dokumentov se izvaja na podlagi Sklepa Komisije 2011/833/EU z dne 12. decembra 2011 o ponovni uporabi dokumentov Komisije (UL L 330, 14.12.2011, str. 39). Če ni drugače navedeno, je ponovna uporaba tega dokumenta dovoljena na podlagi licence Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). To pomeni, da je ponovna uporaba dovoljena, če je ustrezno naveden vir in so označene morebitne spremembe.

Za uporabo ali reprodukcijo elementov, ki niso v lasti Evropske unije, je morda treba za dovoljenje zaprositi neposredno imetnike pravic.

Informacije o Evropski uniji v vseh uradnih jezikih EU so na voljo na spletišču Evropa:  
[https://europa.eu/european-union/index\\_sl](https://europa.eu/european-union/index_sl)



Urad za publikacije  
Evropske unije

Luxembourg: Urad za publikacije Evropske unije, 2023  
PDF ISBN 978-92-68-03808-6 doi:10.2838/967236 DS-03-23-176-SL-N