



Bruxelles, le 13.3.2007
SEC(2007) 322

DOCUMENT DE TRAVAIL DES SERVICES DE LA COMMISSION

Document accompagnant la

**COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU CONSEIL, AU PARLEMENT
EUROPÉEN ET AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN**

**Stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour la période
2007-2013**

Responsabiliser le consommateur, améliorer son bien-être et le protéger efficacement

Résumé de l'analyse d'impact

{COM(2007) 99 final}

{SEC(2007) 321}

{SEC(2007) 323}

RÉSUMÉ DE L'ANALYSE D'IMPACT

Pour la période 2007-2013, la politique des consommateurs doit relever deux défis importants :

- faire en sorte que les consommateurs, comme les entreprises, profitent davantage des potentialités du marché intérieur;
- aider les consommateurs à tirer parti, au mieux, des nouvelles évolutions auxquelles ils sont confrontés.

Malgré un accroissement sensible du nombre des achats transfrontières entre 2003 et 2006, les consommateurs européens continuent à privilégier les produits nationaux ainsi que les achats effectués sur le marché national. Cependant, il est intéressant de constater que, dans le même temps, de nombreux consommateurs et de nombreuses entreprises se déclarent prêts à effectuer des transactions transfrontières.

Le faible niveau actuel des transactions transfrontières a pour effet de limiter le choix des consommateurs, de réduire la pression concurrentielle qui permettrait une fixation efficace des prix dans l'intérêt des consommateurs et de limiter les bénéfices que pourraient en tirer les entreprises, notamment les PME.

Les causes de ce faible niveau de transactions sont multiples : manque de confiance des consommateurs principalement dû à l'existence de règles de protection différentes et à un manque de mécanismes efficaces de règlement des litiges, insuffisante prise en compte des intérêts des consommateurs dans les autres politiques communautaires, manque d'information des consommateurs et des entreprises sur les potentialités du marché intérieur, difficulté d'accès à l'Internet haut débit dans certains États membres, persistance d'obstacles pour les entreprises à commercer au-delà des frontières, faiblesse du mouvement consommateur et insuffisance des données sur les consommateurs et les marchés.

Les consommateurs européens sont aussi appelés à faire face à des évolutions importantes qui peuvent avoir un impact sur leurs choix et modifier leurs modes de consommation : offres de plus en plus variées et de plus en plus complexes, révolution technologique et accroissement du commerce électronique, mondialisation de la production, développement des services et libéralisation des services en réseaux. Si de nombreux consommateurs sont à même de tirer avantage de ces évolutions, la transition peut poser des difficultés aux plus vulnérables d'entre eux.

En matière de politique des consommateurs, l'intervention communautaire est prévue par l'article 153 du traité CE qui prévoit qu'il y a, dans ce domaine, une compétence partagée entre la Communauté et les États membres. L'intervention communautaire s'impose à chaque fois que la question en jeu dépasse les préoccupations purement nationales. Que le consommateur achète des produits et des services à proximité de chez lui, qu'il se déplace pour les acquérir au-delà des frontières ou qu'il utilise toutes les possibilités offertes par les nouvelles technologies, il doit pouvoir être assuré de disposer d'un vaste choix de produits et de services à des prix compétitifs, d'un même niveau de protection élevé ainsi que d'un accès à des modes de règlement des litiges rapides et efficaces.

Compte tenu des défis à relever, les trois principaux objectifs de la politique européenne des consommateurs pour les années à venir seront les suivants :

- donner du pouvoir aux consommateurs européens : les consommateurs qui prennent complètement leur place sur le marché ont besoin d'informations précises, de marchés transparents et de confiance, laquelle repose sur une protection efficace et des droits solides ;
- améliorer le bien-être des consommateurs européens en termes de prix, de choix, de qualité, de diversité, d'accessibilité et de sécurité. Le bien-être du consommateur est au cœur des marchés qui fonctionnent correctement ;
- protéger les consommateurs efficacement contre les risques et les menaces qui ne peuvent pas être laissés à la charge des seuls individus. Un niveau élevé de protection contre ces menaces est essentiel à la confiance du consommateur.

Pour atteindre ces objectifs, la politique européenne des consommateurs doit par conséquent :

- reposer sur un meilleur suivi des consommateurs et des politiques nationales des consommateurs,
- se doter d'une meilleure législation de protection des consommateurs,
- favoriser une meilleure application de la législation existante et de meilleurs mécanismes de recours,
- mieux informer et éduquer les consommateurs,
- mettre les consommateurs au cœur de la réglementation en favoriser une meilleure intégration des intérêts des consommateurs dans les autres politiques de l'Union européenne,
- mieux protéger les consommateurs de l'Union européenne sur les marchés internationaux.

L'analyse d'impact a dégagé trois options possibles pour les années 2007-2013 : une politique des consommateurs relevant principalement du niveau national, une politique des consommateurs relevant principalement du niveau communautaire et une politique des consommateurs complétant celle des États membres. La troisième option est celle qui répond le plus efficacement aux objectifs visés et de la manière la moins coûteuse possible. Elle met en commun les actions qui sont les plus efficaces au niveau communautaire et respecte les spécificités nationales.