



< 5%

de tous les livres en vente dans l'UE sont accessibles aux aveugles ou malvoyants



16%

Les restrictions budgétaires sur les contrôles alimentaires au Royaume-Uni ont fait chuter les inspections des étiquettes de plus de 16%



57%

des conseils en investissement ne répondent pas aux besoins des consommateurs européens



83%

des citoyens de l'UE souhaitent l'étiquetage des aliments issus de la descendance de clones



24%

des ménages en Europe ont leur contenu Internet bloqué en partie

Élections du Parlement européen 2014

MANIFESTE ÉLECTORAL DU BEUC

Pour une politique européenne ambitieuse en faveur des consommateurs



90%

des consommateurs veulent savoir d'où vient leur viande



1,3€ MD

ont fait l'objet de fraudes à la carte bancaire dans la zone euro en 2012



97%

des filets de poulet testés aux Pays-Bas sont porteurs de bactéries résistantes aux antibiotiques.



58%

Moins de 3 consommateurs sur 5 sont satisfaits de leur fournisseur en électricité

Publié en avril 2014 par le BEUC, Bruxelles, Belgique. Toute reproduction, totale ou partielle, doit mentionner le titre et attribuer les droits d'auteur à l'éditeur cité ci-dessus.

© Texte 2014. Tous droits réservés.

The European Consumer Organisation

Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Europäischer Verbraucherverband
Rue d'Arlon, 80 Bte 1
B - 1040 Bruxelles



Co-financé par l'Union européenne

Élections du Parlement européen 2014

MANIFESTE ÉLECTORAL DU BEUC

Pour une politique européenne ambitieuse en faveur des consommateurs

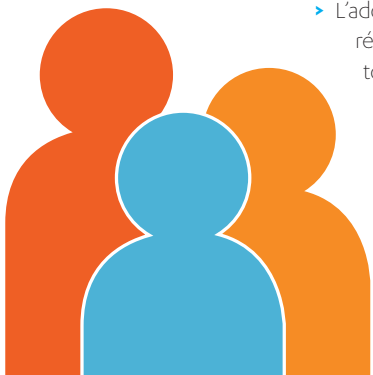


LA POLITIQUE DES CONSOMMATEURS EN EUROPE – LE CONTEXTE

1. Retour sur cinq années de décisions politiques

Au cours des cinq dernières années, le Parlement européen a voté de nombreux règlements et directives touchant le quotidien des consommateurs. De nombreuses lois adoptées par le Parlement européen apporteront des avantages tangibles aux consommateurs.

- ▶ Une proposition inappropriée de directive sur les droits des consommateurs a été transformée en une loi qui offrira une meilleure protection aux consommateurs lors de leurs achats en ligne dans l'UE.
 - ▶ Si le Parlement n'a pas adopté un étiquetage nutritionnel obligatoire sur le devant des emballages, un règlement sur les informations alimentaires destinées aux consommateurs a intégré des dispositions sur la lisibilité et a rendu les informations nutritionnelles obligatoires. Le pays d'origine sera étiqueté pour la viande fraîche, avec la possibilité que cela soit étendu à l'avenir à la viande utilisée comme ingrédient et à d'autres produits.
 - ▶ Une directive sur les prêts hypothécaires va améliorer les informations précontractuelles lorsque les consommateurs compareront les informations sur les crédits habitation. La directive établit un droit général au remboursement anticipé du crédit.
 - ▶ Le Parlement européen a introduit des mesures strictes pour renforcer la pharmacovigilance, garantir la sécurité du consommateur et améliorer les informations aux consommateurs sur les avantages et les risques des produits pharmaceutiques.
 - ▶ La directive sur l'efficacité énergétique aidera les consommateurs à contrôler leur consommation d'énergie et à agir pour réduire celle-ci, leur permettant ainsi de faire des économies dans le respect de l'environnement.
- ▶ L'adoption d'une loi européenne visant l'introduction de la résolution extra-judiciaire des litiges de consommateurs dans toute l'Europe facilitera l'accès à la justice.
 - ▶ À cela s'ajoutent également diverses mesures pour empêcher l'adoption du traité ACTA qui aurait eu un impact négatif sur les droits de propriété intellectuelle et la protection des données personnelles, de même qu'un rapport très ambitieux visant la protection de la santé humaine face aux perturbateurs endocriniens.



2. Le marché unique européen n'est toujours pas une réalité

Si les points évoqués ci-dessus ont le potentiel de changer positivement la vie des gens, nos membres restent méfiants quant aux avantages visibles que le marché unique européen a apportés aux consommateurs.

Les domaines mis en évidence ci-après sont ceux pour lesquels nous accompagnerons le travail des députés européens. La réalité de l'expérience du marché unique telle que vécue par les consommateurs devrait guider les députés européens au moment de prendre des décisions.

Des droits sur le papier, mais pas dans la réalité

> Le mantra est souvent entendu mais n'en est pas moins vrai, les lois européennes ne sont réellement efficaces qu'à condition d'être mises en œuvre au niveau national. Par conséquent, il est essentiel que les consommateurs puissent revendiquer leurs droits et que les autorités en charge de la mise en œuvre aient la volonté et les ressources de veiller à une protection efficace des droits des consommateurs. Or, les consommateurs individuels hésitent encore trop souvent à se tourner vers les tribunaux en raison du coût élevé et des nombreuses formalités que suppose le système judiciaire. Des alternatives moins onéreuses et tout aussi efficaces font souvent défaut, en particulier lorsqu'il s'agit de transactions transfrontalières.

Pour que les consommateurs puissent réellement bénéficier des droits qui leur sont accordés, la mise en application doit être intensifiée et l'accès à la justice et aux recours amélioré.



16%

(Enquête publiée par Which? le 14 janvier 2014)

Les restrictions budgétaires sur les contrôles alimentaires au Royaume-Uni ont fait chuter les inspections des étiquettes de plus de 16%

Manque de soutien officiel à la politique de consommation et aux organisations de consommateurs

> Nos membres témoignent de la manière dont la crise financière et les restrictions budgétaires compliquent encore un peu plus la tâche des autorités et des régulateurs en charge de la protection des consommateurs pour contrer les impacts négatifs de la défaillance du marché ou des pratiques commerciales abusives. Les autorités chargées de l'inspection alimentaire, par exemple, ont moins d'effectifs qu'auparavant pour effectuer leur travail¹.

Les organisations de consommateurs sont également confrontées à des réductions budgétaires, à un manque de soutien public ou – en particulier dans les États membres les plus récents – à un manque général de compréhension et de soutien pour la politique de consommation de la part des responsables politiques et des autorités².

¹ Syndicat National des Inspecteurs en Santé Publique Vétérinaire, 2010.

² <http://beuc.eu/beuc-network/cese>

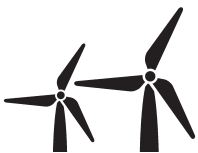
Responsabilisation ou surabondance d'informations ?

- Il existe une tendance au niveau politique qui consiste à dire que lorsque les consommateurs reçoivent les bons outils et les bonnes informations, ils doivent être capables de faire le « bon » choix et, au final, d'influencer les marchés par leur force collective. Toutefois, l'actuelle surabondance d'informations, la complexité croissante des marchés, les conditions de vie et des informations souvent incompréhensibles – petits caractères, conditions contractuelles à rallonge, etc. – compromettent les chances du consommateur de faire des choix en bonne connaissance de cause.

La simplification des informations essentielles, une meilleure utilisation politique des résultats des sciences comportementales et une utilisation intelligente des filtres de choix comme les sites de comparaison des prix sont autant de solutions susceptibles de simplifier nos vies.

Services et secteurs essentiels les plus problématiques et services de base de plus en plus inabordables

- Nos membres nous disent que les secteurs les plus essentiels pour le bien-être des consommateurs sont aussi les plus problématiques. Une observation que confirme un simple regard au Tableau de bord des consommateurs de la Commission européenne³. En tête de liste des préoccupations des consommateurs figurent les services financiers, le logement, le chauffage, l'électricité, les services de téléphonie mobile, l'accès à internet et le carburant pour véhicules.



58%

Moins de 3 consommateurs sur 5 se disent satisfaits de leur fournisseur en électricité

Un autre facteur préoccupant est que les consommateurs s'inquiètent de la hausse constante des coûts⁴. De petites hausses des factures énergétiques ou des prix des denrées alimentaires peuvent avoir un impact important sur les budgets déjà serrés des ménages. Par ailleurs, la crise financière et économique touche durement de nombreux consommateurs, plus dans certains États membres que d'autres. La politique des consommateurs doit refléter cette nouvelle réalité, intégrer le principe d'accessibilité tarifaire et éviter toute discrimination vis-à-vis des consommateurs vulnérables, en particulier les bas revenus.

Marchés libéralisés en dessous des attentes

- La politique de libéralisation dans de nombreux secteurs a été vantée auprès du public comme un gage de baisse des prix, de meilleur fonctionnement des marchés et de

³ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/docs/monitoring_consumer_markets_eu_2012_en.pdf

⁴ <http://www.which.co.uk/news/2013/09/cost-of-living-tops-the-agenda-for-consumers-333126/>

choix plus large pour les consommateurs. Or, il est devenu évident au fil des années que la libéralisation des marchés ne signifie pas automatiquement plus de concurrence et que dans de nombreux secteurs libéralisés, les consommateurs ressentent au contraire des marchés encore plus concentrés et des oligopoles de plus en plus puissants.

Ceci est plus particulièrement évident sur le marché énergétique où, malgré de multiples mesures législatives européennes, les bénéfices de marchés réellement concurrentiels et favorables aux consommateurs se font toujours attendre⁵.

Des stratégies commerciales peuvent empêcher les consommateurs de faire leurs achats à l'étranger

- Les consommateurs sont souvent confrontés à des barrières artificielles mises en place par les entreprises pour empêcher les achats à l'étranger.

Ceci est particulièrement le cas dans l'environnement en ligne où la technologie est utilisée pour rétablir des barrières malgré l'absence naturelle de frontières dans l'environnement numérique. Une technique consiste par exemple à n'autoriser l'accès des consommateurs qu'au portail national d'une entreprise en fonction de la localisation de leur adresse IP ou à leur refuser l'accès à des services spécifiques. Les crédits hypothécaires ou produits de pension sont généralement inaccessibles aux non-résidents. De telles pratiques réduisent injustement le choix du consommateur ou le discriminent en vertu de son lieu de résidence. Les commerçants ne devraient pas pouvoir dresser de barrières injustifiées privant les consommateurs des avantages du marché unique. Le refus de fournir un service ne peut être justifié que par des raisons objectives clairement définies.

Réglementation intelligente : un joli nom avec effets secondaires graves

- Réduire les fardeaux administratifs ou réglementaires inutiles est devenu un véritable credo au sein de l'UE et de nombreux États membres. Du point de vue du consommateur, le cadre réglementaire de l'UE n'entrave pas le développement du marché unique, mais est bénéfique pour le développement de nos entreprises et des citoyens européens.

Les députés européens doivent être vigilants face aux tentatives de réduire les normes de sécurité, les règles de protection des consommateurs et la protection contre la pollution sous le prétexte de soi-disant « soutenir la croissance et l'emploi ». S'ils peuvent générer certains coûts pour une partie des entreprises, les avantages économiques globaux pour l'économie européenne sont souvent bien plus grands, que ce soit en matière de réglementation financière, de normes d'émissions de CO₂ ou de surveillance des marchés.

⁵ 'Pour un bon fonctionnement du marché intérieur de l'énergie'. Une évaluation de la réalité des communications de la Commission européenne par le BEUC : <http://beuc.eu/publications/2013-00283-01-e.pdf>

PRIORITÉS DES CONSOMMATEURS POUR LA LÉGISLATURE 2014-2019

1. Alimentation

a) État des lieux :

Les consommateurs s'attendent à ce que la nourriture dans leur assiette soit sûre et de bonne qualité. Cela n'est toutefois pas toujours le cas, comme l'ont encore montré de récents scandales sanitaires. La sécurité alimentaire ne peut être considérée comme acquise et une vigilance constante s'impose afin que les consommateurs européens puissent avoir confiance dans leur alimentation. Par ailleurs, alors que les nouvelles technologies peuvent potentiellement être une source d'avantages pour les consommateurs, elles doivent être suivies de près dans la mesure où elles peuvent aussi présenter certains risques pour la santé.

Pour le BEUC, les consommateurs doivent être en mesure d'effectuer des choix en connaissance de cause - que ce soit en ayant des informations claires et compréhensibles sur les emballages alimentaires ou en veillant à ce que les allégations de santé sur les produits alimentaires soient scientifiquement étayés. Les groupes vulnérables comme les enfants ne peuvent pas être la cible marketing d'aliments riches en matières grasses, en sel et en sucre.



90%

des consommateurs
veulent savoir d'où
vient leur viande



83%

des citoyens de l'UE
souhaitent l'étiquetage
des aliments issus de
la descendance de
clones



97%

des filets de poulet
testés aux Pays-
Bas sont porteurs de
bactéries résistantes aux
antibiotiques

b) Priorité essentielle des consommateurs :

La confiance des consommateurs dans leur nourriture, et dans la viande en particulier, est très fragile et les récents événements dans ce domaine risquent de la mettre à mal de manière permanente. La pression pour le lavage de la volaille à la javel (comme aux États-

Unis, bien que rejeté par l'UE pour le moment), le lavage de la viande à l'acide lactique (adopté fin 2012), la pression pour autoriser de la nourriture issue de la progéniture d'animaux clonés sans étiquetage minent la confiance des consommateurs dans leur nourriture.

Au cours des cinq prochaines années, le Parlement européen pourra avancer des mesures concrètes pour que les consommateurs retrouvent confiance dans leur nourriture. Voici quatre des nombreuses mesures concrètes possibles :

- ▶ **L'extension de l'étiquetage de l'origine** à la viande utilisée comme ingrédient dans les plats préparés. Les consommateurs veulent connaître l'origine de leur nourriture. La récente crise de la viande de cheval a mis en évidence la longueur et la complexité de la chaîne alimentaire, avec de nombreux intervenants ignorant la provenance de leurs ingrédients. L'étiquetage de l'origine inciterait l'industrie à savoir d'où proviennent les ingrédients qu'elle utilise dans ses produits alimentaires.
- ▶ En matière de **clonage**, la majorité des consommateurs ne veulent pas manger de nourriture provenant d'animaux clonés ou de leur descendance. Toutefois, si l'UE maintient son intention d'ouvrir le marché à de tels produits, le consommateur devra au moins être en mesure de choisir si les produits qu'il achète proviennent ou non d'animaux clonés ou de leur descendance.
- ▶ **Résistance antimicrobienne.** Diverses études estiment à 25.000 le nombre de patients mourant chaque année dans l'UE des suites d'une infection bactérienne résistant aux antibiotiques⁶. L'existence d'un lien entre la résistance des bactéries zoonotiques d'origine alimentaire et les antibiotiques utilisés chez les animaux est largement reconnue. La révision du règlement sur la santé animale, de la législation sur les aliments médicamenteux et de la législation sur la médecine vétérinaire doit intégrer la définition d'objectifs et de délais concrets pour la réduction de l'utilisation d'antibiotiques et une interdiction de l'utilisation d'antibiotiques critiques dans l'élevage d'animaux. Il est également important d'interdire sur les animaux l'utilisation d'antibiotiques cruciaux pour la médecine humaine, tout comme d'interdire l'utilisation préventive d'antibiotiques dans l'élevage de bétail.
- ▶ La mise à jour des mesures sur les **contrôles officiels** pour garantir des contrôles transparents, des inspections indépendantes et une application plus stricte contribuera à restaurer la confiance du consommateur dans la nourriture et la chaîne alimentaire.

c) *Autres demandes :*

D'autres lois importantes sur l'alimentation sont en préparation ou retardées depuis longtemps. Nous vous demandons d'adopter une législation sur :

- ▶ **Les profils nutritionnels :** cet élément essentiel du règlement sur les allégations nutritionnelles et de santé doit identifier les aliments pouvant être accompagnés d'une allégation nutritionnelle et de santé. Sans profils, de telles allégations peuvent

⁶ http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/docs/communication_amr_2011_748_en.pdf

toujours apparaître sur des produits alimentaires riches en sel, en matières grasses et/ou en sucre et par conséquent induire les consommateurs en erreur sur le caractère globalement sain d'un produit.

- Comme tous les autres aliments, les **compléments alimentaires végétaux** – comme les capsules de ginkgo ou la poudre de ginseng – peuvent être assortis de toutes sortes d'allégations de santé. Seulement, la législation européenne n'exige pas qu'ils soient soumis à la même évaluation scientifique rigoureuse que les autres aliments 'normaux'. Les allégations botaniques doivent être évaluées et les allégations trompeuses retirées du marché.

2. Services financiers

a) État des lieux :

Plus de cinq ans après la faillite de Lehman Brothers, le nombre de scandales et de dysfonctionnements graves au niveau des institutions financières n'a semble-t-il pas encore atteint ses limites. Même si plusieurs lois ont été adoptées ou sont en préparation au niveau de l'UE et des États membres, les consommateurs restent très inquiets par rapport à leurs emprunts, leurs économies et leurs pensions. En outre, même si certains États membres ont revu leurs mécanismes de supervision financière, de nombreuses autorités de surveillance, là où elles existent, ont été incapables de détecter et traiter les risques de produits toujours plus complexes ou de pratiques déloyales et préjudiciables pour les consommateurs. Le mandat limité des autorités de surveillance européennes les empêche de faire réellement la différence pour une meilleure protection des consommateurs. La crise économique a également mis de plus en plus de ménages dans l'incapacité de payer leurs dettes, conduisant ainsi parfois à des situations désespérées.



57%

des conseils en investissement ne répondent pas aux besoins des consommateurs européens



1,3€ MD

ont fait l'objet de fraudes à la carte bancaire dans la zone euro en 2012

b) Priorité essentielle des consommateurs :

Les cinq dernières années de crise financière ont clairement montré ce qui manquait au secteur financier : des produits et des services qui correspondent aux besoins réels des consommateurs.

Nous observons sur le marché des pratiques de prêts « prédatrices », plus particulièrement vis-à-vis des consommateurs les plus vulnérables (prêts Pay Day, taux usuraires), des prêts hypothécaires en devises étrangères, des mesures d'exécution forcée, des pratiques

scandaleuses de recouvrement de dettes, des produits d'investissement risqués vendus à des consommateurs désireux de protéger leurs actifs, des frais cachés ou très complexes, des produits complexes en général et un manque de conseil indépendant. Ces pratiques ne correspondent pas au besoin du consommateur de pouvoir accéder à des produits financiers abordables et sûrs. L'une des raisons est liée aux incitants ou aux pratiques de rémunération du personnel bancaire. Un autre aspect concerne l'application incorrecte de la protection des consommateurs dans l'UE, et le manque de moyens suffisants des régulateurs pour aider le marché.

Pour remédier à cette situation, nous demandons au prochain Parlement de traiter les problèmes spécifiques suivants :

- ▶ **La supervision des services financiers** varie sensiblement d'un État membre à un autre, ce qui conduit trop souvent à une faible protection du consommateur. La surveillance financière au profit des consommateurs demande un minimum d'harmonisation. L'UE doit adopter des mesures pour garantir l'existence d'autorités de protection financière des consommateurs puissantes et indépendantes dans chaque État membre, coopérant sous l'égide d'une autorité de surveillance européenne solide mandatée explicitement pour la protection du consommateur de services financiers.
- ▶ **Rémunération & conseil indépendants** : les conflits d'intérêts au niveau des conseils fondés sur des commissions débouchent souvent sur de mauvaises décisions qui s'avèrent très préjudiciables pour les consommateurs. Les commissions, objectifs de vente et plans de rémunération peuvent inciter les conseillers ou vendeurs à chercher d'abord leur propre intérêt financier avant celui du consommateur. Prévenir les conflits d'intérêts passe par le renforcement des conseils indépendants. Les conseillers indépendants ne doivent jamais être rémunérés par l'émetteur de produits d'investissement. À un stade ultérieur, nous demandons l'interdiction des avantages financiers en matière de conseils.
- ▶ **Surendettement** : ce problème majeur nécessite des mesures à la fois préventives et correctives - lutte contre les pratiques de prêt « prédatrices » ; restructuration des remboursements des prêts lorsque les consommateurs sont confrontés à une perte de revenus pour éviter les saisies ; établissement d'une procédure en cas de faillite personnelle dans toute l'UE.

c) Autres demandes :

Nous vous encourageons également à travailler sur les points suivants :

- ▶ Mise à jour du règlement sur **les paiements transfrontaliers** pour y intégrer les transactions hors euro au sein de l'UE/EEE.
- ▶ **La directive sur l'intermédiation en assurance** doit contenir des dispositions claires afin d'éviter que le consommateur ne soit abusé par des assurances inutiles et puisse ainsi économiser de l'argent.

3. Droits des consommateurs

a) État des lieux :

La révision de l'acquis législatif pour le consommateur, qui a commencé voici près de 10 ans, n'a toujours pas été finalisée : la directive de 2011 sur les droits des consommateurs ne couvre pas l'élément important des garanties légales et ne contient pas de règles modernes sur les produits numériques. Les droits des consommateurs lors de l'achat de produits numériques sont manifestement trop flous. La législation sur les pratiques commerciales déloyales et les exigences quant aux informations aux consommateurs doit être appliquée de manière plus cohérente et l'application des droits des consommateurs doit être renforcée partout dans l'UE.

L'approche proposée par la Commission européenne pour la modernisation et l'harmonisation du droit des contrats de vente consiste à adopter une législation alternative facultative, que ce soit dans le domaine des droits des consommateurs, des assurances ou des services de cloud computing. Ce n'est pas une solution pour les consommateurs européens qui ont besoin d'une législation moderne et solide applicable à tous les commerçants et pas seulement à ceux qui en ont fait le choix.

b) Priorités essentielles des consommateurs :

Les droits de garantie pour le consommateur, qui prévoient l'échange, la réparation ou le remboursement d'un produit défectueux, n'existent trop souvent que sur papier. En plus de cela, les consommateurs de la plupart des pays de l'UE n'ont pas de droit à la garantie au-delà de deux ans après la livraison du produit. Ceci est particulièrement important lorsqu'il s'agit de promouvoir l'utilisation de produits durables (comme les appareils ménagers, les appareils de communications, les voitures) et d'adopter un style de vie plus durable.

Les consommateurs ont droit à une garantie légale. Le Parlement devrait se concentrer sur l'amélioration des garanties légales et rendre leur exercice plus facile, y compris à travers de meilleures solutions lorsque des produits durables sont défectueux.

**LES
CONSOmmATEURS
CRAIGNENT DE
FAIRE LEURS ACHATS
EN LIGNE POUR
PLUSIEURS RAISONS**



62%
craignent
une fraude
potentielle

59%
ne savent
pas comment
réagir en cas
de problème

49%
craignent des
problèmes de
livraison

C'est pourquoi nous demandons aux députés européens :

- ▶ De faire en sorte que les consommateurs puissent mieux utiliser leurs droits de garantie et par conséquent de mettre à jour la **Directive de 1999 sur les ventes aux consommateurs et les garanties légales**. En réalité, le droit de garantie ne protège pas suffisamment les consommateurs. D'une manière générale, après 6 mois, les commerçants n'honorent pas souvent le devoir de garantie en raison de l'incapacité du consommateur à prouver que le produit était défectueux dès le départ. Cela réduit alors la loi de garantie de 2 ans à 6 mois en pratique.
- ▶ **D'étendre la durée de la période de garantie**. La période de garantie de 2 ans ne tient pas compte du fait que les biens durables doivent durer plus longtemps, conformément aux attentes raisonnables des consommateurs. Une période de garantie plus longue inciterait les fabricants à augmenter la durée de vie de leurs produits.
- ▶ **De se pencher sur la question de l'obsolescence programmée**⁷. La révision prochaine de la **Directive sur l'éco-conception** doit être élargie pour couvrir des produits n'utilisant pas d'énergie et rendre la fixation de critères de durabilité obligatoire.

c) *Autres demandes :*

D'autres points méritent également que l'on s'y attarde. Nous demandons ainsi plus particulièrement aux députés européens de se pencher sur ce qui suit :

- ▶ Pour permettre aux consommateurs d'obtenir une indemnisation dans les situations de préjudice ou de perte collectif(ve), des procédures légales s'imposent pour les cas nationaux et transfrontaliers. Le **recours collectif** permettrait à un certain nombre de consommateurs de lancer conjointement une action en justice pour obtenir une indemnisation pour les dommages découlant de la même source.
- ▶ Une meilleure coopération entre les autorités nationales chargées de l'application de la législation à travers une révision du **règlement relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs (CPC)** qui pourrait conduire à une approche plus efficace des infractions paneuropéennes et des pratiques commerciales déloyales.
- ▶ La **directive sur les pratiques commerciales déloyales** doit être mieux appliquée et mise en œuvre de manière plus cohérente partout dans l'UE, et soutenue par des orientations générales.
- ▶ **Voyages à forfait** : les protections légales pour les vacanciers qui réservent des voyages à forfait doivent être modernisées afin de répondre aux attentes des consommateurs sur un marché plus complexe, avec de nouveaux produits et de nouvelles technologies.

⁷ Comme l'a révélé une étude de la Stiftung Warentest en septembre 2013, l'augmentation des ventes à travers une faible durée de vie des produits repose sur 3 grands principes : 1) les caractéristiques de conception rendent les réparations impossibles (par ex. batteries des smartphones qui ne peuvent pas être remplacées), 2) les frais de réparation sont trop élevés pour en faire une option intéressante pour les consommateurs ou 3) les pièces de rechange ne sont souvent pas disponibles.

- > En matière de **contrats d'assurance**, toute initiative de l'UE devrait offrir à tous les consommateurs un niveau de protection très élevé et être obligatoire, non pas facultative dans le chef des assureurs.

4. Droits numériques

a) État des lieux :

Internet est devenu un outil réellement incontournable dans la vie commerciale, personnelle et professionnelle de plus en plus de consommateurs européens. Alors que ce nouvel environnement ne cesse de prendre de l'importance, il est bon de rappeler que les consommateurs méritent autant de protection en ligne qu'hors ligne.

Internet offre des possibilités quasiment illimitées en termes d'accès aux connaissances, à la culture, aux produits et aux services. Mais malgré ce caractère sans limite, les consommateurs sont confrontés à des restrictions d'accès en fonction de leur nationalité ou pays. Ils devraient avoir accès à un marché dynamique d'offres respectueuses et abordables pour le contenu musical et audiovisuel partout en Europe.



**+50% ÉTEIGNENT
LEUR DISPOSITIF**

Plus de la moitié des consommateurs européens désactivent leur itinérance des données lorsqu'ils voyagent au sein de l'UE



24%

des ménages en Europe ont leur contenu Internet bloqué en partie



< 5%

de tous les livres en vente dans l'UE sont accessibles aux aveugles ou malvoyants

Pour que les consommateurs puissent récolter les fruits de l'ère du numérique, l'accès aux réseaux et services télécoms doit être garanti. Un marché unique des télécoms devrait répondre aux attentes des consommateurs, stimuler la concurrence et préserver leurs droits. L'ouverture et la neutralité d'Internet doivent être préservées et les consommateurs doivent bénéficier de contrats transparents et loyaux. Les frais de roaming (itinérance) doivent être supprimés.

b) *Priorité essentielle des consommateurs :*

La discrimination en ligne doit cesser. Les consommateurs cherchant à acheter du contenu numérique comme des livres électroniques en ligne ne sont pas traités de la même manière que les consommateurs de produits tangibles. Les consommateurs sont soumis à une certaine forme de discrimination à la fois en termes d'accès au contenu numérique en ligne (de nombreuses boutiques en ligne ne sont accessibles qu'aux

résidents de leur propre pays) et d'utilisation une fois qu'ils l'ont acquis (interdiction de transférer le contenu acquis légalement d'un produit numérique vers un autre appareil). De plus, les consommateurs n'ont pas les mêmes recours partout en Europe contre les commerçants en cas de produit numérique défectueux.

Une récente étude de la Commission a montré que le préjudice des consommateurs dans l'UE pour les achats de contenu numérique s'élevait à 64 milliards d'euros par an⁸.

Nous demandons instamment aux députés européens d'agir en faveur d'un véritable marché numérique unique en modernisant les points suivants de la législation :

- ▶ La **directive sur la société de l'information**, qui définit les utilisations autorisées de produits numériques acquis légalement, doit veiller à ce qu'il n'y ait pas de restrictions à l'usage sur la base d'interprétations abusives des droits d'auteur.
- ▶ Les recours du consommateur contre le commerçant en cas de défaut de conformité sont définis par la **directive sur les ventes aux consommateurs**. Cette loi doit être mise à jour d'urgence pour y intégrer les produits numériques.
- ▶ Même si la **directive sur les services** interdit la discrimination vis-à-vis des consommateurs sur la base de leur nationalité et de leur lieu de résidence, force est de constater que les consommateurs se voient souvent refuser l'accès en raison de leur lieu de résidence ou de leur nationalité.

c) Autres demandes :

Les points précités amélioreraient sensiblement l'expérience des consommateurs par rapport au marché numérique. Les autres points à aborder sont les suivants :

- ▶ Le droit à la protection des données personnelles ne doit pas être érodé ou miné simplement parce qu'il est devenu plus facile ou plus rentable de le briser dans l'environnement numérique. En ce qui concerne le **règlement sur la protection des données**, les membres du Parlement européen devraient poursuivre le travail du précédent Parlement pour faire en sorte que les consommateurs européens puissent bénéficier d'un cadre sain avec des principes solides, des droits forts et une mise en œuvre efficace.
- ▶ Les consommateurs européens méritent un vrai **marché unique des télécoms** sans barrières artificielles entre les pays de l'UE. Les consommateurs doivent pouvoir utiliser des services de communications quel que soit l'endroit où leur interlocuteur ou eux-mêmes se trouvent dans l'UE, sans devoir faire face à des frais non justifiés. Un niveau élevé de protection des consommateurs doit être garanti dans la mesure où de trop nombreux abus existent encore. Dans une société toujours plus interconnectée et numérique, la préservation de l'avenir d'internet en Europe nécessite de garantir le droit des consommateurs à accéder à un internet ouvert sans discrimination.

⁸ Étude économique pour la Commission, publiée en décembre 2011

PARTENARIAT TRANSATLANTIQUE DE COMMERCE ET D'INVESTISSEMENT (TTIP)

Durant le prochain mandat, la Commission européenne demandera au Parlement européen de ratifier un accord commercial avec les États-Unis, à savoir le Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (TTIP).

Un accord de libre-échange pourrait être bénéfique pour les consommateurs en accentuant la pression sur le marché pour améliorer les produits et les services, en réduisant les prix, en augmentant le choix ou en intensifiant la collaboration sur la sécurité des produits et des aliments des deux côtés de l'Atlantique. Mais cela ne peut se faire aux dépens de l'environnement réglementaire existant en vertu duquel les consommateurs européens font confiance, entre autres, à la nourriture, aux médicaments, aux biens de consommation et aux ventes sur internet.

Le TTIP n'est pas un accord commercial usuel se limitant à discuter la réduction des droits de douane. Cet accord porte sur des questions réglementaires et des barrières commerciales non-tarifaires. Il est essentiel que les relations commerciales orientées vers la suppression des barrières au commerce reposent sur le niveau le plus élevé de respect des intérêts du consommateur. L'une des priorités est de définir la protection des consommateurs non pas comme un obstacle au commerce, mais plutôt comme un atout pour développer des relations commerciales saines et avant tout stables des deux côtés de l'Atlantique.

1. Nos critères

Nous croyons qu'un accord visant la convergence réglementaire ne sera acceptable que s'il se base sur les normes les plus élevées de protection des consommateurs et autres domaines comme l'environnement, les travailleurs et la santé, tout en laissant aux partenaires commerciaux l'autonomie suffisante pour adopter des protections non-discriminatoires plus fortes. Cela signifie qu'un accord de libre-échange ne doit pas empêcher les États-Unis, l'UE et ses pays membres de maintenir, d'adopter ou d'appliquer dans le futur des normes offrant un niveau de protection du consommateur plus élevé que celui requis par l'accord, y compris au vu de l'incertitude scientifique.

2. Transparence

La Commission européenne et le gouvernement américain demandent que les négociations commerciales se fassent à huis clos. Bien que la création par l'EU d'un

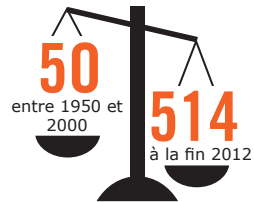
groupe consultatif de parties prenantes soit une avancée par rapport aux précédentes négociations, cela n'est pas suffisant pour rendre le processus complètement transparent. Les membres de ce groupe auront un accès limité aux textes des négociations et seront soumis à des règles de confidentialité strictes. De plus, ces textes resteront hors de portée des autres groupes de la société civile et des citoyens intéressés.

Alors que l'OMC, l'OMPI et la CCNUCC⁹ autorisent l'accès aux documents de négociation, cette possibilité d'apporter une contribution significative à la négociation est empêchée dans le cas du TTIP. Ce manque de transparence ne fait qu'alimenter la méfiance et le scepticisme par rapport aux véritables objectifs de cet accord commercial.

3. Résolution des conflits Investisseur-État

L'une des questions critiques du TTIP consiste à savoir s'il prévoira un processus de résolution des conflits privée à huis clos. Ce mécanisme de règlement des conflits investisseur-État (ISDS) permet aux investisseurs étrangers d'attaquer les autorités nationales ou européennes pour obtenir une indemnisation lorsqu'ils estiment que le potentiel de leur investissement (et les profits s'y rapportant) est bridé par des changements réglementaires ou politiques. En tant que défenseurs des consommateurs, nous sommes très préoccupés par le fait que les lois sur les consommateurs et les réglementations environnementales sont régulièrement contestées en tant que violations des « droits des investisseurs ».

NOMBRE DE CAS DE RÈGLEMENT DE DIFFÉRENDS ENTRE INVESTISSEURS ET ÉTATS



L'ISDS permet aux entreprises de demander une indemnisation aux contribuables s'élevant à des centaines de millions de dollars et pèse ainsi potentiellement sur les dépenses publiques des États. L'ISDS peut avoir un effet dissuasif important, en particulier auprès des petits pays qui pourraient hésiter à adopter une législation protégeant les consommateurs ou toute autre matière par peur d'être attaqués par de grandes sociétés.

Les plaintes sont traitées à huis clos dans des tribunaux d'arbitrage non mandatés, contournant les systèmes judiciaires nationaux. Les possibilités d'appel ou d'annulation des décisions sont très limitées. De nombreux arbitres recrutés auprès des avocats d'affaires sont tantôt « juges » et tantôt parties, créant d'inévitables conflits d'intérêts.

Le TACD, dialogue transatlantique des consommateurs qui regroupe 80 organisations de consommateurs européennes et américaines, et le BEUC recommandent que les États-Unis et l'UE excluent la résolution des conflits Investisseur-État de tout accord commercial¹⁰.

⁹ Organisation mondiale du Commerce, Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, et Convention-Cadre des Nations Unies sur les Changements Climatiques.

¹⁰ <http://tacd.org/ttip-policy-statements/>

NOTRE PRINCIPE TRANSVERSAL : LA DURABILITÉ

La crise économique et climatique associée à la montée en flèche du coût de la vie illustrent le besoin d'une politique des consommateurs qui développe de nouvelles solutions améliorant la qualité de vie des générations actuelles et futures. Une manière d'y parvenir consiste à faire « plus avec moins », à savoir garantir une meilleure efficacité des ressources et un style de vie plus intelligent.

Les modèles de consommation et de production plus durables apportent des solutions intéressantes pour sortir de la crise financière actuelle à travers une influence positive sur l'innovation. La crise n'est pas un argument pour continuer à adopter des modèles de consommation non durables. Il s'agit au contraire d'une opportunité pour apporter les changements ô combien nécessaires aux modèles traditionnels de production et de consommation.

Faire des choix « verts » ne doit pas être réservé exclusivement aux consommateurs aisés et éduqués, mais doit devenir de plus en plus facile et abordable. Les consommateurs les plus vulnérables sont souvent ceux qui polluent le moins parce qu'ils n'ont pas les moyens de voyager vers des destinations exotiques ou conduisent des voitures plus petites. Dans le même temps, ils ne peuvent pas bénéficier dans la même mesure des produits et services durables comme la nourriture bio, le double vitrage ou les machines à laver A+++ puisqu'ils sont souvent plus chers.

De grandes choses peuvent être réalisées en consommant différemment, pas nécessairement moins, pourvu que des modèles commerciaux innovants soient mis en place :

- Promouvoir des produits plus durables et encourager les réparations ;
- Concepts tels que « du berceau au berceau » ou « zéro déchets » ;
- Utiliser des services plutôt que d'acheter des produits.

ÉMISSIONS DES VÉHICULES

Réduire les émissions de CO₂
à 95 g/km peut permettre
d'économiser jusqu'à 465€
d'essence par an



Faire des choix « verts » ne doit pas être réservé exclusivement aux consommateurs aisés et éduqués

Nous appelons le Parlement européen à changer le cadre légal et commercial de manière à offrir un éventail plus large de produits et services durables à des prix abordables pour tous les consommateurs. Les normes juridiques et les programmes budgétaires et d'information sont des mesures complémentaires. La taxation environnementale au point de vente peut constituer un signal fort pour faire des choix plus durables. Les informations sur les produits aident les consommateurs à décider de leurs achats en étant mieux informés. Une révision des directives d'étiquetage pour les voitures et les appareils ménagers offrira des opportunités appropriées à cet égard.



48%

des Européens déclarent ne pas faire confiance aux allégations de performance environnementale sur les produits

Même si des outils d'information et de taxation mieux conçus devraient aider à augmenter la demande pour les produits durables, la durabilité ne sera pas animée par le seul choix des consommateurs. L'intervention des gouvernements, par ex. sous la forme de normes d'écoconception pour les produits ou de normes d'émissions de CO₂ pour les voitures, est essentielle pour promouvoir l'adoption de produits et de styles de vie plus durables.

AUTRES POINTS ESSENTIELS MÉRITANT DE L'ATTENTION

Une législature de 5 ans est largement suffisante pour apporter des changements significatifs dans le quotidien des consommateurs. Voici les objectifs à atteindre d'ici 2019 dans d'autres domaines que ceux détaillés auparavant :

- > **Les consommateurs sont protégés par des autorités disposant de ressources suffisantes pour veiller à ce que leurs droits existent dans la réalité et pas seulement sur papier** : les autorités en charge de l'application des lois ont besoin de plus de ressources et de compétences réelles pour examiner les plaintes des consommateurs et ont le pouvoir d'enquêter sur les défaillances du marché et de les corriger. La coordination européenne des efforts de mise en application doit être renforcée pour traiter efficacement les infractions transfrontalières au niveau de l'UE.
- > **Tous les consommateurs en Europe bénéficient d'un accès identique à des soins de santé sûrs, efficaces et innovants et possèdent les outils pour jouer un rôle actif dans les décisions concernant leur santé** : les patients veulent avoir leur mot à dire dans les décisions concernant leur santé et doivent avoir les moyens de le faire. À une époque où la population vieillit et les frais de soins de santé augmentent, l'accès des consommateurs à des traitements sûrs et efficaces doit être garanti.
- > **Les consommateurs ne recevront des produits et des services sûrs que s'il existe un cadre législatif européen ambitieux sur la sécurité des produits et la surveillance des marchés** : les consommateurs sont exposés à trop de produits dangereux. Davantage d'efforts doivent être fournis au niveau européen et national pour retirer efficacement de tels produits des rayons avant qu'ils ne touchent les consommateurs. Cela permettra de garantir la santé et la sécurité de même que des conditions de marché loyales dans le marché interne. L'UE doit aussi s'accorder sur un cadre légal couvrant la sécurité des services.

LE RAPEX A RAPPELÉ

plus de 2.300 produits dangereux
en 2013



- > **Les politiques énergétiques de l'UE doivent être abordables :** la hausse des coûts énergétiques menace le niveau de vie des citoyens européens. Compte tenu de l'ampleur des investissements nécessaires pour moderniser les infrastructures et atteindre les objectifs en matière de climat et d'énergie, les politiques européennes doivent intégrer les principes d'accessibilité financière, de fiabilité, de simplicité, de protection et de responsabilisation et éviter toute discrimination vis-à-vis des consommateurs vulnérables. Les politiques doivent rassurer les consommateurs sur le fait qu'elles leur offrent le meilleur choix pour chaque euro dépensé.
- > **Les consommateurs doivent pouvoir profiter pleinement et en toute sécurité des avancées technologiques :** les avancées technologiques doivent améliorer le niveau de vie des consommateurs, répondre à leurs besoins et attentes et tenir compte du vieillissement de la société.



190€ MDS

ont été dépensés en
médicaments
dans l'UE en 2010

- > **La société doit tirer profit d'un mouvement du consommateur fort au niveau national et européen :** le rôle du mouvement du consommateur devrait être reconnu au niveau européen et national et conduire à des mesures de financement durables là où c'est nécessaire, à soutenir le renforcement de leurs capacités et à amplifier leur présence en tant qu'interlocuteurs des décideurs.

Le rôle du mouvement du consommateur devrait être reconnu au niveau européen et national.



MEMBRES DU BEUC 2014



- AT** Verein für Konsumenteninformation - VKI
- AT** Arbeiterkammer - AK
- BE** Test-Achats/Test-Aankoop
- BG** Bulgarian National Association Active Consumers - BNAAC
- CH** Fédération Romande des Consommateurs - FRC
- CY** Cyprus Consumers' Association
- CZ** Czech Association of Consumers - dTest
- DE** Verbraucherzentrale Bundesverband - vzbv
- DE** Stiftung Warentest
- DK** Forbrugerrådet
- EE** Estonian Consumers Union - ETL
- EL** Association for the Quality of Life - E.K.PI.ZO
- EL** Consumers' Protection Center - KEPKA
- ES** Confederación de Consumidores y Usuarios - CECU
- ES** Organización de Consumidores y Usuarios - OCU
- FI** Kuluttajaliitto - Konsumentförbundet ry
- FI** Kilpailu- ja kuluttajavirasto - KKV
- FR** UFC - Que Choisir
- FR** Consommation, Logement et Cadre de Vie - CLCV
- HU** National Association for Consumer Protection in Hungary - OFE
- HU** National Federation of Associations for Consumer Protection in Hungary - FEOSZ
- IE** Consumers' Association of Ireland - CAI
- IS** Neytendasamtökin - NS
- IT** Altroconsumo
- IT** Consumatori Italiani per l'Europa - CIE
- LU** Union Luxembourgeoise des Consommateurs - ULC
- LT** Alliance of Lithuanian Consumers' Organisations
- LV** Latvia Consumer Association - LPIAA
- MK** Consumers' Organisation of Macedonia - OPM
- MT** Għaqda tal-Konsumaturi - CA Malta
- NL** Consumentenbond
- NO** Forbrukerrådet
- PL** Federacja Konsumentów - FK
- PL** Stowarzyszenie Konsumentów Polskich - SKP
- PT** Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor - DECO
- RO** Association for Consumers' Protection - APC Romania
- SE** The Swedish Consumers' Association
- SI** Slovene Consumers' Association - ZPS
- SK** Association of Slovak Consumers - ZSS
- UK** Which?
- UK** Consumer Futures



De la sécurité de notre nourriture aux conseils financiers, en passant par la protection de nos données personnelles au coût des véhicules propres - l'UE touche directement la vie quotidienne des consommateurs. Ce manifeste expose les attentes du BEUC envers le Parlement européen 2014-2019.



La Voix des Consommateurs en Europe

Rue d'Arlon, 80 Bte 1
B - 1040 Bruxelles
Tel: +32 2 743 15 90
www.beuc.eu