



## Contribution Euro-Info-Consommateurs - Centres Européens des Consommateurs (CEC) France/Allemagne aux travaux préparatoires aux Assises de la consommation

### I- L'ancrage européen de la protection du consommateur

#### ➤ La naissance du consommateur européen et l'augmentation sans précédent des achats transfrontaliers

Le droit européen de la consommation se doit de concilier le développement du marché européen et l'intérêt des consommateurs.

En effet, l'ouverture des frontières en Europe depuis 1993, l'instauration d'une monnaie unique, combinées avec le développement de moyens de communication moderne (Internet, téléphonie mobile...) jouent en faveur du consommateur, qui bénéficie d'un choix plus important de produits et de prix plus faibles, grâce à une concurrence accrue. En raison de l'offre grandissante de biens et services et de la technologie croissante des produits, le consommateur devient de plus en plus mobile. Mais cette évolution présente aussi des risques en termes de protection des consommateurs, qui sont souvent trop peu informés quant aux conséquences que le passage d'une frontière peut avoir sur leurs droits, sans compter les obstacles linguistiques, juridiques et judiciaires.

Parallèlement à l'instauration du Marché intérieur, le comportement du consommateur s'est « européenisé » dans le cadre de l'internationalisation des transactions grâce notamment au développement de l'internet.

Le commerce électronique ne cesse de croître : en France, les achats sur Internet ont augmenté de 25% au premier semestre 2009 par rapport au dernier semestre 2008. A titre d'exemple, en ce qui concerne Le Centre de Kehl, pour l'année en cours, le commerce électronique est utilisé comme moyen de conclusion de contrat dans presque 67% des dossiers traités par le CEC France et 66% pour le CEC Allemagne.

Mais encore un tiers des internautes hésitent à passer à l'achat sur Internet en raison de craintes diverses.

Dans le cadre des CEC France et Allemagne, les cas de fraudes sont généralement liés à des achats de biens ou services divers (véhicules en majorité, ou encore locations saisonnières), et à des abonnements.

Le point de contact pour le commerce électronique Allemagne (autre service d'Euro-Info-Consommateurs) a été sollicité rien que pour cette année (du 01/01/2009 à aujourd'hui) 190 fois pour des cas de fraudes sur un total de 427 sollicitations, soit plus de 44% du total. Dans 162 cas, il s'agit d'abonnements en ligne (Online Abo Fallen).

La législation communautaire tente de protéger le « nouveau consommateur » qui utilise les possibilités offertes par le marché européen et répond à ce besoin en réglementant les domaines de consommation relatifs aux achats transfrontaliers (achats à distance, commerce électronique, transports, paiements transfrontaliers, garantie de conformité etc...).

## ➤ La dimension européenne de notre réglementation nationale

Face à cette évolution et face aux enjeux économiques du marché intérieur, la protection du consommateur est devenue incontournable dans la construction européenne.

Plus de 80% de la législation consumériste nationale provient de la législation communautaire (directives européennes transposées en droit national). Ce qui veut dire que notre législation consumériste française est avant tout de nature européenne.

Inversement, dans l'évolution du droit européen de la consommation, la France a pu jouer un rôle majeur grâce à son droit codifié qui s'est avéré l'un des plus protecteurs de l'Union européenne. De nombreux projets de directives et de règlements communautaires ont été ainsi directement inspirés entre autres par le droit français.

Il y a eu une véritable interaction entre le droit français et le droit communautaire au bénéfice d'une plus grande protection du consommateur, devenu un véritable acteur économique à part entière dans le marché européen. C'est pourquoi il est nécessaire de **renforcer la présence française au niveau communautaire** et le « lobbying » en matière de consommation ; la France ayant plus à perdre que d'autres, eu égard à son haut niveau de protection.

Paradoxalement, la France ne valorise pas assez sa position au niveau communautaire. Les raisons sont diverses.

Parmi celles-ci, on peut voir :

- le manque de concertation des organismes garants de la protection des consommateurs au niveau national par rapport aux autres Etats membres, pour parler d'une seule voix au nom des consommateurs,
- le défaut de maîtrise de la langue anglaise qui s'est imposée peu à peu au niveau de la Commission européenne et qui joue un rôle considérable non seulement dans le processus décisionnel mais aussi dans l'accès à l'information,
- le manque de connaissance des rouages des processus décisionnels, de la culture européenne et des aspects interculturels qui deviennent fondamentaux dans les relations avec les autres associations de consommateurs des différents pays.

Le CEC France qui travaille étroitement avec la Commission européenne, les députés européens, ainsi qu'avec les services de la DGCCRF (exemple : groupe de travail sur la proposition de directive sur les droits des consommateurs mis en place par la DGCCRF et la Chancellerie), pourrait ainsi contribuer à soutenir et à renforcer la position française en apportant ses connaissances et son savoir-faire en la matière.

Mais une réglementation aussi protectrice qu'elle soit, n'est pas suffisante à garantir une protection totale, elle doit nécessairement être complétée par l'information, voire l'éducation du consommateur qui doit apprendre à se protéger lui-même.

## II- L'information et l'éducation des consommateurs : le pilier de l'action consumériste pour assurer la confiance du consommateur

Si nous comparons avec la situation dans les autres pays, nous avons en France un haut niveau de protection juridique des consommateurs mais qui hélas n'est pas assez connu auprès des consommateurs.

A quoi sert la meilleure loi si elle demeure inconnue ? A quoi servent les dispositifs de protection qui ne peuvent se déclencher que lorsqu'il est trop tard ?

Par ailleurs, l'expérience a montré que l'information des consommateurs était un instrument indispensable non seulement de sensibilisation et d'éducation du consommateur mais aussi un instrument de prévention des litiges.

Les niveaux d'information ou même d'éducation des consommateurs sont très différents d'un pays à un autre. Ceci s'explique par des différences de fonctionnement des organismes de protection des consommateurs, les comportements et habitudes des consommateurs ainsi que le rôle des médias. Prenons l'exemple de l'Allemagne.

- En Allemagne il existe une seule structure fédérative au niveau national (VZBV) qui pilote les Centres de consommation (Verbraucherzentralen) présents dans chaque Land. C'est un grand service public de la consommation entièrement professionnalisé qui s'est mis en place en Allemagne dans les trente dernières années. La mission principale est l'information préventive et l'éducation des consommateurs.
- Les habitudes des consommateurs français et allemands sont très différentes : « le consommateur Allemand s'informe et le consommateur Français réclame ! ».
- D'autre part, les médias allemands ont véritablement une culture consumériste et jouent un rôle primordial dans l'information et l'éducation des consommateurs.

On constate un déficit d'information juridique du consommateur dont les conséquences sont évidemment plus graves lorsqu'il achète ou conclut à l'étranger. Le consommateur n'est pas préparé à affronter les nouveaux risques créés par l'internationalisation des échanges commerciaux, comme le montre l'augmentation constante des litiges de consommation transfrontaliers.

### ➤ **Le Centre de Kehl, membre du réseau européen des Centres Européens des Consommateurs : un outil au service des consommateurs**

Choisi par la France et l'Allemagne pour exercer les missions de protection des consommateurs en Europe, le centre de Kehl (Euro-Info-Consommateurs) est la seule « structure binationale » du réseau européen des Centres Européens des Consommateurs. Ils sont actuellement présents dans chaque Etat membre de l'Union européenne (soit 27 Centres auxquels s'ajoutent l'Islande et la Norvège).

Le Centre de Kehl est l'**interlocuteur direct des consommateurs résidant en France et en Allemagne**. Au-delà de cette mission, il est aussi le point de contact de l'ensemble des consommateurs des autres pays lorsque ceux-ci ont un litige avec un professionnel établi soit en France, soit en Allemagne. Les consommateurs étrangers saisissent alors leur propre centre national qui transmettra la demande au centre du lieu du pays du professionnel.

Il faut rappeler que la France enregistre chaque année le plus grand nombre de touristes (plus de 70 millions) et que l'Allemagne, avec ses 10 frontières, est l'un des pays qui connaît le plus grand

nombre de transactions transfrontalières. On peut ainsi comprendre pourquoi le volume des activités des deux centres est très important et pourquoi la décision des gouvernements français et allemand de regrouper ces services est pleine de bon sens et imprégnée d'un souci d'efficacité.

Le regroupement par la France et l'Allemagne des missions européennes au sein d'une seule structure (Euro-Info-Consommateurs) prend en compte tant les spécificités et besoins d'une région frontalière au cœur de l'Europe à fort dynamisme économique, que les nouveaux problèmes et questions auxquels sont confrontés les consommateurs. Enclins de plus en plus à acheter en dehors des frontières, ils ont besoin d'un véritable guide dans ce nouvel espace économique.

La volonté de coopération renforcée de la France et de l'Allemagne en matière de consommation s'inscrit donc dans une logique économique (plus grands partenaires économiques), une logique démographique (les deux plus grands pays de l'Union européenne) et une logique politique européenne commune.

➤ **Le rôle du centre de Kehl (regroupant les CEC France et Allemagne) dans le réseau des Centres Européens des Consommateurs**

Le Centre de Kehl, seul centre binational du réseau des Centres Européens des Consommateurs constitue le centre le plus important du réseau communautaire.

En 2008, il a traité 30% de l'ensemble des litiges transfrontaliers enregistré (par le système Intranet mis en place par la Commission Européenne) avec près de 70% de résolution à l'amiable des litiges à la satisfaction des consommateurs.

Cette performance du centre de Kehl suscite l'intérêt des partenaires et des parlementaires car il devient un véritable observatoire du Marché intérieur, en montrant les secteurs problématiques, qui pourraient éventuellement donner lieu à une nouvelle réglementation. A cet égard, le Centre de Kehl est très souvent sollicité lors d'auditions publiques au Parlement européen sur les réformes du droit communautaire (action de groupe, directive Timeshare, livre vert sur la révision de l'acquis communautaire...).

A l'initiative des deux Centres, sont nés des projets communs pour l'ensemble du réseau comme le projet « Tourisme » 2007-2008 (Création et mise en ligne sur les sites Internet des différents CEC de 8 fiches d'information sur les droits des consommateurs touristes dans chaque Etat membre). En 2009, le CEC France coordonne un projet sur les cartes prépayées de téléphonie mobile (comparaison de législations nationales) et participe au projet de comparaison de classification des hôtels en Europe.

Par ailleurs, chaque année, le réseau des CEC publie un rapport annuel sur un thème d'actualités. En 2009 le rapport sera consacré aux droits des passagers aériens dans l'Union européenne, en 2010 au commerce électronique.

En 2008-2009, les CEC France et Allemagne ont réalisé un CD-ROM en trois langues sur l'Europe des consommateurs et les bienfaits de l'Europe au quotidien (achats transfrontaliers, téléphonie mobile, droits des passagers aériens etc.). Cet outil explique également les missions et l'aide qui peut être apportée par les CEC (information, conseil, assistance etc.).

### **III- Coopération souhaitée avec les associations nationales de consommateurs**

#### **➤ Entrée des associations nationales à l'Assemblée des membres d'Euro-Info-Consommateurs**

Euro-Info-Consommateurs est une association de droit allemand, reconnue d'utilité publique et inscrite au registre des associations de Kehl (Allemagne) sous le n° VR 391, depuis le 13 juillet 1993.

Dans son esprit et son mode de fonctionnement, c'est une association franco-allemande à vocation européenne, pilotée par les membres français et allemands. Euro-Info-Consommateurs est, par ailleurs, membre de la Fédération allemande des Consommateurs de Berlin (Bundesverband der Verbraucherzentralen : vzbv) et membre du Conseil d'administration de l'Institut National de Consommation (INC). Son objet social est inscrit dans l'article 2 des statuts : « protéger et garantir les intérêts des consommateurs européens et notamment transfrontaliers ».

Les organes de l'association sont :

- le Conseil d'administration (7 membres) dont le Président est: Alain Lamassoure (Député européen)
- la Direction
- le Comité de Suivi constitué par les partenaires financiers
- l'Assemblée des membres : actuellement 34 membres dont 9 Verbraucherzentralen (associations de consommateurs agissant au niveau d'un « Land » (région)), des députés européens, nationaux etc.  
C'est un organe de décision, de validation du travail réalisé et de contrôle de l'association.

La qualité de membre de l'association permet dans un cadre européen sous l'égide franco-allemand, d'être informée des activités, d'initier des actions d'intérêt national et européen, de participer directement au fonctionnement de l'association.

A l'instar des 9 organisations de consommateurs allemandes et de l'Institut National de la Consommation qui ont déjà adhéré, les associations nationales françaises auraient un rôle important à jouer en qualité de membre de l'association franco-allemande.

Afin de renforcer et de garantir la protection des consommateurs en Europe, Euro-Info-Consommateurs et ses Centres Européens des Consommateurs France et Allemagne souhaitent également développer son rôle de formation auprès des associations nationales et créer une collaboration dans le traitement des litiges transfrontaliers.

#### **➤ Formation des associations nationales de consommateurs**

- **Sur l'Europe et son fonctionnement**

Il est important de diffuser les connaissances sur le droit communautaire de la consommation auprès des organisations de protection des consommateurs. Elles pourraient ainsi être un vecteur

de diffusion de l'information afin que les consommateurs deviennent des acteurs de cette « Europe des consommateurs ».

En ce sens, le Centre de Kehl pourrait, grâce à sa spécialité servir d'outil technique à la formation des associations locales et nationales.

Les expériences menées par le Centre de Kehl (exemple : stages ASSFORM sur le règlement amiable des litiges transfrontaliers ; formation Indecosa-CGT sur les aspects européens des litiges de la consommation) montrent la nécessité et l'intérêt de développer cette mission.

#### - Sur les nouvelles voies de règlement des litiges transfrontaliers

Il est évident que la justice seule ne peut pas apporter une réponse adéquate au règlement des litiges de consommation transfrontaliers qui nécessitent des mécanismes de résolution rapide, peu coûteux etc. Les modes alternatifs de règlement de litiges trouvent ici tout leur sens.

Les initiatives de la Commission européenne en matière de promotion des modes de règlements extrajudiciaires des litiges sont actuellement en plein essor (**réseau des Centres Européens des Consommateurs**, **réseau SOLVIT** de résolution des différends entre administrations et usagers, et réseau **FIN-NET** s'agissant du règlement de litiges en matière financière, **directive** 2008/52/CE, sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale).

Le **réseau CPCS** (Consumer Protection Cooperation System), créé par le règlement CE n° 2006-2004 du 27 octobre 2004, instaurant une coopération administrative entre les autorités de contrôle des États membres chargées de veiller à l'application des règles de protection des intérêts économiques des consommateurs, connaît une importance grandissante.

La coopération entre les différents réseaux communautaires devient indispensable. Le CEC France travaille en étroite collaboration avec la DGCCRF (autorité compétente et bureau de liaison unique, pour la France dans le cadre du réseau CPC). Ces deux services ont d'ailleurs élaboré un projet de protocole de coopération.

#### - Sur la mise en place de rencontres franco-allemandes de la consommation

Dans le cadre d'un cycle annuel que se propose de mettre en place Euro-Info-Consommateurs, la première rencontre franco-allemande de la consommation (associations de consommateurs, BEUC) aurait lieu à Strasbourg en 2010.

**Les objectifs** de ce nouveau cycle annuel de rencontres franco-allemandes sont les suivants :

- Echanges entre les membres des organisations de consommateurs françaises et allemandes.
- Rencontre autour d'un thème commun de dimension nationale et européenne.
- Interventions d'experts.
- Proposition de projets communs.
- Intégration d'une dimension européenne dans les questions de consommation.

L'invitation sera diffusée à l'échelle franco-allemande et européenne, et concernera prioritairement les associations de consommateurs, les autorités publiques de consommation, les parlementaires européens et nationaux, les autorités politiques régionales ainsi que les Ministères concernés.

La première rencontre serait prévue en juin 2010 sur le thème de la « Consommation et développement durable ».

➤ **Collaboration sur le traitement des litiges transfrontaliers**

Le Centre Européen des Consommateurs (CEC) France, doté d'un service juridique trilingue spécialisé en droit international privé et droit communautaire, a pour but de fournir un service d'information et d'aide à la résolution amiable des litiges. Le CEC ne peut traiter que les litiges **transfrontaliers** entre **un consommateur et un professionnel** tous deux situés sur le territoire de **l'Union Européenne**.

Ainsi, le CEC ne peut intervenir lorsque le litige a un caractère national et renvoie alors le consommateur français vers les associations de consommateurs françaises.

A l'inverse, les associations nationales saisies d'une demande d'un consommateur français en litige avec un professionnel européen doivent pouvoir échanger ces dossiers vers le CEC France. Certaines associations collaborent déjà avec le CEC France mais ses missions ne semblent pas connues de toutes.

Le CEC France souhaiterait mettre en place une procédure concrète de transfert des dossiers avec les associations nationales saisies d'un litige transfrontalier. Un interlocuteur privilégié pourrait être nommé au sein du CEC France garantissant le transfert et le traitement rapide du dossier. Le CEC France communiquerait à l'association nationale les démarches entreprises et les résultats obtenus. L'association garderait le contact avec le consommateur et serait en charge de l'informer du suivi de son dossier.

En tant qu'observateur privilégié du marché unique, l'une des missions d'Euro-Info-Consommateurs est de signaler à la Commission européenne les problèmes récurrents rencontrés par les consommateurs, surtout si ces problèmes sont dus au non respect par les Etats membres de la législation européenne. Euro-Info-Consommateurs a par exemple tiré la sonnette d'alarme européenne en 2008 en signalant à la Commission européenne les difficultés d'immatriculation récurrentes rencontrées en France par des consommateurs pour certains types de véhicules d'occasion en provenance d'Allemagne pour lesquels il n'existe pas de certificat de conformité communautaire.

Une collaboration renforcée entre le Centre de Kehl et les associations nationales permettraient d'assurer aux consommateurs un niveau de protection élevé et de gagner leur confiance.

Contact

**Martine Mériageau**  
**Euro-Info-Verbraucher e.V./Euro-Info-Consommateurs**  
**Rehfusplatz 11**  
**77694 KEHL**  
**Allemagne**  
**Tel : +49 78 51 991 48 14**  
**Fax : + 49 78 51 991 48 11**  
**[merigeau@euroinfo-kehl.eu](mailto:merigeau@euroinfo-kehl.eu)**  
**[www.euroinfo-kehl.eu](http://www.euroinfo-kehl.eu)**