

Consultation sur la future stratégie UE 2020 (Document de travail de la Commission du 24.11.2009)

1. La politique communautaire relative à la protection des consommateurs est intimement liée à l'objectif du bon fonctionnement du Marché Unique. C'est donc le volet intitulé « **Exploiter pleinement le marché unique** »¹ qui retient notre attention première. Or, force est de constater que ce passage ne contient strictement aucune orientation politique nouvelle. Il se base sur le postulat immuable que le Marché Unique offrirait un meilleur choix et une meilleure concurrence sur les prix au profit notamment des consommateurs grâce plus particulièrement au potentiel des nouvelles technologies d'information et de communication. Le document de travail n'ébauche aucune nouvelle piste et se base sans doute notamment sur la Communication du 22.10.2009 sur le commerce électronique transfrontalier entre entreprises et consommateurs dans l'Union Européenne.² Cette Communication énonce une dizaine de mesures à prendre en proposant un ordre de priorité que nous ne partageons absolument pas. Il est injustifié de continuer à prétendre que la fragmentation des règles de protection des consommateurs découlant, dit-on, de l'harmonisation minimale serait la principale source d'entraves au bon fonctionnement du marché unique. Il n'en est rien. D'autres obstacles mentionnés comme priorités 8 (gestion des droits d'auteur), 9 (restrictions verticales anti-concurrentielles) et 10 (systèmes de paiement et de logistique) méritent au contraire d'être traités en priorité.

2. Le document de travail n'aborde nullement les possibles contradictions entre les achats transfrontaliers impliquant l'acheminement de biens sur de longues distances et les impératifs de **production/distribution/consommation durables** justifiant au contraire dans bien des cas des achats de proximité. Ce dernier aspect ne se pose d'ailleurs pas uniquement du point de vue du développement (environnemental) soutenable mais aussi comme soutien indispensable à l'économie nationale voire régionale qui est de plus en plus affectée par des délocalisations. Pour être consommateur, il faut gagner sa vie ce qui signifie dans la plupart des cas trouver voire garder un emploi rémunéré. La Commission s'oppose aux campagnes publiques en faveur des biens et services locaux comme contraires aux principes de la libre circulation des marchandises et libre prestation des services. Il n'empêche, face aux défis environnementaux, économiques et financiers découlant de la globalisation, de l'économie virtuelle et des spéculations, il faut repenser le bien-être des consommateurs et les valeurs sous-jacentes. Nous ne décelons aucune réflexion nouvelle à ce sujet. Le Plan d'Action sur la Production et la Consommation Durables n'est même pas cité alors qu'il mérite d'être considérablement précisé.

¹ Page 11 du document de travail

² COM(2009) 557 final

3. Plus d'importance à l'éducation, moins de poids à la simple information : Le Comité Economique et Social de l'UE est l'institution qui a le plus clairement regretté la tendance de considérer que la protection des consommateurs se limite essentiellement à l'information. Ce postulat ne fait que reprendre le principe traditionnel du « *caveat emptor* » (c-à-d l'acheteur bien informé est responsable de ses propres choix). En matière de *services financiers de détail*, cette politique a déjà pleinement montré ses limites avant même que la crise des « sub-primes » et les défaillances en cascade en matière de crédits et de placements ne le confirment de manière implacable. L'UE s'est prudemment lancée dans des initiatives d'éducation financière des consommateurs mais en l'absence de véritables mesures en commun au niveau de l'UE, toute politique efficace d'éducation est laissée à la discrétion des pays individuels. Pour que « *la connaissance soit le moteur d'une croissance durable* »³, il faut que les initiatives communautaires en matière de consommation (plus particulièrement en matière de consommation durable et de services financiers) reflètent dans les faits « *l'interdépendance entre les différentes politiques* »⁴. En clair, il faut que l'UE puisse donner de véritables impulsions communes aux programmes éducatifs offerts dans les établissements scolaires en se basant sur les « best practices ». Déjà aujourd'hui l'UE met à disposition des outils d'éducation, notamment on-line, fort utiles tels que le programme DOLCETA (www.dolceta.eu). Mais tant qu'aucun usage commun n'est fait de ses moyens, l'on ne pourra parler de politique d'éducation commune en faveur des consommateurs de l'UE.

4. Eviter la consommation « à deux vitesses » : Le document mentionne que « *l'Europe est confrontée aujourd'hui à l'intégration d'une population immigrée croissante, l'exclusion sociale et la pauvreté infantile, et la solidarité entre les générations dans une société vieillissante...* ». La seule réponse explicite qui est fournie est d'augmenter rapidement le taux d'emploi et de moderniser les systèmes de protection sociale. Inutile de préciser que de telles déclamations ne régleront pas les profondes causes structurelles du chômage galopant et des déficits abyssaux des systèmes de protection sociale. Concernant le volet consommation, aucune nouvelle approche n'est ébauchée. Faut-il rappeler que malgré la faillite du système bancaire et financier, la Commission a refusé de donner des impulsions par exemple en matière de *surendettement*. Quant au « *troisième âge* », le programme consommateur de la Commission sortante y avait déjà attiré l'attention mais nous ne nous souvenons d'aucune initiative particulière dans ce domaine.

Le risque de consommation « à deux vitesses » se pose aussi de manière grandissante en matière d'accès et de maîtrise des nouvelles technologies d'information et de communication entre, d'une part, les « *digital natives* » et, d'autre part, les « *digital immigrants*. » Nous espérons que l'examen des implications et des contre-mesures nécessaires feront partie des priorités du nouveau portefeuille de la Commission.

Howald, le 15 janvier 2010

³ page 5 du document de travail

⁴ page 10 du document de travail