



Le 10 avril 2007

Audition publique de la Commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs du Parlement européen sur la révision de l'acquis communautaire en matière de protection des consommateurs

ERIC JOURDE, MEDEF

SESSION 2 : L'ACQUIS COMMUNAUTAIRE EN MATIÈRE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS – UN PAS EN AVANT

BUSINESSEUROPE, qui représente 39 fédérations nationales d'employeurs et d'entreprises de 33 pays, accueille favorablement le débat public lancé par le livre vert sur la révision et l'avenir du cadre réglementaire en matière de protection des consommateurs.

Il importe que les membres de la Commission IMCO gardent à l'esprit certains éléments essentiels du débat avant de « faire un pas en avant » dans l'exercice de la révision.

- I. La révision doit s'inscrire dans le cadre de l'initiative « mieux légiférer »
 1. La clarté et la lisibilité de l'environnement réglementaire sont essentielles pour la sécurité juridique des entreprises et la protection des consommateurs. Afin de ne pas remettre en cause la stabilité de cet environnement, il convient de savoir où nous allons et souhaitons aller en réalisant l'exercice de la révision.
 2. Cette révision est un test important d'application concrète des engagements pris par les trois institutions européennes pour mieux légiférer. C'est pourquoi nous considérons que la base et les objectifs du débat doivent être clairs et convenus au préalable, avant que des propositions soient présentées. La première question à se poser devrait être : souhaitons-nous une révision de l'acquis ? Ainsi, faut-il en amont de la révision répondre aux questions de la justification de la révision, des objectifs de celle-ci, de ses effets simplificateurs, du lien avec le cadre commun de référence de droit des contrats, et de celui avec les autres législations communautaires.
 3. Aux termes de la stratégie pour la politique des consommateurs 2007-2013, toutes propositions visant la révision de l'acquis représenteraient les premiers résultats des travaux menés par la Commission sur un cadre commun de référence pour le droit des contrats. BUSINESSEUROPE rappelle que la nature juridique de ce cadre commun doit être précisée sans retard. Les entreprises européennes s'opposent fermement au développement d'un code civil européen harmonisé et par voie de conséquence à un droit européen des



contrats conclus avec les consommateurs. C'est pourquoi, avant que des propositions soient faites concernant la révision de l'acquis, il faut clarifier l'objectif du cadre commun de référence.

4. Concernant la justification de la révision, nous estimons encore incomplets les arguments développés en faveur d'une refonte complète de l'acquis. Le livre vert n'apporte pas d'indications suffisantes de lacunes existant en matière de protection des consommateurs. Il convient d'identifier précisément les difficultés. Ces informations sont pourtant essentielles pour parvenir à un environnement réglementaire approprié et rechercher les meilleurs instruments afin de régler ces difficultés, qu'elles soient législatives ou non. Clarté et prévisibilité du cadre juridique sont nécessaires aux entreprises et aux consommateurs, aussi un changement doit-il être pleinement justifié et démontré par des analyses d'impact intégrant un véritable volet économique.
5. Concernant la simplification réglementaire, la Commission, après la phase de consultation, devrait présenter un plan complet détaillant les facteurs clés pour parvenir à la consolidation, rationaliser et simplifier l'acquis communautaire. Elle devrait en particulier apporter des informations claires et précises sur les effets simplificateurs (législations à modifier, retirer, etc.) des actions envisagées aux niveaux européen et national.
6. Concernant la cohérence et la compatibilité avec les autres législations communautaires, il convient avant de prendre une décision d'évaluer minutieusement l'impact que les propositions en matière de politique des consommateurs pourraient avoir sur les autres législations communautaires. La Commission, principale gardienne des traités, et donc des principes et législations du marché intérieur, devrait veiller à ce qu'il n'y ait pas de contradictions entre les propositions et à ce que le bon fonctionnement du marché intérieur ne soit pas menacé. Les nouvelles propositions ne peuvent compromettre les objectifs et la bonne mise en œuvre d'autres législations, par exemple : le commerce électronique, les services financiers, les règles communautaires sur les conflits de droit (Rome I et Rome II).

II. Consommateurs et entreprises, partenaires du bon fonctionnement du marché intérieur

7. Ainsi que le prévoit le Traité sur l'UE, et comme le rappelle la nouvelle stratégie 2007-2013 pour les consommateurs, la politique des consommateurs doit être comprise dans le contexte du marché intérieur, qui est une pierre angulaire du bien-être et de la prospérité de l'UE. C'est pourquoi un juste équilibre entre compétitivité des entreprises et niveau adéquat de protection des consommateurs doit être trouvé au moment d'adopter des propositions relatives à la protection des consommateurs.



8. Le marché intérieur n'existe pas uniquement pour les seules entreprises ou les seuls consommateurs, il confère des avantages tant aux uns qu'aux autres. Consommateurs et entreprises sont des partenaires au sein du marché intérieur, leurs intérêts sont compatibles et doivent être pris en compte dans la conduite de la politique du marché intérieur.
9. Concernant le niveau de protection, à ne pas confondre avec le débat sur l'harmonisation minimale/complète, ce degré signifie la manière de réglementer les droits et obligations des consommateurs et des entreprises. Un « niveau élevé de protection des consommateurs » doit être interprété au cas par cas. Un niveau « élevé » ne peut être ramené à l'idée que « plus il y a de restrictions pour les entreprises, mieux c'est ». Un excès de réglementation est contre-productif, contraire à l'intérêt des consommateurs comme des entreprises.
10. Au sein de ce marché intérieur, il est essentiel de garder à l'esprit que la notion de consommateur doit renvoyer aux droits et obligations du consommateur qui est le plus souvent un salarié, acteur de ce marché, actif et responsable.

III. Proposition : une nécessaire priorité à donner à l'effectivité des règles existantes

11. Avant de nous prononcer de façon définitive dans ce débat, la question de la bonne application et du respect des règles existantes doit être considérée comme une priorité. Cette question est essentielle pour les entreprises afin de prévenir et enrayer toute distorsion de concurrence entre les bons acteurs qui respectent les règles du jeu et les mauvais acteurs qui s'en affranchissent impunément mais aussi et surtout pour les consommateurs qui ne sont pas dans de tels cas effectivement protégés en pratique. Ainsi, est-il essentiel de ne pas déconnecter l'environnement juridique de la réalité pratique.
12. Les institutions européennes doivent donc s'attacher à un respect plus effectif des réglementations en vigueur, y compris veiller à une meilleure transposition pour une plus grande protection des consommateurs. Dans ce cadre, la surveillance du marché devrait être améliorée.
13. De l'avis de BUSINESSEUROPE, c'est uniquement si des réponses appropriées sont données aux questions précédentes que nous pourrions faire un choix éclairé pour optimiser la démarche à venir et ne pas procéder dans quelques années à la révision de l'exercice que nous pourrions aujourd'hui entamé.
14. Nous sommes donc ouverts et prêts à participer activement au débat en cours.