Nos Revendications Européennes

8 avril 2024

Nous, associations de consommateurs issues d'États Membres de l'UE, et membres de l'European Consumers Union, à l'occasion des élections européennes 2024, portons les revendications suivantes. Nous les adressons aux candidats de nos États respectifs et leur demandons de s'engager à les porter lors de la prochaine mandature européenne.

1. Responsabilité du vendeur final

Quand bien même elle ne serait pas le vendeur effectif, la place de marché ou la plateforme de vente en ligne (qu'elle soit simple hébergeur du site marchand ou intermédiaire commissionné entre consommateur et fournisseur de biens ou de services), doit, dès lors que survient un litige, assumer la responsabilité de la vente ou de la prestation de service litigieuse, en procédant aux diligences nécessitées par la situation concernée (application des garanties commerciale de conformité ou des vices cachés, reprise et remboursement total ou partiel du bien défectueux ou non-conforme, annulation de la vente ou de la prestation …), sans préjudice de la recherche de responsabilité du vendeur.

2. Règlement Extra-judiciaire des Litiges extra européen

Le Règlement Extra-judiciaire des Litiges doit être renforcé (à l'inverse des dispositions prises dans le cadre de REFIT) avec une information systématique et compréhensible des consommateurs. Ce dispositif doit être élargi et étendu à travers des accords commerciaux bi- ou multi- latéraux, avec des États non-membres de l'UE. Ce réseau doit être intégré au sein de l'ECC-Net (Réseau des Centres Européens de la Consommation) et des moyens conséquents doivent être attribués à celui-cipour lui permettre de traiter les dossiers qui lui sont soumis. Les moyens créés par les États qui viennent en doublon de ce réseau doivent être réorientés vers celui-ci afin de le renforcer.

3. Défense des biens fondamentaux

L'UE reconnaît comme fondamentaux un certain nombre d'éléments comme :

l'énergie, les transports, l'eau et traitement de l'eau, la santé, la nourriture, le digital, la banque, la finance, l'espace et le secteur public.
Cette liste oublie d'inclure l'éducation, la culture, les loisirs.
L'UE ne peut continuer durablement de se proclamer « garante d'une paix durable » quand elle ne cesse d'opposer des populations, quand elle ne cesse de creuser les inégalités entre les citoyens, entre les riches et les pauvres, entre les femmes et les hommes, entre les jeunes et les aînés… Toutes ses belles déclarations sont systématiquement viciées une fois les discours introductifs passés, par une recherche effrénée de profit et l'obsession du « marché libre » (propre au libéralisme sans limites ni freins, porté par l'UE), qui n'a de libre que le nom. Pour une UE humaniste, il est plus que temps de commencer à défendre des valeurs humaines.

4. Droits des associations de consommateurs

De trop nombreuses associations de consommateurs ne disposent de strictement aucun moyen d'existence sur le territoire de l'UE. Même à l'intérieur d'États dits riches, les subventions observent une forte baisse tendancielle. Le motif le plus souvent invoqué est celui de la numérisation à marche forcée qui traverse toute l'UE et qui ne justifierait plus un maillage associatif de terrain. Or, c'est exactement l'inverse qui se produit. Les besoins d'accompagnement des consommateurs et de vigilance face aux biens et services proposés ne cessent d'augmenter. De plus, la fracture numérique n'est pas une donnée marginale : elle frappe de nombreuses populations dans tous les États. L'UE
doit cesser de n'orienter ses subventions qu'en direction de groupes institutionnels inactifs sur le terrain pour aider matériellement les associations de consommateurs présentes auprès des populations ou contraindre effectivement leurs États respectifs à le faire, quandils en sont en capacité. Cette aide doit prendre la forme de subventions et non d'appels à projets qui vont à contre-courant de l'indépendance nécessaire à une action au service des populations, qui complexifient les demandes de façon disproportionnées, et qui fixe généralement des planchers de montants rendant ce mode de financement définitivement inaccessible aux petites structures, pourtant bien souvent porteuses d'une
réelle présence de terrain.

5. Paradigme de la consommation

Les principes fondamentaux de la consommation doivent être l'égalité d'accès, le principe de précaution sanitaire comme environnemental (en refusant totalement

les logiques liées au principe d'innovation), la solidarité, la sécurité, l'éthique. Actuellement, l'UE entame la majorité de ses actes par des déclarations grandiloquentes visant à améliorer le sort de ses citoyens, puis poursuit aussitôt ses déclarations par un « mais il ne faut pas mettre en danger la compétitivité de nos entreprises ».
Une fois cette phrase prononcée, ne compte plus que l'économique : il faut toujours plus de libéralisme, toujours moins de règles, toujours plus d'efforts des consommateurs pour ne pas « surcharger les entreprises ». L'UE doit enfin inverser sa maxime actuelle qui est « de l'économie naîtra le social » pour devenir « le social doit définir l'économie ».

6. Responsabilité sociale et environnementale des entreprises

La minorité de blocage (conduite par quelques pays, dont la France, à rebours de l'avis de la Commission et du Parlement) envers une réglementation européenne sur le devoir de vigilance est un très mauvais message pour tous ceux qui en appellent à la responsabilité des entreprises sur l'ensemble de leur chaîne de valeur. L'enjeu est bien de pouvoir fournir aux consommateurs une information plus pertinente sur les actions réellement menées par ces groupes, aussi bien en matière environnementale que sociale. Les États qui ont exercé ce blocage doivent lever ce dernier pour que l'UE puisse réellement remplir son rôle de protection et d'information loyale de l'ensemble de ses citoyens.

INDECOSA CGT