

COMMUNAUTÉ  
EUROPÉENNE  
DE L'ÉNERGIE  
ATOMIQUE

COMMUNAUTÉ  
EUROPÉENNE  
DU CHARBON  
ET DE L'ACIER

COMMUNAUTÉ  
ÉCONOMIQUE  
EUROPÉENNE

PARLEMENT EUROPÉEN

# DOCUMENTS DE SÉANCE

1968 - 1969

---

20 JANVIER 1969

DOCUMENT 189

---

## Rapport

fait au nom de la commission économique

sur la proposition de résolution  
présentée au nom du groupe socialiste par  
M. Metzger (doc. 95/68) relative au renforcement  
de la position du consommateur  
dans le Marché commun

**Rapporteur : M. J. Boersma**

---

ÉDITION DE  
LANGUE FRANÇAISE

Le 2 juillet 1968, M. Metzger a présenté, au nom du groupe socialiste, une proposition de résolution relative au renforcement de la position du consommateur dans le Marché commun. Cette proposition, qui fait l'objet du document de séance 95/68, a été distribuée et renvoyée, pour examen au fond, le 2 juillet 1968, à la commission économique.

La commission des affaires sociales et de la santé publique a fait parvenir à la commission économique un avis rédigé par M. Merchiers.

Le 18 juillet 1968, la commission économique a désigné comme rapporteur M. Boersma. Le projet de rapport de M. Boersma a été discuté au cours des réunions des 6 décembre 1968 et 8 janvier 1969. Au cours de cette dernière réunion, la proposition de résolution et l'exposé des motifs qui y fait suite ont été adoptés à l'unanimité moins une voix et une abstention.

Étaient présents: Mme Elsner, présidente; MM. Schaus et Starke, vice-présidents; M. Boersma, rapporteur; MM. Apel, Bersani, Boertien (suppléant M. De Winter), Bousch, Bousquet, Califice, Corterier, Cousté (suppléant M. Fanton), Dichgans, Hougardy, Mlle Lulling, MM. Memmel, Oele, Riedel, Sabatini, Vredeling (suppléant M. Behrendt).

## Sommaire

A — Proposition de résolution .....	3	La politique agricole .....	10
B — Exposé des motifs .....	5	La politique du commerce extérieur.	10
I. Le consommateur dans l'économie ..	5	La politique fiscale .....	11
II. Les conséquences du Marché commun pour le consommateur .....	5	La législation sur les marchandises ..	11
La nécessité des enquêtes .....	5	V. La transparence du marché .....	11
Difficultés de cette étude .....	6	VI. Propositions de la commission écono- mique et critique de la résolution de M. Metzger .....	12
Activités des institutions communau- taires .....	6	Conséquences du Marché commun pour le consommateur .....	12
Différences de prix .....	7	Le consommateur et la politique com- munautaire .....	12
III. Le consommateur dans la C.E.E. ...	8	La transparence du marché .....	14
Organismes représentant les consom- mateurs .....	8	Annexe I: Proposition de résolution présentée par M. Metzger au nom du groupe socialiste .....	15
Les possibilités offertes par le traité de Rome .....	8	Annexe II: Relevé des organisations de con- sommateurs dans les États mem- bres .....	16
IV. Le consommateur et la politique com- munautaire .....	9	Annexe III: Avis de la commission des affaires sociales et de la santé publique ...	19
La base d'une politique des consom- mateurs dans la C.E.E. ....	9		
La politique de la concurrence .....	9		

## A

La commission économique soumet, sur la base de l'exposé des motifs ci-joint, au vote du Parlement européen, la proposition de résolution suivante :

### **Proposition de résolution sur le renforcement de la position du consommateur dans le marché commun**

*Le Parlement européen,*

— vu la proposition de résolution présentée par M. Metzger, au nom du groupe socialiste (doc. 95/68),

— vu le rapport de la commission économique et l'avis de la commission des affaires sociales et de la santé publique (doc. 189/68),

a) considérant que les consommateurs de la Communauté ont de plus en plus l'impression que les inconvénients qui résultent pour eux de l'intégration ne sont compensés qu'en partie par des avantages,

b) considérant qu'il est juste, eu égard à leur importance dans l'économie, que les intérêts de consommateur figurent aussi bien que ceux du producteur parmi les facteurs déterminants de la politique à mener en la matière,

c) considérant que la Commission et l'Office statistique des Communautés européennes ont déjà rassemblé, sur les effets du Marché commun pour le consommateur, des données intéressantes, mais que celles-ci sont insuffisantes pour permettre une analyse en profondeur de ces effets,

d) considérant que, d'une manière générale, le traité instituant la C.E.E. permet, dans les différents domaines qu'il couvre, une politique qui donne satisfaction au consommateur, mais qu'il serait tout à fait logique que le Comité économique et social compte également des représentants des consommateurs en son sein,

e) considérant qu'un organisme européen des consommateurs actif et pourvu des moyens nécessaires répondrait à un besoin pressant mais devrait pouvoir compter sur l'appui de la Commission, laquelle devrait également, de sa propre initiative, accorder plus d'attention aux intérêts des consommateurs,

f) considérant qu'en raison de l'opacité du marché, le consommateur peut difficilement opérer lui-même une comparaison judicieuse des produits,

1. Invite la Commission à intensifier son étude des effets du Marché commun pour le consommateur en s'attachant particulièrement aux causes des écarts souvent considérables entre les prix en vigueur dans la Communauté, à la question de savoir dans quelle mesure les effets favorables de l'intégration économique sur les prix à la production sont réduits à néant dans la phase de distribution, et au fait que l'augmentation des échanges intracommunautaires ne porte que sur un nombre limité de produits ;

2. Insiste pour que l'exécutif diffuse largement le résultat de ses études ;

3. Invite les gouvernements des États membres à inclure également dans les listes qu'ils proposent en vertu de l'article 195, paragraphe 1, du traité C.E.E., en vue de la nomination des membres du Comité économique et social, des représentants des consommateurs, et à tenir compte, comme le veut le traité, de « la nécessité d'assurer une représentation adéquate aux différentes catégories de la vie économique et sociale » ;

4. Estime souhaitable que le traité sur la fusion des Communautés attribue expressément au consommateur, dans le Comité économique et social, une place qui soit à la mesure de son importance dans la vie économique ;

5. Se félicite que la Commission ait institué, après la fusion des exécutifs, un service spécial des problèmes des consommateurs, qui a pour tâche de s'occuper de tous les problèmes qui intéressent directement les consommateurs et d'entretenir des contacts avec les organisations nationales et internationales de consommateurs ;

6. Regrette que le chef de ce nouveau service n'ait toujours pas été désigné et souhaite qu'au besoin il soit donné de l'extension à ce service, qui a été organisé sur une base très modeste ;

7. Forme le souhait que la Commission accorde au comité de contact des consommateurs de la Communauté européenne un soutien matériel qui lui permette un fonctionnement adéquat ;

8. Invite la Commission à fournir aux organisations représentatives des consommateurs, au niveau de la C.E.E., tous les renseignements qui leur sont nécessaires pour s'acquitter de leur tâche en ce qui concerne l'amélioration de la transparence du marché et l'appréciation de la politique communautaire ;

9. Invite la Commission à s'inspirer résolument des intérêts des consommateurs pour définir sa position en matière d'accords de représentation exclusive, d'interdiction de réexportation et de prix imposés ;

10. Plaide, dans l'intérêt aussi du consommateur, en faveur d'une politique agricole fondée sur un emploi équilibré des instruments que constituent l'organisation de marché, la politique commerciale extérieure, la politique des structures et la politique sociale ;

11. Estime souhaitable que, d'un commun accord avec la Commission, les organisations européennes de consommateurs uniformisent les normes appliquées dans les différents États membres aux études comparatives de marchandises, de manière à faciliter les échanges des résultats de ces études ;

12. Suggère à la Commission de publier les résultats des études comparatives portant sur des produits qui sont d'usage courant dans une partie importante de la Communauté ;

13. Invite la Commission à intensifier, en coopération étroite avec les organisations de consommateurs, son activité dans le domaine de l'étiquetage d'information, et à s'efforcer d'asseoir les règles de celui-ci sur une base géographique aussi large que possible ;

14. Invite la Commission à insérer, dans une réglementation communautaire destinée à empêcher la concurrence déloyale, des dispositions propres à limiter la publicité fallacieuse et les méthodes agressives de vente ;

15. Charge son président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission des Communautés européennes, ainsi qu'aux gouvernements des États membres.

## B

### EXPOSÉ DES MOTIFS

1. Avant que M. Metzger n'ait présenté, le 2 juillet 1968, au nom du groupe socialiste, une proposition de résolution relative au renforcement de la position du consommateur dans le Marché commun, le Parlement s'était déjà, par ses avis et ses résolutions sur les rapports généraux et sur les rapports concernant la situation sociale dans la Communauté, intéressé incidemment au problème du consommateur dans la Communauté. Les considérations et les vœux exprimés en ces occasions par le Parlement européen ou par quelques-uns de ses membres en particulier étant rappelés dans l'avis de la commission des affaires sociales et de la santé publique <sup>(1)</sup>, votre rapporteur ne s'y arrêtera pas davantage.

#### I. Le consommateur dans l'économie

2. Le problème du consommateur, qui se pose dans une économie hautement développée, se caractérise notamment, d'une part, par une certaine imprévisibilité du comportement du consommateur et de ce fait par une importance accrue de ce comportement pour la vie économique, et d'autre part, par l'incapacité du consommateur à remplir convenablement, sans aide extérieure, son rôle d'arbitre entre les produits qui lui sont offerts. Dès que ses revenus atteignent un niveau minimal déterminé, le consommateur dispose d'un pouvoir d'achat qui lui permet des acquisitions autres que celles de première nécessité. Cette marge, qui ne cesse de s'élargir, peut être utilisée à des fins extrêmement variées. Chaque producteur s'efforce d'orienter vers sa production une part aussi importante que possible de ce pouvoir d'achat discrétionnaire.

D'autre part, il est caractéristique de la situation régnant dans les différents États membres, mais surtout dans la Communauté considérée dans son ensemble, que les consommateurs sont organisés bien moins efficacement que les producteurs, et qu'ils ne peuvent, par conséquent, participer comme il conviendrait à la définition de la politique à appliquer dans les différents domaines qui les intéressent particulièrement.

Votre rapporteur s'attachera surtout aux aspects suivants du problème du consommateur : Quelles conséquences le Marché commun a-t-il eues pour le consommateur ? — Comment garantir que la politique communautaire tienne suffisamment compte des intérêts du consommateur ? — Quelles mesures faudrait-il prendre à l'échelon européen pour augmenter la transparence du marché ?

3. Sans vouloir donner la primauté absolue aux intérêts du consommateur, votre commission estime qu'il convient de leur accorder plus d'attention dans le cadre des études préparatoires aux décisions qui doivent être prises. Il ressort déjà implicitement de cette constatation que c'est à tort que l'on affirme parfois que les intérêts du consommateur et l'intérêt général coïncident.

L'intérêt du consommateur n'est qu'un intérêt particulier. L'intérêt général est la résultante de l'équilibre des intérêts des divers groupes sociaux, organisés ou non. Si nous sommes tous des consommateurs, nous sommes aussi pratiquement tous intéressés à la production. Cette appartenance est généralement considérée comme la plus importante, ainsi qu'en atteste notamment le fait que les gens cherchent plus à augmenter leurs revenus qu'à obtenir une diminution des prix.

#### II. Les conséquences du Marché commun pour le consommateur

##### *La nécessité des enquêtes*

4. Le consommateur de la Communauté est en droit de savoir dans quelle mesure le Marché commun lui procure des avantages matériels. Actuellement, non seulement lui-même est dans l'incertitude à ce sujet, mais les responsables de la politique communautaire n'ont pas encore une idée précise des effets de l'intégration économique pour le consommateur. Cette situation est insatisfaisante pour deux raisons.

5. En premier lieu, l'idée que la Communauté a surtout pour effet de faire monter les prix s'est répandue dans le grand public. Si l'on ne le rectifie pas, ce jugement, certainement inexact parce que trop général, portera un rude coup à la cause

<sup>(1)</sup> Annexe III.

de l'Europe. La Communauté a besoin de l'appui du consommateur, mais celui-ci ne le lui accordera que s'il est convaincu d'y avoir un intérêt direct, y compris sur le plan matériel.

6. Deuxièmement, une analyse méticuleuse des conséquences du Marché commun pour le consommateur et des causes des différences considérables de prix qui subsistent dans la Communauté permettrait d'aboutir à des conclusions utiles quant à la politique communautaire à mettre en œuvre en ce qui concerne, notamment, les accords et pratiques restreignant la concurrence, la politique commerciale extérieure, la politique agricole commune, les entraves mises aux échanges intracommunautaires par les formalités administratives, les normes de qualité, les prescriptions techniques, les prescriptions en matière de sécurité, etc.

7. Une étude approfondie démontrerait vraisemblablement :

1) que le Marché commun assure de nombreux avantages aux consommateurs ;

2) que les hausses de prix ne sont pas en règle générale (sauf pour l'agriculture) dues à la politique de la C.E.E., mais à la persistance de dispositions et de pratiques sur lesquelles les institutions communautaires n'ont pas encore de prise ou qui ne sont pas de leur ressort.

Tout incite à mener cette étude avec rigueur.

#### *Difficultés de cette étude*

8. S'il n'est guère possible d'isoler les effets du Marché commun d'autres facteurs qui ont influé sur l'évolution économique dans les pays de la Communauté, il ne fait pas de doute que le Marché commun a diverses conséquences favorables pour le consommateur : la disparition des droits de douane a provoqué la baisse ou, du moins, freiné la hausse des prix de certains produits originaires d'autres États membres dans une mesure qui n'aurait pu être atteinte si le Marché commun n'avait pas existé, la concurrence s'est avivée, le choix des marchandises s'est élargi.

D'autre part, il est certain que, sans le Marché commun, la croissance économique des pays de la Communauté n'eût pas atteint des taux aussi élevés. Cette croissance profite au consommateur aussi, même si, dans sa rapidité, elle s'est accompagnée d'une inflation génératrice de hausses des prix. Les bienfaits futurs du Marché commun pour le consommateur se situeront vraisemblablement plus dans la rationalisation et la spécialisation de l'industrie, processus considérablement accéléré par la réalisation du Marché commun.

9. Pour juger des effets du Marché commun le consommateur considère avant tout l'évolution des prix. Certes, cet élément est très important, mais

il n'est pas seul à déterminer la situation du consommateur. En fait, c'est de son niveau de vie qu'il s'agit, et celui-ci dépend, pour une situation donnée en matière d'emploi, non seulement du niveau des prix, mais également du volume et de la qualité de l'offre, des revenus, des conditions de travail secondaires et des équipements publics.

#### *Activités des institutions communautaires*

10. Qu'a fait la Commission européenne pour être mieux informée des répercussions du Marché commun sur la position du consommateur ?

1) Chaque année, l'exécutif analyse l'évolution des importations dans les États membres d'environ 300 produits ou groupes de produits destinés aux ménages.

2) La Commission européenne a fait effectuer un certain nombre d'études sur les conséquences du Marché commun pour le consommateur : une première étude devait définir des méthodes scientifiques d'analyse des conséquences du Marché commun pour le consommateur.

De plus, la Commission européenne a chargé un groupe d'experts universitaires d'étudier les conséquences indirectes du Marché commun dont le consommateur a tiré profit par le biais de l'accroissement de ses revenus.

3) L'exécutif a encore fait effectuer des enquêtes sur l'évolution dans certains secteurs : les automobiles, les bas de dames, les appareils électroménagers et quelques autres produits. En outre, un institut de recherches économiques s'est livré, pour le compte de l'exécutif, à une importante étude sur l'évolution dans le secteur de l'habillement.

4) Depuis 1963, l'Office statistique des Communautés européennes analyse semestriellement, dans les six pays, le niveau des prix de quelque 200 produits de consommation courante.

5) De plus, l'Office statistique des Communautés européennes a entrepris, en 1966, la comparaison systématique des prix, dans les six pays de la Communauté, d'un certain nombre de produits et de groupes de produits.

11. Quelles conclusions peut-on tirer de ces premières études ?

1) La part des importations intracommunautaires dans la consommation des ménages s'élève actuellement à environ 14 % et même, pour les produits industriels, à environ 20 % (1). Ces pourcentages témoignent d'une intégration déjà assez

(1) Données fournies par le représentant de la Commission européenne lors de la réunion de la commission économique du 6 décembre 1968.

poussée du marché des biens de consommation, dont le consommateur a incontestablement retiré des avantages tangibles.

2) L'accroissement des échanges intracommunautaires n'a été enregistré que pour un nombre limité de produits : de 35 à 100, selon le pays. A eux seuls, ils rendent compte de 90 % de l'accroissement. La Commission européenne constate dès lors qu'en pratique, la Communauté n'est un marché unique que pour quelques produits. Dans ses septième et neuvième rapports généraux, l'exécutif cite notamment les automobiles, les vêtements masculins et féminins en tissu ou en bonneterie, les chaussures, les cuisinières à gaz.

3) Les enquêtes de l'Office statistique ont montré que c'est surtout dans le domaine des articles électro-ménagers que le marché commun a provoqué des baisses de prix (1).

On sait que l'invasion des machines à laver et des réfrigérateurs italiens a eu un effet favorable sur le prix de ces appareils.

4) La Commission européenne constate que les articles dont le prix a baissé sont principalement ceux dont, partiellement grâce au Marché commun, la production a pu être entreprise en grande série (2).

5) Dans le secteur de l'habillement, la spécialisation provoquée par le renforcement de la concurrence s'est, dans une certaine mesure, répercutée favorablement sur les prix ainsi que sur la qualité des articles. L'appareil de distribution a cependant en partie absorbé les effets heureux exercés sur les coûts (3). Le reste fut partiellement consacré à la prospection du marché, à l'édification ou à la modernisation de l'organisation commerciale. S'il est normal que l'extension des activités à de nouveaux marchés entraîne une hausse temporaire des frais de vente et de distribution, la modification de la division du travail devrait, à la longue, provoquer une baisse des prix.

6) La Commission européenne constate que le plein développement des échanges intracommunautaires est encore entravé par la complexité et la durée des formalités frontalières (4).

7) Les données de base dont on dispose, et notamment les dernières statistiques, ne permettent pas encore d'effectuer une analyse minutieuse des effets du Marché commun sur les prix des biens de consommation. L'étude des effets indirects (accroissement des revenus) se heurte à plus de difficultés encore : « (elle ne peut, dans la meilleure hypothèse, aboutir qu'à des conclusions de l'ordre du vraisemblable et non de la certitude absolue » (5).

## *Différences de prix*

12. Dans son dixième rapport général, la Commission européenne constatait que « dans chaque pays de la Communauté, on enregistre un certain nombre de prix dont les niveaux sont soit les plus bas de la Communauté, soit les plus élevés » (6). L'écart moyen des prix (7) n'atteignait pas moins de 59 % en avril 1967. Certes, même dans un marché commun fonctionnant parfaitement, certaines différences de prix entre les pays sont normales ; elles s'expliquent par les écarts entre les coûts salariaux et par les différences entre les structures de production et de commerce. Lorsque les frais de transport représentent une partie relativement importante du prix, le commerce intracommunautaire ne peut guère provoquer un nivellement des prix.

En outre, les politiques fiscales n'ont pas encore été harmonisées, un certain nombre de formalités doivent encore être remplies aux frontières et les frais de financement peuvent encore varier d'un pays à l'autre.

Il est permis de supposer aussi que les ententes et cartels industriels maintiennent, voire provoquent, certaines différences de prix. L'accroissement de certaines différences de prix semble surtout dû à l'élargissement de l'éventail des prix.

13. Il faut que la Commission européenne soumette à une étude approfondie les causes des différences de prix constatées, et diffuse largement les résultats de cette étude. Votre commission invite l'exécutif à lui communiquer les résultats provisoires des enquêtes auxquelles, selon le dernier rapport général (8), il se livre. Il importe beaucoup, du point de vue de la politique communautaire à mener, que soient connues les causes des différences de prix. C'est pourquoi, dans la proposition de résolution Metzger (9), la Commission européenne est invitée à présenter au Parlement un rapport sur les causes des différences de prix constatées.

14. La Commission européenne devra également tout mettre en œuvre pour dissiper les opinions erronées concernant les effets du Marché commun sur le niveau des prix. Voici quelques années, elle a publié une intéressante brochure relative à la position du consommateur dans le Marché commun ; elle devrait poursuivre dans cette voie. On ne dira jamais assez, en effet, combien il importe que le grand public soit informé de ces questions.

(1) Neuvième rapport général, paragraphe 111.

(2) Huitième rapport général, paragraphe 112.

(3) Dixième rapport général, paragraphe 104.

(4) Ibidem.

(5) Réponse à la question écrite n° 67/66 de M. Oele, J.O. n° 146 du 9 août 1966.

(6) Dixième rapport général, paragraphe 106.

(7) Pour obtenir l'écart moyen des prix, on calcule pour chaque article la différence entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé, on l'exprime en pourcentage du prix le plus bas, puis on établit la moyenne arithmétique non pondérée des différences ainsi obtenues.

(8) Rapport général sur l'activité des Communautés en 1967, paragraphe 96.

(9) Doc. 95/68 paragraphe 1 a).

15. L'exécutif devra examiner dans quels domaines le fonctionnement du Marché commun laisse à désirer. A cet effet il conviendra notamment d'améliorer les statistiques comparatives des prix. L'exécutif devrait disposer de données beaucoup plus abondantes et précises, ce qui nécessite la coopération du Conseil et des États membres.

On a l'impression que certains des effets heureux du Marché commun sur les prix à la production se trouvent partiellement réduits à néant dans la phase de la distribution. Dans l'enquête souhaitée, ce point devra faire l'objet d'une étude particulière.

16. Devra également retenir l'attention le fait remarquable que jusqu'ici, l'accroissement des importations intracommunautaires ne touche guère qu'un nombre limité de produits. Pour certains de ceux-ci, la disproportion entre les frais de transport et la valeur de la marchandise joue évidemment un rôle. Dans d'autres cas, l'explication doit être recherchée dans le fait que les productions nationales sont de valeur et de prix de revient comparables, mais les producteurs peuvent alors tirer profit des avantages qu'offre l'étendue du marché en procédant à des concentrations. Enfin, il arrive que des différences de goûts et de besoins morcellent le Marché commun en une série de marchés partiels.

Lorsque la Commission européenne aura étudié soigneusement les problèmes précités, elle sera mieux en mesure de proposer une série de mesures destinées à éliminer les causes artificielles des différences de prix.

### III. Le consommateur dans la C.E.E.

#### *Organismes représentant les consommateurs*

17. Dans tous les États membres, il existe des associations et des organisations qui se proposent de défendre les intérêts du consommateur. Leurs structures et leurs méthodes de travail présentent toutefois des différences assez sensibles. En Belgique, en France et en Italie, les consommateurs sont assez mal organisés. En république fédérale d'Allemagne et aux Pays-Bas, ils le sont un peu mieux (1).

18. Sur le plan européen, le comité de contact des consommateurs de la C.E.E. fonctionne depuis 1962; y siègent des représentants des organisations européennes des unions de consommateurs, des coopératives de consommateurs, de la C.I.S.C., de la C.I.S.L. et des organisations familiales. Le comité de contact a notamment constitué des groupes de travail pour l'observation des prix, l'harmonisation des dispositions concernant les produits de grande consommation, la politique de concurrence,

la politique agricole, les normes de qualité, ainsi que pour l'information du consommateur. La nature du problème du consommateur et l'hétérogénéité qui résulte de la composition du comité expliquent sans aucun doute que celui-ci n'a pas encore pu fonctionner de manière absolument satisfaisante. Le manque de crédits et son corollaire, le fait que le comité n'a pas de secrétariat permanent, y sont cependant aussi pour beaucoup.

Il s'ensuit que les organisations qui défendent les intérêts des consommateurs sur le plan national n'ont pas encore réussi à se hausser, sur le plan européen, au niveau des organisations de producteurs.

Bien qu'il appartienne au premier chef aux consommateurs eux-mêmes de remédier à cette situation, les institutions communautaires ne peuvent rester inactives. Au dernier chapitre, votre rapporteur suggère quelques mesures par lesquelles les institutions de la Communauté pourraient y contribuer.

#### *Les possibilités offertes par le traité de Rome*

19. Bien que le traité de la C.E.E. contienne peu de dispositions visant explicitement la défense des intérêts du consommateur, il ouvre cependant la possibilité de mener une politique satisfaisante, du point de vue du consommateur, dans les différents domaines qu'il couvre. Le préambule et l'article 2 du traité expriment le vœu que le consommateur bénéficie des fruits de l'intégration économique. Les articles 29 d), 39, 85, 86, 110 et 193 sont également importants à cet égard. Nous reviendrons plus en détail sur ces articles lors de l'examen des différents éléments de cette politique.

20. Sur un point cependant, le traité présente manifestement une lacune. Il ne prévoit, en effet, aucune représentation institutionnelle des consommateurs. Le Comité économique et social est l'organisme tout indiqué pour une telle représentation. Au sujet de la composition du Comité, l'article 193 du traité de Rome stipule que « le Comité est composé de représentants des différentes catégories de la vie économique et sociale, notamment des producteurs, des agriculteurs, des transporteurs, des travailleurs, des négociants et artisans, des professions libérales et de l'intérêt général ».

Pour des raisons évidentes, ce sont surtout des représentants des catégories énumérées à l'article 193 qui siègent au Comité économique et social. Cet article n'exclut cependant pas une représentation des consommateurs. Ce qui signifie, en d'autres termes, qu'il est possible, sans porter atteinte au traité, de modifier la répartition des sièges en faveur des consommateurs. Aussi conviendrait-il de faire droit à bref délai au vœu parfaitement légitime des consommateurs. Signalons

(1) Voir l'annexe II pour de plus amples détails.

à ce propos que les Pays-Bas envisagent de réserver un siège à un représentant des intérêts des consommateurs lors du renouvellement de la délégation néerlandaise au Comité économique et social. Une telle représentation pourrait être organisée sans porter préjudice aux groupements d'intérêts explicitement cités à l'article 193. Les gouvernements pourraient par exemple remplacer un des représentants « de l'intérêt général » par un membre qui se chargerait plus particulièrement de défendre les intérêts des consommateurs.

21. Votre commission insiste dès à présent pour que le traité de fusion des Communautés attribue aux consommateurs, dans le Comité économique et social, une place qui soit à la mesure de leur importance dans la vie économique.

#### IV. Le consommateur et la politique communautaire

*La base d'une politique des consommateurs dans la C.E.E.*

22. Bien qu'en soi le traité de la C.E.E. n'aille nullement à l'encontre des intérêts du consommateur, ces intérêts ont été à maintes reprises négligés lors de sa mise en œuvre. Les institutions de la Communauté devront accorder plus d'attention au problème des consommateurs. Les intérêts de ceux-ci, loin de pouvoir être négligés, doivent, au moment où il est procédé à la ventilation des différents groupes d'intérêts, être considérés avec autant d'attention que les vœux exprimés par les employeurs et les travailleurs. Mais pour cela, il faut qu'une organisation européenne des consommateurs active, dotée des moyens indispensables et s'appuyant sur des organisations nationales puissantes, fasse connaître ses desiderata aux institutions communautaires, qui, de leur côté, ne peuvent ignorer les avis des représentants des consommateurs. Votre commission insiste auprès de la Commission européenne pour qu'elle tienne toujours dûment compte des avis du comité de contact.

23. A cet égard, votre commission se félicite que la Commission européenne ait créé, après la fusion des exécutifs, un service spécial chargé de s'occuper des « problèmes concernant les consommateurs ». Parlant de la tâche de ce service, M. Sassen a déclaré, devant la commission économique, qu'il « ... est chargé de s'occuper des problèmes concernant directement les consommateurs et qu'il y aura évidemment des contacts réguliers avec les organisations nationales et internationales de consommateurs » (1).

Ce service, qui relève de la direction générale de la « concurrence », est peu développé. Cette

circonstance ne devrait cependant pas constituer un obstacle insurmontable, à condition qu'il puisse être développé par la suite si besoin est. Votre commission regrette que le chef de ce service n'ait toujours pas été désigné, et que la tâche de ce service n'ait pas encore été clairement définie. Ce qui est essentiel, c'est qu'on se préoccupe des intérêts des consommateurs dès les tous premiers stades de l'élaboration des propositions.

24. Bien que la plupart des éléments de la politique communautaire intéressent directement ou indirectement le consommateur, l'attention des organismes et des organisations qui ont pour tâche de défendre les intérêts des consommateurs se portera en premier lieu sur la politique de la concurrence, la politique agricole, la politique du commerce extérieur, la politique fiscale et la législation sur les marchandises.

#### *La politique de la concurrence*

25. La Commission européenne devra trouver un équilibre entre le vœu légitime des milieux économiques désireux d'adapter l'appareil de production aux nouvelles exigences du marché et de la technique, et les intérêts du consommateur, qui commandent de s'opposer aux restrictions de la concurrence et aux abus auxquels peuvent donner lieu les positions dominantes sur le marché. Du point de vue du consommateur, tous les accords tendant à restreindre la concurrence et les pratiques visant au maintien de positions acquises sur le marché doivent être condamnés.

26. Il est également de l'intérêt du consommateur que la Commission européenne précise ses conceptions concernant l'application de l'article 86 du traité. Les possibilités dont dispose la Commission européenne d'intervenir sur la base de cet article, qui n'a encore jamais été appliqué, sont réelles mais limitées. Là où l'offre bénéficie sur le marché d'une position dominante qui constitue un danger pour le consommateur, il peut être utile, dans certains cas, de favoriser un regroupement de la demande.

L'exécutif devra consacrer au moins autant d'attention à l'exploitation abusive des positions dominantes qu'aux pratiques visées à l'article 85, paragraphe 1. La Commission européenne s'est relativement peu occupée de cette question jusqu'ici. A ce propos, le représentant de la Commission européenne a fait remarquer à votre commission que le processus de concentration en cours dans la Communauté n'est pas encore suffisamment avancé pour qu'on doive intervenir contre des positions dominantes.

Les consommateurs souhaitent, eux aussi, que l'exécutif procède à une enquête sur la structure des marchés caractérisés par l'existence de positions dominantes. Seule une connaissance appro-

(1) Procès-verbal de la réunion de la commission économique du 17 juin 1968, PE 20.167, annexe I, page 13.

fondie de la structure d'un marché permettra, en effet, de constater les abus et de les combattre.

27. Dans le cadre de la politique de la concurrence de la Communauté, les accords d'exclusivité, et plus particulièrement ceux qui visent à garantir au concessionnaire exclusif une protection territoriale absolue, méritent une attention particulière. Le règlement n° 67/67 stipule que les accords bilatéraux d'exclusivité ne doivent plus être notifiés s'ils ne font pas obstacle aux importations parallèles. Ce règlement n'est certes pas contraire aux intérêts des consommateurs. En ce qui concerne les accords d'exclusivité avec protection territoriale absolue, il conviendra toutefois de faire preuve de prudence, car ces accords présentent des inconvénients pour le consommateur sur un marché où la concurrence joue plus sur le plan de la différenciation des produits que sur celui des prix.

Votre commission demande en outre à l'exécutif d'être attentif aux conséquences de l'application du système des prix imposés.

28. Enfin, votre commission espère aussi que des propositions seront rapidement présentées en vue de l'adaptation des monopoles commerciaux nationaux qui limitent le choix du consommateur et maintiennent les prix à la consommation en dehors de la concurrence.

#### *La politique agricole*

29. Il n'est pas seulement de l'intérêt du producteur qu'une politique agricole commune soit mise en œuvre, le consommateur a lui aussi intérêt à ce que les prix des produits agricoles soient stabilisés. Lorsque les prix des produits agricoles subissent de fortes fluctuations, ils perturbent l'équilibre de l'économie et entravent la définition d'une politique économique efficace.

30. Du point de vue des consommateurs, il n'y a rien à redire aux articles du traité de Rome relatifs à l'agriculture. A l'article 39, paragraphe 1 e), il est dit explicitement que des prix raisonnables dans les livraisons au consommateur sont l'un des objectifs de la politique agricole commune. Il n'empêche qu'on a parfois négligé, dans la mise en œuvre de la deuxième partie du titre II du traité, les intérêts du consommateur. Bien que la Commission européenne elle-même ait déclaré en maintes occasions qu'il fallait parvenir à coordonner les efforts visant à assurer un revenu raisonnable aux agriculteurs, à défendre les intérêts du consommateur et du commerce extérieur, elle s'est surtout occupée, jusqu'ici, d'organiser le marché à l'avantage du producteur. Des quatre instruments dont dispose la politique agricole commune — organisation de marché, politique du commerce extérieur, politique des structures et politique sociale — seul le premier a, en fait, été utilisé.

31. Cette situation n'est pas étrangère au fait que les prix à la consommation d'un certain nombre de denrées alimentaires ont augmenté au cours des dernières années. La politique agricole communautaire est partiellement responsable de ces hausses de prix. Toutefois, la sécheresse, le gel et les maladies ont souvent exercé une poussée plus forte encore sur les prix <sup>(1)</sup>. D'autre part, les prix du commerce au détail sont de plus en plus déterminés par les frais de transport, de transformation et de vente. De toute manière, on ne dispose pas encore de données suffisamment sûres en assez grand nombre pour pouvoir déterminer avec exactitude le rôle joué par la politique communautaire dans les hausses de prix. Votre commission estime que la Commission européenne devrait s'efforcer de mieux informer le public, afin de rectifier les conceptions erronées qu'il a de cette question.

32. A présent que la Commission européenne a présenté des plans de politique structurelle pour l'agriculture, on peut espérer que les organisations de consommateurs feront à nouveau entendre leur voix et plaideront avec vigueur en faveur d'une politique agricole fondée sur un emploi équilibré des différents instruments disponibles. La politique des structures devra tendre à intégrer la politique agricole dans la politique économique générale. Trop longtemps la politique agricole a été considérée comme un secteur quasi autonome.

33. L'intégration de la politique agricole dans la politique économique serait sans aucun doute favorisée si les organismes et les commissions qui s'occupent des problèmes agricoles dans la Communauté étaient moins spécialisés. Si le fait que des représentants des organisations de consommateurs siègent dans les comités consultatifs agricoles n'est pas négligeable, cette représentation est cependant insuffisante parce que le travail de ces comités s'accomplit en fait en dehors de la sphère politique. La Commission européenne peut demander l'avis des comités consultatifs ; elle n'est pas tenue de le faire. Du reste, les demandes d'avis ont trait le plus souvent à des problèmes éminemment techniques qui ne touchent qu'indirectement aux intérêts des consommateurs.

#### *La politique du commerce extérieur*

34. Les entraves aux importations de produits industriels en provenance des pays tiers ne sont pas telles qu'elles doivent être considérées comme lésant les intérêts des consommateurs. Ces entraves consistent en effet essentiellement en droits de douane dont le taux est rarement supérieur à 10 %. Les restrictions aux importations sous forme de contingentements ne frappent que les échanges avec les pays à commerce d'État.

(1) Dixième rapport général, paragraphe 103.

35. Pour quelques produits agricoles, il n'existe pas encore de réglementation de marché. Il ressort de la liste figurant à la page 2 de la proposition relative à un règlement portant organisation commune des marchés pour certains produits énumérés à l'annexe II du traité <sup>(1)</sup>, que la Commission européenne envisage par exemple encore d'organiser le marché des bananes, c'est-à-dire un marché de fruits que la Communauté ne produit qu'en quantités très faibles. Tout en ayant conscience que la Communauté a certaines obligations à l'égard des États associés notamment, votre commission tient cependant à signaler que les intérêts du consommateur ne doivent jamais être perdus de vue lors de l'élaboration de tels projets d'organisation de marché.

#### *La politique fiscale*

36. Le consommateur est en droit de demander que l'harmonisation des impôts indirects tienne également compte de ses désirs légitimes. Il devra à cette fin définir en temps utile sa position à l'égard de l'harmonisation des barèmes de la taxe sur la valeur ajoutée, ainsi que du système et des barèmes des taxes de consommation. Ces problèmes seront examinés dans un proche avenir : la Commission européenne a déjà élaboré des propositions pour l'harmonisation des systèmes de taxes sur les tabacs manufacturés, et elle prépare des propositions concernant l'harmonisation des taxes sur les alcools et sur les huiles minérales.

L'instauration de la taxe sur la valeur ajoutée sert malheureusement parfois de prétexte aux commerçants pour relever exagérément les prix des biens et des services. Il appartient aux organisations de consommateurs de suivre cette évolution de près, et d'attirer l'attention du public sur d'éventuels abus.

#### *La législation sur les marchandises*

37. La législation sur les marchandises relève au premier chef de la santé publique ; autrement dit, l'intérêt général prime en l'espèce l'intérêt du consommateur et de ses organisations qui ont toutefois pour tâche de faire valoir le point de vue du consommateur lorsqu'une forte pression est exercée par les producteurs.

### **V. La transparence du marché**

38. Un des principes de l'économie de marché est que le consommateur porte un jugement sur le produit fini. Il ne peut cependant jouer le rôle d'arbitre que s'il connaît suffisamment les marchandises, s'il peut apprécier le rapport prix-qualité d'un

produit, et s'il a une connaissance générale de l'offre. Guidé uniquement par une publicité qui, très souvent, ne vise pas en premier lieu à informer, le consommateur a de plus en plus de peine à opérer un choix judicieux parmi les offres envahissantes et toujours plus variées de produits de plus en plus complexes. La concurrence joue de plus en plus sur le plan de la différenciation des produits plutôt que sur celui des prix, ce qui rend difficile une comparaison objective des produits par le consommateur.

On s'est rendu compte qu'il n'est pas souhaitable de donner au producteur le monopole de l'information pour ses produits. La transparence du marché doit être favorisée par la publication des résultats des études sur les marchandises, par les contrôles de la qualité, par l'information sur les prix, par la lutte contre la publicité fallacieuse et par un étiquetage explicatif. Dans les six pays, il existe des organisations qui, avec ou sans l'aide des autorités gouvernementales, s'occupent en ce sens des intérêts du consommateur. De très nombreuses mesures doivent cependant encore être prises dans les domaines cités ci-dessus.

39. Les organisations qui se consacrent à la défense des intérêts des consommateurs ont deux tâches principales à remplir : 1) accroître la transparence du marché ; 2) s'efforcer d'avoir prise sur la politique gouvernementale là où elle touche aux intérêts du consommateur. Sur le plan national, c'est le premier problème qui est au premier plan des préoccupations ; dans le cadre de la Communauté européenne, l'accent devra être mis sur le deuxième problème.

Il n'empêche cependant que les institutions communautaires et les organismes européens de consommateurs peuvent également effectuer un travail très utile dans le domaine des études comparées sur les marchandises et surtout dans celui de l'étiquetage explicatif.

40. L'échange de résultats d'études comparatives sur les marchandises peut conduire à une meilleure transparence du marché, attirer l'attention du consommateur sur l'existence de produits de substitution de meilleure qualité et/ou moins chers, et contribuer par conséquent à démanteler certaines positions dominantes qui s'appuient sur les habitudes des consommateurs. L'intérêt de ces échanges est évident dans la mesure où ces études portent sur des produits pour lesquels il existe déjà un marché unifié. Pour cela, il faut toutefois que les normes appliquées à ces études soient uniformes. C'est là une tâche qui incombe aux organisations européennes de consommateurs et à la Commission européenne. S'il ne semble pas souhaitable que la Commission européenne finance elle-même de telles études comparatives, il lui appartient, en revanche, d'étudier la possibilité de diffuser largement les résultats des études sur les produits qui sont d'usage courant dans une partie importante de la Communauté. Toutefois, l'étude comparative sur

<sup>(1)</sup> Doc. 4/68.

les marchandises, le financement, l'échange et la publication de ses résultats incombent tout d'abord aux organismes européens et nationaux de consommateurs. La Commission européenne devra cependant soutenir activement ces organisations en mettant les informations nécessaires à la disposition du comité de contact. A ce propos, votre commission se félicite de constater que le comité de contact vient de publier le premier numéro d'une revue européenne destinée à l'information du consommateur, qui a vu le jour grâce à l'aide de la Commission européenne.

41. Les dispositions actuellement en vigueur en matière d'étiquetage d'information sont insuffisantes. C'est ainsi qu'en république fédérale d'Allemagne, des tissus comprenant jusqu'à 40 % de matières autres que la laine peuvent être qualifiés de « tissus de laine ». L'étiquette d'information doit donner des indications exactes. Elle doit être rédigée dans la langue du pays où l'article est vendu. Elle doit indiquer la façon dont le produit doit être entretenu et mentionner les matières qui y ont été ajoutées. Les indications doivent être fondées sur des méthodes de mesure et des critères uniformes.

Il est hautement souhaitable que la Commission européenne et les organisations européennes de consommateurs instaurent, en coopération étroite, une réglementation communautaire sur l'étiquetage d'information de tous les produits entrant en ligne de compte pour une telle mesure. On sait que la Commission européenne a déjà certaines réalisations à son actif en matière d'étiquetage des denrées alimentaires et du verre de cristal, et qu'un projet de directive concernant l'étiquetage des textiles est en préparation.

Il est évident que l'étiquetage d'information doit être conçu sur une base géographique aussi large que possible. Rappelons à ce propos qu'il existe depuis 1966 un « International Labelling Center » auquel sont affiliés les Pays-Bas et six pays d'Europe du Nord.

Enfin, il serait souhaitable que l'on s'intéresse au problème de la publicité fallacieuse et des méthodes agressives de vente dans le cadre d'une réglementation communautaire sur la concurrence déloyale.

## **VI. Proposition de la commission économique et critique de la résolution de M. Metzger**

42. Sur la base des considérations qui précèdent, votre commission pense pouvoir formuler un certain nombre de propositions visant à assurer une meilleure défense des intérêts du consommateur dans la Communauté européenne.

### *Conséquences du Marché commun pour le consommateur*

43. Il est absolument nécessaire que la Communauté européenne poursuive sans retard son étude sur les conséquences du Marché commun pour le consommateur ; celle-ci a déjà conduit à un certain nombre de résultats intéressants, mais elle laisse encore de très nombreuses questions en suspens (cf. les par. 4 à 7 du présent rapport). L'exécutif devra accorder une attention particulière à l'information du grand public afin de dissiper l'impression que la politique communautaire provoque dans de nombreux cas une hausse des prix (par. 14).

44. Il convient d'examiner dans quels domaines le fonctionnement du Marché commun laisse à désirer (par. 15). A cet égard, une attention toute particulière doit être accordée aux importantes différences de prix qui subsistent pour de nombreux produits dans la Communauté (par. 13), à la question de savoir dans quelle mesure les avantages de prix résultant du Marché commun sont réduits à néant dans la phase de distribution (par. 15), et au fait que l'augmentation des importations intracommunautaires ne porte que sur un nombre limité de produits (par. 16).

Votre commission tient à ce que les résultats de ces études soient largement diffusés. Elle estime qu'il n'appartient pas en premier lieu à la Commission européenne de publier les résultats des études comparatives sur les marchandises, bien que cela puisse se justifier pour des produits répandus dans une grande partie de la Communauté.

45. Dans son avis sur la résolution Metzger, la commission des affaires sociales et de la santé publique désire voir insérer un paragraphe indiquant que le Parlement « s'élève énergiquement contre les formalités et contrôles chicaniers et anachroniques qui subsistent après l'élimination des droits intracommunautaires et auxquels sont encore fréquemment soumis les voyageurs, notamment lors du passage de biens de consommation privés aux frontières intérieures, et invite les États membres à mettre immédiatement en application les propositions de la Commission des 21 et 25 juin 1968, même si elles ne sont pas adoptées par le Conseil ». Tout en approuvant le contenu de ce paragraphe, votre commission estime que ce problème est plus une question de caractère général qu'un point mettant en cause l'intérêt spécifique des consommateurs. D'une manière générale, il est de l'intérêt des consommateurs eux-mêmes que leurs problèmes soient nettement délimités et qu'ils ne soient pas définis d'une manière trop large. L'action menée en vue de faire de l'intérêt du consommateur un facteur politique déterminant dans la Communauté ne peut qu'en bénéficier.

### *Le consommateur et la politique communautaire*

46. Dans les chapitres précédents, votre commission a recommandé que la politique communau-

taire tienne compte plus qu'elle ne l'a fait jusqu'ici des désirs légitimes des consommateurs. Ceux-ci doivent donc développer l'organisme européen qui les représente de manière à en faire une organisation capable de défendre efficacement leur point de vue auprès des institutions de la Communauté. Cela implique l'appui de la Commission européenne qui devra également, de sa propre initiative, accorder plus d'attention aux aspects de la politique communautaire qui intéressent les consommateurs.

47. Votre commission est d'avis qu'il y a lieu d'envisager sérieusement d'aider, au moyen de ressources communautaires, le comité de contact à créer un secrétariat permanent. Une aide matérielle paraît justifiée en l'occurrence, les consommateurs ne constituant pas un groupe cohérent capable de former rapidement un puissant groupe de pression.

48. Il serait souhaitable de réserver une place au sein du Comité économique et social à des membres qui auraient pour seule tâche de défendre les intérêts du consommateur (par. 20 et 21). Votre commission se rallie donc à la proposition de modification de la commission des affaires sociales et de la santé publique, qui désire voir insérer dans la proposition le paragraphe suivant : « invite les gouvernements des États membres à inclure également, dans les listes qu'ils proposent, en vertu de l'article 195, paragraphe 1 du traité C.E.E., en vue de la nomination des membres du Comité économique et social, des représentants des consommateurs, afin de tenir compte, conformément au traité, « de la nécessité d'assurer une représentation adéquate aux différentes catégories de la vie économique et sociale ».

En attendant la fusion des traités, à l'occasion de laquelle les modalités de la représentation du consommateur au sein du Comité économique et social devront être mieux définies, il faut s'efforcer d'utiliser au maximum les possibilités qui sont offertes par le traité de la C.E.E. et que l'on ne peut certainement pas qualifier d'insuffisantes.

49. Votre commission approuve la légère modification que la commission des affaires sociales et de la santé publique propose d'apporter au dernier paragraphe de la proposition de la résolution présentée par M. Metzger : « charge son président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission des Communautés européennes, ainsi qu'aux gouvernements des États membres ».

50. Un des objectifs essentiels de la politique communautaire à mener en faveur du consommateur réside dans la défense de ses intérêts (par. 22). Les intérêts des consommateurs ne peuvent être défendus comme il convient dans la Communauté européenne que si l'on en tient compte dès l'élaboration des propositions de la Commission européenne. Le service « problèmes des consomma-

teurs », créé récemment, offre la possibilité de le faire. Au besoin, ce service, dont les effectifs sont encore réduits, devra pouvoir prendre de l'extension.

51. La Commission européenne est en mesure d'appuyer efficacement les organisations européennes de consommateurs en leur fournissant toutes les informations et indications nécessaires. Aussi votre commission approuve-t-elle la proposition de la commission des affaires sociales et de la santé publique tendant à insérer à la suite du paragraphe 1 de la résolution Metzger un alinéa ainsi rédigé : « (invite la Commission) à apporter un soutien efficace aux organisations représentatives des consommateurs au niveau de la C.E.E. dans leur activité de formation et d'information des consommateurs ». Peut-être serait-il cependant préférable de rédiger ce paragraphe en des termes plus généraux.

52. Dans les domaines où la concurrence est fortement réduite ou cesse même totalement de jouer, les intérêts du consommateur risquent d'être compromis. Aussi, la *politique de la concurrence* de la Communauté est-elle, du point de vue du consommateur, un des principaux éléments de la politique communautaire. Il est nécessaire que les institutions de la Communauté interviennent avec énergie, non seulement pour empêcher les accords et les pratiques restreignant la concurrence, mais aussi et surtout pour empêcher l'exploitation abusive de positions dominantes (par. 26). Pour ce qui est des accords d'exclusivités avec protection territoriale absolue, qui présentent de graves inconvénients pour le consommateur, il y a lieu de faire preuve d'une vigilance particulière (par. 27). La Commission européenne est invitée à ne pas perdre de vue l'intérêt des consommateurs lorsqu'elle élaborera de nouvelles propositions relatives à l'aménagement de monopoles commerciaux (par. 28).

53. Une *politique agricole* commune rationnelle doit être fondée sur une utilisation équilibrée des quatre principaux instruments de cette politique (par. 32). La mise en œuvre d'une politique des structures est capitale pour l'assainissement de l'agriculture européenne. L'intégration de la politique agricole dans la politique économique générale serait sans aucun doute favorisée si les différents organismes chargés des problèmes agricoles de la Communauté comprenaient moins de spécialistes de l'agriculture.

54. Bien que la *législation sur les marchandises* touche avant tout à la santé publique et par conséquent à l'intérêt général, il est indispensable, de l'avis de votre commission, que les organisations de consommateurs fassent également entendre leur voix, étant donné que les producteurs s'efforcent naturellement, eux aussi, d'exercer une influence sur l'élaboration des décisions et de faire en sorte que les prescriptions légales soient aussi peu sévères que possible.

Aussi, votre commission estime-t-elle que le passage que la commission des affaires sociales et de la santé publique désire ajouter au deuxième considérant ne s'impose pas.

#### *La transparence du marché*

55. Ainsi qu'elle l'a déjà fait remarquer, votre commission estime que, d'une manière générale, il n'est pas souhaitable que la Commission européenne finance elle-même les études comparatives sur les marchandises, ce qui n'empêche que la Commission exécutive pourrait apporter une contribution très utile à l'accroissement de la transparence du marché dans la Communauté européenne. Elle

peut tout d'abord, dans certains cas, publier les résultats d'études comparatives, ce qui implique une harmonisation préalable des normes et des méthodes de mesure (par. 40). Elle pourra en outre faciliter les travaux des organisations européennes de consommateurs en leur fournissant toutes données utiles en la matière. L'exécutif peut, d'autre part, jouer un rôle très important dans l'élaboration d'une réglementation sur l'étiquetage explicatif (par. 41). A ce propos, signalons que l'exécutif prépare une directive ayant pour objet l'étiquetage explicatif des produits textiles. Enfin, la Commission européenne devra s'efforcer de prendre des mesures pour lutter contre la publicité fallacieuse dans le cadre d'une réglementation sur la concurrence déloyale (par. 41).

**Proposition de résolution**  
**présentée par M. Metzger au nom du groupe socialiste**

*Le Parlement européen,*

a) considérant que l'évolution du Marché commun et la poursuite d'une union économique exigent une étude approfondie de la position du consommateur ;

b) conscient des liens directs et indissolubles existant, d'une part, entre la politique économique générale, la politique concurrentielle et la politique du marché et des prix, en ce qui concerne les différents secteurs, et, d'autre part, les intérêts du consommateur ;

c) convaincu que la réalisation du libre choix et d'une offre optimale en biens et services à un prix aussi avantageux que possible en faveur du consommateur exige, dans le cadre du Marché commun, des actions complémentaires de la part des organes de la Communauté politiquement responsables ;

1. Invite la Commission

a) à compléter la publication des prix des biens de consommation analogues dans les différents pays de la Communauté par un rapport sur les causes des différences de prix apparues dans l'information statistique comparative ;

b) à fournir un concours effectif et une aide financière à l'échange et à la diffusion des résultats d'enquêtes comparatives portant sur les qualités et les prix, comme celles qui ont déjà été effectuées par les différentes organisations de consommateurs, afin de favoriser le choix libre et réfléchi de la part des consommateurs de la Communauté ;

c) à indiquer, chaque fois que la concurrence est limitée, par exemple par des réglementations du marché ou des interventions dans les prix, quels sont les moyens concrets, tels que le contrôle des prix etc., dont l'exécutif dispose pour assurer le respect des intérêts des consommateurs ;

d) à suivre attentivement, dans ses propositions concernant la programmation économique à moyen terme, les formes de consommation nouvelles qui, tant dans le secteur privé que dans le secteur public, exercent une grande influence sur le niveau des dépenses, afin de parvenir ainsi à une offre optimale en faveur des consommateurs ;

e) à informer le Parlement dans quelle mesure le service « intérêts des consommateurs », créé récemment et ressortissant à présent à la direction générale « concurrence », dispose de moyens pour défendre ces intérêts dans le sens le plus large ;

2. Estime souhaitable de réserver une place au sein du Comité économique et social à une représentation des organisations de consommateurs dans la Communauté.

3. Charge son président de transmettre la présente résolution à la Commission des Communautés européennes.

**Organisations de consommateurs de la Communauté**

**Comité de contact des consommateurs de la Communauté européenne**

Font partie du comité de contact des représentants :

1. du *secrétariat européen de la Confédération internationale des syndicats libres*,
2. du *secrétariat européen de la Confédération internationale des syndicats chrétiens*,
3. du *bureau européen des unions de consommateurs*.

Un certain nombre d'organisations de consommateurs des pays de la Communauté européenne sont affiliées à cet organisme central. Le bureau européen se réunit une fois par an en assemblée générale. Le comité Eurotest du bureau européen s'occupe des problèmes relatifs aux études comparatives de marchandises dans le cadre de la C.E.E.

Sont affiliées au bureau européen des unions de consommateurs les organisations suivantes :

- Belgique :*
- a) Association des consommateurs  
Nombre de membres : 22.500  
Le financement de l'organisation est assuré exclusivement par les cotisations de ses membres  
Publications : Test Achats/Test Aankoop (mensuel)
  - b) Union pour l'information et la défense du consommateur (Ufidec)

- République fédérale d'Allemagne :*
- Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (A.G.V.)  
Objet : représentation, information et éducation du consommateur  
Nombre de membres : 20 organisations affiliées  
Le financement de l'organisation est assuré par le produit de la vente de publications (65 %), par des subventions accordées par les pouvoirs publics (30 %) et par les abonnements (5 %)  
Publications : Verbraucherpolitische Korrespondenz (3 fois par mois)  
Verbraucher-Rundschau (mensuel)

- France :*
- a) Organisation générale des consommateurs  
Nombre de membres : 60.000  
Le financement de l'organisation est assuré à concurrence de 75 % par les cotisations des membres et pour les 25 % restants par des subventions accordées par les pouvoirs publics  
Objet : informer les consommateurs et les représenter auprès des pouvoirs publics et des milieux de l'industrie et du commerce  
Publications : Information Consommation (bimestriel)
  - b) Union fédérale de la consommation (U.F.C.)  
Nombre de membres : 27 organisations affiliées  
Le financement de l'organisation est assuré à concurrence de 50 % par des subventions accordées par les pouvoirs publics et pour les 50 % restants par le produit des abonnements aux publications

Objet : coopération entre groupes et individus s'occupant de défendre le consommateur, d'informer le public, de protéger et d'éduquer le consommateur, de défendre auprès des pouvoirs publics les intérêts des consommateurs

Publications : Que Choisir? (paraît tous les 4 mois)

Bulletin d'information (paraît tous les 4 mois)

*Italie :* Unione Nazionale Consumatori (U.N.C.)  
Nombre de membres : 50.000 affiliés à titre individuel, 15 organisations affiliées  
Le financement de l'organisation est assuré par les cotisations des membres (60 %), par des subventions accordées par les pouvoirs publics (20 %) et par le produit de la vente de publications (20 %)  
Objet : représenter, protéger, éduquer et informer les consommateurs  
Publications : Il Consumatore (bimestriel)

*Luxembourg :* Union luxembourgeoise des consommateurs (U.L.C.)  
Nombre de membres : 10 organisations affiliées et 1.000 affiliés à titre individuel  
Le financement de l'organisation est assuré par des subventions accordées par les pouvoirs publics (90 %) et par le produit des abonnements (10 %)  
Objet : Défense des intérêts des consommateurs  
Publications : U.L.C. (paraît tous les 4 mois)

*Pays-Bas :*

a) Nederlandse Consumentenbond (N.C.B.)  
Nombre de membres : 200.000 affiliés à titre individuel et 17 affiliations collectives  
Le financement de l'organisation est assuré par le produit des abonnements (95 %), le produit des publications (4 %) et les subventions accordées par les pouvoirs publics (1 %)  
Objet : informer le consommateur de la qualité et des prix des biens de consommation, l'habituer à tenir compte des prix et défendre ses intérêts  
Publications : De Consumentengids (mensuel)

b) Nederlandse Huishoudraad (N.H.R.)  
Nombre de membres : 17 organisations nationales  
Le financement de l'organisation est assuré par des subventions accordées par les pouvoirs publics (77 %), par des cotisations versées par des organisations féminines et des fondations et par le produit des abonnements  
Objet : promouvoir une gestion efficace des ménages et représenter les intérêts des consommateurs face à l'industrie et au commerce  
Publications : « Mededelingen », publication mensuelle.

#### 4. Communauté européenne des coopératives de consommation

Y sont affiliés les organismes suivants :

*Belgique :*

- Société générale coopérative
- Fédération nationale des coopératives chrétiennes
- La Fédérale de Belgique
- l'Economie populaire

*République fédérale d'Allemagne :*

- Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften
- Bund Deutscher Konsumgenossenschaften GmbH
- Zentralverband Deutscher Konsumgenossenschaften e.V.

*France :*

- Société générale des coopératives de consommation
- Fédération nationale des coopératives de consommation

*Italie :* a) Lega Nazionale delle Cooperative  
b) Confederazione Cooperativa Italiana

*Pays-Bas :* CO-OP Nederland

5. *Secrétariat européen de l'Union internationale des organismes familiaux*

Y sont affiliées les organisations suivantes :

*Belgique :* a) Bond van grote en jonge gezinnen,  
b) Centre national d'éducation familiale  
c) Les Femmes prévoyantes socialistes  
d) Christelijke Arbeidersvrouwengilde  
e) Ligue des familles nombreuses et des jeunes foyers

*République fédérale  
d'Allemagne :* Arbeitsgemeinschaft der Deutschen Familienorganisationen

*France :* a) La Famille du cheminot  
b) Fédération des familles de France  
c) Fédération nationale des associations familiales et sociales  
d) Union féminine civique et sociale  
e) Union nationale des associations familiales  
f) Associations familiales protestantes  
g) Confédération nationale des associations familiales catholiques  
h) Confédération nationale des associations populaires familiales  
i) Confédération nationale de la famille rurale  
j) Confédération syndicale des familles

*Italie :* a) Associazioni Christiane Lavoratori Italiani  
b) Centro Italiano Femminile  
c) Federazione Nazionale delle Associazioni fra le Famiglie

*Luxembourg :* Action familiale et populaire du Luxembourg

*Pays-Bas :* Stichting nationale contactcommissie voor gezinsbelangen.

## Avis de la Commission des affaires sociales et de la santé publique

Rédacteur : M. Merchiers

En sa séance du 2 juillet 1968, le Parlement européen a décidé de renvoyer à la commission économique, compétente au fond, et à la commission des affaires sociales et de la santé publique, saisie pour avis, la proposition de résolution présentée par M. Metzger, au nom du groupe socialiste, relative au renforcement de la position du consommateur dans le marché commun (doc. 95/68).

La commission des affaires sociales et de la santé publique au cours de sa réunion du 11 juillet 1968 a désigné M. Merchiers comme rédacteur de l'avis.

Le 26 septembre 1968, la Commission a examiné la proposition de résolution de M. Metzger.

La commission a examiné l'avis élaboré par M. Merchiers en date du 21 octobre 1968 et l'a adopté à l'unanimité le 8 novembre 1968.

Étaient présents : M. Müller, président, M<sup>lle</sup> Lulling, vice-présidente, M. Merchiers, rédacteur de l'avis ; MM. Baumel, Bergmann, Berkhouwer, Berthoin, Brégègère, Carcaterra, Jarrot, Laudrin, Pianta, van der Ploeg, Posthumus (suppléant M. Gerlach); Ramaekers, Sabatini, Servais et Springorum.

1. Ce n'est pas la première fois que le Parlement européen et, en particulier, sa commission des affaires sociales et de la santé publique s'intéressent aux problèmes liés à la situation du consommateur dans le marché commun. La commission a notamment accordé une attention particulière aux passages des rapports généraux annuels de la Commission, où il est question des effets du marché commun sur les consommateurs.

Nous renvoyons à cet égard aux documents suivants :

a) à l'avis de M. Bergmann relatif aux chapitres du 10<sup>e</sup> rapport général concernant la politique sociale<sup>(1)</sup>;

b) au rapport général de M. Merchiers sur le dixième rapport général qui aborde également ce sujet<sup>(2)</sup>.

Au paragraphe 8 de sa résolution sur le dixième rapport général, le Parlement européen demande que la stagnation de la politique sociale communautaire soit surmontée par des progrès rapides notamment dans le secteur de la protection du consommateur et dans celui de son information sur les avantages du marché commun ;

c) au rapport élaboré par M. Bergmann sur l'évolution de la situation sociale dans la Communauté en 1966, au nom de la commission des affaires sociales et de la santé publique, qui se prononce pour un ren-

forcement de la position du consommateur dans la Communauté<sup>(3)</sup>.

Au paragraphe 11 de la résolution faisant partie de ce rapport, le Parlement européen recommande à la Commission, « lors de l'élaboration de réglementations communautaires, d'avoir égard par priorité aux intérêts légitimes des consommateurs de la Communauté » ;

d) au rapport général de M. Lücker sur le premier rapport général de la Commission des Communautés européennes<sup>(4)</sup>.

Au paragraphe 7 de la résolution sur le premier rapport général, le Parlement européen « estime que la Communauté doit poursuivre désormais avant tout les objectifs suivants : ... veiller à ce que les consommateurs tirent pleinement avantage de la réalisation du marché commun ».

2. Des représentants européens, par exemple M<sup>me</sup> Strobel<sup>(5)</sup> et M. Oele<sup>(6)</sup>, par la procédure des questions écrites, ont demandé à la Commission des précisions sur des problèmes importants qui se posent au consommateur.

<sup>(3)</sup> Doc. 139/67, paragraphe 73.

<sup>(4)</sup> Doc. 58/68, paragraphes 69 et 70.

<sup>(5)</sup> Cf. question écrite n° 11/65, publiée au J.O. n° 127 du 13 juillet 1965, p. 2151/65.

<sup>(6)</sup> Cf. question écrite n° 67/66, publiée au J.O. n° 146 du 9 août 1966, p. 2670/66.

<sup>(1)</sup> Doc. PE 17.865/déf. paragraphe 60.

<sup>(2)</sup> Doc. 137/67, paragraphes 37 et 38.

Dans ses réponses, la Commission s'est montrée très réservée et a souligné les difficultés méthodologiques auxquelles elle se heurte pour isoler les conséquences qui découlent pour le consommateur de l'établissement du marché commun. Elle a cependant affirmé, d'autre part, qu'elle poursuivait ses recherches en vue de déterminer les effets directs (sur le plan de l'approvisionnement, de la qualité et des prix) qui découlent pour le consommateur de l'établissement progressif du marché commun. Enfin elle a déclaré qu'elle étudiait la possibilité de la publication par le service de presse de brochures d'information dans lesquelles seront traités les problèmes qui intéressent plus particulièrement les consommateurs.

3. La commission des affaires sociales et de la santé publique estime — comme d'ailleurs la commission économique — que deux à trois ans après cette réponse de la Commission, et malgré nombre de renseignements et de mesures, l'information sur les conséquences du marché commun pour les consommateurs demeure insuffisante. Elle rappelle l'avis de M. Riedel <sup>(1)</sup> sur le premier rapport général dans lequel celui-ci demandait que dans l'ensemble les prix soient plus strictement et plus systématiquement observés, car « il faut absolument que la Communauté évite de donner l'impression que son action dans des secteurs essentiels y entraîne une hausse des prix ».

Elle fait sienne la demande pressante de la commission économique, selon laquelle il faut que « les travaux entrepris pour déterminer les causes ... de ces différences sensibles entre les prix soient accélérés dans toute la mesure possible ».

4. Étant donné cette évolution peu satisfaisante, la commission des affaires sociales et de la santé publique se félicite vivement que M. Metzger ait présenté, au nom du groupe socialiste, une proposition de résolution sur le renforcement de la position du consommateur dans le marché commun. A son avis, les institutions communautaires politiquement responsables doivent engager une nouvelle action pour renforcer la position des consommateurs dans la Communauté. Une plus grande cohésion au sein de cette catégorie de personnes, qui englobe toutes les couches de la population, paraît d'autant plus nécessaire qu'elle ne représente pas un groupe d'intérêts comme tant d'autres, mais les intérêts d'une grande partie de la population.

5. Le traité instituant la C.E.E. contient toute une série de dispositions visant à sauvegarder les intérêts du consommateur. C'est ainsi que l'article 39 dispose que la politique agricole commune a notamment pour but « d'assurer des prix raisonnables dans les livraisons aux consommateurs ». On songe surtout, ici, aux produits agricoles et notamment aux produits alimentaires. D'autre part, l'article 2 stipule que la Communauté a pour mission, par l'établissement d'un marché commun, « de promouvoir un développement harmonieux des activités économiques dans l'ensemble de la Communauté, une expansion continue et équilibrée et un relèvement accéléré du niveau de vie ».

(1) Doc. PE 19.527/déf., paragraphes 20 à 22.

Personne ne contestera que, malheureusement, ces objectifs du traité n'ont jusqu'à présent été réalisés que dans une faible mesure. Au contraire, dans les milieux des consommateurs, on se plaint de plus en plus de l'augmentation constante des prix et cette évolution on l'impute, à tort ou à raison, à l'établissement du marché commun. C'est là encore un motif pour renforcer l'information du consommateur.

6. En outre, on se plaint bien souvent de ce que, malgré l'élimination au 1<sup>er</sup> juillet 1968 des droits de douane aux frontières intracommunautaires, le consommateur soit encore fréquemment soumis à de longues formalités de contrôle aux frontières. M<sup>lle</sup> Lulling a signalé cette situation regrettable dans des questions écrites adressées à la Commission. Aussi, la commission se félicite-t-elle de ce que, à la date du 21 juin 1968, l'exécutif ait adressé aux États membres une recommandation relative aux conditions dans lesquelles s'exerce le contrôle douanier des voyageurs lors du franchissement des frontières intracommunautaires (doc. COM (68) 452 final). Cette recommandation prévoit notamment que le contrôle des voyageurs et de leur voiture aux frontières intracommunautaires ne se fera que dans des cas exceptionnels.

La commission déplore que le projet d'un règlement du Conseil du 21 juin 1968, établi par l'exécutif, sur le traitement tarifaire applicable aux marchandises contenues dans les bagages des voyageurs ou faisant l'objet de petits envois adressés à des particuliers (doc. COM (68) 420 final) et la proposition d'une décision du Conseil du 25 juin 1968 pour l'harmonisation des réglementations des États membres relatives aux franchises des taxes sur le chiffre d'affaires et des accises perçues à l'importation dans le trafic international de voyageurs (doc. COM (68) 461 final) aient rencontré des difficultés au Conseil, si bien qu'on ne peut escompter actuellement leur adoption.

Eu égard à cette situation, la commission propose de compléter la proposition de résolution de M. Metzger comme suit :

« (Le Parlement européen),

2. *s'élève énergiquement contre les formalités et contrôles chicaniers et anachroniques qui subsistent après l'élimination des droits intracommunautaires et auxquels sont encore fréquemment soumis les voyageurs notamment lors du passage de biens de consommation privés aux frontières intérieures, et invite les États membres à mettre immédiatement en application les propositions de la Commission des 21 et 25 juin 1968, même si elles ne sont pas adoptées par le Conseil.* »

7. Avant de passer à l'examen de la proposition de résolution de M. Metzger, la commission a prié les organisations des consommateurs et le comité de contact des consommateurs de la Communauté de donner leur avis par écrit sur celle-ci (voir communications aux membres du 6 septembre 1968 — doc. 20.445 — et du 14 octobre 1968 — doc. PE 20.681).

8. Lors de l'examen des différents points de la proposition de résolution de M. Metzger, la commission des affaires sociales et de la santé publique est parvenue aux résultats suivants :

Considérant b) : Pour la commission il existe un lien direct et indissoluble non seulement entre la politique économique générale, la politique de concurrence et la politique du marché et des prix, d'une part, et les consommateurs, d'autre part, mais aussi entre ceux-ci et la *politique sanitaire*. Il va de soi qu'une protection efficace de la santé est, dans tous les domaines, de l'intérêt des consommateurs et que l'exécutif doit donc faire progresser l'harmonisation des législations relatives aux denrées alimentaires.

La commission propose donc de compléter le considérant b) de la manière suivante :

« (Le Parlement européen),

conscient des liens directs et indissolubles existant, d'une part, entre la politique économique générale, la politique concurrentielle, la *politique sanitaire* et la politique du marché et des prix en ce qui concerne les différents secteurs et, d'autre part, les intérêts du consommateur ».

9. *Paragraphes 1 a et b* : Selon l'« Association belge des consommateurs », l'exécutif devrait non seulement établir un rapport sur les causes des différences de prix mais aussi procéder elle-même à des enquêtes comparatives sur la qualité des produits. La commission estime, au contraire, qu'en l'espèce, l'initiative doit venir des unions de consommateurs. La Commission devrait cependant fournir un soutien et une aide financière plus effectives, comme cela lui est demandé avec juste raison au paragraphe 1, b de la proposition de résolution. De plus, la Commission devrait recueillir les résultats de ces enquêtes et prendre soin de leur publication.

10. La commission ne partage pas non plus la crainte de l'« Association belge des consommateurs » de voir l'objectivité des enquêtes comparatives compromise par une participation financière de la Commission aux dépenses occasionnées par ces enquêtes. La commission est au contraire convaincue que l'exécutif s'abstiendra d'exercer la moindre influence sur le résultat des tests comparatifs qu'il aura subventionnés.

11. La commission peut se rallier à la proposition de l'Association néerlandaise de consommateurs (Consumenten Contact Orgaan) tendant à obtenir qu'outre les enquêtes comparatives sur la qualité et les prix, des mesures soient prises pour améliorer la transparence du marché. A titre d'exemple, elle cite l'élaboration de règles communautaires pour la désignation de la qualité des produits sur l'étiquette et l'adoption de dispositions communes contre la publicité abusive. En conséquence, la commission estime que le paragraphe 1, b de la proposition de résolution devrait être complété de la façon suivante :

» (invite la Commission),

... le choix libre et réfléchi de la part des consommateurs de la Communauté, ou à publier elle-même les résultats complets des enquêtes ;

— à arrêter des mesures complémentaires visant à assurer et à maintenir la transparence du marché, telles que l'élaboration de prescriptions communes en ce qui concerne la désignation de

la qualité des produits sur l'étiquette et l'interdiction de la publicité abusive. »

12. *Paragraphe 1, c* : Plusieurs associations de consommateurs soulignent que la politique agricole commune s'exerce au détriment des consommateurs et réclament l'abolition du système actuel des organisations de marché. La commission des affaires sociales et de la santé publique ne souhaite cependant pas poser à nouveau ce problème dans le cadre de son avis, afin d'éviter que le compromis si difficilement acquis dans le secteur agricole ne soit remis en cause.

Néanmoins, la commission insiste pour que l'exécutif veille effectivement, par des mesures concrètes à ce que les intérêts des consommateurs soient respectés et que les moyens concrets dont il dispose à cette fin, soient mis en œuvre. Notons à cet égard, qu'aux termes de l'article 39 du traité C.E.E. l'objectif de la politique agricole commune est notamment d'assurer des *prix raisonnables* dans les livraisons aux consommateurs.

D'autre part, la commission admet, avec le « Nederlandse Consumentenbond », qu'à longue échéance il sera indispensable de créer par des réglementations appropriées, un mécanisme qui tienne la balance plus ou moins égale entre l'offre et la demande de produits agricoles.

13. La commission sociale estime d'ailleurs qu'un contrôle des prix — comme l'expérience l'a démontré — ne constitue pas un moyen économique approprié. C'est pourquoi elle propose de remplacer le mot « contrôle des prix » par « étude des prix et des marges bénéficiaires ».

Enfin, deux questions écrites (nos 198/67 et 68/68) de M. Vredeling relatives aux variations des prix des citrons dans les États membres<sup>(1)</sup>, et auxquelles nous renvoyons, sont particulièrement instructives.

En conséquence, la commission propose de rédiger le paragraphe 1, c, de la proposition de résolution de la façon suivante :

» (invite la Commission),

à assurer, par des moyens concrets, tels que l'étude des prix, des marges bénéficiaires etc., le respect des intérêts des consommateurs, chaque fois que la concurrence est limitée, par exemple par des réglementations du marché ou des interventions dans les prix.

14. La commission attire l'attention de l'exécutif sur le fait que l'opinion publique s'agite, et c'est bien compréhensible, chaque fois que des informations lui parviennent sur la destruction de surplus alimentaires et sur les coûts de telles interventions. Il importe de trouver voies et moyens pour qu'à l'avenir de telles mesures deviennent superflues.

Rappelons à cet égard, la question écrite n° 158/68 de M. Fellermaier relative à la destruction de fruits et de légumes<sup>(2)</sup>. La commission attend avec intérêt la réponse de l'exécutif.

<sup>(1)</sup> J.O. n° C 1 du 12 janvier 1968, p. 2 et J.O. n° C 78 du 9 août 1968, p. 4.

<sup>(2)</sup> Cf. Bulletin n° 27/68, p. 3.

15. *Paragraphe 1, d* : La commission est d'accord pour que l'exécutif soit invité, dans le cadre de la programmation économique à moyen terme, à suivre attentivement « les formes de consommation nouvelles qui, tant dans le secteur privé que dans le secteur public, exercent une grande influence sur le niveau des dépenses, afin de parvenir ainsi à une offre optimale en faveur des consommateurs ». On songe ici, par exemple, au rythme rapide auquel se succèdent les nouveaux modèles de machines, ce qui rend l'acquisition de pièces de rechanges toujours plus difficile. Les réparations, de ce fait, sont parfois plus chères que l'acquisition d'une nouvelle machine.

16. *Paragraphe 1, e* : La commission porte un intérêt tout particulier à la question de savoir dans quelle mesure le service récemment créé auprès de l'exécutif pour l'étude des questions intéressant les consommateurs est à même de défendre, au sens le plus large, les intérêts de ces derniers. A cet égard, il faut rappeler la question écrite n° 228/67 de M<sup>lle</sup> Lulling relative à la création auprès de la Commission d'une division compétente pour les problèmes intéressant le consommateur (1) et la question écrite n° 125/68 de M. Illerhaus relative à la prise en considération des intérêts des consommateurs au sein de la Commission des Communautés européennes (2). Dans sa réponse, la Commission communique que le service spécialisé pour les « questions intéressant les consommateurs », nouvellement créé et ressortissant à présent à la direction générale « Concurrence », a pour tâche de suivre attentivement tous les travaux de la Commission du point de vue de leur incidence sur les consommateurs, afin de veiller à ce qu'elle puisse prendre ses décisions en toute connaissance de cause. La Commission a ajouté que le service spécialisé établira et maintiendra des contacts étroits avec les organisations représentant les intérêts des consommateurs.

La commission estime toutefois fondée la question soulevée par l'association néerlandaise de consommateurs (« Consumenten Contact Orgaan ») qui se demande si la dimension et le niveau de ce service spécialisé correspondent à l'importance qu'il convient d'accorder aux problèmes des consommateurs. Elle souligne que ce service doit être doté d'un nombre suffisant de fonctionnaires qualifiés pour assurer l'accomplissement des tâches multiples qui lui incombent. L'exécutif devra prendre sans retard les mesures nécessaires pour satisfaire à cette exigence. La commission souhaite que l'exécutif lui fournisse, en temps opportun, des informations sur l'efficacité de ce service spécial.

17. La commission estime nécessaire que le *comité de contact des consommateurs de la Communauté* intensifie son activité. L'organisation en question a été fondée en 1962, de nombreuses voix, dont celle de M<sup>me</sup> Strobel (3), s'étant élevées depuis l'entrée en vigueur du traité C.E.E. pour déplorer l'absence d'un organe représentatif des consommateurs au sein de la Commission. Le comité de contact comprend les comités européens suivants :

- secrétariat européen de la Confédération internationale des syndicats libres (C.I.S.L.),

- organisation européenne de la Confédération internationale des syndicats chrétiens (C.I.S.C.),
- bureau européen des unions de consommateurs (B.E.U.C.),
- communauté européenne des coopératives de consommation,
- secrétariat européen de l'Union internationale des organisations familiales (U.I.O.F.).

Il est cependant acquis que le comité de contact

- contrairement aux représentants des intérêts des différentes branches de l'industrie et de l'agriculture, ne dispose d'aucun secrétariat permanent, ni d'aucune représentation permanente, à Bruxelles, ce qui compromet gravement le succès et l'efficacité de son activité, si même celle-ci reste possible,
- dispose de moyens financiers absolument insuffisants pour pouvoir respecter ses engagements multiples et accomplir ses nombreuses tâches.

La commission est unanime à reconnaître que l'établissement d'une représentation adéquate et active du consommateur auprès de la Communauté s'impose d'urgence. Mais le choix des moyens doit être laissé aux unions de consommateurs elles-mêmes. On pourrait, par exemple, songer à une activation du bureau européen des unions de consommateurs, qui, malheureusement, ne dispose pas non plus de locaux à Bruxelles. Cette organisation ne groupe que des représentants des consommateurs, de sorte que le risque de conflits d'intérêts serait exclu. La décision quant à la nature et à l'ampleur de la représentation à Bruxelles doit toutefois, on l'a dit, être laissée à la discrétion des consommateurs eux-mêmes.

La commission se limite donc — d'ailleurs en accord avec la proposition de l'Union des consommateurs italiens — à suggérer de créer à Bruxelles une représentation adéquate. La Commission devrait soutenir leur activité, qui comprend notamment la formation et l'information des consommateurs, par une aide efficace.

Il conviendrait donc de compléter le paragraphe 1 de la proposition de résolution par un alinéa ainsi rédigé :

« (invite la Commission)

*à apporter un soutien efficace aux organisations représentatives des consommateurs au niveau de la C.E.E. dans leur activité de formation et d'information des consommateurs ».*

18. *Paragraphe 2* : La commission des affaires sociales et de la santé publique non seulement souhaite, mais demande avec instance que les consommateurs soient représentés au sein du Comité économique et social. C'est d'ailleurs le vœu de toutes les organisations de consommateurs. Il va de soi qu'une représentation de consommateurs, si bien organisée soit-elle, ne saurait remplacer à Bruxelles, au point de vue du travail et de l'influence qu'il exerce, l'organe institutionnalisé qu'est le Comité économique et social. Personne ne contestera que les consommateurs constituent une catégorie importante de la vie économique et sociale. Or, aux termes de l'article 195, paragraphe 1, du traité de la C.E.E., la composition du Comité économique et social doit « tenir compte de la nécessité d'assurer une représentation adéquate aux diffé-

(1) J.O. n° C 3 du 22 janvier 1968, p. 16.

(2) J.O. n° C 83 du 23 août 1968, p. 18.

(3) Cf. question écrite n° 49/61 relative à l'harmonisation des législations sur les denrées alimentaires, publiée au J.O. n° 76 du 25 novembre 1961, p. 1465/61.

rentes catégories de la vie économique et sociale ». Il suffirait donc d'insister auprès des institutions compétentes pour que cette disposition soit dûment appliquée.

La commission souhaite, par conséquent, rédiger de manière plus précise le paragraphe 2 de la proposition de résolution :

*« invite les gouvernements des États membres, lorsqu'ils font des propositions dans le cadre de l'article 195, paragraphe 1, du traité C.E.E., à désigner aussi au Comité économique et social des représentants des consommateurs pour qu'il soit tenu compte, conformément au traité, « de la nécessité d'assurer une représentation adéquate aux différentes catégories de la vie économique et sociale ».*

19. *Paragraphe 3* : Si le contenu de la résolution concerne sans doute en premier lieu la Commission, il intéresse aussi le Conseil et les États membres. Il faudrait donc le communiquer également à ces derniers. En conséquence, la commission demande que le paragraphe 3 de la proposition de résolution soit rédigé de la manière suivante :

*« charge son président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission des Communautés européennes, ainsi qu'aux gouvernements des États membres ».*

20. Conformément à ce qui précède, la commission des affaires sociales et de la santé publique espère que la proposition de résolution, telle qu'elle l'a amendée, contribuera à renforcer rapidement et effectivement la position du consommateur dans le marché commun. Elle cite à ce propos la parole de Jean Monnet qui, dès les débuts de la Communauté, proclamait que le marché commun n'avait pas été imaginé au bénéfice des producteurs, mais surtout au bénéfice des consommateurs.

La commission économique, compétente au fond, est priée de faire intégralement siennes les suggestions et les propositions de modification contenues dans cet avis.

**Texte de la proposition de résolution tel qu'il est proposé par la commission des affaires sociales et de la santé publique**

*Le Parlement européen,*

a) considérant que l'évolution du marché commun et la poursuite d'une union économique exigent une étude approfondie de la position du consommateur ;

b) conscient des liens directs et indissolubles existant, d'une part, entre la politique économique générale, la politique concurrentielle, la politique sanitaire et la politique du marché et des prix, en ce qui concerne les différents secteurs, et, d'autre part, les intérêts du consommateur ;

c) convaincu que la réalisation du libre choix et d'une offre optimale en biens et services à un prix aussi avantageux que possible en faveur du consommateur exige, dans le cadre du Marché commun, des actions complémentaires de la part des organes de la Communauté politiquement responsables ;

1. Invite la Commission

a) à compléter la publication des prix des biens de consommation analogues dans les différents pays de la Communauté par un rapport sur les causes des différences de prix apparues dans l'information statistique comparative ;

b) — à fournir un concours efficace et une aide financière à l'échange et à la diffusion des résultats d'enquêtes comparatives portant sur les qualités et les prix, comme celles qui ont déjà été effectuées par les différentes organisations de consommateurs, afin de favoriser le choix libre et réfléchi de la part des consommateurs de la Communauté, ou à publier elle-même les résultats complets des enquêtes ;

— à arrêter des mesures complémentaires visant à assurer et à maintenir la transparence du marché, telles que l'élaboration de prescriptions communes en ce qui concerne la désignation de la qualité des produits sur l'étiquette et l'interdiction de la publicité abusive ;

c) à assurer par des moyens concrets, tels que l'étude des prix, des marges bénéficiaires etc., le respect des intérêts des consommateurs, chaque fois que la concurrence est limitée, par exemple par des réglementations du marché ou des interventions dans les prix ;

d) à suivre attentivement, dans ses propositions concernant la programmation économique à moyen terme, les formes de consommation nouvelles qui, tant dans le secteur privé que dans le secteur public, exercent une grande influence sur le niveau des dépenses, afin de parvenir ainsi à une offre optimale en faveur des consommateurs ;

e) à informer le Parlement dans quelle mesure le service « intérêts des consommateurs », créé récemment et ressortissant à présent à la direction générale « Concurrence », dispose de moyens pour défendre ces intérêts dans le sens le plus large ;

f) à apporter un soutien efficace aux organisations représentatives des consommateurs au niveau de la C.E.E. dans leur activité de formation et d'information des consommateurs ;

2. S'élève énergiquement contre les formalités et contrôles chicaniers et anachroniques qui subsistent après l'élimination des droits intracommunautaires et auxquels sont encore fréquemment soumis les

voyageurs notamment lors du passage de biens de consommation privés aux frontières intérieures, et invite les États membres à mettre immédiatement en application les propositions de la Commission des 21 et 25 juin 1968, même si elles ne sont pas adoptées par le Conseil ;

3. *Invite les gouvernements des États membres, lorsqu'ils font des propositions dans le cadre de l'article 195, paragraphe 1, du traité C.E.E., à désigner aussi*

*au Comité économique et social des représentants des consommateurs pour qu'il soit tenu compte, conformément au traité, « de la nécessité d'assurer une représentation adéquate aux différentes catégories de la vie économique et sociale » ;*

4. Charge son président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission des Communautés européennes, ainsi qu'aux gouvernements des États membres.