

Le rôle central du consommateur

LUXEMBOURG La commissaire européenne en charge de la protection des consommateurs, Meglena Kuneva, a rappelé, hier, les grands principes de son action.

Le marché intérieur, composé des 27 États membres de l'Union européenne, constitue le plus important marché de détail du monde. 493 millions de consommateurs vivent au sein de ce marché mais, paradoxalement, leur place a jusqu'à présent été sous-estimée. La Commission européenne tente de remédier à cette situation.

*De notre collaborateur
David Marques*

Souvent il est question que la politique menée à l'échelle européenne est trop distante des citoyens et de leur vie quotidienne. Cela a aussi semblé être le cas jusqu'à présent pour le marché intérieur qui, ces dernières années, a été un des facteurs les plus importants pour relever les défis économiques des pays membres de l'Union européenne. Alors que le cadre général constitue à la base un succès, la Commission européenne s'est fixé de nouveaux objectifs replaçant le consommateur au centre de l'intérêt.

En charge de la protection des consommateurs, la commissaire bulgare Meglena Kuneva a été en visite officielle au Luxembourg, hier. Entre une table ronde avec les élèves du lycée des garçons et des entrevues avec le ministre de l'Économie et du Commerce extérieur, Jeannot



Krecké, tout comme avec les représentants de la Chambre de commerce et l'Union luxembourgeoise des consommateurs, la commissaire a répété devant la presse les grands principes de son action. «Il faut adapter notre politique aux défis du XXI^e siècle. Elle doit nous permettre d'apporter une réponse à la globalisation», a noté en guise d'introduction Meglena Kuneva.

➤ **Trois objectifs majeurs**

En matière de politique des consommateurs la stratégie communautaire établie pour la période entre les années 2007 et 2013 peut selon la Commission apporter une de ces réponses. Le rôle central revient dans ce contexte aux consommateurs qui représentent 58 % du PIB de l'Union européenne. Malgré ce chiffre, la place du consommateur au sein du marché unique que constituent les 27 pays membres de l'UE a jusqu'à présent été sous-estimée. C'est pourquoi la nouvelle stratégie prévoit un recentrage de la



Photo : fabrizio pizzolante

La commissaire en charge de la protection des consommateurs, Meglena Kuneva, se veut très entrepreneur.

politique communautaire sur ceux qui font fonction de locomotive de l'économie européenne.

Trois objectifs majeurs sont poursuivis par la Commission : créer plus de transparence pour augmenter le pouvoir du consommateur, améliorer le bien-être des consommateurs en termes de prix, de choix, de qualité et de sécurité et également assu-

rer la protection des consommateurs.

Tandis que la politique vise à doter le consommateur des compétences et outils pour jouer le rôle qui lui est attribué, ce dernier a, selon Meglena Kuneva, aussi sa part de responsabilité en matière de contrôle du marché.

L'objectif à l'horizon de 2013 est

d'assurer que les 27 minimarchés qui constituent encore aujourd'hui le marché intérieur de l'Union européenne deviennent un grand marché homogène où citoyens et entreprises puissent faire leurs achats à travers tous les pays membres en étant assuré que prix, qualité et sécurité du produit soient identiques, aussi bien sur le plan local que régional.