



Les 8 Priorités du BEUC pour la Présidence Tchèque



Le BEUC demande à la Présidence tchèque de restaurer la confiance des consommateurs dans les marchés

La République Tchèque se voit confier la Présidence de l'Union à un moment crucial pour les consommateurs et les citoyens. Les marchés mondiaux ont été sévèrement ébranlés au cours des derniers mois. La confiance des consommateurs est essentielle pour venir à bout de cette crise majeure. Alors que des décisions ont été prises pour sauver les entreprises et l'emploi, les consommateurs attendent toujours la preuve que des mesures suffisantes seront prises pour restaurer leur confiance dans le fonctionnement des marchés, et en particulier dans le domaine des services financiers.

Un certain nombre de dossiers importants seront à l'ordre du jour de la Présidence tchèque et seront déterminants pour veiller à ce que:

- les consommateurs aient suffisamment d'informations pour suivre un régime alimentaire sain;
- la question du marketing agressif des aliments mauvais pour la santé soit traitée;
- davantage soit fait quant à la sécurité des produits de consommation et en particulier concernant les produits chimiques dangereux ou les effets inconnus des nanotechnologies;
- la question de la publicité déguisée pour les médicaments soit traitée;
- l'énergie soit abordable et que des biens et des services de consommation plus « durables » soient garantis à un prix abordable;
- Les règles actuelles sur les achats de consommation soient remises au goût du jour et renforcées aussi bien dans le monde réel que dans le monde numérique;
- plus de voies de recours soient offertes lorsque les choses tournent mal ;
- la confiance des consommateurs soit restaurée dans la sécurité des produits financiers.

Gardant ceci à l'esprit, nous avons identifié 8 principaux domaines de préoccupation que nous décrivons dans ce document ainsi qu'un grand nombre de propositions concrètes pour la Présidence tchèque. Au cours des six prochains mois, le gouvernement tchèque sera responsable de la conduite des discussions et des négociations sur ces dossiers. Le BEUC¹ et son membre tchèque, Sdruzeni Obrany Spotřebitelu (SOS), demandent au Président de la République, au Premier Ministre et aux membres du gouvernement de reprendre ces priorités à leur compte et de mesurer concrètement la manière dont leur programme apportera des bénéfices aux consommateurs.

¹ Le BEUC, Bureau Européen des Unions de Consommateurs, est une fédération représentant 42 organisations nationales et indépendantes de consommateurs de plus de 30 pays européens y compris la majorité des nouveaux Etats membres. Notre membre tchèque est SOS Sdruzeni Obrany Spotřebitelu.

Objectif Contrats de consommation

Des règles renforcées pour protéger adéquatement les consommateurs tant dans le monde réel que numérique

En octobre 2008, la Commission européenne a adopté une proposition de directive sur les droits contractuels des consommateurs, qui a pour objectif de réviser quatre directives de protection des consommateurs², de sorte à les fusionner en un instrument horizontal unique. L'ambition est de simplifier et de compléter les règles existantes sur les contrats conclus entre les entreprises et les consommateurs achetant des produits ou des services, et de retirer ainsi les pleins bénéfices du marché intérieur.

L'harmonisation minimale (en vertu de laquelle les Etats membres sont capables de maintenir ou d'adopter des règles de protection plus strictes) aurait généré des règles différentes dans les divers Etats membres, décourageant ainsi le commerce transfrontière: il serait trop compliqué pour les commerçants de s'adapter aux différentes règles nationales de protection des consommateurs. La Commission propose dès lors d'abandonner cette approche pour la remplacer par une harmonisation maximale (où les Etats membres perdraient la possibilité d'adopter ou de maintenir des normes plus strictes que celle prévues dans l'instrument de l'UE). Selon cette proposition, l'introduction d'une harmonisation maximale dans le domaine de la législation de protection des consommateurs est nécessaire pour développer le commerce transfrontière encore trop limité, et promouvoir la confiance des consommateurs.

En réalité, il n'y a pas que les barrières juridiques qui empêchent les consommateurs de faire leurs achats en dehors de leur pays: il y a également des difficultés relatives à la langue, des hésitations dues au fait que si le produit se révèle défectueux, les consommateurs doivent porter plainte à distance auprès d'un fournisseur étranger, un manque de voies de recours transfrontières ou des craintes quant à la protection de leur sécurité et de leurs données sur Internet.

Selon nous, les consommateurs européens ne devraient pas avoir à payer le prix de la perte de leurs normes nationales essentielles de protection des consommateurs en échange d'une approche « taille unique » de protection moyenne superficiellement attirante, qui est principalement dans l'intérêt des entreprises.

Le fait de vouloir remédier à certaines incohérences de la législation actuelle est louable (en ce compris une définition commune du "consommateur" et du "professionnel" qui fourniront la même protection quels que soient les moyens de communication utilisés ou le pays où a lieu la transaction), mais une mise à jour plus en profondeur de la législation existante de protection des consommateurs serait la bienvenue, en particulier en ce qui concerne l'environnement numérique. Vu le manque de confiance des consommateurs dans le shopping en ligne, il est plus important que jamais de veiller à ce que les consommateurs soient adéquatement protégés et que leurs droits soient effectivement respectés.

² Directive concernant les contrats négociés en dehors des établissements commerciaux (85/577), Directive concernant les clauses abusives (93/13), Directive en matière de contrats à distance (97/7), and Directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation (1999/44).

Actions à entreprendre :

- Veiller à ce que la prochaine directive ne réduise pas les droits des consommateurs, mais au contraire les renforce, en établissant un niveau élevé de protection des consommateurs guidé par les "meilleures pratiques" des divers Etats membres.
- Rejeter catégoriquement l'introduction du principe de reconnaissance mutuelle ou du principe du pays d'origine, étant donné que son application mènerait à plus d'incertitude et viendrait stopper l'évolution des normes de protection des consommateurs au sein de l'UE.
- Si une harmonisation maximale est envisagée, veiller à ce qu'elle:
 - soit faite à un niveau élevé de protection qui répond aux attentes des consommateurs européens;
 - ne s'applique qu'aux domaines où il est démontré que l'existence de différentes règles nationales crée des barrières au commerce transfrontière.

Si ces conditions ne sont pas remplies, une harmonisation maximale ne se justifie pas:

- Adapter l' « acquis consommateurs » actuel à l'environnement numérique.
- Examiner soigneusement les conséquences potentiellement négatives d'une future scission entre la législation de protection des consommateurs (qui s'applique lorsque, par exemple, un consommateur achète une voiture chez un concessionnaire automobile) et la législation générale sur les contrats (lorsque, par exemple, un consommateur achète une voiture à son voisin). La législation contractuelle générale, contrairement à la législation relative aux droits contractuels des consommateurs, pourrait, elle, évoluer librement et serait aisément adaptable aux nouveaux développements du marché.

D'autres demandes concrètes pouvant améliorer la proposition:

- Améliorer les règles proposées en matière de clauses contractuelles déloyales: en l'état, elles remettent en cause une jurisprudence efficace et depuis longtemps établie, ainsi que les listes plus exhaustives de clauses contractuelles déloyales existantes dans certains Etats membres. Il existe un risque pour certains Etats membres, que des clauses contractuelles considérées comme déloyales (et donc interdites) devraient dans le futur être acceptées.
- Améliorer les dispositions sur les garanties légales: en l'état, elles réduiraient les choix des consommateurs quant aux remèdes en cas de défectuosité d'un produit et introduiraient une obligation pour le consommateur de notifier un produit défectueux dans une courte période, ce qui n'est pas le cas, à l'heure actuelle, dans de nombreux Etats membres.
- Veiller à ce que les besoins particuliers des consommateurs défavorisés soient couverts, en particulier concernant les informations fournies.
- Introduire une période de rétractation d'au moins 14 jours, ne débutant que lorsque toutes les informations ont été fournies au consommateur.
- Supprimer les exemptions vastes et injustifiées de certains droits, comme par exemple, le droit de rétractation pour une location de voiture et les services de loisirs achetés à distance.

Objectif Numérique et Télécoms

**Permettre aux consommateurs de jouer un rôle central
au sein d'un marché numérique sûr, juste et concurrentiel**

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont changé de manière significative les habitudes de consommation et représentent de plus en plus une part importante du budget des ménages. Bien que ces technologies offrent aux citoyens un outil indispensable pour accéder à l'information et participer à la vie de tous les jours, elles donnent également naissance à la violation de bons nombres de droits fondamentaux.

Le cadre réglementaire pour les télécommunications est un secteur prioritaire pour les organisations de protection des consommateurs.

I. Des marchés de télécommunications qui profitent aux consommateurs

a) La révision de la réglementation sur le roaming (itinérance): une opportunité à ne pas rater

Grâce à l'adoption du règlement sur le roaming vocal en 2007, un terme a été mis aux abus concernant le coût de l'utilisation des téléphones portables à l'étranger. Avec la révision de ce règlement, présentée en septembre 2008, la Commission Européenne souhaite veiller à ce que les consommateurs n'aient pas peur d'utiliser les sms et les services de « data roaming » (itinérance des données) en ramenant les prix plus près des coûts réels et en prévoyant une information préalable du consommateur.

Actions à entreprendre:

- Réduire davantage les prix plafonds du roaming afin qu'ils reflètent plus les coûts.
- Informer automatiquement les consommateurs des prix des sms et du transfert de données lorsqu'ils souscrivent leur contrat ainsi que lorsqu'ils commencent à utiliser le roaming.
- Adopter, pour les SMS, des prix de gros et de détail liés aux coûts.
- Adopter des prix de gros et de détails pour les autres services de données qui protègent les consommateurs contre des prix trop élevés.

b) Le Paquet Télécom : une chance de garantir la concurrence

La mise à jour du cadre réglementaire devrait garantir une concurrence saine et mener ainsi à une baisse significative des prix de détail et à une meilleure qualité de services. Une des conditions préalables à un marché réellement concurrentiel est la possibilité pour les consommateurs de changer facilement d'opérateur. La portabilité du numéro a dès lors été une initiative saluée, mais elle ne servira à rien si les consommateurs sont liés par des contrats de longue durée. Un autre critère essentiel est la transparence des tarifs qui, pour la majorité des consommateurs, sont toujours difficiles à comprendre et quasiment impossibles à comparer. Enfin, une plus grande attention devrait être accordée au principe de "neutralité du réseau" ; de plus en plus, les fournisseurs de service Internet, les opérateurs télécoms et les fournisseurs de contenu fusionnent de manière verticale et

coopèrent afin de pouvoir être techniquement capables de limiter l'accès au contenu, aux services ou aux applications qui pourraient être en concurrence avec les leurs. Il est crucial 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 les menaces inhérentes d'abus de position dominante au sein des industries de réseaux.

Actions à entreprendre:

- Améliorer la transparence des offres et des prix disponibles au sein du marché et permettre aux consommateurs de changer facilement d'opérateurs sans être bloqués par des contrats de longue durée ou par de longs délais de mise en œuvre de la portabilité du numéro.
- Renforcer les pouvoirs de mise en œuvre ainsi que l'indépendance des autorités nationales de régulation et y garantir une représentation adéquate des consommateurs.
- Rendre obligatoire, au sein des contrats conclus par les consommateurs, des exigences de qualité.
- Veiller à ce que les réseaux de télécommunications et les prestataires de services garantissent aux abonnés le droit d'accéder, d'envoyer et de recevoir tout contenu et d'utiliser tout service ou application sans discrimination par rapport au fournisseur de ces derniers.

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

Les technologies numériques ont donné naissance à de nouvelles manières de promouvoir, d'acheter et de recevoir des biens et des services. Il n'y a pratiquement aucun domaine de la consommation qui ne soit affecté par le développement rapide des technologies modernes d'informations et de télécommunications. Internet est également un moyen essentiel d'accéder à la connaissance et aux services en ligne (comme les administrations ou les services de santé) ainsi qu'au débat public et démocratique. Il est dès lors essentiel que les droits des consommateurs soient réellement appliqués au monde numérique.

Action à entreprendre:

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

Les deux questions suivantes devraient figurer en bonne place à l'ordre du jour de la Présidence tchèque:

a) La protection des données personnelles et de la vie privée

Internet ouvre la porte à une violation potentielle sans précédent de la vie privée. Les nouvelles technologies (y compris le marketing comportemental) et les nouvelles plateformes de contenu numérique (comme par exemple les sites de réseaux sociaux) permettent notamment aux acteurs du secteur privé d'identifier des consommateurs en collectant et en utilisant leurs données personnelles à leur insu. Ces mêmes données sont également exposées aux crimes en ligne comme le vol ou le détournement d'informations sensibles. En outre, la technologie d'identification par radio fréquence (RFID) va être décisive dans le développement de "l'informatique omniprésente" également appelée "Internet des Objets" (l'intégration des technologies de l'information dans l'environnement et les objets courants). Le déploiement de cette technologie pourrait entraîner une série de conséquences négatives par rapport à la vie privée (par exemple localiser, cibler et « profiler » les consommateurs) et à la sécurité (par exemple le vol, les virus ou les espions électroniques).

Actions à entreprendre:

- Veiller à ce qu'un niveau élevé de sécurité et de protection de la vie privée soit la configuration par défaut des produits numériques (inclure les questions de vie privée et de sécurité lors de la conception).
- Imposer aux compagnies de prendre les mesures appropriées pour rendre les réseaux de télécoms sûrs et fiables.
- Veiller à ce que les fournisseurs d'accès à Internet offrent aux consommateurs la technologie nécessaire pour résoudre les problèmes relatifs à la sécurité et ce, à un prix raisonnable.
- Forcer les fournisseurs d'accès à Internet et les sociétés basées sur Internet qui traitent des données personnelles (comme par exemple les banques et les services de santé) d'informer les consommateurs de toute violation de sécurité.
- Offrir aux consommateurs des mécanismes de recours et de plaintes efficaces lorsque leurs données personnelles ont été compromises.
- Etablir un système général d'"opt-in" pour tous les types de communications commerciales automatiques (emails non sollicités/spams): les consommateurs devraient indiquer s'ils souhaitent en recevoir ou non.
- Imposer la transparence et le respect du choix des consommateurs dans l'utilisation de la technologie RFID.

b) Les droits de propriété intellectuelle et la « riposte graduée »

Nous reconnaissons pleinement la nécessité de garantir la protection des droits de propriété intellectuelle – en particulier sur Internet – et pour l'artiste d'obtenir une rémunération juste de son travail. Nous nous opposons toutefois à la solution vers laquelle la France semble se diriger à savoir la "riposte graduée" préconisée par le rapport Olivennes³. Les droits

³ Rapport selon lequel les détenteurs de droits d'auteur pourraient demander aux fournisseurs d'accès à Internet (ISPs) de menacer voire de suspendre l'accès à Internet des présumés auteurs d'infractions aux droits de propriété intellectuelle.

d'auteurs doivent être respectés mais il en va de même pour les principes élémentaires de protection des consommateurs comme le droit à des conditions de licences justes et les principes constitutionnels du respect de la vie privée et procédure équitable.

Actions à entreprendre:

- Reconnaître la distinction entre la contrefaçon ou le piratage et les pratiques menées par de nombreux consommateurs privés, dans leur maison, à petite échelle et sans motivation commerciale.
- Respecter les principes élémentaires de protection des consommateurs comme le droit à des conditions de licences justes et au respect de la vie privée et d'une procédure équitable.
- S'opposer à toute tentative d'introduire la responsabilité des fournisseurs d'accès à Internet en terme de contrôle et de sanction des violations des droits d'auteur: une telle mesure serait disproportionnée, inefficace et plus important encore, violerait certains droits fondamentaux tels que la présomption d'innocence, le droit à un procès équitable et à la protection des données personnelles. En outre, en pratique de nombreux effets pervers sont rapportés comme l'identification d'un ordinateur plutôt que d'une personne ou encore l'application de règles très strictes malgré le fait que la distinction entre téléchargement légal et illégal est loin d'être simple et ne peut être faite automatiquement. Soutenir l'adoption en deuxième lecture dudit "amendement 138" qui prévoit qu'aucune restriction ne puisse être imposée aux droits fondamentaux du consommateur d'une décision judiciaire préalable.
- Réfléchir à de nouveaux "business models" et mesures au niveau européen afin de permettre aux inventeurs ou créateurs d'œuvres intellectuelles – y compris les utilisateurs – de retirer des bénéfices légitimes et justes et de donner un caractère rentable à leurs œuvres; cela doit se faire sans pour autant traiter injustement les consommateurs dans l'exercice de leurs droits. A cet égard, de nombreuses possibilités créatives sont à explorer et développer comme le fait d'augmenter le nombre d'offres légales disponibles en ligne, d'adopter de nouveaux types de licences ou de financement, d'utiliser de technologies interopérables, etc.

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

a) Vers un marché de l'énergie compétitif

Le marché européen de l'énergie a été libéralisé depuis environ un an, et pourtant les consommateurs ne bénéficient toujours pas d'une réelle concurrence. Dans une étude consacrée au fonctionnement des marchés européens du gaz et de l'électricité publiée le 23 octobre⁴, les membres du BEUC ont, entre autres, identifié le manque de choix réel et des difficultés à changer d'opérateur comme des problèmes récurrents.

Si le choix est un droit fondamental des consommateurs, il implique qu'il existe une réelle concurrence sur le marché. C'est à cette fin que la Commission a proposé son troisième « Paquet Energie », actuellement en début de seconde lecture.

Actions à entreprendre:

- Veiller à ce que les autorités de régulation soient aussi puissantes que les sociétés, en leur donnant le pouvoir:
 - d'intervenir efficacement et de réguler les marchés nationaux, y compris via une réglementation des prix si nécessaire, dans le but de faire bénéficier les consommateurs des avantages du marché.
 - enquêter sur le fonctionnement des marchés nationaux, et ce de leur propre initiative et ce, suffisamment régulièrement.
- Veiller à ce que les autorités de régulation soient indépendantes et prennent des décisions impartiales.
- Séparer la propriété de la production de celle de la distribution d'énergie (également appelé "dégrouper le patrimoine total"), pour faciliter l'entrée de nouveaux fournisseurs sur les marchés européens.
- Veiller à ce que les offres sur le marché soient comparables et facilement accessibles pour les consommateurs, via des sites Internet et des calculateurs tarifaires.
- Veiller à ce que les délais pour changer de fournisseur ne dépassent pas un mois.

b) Consolider et mettre en œuvre les droits des consommateurs

Outre le manque de choix réel et les difficultés à changer de fournisseur, l'enquête du BEUC a également identifié des problèmes en termes de factures peu claires, de différences de prix selon les méthodes de paiement qui ne reflètent pas les coûts réels et des difficultés pour les consommateurs à faire valoir leurs droits. Ces résultats correspondent aux conclusions du rapport de l'ERGEG (le Groupe des Régulateurs Européens pour le gaz et l'électricité -) sur la transposition des droits des consommateurs, également publié en octobre 2008. Le droit à des factures plus claires et plus régulières et à des modes de paiement qui reflètent les coûts sont déjà inscrits dans les directives sur le gaz et l'électricité ainsi que celle sur les services liés à l'énergie.

⁴ Les résultats complets sont disponibles sur notre site www.beuc.eu

Nous avons tous besoin d'énergie et n'avons pas la possibilité de choisir de ne pas en utiliser, mais tous n'y ont pas accès. La pauvreté énergétique prend des proportions dramatiques.

De plus, le changement climatique et ses impacts incitent de nombreux consommateurs à vouloir changer leurs habitudes. Mais ces derniers ne pourront prendre des décisions en faveur d'une consommation plus 'durable' que si une information fiable est disponible, si les procédures pour changer de fournisseurs sont facilitées et si les prix sont abordables.

Actions à entreprendre:

- Laisser la Commission européenne développer des lignes directrices pour la mise en œuvre de l'annexe A des directives sur le gaz et l'électricité⁵.
- Renforcer et mettre en œuvre les droits consommateurs par le biais d'un instrument complet et obligatoire, telle qu'une « Charte de l'Énergie » (y compris le dédommagement en cas d'interruption de fourniture d'énergie, le droit à la représentation et un mécanisme de plainte facile à utiliser).
- Elargir de champ d'application des services universels.
- Veiller à ce que les consommateurs puissent choisir d'être informés sur leur consommation réelle, notamment via les compteurs numériques intelligents (Smart Meters).
- Rendre les factures compréhensibles et plus informatives pour les consommateurs. Évaluer la possibilité d'introduire un format de facture standardisé à l'échelle européenne.
- S'attaquer à la pauvreté énergétique, notamment en garantissant des tarifs sociaux aux groupes les plus vulnérables de consommateurs.

II. Promouvoir les choix durables grâce à des mesures et des outils efficaces.

a) Encourager une conception plus 'durable' des produits et le retrait des produits les moins durables du marché

De plus en plus de consommateurs sont prêts à acheter des produits plus durables, en particulier en termes d'efficacité énergétique, afin de minimiser leur impact sur l'environnement. Pour diminuer la consommation d'énergie en Europe et passer à l'ère de la durabilité, il est essentiel d'imposer à l'industrie des normes strictes et ambitieuses pour ses produits, et d'augmenter le nombre de produits durables disponibles sur le marché. Cependant, la directive sur l'éco-conception, qui définit les principes, conditions et critères quant aux exigences écologiques lors de la conception des produits, est limitée aux produits qui utilisent de l'énergie et à leur efficacité énergétique.

⁵ L'annexe A de la Directive 2003/54/CE et de la Directive 2003/55/CE définit une série de droits des consommateurs y compris la réception d'informations transparentes sur les prix applicables, les tarifs et les conditions standards, la mise à disposition d'un large éventail de choix de méthodes de paiement, le recours à des procédures transparentes, simples et peu onéreuses de traitement des plaintes des consommateurs, l'information sur le droit de résiliation du contrat lorsque les conditions contractuelles sont modifiées, la fourniture de gaz d'une qualité spécifique à un prix raisonnable et d'électricité à des prix raisonnables, facilement et clairement comparables et transparents.

Durant l'été 2008, la Commission a enfin proposé son Plan d'Action sur la Consommation et la Production Durables et sur la Politique Industrielle Durable.

Actions à entreprendre:

- Compléter le Plan d'Action et veiller à ce qu'il soit basé sur un juste équilibre entre des instruments économiques et juridiques. Il devrait impliquer tous les acteurs économiques, y compris l'industrie, les consommateurs et les gouvernements, et se combiner à l'établissement d'objectifs réglementaires ambitieux liés aux normes durables de produits.
- Etendre le champ d'application de la directive sur l'éco-conception à un plus grand nombre de produits, y compris des produits qui ne consomment pas d'énergie et n'ont pas d'influence sur la consommation en énergie, comme des vêtements ou des meubles. Outre l'efficacité énergétique, cette directive devrait prendre en compte tous les aspects environnementaux pertinents d'un produit tout au long de son cycle de vie, comme l'utilisation de matières premières ou de substances chimiques dangereuses, de même que sa durée de vie et son potentiel de recyclage.
- Elaborer des mesures d'éco-conception permettant d'éliminer régulièrement les produits non-durables des magasins, par exemple les produits consommant le plus d'énergie ou les moins performants d'un point de vue environnemental.
- Mettre en place une économie plus « durable », par le biais d'incitants fiscaux pour les producteurs et les consommateurs (réductions d'impôts, de TVA) et encourager les marchés publics écologiques (« green public procurement »).
- Promouvoir en particulier le rôle très important des détaillants en matière de "choice editing", à savoir le retrait des produits non- et moins durables de leurs rayons, en faveur de produits et services au contraire plus durables et ce, dans toutes les gammes de prix.

b) Promouvoir une information claire et objective sur les aspects liés à la durabilité des produits

Même si les consommateurs veulent se tourner vers des produits plus durables, le manque d'informations complètes, claires et objectives, ainsi que la prolifération de labels soi-disant verts et auto-proclamés par l'industrie, les empêchent souvent de passer à l'action.

L'étiquetage énergétique européen de A à G est l'un des systèmes qui contribue à pousser le marché vers le haut, vers des appareils ménagers plus efficaces d'un point de vue énergétique, notamment grâce à sa simplicité, sa transparence et sa facilité d'utilisation pour les consommateurs. Entre 97 et 99% des personnes interrogées lors d'une récente étude⁶ ont identifié la catégorie d'appareils "A" comme la plus efficace. Victime de son succès, avec à l'heure actuelle trop de produits classés au maximum de l'échelle, le système d'étiquetage est sur le point d'être revu par la Commission.

⁶ L'ANEC, le BEUC, Consumer Focus (organisation britannique de consommateurs anciennement connue sous le nom de UK National Consumer Council), le UK Energy Saving Trust et le Ministère en charge de l'Environnement, de l'Alimentation et des Affaires Rurales du Royaume-Uni (DEFRA) ont demandé à Ipsos MORI de réaliser une recherche empirique sur la perception par les consommateurs du système d'étiquetage énergétique de A à G.

Actions à entreprendre:

- Donner aux consommateurs la possibilité d'agir de façon plus durable lorsqu'ils achètent, utilisent et jettent des produits, en leur fournissant des outils faciles, tels que le label énergétique A-G. Cela signifie également qu'une plus grande cohérence est nécessaire entre les différents systèmes d'étiquetage européens (en particulier l'écolabel et le label énergétique).
- Reconnaître l'écolabel européen comme un label environnemental d'excellence, et promouvoir le lancement d'une campagne de sensibilisation visant à familiariser les consommateurs à ce dernier.
- Rendre le système d'étiquetage énergétique plus dynamique, afin qu'il puisse être aisément adapté aux nouveaux développements du marché (par exemple en mettant à jour les critères pour les différentes catégories), tout en maintenant impérativement le design actuel des étiquettes, avec les classes de A à G.
- Améliorer la surveillance et la mise en œuvre du système d'étiquetage énergétique et les normes liées au niveau national. Renforcer la surveillance du marché par les Etats membres par une action commune supervisée par la Commission européenne (par exemple, via des tests à l'improviste à l'échelle européenne).
- Promouvoir des produits et une façon de consommer plus durables par le biais de campagnes d'information plus ciblées.

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 simple compte d'épargne dans un autre État membre si l'on n'en est pas résident. Il est impossible d'obtenir un crédit dans un autre État membre. Or, de grandes différences de tarifs dont pourraient bénéficier les consommateurs existent entre États membres. Le secteur financier de détail ne fonctionne pas de façon compétitive, loin s'en faut.

Un climat général de méfiance s'est installé à cause de la crise financière actuelle. Un des principaux objectifs à ce jour devrait être de rétablir la confiance des consommateurs en garantissant un niveau de protection adapté.

I. 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 États membres. Ils n'ont ainsi accès à aucun service financier de base (compte courant, produit d'épargne, assurance), ce qui entraîne souvent l'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 pays, 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 :

- Reconnaître à l'échelle européenne au citoyen le droit d'avoir accès à des services financiers de base

II. 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 fonctionnels que les paiements nationaux.
- Veiller à ce que l'Espace unique de paiement en euros (SEPA) apporte des avantages concrets aux consommateurs.

- Garantir l'adoption d'un règlement sur les paiements transfrontières en euros qui étende le principe d'égalité des coûts entre les paiements transfrontières et les paiements nationaux par débits directs.

III. Crédits hypothécaires

Contracter un prêt hypothécaire est, pour la plupart des consommateurs européens, la décision financière la plus importante de leur vie. La crise des « subprimes » est venue rappeler la nécessité d'aborder cette question avec une extrême prudence. La crise financière actuelle a également mis en lumière la nécessité du prêt responsable.

Actions à entreprendre :

- Analyser la nécessité d'une intervention réglementaire sur les marchés européens des crédits hypothécaires de façon équilibrée et constructive.
- Évaluer 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.

IV. Systèmes de garantie des dépôts

En cette période où les marchés sont instables, une des plus vives préoccupations des épargnants est la sécurité des dépôts en cas de faillite de leur banque. Bien que de nombreux États membres aient déjà pris des mesures concernant la garantie de dépôts, il faut manifestement protéger tous les consommateurs européens et veiller à ce que le nouveau système fonctionne au niveau transfrontière.

Actions à entreprendre :

- Garantir l'adoption rapide d'une proposition de directive sur les systèmes de garantie de dépôts visant à:
 - Relever le niveau de garantie à 100.000 € minimum ;
 - Réduire le délai de remboursement à 3 jours ;
 - Supprimer la coassurance pour garantir en cas de problème que le consommateur soit totalement remboursé et qu'il ne doive pas encourir de perte.

Objectif Alimentation

Des aliments sûrs, sains et un étiquetage coloré 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 est dû au régime alimentaire. Le diabète de type II, intimement lié lui aussi au régime alimentaire et à l'obésité, est également en augmentation. Si la solution au problème de l'obésité est multifactorielle, il n'en reste pas moins que l'alimentation 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 sont confrontés 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 groupes défavorisés.
- Rendre obligatoire un étiquetage nutritionnel complet à l'arrière du paquet sur les «8 grands» nutriments (protéines, énergie, graisse, graisses saturées, hydrates de carbone, sucres, sel et fibres) 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. Un code de couleurs multiples (vert, orange et rouge) permettrait de savoir en 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 en ce qui concerne la taille des caractères et le contraste entre les lettres et le fond de l'emballage.
- Imposer l'étiquetage du pays d'origine non seulement aux aliments à ingrédients «uniques», mais également aux ingrédients en quantité importante et caractéristique dans les produits composés de plusieurs ingrédients.
- Veiller au développement indépendant et transparent par l'EFSA⁷ 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.

⁷ Autorité européenne de sécurité des aliments

II. La protection des enfants est une priorité

D'après la Commission européenne, 14 millions d'enfants en Europe sont soit en surpoids, 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, sucres ou sel.

Désormais, à côté des publicités « classiques » dans les magazines ou à la télévision, on en retrouve 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, sucres ou sel avant 21h, en se basant sur les profils nutritionnels devant être définis par l'EFSA.
- Étendre les restrictions concernant la publicité pour les produits alimentaires adressée aux enfants⁸ à toutes les formes de techniques de marketing.
- Promouvoir l'adoption par l'industrie du « Code sur la commercialisation des produits alimentaires et des boissons non-alcoolisées auprès des enfants » proposé par Consumers' International, en attendant la mise en place au niveau européen d'une norme contraignante.

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

Grâce au travail de l'EFSA et à l'application des principes HACCP⁹, l'Union européenne dispose d'une base fiable, scientifique et reconnue sur le plan international qui garantit aux consommateurs que les aliments qu'ils mangent sont sûrs.

Sous la pression des Etats-Unis, la Commission propose d'autoriser l'utilisation de certaines substances chimiques pour le traitement antimicrobien de la volaille. Cette proposition, si elle était adoptée, serait inacceptable puisqu'elle entraînerait l'application de mesures d'hygiène beaucoup moins contraignantes lors de la production, du transport et de l'abattage, notamment pour les produits importés.

Les nouvelles technologies dans l'élevage et les processus de production alimentaire peuvent avoir un impact sur la sécurité alimentaire. Même si les consommateurs peuvent bénéficier de ces innovations, la compétitivité et l'innovation ne doivent pas prévaloir sur la sécurité et la santé publique.

⁸ 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.

⁹ 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
- 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 de cultures non traditionnelles ou modifiés par de nouveaux processus de production, tels que la nanotechnologie et la nanoscience.
- Garantir la sécurité de tous les « nouveaux » aliments en les soumettant à une évaluation complète avant d'être autorisés sur le marché européen.
- Interdire le clonage animal à des fins de consommation alimentaire.

Objectif Action de Groupe

Ou comment faire de nos droits une réalité

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 garantis.

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.

Une action de groupe européenne est donc indispensable pour permettre à de nombreux consommateurs d'obtenir réparation pour un dommage similaire causé 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, 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 donner aux consommateurs accès à la justice lorsqu'un recours individuel n'est pas approprié ;
 - 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 États membres, puisque certains disposent d'actions de groupe et d'autres pas;
 - de permettre aux entreprises de surmonter les difficultés dues à l'existence de différents types de recours selon les États membres, ce qui peut 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.

Objectif Santé

Mettre en place une politique de santé cohérente et ambitieuse à l'échelle européenne

La santé est un droit de l'homme fondamental. Les décideurs doivent veiller à ce que la santé publique soit protégée et garantir l'accès à des services de santé efficaces et de haute qualité. Au niveau européen, les politiques relatives aux produits pharmaceutiques doivent être entièrement intégrées aux politiques de santé et la compétence en matière de médicaments doit passer sous la responsabilité de la DG Sanco en lieu et place de la DG Entreprises.

I. Une meilleure information en matière de santé

Les patients ont besoin d'une meilleure information sur les maladies, les options de traitement et les médicaments. Il est essentiel que cette information provienne de sources indépendantes et fiables. Elle ne devrait pas provenir directement de firmes pharmaceutiques dont les intérêts commerciaux sont en contradiction avec le droit des consommateurs à une information non biaisée et comparable. Afin d'aider les consommateurs à faire des choix éclairés, il est impératif de maintenir une distinction claire entre l'information et la publicité.

Actions à entreprendre:

Développer une stratégie d'information sur la santé qui:

- Soit basée sur une étude approfondie des besoins des consommateurs en matière d'information, sur la façon dont on y répond à l'heure actuelle et sur les améliorations possibles;
- Promeuve des sources d'information fiables;
- Permette aux consommateurs de choisir et comparer les médicaments et les différentes options de traitement;
- S'attaque aux inégalités en termes d'accès à l'information d'un point de vue de santé publique au sens large.

II. La sécurité des consommateurs par rapport aux effets secondaires

Les médicaments sauvent des vies mais peuvent également avoir des effets secondaires, dont l'issue peut parfois se révéler fatale. Afin d'assurer la sécurité des patients, un système de pharmacovigilance efficace, transparent et proactif est crucial.

Actions à entreprendre:

- Permettre aux consommateurs de signaler des effets secondaires directement aux autorités compétentes.
- Mettre en place des procédures de pharmacovigilance simplifiées et équilibrées, pourvues de règles strictes en cas de non-conformité, si la firme ne signale pas les effets secondaires, omet des informations dans le dossier de pharmacovigilance

(Pharmacovigilance System Master File) ou ne définit pas correctement toutes les parties du plan de gestion des risques.

- Entreprendre des recherches indépendantes et des études de sécurité post-approbation sur les effets potentiels à long terme des médicaments.
- Lancer des campagnes publiques d'information pour attirer l'attention sur l'importance de signaler les effets secondaires.

III. Médicaments contrefaits et sécurité des consommateurs

Les médicaments contrefaits peuvent être très dangereux pour la santé. Il est important que la chaîne d'approvisionnement des médicaments soit sûre, plus strictement surveillée et plus transparente.

Actions à entreprendre:

- Introduire des technologies de traçage sûres et ne générant pas de coût supplémentaire pour les consommateurs.
- Mettre en place des mesures spécifiques contre la vente illégale de médicaments sur Internet.
- Former les consommateurs concernant les risques posés par les médicaments contrefaits.
- Renforcer la coopération internationale.
- Imposer des sanctions plus lourdes aux contrefacteurs.

IV. Plus de certitude sur les droits des patients

Pour les consommateurs européens de plus en plus mobiles, il est essentiel de savoir quels sont leurs droits en matière de services de santé, et ce, tant dans leur pays de résidence qu'à l'étranger.

Actions à entreprendre:

- Veiller à ce que, dans tous les Etats membres, les consommateurs aient accès à des services de santé de haute qualité, soient conscients de leurs droits et aient les moyens de les faire valoir.
- Etablir un cadre juridique clair pour les droits des patients à l'étranger, à savoir sur le remboursement, les dispositions en matière d'information, les recours en cas de problème et la continuité des soins.
- S'assurer que la législation en matière de sécurité sociale pour les soins de santé transfrontières soit réellement appliquée.

V. E-santé

Il n'existe pas de définition unanime de l' « e-santé », mais elle inclut une gamme d'outils basés sur les technologies de communication et d'information, utilisées dans la prévention, le diagnostic, le traitement, la surveillance et la gestion de la santé. Elle comprend également entre autres les réseaux d'information sur la santé, les dossiers de santé électroniques ou les services de télémédecine. D'énormes progrès ont été réalisés dans ce domaine et tous les consommateurs européens devraient bénéficier des opportunités offertes par ces technologies dans le secteur de la santé.

Actions à entreprendre:

- Veiller à ce que les nouvelles applications de l'e-santé apportent des bénéfices concrets et tangibles aux consommateurs.
- Tenir compte de la perspective des patients lors de décisions concernant l'e-santé.

Objectif Sécurité

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

I. Des jouets sûrs pour nos enfants

Les enfants sont les plus vulnérables de nos consommateurs et ils 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 la délocalisation de la production dans des pays tiers, la responsabilité de la sécurité des jouets sur nos marchés incombe aux acteurs économiques qui les importent et les distribuent dans l'Union européenne. 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 concernant 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 fragrances allergènes, y compris les parfums.
- Introduire une procédure accélérée (une procédure de comitologie) pour permettre une adaptation rapide de la législation aux nouveaux risques ou nouveaux jouets apparaissant sur le marché. Ceci permettra d'éviter une longue procédure de codécision ou de dépendre exclusivement de procédures de normalisation parfois lentes et souvent déséquilibrées.
- Réglementer de façon stricte les risques liés aux jouets contenus dans des aliments.
- 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 provoqué des accidents graves par le passé comme ceux contenant des aimants ou qui font du bruit).
- Renforcer la surveillance des marchés.

II. Des ingrédients sûrs dans nos produits cosmétiques

Crèmes de jour, dentifrices, shampoings, 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. Malheureusement, ce n'est pas toujours le cas. Les cosmétiques contenant des nanoparticules notamment (ingrédients réduits à l'échelle nanométrique) sont déjà largement disponibles sur le marché européen, malgré les problèmes soulevés et les questions toujours sans réponse concernant leur sécurité.

L'industrie cosmétique exploite en outre un grand nombre d'allégations pour mettre en avant l'efficacité de leurs produits : "testé in vitro", "testé cliniquement", "testé dermatologiquement", "hypoallergénique", "recommandé par les ophtalmologues". Les consommateurs pensent souvent à tort que ces produits ont subi des tests sous le contrôle d'autorités publiques ou de laboratoires indépendants, alors qu'ils n'ont été testés que sous le contrôle du fabricant. Il faut de toute évidence des règles spécifiques en ce qui concerne les allégations de performance des produits.

La proposition de simplification de la directive sur les cosmétiques (pour la transformer en règlement européen) est actuellement en discussion.

Actions à entreprendre:

- Appliquer le principe de précaution dans le domaine des cosmétiques.
- Procéder à une évaluation adaptée de tous les ingrédients utilisés dans les produits cosmétiques avant leur mise sur le marché.
- Maintenir l'interdiction actuelle de substances cancérigènes, mutagènes et toxiques pour la reproduction (CMR) et autoriser des dérogations uniquement dans des cas exceptionnels.
- Veiller à ce que le Comité scientifique des produits de consommation (CSPC) évalue l'utilisation de nanoparticules dans chaque produit avant leur commercialisation. Cette évaluation préalable à l'introduction sur le marché devrait être obligatoire.
- Définir des méthodes standard d'évaluation de l'efficacité des produits cosmétiques, ainsi que des règles spécifiques pour les allégations.
- Mettre en place un système de "cosmétovigilance" où tous les effets néfastes 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 REACH¹⁰, les substances chimiques et leurs effets nocifs potentiels ont tenu le haut de l'affiche

¹⁰ Règlement (CE) n° 1907/2006 concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances (REACH), instituant une agence européenne des produits chimiques.

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 posés par les substances chimiques, en particulier contenus dans les produits de consommation, 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 normes réglementaires strictes pour limiter ou éliminer l'utilisation de substances chimiques dangereuses dans les produits de consommation, à l'occasion des discussions sur les diverses initiatives prévues par la Commission européenne, comme un futur Livre vert sur la qualité de l'air intérieur, une législation spécifique à un produit en ce qui concerne la sécurité, la révision de l'éco-label européen et de la directive éco-conception.
- 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).



- (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
- (HR) Hrvatski Savez Udruga za Zaštitu Potrošač – "Potrošač"
- (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 Brussels
Tel : +32 (0)2 743 15 90
Fax: +32 (0)2 740 28 02
consumers@beuc.eu
www.beuc.eu

