



**Communiqué de presse de
l'Union Luxembourgeoise
des Consommateurs
(Lëtzebuerger Konsumenteschutz)**



L'ULC critique la stratégie de l'UE jusqu'en 2020

La politique européenne des consommateurs s'oriente essentiellement aux intérêts du marché intérieur, dont le bon fonctionnement est le souci essentiel de la Commission de l'UE. Telle est la conclusion de ULC après l'analyse d'un document de travail de la Commission consacré à sa future stratégie jusqu'en 2020.

Son message principal, c'est que le marché intérieur doit être exploité à fond. L'ULC constate néanmoins que cette stratégie ne comporte pas de nouvelles perspectives pour les consommateurs. Mais l'UE continue à défendre sans réserve le postulat que le grand marché intérieur européen offre également des avantages au consommateur. On se promet beaucoup des nouvelles technologies de l'information et de la communication, notamment du commerce électronique, et on accepte un affaiblissement de la législation nationale.

L'ULC par contre accorde la priorité à une uniformisation des droits d'auteur, à l'abolition des restrictions portant atteinte à la concurrence et à une meilleure régulation des systèmes européens de logistique et de paiement, sans oublier une importante protection du consommateur.

L'ULC déplore en outre qu'il n'y ait aucune déclaration sur les incompatibilités qui surgissent forcément, p.ex. lorsqu'on considère d'une part le transport de marchandises sur de longues distances et d'autre part les exigences en matière de production, de distribution et de consommation durables des marchandises, qui favorisent les échanges de marchandises sur le niveau régional. Face à une telle politique on peut également se demander quelle importance est encore accordée aux espaces économiques nationaux et régionaux, alors qu'on fait notamment chez nous des efforts considérables pour lancer le commerce régional et surtout pour attirer des consommateurs étrangers au Luxembourg !

L'ULC critique par ailleurs le manque d'initiatives en faveur de l'éducation du consommateur, qui est complètement subordonnée à la simple information. Une initiative européenne s'impose plus que jamais dans ce domaine. L'expérience pratique de l'ULC prouve qu'un consommateur auquel on n'offre que la possibilité de se renseigner n'est pas suffisamment protégé. Il incombe toujours aux associations nationales d'assurer l'éducation du consommateur, selon les moyens dont ils disposent.

L'ULC met également en garde contre l'apparition de consommateurs de deuxième classe. La crise sociale qui pèse sur l'Europe, avec son nombre croissant de chômeurs et des déficits des fois énormes des systèmes sociaux dans certains pays membres de l'UE, finira par créer de fortes inégalités entre les consommateurs. Il y aura de grandes différences au niveau de leur force d'achat, et tout le monde n'aura pas le même accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Et les consommateurs du troisième âge se trouvent confrontés au risque de ne plus comprendre une législation européenne de plus en plus complexe, de se retrouver face à des problèmes dans une société informatisée, de devenir victimes d'escroqueries ou de pratiques commerciales douteuses. Ils ont besoin d'une protection particulière. Mais l'ULC ne peut malheureusement percevoir aucune initiative concrète des instances européennes à ce sujet.

Howald, le 29.1.2010