

Tableau de bord des marchés de consommation

2008/2057(INI) - 29/01/2008 - Document de base non législatif

OBJECTIF : présentation par la Commission du tableau de bord sur les marchés de consommation.

CONTENU : L'une des principales conclusions de la communication de la Commission sur le réexamen du marché unique est que le marché doit mieux répondre aux attentes et aux préoccupations des citoyens et être plus à même de s'adapter aux défis de la mondialisation. Les politiques doivent être davantage basées sur les faits et axées sur les résultats.

À l'heure actuelle, les données relatives aux performances du marché unique pour les consommateurs font largement défaut. Il est donc essentiel, pour la nouvelle approche de la Commission, de développer les indicateurs afin de mieux suivre cet aspect du marché unique lié à la demande. Le tableau de bord contribuera à l'exercice général de suivi en essayant de détecter les cas où les signes de dysfonctionnements du marché sont liés à des conditions insatisfaisantes dans l'environnement consommateur. Non seulement les données collectées contribueront à l'amélioration de la politique en matière de consommation, mais elles auront aussi des répercussions sur toutes les politiques qui touchent les consommateurs, en garantissant une meilleure intégration des intérêts de ces derniers dans l'ensemble des politiques de l'Union européenne.

Une distinction claire doit être établie entre **les phases d'identification et d'analyse** dans le contexte du suivi. Cette première version du tableau de bord des marchés de consommation établit les indicateurs nécessaires pour la sélection des marchés de consommation et le cadre institutionnel dans lequel les marchés et les consommateurs évoluent. Des données complètes, harmonisées et comparables concernant les résultats pour les consommateurs font largement défaut. Cette première version du tableau de bord présente les données existantes et propose des moyens de combler ces vastes lacunes.

Il est possible de rendre compte des principales caractéristiques des marchés de consommation à l'aide de **cinq grands indicateurs** : les plaintes, les niveaux de prix, la satisfaction, les changements de fournisseur et la sécurité. Ces indicateurs fournissent de nombreuses informations concernant le fonctionnement d'un marché donné. Dans le cadre des études de marché réalisées durant la phase d'analyse, il faudra cependant collecter toutes les données pertinentes afin de mieux comprendre les causes des dysfonctionnements des marchés. Dans les cas où le tableau de bord révèle l'existence de problèmes communs à plusieurs marchés, il pourrait s'avérer nécessaire de procéder à une analyse horizontale portant sur les différents marchés. De même, l'analyse des indicateurs sous l'angle national pourrait aider les autorités ou organisations de consommateurs nationales à déceler des problèmes spécifiques dans leur pays et à poursuivre l'analyse.

La Commission souligne que le **premier tableau de bord est embryonnaire**. Les données disponibles sont incomplètes, la plupart des indicateurs ne sont disponibles que pour un nombre très limité de secteurs et les données ne sont pas toujours disponibles pour tous les États membres, ni comparables.

Les données relatives aux résultats pour les consommateurs en rapport avec d'autres politiques communautaires touchant ces derniers ont tendance à faire défaut, sauf dans les domaines dans lesquels les politiques de l'Union et les marchés sont imbriqués, par exemple pour ce qui est des données afférentes au prix des télécommunications et à la sécurité des transports. Les données actuelles sont trop limitées – en particulier pour ce qui est du nombre de secteurs – pour fournir une indication quant aux marchés qui fonctionnent mieux que d'autres. C'est pourquoi le premier tableau de bord est présenté par indicateur plutôt que par secteur.

Alors que le premier tableau de bord est principalement axé sur les services, les tableaux à venir couvriront davantage de marchés de biens.

Marché intérieur de détail : le marché intérieur de détail de l'Union est loin d'être intégré. Les consommateurs européens ont encore tendance à acheter des biens ou commander des services dans leur propre pays. Bien qu'il existe un certain nombre d'obstacles structurels comme la langue ou la législation en matière de protection des consommateurs, ceux-ci n'ont pas le même effet négatif dans tous les pays. Comme on peut s'y attendre, les consommateurs résidant dans des petits pays centraux ont tendance à acheter davantage à des fournisseurs étrangers que les consommateurs qui habitent dans des pays périphériques.

Environnement de consommation : l'environnement de consommation diffère largement d'un État membre à l'autre, à de nombreux égards. La confiance dans la capacité du système national de protection des consommateurs, des autorités nationales chargées des questions de consommation, des organisations de consommateurs indépendantes ou des fournisseurs de protéger les droits des consommateurs varie de 30% à plus de 80% en Europe. Le règlement des litiges est jugé plus aisé dans certains pays que dans d'autres. Il existe aussi des différences notables en ce qui concerne le niveau de compréhension des informations ou de financement public des organisations de consommateurs.

Conclusions : ce premier tableau de bord montre la nécessité de collecter de nouveaux ensembles de données et de nouvelles informations pour les tableaux à venir. Ces données seront rassemblées en collaboration avec les parties prenantes intéressées dans les États membres, telles que les autorités chargées des questions de consommation, les organismes professionnels, les associations de consommateurs et les offices statistiques. On veillera particulièrement à collecter des données concernant l'ensemble des 27 États membres, y compris la Bulgarie et la Roumanie qui, souvent, ne sont pas couvertes par les données actuelles.

Les activités de suivi immédiates seront ciblées sur :

- l'obtention de données comparables relatives au prix d'un nombre important de produits, en coopération avec Eurostat et les offices statistiques nationaux;
- l'élaboration d'une méthodologie pour classer les plaintes de façon plus harmonisée dans les différents États membres;
- l'adaptation de la méthodologie afférente à la satisfaction et la réalisation d'études de satisfaction dans des secteurs supplémentaires;
- le développement des indicateurs et l'intégration du tableau de bord dans la démarche de suivi des marchés et dans le tableau de bord du marché unique. Le futur tableau de bord du marché intérieur fournira des indicateurs relatifs aux performances économiques, à la concurrence, à l'intégration du marché, à l'innovation et, de façon plus générale, aux avantages pour les citoyens.

Le passage, dans l'élaboration des politiques, d'une approche axée sur les instruments à une **approche axée sur les résultats**, en particulier les résultats pour les consommateurs, est ambitieux et appelle un changement important dans les travaux des responsables politiques. Le programme décrit ci-dessus nécessitera des efforts considérables de la part de ces derniers et des parties prenantes, mais il y a une récompense à la clé: une réglementation améliorée, plus simple, et des marchés répondant mieux aux attentes des citoyens.