

El quadre d'indicadors dels mercats de consum de primavera, publicat el 29 de març per la UE, revela que les persones consumidores de la Unió encara no recullen tots els beneficis del mercat interior, atesos els obstacles en el comerç transfronterer. La Comissió vol afrontar aquestes barreres amb mesures com la simplificació de la reglamentació per al comerç detallista.

El quadre evidencia i alerta sobre com el mercat interior s'adapta i millora per als consumidors en termes d'elecció, competència de preus i satisfacció. A partir del 2010, el quadre de primavera examinarà la integració del mercat detallista i les condicions nacionals per a les persones consumidores. El quadre de tardor s'adoptarà l'octubre vinent i examinarà 50 sectors específics del mercat per identificar els que no funcionen bé per als consumidors.

Algunes conclusions del quadre d'indicadors de primavera:

Obstacles al comerç transfronterer

El nombre i l'import de les transaccions transfrontereres és un indicador del nivell d'integració del mercat detallista a la UE. El comerç transfronterer mostra un creixement limitat: en 2009 sols un 29% de consumidors i consumidores han comprat en un altre Estat de la UE (25% en 2008) i sols un 25% de detallistes han venut en un altre Estat membre (20% en 2008). Creix la separació entre les compres "a casa" i les compres "en línia" transfrontereres: en 2009, el 34% dels consumidors de la UE varen adquirir béns o serveis en línia de venedors del seu país (28% en 2008), però sols el 8% va fer comandes a un altre lloc de la UE (6% en 2008).

Els obstacles, consistents sovint en el rebuig dels comerciants a lliurar el seu producte a l'estranger, continuen. Informes anteriors mostren un descens de més del 60% de les comandes transfrontereres. La Comissió publicarà a l'octubre un catàleg de mesures per eliminar aquestes barreres, per exemple fragmentació de normativa, impuls de sistemes de resolució de conflictes transfronterers de consum i simplificació de regulació per als comerciants minoristes.

Entorn de consum

L'entorn de consum es defineix per un seguit de factors com ara la qualitat de les normes que afecten les persones consumidores i empresàries, l'eficàcia de la resolució de conflictes i gestió de reclamacions, la confiança dels consumidors i consumidores en les autoritats, en el comerç minorista, els anunciants i les operacions de consum.

La crisi econòmica té un impacte advers sobre aquestes condicions per a les persones consumidores, ja que la majoria de països experimenten un declivi. Però vuit dels Estats membres (Portugal, Luxemburg, Irlanda, Itàlia, Àustria, França, Eslovàquia i el Regne Unit) han millorat els seus quadres d'indicadors en comparació amb el 2008.

Consum assequible

El quadre va detectar grans diferències entre Estats membres respecte la capacitat dels consumidors i consumidores per permetre's béns i serveis, atesos el promig d'ingressos i els nivells de preus. La Comissió interpreta que la vida és més assequible per a les persones consumidores en els Estats membres més rics, malgrat els nivells més alts de preus: Luxemburg és amb diferència el país més assequible, seguit del Regne Unit, Xipre, Països Baixos i Àustria.

Més informació :

http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm