



LES 8 PRIORITES DU BEUC POUR LA PRESIDENCE FRANCAISE

Paris, 19 juin 2008

BEUC, le Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Avenue de Tervueren, 36 B-1040 Bruxelles
+32 (0)2 743 15 90 - www.beuc.eu

Introduction

L'Union européenne se caractérise par des traditions de consommation très diverses : tant les attentes que les plaintes des consommateurs varient considérablement selon qu'on se trouve en France, en Pologne, au Portugal ou en Lettonie. Il n'en demeure pas moins que certains secteurs ont tendance à recueillir plus de « suffrages » que d'autres : un sondage-éclair effectué auprès de nos organisations membres a montré que les relations avec les opérateurs de télécommunications, l'environnement technologique et en particulier numérique, les prestataires financiers, et les fournisseurs d'accès à l'énergie sont les domaines au sujet desquels nos membres reçoivent le plus de plaintes. Ce qu'attendent aussi les consommateurs, c'est que l'Union européenne leur accorde la possibilité de se défendre et d'obtenir réparation face à des pratiques illégales touchant nombre d'entre eux : c'est l'action de groupe que nous appelons de nos vœux et qui sera une étape essentielle de la construction de l'Europe des citoyens. Si l'Europe veut efficacement protéger la santé et la sécurité de ses consommateurs, mais aussi renforcer leurs droits à l'égard de pratiques déloyales dans de nombreux secteurs, les confortant ainsi dans leur rôle de moteur de l'économie et leur permettant de bénéficier des avantages d'un réel Marché Intérieur en toute confiance, elle doit s'en donner les moyens.

Pour y arriver, nous avons identifié les **huit grands chevaux de bataille** que nous décrivons dans ce document en les assortissant de **100 propositions d'actions** concrètes pour la Présidence Française de l'Union européenne. En effet, pour les six mois à venir, le gouvernement français aura la responsabilité de conduire les discussions et les négociations sur les dossiers portant sur ces questions. Le BEUC¹ et ses membres français, l'UFC que Choisir, la CLCV et l'Orgéco appellent le Président de la République et les membres de son gouvernement à en faire leurs priorités², et à mesurer pour chacune des orientations prises quels en seront les impacts au bénéfice des consommateurs.

¹ Le BEUC, Bureau Européen des Unions de Consommateurs, est une fédération représentant quarante et une organisations de consommateurs nationales indépendantes dans 30 pays européens, y compris dans la plupart des nouveaux États membres. Nos membres français sont l'UFC-Que Choisir, la CLCV et l'ORGECO.

² Ce vœux est d'ailleurs partagé par les français qui d'après un sondage Ifop-Touteurope.fr sur les « Les Français et la présidence française de l'UE » réalisé le 24 janvier 2008 auprès d'un échantillon 956 personnes estiment que la protection des consommateurs doit être une priorité de la présidence.

I. Favoriser l'accès, le choix et des prix abordables pour tous les consommateurs

a) Rendre le marché de l'énergie compétitif

Le marché européen de l'énergie est libéralisé depuis bientôt un an et pourtant les consommateurs ne bénéficient toujours pas d'une réelle concurrence. La « dominance » mesurée en termes de parts de marché caractérise par exemple de manière particulièrement inquiétante le marché européen de l'électricité : en Allemagne les 4 plus grandes compagnies produisent plus de 90% de l'électricité, le marché espagnol est dominé par deux compagnies qui possèdent 70% du marché, la part de marché du plus grand producteur belge représente 70% et en France, EDF produit plus de 80% de l'électricité.

Le choix est un droit fondamental des consommateurs, mais encore faut-il que la concurrence sur le marché soit réelle. La Commission a proposé à cette fin son troisième paquet énergie.

Actions à entreprendre :

- Séparer la propriété de la production de celle de la distribution de l'énergie (actuellement décrite comme le «dégroupeage patrimonial total»).
- Donner le mandat et le pouvoir aux Autorités Nationales de Régulation de mettre un terme aux problèmes de « dominance » sur les marchés européens de l'énergie. Leur permettre également d'imposer des mesures, y compris des plafonds transitoires sur les prix lorsque les marchés ne sont pas compétitifs pour stimuler la compétition et protéger les consommateurs.

b) Consolider et mettre en œuvre les droits des consommateurs

Les problèmes rencontrés par les consommateurs en matière d'énergie sont nombreux. L'énergie n'est pas un bien de consommation comme un autre : nous en avons tous besoin et n'avons pas le choix de ne pas en consommer. Or, tous n'y ont pas nécessairement accès et la pauvreté énergétique est une notion qui, dans le climat économique actuel prend une ampleur dramatique.

Par ailleurs, les consommateurs sont toujours confrontés à des prix élevés, des factures de consommation manquant de transparence et émises sur des périodes parfois très longues. Les consommateurs manquent d'information en temps réel sur leur consommation, alors que cette information leur permettrait d'adapter celle-ci.

Les informations concernant les droits et obligations des consommateurs sont souvent difficilement accessibles, partielles ou peu claires. Ceci est particulièrement le cas en ce qui concerne les possibilités de changement de fournisseur, ce qui entraîne un taux de mobilité très faible des consommateurs entre fournisseurs concurrents (là où ils existent).

Par ailleurs, les changements climatiques et leurs conséquences poussent de nombreux consommateurs à vouloir changer leurs habitudes. Mais les décisions en faveur d'une consommation durable ne peuvent être prises que si une information fiable est disponible à ce sujet, que les procédures pour changer d'opérateur sont facilitées et que les prix sont abordables.

Actions à entreprendre :

- Renforcer et faire appliquer les droits des consommateurs par le biais d'un instrument contraignant et complet (y compris une compensation en cas d'interruption, le droit à la représentation et des mécanismes faciles pour les plaintes).

- Elargir le champ d'application du service universel.
- Informer les consommateurs sur leur consommation réelle, notamment par le biais des compteurs intelligents et rendre les factures lisibles et compréhensibles.
- S'attaquer au problème de la pauvreté énergétique, notamment en prévoyant des tarifs sociaux pour les groupes vulnérables de consommateurs.

II. Promouvoir les choix durables par des mesures et des outils efficaces

a) Favoriser une conception plus « durable » des produits et éliminer les choix « non-durables » du marché

De plus en plus de consommateurs sont disposés à acheter des produits plus durables, et notamment plus économes en énergie pour minimiser leur impact sur l'environnement. Une réduction de la consommation d'énergie en Europe passe obligatoirement par le fait d'imposer aux industriels des normes de produits plus strictes et ambitieuses et d'accroître la présence sur le marché de plus de produits écologiques et durables. Or, la directive actuelle sur l'éco-conception, définissant les principes, conditions et critères pour fixer des exigences environnementales dans la conception de produits, se limite aux biens utilisateurs d'énergie et à leur rendement énergétique.

La Commission européenne présentera avant l'été 2008 un plan d'action très attendu et, nous l'espérons, suffisamment ambitieux, sur la consommation et la production durables ainsi que sur la politique industrielle durable. Il visera à renforcer la directive éco-conception afin d'améliorer la performance environnementale des produits durant tout leur cycle de vie, à promouvoir et stimuler les demandes des consommateurs en faveur de "meilleurs" produits et technologies de production et à permettre aux consommateurs de faire de meilleurs choix.

Actions à entreprendre :

- Veiller à ce que ce plan d'action prévu par la Commission européenne soit complet, basé sur un juste équilibre entre instruments économiques et juridiques, complété par la fixation d'objectifs réglementaires ambitieux en matière de normes de produits et par des instruments volontaires.
- Favoriser le rôle particulièrement important des distributeurs dans le «choice editing », c'est-à-dire le retrait de leurs rayons des produits non durables ou moins durables, en faveur d'un plus grand choix de produits et services durables dans toutes les gammes de prix.
- Mettre en place une économie plus durable via des incitations financières (comme des réductions fiscales ou de la TVA) pour les producteurs et les consommateurs.
- Etendre le champ d'application de la directive éco-conception à un plus grand nombre de produits, y compris les produits non consommateurs d'énergie, comme des vêtements ou des meubles. Tenir compte, en plus du rendement énergétique, d'autres aspects environnementaux plus larges tels que l'utilisation de matières premières non-renouvelables ou de substances chimiques dangereuses, la durée de vie et le potentiel de recyclage des produits.
- Elaborer des mesures d'éco-conception permettant d'éliminer une partie importante des produits par exemple à faible rendement énergétique (ex : 20% des produits qui enregistrent les plus mauvaises performances).

b) Promouvoir une information claire et objective sur la « durabilité » des produits

Même si les consommateurs souhaitent se tourner vers des produits plus durables, le manque d'informations complètes, claires, objectives et la multitude de labels indépendants différents les empêchent bien souvent de mettre cette volonté en pratique.

Le système européen d'étiquetage énergétique « A-G » a été l'un des seuls systèmes ayant permis de réellement tirer le marché vers des produits électroménagers plus économes en énergie, notamment grâce à sa simplicité, sa transparence et sa facilité de comparaison pour les consommateurs. Il est cependant nécessaire de rendre ce système plus dynamique et facilement adaptable aux évolutions technologiques et du marché : il faut notamment revoir régulièrement les critères de classement des produits afin que la classe A regroupe chaque fois les meilleurs produits disponibles sur le marché.

Actions à entreprendre :

- Proposer des solutions aisées aux consommateurs pour qu'ils aient la possibilité de se comporter de manière plus « durable » lorsqu'ils achètent, utilisent et se débarrassent des produits. Il faut donc plus de cohérence entre l'éco-conception et les différents systèmes d'étiquetage de l'UE (écolabel et label énergétique).
- Dissuader l'industrie de créer des labels indépendants pouvant induire les consommateurs en erreur.
- Reconnaître l'écolabel européen en tant que label d'excellence environnementale et mettre sur pied une campagne de sensibilisation à l'échelle européenne afin de mieux le faire connaître aux consommateurs.
- Dynamiser le système d'étiquetage énergétique pour pouvoir l'adapter aisément aux nouvelles évolutions sur le marché, par exemple en actualisant les critères des différentes catégories, tout en conservant impérativement la conception actuelle de l'étiquette comprenant les classes « A-G ».
- Améliorer la surveillance et la mise en œuvre du système d'étiquetage énergétique et des normes liées au niveau national. La surveillance du marché par les Etats membres devrait être renforcée par une action commune (par exemple des tests ponctuels au plan européen) supervisée par la Commission européenne.
- Promouvoir les éco-produits et la consommation plus durable également par le biais de campagnes d'informations ciblées.
- Obliger les fabricants automobiles à fournir dans toutes leurs communications des informations claires et comparables concernant le niveau d'émission de CO2 des véhicules, et proposer des mesures ambitieuses de révision de l'étiquetage.

Objectif Sécurité

Des produits de consommation sûrs et des consommateurs à l'abri de substances chimiques dangereuses

I. Des jouets sans danger entre les mains de nos enfants

Les enfants sont les plus vulnérables de nos consommateurs et méritent tant de la part des autorités que de l'industrie, la meilleure protection possible. La série de rappels des jouets Mattel en août et septembre de l'année passée a ravivé de nombreuses inquiétudes légitimes concernant la sécurité des jouets sur le marché européen.

Si nombre de problèmes naissent suite à des délocalisations dans des pays tiers et donc non soumis à nos réglementations, la responsabilité de la sécurité des jouets sur nos marchés repose sur les acteurs économiques qui les importent et les distribuent en Europe. Ce sont eux qui sont responsables de la conformité de leurs produits à la législation européenne en vigueur. Malheureusement, même dans l'hypothèse où cette dernière serait respectée à la lettre, cela ne suffirait pas à protéger nos enfants : ses lacunes sont telles que des jouets présentant des risques inacceptables (des risques de blessures graves, de suffocation, d'exposition à des substances chimiques cancérigènes ou allergéniques, etc.) sont autorisés.

Nous attendons beaucoup des travaux des institutions européennes sur la nouvelle proposition de la Commission sur la sécurité des jouets.

Actions à entreprendre :

- Introduire le principe de précaution comme principe de base de la nouvelle directive.
- Interdire l'utilisation de substances cancérigènes, mutagènes et toxiques pour la reproduction (CMR), de perturbateurs hormonaux et d'allergènes, y compris les parfums.
- Renforcer la surveillance des marchés.
- Réglementer de façon stricte les risques liés aux jouets contenus dans des aliments.
- Renforcer les exigences réglementaires relatives aux risques d'étouffement, les propriétés chimiques et le caractère inflammable des jouets.
- Mettre en place un examen indépendant obligatoire de type CE pour un certain nombre de jouets, par exemple les jouets destinés aux enfants de moins de trois ans, ceux qui présentent un risque qui ne peut être éliminé (par exemple les fers à repasser pour enfants qui chauffent réellement), ou encore les jouets ayant causé des accidents graves par le passé comme ceux contenant des aimants.
- Veiller à plus de cohérence entre les réglementations sectorielles : des substances interdites dans les cosmétiques devraient également être interdites dans les jouets.

II. Des cosmétiques exempts de substances chimiques dangereuses

Crème de jour, dentifrice, shampoing, savons, ces produits sont utilisés quotidiennement par les consommateurs. Il serait légitime de penser qu'ils ne présentent aucun risque pour la santé tant à court qu'à long terme : pour certains d'entre eux, c'est loin d'être le cas, une série de risques liés à la présence de substances chimiques non ou mal testées et potentiellement dangereuses vont de l'allergie au cancer en passant par des perturbations du système hormonal. Il est à cet égard toujours aussi stupéfiant de constater que des substances interdites dans les peintures murales sont autorisées dans les masccaras...

La proposition de simplification de la directive sur les cosmétiques (pour la transformer en règlement européen) présentée par la Commission fera l'objet d'une décision conjointe du Parlement et du Conseil.

Actions à entreprendre :

- Appliquer le principe de précaution dans le domaine des cosmétiques.
- Procéder à une évaluation adéquate de tous les ingrédients utilisés dans les produits cosmétiques et des produits finis avant leur mise sur le marché.
- Maintenir l'interdiction actuelle des substances cancérigènes, mutagènes et toxiques pour la reproduction (CMR).
- Introduire des exigences de sécurité strictes et ambitieuses sur l'utilisation des nanoparticules dans les cosmétiques, et notamment une évaluation obligatoire par le Comité scientifique européen de la sécurité de ces substances et des produits cosmétiques qui les contiennent avant leur commercialisation.
- Définir des normes obligatoires précises pour les méthodes d'évaluation de l'efficacité des produits cosmétiques, ainsi que des règles pour les allégations et un étiquetage approprié.
- Imposer des règles spécifiques pour l'utilisation de substances dangereuses pour l'environnement.
- Mettre en place un système de "cosmétovigilance" où tous les effets adverses des cosmétiques sur la santé des consommateurs seraient collectés, signalés et rendus publics.

III. Réduire globalement l'exposition des consommateurs aux substances chimiques dangereuses

Nous passons plus de 80 % de notre temps à l'intérieur, que ce soit à la maison, à l'école ou au travail. La qualité de l'air que nous y respirons est cruciale ; cet air est cependant parfois cinq fois plus pollué qu'à l'extérieur. Les consommateurs sont exposés à de nombreuses substances chimiques de sources différentes et les effets cumulés ou synergiques de cette exposition multiple sont plus que préoccupants. Avec le règlement européen REACH³, les substances chimiques et leurs effets nocifs potentiels ont tenu le haut de l'affiche européenne ces dernières années. Si cette visibilité accrue a permis de mettre en lumière bon nombre d'inquiétudes, elle ne doit pas laisser penser que les risques sont désormais maîtrisés. La réduction de l'utilisation de substances chimiques dangereuses dans les produits de consommation doit rester une des priorités de l'Union européenne afin de s'attaquer au cocktail de produits chimiques auquel nous sommes exposés jour après jour.

Actions à entreprendre :

- Introduire des règles strictes à l'occasion des discussions sur les diverses initiatives prévues comme un futur livre vert sur la qualité de l'air intérieur, la révision de l'éco-label européen et de la directive eco-design pour introduire des normes strictes visant à limiter ou éliminer l'utilisation de substances chimiques dangereuses dans les produits de consommation.
- Imposer des niveaux maximums de contenu et d'émissions de substances chimiques dangereuses pour les produits de consommation.
- Traiter de manière systématique et prioritaire le problème des risques chimiques pour la santé des groupes les plus vulnérables.
- Veiller à la bonne mise en application de REACH à travers l'Union Européenne en soutenant le travail de l'Agence européenne des produits chimiques (ECHA).

³ Regulation (EC) No 1907/2006 concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH), establishing a European Chemicals Agency

Objectif Santé

Mettre en place une politique de santé protectrice, cohérente et ambitieuse au niveau européen

Le domaine de la santé est d'une importance cruciale dans la vie quotidienne des consommateurs. Les responsables politiques doivent donc veiller à protéger la santé publique, à garantir l'accès à des services de santé de qualité et à des traitements sûrs, efficaces, adéquats et à des prix raisonnables. Par ailleurs, dans un souci de cohérence, les politiques pharmaceutiques devraient être entièrement intégrées dans les politiques de santé. Par conséquent, la compétence des questions relatives aux médicaments devrait être transférée, au sein de la Commission, de la DG Entreprise⁴ à la DG SANCO⁵.

I. Une meilleure information des patients en provenance de sources indépendantes

Les patients ont besoin de plus d'informations sur les maladies, les possibilités de traitement, et sur les médicaments. Mais il est essentiel que ces informations viennent de sources indépendantes et fiables. Elles ne peuvent provenir directement des compagnies pharmaceutiques. Le conflit d'intérêt inhérent de ces compagnies doit les exclure de toute possibilité de fournir directement des « informations » aux consommateurs. Pour que les consommateurs puissent faire les choix en toute connaissance de cause, il est primordial de maintenir la distinction entre information et publicité déguisée sous forme d'information.

Actions à entreprendre :

Elaborer une stratégie d'information détaillée en matière de santé qui place la santé au premier plan en :

- se basant sur une évaluation détaillée des besoins d'information des consommateurs, sur la manière dont ils sont pris en compte actuellement et les améliorations possibles ;
- promouvant des sources fiables d'information ;
- permettant aux consommateurs de choisir et de comparer des médicaments et des possibilités de traitements différents ;
- mettant un terme aux inégalités dans l'accès à l'information et ce, par une large perspective de santé publique.

II. Sécurité des consommateurs face aux effets secondaires des médicaments

La plupart des consommateurs ressentiront des effets secondaires des médicaments à un moment dans leur vie et ceux-ci peuvent parfois s'avérer mortels. Il est donc très important d'avoir un système de pharmacovigilance efficace, transparent et proactif ; c'est la seule façon d'assurer la sécurité des patients dans ce domaine.

Actions à entreprendre :

- Mettre en place un système harmonisé, transparent et centralisé pour les procédures d'autorisation de mise sur le marché et les questions de sécurité des médicaments.
- Permettre aux consommateurs de pouvoir signaler les effets secondaires directement à l'autorité nationale et ce, pour tous les médicaments.

⁴ Direction générale des entreprises et de l'industrie, Commission européenne

⁵ Direction générale de la santé et des consommateurs, Commission européenne

- Mettre en place des procédures simplifiées et équilibrées, avec des règles strictes en cas de non-conformité afin de garantir des normes de haute qualité dans le domaine de la pharmacovigilance.
- Lancer des recherches indépendantes et des études de sécurité postérieures à l'agrément sur les effets potentiels à long terme.
- Mener des campagnes d'information du public pour attirer l'attention sur l'importance du signalement des effets secondaires.
- Transférer la compétence en matière de pharmacovigilance et de médicaments de la DG ENTREPRISE à la DG SANCO.

III. Sécurité des consommateurs face aux médicaments contrefaits

Les médicaments contrefaits peuvent être très dangereux pour la santé. Il faut donc veiller à assurer davantage de contrôle et de transparence de la chaîne d'approvisionnement.

Actions à entreprendre :

- Fournir une information accrue du public sur les médicaments contrefaits (y compris le signalement obligatoire).
- Eduquer les consommateurs face aux risques des médicaments contrefaits.
- Mettre en place des mesures spécifiques pour les ventes sur Internet.
- Renforcer la coopération internationale et des technologies de traçage sûres qui n'engendrent aucun coût supplémentaire pour les consommateurs.

IV. Plus de certitude sur les droits des patients

Il est essentiel que les consommateurs européens, qui sont de plus en plus mobiles, puissent connaître leurs droits en matière de services de santé, tant dans leur pays de résidence habituelle qu'à l'étranger. L'Union européenne a déjà favorisé la mobilité dans de très nombreux domaines mais en matière de santé, il reste encore un énorme travail à réaliser.

Actions à entreprendre :

- Elaborer une Charte européenne sur les droits des patients qui fournirait des informations claires et transparentes aux consommateurs de services de santé et contribuerait à élever les normes en la matière.

Objectif

Télécoms & Environnement numérique

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont modifié significativement les habitudes de consommation et prennent une place de plus en plus importante dans le budget des ménages. Mais si ces technologies offrent des outils incontournables d'accès à la connaissance et de participation démocratique des citoyens, elles ouvrent plus que jamais la porte à des violations de certains de leurs droits fondamentaux. C'est la raison pour laquelle le cadre réglementaire applicable aux télécommunications constitue un secteur prioritaire d'attention des organisations de protection des consommateurs.

I. La révision du paquet télécom : une occasion à ne pas rater...

Pour les consommateurs, les tarifs non transparents et exorbitants restent des questions centrales en matière de services de télécommunications car, comme l'a montré le règlement sur l'itinérance (« roaming »), le marché à lui seul ne permet pas de venir à bout des abus constatés dans ce secteur. Un cadre réglementaire mis à jour est dès lors nécessaire si l'on veut garantir une concurrence saine menant à une diminution des prix de détail et une augmentation de la qualité des services. Une des conditions essentielles à un marché réellement concurrentiel est la possibilité pour les consommateurs de pouvoir changer facilement d'opérateur. La portabilité des numéros est à cet égard une initiative plus que bienvenue mais elle ne servira à rien si les consommateurs sont bloqués par des contrats à long terme. Un autre critère important est la transparence des tarifs qui restent compliqués à comprendre et quasi impossibles à comparer pour une majorité de consommateurs. Enfin, la question de la "neutralité du réseau" devrait bénéficier d'une attention plus importante; les fournisseurs d'accès à internet devenant de plus en plus intégrés verticalement aux propriétaires des infrastructures de télécommunications sont techniquement capables de limiter l'accès au contenu, aux services ou aux applications qui pourraient entrer en concurrence avec leurs propres services. Il est donc fondamental de renforcer les pouvoirs et l'indépendance des autorités nationales de régulation, qui doivent être en mesure d'intervenir pour protéger les intérêts des consommateurs. Ceci est d'autant plus important si l'on considère la menace inhérente d'abus de positions dominantes au sein des industries de réseaux.

Actions à entreprendre:

- Améliorer la transparence des offres et des tarifs disponibles sur le marché et permettre aux consommateurs de changer facilement d'opérateur sans être « bloqués » par des contrats de longue durée où des délais de portabilité importants.
- Renforcer les pouvoirs de mise en œuvre et l'indépendance des Autorités Nationales de Régulation, au sein desquelles une représentation suffisante des intérêts des consommateurs doit être assurée.
- Rendre obligatoire l'inclusion d'exigences de qualité des services dans les contrats des consommateurs.
- Veiller à ce que les réseaux de télécommunications et les fournisseurs de services garantissent à leurs abonnés le droit d'accéder, d'envoyer et de recevoir tout contenu et d'utiliser tout service ou application sans discrimination du fournisseur de ces derniers.
- Dans le domaine de la téléphonie mobile, adopter pour les sms et pour les services de données des mesures similaires à celles prises sur l'itinérance.

II. Protéger les droits des consommateurs dans l'environnement numérique

Les technologies numériques ont donné naissance à de nouvelles façons de promouvoir, d'acheter et de recevoir des biens ou des services. Il n'y a pratiquement aucun domaine de la consommation qui ne soit touché par l'essor des techniques modernes d'information et de communication. Internet est également un moyen indispensable d'accès à la connaissance et aux services en ligne (tels que les administrations ou les services de santé) ainsi qu'au débat public et démocratique. Il faut donc s'assurer que les droits des consommateurs soient effectivement appliqués dans le monde numérique.

Actions à entreprendre :

- Reconnaître les six droits de base des consommateurs dans le monde numérique à savoir:
 - o le droit au choix, à la connaissance et à la diversité culturelle;
 - o le droit au principe de « neutralité technologique »;
 - o le droit de bénéficier des innovations technologiques sans restrictions abusives;
 - o le droit à l'interopérabilité du contenu et des appareils;
 - o le droit à la protection de la vie privée; et
 - o le droit de ne pas être criminalisé.

a) La protection des données personnelles

Internet ouvre la porte à une violation potentielle du droit à la vie privée sans précédent. De nouvelles techniques permettent notamment aux acteurs du secteur privé de cerner les consommateurs en recueillant et en utilisant leurs données personnelles très souvent à leur insu. Ces mêmes données sont également exposées à la criminalité en ligne, comme le vol et/ou le détournement d'informations sensibles. Par ailleurs, la technologie d'identification par radiofréquence (RFID) risque d'être déterminante dans le développement d'une « informatique omniprésente » également appelée « Internet des choses », ou l'intégration de l'informatique dans l'environnement et les objets de tous les jours. Son déploiement pourrait entraîner une série de conséquences négatives sur la vie privée (repérage, ciblage et profilage des consommateurs à leur insu) et la sécurité (vol, virus, écoute électronique, vol d'identité).

Actions à entreprendre :

- Etablir un régime général « opt-in » pour tous les types de communications commerciales automatiques (messages électroniques non sollicités - « spams » ou « pourriels ») et étendre la définition de courrier électronique aux fenêtres « pop-up » qui apparaissent sur les écrans des ordinateurs quand on navigue sur Internet.
- Introduire de toute urgence des amendes et des peines pénales plus sévères contre les « polluposteurs » (spammers) et des mécanismes efficaces de plaintes et de recours.
- Une haute sécurité devrait être la définition par défaut pour les produits numériques (« sécurisé par conception »).
- Obliger les entreprises à prendre les mesures appropriées pour que les réseaux de télécommunications soient sûrs et fiables.
- Imposer aux fournisseurs de service Internet comme aux sociétés basées sur Internet qui traitent des données à caractère personnel (par exemple les banques et les services de santé) d'informer les consommateurs de toute infraction en matière de sécurité.
- Faire en sorte que les fournisseurs de services Internet offrent aux consommateurs une technologie adéquate pour résoudre ces problèmes de sécurité à des prix raisonnables.
- Imposer la transparence de l'utilisation de la technologie RFID.

b) Les droits de propriété intellectuelle et la riposte graduée

Nous reconnaissons pleinement la nécessité d'assurer une protection des droits d'auteur et de trouver une solution face à l'augmentation du chargement illégal et du téléchargement sur internet de contenu protégé par ces droits. Mais nous sommes fermement opposés à la solution vers laquelle la France semble se diriger à savoir la « riposte graduée » préconisée par le rapport Olivennes⁶. Si les droits d'auteurs doivent être respectés, il en va de même pour les principes élémentaires de protection des consommateurs tels que le droit à la copie privée, des conditions de licences justes et le principe constitutionnel de respect de la vie privée.

Actions à entreprendre :

- ❁ Faire reconnaître la distinction entre la contrefaçon/« piratage » et les pratiques de nombreux consommateurs privés, chez eux, à petite échelle et sans motivation commerciale.
- ❁ Tenir compte des principes élémentaires de protection des consommateurs tels que le droit à la copie privée, des conditions de licences justes et le respect de la vie privée.
- ❁ S'opposer à toute tentative d'introduire une responsabilité du fournisseur d'accès à internet en matière de police des atteintes au droit d'auteur: pareille mesure serait disproportionnée, incertaine/hasardeuse inefficace et, plus grave, violerait certains droits fondamentaux tels que les droits à la présomption d'innocence, à un procès équitable et à la protection des données personnelles. En pratique aussi, de nombreux effets pervers sont à signaler (identification d'un ordinateur plutôt que d'une personne responsable, application de règles sévères alors que la distinction entre téléchargement légal et illégal est loin d'être simple et ne peut pas être réalisée de manière automatisée,...).
- ❁ Mettre en place des mesures qui permettent aux créateurs, selon des nouveaux modèles économiques, de tirer des profits légitimes de leurs œuvres, sans que les consommateurs ne soient injustement lésés dans l'exercice de leurs propres droits. A cet égard, de nombreuses pistes, autres que la riposte graduée, sont envisageables comme: augmenter les offres légales disponibles en ligne ; adopter de nouveaux types de licence comme la « licence globale » ; l'utilisation de DRM⁷ interopérables garantissant aux consommateurs le droit à la copie privée, au changement de format, au respect de la vie privée et la neutralité des plateformes ; créer des « one stop shops » (un seul site internet en Europe pour chaque détaillant), supprimant ainsi les barrières géographiques au commerce électronique, etc.

⁶ Le rapport Olivennes selon lequel les titulaires de droits pourraient demander aux Fournisseurs de Services Internet (FSI) de menacer les contrefacteurs présumés des droits de propriété intellectuelle (DPI) de suspendre leur accès à Internet.

⁷ Systèmes de «gestion des droits numériques» (*Digital Rights Management* en anglais)

Objectif Alimentation

Des aliments sûrs, sains et un étiquetage haut en couleur
pour lutter contre l'obésité

I. Aider les consommateurs à faire les bons choix alimentaires

Dans certains pays de l'Union européenne, plus de la moitié de la population adulte est en surpoids et un enfant sur cinq est obèse. Les maladies cardio-vasculaires sont à l'origine de près de la moitié de la mortalité totale en Europe et près d'un tiers de ces cas sont dus au régime alimentaire. Le diabète de type II, intimement lié lui aussi au régime alimentaire et à l'obésité fait également une entrée fracassante dans la liste des maladies en recrudescence. Si la solution au problème de l'obésité est multifactorielle, il n'en reste pas moins que l'alimentation y joue un rôle prépondérant.

D'autre part, même si de plus en plus de consommateurs prennent conscience du lien existant entre le contenu de leur assiette et leur santé, ils sont souvent désemparés lorsqu'ils se penchent sur les étiquettes des produits alimentaires : soit les informations nutritionnelles sont incomplètes, soit ils doivent faire face à une multitude d'étiquetages simplifiés à l'avant des paquets rendant difficile toute comparaison de produits.

Comment faire les bons choix dans ces conditions ?

Actions à entreprendre :

- Améliorer la disponibilité et l'accès aux produits sains pour tous les consommateurs, en accordant une attention particulière aux familles désavantagées.
- Rendre obligatoire un étiquetage nutritionnel complet à l'arrière du paquet sur les «8 grands» nutriments (protéine, énergie, graisse, acides gras saturés, hydrates de carbone, sucres, sel et fibre) ainsi que les acides gras trans.
- Imposer un étiquetage simplifié, facile à comprendre et à comparer, à l'avant du paquet sur les taux de nutriments critiques d'un point de vue de santé publique (graisses, graisses saturées, sucres et sel) contenus dans les produits. L'utilisation d'un code de couleurs multiples (vert, orange et rouge) permettrait de savoir d'un coup d'œil si la quantité de ces nutriments est faible, moyenne ou élevée et pourrait être complété par les repères nutritionnels journaliers (GDA).
- Améliorer la lisibilité des étiquettes, notamment quant à la taille des caractères et le contraste entre les lettres et le fond du paquet.
- Imposer l'étiquetage du pays d'origine non seulement aux aliments à ingrédients « uniques » mais également aux ingrédients « significatifs » et « caractérisants » des aliments composés de plusieurs ingrédients.
- Veiller au développement indépendant et transparent par l'AESA⁸ des profils nutritionnels devant servir de base à diverses politiques nutritionnelles. Ces profils permettront de déterminer quels aliments peuvent être promus comme étant sains, quelle couleur octroyer à tel niveau de nutriment sur une étiquette, ou encore quels aliments peuvent faire l'objet de publicités adressées aux enfants.

⁸ Autorité européenne de sécurité des aliments

Offrir une protection particulière aux enfants

D'après la Commission européenne, 14 millions d'enfants en Europe sont soit en surcharge pondérale, soit obèses. Les études de nos organisations membres montrent que la plupart des publicités pour des produits alimentaires (et boissons) ciblant les enfants vantent des produits riches en graisses, sucre ou sel. Or, les enfants sont fortement influencés par la fréquence et le contenu des messages publicitaires.

Cette publicité prend, par ailleurs, de plus en plus de formes déguisées : à côté des publicités « classiques » dans les magazines ou à la télévision, on en retrouve désormais sur internet, via le sponsoring de matériel sportif dans les écoles, dans le placement de produits au cinéma ou encore lors de concours par sms... La pression ainsi exercée sur les enfants - et leurs parents - en vue de leur faire consommer des aliments peu sains est inadmissible et va à l'encontre de toutes les déclarations faites par les décideurs européens en faveur de la lutte contre l'obésité.

Actions à entreprendre :

- Interdire la publicité à la télévision pour des aliments et des boissons riches en graisses, sucre ou sel avant 21h, en se basant sur les futurs profils nutritionnels devant être définis par l'AESA.
- Etendre les restrictions concernant la publicité pour les produits alimentaires adressée aux enfants à toutes les formes de techniques de marketing, présentes et futures (qu'elles soient ou non diffusées).
- Promouvoir l'adoption par l'industrie du « Code sur la commercialisation des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées auprès des enfants »⁹ proposé par Consumers' International, en attendant la mise en place au niveau européen d'une norme contraignante.

II. Maintenir le niveau de sécurité alimentaire le plus élevé possible

La politique européenne en matière d'hygiène des aliments d'origine animale basée sur le principe "mieux vaut prévenir que guérir" a permis à l'industrie d'améliorer la sécurité et la qualité de ses produits, et a contribué à restaurer la confiance des consommateurs après les scandales alimentaires qui ont secoué l'Europe dans les années 80-90. Grâce, entre autres, à l'application des principes HACCP¹⁰, l'Union européenne dispose d'une base fiable, scientifique et reconnue sur le plan international pour garantir à ses consommateurs la sécurité des aliments qu'ils achètent.

Sous la pression des Etats-Unis, la Commission propose d'autoriser l'utilisation de certaines substances chimiques pour le traitement antimicrobien des aliments d'origine animale. Cette proposition, si elle était adoptée, entraînerait un relâchement inacceptable des mesures d'hygiène appliquées lors de la production, du transport et de l'abattage notamment pour les produits importés. Souhaite-t-on vraiment en Europe que de bonnes pratiques d'hygiène tout au long de la chaîne alimentaire soient remplacées par une décontamination chimique en fin de parcours? La possible levée de l'interdiction d'importer de la viande de volaille américaine traitée avec des substances antimicrobiennes à base de chlorite a dès lors soulevé de graves inquiétudes.

Par ailleurs, de nouvelles technologies dans l'élevage et les processus de production alimentaire peuvent avoir un impact sur la sécurité alimentaire et si les consommateurs peuvent retirer des bénéfices de ces innovations, il ne faudrait pas que la compétitivité et l'innovation prennent le pas sur la sécurité et la santé publique.

⁹ Recommandations en faveur d'un Code relatif à la commercialisation des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées auprès des enfants, Consumers International, mars 2008

¹⁰ Le système HACCP consiste en l'analyse des risques et maîtrise des points critiques dans le domaine de l'hygiène des denrées alimentaires

Actions à entreprendre :

- Maintenir l'obligation pour toutes les entreprises alimentaires, y compris celles de taille modeste, d'appliquer les procédures basées sur les principes HACCP.
- Défendre le principe du respect de règles d'hygiène « de l'étable à la table » et refuser catégoriquement son remplacement par un traitement "chimique" en fin de production ; ne pas ouvrir les portes de l'UE au poulet chloré.
- Inclure dans la liste des « nouveaux » aliments tous ceux qui sont issus d'une technologie de production qui n'était pas utilisée précédemment, comme des aliments dérivés de plantes, produits par des méthodes d'élevage non traditionnelles ou modifiés par les nouveaux processus de production, tels que la nanotechnologie et la nanoscience.
- S'assurer que tous les nouveaux aliments subissent une évaluation de leur sécurité complète avant d'être autorisés sur le marché européen.
- Interdire le clonage animal à des fins de consommation alimentaire.

Objectif Services Financiers

Du dynamisme pour le marché intérieur des services financiers de détail

Il n'existe pas à ce jour de marché intérieur des services financiers de détail : il est aujourd'hui toujours quasi impossible d'ouvrir un compte courant ou un compte d'épargne simple dans un autre Etat membre si l'on n'en est pas résident. Il est impossible d'obtenir un crédit dans un autre Etat membre. Or, de grandes différences de tarifs dont pourraient bénéficier les consommateurs existent entre Etats membres. Par ailleurs, le secteur financier de détail ne fonctionne pas, loin s'en faut, dans un système de concurrence parfaite.

I. Favoriser la mobilité bancaire, tant au niveau national qu'europpéen

Les difficultés rencontrées par les consommateurs, lorsqu'ils souhaitent transférer leurs comptes vers un autre établissement sont de notoriété publique : coûts, complexité, défaut d'information et autres risques liés aux transferts des domiciliations foisonnent. La volonté de la Commission européenne de livrer la question de la mobilité bancaire à l'autorégulation est préoccupante si l'on se réfère à l'expérience relative au code de conduite européen en matière de crédit hypothécaire qui a clairement démontré les limites de la « soft law ». Ce futur code sera loin de couvrir tous les besoins des consommateurs.

Actions à entreprendre :

- Etendre le champ d'application du futur code pour ne pas le limiter au seul plan national et pour les seuls comptes courants et comptes d'épargne simples.
- Surveiller de près tant le contenu de ce code que son application effective.
- Imposer sans autre délai une initiative législative si rien ne change rapidement pour les consommateurs.

II. Imposer l'accès à un service minimum pour tous les consommateurs

L'exclusion financière est un problème pour de nombreux consommateurs européens, principalement dans les nouveaux Etats membres. Ils n'ont ainsi accès à aucun service financier de base (compte courant, produit d'épargne, assurance) et cela s'accompagne souvent d'une exclusion sociale. Il existe aussi une dimension européenne transfrontière à cette problématique : un citoyen qui veut s'établir à l'étranger doit souvent faire face à un véritable casse tête. Pour pouvoir ouvrir un compte bancaire dans un Etat, il faut y disposer d'une résidence ; mais pour pouvoir disposer d'un logement, en tout cas en tant que locataire, il faut souvent pouvoir fournir une garantie bancaire...

Actions à entreprendre :

- Entamer des travaux à dimension européenne visant à faire reconnaître le droit pour le citoyen d'avoir accès à des services financiers de base.

III. Faciliter les services de paiement

D'un manque d'information à des banques qui essaient d'échapper à leurs obligations en cas de vol de cartes, en passant par des frais excessifs sur les virements transfrontières, nous avons tous été confrontés au moins une fois à un problème avec notre fournisseur de services de paiement. Par ailleurs, les modes de paiement comme certaines cartes de débit/crédit ou les prélèvements automatiques ne sont pas encore utilisables partout en Europe comme ils le sont au niveau national (pas d'interconnexion).

Actions à entreprendre :

- Veiller à la bonne transposition et mise en œuvre de la directive sur les services de paiement qui vise à rendre :
 - les paiements nationaux et transfrontières raisonnablement bon marché, mais également sûrs et pratiques.
 - les paiements transfrontières aussi efficaces que les paiements nationaux.
- Veiller à ce que l'Espace unique de paiement en euros (SEPA) apporte aussi des avantages concrets aux consommateurs.
- Réorienter les discussions en cours au sein du Conseil européen des paiements sur les caractéristiques techniques et commerciales du prélèvement automatique pour répondre aux attentes des utilisateurs de ces moyens de paiement.

IV. Crédits hypothécaires

Contracter un prêt hypothécaire est, pour la plupart des consommateurs européens, la décision financière la plus importante de leur vie. La récente crise des « subprime » est venue rappeler la nécessité d'aborder cette question avec une extrême prudence. Force est aussi de constater qu'il n'existe pas de véritable possibilité pour le consommateur de faire appel au crédit hypothécaire de manière transfrontière.

Actions à entreprendre :

- Analyser la nécessité d'une intervention réglementaire sur les marchés européens des crédits hypothécaires de façon équilibrée et constructive.
- Evaluer les répercussions éventuelles d'un marché unique du crédit hypothécaire sur le bien-être des consommateurs européens.
- Prendre rapidement des mesures sur la question des intermédiaires afin de protéger au mieux les consommateurs et d'aplanir les divergences entre les législations régissant cette profession dans les différents États membres.

Objectif Révision de l'Acquis Consommateurs

Des règles protectrices claires et adaptables aux développements technologiques

La Commission européenne a lancé en 2007 la révision de huit directives "de protection des consommateurs"¹¹. Il est en effet important d'évaluer dans quelle mesure ces huit directives ont, dans la pratique, atteint les objectifs qu'elles s'étaient fixés. Pour ce faire, une approche mixte semble recueillir tous les suffrages : l'adoption d'une législation-cadre réglant les questions horizontales communes à l'ensemble des contrats de consommation et la révision si nécessaire des directives sectorielles. Il ne faudrait cependant pas que cette révision, dont le but est plus que louable, aboutisse paradoxalement à un affaiblissement des normes protectrices des consommateurs. Une généralisation du principe de l'harmonisation maximale (des règles identiques dans tous les Etats membres, sans que ces derniers ne puissent aller plus loin dans la protection accordée) pourrait en effet mettre à mal la protection offerte actuellement aux consommateurs de nombreux Etats membres. Par ailleurs, l'acquis est bien plus vaste que les directives concernées et cette révision devrait impliquer l'examen de tous les instruments communautaires de droit privé ayant un impact sur les contrats à la consommation. Les incohérences entre les obligations d'information précontractuelle de la directive sur les ventes à distance et la directive sur le commerce électronique sont par exemple flagrantes. En outre, la directive sur la vente à distance des services financiers n'est pas couverte par cette révision et le secteur financier, qui arrive pourtant dans le trio de tête des plaintes reçues par nos membres, pourrait même se voir exclu de l'application des prochaines mesures législatives.

Actions à entreprendre :

- Adopter un instrument horizontal harmonisant les différentes définitions clés et prévoyant :
 - Une définition unique et commune des termes « consommateurs » et « professionnel ».
 - Un délai de rétractation, d'au moins 14 jours calendaires, ne débutant que lorsque toutes les informations appropriées ont été fournies.
 - Une approche cohérente dans le domaine des obligations d'information précontractuelle.
 - L'introduction d'un régime de responsabilité conjointe et solidaire du vendeur et du producteur.
- Actualiser les directives sectorielles en :
 - élargissant leur champ d'application afin de tenir compte des nouveaux produits et services sur le marché ainsi que des changements de comportements des consommateurs,
 - en tenant compte des développements technologiques.
- Adopter comme principe fondateur de la révision le concept d'harmonisation minimale et évaluer, au cas par cas, la meilleure adéquation d'une harmonisation maximale : celle-ci est acceptable dans la mesure où elle se fonde sur un niveau élevé de protection des consommateurs et où elle prévoit une révision régulière afin de permettre de tenir compte de l'évolution des marchés de consommation.
- Rejeter catégoriquement l'application du principe de reconnaissance mutuelle ou du principe du pays d'origine qui pourrait entraîner un affaiblissement de la protection des consommateurs dans l'UE.
- Permettre, dans le cadre de cette révision, une réelle adaptation des droits reconnus aux consommateurs à l'environnement numérique, auquel ces derniers sont de plus en plus confrontés dans la vie quotidienne.

¹¹ Il s'agit des directives sur le timeshare, les voyages à forfait, l'indication des prix, les garanties, la vente à distance, la vente à domicile (porte-à-porte), les clauses abusives et les actions en cessation.

L'Action de Groupe ou comment faire de nos droits une réalité

Comme on vient de le voir, il y a de nombreux secteurs où les consommateurs ont besoin d'une action réglementaire pour mettre un terme aux abus dont ils sont victimes. Les nouvelles méthodes de communication présentent d'ailleurs à cet égard des défis auxquels il est urgent de s'attaquer.

Mais si le renforcement des législations existantes est une condition nécessaire à l'amélioration de la situation des consommateurs, elle n'est cependant pas suffisante ; il faut pouvoir mettre en œuvre les droits ainsi définis.

Or, très souvent, les coûts d'une action en justice sont supérieurs aux dédommagements que les consommateurs pourraient recevoir lorsqu'ils sont victimes de biens ou de services défectueux, voire dangereux. Qui tenterait une action dans ces conditions ?

Une action de groupe européenne est donc indispensable pour permettre à de nombreux consommateurs d'obtenir réparation pour un dommage similaire occasionné par un même commerçant. Dans les pays où une telle action existe, son efficacité n'est plus à démontrer ; il faut maintenant que tous les consommateurs puissent en bénéficier. Par ailleurs, et contrairement à ce que ses détracteurs tentent de faire croire, elle n'apporte aucun nouveau droit aux consommateurs : Elle leur offre seulement de nouveaux moyens pour les mettre en œuvre. Par conséquent, elle n'impose aucune charge supplémentaire aux entreprises. Bien au contraire, à côté des avantages offerts aux consommateurs, l'action de groupe favorisera également les entreprises qui respectent les règles du jeu. Tout ceci démontre que l'Europe a besoin et est prête pour une action de groupe !

Actions à entreprendre :

- Définir et mettre en place au plus vite une action de groupe européenne pour les infractions aux règles de protection des consommateurs afin
 - de minimiser les coûts d'un procès pour les consommateurs et les défendeurs ;
 - de réduire l'encombrement des tribunaux ;
 - de réduire les inégalités entre les consommateurs résidant dans les divers Etats membres selon que ces pays prévoient ou non un tel mécanisme ;
 - de permettre aux entreprises de surmonter les difficultés dues à l'existence de différents types de recours selon les Etats membres qui peuvent conduire à une distorsion du marché ;
 - d'améliorer le fonctionnement du marché intérieur : les consommateurs auront ainsi plus confiance dans les achats transfrontières.

- Soutenir la mise en place d'une action de groupe européenne pour les victimes de pratiques anticoncurrentielles reconnaissant le droit à l'indemnisation de toutes les victimes de telles pratiques.

- (AT) Arbeiterkammer
- (AT) Verein für Konsumenteninformation
- (BE) Test Achats – Test Aankoop
- (BG) Bulgarian National Consumers Association
- (CH) Fédération Romande des Consommateurs
- (CY) Cyprus Consumers' Association
- (CZ) Sdružení Obrany Spotřebitelů České Republiky
- (DE) Stiftung Warentest
- (DE) Verbraucherzentrale Bundesverband
- (DK) Forbrugerrådet
- (EE) Eesti Tarbijakaitse Liit
- (ES) Confederación de Consumidores y Usuarios
- (ES) Organización de Consumidores y Usuarios
- (FI) Suomen Kuluttajaliitto
- (FI) Kuluttajat-Konsumenterna ry
- (FI) Kuluttajavirasto
- (FR) Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie
- (FR) Organisation Générale des Consommateurs
- (FR) UFC – Que Choisir
- (GB) National Consumer Council
- (GB) Which?
- (GR) Ένωση Καταναλωτών η Ποιότητα της Ζωής – ΕΚΠΟΙΖΩ
- (GR) Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδος
- (GR) Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών – ΚΕΠΚΑ
- (HU) Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület
- (IE) Consumers' Association of Ireland
- (IS) Neytendasamtökin
- (IT) Altroconsumo
- (LU) Union Luxembourgeoise des Consommateurs
- (LV) Latvijas Patērētāju interešu aizstāvības asociāciju
- (MK) Organizacija na Potrosuvacite n Makedonija
- (MT) Għaqda Tal-Konsumaturi
- (NL) Consumentenbond
- (NO) Forbrukerrådet
- (PL) Federacja Konsumentów
- (PL) Stowarzyszenie Konsumentów Polskich
- (PT) Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor
- (RO) Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România
- (SE) Sveriges Konsumenter
- (SI) Zveza Potrošnikov Slovenije
- (SK) Združenie Slovenských Spotrebiteľ'ov

beuc

The European Consumers' Organisation
Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Avenue de Tervueren, 36 bte 4
B-1040 Bruxelles
Tél : +32 (0)2 743 15 90
Fax: +32 (0)2 740 28 02
consumers@beuc.eu
www.beuc.eu



Les activités du BEUC sont en partie financées par le budget de l'Union européenne

