



BUNDESMINISTERIUM FÜR SOZIALE SICHERHEIT
GENERATIONEN UND KONSUMENTENSCHUTZ



Comité économique et social européen

Journée européenne du consommateur
"L'éducation des consommateurs"

*

Vienne, le 15 mars 2006

INTERVENTION

de

M^{me} Ursula HAUBNER

**Ministre fédéral de la sécurité sociale, des générations et de la protection des
consommateurs de l'Autriche**

Vienne, le 15 mars 2006

SEUL LE TEXTE PRONONCÉ FAIT FOI

Salutations et introduction:

J'ai le plaisir de vous souhaiter aujourd'hui la bienvenue à Vienne à l'occasion de la huitième journée européenne du consommateur.

Organisée par la présidence du Conseil de l'UE et le CESE, qui en 1999 a été à l'origine de cette manifestation, la Journée européenne du consommateur vise à informer les citoyens de la politique de protection européenne des consommateurs et des activités menées dans ce domaine. Chaque année, un nouveau thème est mis à l'honneur, cette année il s'agit de l'éducation des consommateurs.

C'est pour moi un plaisir que d'accueillir aujourd'hui à l'occasion de cet événement:

- M^{me} Sigmund, présidente du CESE,
- M. Dolinschek, secrétaire d'État du ministère autrichien de la sécurité sociale, des questions propres aux différentes générations et de la protection des consommateurs, responsable des questions de consommation,
- les représentants de la Commission européenne et du Parlement européen

et, naturellement, l'ensemble des experts qui participent à cet événement.

Je vous remercie de votre présence et de votre contribution à cette thématique essentielle.

Mesdames, Messieurs,

La protection des consommateurs compte parmi les grands thèmes de notre présidence. Nous avons organisé au total trois manifestations majeures sur cette question en Autriche à savoir une conférence sur l'efficacité de la protection juridique, un atelier sur la résolution extrajudiciaire des litiges et cette Journée européenne du consommateur sur l'éducation des consommateurs.

Avant d'aborder le thème qui nous occupe aujourd'hui, permettez-moi de vous présenter brièvement les principales activités en cours et futures dans le domaine de la protection des consommateurs.

Durant sa présidence, l'Autriche entend avancer sur deux grands dossiers relatifs à la protection des consommateurs, à savoir:

- la proposition de directive relative aux contrats de crédit aux consommateurs, et
- la proposition de programme d'action communautaire dans le domaine de la santé et de la protection des consommateurs (2007-2013).

Les normes de protection des consommateurs applicables aux contrats transfrontaliers de crédit aux consommateurs doivent en effet être relevées.

La proposition porte en particulier sur-le-champ d'application de la directive, dont sont déjà exclues les opérations de couverture, ce qui constitue un élément aussi fondamental que positif du texte.

L'objectif général de notre présidence est de faire progresser les négociations et de s'efforcer de parvenir à un résultat constructif, qui réponde aux attentes des consommateurs et, en définitive, renforce le marché intérieur.

Pour ce qui est de la proposition de programme d'action communautaire dans le domaine de la santé et de la protection des consommateurs (2007-2013), certains États membres ont dès à présent émis un certain nombre de réserves.

La conférence des présidents du Parlement européen préconise-t-elle aussi d'adopter des programmes distincts, renforçant ainsi l'autonomie de la politique des consommateurs et sa transparence.

Les actions d'éducation des consommateurs constituent par ailleurs une part importante des mesures prises dans le cadre de la politique des consommateurs, ce qui nous ramène à notre thème d'aujourd'hui.

À la faveur de la stratégie de Lisbonne, l'éducation est, d'une manière générale, de plus en plus souvent mise en avant dans l'Union européenne.

Dans le cadre du programme "Éducation et formation tout au long de la vie" pour la période 2007-2013, le Conseil "Éducation, jeunesse et culture" s'est accordé en février dernier sur les huit compétences clés, nécessaires pour permettre aux individus de vivre dans des sociétés fondées sur la connaissance, notamment des compétences interculturelles, sociales et civiques, auxquelles, à mon sens, il conviendrait d'ajouter l'éducation des consommateurs.

L'éducation, tant en milieu scolaire qu'en dehors de l'école, commence tôt et se prolonge tout au long de la vie, au meilleur sens du terme. Il doit en aller de même de l'éducation des consommateurs. Dans cet esprit, le calendrier européen de l'écolier a été publié pour la troisième année consécutive. Il procure aux jeunes Européens des connaissances de base quant aux droits des consommateurs en vigueur dans leur pays tout en leur proposant un aperçu des institutions européennes et des procédures décisionnelles.

Des mesures d'éducation doivent permettre aux consommateurs de disposer des connaissances et des aptitudes grâce auxquelles ils seront mieux à même de faire valoir leurs droits eux-mêmes.

Une attention particulière sera cette fois-ci accordée au rôle des réseaux, aux ONG en tant qu'acteurs et aux adultes et aux jeunes en tant que destinataires des actions d'éducation des consommateurs.

Mesdames, Messieurs,

La mise en place par le réseau des directeurs nationaux de la protection des consommateurs ou "Consumer Policy Network", constitué sous l'impulsion de la Commission européenne, d'un groupe de travail consacré à l'éducation des consommateurs me confirme le bien-fondé de l'initiative que j'ai prise en 2003 de créer en Autriche un groupe de travail sur le même sujet. Nous reviendrons ultérieurement sur les résultats de ce groupe de travail.

À la lecture des résultats de diverses études sur les connaissances des Européens quant à leurs droits en tant que consommateurs, au fonctionnement des marchés des capitaux et, par conséquent, au principe fondamental de la prévoyance-retraite et aux effets des interactions entre politique et économie, je ne peux que constater, et ce n'est certainement pas vous qui me contredirez, qu'il reste encore beaucoup à faire.

Chacun étant en mesure d'influencer et d'orienter le marché, il est primordial que chaque citoyen ait conscience de ses droits.

L'expérience en a montré toute la difficulté. Nous ne devons toutefois pas perdre de vue que le budget consacré à l'éducation des consommateurs est à mettre en regard avec les dépenses considérables de marketing et de publicité des entreprises, c'est pourquoi, dans sa démarche, l'éducation des consommateurs ne doit en rien se montrer moins créative ni moins provocante, mais doit veiller à accroître la capacité d'action des consommateurs et à leur expliquer que ce sont leurs décisions qui, dans une large mesure, influencent le marché.

Telle est la perspective dans laquelle s'inscrit la manifestation d'aujourd'hui, qui marque une véritable avancée.

Aussi le dialogue entre les représentants des autorités européennes, nationales et régionales peut-il nous permettre d'apprendre les uns des autres, d'échanger nos expériences et de dégager des lignes d'action communes.

Je vous remercie.
