

Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social et au Comité des régions

Stratégie pour la politique des consommateurs 2002-2006

[COM(2002) 208 final]

(2002/C 137/02)

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

1. INTRODUCTION

1.1. Contenu

La présente communication expose la stratégie de la Commission pour la politique des consommateurs au niveau européen pour les **cinq prochaines années** (2002-2006). L'année dernière, la Commission a publié un rapport intermédiaire ⁽¹⁾ sur les progrès réalisés dans le cadre du plan d'action antérieur (1999-2001), afin de préparer cette nouvelle stratégie. Elle définit **trois objectifs à moyen terme**, réalisés par des **actions figurant dans un programme glissant à court terme**, qui sera réexaminé périodiquement au moyen d'un document de travail des services de la Commission. Ces trois objectifs sont les suivants:

- un niveau commun élevé de protection des consommateurs,
- l'application effective des règles de protection des consommateurs,
- la participation des organisations de consommateurs aux politiques communautaires.

Ces trois objectifs sont destinés à faciliter l'intégration des intérêts des consommateurs dans toutes les autres politiques communautaires, à maximiser les avantages du marché unique pour les consommateurs et à se préparer à l'élargissement.

Dans le cadre du premier objectif «Un niveau commun élevé de protection des consommateurs», les principales actions sont des initiatives concernant le suivi des questions de pratiques commerciales examinées par le livre vert sur la protection des consommateurs dans l'Union européenne ⁽²⁾ et concernant la sécurité des services. Les actions prioritaires s'inscrivant dans le deuxième objectif «Application effective des règles de protection des consommateurs», résident dans l'élaboration d'un cadre de coopération administrative entre les États membres et de mécanismes de réparation pour les consommateurs. Enfin, les principales actions visant à atteindre le troisième objectif, «Participation des organisations de consommateurs aux politiques communautaires» consistent en la révision des mécanismes de participation des organisations de consommateurs à la formulation des politiques communautaires et en la mise en place de projets d'éducation et de renforcement des capacités.

La politique européenne des consommateurs est au cœur de l'un des objectifs stratégiques de la Commission, à savoir contribuer à une meilleure qualité de vie pour tous ⁽³⁾. Elle

constitue également un élément essentiel de l'objectif stratégique de la Commission consistant à instaurer un nouveau dynamisme économique et à moderniser l'économie européenne. La création, en 1999, d'une direction générale «Santé et protection des consommateurs» et la réorganisation des travaux scientifiques et réglementaires en vue de garantir l'indépendance, la transparence et une meilleure protection des intérêts des consommateurs, témoignent de l'importance accrue accordée à la politique des consommateurs.

La présente communication invite le Parlement européen, le Conseil, le Comité économique et social, le Comité des régions, ainsi que toutes les parties intéressées à apporter leur appui à l'approche générale et aux trois objectifs particuliers. La Commission les invite également à favoriser l'adoption des mesures clés proposées et à soutenir leur mise en œuvre.

1.2. Champ d'application

La notion de «politique des consommateurs» recouvre, dans la présente communication, la sécurité des consommateurs ainsi que les aspects économiques et juridiques les concernant sur le marché, l'information et l'éducation des consommateurs, la promotion des organisations de consommateurs et la contribution de celles-ci, conjointement avec d'autres parties prenantes, à l'élaboration de la politique des consommateurs. Les questions de sécurité alimentaire n'entrent pas dans le champ d'application de la stratégie présentée. Ces questions sont à présent examinées séparément et font l'objet de projets législatifs distincts. Le livre blanc sur la sécurité alimentaire adopté le 12 janvier 2000 ⁽⁴⁾ contient des propositions en vue d'un important programme de réforme législative dans ce domaine.

2. RAISON D'ÊTRE DE LA NOUVELLE STRATÉGIE POUR LA POLITIQUE DES CONSOMMATEURS

L'évolution de la politique des consommateurs au niveau communautaire est le corollaire indispensable de l'établissement progressif du marché intérieur. La libre circulation des biens et des services exige l'adoption de règles communes ou, du moins, convergentes, afin de garantir dans le même temps une protection suffisante des intérêts des consommateurs et l'élimination des obstacles réglementaires et des distorsions de concurrence.

Les mesures prises visent souvent à donner aux consommateurs les moyens de protéger leurs propres intérêts en opérant des choix de manière indépendante et en connaissance de cause. Grâce à ces mesures, les consommateurs possèdent généralement des informations suffisantes et exactes avant d'effectuer une transaction et certains droits légaux au cas où la transaction n'aboutirait pas au résultat voulu. Ces mesures visent à corriger les déséquilibres structurels entre les entreprises et les consommateurs particuliers, dus à l'accès restreint de ces derniers à l'information et aux connaissances juridiques, ainsi qu'au caractère limité de leurs ressources économiques.

⁽¹⁾ COM(2001) 486 final.

⁽²⁾ COM(2001) 531 final du 2 octobre 2001.

⁽³⁾ Communication COM(2000) 154 final de la Commission du 9 février 2000: Objectifs stratégiques 2000-2005 «Donner forme à la nouvelle Europe».

⁽⁴⁾ COM(1999) 719 final.

Toutefois, dans certaines situations, la mise en place des conditions nécessaires à des choix effectués en connaissance de cause et à une réparation par voie judiciaire est jugé insuffisante, notamment en ce qui concerne la protection de la santé et de la sécurité physiques. Dans de tels cas, des règles harmonisées sont considérées comme nécessaires pour assurer un niveau de protection adéquat à l'ensemble des consommateurs, indépendamment de leur capacité à se protéger eux-mêmes en opérant des choix en connaissance de cause. La décision d'adopter une telle mesure dépend en grande partie d'une appréciation politique quant à l'importance de l'intérêt exigeant une protection et de la question de savoir si les consommateurs sont en mesure de se protéger eux-mêmes, en pratique, par des choix effectués en connaissance de cause.

2.1. Champ d'application de la politique communautaire des consommateurs

La politique communautaire des consommateurs devrait établir des **exigences essentielles en matière de santé et de sécurité** et préserver leurs intérêts économiques afin de garantir un **niveau élevé de protection** et de répondre aux attentes des citoyens dans l'ensemble de l'Union européenne. Les produits et les services mis sur le marché doivent être sûrs et les consommateurs doivent recevoir les informations voulues pour pouvoir effectuer des choix appropriés. Les consommateurs doivent également être protégés contre les pratiques abusives. La plupart des travaux dans ce domaine concernent la législation et d'autres actions ayant un impact direct sur le comportement du marché, comme la normalisation, les codes de conduite ou les meilleures pratiques.

La politique communautaire des consommateurs devrait également **habiliter ceux-ci** à comprendre les politiques qui les concernent et à contribuer à ces politiques. Les consommateurs devraient avoir les moyens de faire valoir leurs intérêts, afin d'être sur le même pied que d'autres acteurs de la société civile représentés au niveau communautaire.

En outre, il importe que les consommateurs aient des possibilités comparables de bénéficier pleinement des avantages du marché intérieur, notamment un plus grand choix, des prix moins élevés, ainsi que l'accès à des services essentiels et le caractère économiquement abordable de ces derniers. Il convient donc de lever les obstacles aux échanges transfrontaliers, afin que la composante «consommateurs» du marché intérieur puisse évoluer parallèlement à sa composante «entreprises». Par conséquent, la politique communautaire des consommateurs vise à mettre en place un **environnement cohérent et commun de nature à faire en sorte que les consommateurs effectuent des achats en toute confiance au-delà des frontières dans l'ensemble de l'Union européenne.**

Outre les règles spécifiques de protection des consommateurs, d'autres politiques communautaires importantes ont un effet sur les consommateurs. On peut citer le marché intérieur, l'environnement et le développement durable, les transports, les services financiers, la concurrence, l'agriculture, le commerce extérieur, etc. La politique des consommateurs en tant que telle ne peut être élaborée indépendamment d'autres domaines ayant des répercussions pour les consommateurs. **L'intégration systématique des intérêts des consommateurs dans tous les domaines d'action appropriés de l'Union européenne est essentielle.** Au cours des dernières années, des progrès notables ont été accomplis en ce sens. L'objectif, pour l'avenir, devrait consister à s'appuyer sur ces acquis pour systématiser davantage l'intégration des intérêts des consommateurs dans d'autres politiques.

De même, la politique des consommateurs doit tenir compte des intérêts d'autres secteurs afin de garantir une approche cohérente

de la politique communautaire dans son ensemble. En outre, les choix des consommateurs sont très importants pour ces autres domaines, par exemple pour le développement durable sous ses aspects sociaux, environnementaux et économiques.

La politique des consommateurs est un domaine dans lequel l'Union européenne peut apporter une valeur ajoutée. Elle s'inscrit parmi les **compétences partagées** de l'Union européenne et des pouvoirs publics nationaux. Les règles communautaires sont appliquées au niveau national. L'intégration des intérêts des consommateurs dans l'ensemble des politiques ne peut être efficace que si une démarche similaire est adoptée au niveau national. Autrement dit, la politique des consommateurs constitue un **effort collectif** faisant intervenir tous les domaines sur lesquels porte l'action communautaire et tous les niveaux — régional, national et européen.

Les principes énoncés ci-dessus sont inscrits dans les articles 153 et 95 du traité instituant la Communauté européenne.

2.2. Modalités de la nouvelle stratégie

2.2.1. Évaluation d'impact

Le succès d'une stratégie pour la politique des consommateurs ne peut être mesuré qu'à l'aune de son **impact** sur les consommateurs en Europe. Par conséquent, il est indispensable que la logique sous-tendant cette stratégie soit clairement définie à l'avance, que l'avancement de cette stratégie fasse l'objet d'un **suivi régulier**, que la réussite des différentes actions soit clairement **évaluée** et que l'on tire des conclusions pour l'avenir. Une telle démarche permettrait de tirer des enseignements et ferait apparaître la nécessité d'éventuelles adaptations des politiques.

2.2.2. Une politique fondée sur la connaissance des faits

La politique des consommateurs doit s'appuyer sur des informations et des données pertinentes, afin que les politiques puissent être modulées et classées par ordre de priorité de la manière la plus appropriée possible. Un effort plus général, plus systématique et plus soutenu s'impose en vue de mettre sur pied un socle de connaissances adéquat, outil essentiel pour les responsables politiques. En outre, il y a lieu de mettre des informations et des données à la disposition du grand public, surtout depuis l'introduction de la monnaie unique, qui accroît la transparence des prix dans l'ensemble de la zone euro. Les consommateurs ont également besoin de renseignements exacts sur la sécurité des biens et des services, pour pouvoir prendre des décisions en connaissance de cause. De plus, un grand nombre de consommateurs souhaitent des informations sur d'autres aspects des produits, tels que leurs effets sur l'environnement. La Commission continuera à fournir des informations détaillées sur les questions intéressant les consommateurs par le biais de ses publications et de son site Internet «Dialogue avec les citoyens» (<http://europa.eu.int/citizens>).

Vu la diversité des questions de consommation, les informations et les données liées aux consommateurs doivent, pour être complètes, inclure des données quantitatives générales (concernant notamment la consommation, les conditions de vie et d'autres aspects socio-économiques), des données relatives aux activités des consommateurs (comme la participation à des associations de consommateurs) et aux intérêts économiques des consommateurs (concernant les prix, notamment). Les responsables politiques doivent compléter les données quantitatives disponibles par des données qualitatives, qui peuvent provenir de sondages d'opinion sur les attitudes, les connaissances et la satisfaction des consommateurs. Le suivi des plaintes déposées par les consommateurs et du traitement de ces plaintes joue également un rôle déterminant dans l'amélioration de l'information concernant les intérêts des consommateurs et les réactions du marché.

La Commission continuera à développer son «**socle de connaissances**» **contenant des informations et des données sur les consommateurs et le marché**. Elle a l'intention de continuer à publier «Les consommateurs en Europe: faits et chiffres» et à réaliser des enquêtes sur les prix à la consommation, des sondages Eurobaromètre et des enquêtes, axées sur certains groupes cibles, relatives aux services d'intérêt général. La Commission effectuera également des sondages Eurobaromètre sur les problèmes transfrontaliers des consommateurs, ainsi que sur l'information et la représentation des consommateurs. Elle compte établir des indicateurs sur la satisfaction des consommateurs. Par ailleurs, elle mettra à profit l'initiative d'élaboration interactive des politiques, qui repose sur les technologies de l'Internet, pour recueillir des informations en retour et réaliser des consultations. La Commission recourra également à la recherche scientifique, s'il y a lieu, notamment *via* les programmes-cadres de recherche et de développement technologique.

2.3. Facteurs clés sous-tendant la nouvelle stratégie

Cinq facteurs clés ont été pris en considération dans l'élaboration de cette nouvelle stratégie.

2.3.1. L'euro

L'arrivée, longtemps attendue, de l'euro dans les poches des consommateurs commence à modifier fondamentalement les attitudes des entreprises et des consommateurs. L'introduction de l'euro a levé une importante barrière psychologique aux achats dans d'autres États membres par les consommateurs et a rendu les comparaisons de prix plus faciles. Les perspectives transfrontalières devraient donc devenir plus manifestes pour les consommateurs.

2.3.2. Mutations sociales, économiques et technologiques

L'utilisation de l'Internet et ses taux de pénétration dans les foyers sont en augmentation. En novembre 2001, près de 50 % de la population (de plus de quinze ans) utilisait l'Internet à domicile, au travail, à l'école, dans des endroits publics ou en déplacement. Dans l'Union européenne, la pénétration de l'Internet dans les foyers a augmenté pour passer de 18 % en mars 2000 à 38 % en décembre 2001 ⁽⁵⁾. Ces tendances sensibiliseront un nombre croissant de consommateurs aux possibilités offertes par le commerce électronique.

Le **commerce électronique** et la société de l'information réduisent l'importance de la distance en matière de publicité, de commercialisation et de vente au détail, pour un grand nombre de produits et, surtout, pour les services.

Les **habitudes de consommation** évoluent également. Le **secteur des services** est en expansion. Dans l'Union européenne, il est désormais au moins deux fois plus important que le secteur manufacturier en termes de PIB, voire trois fois plus important, si l'on y inclut les services sociaux et publics ⁽⁶⁾. Les

services, y compris les aspects liés à leur sécurité, devront donc être pris en considération de manière croissante dans la politique communautaire des consommateurs.

2.3.3. Profiter pleinement des avantages du marché intérieur

Compte tenu de ces évolutions, les échanges transfrontaliers constituent désormais une réalité plus tangible. Toutefois, des obstacles continuent à entraver l'exploitation pleine et entière des possibilités offertes par le marché intérieur du commerce de détail.

Des études montrent qu'il existe encore d'importantes différences de prix au sein de l'Union européenne concernant un grand nombre de biens de consommation et de services, différences dont les consommateurs pourraient profiter, s'ils étaient en mesure d'être plus confiants dans les achats transfrontaliers. En outre, les prix pourraient être abaissés si les entreprises pouvaient vendre par delà les frontières sans devoir établir de modalités spécifiques pour différents pays.

Importantes divergences de prix

Il ressort du dernier rapport de la Commission sur le fonctionnement des marchés des produits et des capitaux ⁽⁷⁾ que les prix de détail des produits alimentaires et des biens de consommation continuent à varier considérablement d'un État membre à l'autre et que la réduction de ces écarts de prix s'est considérablement ralentie au cours des dernières années. D'une manière générale, les prix varient trois à cinq fois plus dans l'ensemble de l'Union européenne qu'à l'intérieur d'un même pays. Le rapport conclut que la convergence des prix est vraisemblablement entravée par la conjugaison de plusieurs facteurs tels que les différences entre les réglementations nationales, les comportements des entreprises et les problèmes de concurrence.

Des **règles différentes de protection des consommateurs** s'appliquent selon les États membres. Ne sachant pas très bien de quelle protection ils disposent ou ne disposent pas lorsqu'ils effectuent des achats à l'étranger, les consommateurs restreignent leurs choix aux produits et aux services disponibles dans leur propre État membre.

Manque de confiance des consommateurs dans les achats transfrontaliers

Dans l'ensemble de l'Union européenne, les consommateurs ont nettement moins confiance dans les achats transfrontaliers que dans ceux effectués dans leur propre pays — seuls 31 % des consommateurs estiment qu'ils seraient bien protégés en cas de litige transfrontalier avec un fournisseur, tandis que 56 % d'entre eux, en moyenne, ont le sentiment qu'ils seraient bien protégés dans le cadre d'un litige similaire au sein de leur propre pays ⁽⁸⁾.

⁽⁵⁾ Évaluation comparative des progrès de l'action eEurope, 5 février 2002, COM(2002) 62 final.

⁽⁶⁾ Source: Eurostat.

⁽⁷⁾ COM(2001) 736.

⁽⁸⁾ «Étude consommateurs» réalisée par EOS Gallup Europe, janvier 2002, le rapport complet de l'enquête est disponible à l'adresse suivante:

http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/events/event42_fr.html

De même, il est fréquent que les entreprises ne soient pas très au fait de la manière de procéder pour les ventes à des consommateurs d'autres États membres. Par conséquent, il est essentiel que l'Union européenne fasse en sorte que les règles et les pratiques du marché intérieur favorisent la confiance des consommateurs dans les transactions transfrontalières. Cela implique des règles plus simples et plus uniformes, un degré d'application similaire dans l'ensemble de l'Union européenne, des mesures d'information et d'éducation plus accessibles pour les consommateurs, et des mécanismes de réparation efficaces.

Les achats transfrontaliers ne remplaceront pas les achats ordinaires, sauf pour les personnes habitant à proximité immédiate de frontières. Toutefois, le simple fait de **transformer les achats transfrontaliers en une possibilité réaliste** peut en soi avoir des **répercussions sur la concurrence** dans les marchés locaux. Il suffit qu'un pourcentage limité de consommateurs effectuent des achats à l'étranger pour que cela se répercute sur les prix dans le marché global de chaque État membre. De tels effets ont déjà été constatés, par exemple, dans le secteur automobile britannique ⁽⁹⁾.

2.3.4. Mettre en œuvre la réforme de la gouvernance

Le Conseil européen de Lisbonne, le livre blanc sur la gouvernance adopté en juillet 2001 ⁽¹⁰⁾ et le plan d'action pour l'amélioration de la réglementation, qui devrait être présenté à la Commission d'ici peu, représentent ensemble une expression dynamique de la volonté politique de réformer la gouvernance. Ces initiatives ont ouvert un important débat en vue d'améliorer la qualité, l'efficacité et la simplicité des actes réglementaires, ainsi que de mieux consulter la société civile et de l'associer davantage au processus décisionnel communautaire.

Les consommateurs attendent beaucoup de l'Union européenne, de sa capacité à assurer leur sécurité, à protéger leurs intérêts et à leur permettre d'obtenir directement certains des avantages de l'intégration européenne. Néanmoins, parallèlement, les citoyens se sentent également de plus en plus coupés de l'Union européenne, de ses mécanismes et de ses institutions. Par conséquent, la future politique communautaire des consommateurs devrait à la fois créer des avantages concrets pour les citoyens dans leur vie quotidienne et permettre aux consommateurs de participer à son élaboration et à sa mise en œuvre. Les cinq principes de la bonne gouvernance que sont l'ouverture, la participation, la responsabilité, l'efficacité et la cohérence concernent directement la politique des consommateurs et devraient faire partie intégrante de la future stratégie.

2.3.5. Se préparer à l'élargissement

L'adhésion des pays candidats à l'Union européenne aura des répercussions importantes sur le fonctionnement du marché intérieur. Cette remarque vaut tout particulièrement pour le domaine de la protection des consommateurs, où les citoyens, en leur qualité de consommateurs, subiront directement les effets d'un marché élargi. L'Union européenne sera confrontée à de **nouvelles structures de réglementation et d'exécution** et, de manière plus générale, à de nouvelles attitudes à l'égard de la protection des consommateurs.

Un grand nombre de règles de protection des consommateurs relèvent actuellement du droit national, et non de la législation européenne. Bien que le détail de ces dispositions varie entre les États membres actuels, leurs fondements sont globalement similaires. En revanche, l'adhésion des pays candidats actuels aura pour effet d'augmenter sensiblement l'hétérogénéité des dispositions nationales. Dans ces pays, les structures d'exécution ne sont pas toujours aussi solides. L'expérience et les attentes des consommateurs y sont également très différentes. Le mouvement consumériste des pays candidats doit encore se développer beaucoup pour jouer pleinement son rôle dans l'information et la représentation des consommateurs, ainsi que dans la surveillance du marché.

Le défi consistera à répondre aux attentes légitimes des nouveaux membres, tout en préservant et en améliorant le niveau actuel de protection des consommateurs, à la fois sur le plan de leur sécurité et sur le plan de leurs droits juridiques et économiques. Les questions liées à l'élargissement sont donc prises en considération d'un bout à l'autre de la présente stratégie et la Commission continuera à tout mettre en œuvre pour aider les consommateurs, leurs représentants et les autorités nationales des pays candidats à se préparer à l'adhésion.

2.4. Structure de la nouvelle stratégie pour la politique des consommateurs

La présente communication expose la stratégie de la Commission pour la politique des consommateurs au niveau européen pour les **cinq prochaines années** (2002-2006). Elle définit **trois objectifs à moyen terme**, réalisés par des **actions figurant dans un programme glissant à court terme**, qui sera réexaminé périodiquement. La mise à jour régulière de ce programme glissant sera effectuée au moyen d'un document de travail des services de la Commission. La stratégie à moyen terme servira d'orientation constante, tandis que le plan à court terme pourra être adapté plus rapidement à l'évolution de la situation.

La Commission a également l'intention de mieux intégrer la préparation de la stratégie dans l'instrument financier concernant les actions dans le domaine de la protection des consommateurs ⁽¹¹⁾, qui fonctionne actuellement selon un calendrier différent.

3. OBJECTIFS DE LA NOUVELLE STRATÉGIE POUR LA POLITIQUE DES CONSOMMATEURS

Les facteurs clés présentés ci-dessus nous ont amenés à identifier **trois objectifs à moyen terme**.

Objectif n° 1: «Un niveau commun élevé de protection des consommateurs». Nous devons aller plus loin pour permettre aux consommateurs et aux entreprises d'obtenir les avantages du marché intérieur. Un élément fondamental à cet égard réside dans l'établissement de règles et de pratiques communes en matière de protection des consommateurs dans toute l'Europe. Autrement dit, il s'agit d'abandonner la situation actuelle (différents ensembles de règles dans chaque État membre) au profit d'un environnement plus cohérent pour la protection des consommateurs dans l'ensemble de l'Union européenne.

⁽⁹⁾ Voir http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/price_diffs

⁽¹⁰⁾ COM(2001) 428 final.

⁽¹¹⁾ Décision n° 283/1999/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 janvier 1999 établissant un cadre général pour les activités communautaires en faveur des consommateurs (JO L 34 du 9.2.1999, p. 1).

Objectif n° 2: «Application effective des règles de protection des consommateurs». Aucune législation n'est bonne si elle n'est pas correctement appliquée. Étant donné que le degré d'intégration économique dans le marché intérieur augmente de manière constante et qu'un nombre accru de possibilités s'offrent aux consommateurs, ces derniers devraient se voir accorder, en pratique, la même protection dans l'ensemble de l'Union européenne et, *a fortiori*, dans une Union élargie. Les entreprises ont elles aussi grand intérêt à ce que l'application des règles soit plus uniforme. Les pouvoirs publics devraient disposer de moyens concrets et efficaces de coopérer à cette fin.

Objectif n° 3: «Participation des organisations de consommateurs aux politiques communautaires». La contribution des organisations de consommateurs aux politiques est essentielle, tant sur le plan du contenu que sur le plan du processus.

Ces objectifs se renforcent mutuellement. La mise en œuvre des politiques communautaires est plus facile si un niveau commun élevé de protection des consommateurs est atteint; en revanche, des règles communes au niveau communautaire non appliquées de manière uniforme engendrent des incertitudes et réduisent les avantages pour les consommateurs. On ne peut pas retirer pleinement les avantages d'un niveau commun de protection si les organisations de consommateurs ne sont pas dans une position suffisamment forte pour jouer leur rôle, à savoir fournir aux responsables politiques des éléments d'orientation et des données relatives à des problèmes, ainsi que contribuer à l'application des règles par la surveillance du marché.

Dans le cadre de la stratégie, la priorité a été donnée à des actions qui se complètent réciproquement et qui, ensemble, forment une masse critique, ce qui renforce leur effet de levier. Ces actions prioritaires concernent principalement des questions transfrontalières. Elles visent à maximiser l'impact au niveau communautaire. Certaines de ces actions prévoient une mise en commun de ressources limitées, dégagées au niveau communautaire ou national. Elles concourent souvent à la réalisation de plusieurs objectifs. Une place importante est réservée aux actions favorisant l'intégration des intérêts des consommateurs dans d'autres politiques et aux actions en préparation de l'élargissement.

3.1. Objectif à moyen terme n° 1: Un niveau commun élevé de protection des consommateurs dans l'ensemble de l'Union européenne

Cet objectif n'équivaut pas à réglementer de manière détaillée l'ensemble de la protection des consommateurs au niveau européen. Cela ne serait ni souhaitable, ni réalisable. Cet objectif revient à harmoniser, par le moyen le plus approprié (directive-cadre, normes, meilleures pratiques), non seulement la sécurité des biens et des services, mais aussi les aspects des intérêts économiques des consommateurs qui donnent à ces derniers la confiance nécessaire pour effectuer des transactions n'importe où dans le marché intérieur. Cela pourrait signifier mettre en place un ensemble commun de règles communautaires simples et claires concernant des exigences de sécurité, les pratiques commerciales et les droits contractuels des consommateurs. Cela pourrait également signifier combler les divergences entre les règles communautaires en vigueur, ce qui

nécessiterait une refonte des directives existantes. Dans l'esprit de l'initiative en matière de gouvernance, cela signifierait renforcer la responsabilité des entreprises et des consommateurs par une meilleure utilisation d'autres formes de réglementation, telles que l'autorégulation et la corégulation, ainsi que la normalisation. Un niveau commun élevé de protection des consommateurs exige également l'application du principe d'intégration, qui consiste à faire en sorte que d'autres politiques communautaires, comme le marché intérieur, les services financiers, les transports, l'énergie, l'environnement, la concurrence, l'agriculture et le commerce extérieur, entre autres, tiennent compte systématiquement et spécifiquement des intérêts des consommateurs. Des dispositions qui sont essentielles pour les consommateurs et qui garantissent un niveau élevé de protection dans l'ensemble de l'Union européenne devraient être pleinement prises en considération dans la définition de toutes les politiques communautaires. Les initiatives relevant de la politique des consommateurs devraient, pareillement, tenir compte de leurs répercussions sur les entreprises et d'autres parties intéressées. La Commission met également au point une approche intégrée visant à évaluer l'impact de ces initiatives par rapport à l'éventail complet des politiques et des groupes sur lesquels elles ont des incidences.

Un niveau élevé de protection des consommateurs s'impose. Cet aspect sera pleinement pris en considération dans la définition d'autres politiques.

Cet objectif nécessite des actions dans les domaines suivants:

3.1.1. Sécurité des biens de consommation et des services

L'action communautaire a permis de garantir la libre circulation des produits de consommation au sein de l'Union européenne et une stratégie visant à obtenir des résultats similaires en ce qui concerne les services est appliquée. Toutefois, il est encore nécessaire de renforcer l'action communautaire destinée à faire en sorte qu'un niveau élevé et uniforme de protection concernant les biens de consommation soit garanti dans l'ensemble de l'Union européenne. Dans le cas des services, les initiatives communautaires concourant à la sécurité des consommateurs ont, jusqu'à présent, été limitées à quelques domaines, notamment celui des transports. Il y a donc lieu d'examiner la nécessité d'une nouvelle action communautaire à cet égard et de lancer les initiatives adéquates.

Les priorités dans ce domaine d'action comprennent la **mise en œuvre de la directive révisée sur la sécurité générale des produits** ⁽¹²⁾, en particulier l'élaboration de **normes** au regard de cette nouvelle directive, les initiatives adéquates dans le domaine de la **sécurité des services** fournis aux consommateurs et l'examen de **problèmes de sécurité spécifiques**, dès leur apparition. Les nouvelles dispositions législatives sur les **produits chimiques**, en cours d'élaboration, institueront des mesures adéquates de réduction des risques et augmenteront le niveau de sécurité des consommateurs.

⁽¹²⁾ Directive 2001/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 3 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits (JO L 11 du 15.1.2002, p. 4).

3.1.2. Législation sur les intérêts économiques des consommateurs

3.1.2.1. Pratiques commerciales

Le livre vert sur la protection des consommateurs ⁽¹³⁾ présente des options pour la poursuite de l'harmonisation des règles sur les pratiques commerciales, soit cas par cas, soit complétant en ces règles par une législation-cadre. Il y a également lieu de réexaminer et de réformer les directives communautaires existantes en matière de protection des consommateurs, de les actualiser et de les adapter progressivement pour passer de mesures d'harmonisation minimale à des mesures d'«harmonisation complète». Le livre vert et la stratégie de la Commission pour les services ⁽¹⁴⁾ indiquent clairement que la simple application de la reconnaissance mutuelle, sans harmonisation, n'est pas appropriée pour de telles questions de protection des consommateurs. Néanmoins, pour autant qu'un degré d'harmonisation suffisant soit atteint, le principe du pays d'origine pourrait être appliqué aux questions restantes.

La Commission présentera, **en 2002**, une communication de suivi au **livre vert sur la protection des consommateurs**, qui précisera encore ses projets en ce qui concerne les initiatives actuelles et futures concernant les pratiques commerciales et prévoira une nouvelle consultation.

3.1.2.2. Examen de la législation communautaire existante en matière de protection des consommateurs

Les rapports de la Commission ⁽¹⁵⁾ concernant les directives sur la multipropriété ⁽¹⁶⁾ et les voyages à forfait ⁽¹⁷⁾ ont relevé un certain nombre de lacunes et de nouveaux éléments sont apparus sous la forme de plaintes adressées au Parlement européen et à la Commission. Ces deux directives combinent des règles de droit contractuel et des règles sur les pratiques commerciales (par exemple, les techniques de vente). La réforme de ces dernières pourrait être partiellement achevée à la faveur de toute initiative postérieure au livre vert sur la protection des consommateurs dans l'Union européenne. S'agissant de ces directives, une des priorités clés pour la Commission consisterait à proposer une harmonisation complète afin de réduire autant que possible les divergences entre les règles de protection des consommateurs dans l'ensemble de l'Union européenne, qui créent une fragmentation du marché intérieur préjudiciable aux consommateurs et aux entreprises.

En outre, la Commission fera rapport sur la mise en œuvre de plusieurs directives existantes, pour lesquelles cela s'impose. Ces rapports pourraient être assortis de propositions de modification, le cas échéant.

La Commission examinera les directives existantes sur la **multipropriété**, les **voyages à forfait** et l'**indication des prix**.

⁽¹³⁾ COM(2001) 531 final.

⁽¹⁴⁾ COM(2000) 888.

⁽¹⁵⁾ SEC(1999) 1795 final et SEC(1999) 1800 final.

⁽¹⁶⁾ Directive 94/47/CE du Parlement européen et du Conseil (JO L 280 du 29.10.1994, p. 83).

⁽¹⁷⁾ Directive 90/314/CEE du Conseil du 13 juin 1990 concernant les voyages, vacances et circuits à forfait (JO L 158 du 23.6.1990).

3.1.2.3. Droit régissant les contrats à la consommation

En 2001, la Commission a adopté une communication concernant le droit européen des contrats ⁽¹⁸⁾, qui a lancé un processus de consultation sur les problèmes que la diversité des droits nationaux des contrats risque de poser pour le marché intérieur et l'application uniforme du droit communautaire. Le droit des contrats à la consommation représente un pan important du droit communautaire des contrats. Le Conseil a invité la Commission à communiquer les résultats de la consultation, ainsi que ses observations et les recommandations, s'il y a lieu, sous la forme d'un livre vert ou d'un livre blanc à la fin de l'année 2002. Le Parlement européen a demandé à la Commission d'élaborer un plan d'action.

Les mesures faisant suite à la communication répondront aux demandes exprimées par le Conseil et le Parlement européen. Elles pourraient prévoir une combinaison de mesures réglementaires et non réglementaires. Parmi les mesures non réglementaires, la Commission pourrait proposer la coordination d'activités de recherche. Ces activités pourraient conduire à l'élaboration d'un cadre général de référence, établissant des principes et une terminologie communs. De plus, ces mesures de suivi pourraient définir les initiatives à prendre afin d'assurer la cohérence de l'acquis communautaire existant et futur, en tenant compte de ce cadre général de référence. Dans ce contexte, un **examen du droit des contrats à la consommation en vigueur**, en vue d'éliminer les incohérences existantes, de combler les lacunes et de simplifier les dispositions pourrait être envisagé. L'**harmonisation des périodes de réflexion** prévues par plusieurs directives ⁽¹⁹⁾ ferait également partie de cet examen.

3.1.3. Services financiers

Le plan d'action pour les services financiers ⁽²⁰⁾ expose un programme d'initiatives destinées à achever le marché intérieur des services financiers de détail. Un grand nombre de mesures ont déjà été prises. On peut notamment citer le règlement concernant les paiements transfrontaliers en euros ⁽²¹⁾, qui bénéficiera largement aux consommateurs et contribuera à renforcer les échanges commerciaux transfrontaliers en alignant les frais bancaires pour les transactions transfrontalières sur ceux applicables aux transactions nationales. Toutefois, comme le plan d'action le signale, des mesures supplémentaires s'imposent. Parmi celles-ci figurent des actions visant à faciliter la prestation transfrontalière de services financiers et des mesures visant à garantir une protection appropriée des consommateurs, quel que soit l'endroit où ils se trouvent dans l'Union européenne, et à renforcer leur confiance dans les transactions transfrontalières. Dans le domaine des services financiers, la Commission renforcera une approche réglementaire fondée sur une consultation préalable, générale et systématique de toutes les parties intéressées, y compris les consommateurs et les utilisateurs finals.

⁽¹⁸⁾ COM(2001) 398 final.

⁽¹⁹⁾ Directive 94/47/CE du Parlement européen et du Conseil du 26 octobre 1994 concernant la protection des acquéreurs pour certains aspects des contrats portant sur l'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers (JO L 280 du 29.10.1994, p. 83), directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (JO L 144 du 4.6.1997, p. 19), directive 85/577/CEE du Conseil du 20 décembre 1985 concernant la protection des consommateurs dans le cas de contrats négociés en dehors des établissements commerciaux (JO L 372 du 31.12.1985, p. 31).

⁽²⁰⁾ COM(1999) 232 final.

⁽²¹⁾ Règlement (CE) n° 2560/2001 du Parlement européen et du Conseil (JO L 344 du 28.12.2001, p. 13).

À ces fins, la Commission proposera, notamment, de réviser et d'actualiser la **directive sur le crédit à la consommation** ⁽²²⁾.

La Commission présentera une **proposition de cadre juridique général pour les paiements dans le marché intérieur**. Les formes prises par la monnaie et les paiements évoluent rapidement: monnaie plastique, monnaie électronique. L'introduction de l'euro accélère cette évolution. Le bon fonctionnement du marché intérieur exige des instruments et des réseaux de paiement sûrs et efficaces. Le législateur devra se pencher sur les évolutions en matière de prix, de délais et de relations entre émetteurs et titulaires de ces nouvelles formes de paiements. Il y aura également lieu d'examiner la législation existante.

Dans le domaine des valeurs mobilières, la Commission a adopté des propositions de directives relatives aux abus de marché ⁽²³⁾ et aux prospectus ⁽²⁴⁾, qui assurent un degré élevé de protection des consommateurs. La révision de la directive sur les services d'investissement entraînera une harmonisation des règles de conduite. La Commission a l'intention de présenter également une proposition relative aux obligations de transparence incombant aux sociétés cotées. Toutes ces propositions bénéficieraient aux consommateurs en créant un marché intérieur des services financiers plus équitable et plus transparent.

Sur la base de cet accord, la Commission entend adopter une **recommandation concernant la confiance des consommateurs dans le commerce électronique** et collaborera avec les parties prenantes en vue de surveiller l'application de l'accord qu'elles ont conclu.

Des réseaux sûrs, un accès sûr et la protection de la vie privée constituent également des éléments primordiaux pour assurer la confiance des consommateurs dans le commerce électronique. L'évaluation comparative 2002 des progrès de l'action eEurope ⁽²⁶⁾ indique que les progrès réalisés pour améliorer la protection contre les menaces sur le plan de la sécurité sont lents, en dépit de plusieurs initiatives engagées par les secteurs public et privé, comme l'adoption d'une directive sur les signatures électroniques ⁽²⁷⁾. Au cours des deux dernières années, on a enregistré une augmentation des menaces et des problèmes de sécurité, par exemple les attaques de virus. Dans ce contexte, l'approche du plan d'action eEurope en matière de sécurité a évolué vers une approche plus globale, fondée sur la sécurité des réseaux et de l'information.

La Commission et les États membres prendront une série de **mesures destinées à améliorer la sécurité du commerce électronique**, englobant la sensibilisation, le soutien technologique, la réglementation et la coordination internationale ⁽²⁸⁾.

3.1.4. Commerce électronique

Les consommateurs se méfient encore du commerce en ligne, les ventes en ligne représentant moins de 2 % des ventes au détail. Dans le cadre du plan d'action eEurope adopté en 2000 ⁽²⁵⁾, la Commission a élaboré une stratégie visant à renforcer la confiance des consommateurs en ligne, composée de quatre éléments: des codes de haute qualité applicables au commerce électronique, des systèmes alternatifs de résolution des litiges de qualité, des dispositions législatives claires et cohérentes, et une application effective de la réglementation.

S'il existe de nombreux codes, labels de confiance et autres dispositifs, leur nombre et leur diversité font qu'il est difficile pour le consommateur de décider s'il peut ou non faire confiance à un site en particulier. L'initiative «cyber-confiance» de la Commission a été lancée en mai 2000. Elle a rassemblé un large éventail d'intéressés, y compris des représentants des consommateurs et des entreprises, en vue de parvenir à un accord sur des règles communes de bonnes pratiques. En décembre 2001, les parties prenantes ont présenté un accord global à la Commission, proposant des exigences européennes concernant les labels de confiance et une structure destinée à surveiller leur application en pratique.

⁽²²⁾ Directive 87/102/CEE du Conseil du 22 décembre 1986 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de crédit à la consommation (JO L 42 du 12.2.1987), modifiée par la directive 90/88/CEE du Conseil (JO L 61 du 10.3.1990) et par la directive 98/7/CE du Parlement européen et du Conseil (JO L 101 du 1.4.1998).

⁽²³⁾ COM(2001) 281 final.

⁽²⁴⁾ COM(2001) 280 final.

⁽²⁵⁾ http://europa.eu.int/information_society/europe/action_plan/index_fr.htm

3.1.5. Services d'intérêt général (SIG)

La communication de la Commission intitulée «Les services d'intérêt général en Europe» ⁽²⁹⁾ définit les services d'intérêt général comme les activités de service considérées d'intérêt général par les autorités publiques et soumises pour cette raison à des obligations spécifiques de service public. Ils couvrent des domaines tels que **les transports, l'énergie (électricité, gaz), les télécommunications** ⁽³⁰⁾ et **les services postaux** ⁽³¹⁾. À la base des besoins des consommateurs se trouvent la garantie d'**accès universel**, une **qualité élevée** et des **prix abordables** pour ces services, ainsi que d'autres obligations destinées à accompagner le processus de libéralisation. Dans son «Rapport à l'intention du Conseil européen de Laeken — Les services d'intérêt général» ⁽³²⁾, la Commission a annoncé son intention de présenter une série régulière de rapports en vue de contrôler les performances du marché dans ce domaine. Le premier de ces rapports a été établi. Il a identifié la **qualité** des services comme étant un important défi pour l'avenir.

⁽²⁶⁾ Évaluation comparative des progrès de l'action eEurope, 5 février 2002, COM(2002) 62 final.

⁽²⁷⁾ Directive 1999/93/CE du Parlement européen et du Conseil du 13 décembre 1999 sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques (JO L 13 du 19.1.2000, p. 12), entrée en vigueur le 19 juillet 2001.

⁽²⁸⁾ Communication de la Commission, COM(2001) 298 du 6 juin 2001; résolution 14378/01 du Conseil du 6 décembre 2001.

⁽²⁹⁾ COM(2000) 580 du 20 septembre 2000.

⁽³⁰⁾ Directive 2002/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002, directive «service universel» (JO L 108 du 24 avril 2002, p. 51).

⁽³¹⁾ Toutefois, toutes les activités dans ces secteurs ne font pas l'objet d'obligations de service public et certaines sont exercées dans des conditions de marché normales, par exemple dans les secteurs des transports et de l'énergie, bien que certaines mesures de protection des consommateurs s'appliquent à l'ensemble de ces secteurs.

⁽³²⁾ COM(2001) 598 du 17 octobre 2001.

On manque actuellement d'indicateurs de qualité suffisamment développés pour effectuer une évaluation de ces services. La Commission a l'intention de présenter une **communication définissant une méthodologie pour la réalisation d'évaluations horizontales des services d'intérêt général**. Cette méthodologie accordera une attention particulière aux opinions des consommateurs sur les performances de ces services.

3.1.5.1. SIG — Transports

Dans le domaine des **transports**, les consommateurs sont particulièrement mécontents de certains services, comme l'ont montré un sondage Eurobaromètre ⁽³³⁾ et des enquêtes qualitatives axées sur certains groupes cibles. Des progrès considérables sont accomplis en ce qui concerne les droits des passagers aériens. Il y a toutefois lieu d'étendre ces progrès à d'autres modes de transport.

Le livre blanc de la Commission intitulé «La politique européenne des transports à l'horizon 2010: l'heure des choix» ⁽³⁴⁾ indique l'intention de la Commission **d'étendre**, d'ici 2004 et dans la mesure du possible, **les mesures de protection des consommateurs applicables au transport aérien à d'autres modes de transport** et, en particulier, aux chemins de fer, au transport maritime et, dans la mesure du possible, aux services de transport urbain.

3.1.5.2. SIG — Énergie

Dans le secteur de **l'énergie**, la Commission a présenté des propositions ⁽³⁵⁾ visant à poursuivre l'ouverture à la concurrence des marchés du **gaz** et de **l'électricité**. Ces propositions prévoient que tous les consommateurs puissent choisir librement leur fournisseur d'ici le 1^{er} janvier 2005.

Ces propositions contiennent un ensemble détaillé de **droits fondamentaux du consommateur** comprenant, dans le cas de l'électricité, le droit à un service universel. Elles prévoient également un ensemble minimal de conditions applicables aux contrats, à la transparence des informations relatives aux prix et aux tarifs pratiqués, aux mesures de protection des clients vulnérables et à la disponibilité de mécanismes peu onéreux et transparents de traitement des plaintes et de règlement des litiges.

La Commission continuera à surveiller l'application des règles pour le marché intérieur de l'électricité et du gaz, en particulier sous l'angle de leurs répercussions sur les consommateurs, et à mener des travaux de recherche sur un large éventail d'options pour l'avenir dans le domaine de l'énergie.

⁽³³⁾ Eurobaromètre sur les SIG, septembre 2000, disponible à l'adresse suivante:

http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/surveys/facts_euro53_fr.pdf

⁽³⁴⁾ COM(2001) 370 du 12 septembre 2001.

⁽³⁵⁾ Proposition de directive modifiant les directives 96/92/CE et 98/30/CE concernant des règles communes pour le marché intérieur de l'électricité et du gaz naturel — Communication de la Commission COM(2001) 125 du 13 mars 2001.

3.1.6. Commerce international, normalisation et questions d'étiquetage

Le système commercial international est régi par les accords de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Hormis la libéralisation du commerce elle-même, divers aspects de ces accords revêtent de l'importance pour les consommateurs.

Un nouveau cycle de négociations commerciales de l'OMC a été lancé à Doha en novembre 2001. Il comprend à la fois la poursuite de la libéralisation du commerce et l'élaboration de nouvelles dispositions. Bon nombre d'aspects de ces négociations revêtent de l'importance pour les consommateurs, comme par exemple les négociations de l'OMC sur les services, y compris les services financiers, les discussions sur l'étiquetage, sur la sécurité des produits et les pratiques trompeuses dans le contexte de l'accord OTC ⁽³⁶⁾, sur l'application du principe de précaution et sur des questions de propriété intellectuelle.

En dehors de l'OMC, la Communauté européenne a négocié ou est en train de négocier des accords commerciaux avec plusieurs pays et régions, qui concernent également les intérêts des consommateurs.

Les normes internationales, en particulier celles établies par l'ISO ⁽³⁷⁾, ont une importance particulière au regard de l'accord OTC et peuvent influencer la sécurité ou les intérêts des consommateurs européens. Il importe donc de garantir la transparence et une représentation adéquate des intérêts des consommateurs dans le processus international de normalisation.

Des systèmes privés, tels que des codes de conduite, des lignes directrices et l'étiquetage volontaire, privé, qui visent à informer les consommateurs sur l'origine, la production et l'impact potentiel du produit concerné peuvent compléter les mesures prises par les pouvoirs publics, en vue de promouvoir le développement durable.

La Commission **défendra et protégera les intérêts des consommateurs** dans le cadre de l'OMC, ainsi que dans le contexte des relations commerciales bilatérales et au sein d'autres enceintes. La Commission entretiendra un dialogue avec les organisations de consommateurs à cette fin. Elle encouragera également la participation des consommateurs à la normalisation internationale.

3.2. Objectif à moyen terme n° 2: Application effective des règles de protection des consommateurs

Une coopération effective dans l'application des règles de protection des consommateurs constitue le deuxième objectif de la présente stratégie. Pour le moment, cette coopération est entravée par des obstacles juridiques et pratiques, qui doivent être surmontés si l'on veut que les principes de protection des consommateurs soient effectivement appliqués en pratique. Si un rôle de coordination est rempli au niveau communautaire, l'application demeure essentiellement une compétence nationale, régionale ou locale. Pour atteindre cet objectif à moyen terme, il y a lieu d'envisager des actions dans les domaines suivants.

⁽³⁶⁾ Accord de l'OMC sur les obstacles techniques au commerce.

⁽³⁷⁾ Organisation internationale de normalisation.

3.2.1. Coopération entre les États membres dans l'application des règles

La coopération entre les autorités publiques chargées de l'application des règles sur les pratiques commerciales et la sécurité des produits est capitale pour le fonctionnement du marché intérieur. La faculté, pour des commerçants peu scrupuleux, d'agir librement par delà les frontières aurait un effet préjudiciable sur la confiance des consommateurs et des entreprises. Le livre vert sur la protection des consommateurs dans l'Union européenne ⁽³⁸⁾ a présenté des arguments en faveur d'un instrument juridique, similaire à ce qui existe dans d'autres politiques communautaires, officialisant cette coopération. Un tel instrument juridique pourrait également servir de point de départ pour des accords de coopération avec des pays tiers. Les idées défendues dans le livre vert sur ces questions ont recueilli un très large consensus.

Des structures renforcées de coopération dans l'application des règles relatives à la sécurité des produits, telles que le réseau pour la sécurité des produits de consommation, ont déjà été prévues dans la directive révisée sur la sécurité générale des produits.

La Commission a l'intention de proposer un **cadre législatif pour la coopération** entre les États membres **dans l'application des règles** de protection des consommateurs, comprenant la mise sur pied d'un comité composé de représentants des organismes nationaux chargés de l'application de la réglementation.

Les instruments *ad hoc* et informels de coopération existants, tels que le RICC ou la base de données CLAB, ont fait œuvre de précurseur en ce qui concerne cette forme de coopération et continueront à jouer un rôle important:

3.2.1.1. Réseau international de contrôle de la commercialisation (RICC)

Le RICC est une organisation composée des autorités chargées de l'application des lois de vingt-neuf pays. En principe, ces autorités sont membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Le Réseau a pour mandat de diffuser des informations sur les activités commerciales transfrontalières qui peuvent avoir une incidence sur les intérêts des consommateurs et d'encourager la collaboration internationale entre les autorités chargées de l'application des lois. La Commission participe en qualité d'observateur aux conférences semestrielles du RICC. Le sous-groupe européen «Réseau international de contrôle de la commercialisation — Europe» (RICC Europe) est un réseau d'autorités gouvernementales des pays de l'Espace économique européen participant à l'application de lois sur les pratiques commerciales loyales et à d'autres activités de protection des consommateurs.

Afin d'assurer un échange d'informations permanent et systématique entre les membres de RICC Europe, la Commission a l'intention de développer son **site Internet** existant, à des fins d'échange d'informations, et la **base de données**, qui enregistre des informations liées à l'application des lois.

3.2.1.2. Base de données CLAB ⁽³⁹⁾

La directive concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs ⁽⁴⁰⁾ a été adoptée en vue de supprimer les clauses abusives des contrats passés entre professionnels et consommateurs. La Commission a lancé la base de données CLAB afin de créer un outil de suivi de l'application pratique de la directive sous la forme d'une base de données répertoriant la «jurisprudence nationale» relative aux clauses abusives. Par «jurisprudence» au sens de la base de données CLAB, on entend non seulement les décisions des tribunaux, mais également des décisions d'organes administratifs, des accords volontaires, des accords à l'amiable ou des décisions arbitrales.

La Commission a l'intention de **compléter et d'améliorer la base de données CLAB** au cours des prochaines années.

3.2.2. Informations et données sur la sécurité des biens et des services

Il convient de surveiller étroitement l'efficacité des systèmes mis en place dans l'Union européenne pour garantir un niveau élevé de protection de la santé et de la sécurité des consommateurs, en vue d'identifier d'éventuelles faiblesses, de déterminer les priorités pour ce qui est de renforcer ou de compléter les dispositions de sécurité applicables, d'intervenir rapidement en cas d'urgence et d'aider les responsables politiques à définir de nouvelles orientations stratégiques. Ce processus exige notamment de collecter et d'évaluer des informations et des données sur les produits de consommation dangereux, les risques posés par certains services, les accidents liés aux produits de consommation et aux services.

La collecte et l'échange de ces informations au niveau communautaire sont également importants en vue de contribuer à garantir une application uniforme des dispositions communautaires sur la sécurité des produits et des services.

Le «**système d'alerte rapide**» (RAPEX) et les programmes destinés à collecter et à échanger des données sur les blessures liées aux produits doivent être affinés. Un **renforcement du RAPEX** s'inscrira dans la mise en œuvre de la directive révisée sur la sécurité générale des produits ⁽⁴¹⁾. **L'élaboration d'un programme destiné à collecter, évaluer et échanger des données et des informations sur la sécurité des services** et sur les accidents dans certains secteurs de services sera sans doute envisagée dans le cadre de l'initiative concernant la sécurité des services. En outre, le programme existant de collecte et d'évaluation de données sur les blessures liées aux produits, dépendant du programme relatif à la prévention des blessures ⁽⁴²⁾, sera poursuivi dans le cadre du nouveau programme relatif à la santé et renforcé, au besoin, par des initiatives spécifiques appropriées.

⁽³⁹⁾ Clauses abusives.

⁽⁴⁰⁾ Directive 93/13/CEE du Conseil, (JO L 95 du 21.4.1993).

⁽⁴¹⁾ Directive 2001/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 3 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits (JO L 11 du 15.1.2002, p. 4).

⁽⁴²⁾ http://europa.eu.int/comm/health/ph/programmes/injury/index_en.htm

⁽³⁸⁾ COM(2001) 531 final.

L'élargissement entraînera une difficulté supplémentaire, à savoir intégrer dans le système communautaire des mécanismes de mise en œuvre plus faibles. Afin de faciliter cette intégration, la Commission aide les pays candidats dans la tâche ardue consistant à progressivement **mettre en place des structures administratives et des pouvoirs d'exécution adéquats** en vue de mettre en œuvre et de suivre l'acquis en matière de protection des consommateurs.

Les pays candidats seront associés à la mise en œuvre de la directive révisée sur la sécurité générale des produits, en particulier par leur **participation au «système d'alerte rapide» renforcé (RAPEX)**.

3.2.3. Réparation

Pour avoir suffisamment confiance pour faire des achats en dehors de leur propre État membre et profiter du marché intérieur, les consommateurs doivent avoir l'assurance de pouvoir demander réparation en cas de problème. Un meilleur accès, plus facile, aux mécanismes judiciaires et extrajudiciaires de résolution des litiges transfrontaliers est donc nécessaire en vue de faciliter un accès plus efficace des consommateurs à la justice.

3.2.3.1. Systèmes alternatifs de résolution des litiges

En cas de litige transfrontalier, il n'est pas toujours pratique ni rentable pour les consommateurs et les entreprises d'user des voies de recours traditionnelles. Aussi la Commission a-t-elle lancé un certain nombre d'initiatives destinées à promouvoir des moyens simples, peu coûteux et efficaces pour résoudre des litiges transfrontaliers, comme les systèmes alternatifs de résolution des litiges ⁽⁴³⁾.

Le réseau extrajudiciaire européen (réseau EJE) a été créé en octobre 2001 en vue de coordonner les procédures de règlement extrajudiciaire dans toute l'Europe. Le réseau EJE constitue une structure de communication et de soutien composée de points de contact nationaux (ou «centres d'information et d'assistance») mis sur pied par chaque État membre. Le centre d'information et d'assistance aidera le consommateur à déposer une réclamation auprès d'un organe approprié de résolution extrajudiciaire des litiges, en lui fournissant des informations et un soutien. Le réseau EJE est complété par le réseau FIN-NET. Ce dernier, mis en place en février 2001, est le réseau extrajudiciaire communautaire pour les plaintes transfrontalières liées aux services financiers.

⁽⁴³⁾ La Commission a adopté la recommandation 98/257/CE du 30 mars 1998 concernant les principes applicables aux organes responsables pour la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation (JO L 115 du 17.4.1998, p. 31) et la recommandation 2001/310/CE du 4 avril 2001 relative aux principes applicables aux organes extrajudiciaires chargés de la résolution consensuelle des litiges de consommation (JO L 109 du 19.4.2001, p. 56).

La Commission développera le **réseau EJE** avec les États membres. Elle assurera des garanties minimales pour les **systèmes alternatifs de résolution des litiges**, en encourageant l'application des principes établis par ses recommandations de 1998 et de 2001. La Commission développera et améliorera le réseau FIN-NET, et favorisera la mise en place **de systèmes alternatifs de résolution des litiges à l'échelon communautaire, en particulier des systèmes en ligne**. La Commission a également adopté un livre vert sur les modes alternatifs de résolution des conflits ⁽⁴⁴⁾, pour faire le point de la situation en vue de définir les priorités futures dans ce domaine, et proposera une communication sur la résolution des litiges en ligne.

3.2.3.2. Centres européens des consommateurs (Euroguichets)

Le réseau des Centres européens des consommateurs (réseau des CEC) fait office d'interface entre la Commission et les consommateurs européens, afin de favoriser une meilleure utilisation du marché intérieur et de donner des informations en retour à la Commission concernant les problèmes rencontrés sur le marché. Les CEC communiquent des informations en matière de législation et de jurisprudence, tant à l'échelon communautaire qu'à celui des États membres. Ils fournissent également une aide et des conseils en matière de médiation, d'information relative aux procédures, de première aide juridique et d'orientation vers d'autres instances. Les CEC collaborent étroitement au sein de leur réseau, ainsi qu'avec d'autres réseaux européens, tels que le réseau EJE et le réseau FIN-NET. La Commission souhaite qu'un Centre européen des consommateurs soit implanté dans chaque État membre et, dès que possible, également dans les pays candidats.

La Commission continuera à **étouffer le réseau des CEC** dans les États membres de l'Union européenne et dans les pays candidats. Pour aider la Commission à mieux identifier les besoins des consommateurs, les CEC participeront à l'initiative lancée par celle-ci et intitulée **«Élaboration interactive des politiques»**, qui constitue un nouveau mécanisme de retour d'informations destiné à fournir des informations précieuses concernant le marché.

3.2.3.3. Coopération judiciaire en matière civile

Le principal objectif de la coopération judiciaire civile est d'établir une meilleure collaboration entre les États membres afin d'encourager la libre circulation des citoyens. Le Conseil européen de Tampere (15 et 16 octobre 1999) a établi un plan en vue de l'application effective, entre autres, des dispositions en matière de coopération civile instituées par le traité d'Amsterdam. Les trois priorités dans ce domaine sont un meilleur accès à la justice, la reconnaissance mutuelle des décisions judiciaires, et une convergence accrue dans le domaine du droit procédural.

⁽⁴⁴⁾ COM(2002) 196 final.

La Commission s'efforcera d'atteindre les objectifs fixés en vue de l'**application effective des dispositions en matière de coopération civile instituées par le traité d'Amsterdam et développées dans les conclusions du Conseil européen de Tampere**. La Commission continuera de mettre à jour, à intervalles réguliers, un «tableau de bord» destiné à suivre les progrès accomplis dans l'adoption et la mise en œuvre de l'éventail des mesures nécessaires pour atteindre ces objectifs.

Un règlement communautaire concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale ⁽⁴⁵⁾, qui est entré en vigueur le 1^{er} mars 2002, institue un nouvel ensemble de règles intéressant directement les consommateurs. De nouvelles règles concernant la loi applicable aux obligations contractuelles et non contractuelles sont également sur le point d'être établies ⁽⁴⁶⁾.

La Commission tiendra compte des intérêts du consommateur **lors de l'établissement de règles communautaires dans le domaine du droit privé international**.

3.2.4. Soutien aux associations de consommateurs

Les associations de consommateurs peuvent contribuer de manière importante à la bonne application des mesures relevant de la politique des consommateurs, par leur recours aux actions en cessation et par leur rôle général de surveillance du marché. Ces associations sont en mesure d'identifier des produits de consommation et des services qui, par exemple, présentent des dangers ou sont d'une qualité inacceptable. Elles complètent ainsi l'action des pouvoirs publics en matière d'application des règles et de surveillance du marché. Leurs activités mobilisent des ressources importantes et nécessitent souvent un niveau élevé d'expertise.

Un grand nombre des actions prévues à l'appui de l'objectif n° 3, telles que le programme de formation destiné aux professionnels des associations de consommateurs ou la plate-forme éducative en ligne, serviront à renforcer la capacité des associations de consommateurs et des consommateurs particuliers à contribuer à la surveillance du marché. En outre, la Commission entreprendra certaines initiatives spécialisées concernant la sécurité générale des produits.

La Commission organisera, en 2003, une **formation spéciale destinée aux associations de consommateurs, portant sur la surveillance du marché** dans le contexte de la directive révisée sur la sécurité générale des produits. Elle étudiera également la possibilité de lancer d'autres initiatives coordonnées avec les États membres lorsque la directive entrera en vigueur.

⁽⁴⁵⁾ Règlement (CE) n° 44/2001 du Conseil du 22 décembre 2000 concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale (JO L 12 du 16.1.2001, p. 1).

⁽⁴⁶⁾ Révision de la convention de Rome de 1980 sur la loi applicable aux obligations contractuelles («Rome I») et ajout d'un nouvel instrument régissant les règles de conflits de lois pour les aspects non contractuels des transactions commerciales («Rome II»)

3.3. Objectif à moyen terme n° 3: Participation appropriée des organisations de consommateurs aux politiques communautaires

Pour que les politiques de protection des consommateurs soient efficaces, il faut que les consommateurs aient la possibilité de contribuer à la définition des politiques qui les concernent. Ce processus dépasse le simple cadre de la politique des consommateurs en tant que telle et est essentiel pour mener à bien l'intégration des exigences de protection des consommateurs dans toutes les autres politiques communautaires. Par exemple, la diversité des services publics et autres services d'intérêt général fournis sous l'une ou l'autre forme de structure commerciale augmente constamment. Il y a lieu de prendre en considération les intérêts des consommateurs dans ces domaines. L'intervention des organisations de consommateurs est également précieuse dans le sens où elle constitue un examen de ce qui est proposé. Des actions spécifiques devraient être mises en œuvre dans les domaines suivants.

3.3.1. Révision des mécanismes de participation des organisations de consommateurs à la formulation des politiques communautaires

3.3.1.1. Règles minimales de consultation

En vue d'accroître l'efficacité et la transparence de la législation au niveau communautaire, le livre blanc sur la gouvernance ⁽⁴⁷⁾ propose que le processus de consultation, dans son ensemble, obéisse à des normes arrêtées d'un commun accord. Le livre blanc constate également les répercussions que ce processus aura sur les ressources de la société civile et indique que tous les pouvoirs publics concernés devront tenir compte de cet aspect à l'avenir.

Les organisations de consommateurs disposent d'une enceinte, le Comité des consommateurs, leur permettant de contribuer à la politique des consommateurs en tant que telle. Le Comité des consommateurs est un comité consultatif composé de représentants des consommateurs de tous les États membres et d'organisations européennes. Le défi actuel pour les organisations de consommateurs consiste à avoir la possibilité et la capacité de participer à des initiatives communautaires de plus grande envergure, ayant une composante «consommateurs», à toutes les étapes du processus décisionnel communautaire.

Une communication établissant des **règles minimales** pour la conduite du processus de consultation au sein de la Commission sera présentée d'ici peu à cette dernière.

3.3.1.2. Participation aux organismes consultatifs et aux groupes de travail

La participation des consommateurs aux organismes consultatifs et aux groupes de travail contribuera également à assurer l'intégration des intérêts des consommateurs dans l'ensemble des politiques communautaires. La plupart de ces organismes consultatifs concernent le secteur agricole. De nouveaux organismes consultatifs ont également été mis sur pied dans certains secteurs tels que les transports, l'énergie, les télécommunications ou la pêche. Au fil des années, la représentation des consommateurs dans ces organismes s'est accrue cas par cas, sans approche coordonnée générale.

⁽⁴⁷⁾ COM(2001) 428 final.

La Commission s'emploie à accroître la transparence en ce qui concerne les activités des **différents organismes consultatifs**. Dans ce contexte, la Commission examinera si les organisations de consommateurs sont représentées comme il se doit dans toute la gamme des politiques qui les concernent.

3.3.1.3. Travaux de normalisation

Les normes volontaires, établies par les organismes européens de normalisation, jouent un rôle important dans l'application concrète d'un grand nombre de mesures communautaires liées à la protection des consommateurs. Le recours à des normes en vue d'atteindre des objectifs relevant de la politique des pouvoirs publics acquiert de la légitimité par la transparence du processus de normalisation et par la participation pleine et entière de toutes les parties prenantes, y compris les consommateurs. La participation des consommateurs à la normalisation européenne est encore insuffisante et n'est pas à la hauteur de la position dominante des producteurs et des autres groupes économiques.

La Commission examinera de quelle manière elle peut garantir une **meilleure participation des consommateurs** aux travaux des organismes de normalisation. La normalisation européenne comporte des activités au niveau communautaire et au niveau des comités nationaux de normalisation. Par conséquent, la Commission et les États membres devraient coopérer afin de faire en sorte que les activités à l'échelle communautaire soient bien coordonnées et que les représentants des consommateurs soient associés comme il se doit aux activités nationales.

3.3.1.4. Participation des consommateurs aux travaux d'autres institutions communautaires

La participation appropriée des organisations de consommateurs aux politiques communautaires concerne toutes les institutions communautaires. Le Parlement européen et le Conseil procèdent déjà à la consultation d'organisations nationales et européennes de consommateurs. Le traité de Nice ajoute expressément les «consommateurs» à la liste des représentants de la société civile au sein du Comité économique et social⁽⁴⁸⁾. Toutefois, la participation des consommateurs pourrait être plus systématique.

La Commission **invite les autres institutions communautaires** à se pencher sur la manière d'améliorer la participation des consommateurs à la formulation des politiques.

3.3.2. Information et éducation des consommateurs

Compte tenu de la subsidiarité, la responsabilité en matière d'information et d'éducation des consommateurs incombe en grande partie aux autorités nationales, régionales et locales.

⁽⁴⁸⁾ Article 257 du traité CE.

3.3.2.1. Information

Les aspirations croissantes des citoyens à avoir pleinement et facilement accès à des informations sur les affaires européennes exigent une politique d'information moderne, efficace et fiable, tenant compte des derniers développements en matière de recherche et de connaissance. Il s'agit d'un défi permanent pour la Commission et pour d'autres institutions communautaires, qui adhèrent à une politique d'ouverture et de responsabilité. Tel est particulièrement le cas pour les consommateurs, étant donné que les politiques et les activités communautaires de protection des consommateurs influencent directement leur vie quotidienne. Au cours de ces dernières années, la Commission a mis au point divers outils d'information, destinés au grand public, aux consommateurs ou à certains groupes cibles. Parmi ces outils figurent son site Internet, le bulletin d'information «Consumer Voice» et des campagnes d'information. Le réseau des Centres européens des consommateurs (Euroguichets) joue un rôle important en informant directement les consommateurs sur les initiatives communautaires.

La Commission poursuivra ses efforts en vue d'améliorer sa **politique d'information** envers les consommateurs. Parmi les actions futures figureront des campagnes d'information concernant la prévention du tabagisme chez les jeunes.

3.3.2.2. Éducation

Au cours de ces dernières années, en particulier dans le contexte du marché unique, il est devenu de plus en plus manifeste qu'une attention accrue devait être accordée à l'éducation des consommateurs, de manière à ce qu'ils puissent effectuer des achats en toute confiance, en connaissant leurs droits. L'action communautaire devrait porter sur des problèmes spécifiques liés aux transactions transfrontalières, sur la dimension européenne des droits des consommateurs, ainsi que sur l'échange d'expériences et de bonnes pratiques entre les États membres. L'élargissement renforce la nécessité de ce type d'actions.

La Commission mettra au point des **outils éducatifs interactifs en ligne** qui pourront être utilisés par les associations de consommateurs pour la formation continue de leur personnel sur certains aspects des transactions transfrontalières, par exemple les services financiers, et des droits des consommateurs de l'Union européenne dans le marché intérieur. À cette fin, la Commission tirera pleinement parti des meilleures pratiques mises en place par les États membres et les organisations de consommateurs.

3.3.3. Soutien aux organisations de consommateurs et renforcement de leurs capacités

3.3.3.1. Programme de formation destiné aux membres du personnel des organisations de consommateurs

Le mouvement consumériste varie considérablement au sein de l'Union européenne, en termes de poids, de structure et de capacité. La Commission concentrera ses propres efforts sur le renforcement des capacités (gestion, *lobbying*, droit de la consommation) des organisations de consommateurs et encouragera les États membres à faire de même.

Un ambitieux **programme de formation destiné aux professionnels de la consommation a été lancé et sera développé au cours des années à venir**. Il devrait aider les professionnels des organisations de consommateurs à contribuer efficacement à l'élaboration des politiques communautaires dans les principaux domaines ayant une incidence sur les consommateurs. Cet effort sera combiné aux mesures déjà mises en place pour soutenir les organisations de consommateurs.

3.3.3.2. Révision de l'instrument juridique établissant un cadre général pour les activités communautaires en faveur des consommateurs

Au niveau communautaire, la décision du Parlement européen et du Conseil établissant un cadre général pour les activités communautaires en faveur des consommateurs ⁽⁴⁹⁾ forme la base juridique de l'aide financière pouvant être accordée aux initiatives visant à soutenir et à renforcer les organisations de consommateurs. Cette décision expirera à la fin de l'année 2003. Le nouveau cadre général reflétera et appuiera les objectifs exposés dans la présente stratégie.

La Commission a l'intention d'adopter une **proposition établissant un nouveau cadre général pour les activités communautaires en faveur des consommateurs** en 2002. Cette proposition donnera aux pays candidats la possibilité de participer à ces activités, conformément aux règles générales de participation des pays candidats aux programmes communautaires.

4. CONCLUSION

La politique communautaire des consommateurs se trouve dans une phase critique. Au cours des prochaines années, les consommateurs devraient tirer des avantages tangibles du marché unique et de l'euro. Ils devraient voir les résultats concrets de l'intégration de leurs intérêts dans toutes les politiques communautaires. Les consommateurs d'une Union européenne élargie comptant 470 millions de citoyens devraient tous bénéficier du même niveau élevé de protection.

La présente stratégie de la Commission pour la politique des consommateurs au niveau communautaire servira d'orientation constante pour les cinq prochaines années. Les objectifs se renforcent mutuellement et seront concrétisés au moyen d'un programme glissant à court terme, qui sera réexaminé périodiquement. Chaque examen évaluera les actions réalisées sur la base de nouvelles données et d'indicateurs de progression, afin d'apporter des aménagements aux actions en cours, s'il y a lieu, et d'identifier de nouvelles actions.

La Commission invite le Parlement européen, le Conseil, le Comité économique et social, le Comité des régions, ainsi que toutes les parties intéressées à apporter leur appui à l'approche générale et aux trois objectifs particuliers. Elle les invite également à favoriser l'adoption des mesures proposées et à soutenir leur mise en œuvre.

⁽⁴⁹⁾ Décision n° 283/1999/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 janvier 1999 établissant un cadre général pour les activités communautaires en faveur des consommateurs (JO L 34 du 9.2.1999, p. 1).

ANNEXE

PROGRAMME GLISSANT POUR LA POLITIQUE DES CONSOMMATEURS (2002-2006)**LISTE INDICATIVE D'ACTIONS****OBJECTIF 1: UN NIVEAU COMMUN ÉLEVÉ DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS**

Action	Description	Période visée
Sécurité des biens de consommation et des services		
Communication de la Commission concernant la sécurité des services	Identifier les besoins, les possibilités et les priorités de l'action communautaire dans le domaine de la sécurité des services et établir un rapport sur cette question	4 ^e trimestre 2002
Propositions de la Commission concernant la sécurité des services	Parachever les propositions appropriées concernant l'action communautaire dans le domaine de la sécurité des services	4 ^e trimestre 2003
Orientations visant à garantir la coordination entre la nouvelle directive sur la sécurité générale des produits (DSGP) et la législation communautaire verticale relative à la sécurité des produits	Parachever un document d'orientation sur les liens entre la DSGP et la législation communautaire verticale relative à la sécurité des produits	2 ^e trimestre 2003
Lignes directrices pour la notification des produits dangereux par les producteurs et les distributeurs	Élaborer un guide reprenant le contenu, les critères et les formulaires concernant les informations sur les produits dangereux que les producteurs et les distributeurs sont tenus de communiquer aux autorités compétentes, conformément à la DSGP	2 ^e trimestre 2003
Décision de lancer l'évaluation de certaines normes de sécurité des produits	Identifier les priorités pour la publication de normes de sécurité dans le cadre de la nouvelle DSGP	4 ^e trimestre 2002
Décision de publier les références de certaines normes de sécurité des produits et de lancer de nouveaux mandats de normalisation	Publier les références de certaines normes de sécurité existantes et lancer certains mandats de normalisation dans le cadre de la nouvelle DSGP	4 ^e trimestre 2003
Atelier sur les substances chimiques dans les produits/articles	Identifier les problèmes de sécurité et les questions susceptibles d'être posées aux comités scientifiques en ce qui concerne les substances chimiques pouvant se dégager des produits et articles	2 ^e trimestre 2002
Révision de la directive sur les jouets	Parachever une proposition de révision de la directive sur les jouets	2003
Révision de la directive «basse tension»	Parachever une proposition de révision de la directive «basse tension» régissant la sécurité des produits électriques	2003
Révision de la directive sur les produits cosmétiques	Parachever une proposition de révision de la directive régissant la sécurité des produits cosmétiques	2003
Proposition révisée de directive relative à la présence de phtalates dans les jouets	Garantir une solution permanente en vue de prévenir les risques que la présence de phtalates dans les jouets pose pour la santé des enfants	2002
Proposition de recommandation révisée du Conseil concernant la sécurité des hôtels contre les risques d'incendie	Parachever une proposition visant à mettre à jour et à renforcer la recommandation du Conseil concernant la sécurité des hôtels contre les risques d'incendie	3 ^e trimestre 2003
Législation sur les intérêts économiques des consommateurs		
Pratiques commerciales		
Propositions faisant suite au livre vert de la Commission sur la protection des consommateurs dans l'Union européenne	Communication de suivi au livre vert et actions connexes Travaux de recherche supplémentaires concernant les attitudes des entreprises et des consommateurs vis-à-vis du marché intérieur	2 ^e trimestre 2002

Action	Description	Période visée
Examen de l'acquis existant		
Modification de la directive sur la multipropriété	Soumettre une proposition portant modification de la directive sur la multipropriété afin de la mettre à jour et de protéger les consommateurs contre les éléments nouveaux apparus sur le marché de la multipropriété depuis l'adoption de la directive	2003
Modification de la directive sur les voyages à forfait	Soumettre une proposition portant modification de la directive sur les voyages à forfait afin de la mettre à jour et de renforcer la protection des consommateurs dans ce domaine	2003/2004
Rapport sur la directive relative à l'indication des prix	Établir un rapport sur l'application de la directive relative à l'indication des prix (98/6/CE), accompagné d'une proposition, comme exigé par la directive	1 ^{er} trimestre 2003
Rapport sur la directive relative aux actions en cessation	Établir un rapport sur l'application de la directive relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs (98/27/CE) et proposer toutes les modifications jugées nécessaires	3 ^e trimestre 2003
Rapport sur la directive concernant les contrats à distance	Établir un rapport sur la directive concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (97/7/CE) et proposer toutes les modifications jugées nécessaires	2 ^e trimestre 2001
Rapport concernant la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation	— Établir un rapport concernant la directive sur certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation (1999/44/CE), en particulier concernant l'utilisation faite par les États membres de la possibilité d'imposer aux consommateurs l'obligation de signaler un défaut de conformité dans un délai donné — Établir un rapport sur l'application de cette directive, examinant, notamment, l'éventuelle introduction de la responsabilité directe du producteur et accompagné, le cas échéant, d'une proposition	1 ^{er} trimestre 2003 (obligation de notification) 3 ^e trimestre 2006
Droit régissant les contrats à la consommation		
Mesures faisant suite à la communication concernant le droit européen des contrats	— Identifier les domaines dans lesquels la diversité des législations nationales en matière de droit des contrats risque de nuire au bon fonctionnement du marché intérieur et à l'application uniforme du droit communautaire — Décrire de façon plus détaillée l'option ou les options retenue(s), à la suite de la consultation, dans le domaine du droit des contrats; dans ce contexte, on s'efforcera d'améliorer la législation communautaire existante — Élaborer un plan d'action concernant la mise en œuvre chronologique des conclusions stratégiques de la Commission — Proposer la coordination d'activités de recherche. Ces activités pourraient conduire à l'élaboration d'un cadre général de référence, établissant des principes et une terminologie communs	4 ^e trimestre 2002
Examen du droit des contrats à la consommation en vigueur	Examiner le droit des contrats en vigueur de manière à identifier les incohérences et les lacunes, en vue de simplifier et de compléter l'acquis en matière de droit des contrats à la consommation	2004-2006
Services financiers		
Mise en œuvre des mesures présentées dans le plan d'action pour les services financiers et dans la liste d'étapes	Un grand nombre des différentes propositions législatives assurent ou assureront la protection des consommateurs. Cela nécessitera une vaste consultation de toutes les parties prenantes, y compris les consommateurs	2002-2006
Plan d'action sur les paiements de détail et pour la prévention de la fraude concernant les moyens de paiement autres que les espèces	Étudier, en particulier, la sécurité des paiements de détail sous ses différents aspects et l'utilisation de nouveaux moyens de paiement. La sécurité juridique et technique est abordée dans le plan d'action pour la prévention de la fraude concernant les moyens de paiement autres que les espèces et dans la version révisée de certains actes législatifs existants. L'objectif est de créer une seule ligne téléphonique au sein de l'Union européenne pour faire opposition («card stop») en cas de perte ou de vol de carte. Il est également proposé d'inclure plusieurs projets d'éducation et de sensibilisation des consommateurs	2002-2006

Action	Description	Période visée
Remplacer la directive sur le crédit à la consommation (87/102/CEE) et les deux directives la modifiant par une nouvelle directive largement actualisée	Modifier la directive existante afin d'étendre son champ d'application à toutes les formes de crédit à la consommation et à l'ensemble des prêteurs dans ce domaine; aboutir à un meilleur équilibre des droits et des obligations entre le consommateur et le prêteur, et augmenter le degré d'harmonisation	2 ^e trimestre 2002
Proposition de cadre législatif général pour les paiements dans le marché intérieur (comprenant des dispositions en matière de remboursement)	Transformer la recommandation 97/489/CE concernant les moyens de paiement électronique en un texte contraignant; mettre à jour la directive 97/5/CE concernant les virements transfrontaliers afin d'ajouter des aspects juridiques supplémentaires pour les paiements de détail dans le marché intérieur	2 ^e trimestre 2002
Création d'un forum pour les utilisateurs de services financiers (Finuse)	Obtenir des éléments d'information, de la part des consommateurs et d'autres utilisateurs de services financiers, sur les initiatives communautaires	4 ^e trimestre 2002

Commerce électronique

Recommandation de la Commission concernant la confiance des consommateurs dans le commerce électronique	Contribuer à l'établissement de lignes directrices communautaires pour les bonnes pratiques commerciales en ligne et contribuer au renforcement de la confiance des consommateurs dans le commerce électronique transfrontalier par une recommandation définissant les principes de bonnes pratiques commerciales en ligne et de leur application effective	2 ^e trimestre 2002
Mesures visant à améliorer la sécurité du commerce électronique	Prendre une série de mesures englobant la sensibilisation, le soutien technologique, la réglementation et la coordination internationale	2002

Services d'intérêt général (SIG)

Association des représentants des consommateurs à la politique, à l'évaluation et au suivi des SIG	<ul style="list-style-type: none"> — Mettre au point des mécanismes, au niveau communautaire, permettant d'associer les représentants des consommateurs à l'élaboration des politiques pour les SIG et garantir leur participation au suivi et à l'évaluation des résultats qui en découlent pour les consommateurs — Promouvoir, en coopération avec les États membres et les groupes de consommateurs, la mise sur pied d'organismes représentant les intérêts des consommateurs dans les différents SIG 	2002-2006
Amélioration de l'établissement de rapports sectoriels et renforcement de l'importance accordée aux consommateurs	Travailler en collaboration avec les DG sectorielles et les groupes de consommateurs en vue de mettre en évidence les questions de consommation dans les rapports sectoriels	2002-2006
Communication concernant une méthodologie pour la réalisation d'évaluations horizontales et rapport annuel de la Commission sur l'évaluation horizontale	Établir une méthodologie cohérente et systématique permettant d'évaluer les performances dans les secteurs des SIG, comprenant des évaluations de la qualité des services et de la satisfaction des consommateurs et faire rapport annuellement à ce sujet	2002-2006
Mise en place d'un système d'évaluation comparative dans certains domaines des services d'intérêt général	Travailler en collaboration avec les États membres et d'autres autorités publiques en vue de mettre en place un système d'évaluation comparative dans les domaines des SIG qui ne sont pas couverts par les rapports sectoriels ou par l'évaluation horizontale régulière	2002-2006
Surveillance de la satisfaction des consommateurs dans le domaine des services d'intérêt général	<ul style="list-style-type: none"> — Poursuivre les sondages Eurobaromètre ordinaires et les enquêtes qualitatives axées sur certains groupes cibles afin de surveiller les niveaux de satisfaction des consommateurs dans les SIG — Établir des indicateurs plus rigoureux permettant de mesurer la satisfaction des consommateurs dans les SIG 	2002-2006

SIG — Transports

Proposition de la Commission de règlement concernant les exigences relatives aux contrats de transport aérien	Clarifier les contrats de transport aérien et améliorer les droits des consommateurs	2003
---	--	------

Action	Description	Période visée
Établissement de rapports, destinés aux consommateurs, sur la qualité des services aériens	Se concentrer sur des indicateurs de la qualité des services comprenant notamment la ponctualité des vols, l'annulation de vols, le refus d'embarquement en raison de sursur réservation, la perte ou la détérioration de bagages, ainsi que les plaintes déposées par des passagers	2002-2006
Propositions de la Commission étendant les mesures communautaires de protection des droits des passagers aériens aux autres modes de transport	Étendre, dans la mesure du possible, les mesures communautaires de protection des droits des passagers aux modes de transport autres que le transport aérien, en particulier aux chemins de fer, au transport maritime et, dans la mesure du possible, aux services de transport urbain. Ceci concerne en particulier la qualité des services et l'établissement d'indicateurs de qualité, les conditions contractuelles, la transparence de l'information pour les passagers et les mécanismes de règlement extrajudiciaire des litiges	2002-2004
Proposition de la Commission de règlement concernant les droits des usagers des chemins de fer internationaux	Inclure des dispositions sur la loyauté des contrats, la consultation des consommateurs, les mécanismes de traitement des plaintes et de résolution des litiges, ainsi que l'indemnisation en cas de retard	D'ici fin 2002 — début 2003
Promotion des organisations d'usagers des chemins de fer	Promouvoir la mise en place d'une plate-forme européenne d'organisations d'usagers des chemins de fer à des fins de négociation et de consultation	2002-2004
Promotion d'actions volontaires par les entreprises ferroviaires en vue d'améliorer la qualité des services et l'information	Encourager les entreprises ferroviaires à élaborer une charte volontaire sur la qualité des services couvrant des questions telles que la ponctualité, la disponibilité d'informations sous forme électronique, l'accessibilité des trains pour les groupes ayant des besoins spéciaux, tels que les personnes à mobilité réduite ou les personnes voyageant avec leur bicyclette, ainsi que la protection des non-fumeurs	2002/2003

SIG — Énergie

Surveillance de l'application des règles pour le marché intérieur de l'électricité et du gaz	Continuer à surveiller l'application des règles pour le marché intérieur de l'électricité et du gaz, en particulier sous l'angle de leurs répercussions sur les consommateurs	En cours
--	---	----------

SIG — Télécommunications

Surveillance de l'application des règles pour le marché des télécommunications	Continuer à surveiller l'application des règles pour le marché des télécommunications, en particulier sous l'angle de leurs répercussions sur les consommateurs	En cours
--	---	----------

Concurrence

Études sur l'efficacité et le fonctionnement des marchés	Identifier les marchés «moins efficaces» en vue de mettre en place des mesures correctives dans l'intérêt des consommateurs	2002/2003
Actions visant à informer les consommateurs sur la politique de la concurrence et ses répercussions à leur égard	Permettre aux consommateurs d'identifier les activités anticoncurrentielles et donc les aider à attirer l'attention de la Commission sur celles-ci	2002/2003
Organisation de la «Journée européenne de la concurrence» semestrielle	Organiser, conjointement avec la présidence, la «Journée européenne de la concurrence» semestrielle, axée sur des thèmes qui illustrent les avantages découlant de la concurrence pour le consommateur	2002-2006

Environnement

Communication sur l'environnement et la santé	Cette communication établira une stratégie consistant en une approche holistique qui intègre des aspects sanitaires dans diverses politiques environnementales, dans le but de limiter l'incidence des dangers environnementaux sur la santé humaine, une attention particulière étant accordée aux enfants	2002
Livre blanc sur la politique intégrée de produits (PIP)	Ce document visera à élaborer une stratégie de mise en œuvre de la PIP au niveau communautaire. Prenant comme point de départ les problèmes environnementaux causés par les produits tout au long de leur cycle de vie, cette stratégie aura pour but de réduire ces problèmes. Étant donné que tous les acteurs jouent un rôle à cet égard, les concepteurs, les fabricants, les distributeurs, les détaillants, les consommateurs et les spécialistes des déchets seront associés au processus	2002

Action	Description	Période visée
Développement et commercialisation du label écologique communautaire	Le label écologique communautaire offre aux consommateurs la garantie de savoir que, s'ils achètent un produit portant ce label, n'importe où dans l'Union européenne, celui-ci répondra aux normes environnementales européennes les plus élevées. Des critères seront établis pour d'autres groupes de produits. Les activités commerciales seront intensifiées en vue d'accroître la visibilité du label écologique	2002
Proposition de la Commission sur les produits chimiques	De nouvelles dispositions législatives sur les produits chimiques seront élaborées, étant donné qu'une grande majorité d'entre eux sont sur le marché depuis de nombreuses années sans que l'on ait une connaissance suffisante de leurs risques. Ces dispositions institueront des mesures adéquates de réduction des risques et augmenteront le niveau de protection de la santé humaine et de l'environnement. Toutes les parties prenantes, y compris les consommateurs, auront un meilleur accès à l'information sur les produits chimiques, afin de pouvoir mieux choisir en connaissance de cause les produits chimiques qu'elles utilisent et auxquelles elles sont exposées	4 ^e trimestre 2002
Initiatives de la Commission sur la consommation durable	À la suite du sixième programme d'action sur l'environnement, prendre les initiatives appropriées pour une action communautaire concernant la promotion de la production et des modèles de consommation durables	4 ^e trimestre 2004
Proposition de la Commission de directive visant à réduire encore les émissions de composés organiques volatils (COV) pendant l'utilisation de produits	Éventuelle proposition de directive visant à réduire encore les émissions de COV pendant l'utilisation de produits. Des biens de consommation, tels que les peintures, entreraient dans son champ d'application	3 ^e trimestre 2002
Recommandations de la Commission concernant les informations, à l'intention des consommateurs, sur la consommation de carburant et les émissions de CO ₂ des voitures particulières neuves	En vertu de la directive ⁽¹⁾ , la Commission est tenue de prendre des mesures visant à permettre d'appliquer aux matériels non imprimés les dispositions relatives à la documentation promotionnelle. Ces matériels peuvent comprendre la commercialisation sur l'Internet ainsi que la publicité radiophonique et télévisée	2003

Commerce international

Défense des intérêts des consommateurs dans le cadre des positions communautaires lors du prochain cycle de négociations de l'OMC, ainsi que dans le contexte des négociations bilatérales et du processus de normalisation	Défendre et protéger les intérêts des consommateurs dans le cadre de l'OMC, en général, et du cycle actuel de négociations de l'OMC lancé en Doha, en particulier, ainsi que dans le contexte des relations commerciales bilatérales. Entretenir un dialogue avec les organisations de consommateurs à cette fin. Encourager la participation des consommateurs à la normalisation internationale	En cours
Examen des systèmes d'étiquetage privés existants	Examiner les systèmes d'étiquetage privés existants, tels que l'étiquetage des produits biologiques, des mesures relatives au commerce équitable et à la responsabilité sociale des entreprises, en vue d'évaluer leur efficacité et la nécessité de nouvelles mesures dans la réalisation des objectifs de transparence et d'information des consommateurs, dans une optique de développement durable	2002/2003

⁽¹⁾ Directive 1999/94/CE du Parlement européen et du Conseil du 13 décembre 1999 concernant la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO₂ à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures particulières neuves (JO L 12 du 18.1.2000, p. 16).

OBJECTIF 2: APPLICATION EFFECTIVE DES RÈGLES DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Action	Description	Période visée
Coopération entre les États membres dans l'application des règles		
Proposition de la Commission établissant la base juridique de la coopération administrative entre les États membres	Cette proposition devrait comprendre la mise sur pied d'un comité composé de représentants des administrations nationales	4 ^e trimestre 2002

Action	Description	Période visée
Création d'un site Internet et d'une base de données pour le Réseau international de contrôle de la commercialisation — Europe (RICC — Europe)	Site Internet destiné à l'échange d'informations et base de données enregistrant des informations liées à l'application des lois	Phase pilote: 4 ^e trimestre 2002, premier examen: 4 ^e trimestre 2003
Mise à jour de la base de données CLAB (clauses abusives)	Mettre à jour la base de données européenne répertoriant la jurisprudence relative aux clauses abusives, créée en vue de suivre l'application pratique de la directive 93/13/CEE	Appel d'offres pour les années 2000 à 2005

Contrôle de la sécurité des produits et des services

Cadre européen pour la collecte et l'évaluation de données sur les blessures liées aux produits	Parachever les initiatives appropriées visant à garantir la collecte et l'évaluation systématiques de données sur les blessures liées aux produits	3 ^e trimestre 2003
Lignes directrices visant à garantir le fonctionnement efficace du système d'alerte rapide (RAPEX) de la DSGP	Parachever et mettre en œuvre des lignes directrices concernant le fonctionnement d'un système RAPEX renforcé	4 ^e trimestre 2002
Création du réseau pour la sécurité des produits de consommation en application de la DSGP	Lancer des activités de coopération administrative entre les autorités chargées de la surveillance du marché et de l'application des lois, en vue de faciliter l'application efficace et cohérente de la nouvelle DSGP	1 ^{er} trimestre 2003
Renforcement du contrôle de la sécurité des produits dans les pays candidats	Mettre en œuvre la directive révisée sur la sécurité générale des produits, en particulier par la participation des pays candidats au «système d'alerte rapide» (RAPEX) renforcé	2 ^e trimestre 2003

Réparation

Systèmes alternatifs de résolution des litiges

Soutien et développement du réseau EJE	Pendant la première phase, achever la phase pilote d'un an et faire rapport sur son efficacité. Au cours de la deuxième phase, continuer à améliorer la coopération et le service que le réseau EJE fournira aux utilisateurs	2002
Soutien et développement du réseau FIN-NET	FIN-NET, le réseau communautaire concernant les plaintes liées aux services financiers, a été mis en place en 2001 afin de faciliter l'accès des consommateurs au règlement extrajudiciaire des litiges transfrontaliers lorsque le consommateur et le prestataire du service financier sont issus d'États membres différents	En cours
Promotion des principes établis par les recommandations de 1998 et de 2001 de la Commission concernant les systèmes alternatifs de résolution des litiges	La base de données existante concernant les organes extrajudiciaires, créée en application de la recommandation de 1998 (¹), sera mise à jour. En outre, les États membres ont été invités à communiquer à la Commission les renseignements concernant les systèmes alternatifs nationaux de résolution des litiges qui reposent sur les principes de la recommandation de 2001, afin de créer une deuxième base de données et de contrôler l'efficacité de l'application, par les États membres, des deux recommandations concernant les systèmes alternatifs de résolution des litiges. Les deux bases de données seront accessibles au public sur le site Internet Europa	En cours
Communication sur la promotion des services de résolution des litiges en ligne dans la société globale de l'information	Dans le cadre de l'initiative eEurope, la Commission adoptera une communication visant à promouvoir la confiance dans les services de résolution des litiges en ligne pour le règlement des litiges transfrontaliers dans la société de l'information. Elle visera à favoriser un consensus avec les parties prenantes au niveau mondial sur des critères et des orientations pour les systèmes de certification des services de résolution des litiges en ligne	2002/2003
Création d'un système de résolution des litiges de consommation en ligne, valable dans l'Union européenne, baptisé «Ecodir»	Ecodir fournira aux consommateurs un service paneuropéen de médiation en ligne	4 ^e trimestre 2002

Action	Description	Période visée
Centres européens des consommateurs (Euroguichets) — CEC		
Développement du réseau	— Implanter un centre dans chaque État membre et étendre le réseau aux pays candidats. Les pays de l'EEE peuvent participer s'ils le souhaitent — Développer le système d'enregistrement des données	2 ^e trimestre 2004 4 ^e trimestre 2002
Élaboration interactive des politiques (EIP) — «Votre point de vue sur l'Europe»	L'initiative EIP comprend la mise au point de deux instruments sur l'Internet visant à permettre à la Commission d'évaluer l'impact des politiques communautaires sur le terrain. Il s'agit, d'une part, de mécanismes de retour d'informations, qui contribuent à collecter des réactions spontanées sur le marché, et, d'autre part, d'un mécanisme de consultation destiné à recueillir les points de vue des parties prenantes sur de nouvelles propositions législatives ou d'autres initiatives stratégiques. Les Centres européens des consommateurs deviendront un partenaire actif dans le cadre de l'initiative EIP, en encodant les problèmes rencontrés par les consommateurs dans le marché intérieur	2002-2006
Un système efficace de résolution des problèmes dans le marché intérieur — Solvit		
Un système efficace de résolution des problèmes dans le marché intérieur — Solvit	Solvit, qui devrait être pleinement opérationnel en juin 2002, est un réseau de centres de coordination et de points de contact dans les États membres, auquel participent des responsables intervenant dans la gestion du marché intérieur au jour le jour. Ce réseau contribuera à la résolution de problèmes transfrontaliers résultant d'une mauvaise application des règles du marché intérieur, dans l'intérêt des citoyens et des entreprises. Un élément clé réside dans la création d'une base de données et l'utilisation de communications électroniques afin de relier les administrations des États membres	2002-2006
Coopération judiciaire en matière civile		
Proposition de la Commission de directive du Conseil visant à améliorer l'accès à la justice dans les affaires transfrontalières, par l'établissement de règles minimales communes relatives à l'aide judiciaire et à d'autres aspects financiers des procédures civiles	Cette proposition vise: — à améliorer l'accès à la justice dans les litiges transfrontaliers, par l'établissement de règles minimales communes relatives à l'aide judiciaire — à garantir l'octroi d'un niveau approprié d'aide juridique, dans certaines conditions, aux personnes dont la situation financière est telle qu'il leur est impossible de supporter les frais de la procédure — à faciliter la compatibilité des droits nationaux sur ce point et à établir des mécanismes de coopération entre les autorités des États membres	Proposition adoptée le 18 janvier 2002 ⁽²⁾
Livre vert concernant des mesures destinées à établir une procédure européenne uniforme d'injonction de payer et des mesures destinées à simplifier et à accélérer la résolution des litiges transfrontaliers portant sur de petites créances	Examiner les systèmes en vigueur dans les États membres en vue de procéder à une consultation sur d'éventuelles mesures au niveau communautaire	4 ^e trimestre 2002
Livre vert sur les modes alternatifs de résolution des conflits	Faire le point de la situation et organiser une large consultation en vue de définir les priorités futures dans ce domaine	Livre vert adopté le 19 avril 2002 ⁽³⁾
Soutien aux associations de consommateurs		
Organisation d'une formation à l'intention des associations de consommateurs	Organiser une formation spéciale destinée aux associations de consommateurs, portant sur la surveillance du marché dans le contexte de la DSGP révisée. La Commission étudiera également la possibilité de lancer d'autres initiatives coordonnées avec les États membres lorsque la directive entrera en vigueur	2003

(1) La Commission a adopté une recommandation concernant les principes applicables aux organes responsables pour la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation (98/257/CE, JO L 115 du 17.4.1998, p. 31) et une recommandation relative aux principes applicables aux organes extrajudiciaires chargés de la résolution consensuelle des litiges de consommation (2001/310/CE, JO L 109 du 19.4.2001, p. 56).

(2) COM(2002) 13 final.

(3) COM(2002) 196 final.

OBJECTIF 3: PARTICIPATION APPROPRIÉE DES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS AUX POLITIQUES COMMUNAUTAIRES

Action	Description	Période visée
Révision des mécanismes de participation des organisations de consommateurs à la formulation des politiques communautaires		
Normes de consultation		
Proposition de la Commission établissant des normes minimales pour la conduite du processus de consultation	Dans le cadre du livre blanc sur la gouvernance et du plan d'action pour l'amélioration de la réglementation, la Commission a l'intention d'établir des normes minimales pour la conduite du processus de consultation	2 ^e trimestre 2002
Participation aux comités et groupes de travail de la CE		
Évaluation de la participation des consommateurs aux comités consultatifs communautaires	Le groupe interservices «Politique des consommateurs» évaluera et coordonnera la participation des consommateurs aux comités consultatifs communautaires afin de déterminer si la contribution des consommateurs fait défaut à certains égards et, si oui, où se situe le problème, ainsi que la manière dont cette contribution pourrait être améliorée et développée	2 ^e trimestre 2002
Travaux de normalisation		
Lancement d'un projet de coopération visant à promouvoir la participation des consommateurs à la normalisation	Lancer une action coordonnée aux niveaux national et communautaire afin de garantir la participation effective des représentants des consommateurs aux travaux de normalisation et au processus décisionnel des organismes européens de normalisation	2003
Renforcement de la coopération entre les directions générales de la Commission		
Organisation de réunions régulières du groupe interservices «Politique des consommateurs»	Renforcer la coopération entre les directions générales de la Commission en matière de politique des consommateurs, en vue d'améliorer l'intégration des intérêts des consommateurs dans d'autres domaines d'action de la Communauté	2002-2006
Information et éducation des consommateurs		
Information		
Mise au point d'outils d'information destinés aux consommateurs	La Commission poursuivra ses efforts en vue d'améliorer sa politique d'information envers les consommateurs. Elle concentrera ses campagnes d'information futures sur la prévention du tabagisme chez les jeunes	2002-2006
Éducation		
Mise au point d'outils éducatifs interactifs en ligne	La Commission mettra au point des outils éducatifs interactifs en ligne qui pourront être utilisés par les associations de consommateurs pour la formation continue de leur personnel sur certains aspects des transactions transfrontalières et des droits des consommateurs de l'Union européenne dans le marché intérieur. La Commission développera également des outils propres à certains secteurs concernant des articles de consommation plus propres à faire l'objet d'échanges commerciaux, comme les services transfrontaliers et, en particulier, les services financiers. La Commission étudiera avec les États membres la manière de mettre à profit des travaux similaires effectués par les États membres ou par des organisations de consommateurs, afin que l'on puisse mettre au point des outils permettant d'échanger les meilleures pratiques	2002
Soutien aux organisations de consommateurs et renforcement de leurs capacités		
Formation		
Programme de formation destiné aux membres du personnel des organisations de consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> — Au cours de la première phase (année 2002), le contractant élaborera le matériel de formation, sélectionnera les formateurs et les formera dans trois domaines différents: gestion, relations publiques et <i>lobbying</i>, et droit de la consommation — Au cours de la deuxième phase (de début 2003 à fin 2004), les formateurs retenus à l'issue de la première phase formeront le personnel des organisations de consommateurs dans ces trois domaines 	<p>2002-2004</p> <p>De début 2003 à fin 2004</p>

Action	Description	Période visée
Révision de l'instrument juridique établissant un cadre général pour les activités communautaires en faveur des consommateurs		
Proposition de la Commission établissant un nouveau cadre général pour les activités communautaires en faveur des consommateurs	Proposition d'un cadre général qui reflétera et appuiera les objectifs et les actions exposés dans la présente stratégie, sur la base duquel des projets spécifiques pourront être adoptés et bénéficier d'un soutien communautaire. Cette proposition contiendra des dispositions visant à permettre la participation des pays candidats	3 ^e trimestre 2002

ACTIONS VISANT À AMÉLIORER LA QUALITÉ DES POLITIQUES EN FAVEUR DES CONSOMMATEURS

Action	Description	Période visée
Évaluation d'impact		
Communication de la Commission établissant un mécanisme intégré d'évaluation d'impact	Des mesures visant à faire en sorte que l'impact sur les intérêts économiques des consommateurs (en ce qui concerne le prix, le choix, la qualité, le caractère économiquement abordable, l'accessibilité, la transparence du marché, et l'équité) soit dûment pris en considération dans toutes les initiatives législatives et stratégiques appropriées sont indispensables à la satisfaction des obligations découlant de l'article 153, paragraphe 2, du traité. La mise au point d'un mécanisme intégré d'évaluation d'impact, prévue par le livre blanc sur la gouvernance ⁽¹⁾ et par la communication de la Commission pour une meilleure réglementation ⁽²⁾ , est donc primordiale	2 ^e trimestre 2002

Élaboration d'une politique fondée sur la connaissance

Organisation d'une conférence avec l'autorité danoise chargée des consommateurs sur le thème des statistiques concernant la politique des consommateurs	Cette conférence ferait le point et attirerait l'attention sur le domaine particulier des statistiques (combinant des données tant quantitatives que qualitatives), en mettant en lumière des études économiques sur les préjudices causés aux consommateurs	3 ^e trimestre 2002
Poursuite de la publication <i>Les consommateurs en Europe</i> avec Eurostat	Poursuivre sur la lancée de la première édition (2001) pour transformer la publication en un élément central du socle de connaissances utilisé pour l'élaboration des politiques en faveur des consommateurs	2002-2006
Réalisation d'un sondage Eurobaromètre sur l'information et la représentation des consommateurs	Réaliser un sondage Eurobaromètre qui sera publié pour la Journée du consommateur (15 mars 2002) et d'autres enquêtes du même type au cours des années ultérieures	2002-2006
Enquêtes de prix reposant sur des données obtenues par lecture optique pour les produits vendus en supermarché	Poursuivre les travaux effectués pendant la phase pilote (couvrant les données 1999/2000) pour obtenir des données permettant d'effectuer des comparaisons de prix pour les produits vendus en supermarché dans toute l'Europe	2002-2006
Enquêtes sur les attitudes des entreprises et des consommateurs vis-à-vis des échanges transfrontaliers	Deux enquêtes analyseront les attitudes des entreprises et des consommateurs vis-à-vis des échanges et des achats transfrontaliers dans le marché intérieur	3 ^e trimestre 2003
Enquête sur les prix des services, en complément des enquêtes ordinaires coordonnées par Eurostat	Si nécessaire, réaliser des enquêtes complémentaires sur les prix des services	2002-2006
Mise en place de systèmes d'information et de données plus détaillés sur la sécurité des biens et des services, reposant sur les systèmes RAPEX et Ehllass	<ul style="list-style-type: none"> — Poursuivre et renforcer la collecte et l'évaluation de données sur les blessures liées aux produits et examiner l'extension éventuelle aux blessures liées aux services — Renforcer le fonctionnement du système RAPEX en établissant de nouvelles lignes directrices opérationnelles et une structure d'échanges par l'Internet — Compléter le système RAPEX par une structure permettant l'échange direct d'informations entre les autorités de surveillance du marché, dans le cadre de l'établissement du réseau pour la sécurité des produits prévu par la directive révisée sur la sécurité générale des produits 	2002-2006

⁽¹⁾ COM(2001) 428 final.⁽²⁾ Communication de la Commission — Simplifier et améliorer l'environnement réglementaire, 5 décembre 2001, COM(2001) 726 final.