



PUBLICATION OF DG XXIV  
"CONSUMER POLICY AND CONSUMER HEALTH  
PROTECTION"  
OF THE EUROPEAN COMMISSION  
**No 2 - 1998**

PUBLICATION DE LA DG XXIV  
"POLITIQUE DES CONSOMMATEURS ET PROTECTION  
DE LEUR SANTÉ"  
DE LA COMMISSION EUROPÉENNE  
**N° 2 - 1998**

VERÖFFENTLICHUNG DER GD XXIV  
"VERBRAUCHERPOLITIK UND  
GESUNDHEITSSCHUTZ DER VERBRAUCHER"  
DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION  
**Nr. 2 - 1998**

# Consumer Voice

INFO-C — Périodique bimensuel  
October 98  
Bureau de dépôt : Bruxelles X  
ISSN N°1560-263X





© Eureka Slide

Reproduction of articles is authorised, except for commercial purposes, provided that the source is mentioned.

La reproduction des articles est autorisée, sauf à des fins commerciales, moyennant mention de la source.

Die Wiedergabe von Artikeln ist - außer zu gewerblichen Zwecken - unter Angabe der Quelle gestattet.

The views expressed in "CONSUMER VOICE" do not necessarily reflect the opinions of the European Commission.

Les points de vue exprimés dans "CONSUMER VOICE" ne sont pas nécessairement ceux de la Commission Européenne.

Die in "CONSUMER VOICE" geäußerten Ansichten geben nicht notwendigerweise die Meinung der Europäischen Kommission wieder.

*Editor-in-Chief - Rédactrice responsable - Verantwortliche Redakteurin*

**Brigitte Reichle**

*Editorial Board - Le comité éditorial - Die Redaktion*

**Wolf-Christof Deckart - Frank Dempsey**

**Thea Emmerling - Cathal O'Conaill**

*Secretariat - Secrétariat - Sekretariat*

**Deborah MacRate**

# Summary

## Sommaire

## Inhalt

Foreword by Director-General Horst Reichenbach	1
Préface du Directeur-Général Horst Reichenbach	1
Vorwort von Generaldirektor Horst Reichenbach	1
<b>The EU Institutions at Work</b>	<b>2</b>
Les Institutions Européennes au Travail	2
Neues von den EU-Institutionen	2
■ Antimicrobial resistance - an emerging health hazard	2
■ De meilleures garanties pour les biens de consommation	3
■ De nouvelles pièces en euro: la différence se sent	4
■ The Food and Veterinary Office - new structure and new priorities	5
■ L'inspection frontalière contribue à la sécurité alimentaire	6
■ Tierschutz ist auch Verbraucherschutz	8
<b>Points of View</b>	<b>9</b>
<b>Opinions</b>	<b>9</b>
<b>Meinungen</b>	<b>9</b>
■ Eat up your food genes!	9
■ Consumer rights in the "first wave" countries - a lot to be done	11
<b>Unionwide campaign - What consumers should know about food safety and their health</b>	<b>13</b>
<b>Life as a trainee at the European Commission</b>	<b>17</b>
<b>In the Spotlight</b>	<b>18</b>
Sur la sellette	18
Nachgefragt	18
■ Phthalates in toys - are our babies at risk?	18
<b>News &amp; Developments</b>	<b>21</b>
Du Nouveau	21
Wissenswertes	21
■ Nouveau sondage "Eurobaromètre" - les Européens préoccupés par la sécurité alimentaire	21
■ Transatlantic Consumer Dialogue launched	22
■ Les Consommateurs italiens enfin mieux protégés	23
■ Vom Rinderwahnsinn zum Schafwahnsinn?	24
■ Search is on for new BSE-tests	25
■ Cofinancement de projets "consommateurs" par la Commission	25
■ European Young Consumer Competition	26
Concours européen du jeune consommateur	26
Wettbewerb "Junge Verbraucher in Europa"	26
■ BSE in sheep	27
<b>Calendar of Events</b>	<b>28</b>
<b>Agenda</b>	<b>28</b>
<b>Veranstaltungskalender</b>	<b>28</b>
■ Annual Assembly of consumer associations	28
■ Agenda des activités de la DG XXIV	28

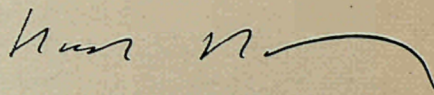
## IM BRENNPUNKT : RESISTENZEN GEGEN ANTIBIOTIKA

*Die Weltgesundheitsorganisation schlug im vergangenen Jahr Alarm : Immer mehr Krankheitserreger sind gegen immer mehr Antibiotika resistent – manche gegen bis zu zehn verschiedene Mittel. Auf EU-Ebene machten einige der an die DG XXIV angeschlossenen wissenschaftlichen Ausschüsse auf die Problematik aufmerksam. Die zunehmende Antibiotika-Resistenz liegt zum einen am zuweilen sorglosen Umgang von Ärzten und Patienten mit Antibiotika. Antibiotika und andere Chemotherapeutika wie Kokzidiostatika oder Wachstumsförderer werden aber auch dauerhaft in niedrigen Dosen in der Tiermast eingesetzt, um die Tiere vorbeugend vor Krankheiten zu schützen und die Futtermittelverwertung zu erhöhen. Dies kann zur Resistenzentwicklung bei krankheitserregenden Mikroorganismen führen. Resistent gewordene Bakterien können dann von Tieren direkt oder über Lebensmittel an den Menschen übertragen werden mit der möglichen Folge, daß Antibiotika bei der Behandlung von schweren Erkrankungen versagen.*

*Der wissenschaftliche Lenkungsausschuß, das höchste wissenschaftliche Gremium auf EU-Ebene, hat im Frühsommer 1998 eine multidisziplinäre Arbeitsgruppe ins Leben gerufen. Sie soll das Ausmaß der Resistenzen gegen antimikrobielle Mittel, die Verbindungen zur Human- und Veterinärmedizin, zur Tierhaltung sowie zu Lebensmitteln beleuchten und alternative Präventivmethoden bewerten. Außerdem beginnt im Herbst die Re-Evaluierung von Futter-Zusatzstoffen. Auch sie bietet die Chance, die Mittel in einem weiteren Zusammenhang von Tier- und Humanmedizin unter die Lupe zu nehmen.*

*Eine ganze Reihe von Organisationen, unter anderem die Weltgesundheitsorganisation, das Europäische Parlament, der Wirtschafts- und Sozialausschuß, Verbraucherverbände, zum Teil aber auch Landwirtschaftsverbände haben in den vergangenen Monaten empfohlen, die Verwendung von Antibiotika als Wachstumsförderer zu reduzieren oder sogar ganz zu streichen. In Schweden dürfen dem Futter seit 1986 keine antimikrobiellen Mittel beigemischt werden. Bei seinem Eintritt in die EU hatte sich Schweden ausbedungen, diese Ausnahme zeitlich befristet beizubehalten. Sie läuft am 31. Dezember 1998 aus. Ausnahmen hatten auch die Finnen bei ihrem Beitritt durchgesetzt. Die dänischen Bauern haben sich bereits freiwillige Begrenzungen auferlegt.*

*Die Europäische Kommission erarbeitet derzeit unter der Federführung der Generaldirektion XXIV ein Strategiepapier zum Resistenzproblem. Die Gesundheit der Verbraucher muß bei den anstehenden Entscheidungen im Mittelpunkt stehen. Es geht aber auch um Fragen der Massentierhaltung, um die Abwägung von Kosten und Nutzen der Alternativmethoden, um die Forschung bezüglich neuer Antibiotika sowie um internationale Handelsfragen. Rinder, Schweine und Hühner könnten der Europäischen Kommission also erneut einen diskussionsreichen Herbst bescheren. Die BSE-Krise hat gelehrt, daß alle Risiken rechtzeitig untersucht und alle möglichen Alternativen gegeneinander abgewogen werden müssen. Im Zweifel empfehle ich, für die Gesundheit auf Nummer Sicher zu gehen.*



**Horst Reichenbach**  
Generaldirektor  
GD XXIV



## Antimicrobial resistance – an emerging health hazard

*In der Mitteilung der Kommission über die Gesundheit der Verbraucher und die Lebensmittelsicherheit vom 30. April 1997 wurde dargelegt, daß die Kommission die Aufgabe hat, mit Hilfe der wissenschaftlichen Ausschüsse potentielle Risiken für die Gesundheit der Verbraucher zu ermitteln.*

*Der Kommission liegt eine zunehmende Zahl von Berichten über verstärkte antimikrobielle Resistenz vor, insbesondere bei bestimmten Pathogenen in Lebensmitteln.*

*Sie hat daher den Wissenschaftlichen Lenkungsausschuß im Hinblick auf eine umfassende Lösung gebeten, alle Aspekte dieses Themas zu erörtern. Dies betrifft unter anderem das Ausmaß des Problems, die biologischen Mechanismen, die zu seiner Entstehung führen, sowie deren Zusammenhang mit den Verfahren der Human- und der Veterinärmedizin, der Tierhaltung und der Lebensmittelerzeugung.*

*La communication de la Commission intitulée "Santé des consommateurs et sûreté alimentaire" du 30 avril 1997 précise que la Commission, aidée des comités scientifiques, doit chercher à identifier les risques pour la santé du consommateur.*

*Or la Commission a eu connaissance d'un nombre croissant de rapports consacrés à une résistance antimicrobienne accrue, notamment vis-à-vis de certains agents pathogènes d'origine alimentaire.*

*La Commission a donc invité le comité scientifique directeur à traiter tous les aspects de ce problème, y compris son ampleur, son étiologie en termes de mécanismes scientifiques et les relations de ces derniers avec les pratiques médicales et vétérinaires, l'élevage et la production alimentaire, afin de lui trouver une solution globale.*

In its Communication on Consumer Health and Food Safety of 30 April 1997, the Commission indicated that recommendations for action could originate from the results of scientific advice, risk analysis or control missions. It was also specified that DG XXIV must fulfil a forward-looking role for identifying potential or emerging hazards relating to consumer health and that the Scientific Steering Committee (SSC), or any of the Scientific Committees, could draw the attention of the Commission to potential or emerging hazards in relation to consumer health.

The Commission has become aware of the growing number of reports on increased antimicrobial resistance, in particular against some food-borne pathogens. Indeed, several of its own Scientific Committees have recently drawn attention to the problem of increasing antimicrobial resistance and concluded that this issue needs both input from human and from veterinary medicine. Concern has been expressed by international and national bodies and antimicrobial resistance is currently the subject of much discussion.

At its meeting in March 1998, in response to a request from the Commission, the SSC established a multi-disciplinary Working Group to examine all aspects related to the use of antimicrobials and the development of resistance.

The Commission is aware of the comprehensive nature of the problem and that it is not sufficient to focus on any single potential source of antimicrobial resistance, such as the use of these substances as feed

additives. It needs to be recognised that many reports on this subject address a limited, or even a single specific use, of antimicrobials without giving consideration to possible effects arising from other uses of the substance. This is also the reason why it was decided to invite the SCC to address the issue rather than a specific ad hoc committee such as the Scientific Committee on Animal Nutrition.

Antimicrobials are used for several purposes:

- prophylactic/therapeutic use in humans
- prophylactic/therapeutic use in animals
- improvement of feed efficiency in animals (growth promoters)
- phytosanitary use (e.g. in case of fire blight).

The SSC's working group on antimicrobial resistance is made up of members of the various scientific committees with expertise in this field and it has been reinforced by external experts to ensure that areas not covered by the mandates of 8 specific committees are included.

The working group will thus address all aspects of the subject, including the extent of the problem, its aetiology in terms of scientific mechanisms and the relation of these to the practices of human and veterinary medicine, animal husbandry and food production.

The SSC is asked to assess both antibiotics as such (substances produced by a micro-organism and which inhibit or kill other micro-organisms, i.e. antimicrobial activity) as well as chemotherapeutic

antimicrobials (substances obtained by chemical synthesis which kill or inhibit micro-organisms, e.g. quinolones, sulfonamides). Its assessment will thus cover antimicrobial and antiprotozoal agents, whether they belong to the category of antibiotics or chemotherapeutics. Antiviral and antifungal substances are however excluded from the current exercise as are products commonly described as disinfectants (organic acids, chlorinated derivatives, etc.).

The Working Group will also address the effects and implications of the continuing development of anti-

microbial resistance, the means of influencing its further progress and provide scientifically sound practical advice on how to solve or ameliorate these problems.

This exercise will provide the Commission with a scientifically sound basis for the establishment of a comprehensive response to the challenging problem of antimicrobial resistance.

*Robert Vanhoorde, DG XXIV*

## De meilleures garanties pour les biens de consommation

*Der Vorschlag der Kommission vom 18. Juni 1996 für eine Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und Verbrauchsgütergarantien will einerseits die gesetzlichen Rechte vereinheitlichen, über die Verbraucher bei Nichtübereinstimmung eines Produkts mit dem Vertrag verfügen, und andererseits den Informationsstand und den Schutz der Verbraucher hinsichtlich der kommerziellen Garantien verbessern, die von Verkäufern oder Herstellern freiwillig angeboten werden. Das Europäische Parlament und der Rat haben unlängst ihre Änderungsvorschläge zum ursprünglichen Text unterbreitet. Am 24. September 1998 wurde vom Rat ein gemeinsamer Standpunkt angenommen. Danach dürften entsprechend den Modalitäten des Mitentscheidungsverfahrens neue Beratungen zwischen den beiden Institutionen stattfinden. Die endgültige Richtlinie könnte im Laufe des zweiten Halbjahrs 1999 verabschiedet werden.*

*The Commission's proposal of 18 June 1996, for a directive on the sale of consumer goods and associated guarantees, is designed to harmonise consumers' statutory rights in the event of the good's non-conformity with the contract and also to improve consumer information and consumer protection in the case of commercial guarantees freely offered by professionals.*

*The European Parliament and the Council recently presented their amendments to the initial text. A common position was adopted by the Council on 24 September 1998. Fresh debates between the two institutions are expected in the framework of the co-decision procedure. The finalised Directive could be adopted in the second half of 1999.*

*Qui n'a encore jamais acheté un bien qui s'avère ensuite être défectueux, sans se poser ces questions : quels sont mes droits ? A qui dois-je présenter mes réclamations ? Dans quel délai ? Suis-je également protégé si j'ai acheté ce bien dans un autre pays de l'Union ?*

La Commission a présenté le 23 août 1996 une proposition de directive sur la vente et les garanties des biens de consommation<sup>1</sup> qui vise à harmoniser les droits légaux dont bénéficient les consommateurs en cas de défaut du bien acheté, et à renforcer la protection et l'information des consommateurs en ce qui concerne les garanties commerciales librement offertes par les fabricants ou vendeurs d'un produit.

Dans le cadre de la première lecture, le Parlement européen a voté ses amendements le 10 mars 1998, à la suite desquels la Commission a présenté une proposition modifiée<sup>2</sup>. Sur la base d'un accord politique conclu au sein du Conseil "Consommateurs" du 23 avril 1998, le Conseil a enfin adopté une position commune le 24 septembre 1998.

D'importants changements ont ainsi été apportés à la proposition initiale de la Commission.

- Concernant les droits légaux : le vendeur est tout d'abord tenu de délivrer un bien conforme au contrat de vente. Si un défaut apparaît dans un délai de deux ans après la délivrance du bien au consommateur, et que ce défaut existait déjà au moment de la délivrance du



1 COM(95)520 final du 18.06.1996, et JOCE C 307, 16.10.1996, p8. Voir aussi le Livre Vert sur les garanties des biens de consommation et les services après-vente de 1993, COM(93)509 final.

2 COM(1998)217 final, JOCE C148/12 du 14.5.98

bien au consommateur, ce dernier aura droit dans un premier temps soit à la réparation du bien, soit à son remplacement, sans frais et dans un délai raisonnable. Si ces deux solutions se révèlent impossibles ou disproportionnées, ou si le mode de dédommagement choisi par le consommateur n'est pas réalisé dans un temps raisonnable, ou s'il entraîne un inconvénient majeur pour le consommateur, ce dernier aura le droit d'exiger, dans un second temps, soit la réduction adéquate du prix, soit la résiliation de la vente. La résiliation de la vente sera toutefois exclue pour les défauts mineurs.

Le consommateur devra prouver que le défaut existait au moment de la délivrance du bien. Cependant, si le défaut apparaît dans les six mois de la délivrance du bien, il sera présumé avoir existé à cette date. Le vendeur pourra toujours en apporter la preuve contraire.

Cette directive ne s'appliquera qu'aux ventes de biens de consommation, neufs ou d'occasion, qui auront lieu entre un consommateur et un vendeur professionnel. Les biens immobiliers seront exclus. En outre, seul le vendeur direct sera responsable, vis-à-vis du consommateur, des défauts de conformité.

Enfin, suite aux modifications apportées par le Conseil, la position commune prévoit que les Etats

membres auront la faculté de mettre à la charge du consommateur une obligation de notification du défaut au vendeur, faute de quoi le consommateur devrait perdre ses droits.

- En ce qui concerne les garanties commerciales : il est désormais prévu que ces garanties lient juridiquement celui qui les offre, dans les conditions figurant dans le document de garantie et dans la publicité y afférent. Ceci tend à garantir au consommateur que la garantie commerciale pourra être effectivement mise en application. Elles doivent également figurer dans un document écrit, librement consultable avant l'achat, et établir enfin les éléments nécessaires à leur mise en œuvre, comme par exemple leur durée, leur étendue territoriale, ainsi que le nom et l'adresse du garant. Le document de garantie devra enfin mentionner de manière expresse que le consommateur bénéficie de droits légaux auxquels la garantie commerciale ne porte aucunement atteinte.

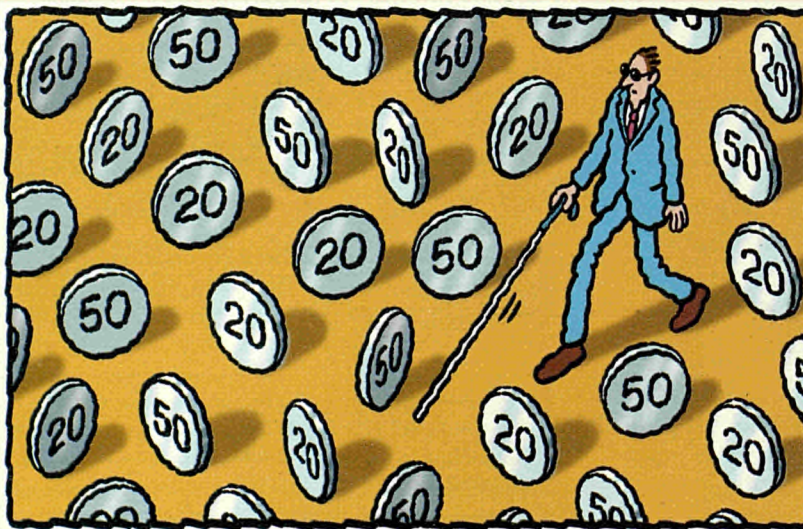
Toutes ces dispositions ont un caractère impératif et ne constituent qu'un standard minimal de protection des consommateurs, chaque Etat membre restant ainsi libre d'établir un niveau de protection plus élevé.

Stéphanie Pelet, DG XXIV

## De nouvelles pièces en euro: la différence se sent

*Aufgrund der Forderungen von Verbrauchervertretern und Blindenvereinigungen schlägt die Kommission eine Änderung der Verordnung über die "Euro"-Münzen vor. Im Hinblick auf eine bessere Erkennung der Münzen durch Blinde und Sehbehinderte sollen die Rillen der "10" und "50"-Cent-Münzen entsprechend griffiger gestaltet werden.*

*Following requests from representatives of consumers and the blind, the Commission proposes to modify the regulation on the euro coins. In order to make them more easily identifiable by the visually-impaired, the grooves will be changed on the 10 and 50 cent pieces.*



© Ellis Nadler

Le 11 mai 98 le Journal Officiel des Communautés européennes publiait le règlement sur les pièces en euro<sup>1</sup>: ce règlement définit les caractéristiques techniques des 8 pièces : valeur, diamètre, épaisseur, poids, forme, couleur, composition et tranche. Après cette publication, il était admis que la question des pièces était réglée. Pourtant, le 29 juillet la Commission a proposé une modification du règlement<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Règlement n°975/98. JO L 139 du 11/05/98

<sup>2</sup> COM(1998) 492



Source: Eureka Slide, Wang-Mô

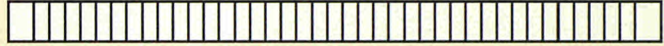
Cette nouvelle proposition est le résultat de l'action conjointe des représentants des consommateurs et notamment des aveugles, en liaison avec l'industrie des distributeurs automatiques.

En mai 97 les représentants des consommateurs et des aveugles avaient donné leur accord sur une gamme de pièces. C'est sur cette base que la Commission avait fait sa première proposition de règlement.

Début 98, sur la base du projet de règlement, les premiers échantillons de pièces ont été fabriqués. Les représentants des machines automatiques découvrent alors que la difficulté des monnayeurs (le mécanisme de la machine qui reçoit les pièces) pour identifier la pièce de 50 cents par rapport à celle de 20 cents. Mais surtout les aveugles constatent que les cannelures qui se trouvent sur les pièces

de 50 et 10 cents ne correspondent pas aux modèles examinés en Mai 97. Le problème majeur est que les malvoyants ne puissent plus faire la différence entre la pièce de 50 cents et la pièce de 1 euro, car la différence majeure entre ces deux pièces, c'est la couleur.

Cannelures proposées par les directeurs des monnaies et médailles :



Cannelures proposées par les aveugles et les consommateurs :



Au toucher, comme à la vue, ces deux types de cannelures sont très différents.

Après plusieurs rencontres entre l'ensemble des parties concernées, la Commission a décidé de proposer d'augmenter légèrement le poids de la pièce de 50 cents et de mettre de très grosses cannelures sur les pièces de 10 et de 50 cents. Cette décision n'a pas été facile à prendre, les travaux de préparation étant déjà très avancés dans certains pays (un pays avait même commencé la production des pièces de 10 cents). Le règlement va donc être remis en chantier, grâce à la vigilance des représentants des aveugles, des consommateurs et de l'industrie des machines automatiques.

Jean Allix, DG XXIV

## The Food and Veterinary Office – new structure and new priorities

*Als Reaktion auf die in Sachen Effizienz des Gesundheitsschutzes der Verbraucher in der EU geäußerte Besorgnis hat die Europäische Kommission die Mittel für ihre Kontroll- und Inspektionsdienste merklich aufgestockt. Gebündelt sind die Überwachungsaufgaben jetzt bei dem zur GD XXIV gehörenden Lebensmittel- und Veterinäramt. Gleichzeitig werden, ausgehend von den jeweiligen Prioritäten im Bereich Inspektionen, für sämtliche Phasen des Nahrungsmittel-Herstellungprozesses Kontroll-Standards eingeführt. Im Mittelpunkt stehen dabei die Tätigkeiten der für Lebensmittelsicherheit zuständigen nationalen Behörden. Mit diesen Maßnahmen soll den Verbrauchern ein Mehr an Sicherheitsgarantien bei Lebensmitteln geboten und eine optimale Nutzung der verfügbaren Mittel gewährleistet werden.*

*Face aux inquiétudes concernant l'efficacité de la protection de la santé des consommateurs dans l'Union européenne, la Commission européenne a réagi par un accroissement considérable des moyens mis à la disposition de ses services de contrôle et d'inspection. Ceux-ci sont désormais centralisés par l'Office alimentaire et vétérinaire de la DG XXIV. Dans le même temps, on assiste à l'introduction de nouvelles méthodes de travail, consistant notamment à déterminer les priorités en matière d'inspection, à contrôler le respect des normes tout au long de la chaîne de production alimentaire et à privilégier la participation des autorités nationales chargées de la sécurité alimentaire. Ces mesures fourniront aux consommateurs de meilleures garanties en matière de sécurité alimentaire, tout en assurant l'utilisation optimale des ressources disponibles.*

The European Commission is giving the protection of consumer health a high priority. Recent events, which have raised questions as to the safety of some foods, have led the Commission to reinforce its efforts in this field.

The monitoring of food safety, animal health and plant health standards has been brought together in

the Food and Veterinary Office (FVO) within Directorate General XXIV (Consumer Policy and Consumer Health Protection). It was created in April 1997, and moved to Dublin on 1 September 1997. Its mission is to: "monitor the observance of food hygiene, veterinary and plant health legislation within the European Union, and elsewhere, and to contribute towards the maintenance of con-

fidence in the safety of food offered to the European consumer”.

The FVO is responsible for ensuring that national authorities in the 15 Member States, and over 170 other countries, are performing their food safety and consumer health protection duties effectively, and that the relevant EU standards are being met. The FVO is required to carry out regular visits to check standards in these countries across the full range of production sectors.

To meet this heavy workload, the FVO is undergoing a considerable expansion in the number of inspectors employed. It is developing a risk assessment system to identify priorities for its mission programme, so that it can concentrate upon those areas that are the most important for consumer health protection.

In addition, inspections will be based upon the auditing of national authorities, supported by “reality

checks” to individual premises, thereby emphasising the importance of these authorities in terms of consumer health protection. Efforts will concentrate on inspecting the whole of the production sector under review: the “plough to plate” approach. These two elements will help to improve the effectiveness of the FVO’s control and inspection efforts.

Reports of missions carried out by the FVO are sent to the European Parliament and placed on the DG XXIV internet site:  
(address: <http://europa.eu.int/comm/dg24/>).

This ensures that consumers have full access to these reports, and can form their own judgement on the food safety and health situation in the countries visited.

Stephen Hutchins,  
Food and Veterinary Office, DG XXIV

## L'inspection frontalière contribue à la sécurité alimentaire

*Im Rahmen des Binnenmarkts sind an den EU-Außengrenzen 260 Grenzkontrollstellen eingerichtet worden. Aufgabe dieser von der Europäischen Kommission anerkannten Stellen ist es, alle aus Drittländern in die EG eingeführte Erzeugnisse tierischen Ursprungs zu prüfen. Bevor sie auf den EU-Markt gebracht werden kann, muß jede Lieferung tierischer Erzeugnisse aus einem Drittland Kontrollen in bezug auf Begleitpapiere, Herkunft und Warenbeschaffenheit bestehen. Obgleich sich die Lage seit Einführung des neuen Systems 1993 gebessert hat, bleibt in Sachen Informationsaustausch zwischen den Grenzinspektionen und laufender Aktualisierung des entsprechenden Rechtsinstrumentariums noch manches zu tun.*

*In the framework of the creation of the Single Market, 260 border inspection posts have been established at the external borders of the European Union. Approved by the European Commission, they are in charge of checking all animal products brought into the EU from third countries. Every consignment of animal products from third countries has to successfully undergo documentary, identity and physical checks before access to the EU market can be granted. Although the situation has improved since the new system was set up in 1993, progress still has to be made concerning communication between border inspection posts and the daily updating of legislative instruments.*

La création du Marché Unique supposait l'abolition des contrôles aux frontières internes de l'Union européenne. Elle supposait aussi la mise en place d'une stratégie commune vis à vis des pays tiers. Cette stratégie commune comprend deux piliers principaux :

■ d'une part, l'établissement de critères d'importation communautaires pour les différents types de produits provenant d'animaux (viandes, pro-

duits de la pêche, lait, œufs...) introduits dans l'Union européenne,

■ d'autre part, la mise en place de contrôles communautaires aux frontières externes de la Communauté, qu'il s'agisse des ports, aéroports ou des postes routiers ou ferroviaires.

Pour exercer ces contrôles communautaires, des installations spécialisées ont été mises en place par



les Etats Membres : les postes d'inspection frontaliers, aujourd'hui au nombre de 260, répartis dans tous les Etats Membres. Pour obtenir l'agrément communautaire, chaque poste d'inspection frontalier a dû soumettre à la Commission un dossier apportant la preuve qu'il disposait des installations, de l'équipement et du personnel spécialisé pour lui permettre de contrôler les produits animaux de pays tiers pour lesquels un agrément communautaire était demandé. En sus, chaque poste d'inspection frontalier a dû être inspecté à la satisfaction de l'Office Alimentaire et Vétérinaire avant d'être inscrit sur la liste communautaire.

Ces postes d'inspection frontaliers procèdent sur chaque lot de produits provenant d'animaux de pays tiers à un contrôle documentaire et à un contrôle d'identité. En plus, selon le type de produit et/ou l'origine de celui-ci, des contrôles physiques et de laboratoire sont effectués sur un certain nombre de lots (entre 2 et 100 % des lots). Ces trois types de contrôles ont pour but essentiel de confirmer la validité des garanties offertes par les pays tiers.

A l'heure actuelle, environ 500 000 lots de produits provenant d'animaux sont introduits depuis des pays tiers dans l'Union européenne, les principaux produits comestibles étant les produits de la pêche, loin devant les viandes et les produits laitiers. Sur ces 500 000 lots, environ 3 % font l'objet de contrôles additionnels notamment pour des manquements documentaires et environ 1 % est refusé à l'importation dans la Communauté. Dans ce cas, les produits sont soit refoulés, soit détruits ou transformés à d'autres fins que la consommation humaine.

Après cinq ans de mise en application du nouveau système de contrôle des produits animaux de pays tiers, des progrès notables ont été effectués :

- la réduction drastique du nombre de point de contrôle (de plusieurs milliers à 260) a permis la création d'unités de contrôle réellement spécialisées, disposant d'infrastructures, d'équipements et de personnel adaptés aux besoins ;
- l'harmonisation des procédures et des coûts de contrôle a permis de réduire les distorsions concernant le niveau des contrôles, leur contenu et leur impact financier ;
- le contrôle systématique de tous les lots quel que soit leur statut douanier a permis de réduire toute une série de fraudes.

Il n'en reste pas moins vrai que certaines lacunes persistent encore:

- les communications entre postes d'inspection frontaliers doivent être améliorées, notamment pour ce qui concerne les lots refusés ;
- la mise à jour des instruments législatifs, notamment les listes d'établissements, doit se faire d'une façon qui ne surcharge pas les postes en travail administratif répétitif et peu productif.



Marco Villard

Pour ce faire, les ressources informatiques des postes d'inspection frontaliers doivent être améliorées ; la Commission prépare à l'heure actuelle un réseau - SHIFT - capable de pallier les déficiences mentionnées ci-dessus.

En conclusion, la mise en place des postes d'inspection frontaliers a largement contribué à accroître la sécurité alimentaire de l'Union européenne mais des progrès peuvent et doivent encore être réalisés.

André Evers,  
Food and Veterinary Office, DG XXIV

# Tierschutz ist auch Verbraucherschutz

*The tasks of the Food and Veterinary Office of Directorate-General XXIV of the European Commission include organising control visits to the Member States in the field of animal protection. The focus is on monitoring the long-distance transport of livestock and the handling and stunning of animals in abattoirs. Amongst other things, animal protection is good for consumers because - as the evidence shows - strict animal protection provisions lead to better quality meat.*

*L'Office alimentaire et vétérinaire de la Direction générale XXIV de la Commission européenne a, entre autres, pour tâche d'effectuer des visites de contrôle dans les États membres en ce qui concerne la protection des animaux. Les efforts de l'Office se sont concentrés sur la surveillance des transports à longue distance des animaux d'élevage ainsi que sur le traitement et l'étourdissement des animaux dans les abattoirs.*

*Le bien-être des animaux profite également aux consommateurs, entre autres parce que des dispositions rigoureuses en matière de protection des animaux améliorent, ainsi que l'expérience l'a montré, la qualité de la viande.*

BSE, Maul- und Klauenseuche, Schweinepest, Fleischhygiene, Fischhygiene, Milchhygiene, gesundheitsschädliche Rückstände: das sind die Stichworte für die Tätigkeit der tierärztlichen Sachverständigen des Lebensmittel- und Veterinärarnamtes der Europäischen Union. Ein weiteres Arbeitsgebiet gewinnt immer



Source: D. de Frenne

mehr an Bedeutung: der Tierschutz. Das besondere Interesse beim Tierschutz gilt dem Transport der Tiere. Der Tiertransport hat wegen des Wegfalls der Binnengrenzen zwischen den Mitgliedstaaten der Europäischen Union und als Folge der Öffnung des Marktes der EU gegenüber anderen Staaten an Umfang zugenommen. Jährlich werden Millionen von Rindern, Pferden, Schafen und Schweinen quer durch Europa und den angrenzenden Mittelmeerraum über die Straße und die Schiene, mit Tiertransportschiffen und auf Fähren über Tausende von Kilometern befördert. Eine Besonderheit bei diesen Transporten besteht darin, daß zwischen dem Beginn und dem Ende der Reise oft viele Grenzen überschritten werden und die Kontrollbehörden der einzelnen Staaten jeweils nur Teilstrecken dieser Transporte überwachen können – ein Grund mehr für die Kommission, auf diesem Gebiet koordinierend tätig zu werden.

Das Lebensmittel- und Veterinärarnamt der Generaldirektion XXIV, das seinen Sitz in Dublin hat, führt Tiertransportkontrollen zu Beginn und Ende der Transporte auf Sammelstellen und in den Bestimmungsorten durch. Außerdem überprüft das Amt auch Zwischen-

stationen der Reisstrecken, wie Versorgungsstationen, Häfen und Viehmärkte. Dabei arbeiten Tierärzte der EU und der Mitgliedstaaten zusammen.

Es besteht auch eine gute Verbindung zu mehreren Tierschutzorganisationen, die oft wertvolle Hinweise auf Mißstände geben können. Durch die gemeinsame Arbeit soll vermieden werden, daß für den Transport ungeeignete Lastkraftwagen oder Schiffe zum Einsatz gelangen, daß Tiere aus Roheit oder Gleichgültigkeit mißhandelt und kranke oder hochtragende Tiere befördert werden. Außerdem muß überprüft werden, ob die Versorgung der Tiere auf dem Transport, ihre Tränkung und Fütterung der Tiertransportrichtlinie entspricht und ob die vorgegebenen Ruhezeiten eingehalten werden.

Für die Behandlung von Tieren auf den Schlachthöfen und bei der Betäubung gelten besondere Auflagen, durch die bewirkt werden soll, daß den Tieren Leiden erspart wird und sie schmerzlos geschlachtet werden. Diesem Gebiet des Tierschutzes haben die Tierärzte der Kommission bei ihren Besuchen seit langem große Aufmerksamkeit geschenkt.

Der Schutz der Mitgeschöpfe ist das Hauptmotiv all dieser Bemühungen in dem Bereich des Tierschutzes. Der Verbraucher soll wissen, daß der Transport der Tiere über Grenzen hinweg nur unter der Einschränkung gestattet ist, daß das Wohlbefinden der Tiere möglichst wenig beeinträchtigt wird.

Auch bei der Intensiv- und Massentierhaltung ist jedes einzelne Tier als Individuum geschützt. Für die Haltung verschiedener Tierarten in landwirtschaftlichen Betrieben sind besondere Vorschriften erlassen worden, durch die Auswüchse heutiger Haltungsformen auf ein annehmbares Maß zurückgeführt werden sollen.

Dem Verbraucher dient der Tierschutz in zweierlei Hinsicht. Der Tierschutz soll dazu beitragen, daß die Haustiere unter annehmbaren Bedingungen gehalten werden und auf ihrem letzten Weg in den Schlachthof nicht unnötig leiden müssen. Immer bedeutender wird der Tierschutz jedoch auch deswegen, weil durch die Verbesserung der Transport- und Betäubungsbedingungen die Qualität des Fleisches erhöht wird.

*Dietrich de Frenne  
Lebensmittel- und Veterinärarnamt  
der Europäischen Kommission, GD XXIV*

## Eat up your food genes!

*Gentechnische Anwendungen im Lebensmittelbereich sind für die Verbraucher in Europa von großem Interesse. Was bei der Gentechnik auf dem Spiel steht, gibt den Konsumenten wie auch der Wirtschaft Anlaß zur Besorgnis. Im Brennpunkt steht dabei die staatliche Politik. In dem Beitrag faßt Prof. Tim Lang, Thames Valley University, London, die anstehenden Fragen und Anliegen zusammen. Umrissen werden folgende fünf Schlüsselthemen, derer sich die staatliche Politik annehmen muß, wenn sie das Vertrauen der Verbraucher gewinnen möchte: Umweltschutz, Alternativen für den Verbraucher, Handelsregelungen, die Rolle der Wissenschaft und der Wissenschaftler sowie Verbraucher-Massenpsychologie.*

*Les consommateurs européens accordent beaucoup d'intérêt à l'utilisation du génie génétique dans le domaine alimentaire. Ses conséquences pour le consommateur et l'industrie suscitent de vives inquiétudes. Les politiques gouvernementales sont au centre de l'attention. Dans le présent article, le professeur Tim Lang de l'université Thames Valley de Londres fait le point sur les questions et préoccupations dans ce domaine. Il expose cinq questions clés auxquelles les gouvernements devront répondre s'ils souhaitent gagner la confiance des consommateurs, à savoir: la protection de l'environnement, la liberté de choix des consommateurs, les règles commerciales, le rôle de la science et des scientifiques et la psychologie collective des consommateurs.*

Most people are aware that genetic engineering is one of those seismic shifts in human life that we usually read about in history books. The invention of the wheel, the internal combustion engine, the computer, for example, have all shaped our lives to an incalculable extent. The difference with this one is that we are not just observing or relating with this technological revolution but quite literally eating it. The biotechnology revolution is shattering our conceptions of life and nature in a very personal, immediate way. Genes from one living form can be inserted into another. In one respect this is brilliant; humans as the ultimate controllers. But no wonder

21st will be the biological century. Billions of dollars (and euros) have been poured into research to ensure it is. Broadly, the investment goes into two areas: food and medical science. In medicine, already results are available: purer, more consistent insulin for diabetics, for instance. Such products find few critics. It is the food area that is most contentious. No wonder! We are to eat it. This is not an objective debate but highly personal.

Already genetically engineered (GE) foods are on sale in Europe. Whilst vegetarians, for instance, have welcomed a GE cheese which does not use rennet from calves' stomachs to curdle the whey, other products have not been welcomed. Most notorious are two: Monsanto's genetically engineered soya and Calgene's tomato paste. Both are from the USA, a fact troubling EU-USA trade relations. The GE paste is said to have the advantage of being more dense, having less water. The tomato has a longer shelf life. They can be clearly labelled. The GE soya has, however, caused a storm, partly, it



Source: Eureka Slide, Houter

so many people find this so troubling. Why on earth should we want to move a fish gene into a plant or swap genes between plants, thus practising "genetic engineering"?

The short answer is money. Biotechnology is being heralded on the stock exchanges as the next financial frontier. If the 19th century was the coal and iron century, and the 20th century the oil era, the

has to be said, because of the insensitive manner in which Monsanto introduced it. Market rhetoric says that consumers have choice. Since traders will not segregate the genetically engineered from ordinary soya, food processors and retailers have no way of being able to offer consumers correct information and, therefore, a choice. No labelling is possible. In a country like the UK where an estimated 70% of processed foods contain soya in small or large

amounts and with the GE soya having taken a third of US planting, consumers should now assume all products with soya will have GE soya.

These products are the tip of a very large iceberg. Literally hundreds of plants and products are on stream. With consumers throughout Europe being sceptical, why are these products coming to market? To understand why, we have to look at the business of farming. The agrochemical revolution of the last 70 years is coming to an end. It is getting more and more expensive to bring new pesticides to market. As evidence of safety and environmental problems has grown, corporate profitability has been retained only by a rapid shake-out in the corporate sector and by increasing exports to developing countries. There are now 10 companies with approximately 90% of world sales compared to 20 companies a decade ago. The GE revolution offers these companies a new avenue.

By engineering plants to be resistant to particular pesticides, two gains for the companies are made in one. Firstly, it sells both seed and pesticide to protect it. Hence the rush by some agrochemical companies to buy up seed companies. And secondly, GE technology enables this to be done faster than conventional breeding, pioneered by Mendel, the monk, with the peas in his garden.

The debate about GE centres on a number of issues. The first is environmental. Will GE plants spread into the wild, transferring their characteristics? The companies say no. Critics say there is already evidence that it can happen. Research continues.

The second issue is choice. The EU Single Market was introduced as a 'bargain'. National compositional standards were swept away in return for safety controls at source and more information to consumers. In fact consumers are now wary. The information and labelling schemes have arrived much slower than the advantages to producers. Quantitative Ingredients Declaration (QUID) labelling, for instance, only comes into force in 2000. So, once bitten, twice shy. Hence the consumer resentment at GE soya not being labelled. Many companies privately agree this has been a serious mistake.

The third issue is trade. Food has long been shipped around the world. But food and agricultural products only came under world trade rules with the 1994 General Agreement on Tariffs and Trade (GATT). GE products now are entering the new trade disputes procedures and will heighten existing EU - US tensions over markets for surpluses. In the last GATT round, final negotiations before the ultimate agreement resolved to the USA and EU. These are the world's two food giants. Over GE, the EU is (in my view) rightly flexing its muscles. GE companies are mostly US-based. Consumer resistance and organisation is mostly in Europe. The UN Codex Alimentarius Commission will have to produce an agreement on what is acceptable.

The fourth issue is politics. Scientists delude themselves if they think science is neutral. It cannot be. The biotechnology revolution comes with ideological baggage. Who invested in it, for whom? At one level GE raises fundamental questions about the market economy. Who is in control? Consumers or producers? At another, it is a political challenge to us all.

Fifthly, there is a psychological dimension. We all

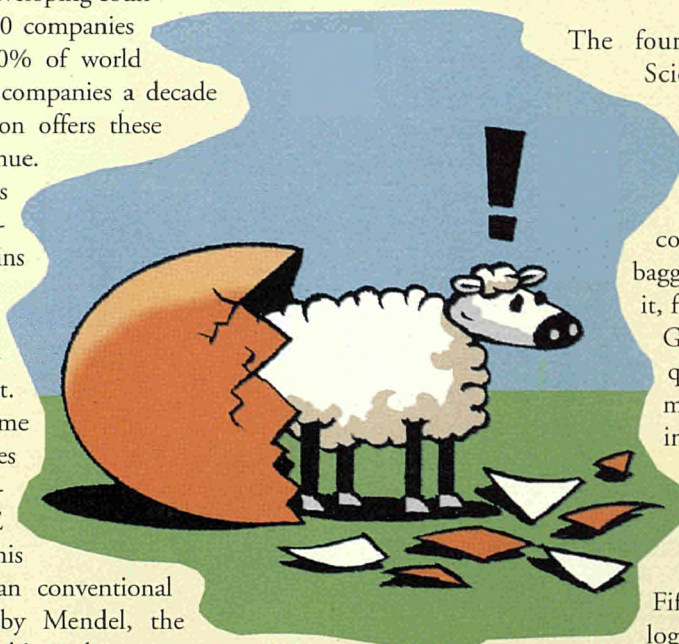
like to think we control the food we eat.

Social science teaches us that our tastes are in fact cultural as well. Food is highly complex: part biological, part cultural, part social class, part emotional, and so on. GE food rides roughshod through this delicate mélange. We are affronted because our illusion of control has been dashed.

Genetic engineering is not going away. Too much money has been invested by too many huge corporations for them to back off. The hostility of recent years is unlikely to subside naturally. Companies are already pouring millions into advertising campaigns to soften consumer resistance. The situation is highly delicate. The juggernaut of big business is meeting the stirring giant of consumer awareness. In public. Watch this space!

*Tim Lang PhD*

*Professor of Food Policy, Centre for Food Policy  
Thames Valley University (United Kingdom)*



Peter Campbell

# Consumer rights in the "first wave" countries

## — a lot to be done

*In dieser Abhandlung wird kurz über den derzeitigen Stand der rechtlichen und institutionellen Voraussetzungen berichtet, die jene fünf mittel- und osteuropäischen Länder geschaffen haben, mit denen über einen EU-Beitritt verhandelt wird: Estland, Ungarn, Polen, Tschechien und Slowenien. In all diesen Ländern, speziell in Polen und Tschechien, besteht noch großer Nachholbedarf im Legislativbereich. Klärungsbedürftig bleibt ebenso noch die Frage der Verteilung der Kompetenzen der einzelnen Organe. Ferner zeigt es sich, daß sich in diesen Ländern die Verbraucherorganisationen sehr unterschiedlich entwickelt haben: Während die Verbraucherbewegung in Ungarn, Polen und Slowenien bereits sehr stark ist und sich in Estland im Aufwind befindet, sind in Tschechien die Verbraucher-Vertretungsstrukturen noch schwach entwickelt.*

*Cette note dresse un rapide bilan de l'état des cadres législatif et institutionnel mis en place dans le domaine de la protection des consommateurs dans les cinq pays d'Europe centrale et orientale retenus pour les négociations préparant l'adhésion à l'Union : l'Estonie, la Hongrie, la Pologne, la République tchèque et la Slovénie. Pour l'ensemble des pays concernés, et plus particulièrement pour la Pologne et la République tchèque, un important travail législatif reste à effectuer et une clarification dans la désignation des institutions compétentes parait nécessaire. Il ressort aussi que les organisations de consommateurs se sont développées de manière très inégale dans ces pays, avec un mouvement déjà puissant en Hongrie, en Pologne et en Slovénie, des organisations en croissance en Estonie et un mouvement associatif très faible en République tchèque.*

Consumer protection has become one of the main areas of the fundamental and comprehensive reforms taking place in Central and Eastern Europe. In all of the countries, a genuine and global approach towards consumer protection policy has been adopted, which has resulted in the adoption of comprehensive Consumer Protection Acts in eight countries (the Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Romania, Slovakia and Slovenia) and drafts of such Acts are pending before the Parliament in the remaining two (Bulgaria, Poland). Institutions are remodelled or newly-established with the mandate of developing and implementing an active consumer policy, and non-governmental organisations have emerged in all Central and Eastern European Countries (CEECs) that intend to represent, promote and to defend the consumer interest.

As Bulgaria, the Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, Slovakia and Slovenia have all applied to join the European Union, the approximation of the laws of the CEECs to the *acquis communautaire* in the field of consumer policy has become a prerequisite in the pre-adhesion strategy. This is even more true for these "first wave" countries with whom the EU has begun negotiating: the Czech Republic, Estonia, Hungary, Poland and Slovenia.

### Czech Republic

The process of legislation with regard to consumer protection in the Czech Republic has remained limited and falls short of the requirements of the 1995 White Paper on the preparation of the associated countries of Central and Eastern Europe for integration into the internal market of the Union.

Consumer information has been given priority, namely with initiatives on price indication and misleading advertising. Consumer safety has been regarded, and still is considered, as another priority. Provisions al-

ready existing in the Consumer Protection Act of 16 December 1992 (amended in 1993 and 1995) and in a special Act on product safety, adopted in December 1996, make the Czech legislation on product safety almost fully compatible with EU Directive 92/59.

However, almost all other issues, which are listed under Chapter 23 of the 1995 White Paper, require new legislation to be adopted.

Institutional developments also remain far short of expectations. The Czech Republic does not have a clearly defined institutional structure to ensure the drafting and implementation of consumer protection legislation. Moreover, no strong consumer organisation has actually emerged yet to represent the consumer interest at the national level.

### Estonia

Consumer policy in Estonia remains mainly linked to the provisions of the Consumer Protection Act adopted on 15 December 1993.

New and special laws or regulations are needed to introduce some of the EU Directives, i.e. on sales away from business premises, distance selling, package travel, timeshares and safety of toys. Also, amendments, often substantial, to existing laws and rules are needed with regard to unfair terms in consumer contracts, consumer credit, and general safety of consumer products. However, perspectives for further legislative developments are good, as several drafts are now under discussion to introduce new or amended rules compatible with the provisions of the EU Consumer Directives.

Estonia has a clearly defined and specific institutional structure for the formulation and enforcement of consumer legislation. But, as in the other Baltic States, private and independent consumer organisations remain quite undeveloped and weak, mainly because of difficulties in obtaining financing.

## Hungary

Hungary has only recently been successful in adopting comprehensive consumer legislation in the form of a Consumer Protection Act; this was adopted on 15 December 1997.

The adoption of this new Act represents a significant step forward, as the Hungarian authorities were able to introduce at least part of the *acquis communautaire*. Still the initiatives taken remain incomplete on such issues as unfair contract terms, consumer credit and general product safety.

Hungary possesses the institutional structure necessary to develop a strong consumer policy, but has suffered in the past from intense competition among several administrative authorities to establish their competence in the field of consumer policy. Although the Consumer Protection Act of 1997 brings some clarification, by granting an overall responsibility to a specific body, i.e. the Bureau of Consumer Affairs, all conflicts of competence seem to be unsolved and it is felt that such confusion may hinder, as it did in the past, the effective adoption and implementation of consumer laws and rules.

One positive feature, which Hungary shares with Poland and Slovenia, is the emergence in these three countries of a strong and independent consumer movement.

## Poland

The level of consumer protection in Poland is insufficient from the perspective of both existing domestic social needs and the official standards of the European Union countries.

Different vertical laws and rules on products and services regulate food and health safety, post and telecommunication services, bank and insurance services and tourist services. However, apart from this vertical legislation, Poland's set of consumer laws remains incomplete. The approach to consumer law and policy has to date remained piecemeal and diffuse.

There is a lack of legal regulations in many fields that are important to the consumer, such as unfair contract terms, consumer credit, general product safety, package travel, timeshare property, distance selling and sales away from business premises.

If Poland is going to meet the requirements under Chapter 23 of the White Paper, it will not only have to adopt a series of new and important laws, but also bring substantial amendments to existing laws and rules, such as those concerning price indication and misleading advertising.

Prospects for short-term positive developments at legislative level are encouraging. A consensus seems to have been reached for introducing before the Parliament a single comprehensive Consumer Protection Act - Poland is the only country, together with Bulgaria (where such an Act is expected to be adopted in the autumn of 1998), which has no such legislation. Drafts exist on several important matters, such as unfair contract terms, that will make this legislation compatible with the provisions of the related EU Directives.

It is only recently (October 1996) that overall responsibility for consumer affairs has been transferred to one single body, i.e. the Office for Protection of Competition and Consumers.

## Slovenia

The Consumer Protection Act, adopted on 26 February 1998, introduces new or amended provisions on

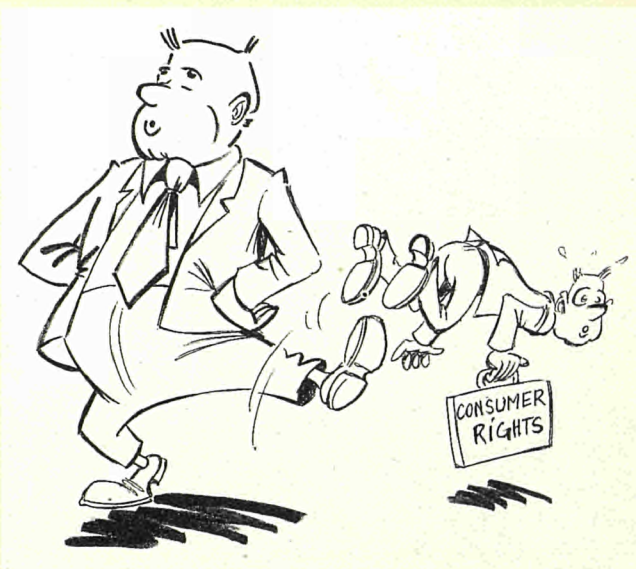
many of the issues that are subject to the pre-adhesion harmonisation process, i.e. price indication, sales away from business premises, mail order sales, package travel, time-share property, and unfair contract terms.

Though some of these new provisions still need to be amended in order to make them fully compatible with EU Directives, such as those concerning misleading advertising and price indication, other rules, such as the concept of fairness in consumer contracts or the starting date of the cooling-off period in sales away from business premises, actually grant consumers more protection than under EU legislation. Still some important gaps remain, as, for example, there is an urgent need to adopt a general product safety law.

At present, overall responsibility for consumer matters lies with the Ministry for Economic Relations and Development, for whom consumer policy represents only one competence among others. Hence the creation of a specific Consumer Protection Office should be welcome, but structural means and staff actually allocated to this Office remain limited.

Quite positive is the active involvement of non-governmental organisations on the consumer scene in Slovenia. The Slovenes' Consumer's Association has developed into a powerful consumer organisation which covers a wide range of issues, runs local advice centres and is closely linked to a Slovene research institution, the International Consumer Research Institute.

*Professor Thierry Bourgoignie  
Director, Centre de droit de la consommation,  
Louvain-la-Neuve (Belgium).*



Marco Villard

# Unionwide campaign

## What consumers should know about food safety and their health

*Mit der Mitte Oktober beginnenden Kampagne zur Nahrungsmittelsicherheit sollen europäische Verbraucher eingehender über die komplexen Sachverhalte im Zusammenhang mit den Themen "Lebensmittelsicherheit" und "Verbrauchergesundheit" informiert werden. Damit will die Europäische Kommission gleichzeitig die Rolle der nationalen Verbraucherorganisationen als Verbündete und Berater der Bürger unterstreichen und den Dialog zwischen den einzelnen Organisationen untereinander sowie mit den nationalen Kampagnepartnern im Lebensmittelsektor fördern.*

*Mit der Kampagne sollen, im Hinblick auf eine möglichst große Effizienz, gemeinsam mit den nationalen Kampagne-Partnern möglichst zahlreiche Verbraucher und insbesondere Schüler angesprochen werden. Dabei zum Einsatz gelangen sollen Fernsehen, Rundfunk, Veröffentlichungen sowie das Internet-System.*

*L'objectif de la campagne sur la sécurité alimentaire lancée à la mi-octobre est d'informer et d'éduquer les consommateurs européens sur les questions complexes liées à la sécurité alimentaire et à leur santé. La Commission européenne se servira aussi de cette campagne pour promouvoir le rôle des organisations nationales de consommateurs en tant qu'alliées et conseillères des citoyens, et pour encourager le dialogue entre les associations elles-mêmes et entre les associations et le secteur alimentaire.*

*La Commission a l'intention de cibler le plus grand nombre possible de consommateurs individuels, en particulier les enfants dans les écoles. Cela sera réalisé avec l'aide de partenaires-relais afin d'accroître l'impact de cette campagne. Les instruments qui seront utilisés sont très variés: en plus de la télévision, de la radio et de la presse écrite, il est prévu de faire un large usage d'Internet.*

On several occasions, food safety has emerged as one of the major issues of concern for consumers. This was very much evident from two surveys carried out by the Commission in 1997 and 1998 on consumer issues and food issues respectively. On other occasions, such as the Internet chat-line conducted by Commissioner Bonino on 5 November 1997, the topic of food safety was by far the most common subject of questions. These concerns have been heightened by many stories in the media whether about BSE, E-coli, Salmonella or pistachio nuts from Iran. Then, finally, food safety was discussed at the Consumer Council in November 1997 and figured in the December 1997 European Council conclusions.

The Commission therefore decided to devote the 1998 consumer policy information effort to the issue of food safety and consumer health, by means of a specific campaign on this topic, which could be prolonged into 1999.

The objective of the campaign is to inform and educate the European consumer about the complex issues surrounding food safety and consumer health, by conveying a few simple messages. The European Commission will also use this campaign as a means to promote the role of national consumer organisations as allies and advisers of citizens and to promote dialogue between the associations themselves and with the partners of the food sector.

The Commission plans to target the highest possible number of individual consumers. In order to do so, and given the limited budget allocated to the campaign, the role of the relays partners will be fundamental to increase the efficiency and awareness of the campaign. The Commission would also like to focus on a particular target group, such as children in schools.

The instruments used for the campaign vary a lot. Although TV is very expensive in many Member States, consumer associations have already been allocated a slot

on public television where they broadcast regular information programmes. In other countries, public television gives free space to public authorities running similar campaigns. With limited resources, radio and written publications can prove to be more affordable, but it is worth signalling that several campaign leaders foresee an intensive use of Internet.

The national dimension is extremely important for the Commission: the way in which information will be distributed in the various Member States will be adapted accordingly. This diversity in the language, style and instruments used is one of the key elements of this campaign.

There follows below a summary of the actions that will be undertaken in the Member States, together with the name and whereabouts of the coordinators of the national campaigns.

### **Austria, Verein für Konsumenteninformation**

Verein für Konsumenteninformation (VKI), Linke Wienzeile, 18, A-1060 Wien - Fax + 4315887773 - Mr. Prohaska

Target and Key messages:

- the largest possible number of school children in Austria.
- food safety in general, particularly novel food, hygiene aspects, ingredients, storage and E-codes.

Strategy: a brochure will be used within schools and will be available on Internet. It will also be distributed by the Ministry of Education, retailers in the food industry and 14 consumer info-points in Austria. "Testmagazin" will enclose the brochure and, in this way, it will reach 90,000 subscribers and 20,000 buyers. 10 "golden rules" will also be presented.

Time schedule: October - December 1998.

## Belgium, CRIOC

CRIOC/OIVO, Rue des Chevaliers, 18,  
B-1050 Bruxelles- Fax +3225470601 - Mr. Beguin

Target and key messages:

- members of consumer associations and school children between 12-16 years old.
- one single message in 1998 : the "best-by" date; if the campaign develops in 1999, the more general message of labelling will be developed. The hot topic for '98 will hence be "you cannot store safe food indefinitely", highlighting the joint responsibility of producers and consumers.

Strategy: general information tools and training sessions, but also interactive tools like games, quizzes, etc. 500,000 folders on the importance of "best-by" dates will be distributed ; 80,000 posters will be produced on the same topic. 100,000 brochures will be produced on the 10 rules of labelling. Specific competition material will be developed for the target group in schools and for adults.

Time schedule: October 1998 (with the Food Fair in Brussels, 10-25 October) to January 1999.

## Denmark, Forbrugerrådet

Fiolstræde 17, Postbox 2188, DK-1017 København K  
Fax +4533134115 - Mrs Andresen

Target and Key messages:

- the general Danish public, but particularly the interested and critical consumer.
- biotechnology in the food process, particularly the risks, morals and ethics of this issue ; the labelling of GMOs.

Strategy: A brochure, giving in-depth information about biotechnology in the food process, and the magazine produced by Forbrugerrådet will contain articles about biotechnology. The homepage of Forbrugerrådet will give access to the campaign and contain interactive possibilities for consumers (testing knowledge about biotechnology). The campaign will be debated in the informal "Dialogue Forum for Foodstuff and Gene-technology". An Internet chat-line will be organised. Forbrugerrådet will run a press campaign and organise a press seminar to train journalists.

Time schedule: from 1 to 15 November 1998.

## Finland, Suomen Kuluttajaliitto ry

Suomen Kuluttajaliitto, Mannerheimintie, 15A,  
SF-00260 Helsinki - Fax +358945422120 - Mrs Tainio

Target and Key messages:

- 600,000 young people and 400,000 families.
- consumers' responsibility when buying foodstuffs and how consumers can use labelling for determining the quality and safety of foodstuffs, with key messages on labelling, E-codes, novel food and origin of products ; hygiene of foodstuffs.

Strategy: SK has created a network with the partners of the project, to organise information happenings; messages will be distributed during lunchtimes at schools, through youth organisations and through the magazine

of SK and their partners' magazines. Information will be available on Internet. A number of partners are involved in the project : labour market organisations, the Women's Associations, associations linked to farmers and forest owners, youth organisations, McDonalds.

Time schedule: November 1998 - January 1999

## France, Institut National de la Consommation (INC)

80, rue Lecourbe, F-75732 Paris cedex 15  
Fax +33145662077 - Mr. Camilleri

Target and Key messages:



- general public.
- responsibility of consumers when purchasing food products, the fact that they are the ones who make choices when purchasing (and not the producers) and the need for personal commitment to safe products.

Strategy: a parallel between road regulation/road safety and food safety/regulation will be made. INC will create posters and other information material with its partners and publish articles on the subject; it will prepare the "food safety days" with the supermarkets involved in the consortium; it will organise a week on food safety issues with the farmers' associations and it will co-operate with the French Ministry of Education to disseminate information material in schools.

Time schedule : October (Sommet Alimentaire Européen in Paris - 16/17-10) - December 1998



## Germany, Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AID)

Konstantinstraße, 124, D-53179 Bonn  
Fax +492288499200 - Mr. De Vogt

Target and Key messages:

- school children between 12 and 16 years old ; teachers and journalists; parents of school children and other adults.
- information concerning product labelling and the origin of the product.

Strategy: Firstly, a talk-show between young people and experts. Pupils will be active in the campaign by provid-



ing information concerning food safety to other young people. The key messages are built on 10 golden rules on how to interpret information. Information will be available on Internet ; an Internet-forum and a Hot line will be opened. A competition for young people will be organised to create posters, TV-spots and newspaper articles.

Time schedule: October 1998 - February 1999.

## Greece, General Federation of Consumers in Greece

Posidonos Avenue, 31, GR-175 61 P. Faliro Athens  
- Fax +3019825096 - Mr. Kouris

Target and key messages:

- women between 25 to 44 years of age and young people from 12 to 16 years.
- information that consumers must have before purchasing products, how to store and preserve products,

and also on contact points for food safety-related issues.

Strategy: transmission of the messages and the presentation of the debates on TV and radio, conferences in schools and distribution of information booklets to students and to teachers, information via Internet and the establishment of "information distribution kiosks" beside outlets of two large supermarket chains. This will be undertaken in 3 stages : the design and production of the information material; actions aimed at raising awareness; and general and more detailed information for consumers giving precise advice with the aim of promoting selection and consumption of foodstuffs on the basis of the health and safety criteria.

Time Schedule : October - December 1998

## Ireland, Consumers' Association of Ireland

45, Upper Mount Street, IRL-Dublin 2  
Fax 35316612464 - Mr. Jewell

Target and Key messages:

- school children and the general public.
- food safety in kitchens, and particularly in households, by means of three specific messages: temperature and organisation of the refrigerator contents, cross-contamination of food and personal hygiene in the kitchen.

Strategy: CAI will produce 4,000 information packages for secondary schools on the theme of food safety in the home, including leaflets from the Food Safety Authority, which will lead to discussion in schools on food safety conditions at home. The leaflets will also contain information on what to do if food safety conditions are not met. 3,500 primary schools will be invited to participate in a competition. A website will be opened and the 10,000 subscribers to the CAI magazine will receive specific information. The advisory body for science and industry will hold an Information Week on food safety in the framework of its "Science Week".

Time Schedule : November 1998 - January 1999

## Italy, Unione Nazionale Consumatori

Via Andrea Doria, 48, I-00192 Roma  
Fax +390639733329 - Mr. Dona

Target and key messages:

- the general public and pupils in schools
- information on awareness and safety, E-codes and control of new products, but must not scare consumers. The key messages cover the essential EU-legislation in this field.

Strategy: two steps are foreseen: a general information operation in 1998 and more complex education in 1999. The project includes a third step, to be carried out from the year 2000 without any EU-funding, proposing the establishment of a permanent centre for food safety. UNC foresees the creation of a call-centre, an information package on food safety, information in the restaurants belonging to the three major partners, and a website linked to the homepage of DG XXIV.

Time Schedule: October 1998 - January 1999

### **Luxembourg, Union Luxembourgeoise des consommateurs**

55, rue des Bruyères, L-1274 Howald  
Fax +352494957 - Mr. Feyerisen

Target and key messages:

- the general public.
- information on labels but also information that goes further than the label itself (information available on the shelves for instance). ULC will explain the difference in labelling between pre-packed and fresh products, the traceability side, will talk about GMOs and the co-operation between national and European authorities.

Strategy: ULC will make use of the facilities offered by their supermarket partners (in their premises, in their newsletters and on their trucks). ULC proposes to use its newsletter, TV slots allocated or bought by the partners, and by itself, and to attend 3 food fairs.

Time Schedule : October - November 1998

### **Portugal, DECO**

Av. dos Defensores de Chaves, 22 - 1.º — P-1049  
Lisboa - Fax +35113577851 - Mr. Cabeçadas Ataíde

Target and key messages:

- the general public and schools
- the themes of labelling and food hygiene, and the element of diet, with the motto : "The flavour of knowing".

Strategy: a short video-clip to inform about the food safety campaign and to suggest the consumer asks for more information. Information will also be given on national radio. 1,000 copies of a video will be distributed to schools, together with a 12-page text for teachers, in co-operation with the national authorities for education.

Time Schedule : October - November 1998

### **Spain, Asociacion de Ideas**

C/. Ayala, 124, E-28006 Madrid  
Fax +34915763563 - Mrs. Velarde

Target and Key messages:

- individual consumers and schools
- the existence of a system for control of foodstuffs (national and European) and the role of consumers in the food chain.

Strategy: printing of 2,000,000 brochures on food safety and hygiene, the control systems, labelling and the role of public institutions on food control. 12,000 copies of a video and 50,000 posters. 2 spokesmen will be appointed and several PR actions are envisaged. On 16 October, the "World Day of Food", a forum on food will be organised. A Web page, videotape, posters and folders are foreseen. Close co-operation with parents' associations is foreseen and a competition for schools is planned.

Time schedule: November 1998 - January 1999.

### **Sweden, Livsmedelverket**

Box 622, S-75126 Uppsala - Fax +4618105848 - Mr. Sorenson

Target and Key messages:

- school children and general public
- labelling and hygiene.

Strategy: start an Internet project, develop study material for schools, 10 good "tips" about labelling, in particular on contents, additives, E-codes, expiry dates and GMOs; 10 golden rules will explain how to avoid food poisoning; study visits to big food companies will be organised. Various partners (the main consumer organisation, representatives of the ombudsman, the main organisation for "green" consumption, the association of food industries, the association of food trade and McDonalds) are involved in the project.

Time schedule: November 1998 - January 1999.

### **The Netherlands, Voedingscentrum**

Eisenhowerlaan, 108, Postbus 85700, NL-2508 CK  
Den Haag - Fax +31703504259 - Mr. Breedveld

Target and Key messages:

- consumers buying or preparing food, with special attention given to young people living independently and young families; vulnerable consumer groups (pregnant women, the elderly and physically weak people)
- labelling, hygiene and biotechnology.

Strategy: the motto is "know more about eating safely" to increase knowledge of consumers, to encourage a good attitude by creating awareness of one's own behaviour with a view towards changing habits. The labelling messages will encourage the use of information on the packaging; hygiene messages will identify, prioritise and limit the health risks linked to treatment and consumption of food; biotechnology messages will try to make biotechnology products more "normal" in the eyes of consumers. The activities to implement the campaign include the creation of own websites by the partners, a contract with a (regional) press service and a TV programme, the use of existing telephone information lines, publication of information magazines by the partners. The complete food chain, from producers to consumers, is involved.

Time schedule: November to December 1998.

### **United Kingdom, Health Education Authority**

Trevelyan House, 30, Great Peter Street,  
UK-SW1P 2HW London - Fax +441714138930 - Mrs. Arthur

Target and Key messages:

- all school children in United Kingdom.
- basic rules of food hygiene and an appropriate level of understanding of the underlying principles.

Strategy: 2 phases : developing the most effective teaching materials to convey the basic principles of food hygiene, then delivery of the teaching materials and guidelines for teachers to all the 5,000 secondary schools in the United Kingdom. The strategy also includes the development of a food safety information website. A wide spectrum of interest groups from consumer affairs to the food industry, but also education authorities and agencies in the field of environment and health and the National Association of Teachers, will be involved in the campaign.

Time schedule: October 1998 - January 1999.

*Daniele Dotto, DG XXIV*

# Life as a trainee at the European Commission

*Der nachstehende Rückblick vermittelt einige persönliche Erfahrungen einer jungen Dänin, die sie während ihres Praktikums in der Generaldirektion 24 (die EU-Kommission nimmt zweimal jährlich 600 Praktikanten/-innen auf) gemacht hat. Sie berichtet über ihre beruflichen Herausforderungen und Begegnungen sowie über einen anderen wichtigen Aspekt eines Praktikums in Brüssel – das Kennenlernen anderer junger Europäer in den Brüsseler Institutionen.*

*Dans l'article suivant, une jeune Danoise nous fait partager quelques-unes de ses expériences lors de son stage à la Direction générale XXIV. (La Commission européenne reçoit 600 stagiaires deux fois par an.) Elle y rend compte des défis professionnels auxquels elle a été confrontée, des rencontres qu'elle a faites, ainsi que d'un autre aspect important de la vie d'un stagiaire à Bruxelles: apprendre à connaître d'autres jeunes Européens qui travaillent eux aussi dans les Institutions communautaires.*

Arriving in Brussels from Copenhagen on a Saturday morning, a suitcase in each hand, it was raining cats and dogs. Soon I was settled into my new flat and that same night I went along with my fellow flatmates to a party in another trainee residence – the first party in an infinite row lasting the next 5 months.

The first week in Brussels was an introductory week, where the 600 trainees (better known as “stagiaires”) met up for conferences and receptions. Already during these early days we were learning how to mingle. My first day at work approached very fast and I was getting nervous! The lift reached the 8th floor where I was supposed to meet the 9 other stagiaires in DG XXIV. Of course, they all seemed so intelligent and they were all excellent French speakers!

At work I found that my tasks, especially in the way I approached them, were often based on my own initiative. My work also required a great deal of research. This allowed me to take advantage of some of the Commission's databases, as well as to contact staff in the other Services of the Commission. I soon got the impression that everyone in the Commission was very helpful, although a lot of people were also very busy!

One very interesting job in which I was involved was the evaluation of a call for tender in connection with an information campaign on food safety, which was set up to restore consumer confidence following the

crisis about “mad-cow” disease. I took part in the meetings of the evaluation committee, which consisted of people from other Services of the Commission too. I was glad that, as a stagiaire, I was only there as an observer because I really had to keep my ears open when the languages of the Committee members switched between French, English, Italian, Greek...



Katrine Bernhoft

After a couple of weeks, daily life in Brussels took shape. I got used to the long lunch-break and the late working hours compared to those in Denmark. The evenings were spent on sports activities, dinners in restaurants, the movies or simply with my flatmates discussing our experiences from work. The weekends were occupied by excursions to the rest of Belgium, stagiaire parties and hangovers!

Being away from friends and family is not always easy. However, being a stagiaire in Brussels is very interesting if you have initiative and an open mind at work and if you want to make new friends, take part in a lot of sports activities and, of course, stagiaire parties!

The end of the traineeship is now approaching (it is still raining!) and it is time to sum up.

The tasks given to me at work fulfilled my expectations – and so did the social part. I am leaving Brussels with a wider knowledge of consumer policy issues and also with a lot of experience concerning human relations. This is what Europe is about.

*Katrine Bernhoft, former trainee, DG XXIV*

For further information concerning traineeships at the European Commission please contact :  
Commission of the European Union — Secretariat-General - Traineeships Office  
Rue de la Loi 200 — B - 1049 BRUSSELS

## Phthalates in toys — are our babies at risk?

*In dem folgenden Interview nehmen der Vertreter der europäischen Spielzeugindustrie, Maurits Bruggink, und der Organisation "Greenpeace", Axel Singhofen, Stellung zu der umstrittenen Verwendung von Phthalaten in PVC-Beißringen und in PVC-Babyspielzeugen, die dazu bestimmt sind, in den Mund genommen zu werden. Sie diskutieren auch den Stand der entsprechenden wissenschaftlichen Diskussion sowie derzeitige und potentielle EU-Vorschriften.*

*Dans l'interview suivante, Maurits Bruggink, représentant de l'industrie européenne du jouet, et Axel Singhofen, représentant de Greenpeace, prennent position sur l'utilisation très controversée des phthalates dans les jouets en PVC et les anneaux de dentitions en PVC, sur l'état d'avancement des discussions scientifiques sur le sujet, ainsi que sur la législation européenne actuelle et potentielle dans ce domaine.*

Over the past few months a chemical substance with the very unpalatable name of phthalates (chemical substances used to soften PVC objects) has been on the agenda of several meetings of the European Commission, the consumer organisations and the toy industry alike.

Phthalates, in general, represent between 10% and 50% of the material used in making soft PVC objects and, in particular, toys and other childcare articles such as teething rings. With regard to toys and childcare articles for children under three years of age, this percentage very often amounts to between 30% and 50%. This causes scientists great concern, since children of this age group very often, or systematically, put such articles in their mouth and, consequently, certain levels of migration (the absorption of these potentially toxic substances by the body through saliva) can be attained or exceeded. These substances, if absorbed beyond certain tolerable amounts, are believed to cause liver and kidney damage, infertility and possibly cancer. Hence the pressure of consumer groups and several Member States to have these substances (ie. the toys which contain them) completely withdrawn from the market as a preventive measure to protect children.

In July 1998, the European Commission recommended Member States should closely monitor and control the migration of two particular substances: DINP and DEHP. These are the most commonly used in this context and have been identified by the Commission's Scientific Committee on Toxicity, Ecotoxicity and the Environment (SCTEE) as giving reason for concern on the grounds of their low safety margins. The Member States were encouraged to take action to ensure a high level of child health protection with regard to these products and to inform the Commission of the measures taken. This recommendation is awaiting permanent Community legislation with a view to guaranteeing high levels of health and safety under harmonised conditions.

In the following article, we ask a representative from the Toy Industries of Europe (TIE), Maurits Bruggink, and

Greenpeace, Axel Singhofen - Greenpeace having become very much involved in this issue - for their respective views on this matter.

A scientifically validated, EU-wide method for testing the migration of phthalates does not yet exist, but it had been hoped that an ongoing Dutch study would be instrumental in developing such a recognised test for use throughout the EU. However, the first results of the study, just published, seem to indicate that we are still far from a reliable and recognised method.

**Consumer Voice (CV) :** Recent public debate has focussed on the question that phthalates are considered to be harmful and that these toxic substances are likely to be ingested by children. Why then are PVC toys made from materials that leach these chemicals?

**M. Bruggink :** You are making a number of assumptions with which the toy industry disagrees. The question of the toxicity of phthalates is heavily disputed. We are talking about products which, in high doses, have had certain effects on rats and this is what the Scientific Committees have also taken as a basis. We are talking about micrograms per kilo, so these phthalates are hardly dripping out of products! We believe that their migration from PVC toys is minimal and far below the already very safe limits for TDIs (tolerable daily intakes) set by the Scientific Committee, and the Dutch study has proved exactly that.

**CV :** What is Greenpeace's position on that?

**A. Singhofen :** I would like to summarise some key facts. Firstly, these soft PVC toys contain 30-50% of phthalates. The phthalates are not chemically bound to PVC, so that is the very reason why they migrate or "leach" out of these toys. When children suck and chew on these toys, these hazardous chemicals will come out and will be ingested by them. As regards the most commonly used phthalates: "DINP", when purchased for laboratory use, is classified by the producer as toxic. "DEHP" is classified by the World Health Organization as a possible human carcinogen. The Scientific Committee



Axel Singhofen

of the European Commission confirms that phthalates show long-term toxicity involving liver and kidney damage. The Oslo and Paris Conventions have phthalates on their list of hazardous substances. So what I do not understand is why the toy industry carries on defending the use of PVC in soft toys, given all the hazards associated with it; given that several of your members, for example in Denmark and Germany, have already stopped producing soft PVC toys and have shifted to produce alternatives.

*CV : The Scientific Committee has said there is cause for concern regarding the low safety margins of these two phthalates we are talking about.*

**M. Bruggink :** Both phthalates and PVC are heavily researched substances, so we can very much rely upon what we have as scientific data and that gives us all reason to believe that these products are very safe. We believe that producing soft PVC toys with phthalates is the safest option for the consumer.

**A. Singhofen :** Since Mr. Bruggink continues to say there is no scientific evidence to prove phthalates are harmful, does he mean that what the governments of Austria, Denmark, Sweden, Germany, Belgium, the Netherlands have recommended, in the sense of either a voluntary withdrawal or in the sense of drafting legislation to ban these products from the market, is completely irrelevant? Does he think that the opinion of the Scientific Committee is irrelevant? Does he think that the classification of DEHP by the World Health Organization as a possible human carcinogen is irrelevant? Does he think that there is no scientific foundation to what these governments have done?

**M. Bruggink :** I will start by referring to the Dutch study, which is the most recent and serious scientific work at our disposal. What is interesting about this work is that it has tested products not only according to laboratory tests, but to see a comparable result with in vivo. You will read in the Dutch report, which is on Internet, that in all the cases that have been investigated, the maximum level - that is, the level set by the scientists - is not exceeded. It is irrelevant to the type of product you use, it is irrelevant to the type of toys you are using, the methods are developed in order to apply them to all different types of toys. So that is a very sound piece of evidence that confirms we are on the right path.

**A. Singhofen :** It has to be stated that this Dutch study was made with a huge participation and funding from industry - the PVC industry, plastics industry, toy industry and even individual toy companies. If the Dutch tests have shown any-

thing at all, it is the huge uncertainty and variability in migration of phthalates from toys. The conclusions of these tests are based on statistical analysis. However, maximum values clearly exceeded what was considered to be a tolerable daily intake. They are also based on the assessment of one single toy that was delivered directly by the producer and certainly is not representative of other toys on the market. The real question is whether children should be allowed to chew on hazardous substances when PVC-free alternatives are available?

*CV : Mr. Bruggink seemed to indicate before that, in a way, Greenpeace has a hidden agenda in this discussion?*

**Mr. Bruggink :** But the agenda is not safety of children - and here I refer to Greenpeace's own statement. It is quite clear that it is not about toys, it's not about phthalates and this discussion actually started talking about "leaching phthalates", it's about PVC; it's about a toxic material, its production, etc. It's about polyvinyl chloride! Chloride supposedly has a dioxin problem. That's what it is all about, it's not about safety of children, there are other organisations dealing with the safety of children. There is BEUC, with whom we deal with regularly, there is ANEC, which is the consumer organisation for standardisation....

**A. Singhofen :** Yes, we have strong concerns about PVC, yes we have been working against PVC for more than 10 years, because of the many problems related to PVC, one of which is the need for hazardous additives to be functional. Pure PVC cannot be used at all, it always requires stabilisers or softeners or a whole range of other additives, which are very often hazardous substances. And we think that the use of such a material in babies' toys is all the more unacceptable and needs to be phased out. I find it very interesting to hear that the toys industry in Europe is dealing with BEUC, and yet the toy industry has not followed their advice. BEUC, the European consumers' organisation, has made its position very clear and called, at a very early stage, for a ban on these soft PVC toys.

**M. Bruggink :** Fortunately the Commission has not followed this, and that is why we welcome the recommendation of the Commission - mentioned



Maurits Bruggink

earlier - as they have decided that a ban is too extreme and maybe they will consider this again. The important thing is the method of testing. If science says you cannot use certain materials for such and such a purpose any more, I am sure the toy industry will take a responsible attitude.

*CV: What have you done in order to comply or to go along with the Commission's recommendations?*

**M. Bruggink:** We have put an enormous amount of money and resources - meaning manpower - into providing the legislator with research data on child

behavioural studies carried out by chemists from universities. We have put a lot of energy into developing a test standard, which we are about to adopt as a test standard for the whole industry. It's a question of either a ban or surveillance. We feel we are under pressure. We want to have consumer confidence, we want to show that we are responsible manufacturers and, if we can further accommodate that, we will try to do so. I think if you go

down the path of surveillance, we must survey our products as quickly as possible.

*CV: You could have halted the sale of the toys in question until reliable studies were really available, thus gaining consumer confidence and at the same time capitalising on the publicity involved.*

**M. Bruggink:** That's a very good scenario. Look at the Danish draft law which says that in the first few years they are going to ban these particular products and in the next few years other products, etc. Then if you read the whole text, everything is forbidden and on the basis of what? Not science! Yet they say no PVC can be used in toys. If you read correspondence from the Health Minister he intends to forbid all chemicals in all toys - paintings, plastics, everything. You cannot make a dis-

inction between children under 3 years and over 3 years, it's a decision about everything or nothing here.

It doesn't stop there. The next step is that toys for children over 3 years of age that contain PVC will be banned. After that, toys containing ABS will be banned. Then toys made of anything other than natural products will be banned!

*CV: Would you be prepared to follow the advice of EU Environment Ministers and label your toys as potentially containing 40% of these hazardous substances so that every consumer could make an informed choice?*

**M. Bruggink:** You must have a scientific basis to say it is toxic and cannot be used in toys! We still have all the assumptions on our side, the assumptions being that there is no migration level of phthalates from soft PVC toys for children under 3, which causes any harm to children whatsoever. If you make that assumption, there is no reason for labelling.

*CV: But if the toys and the products are safe and do not cause any concern why should customers not know about it?*

**M. Bruggink:** I don't think there is any major reason why the products shouldn't be labelled, except that there is no reason for it and it would add yet another label to the extensive labelling that toys already have. We believe there are better concerns for the consumer - choking hazards, warning hazards about loose parts, age groups for which the toy is intended, etc. Those are the important labels that consumers should read.

And why should we inform all our opponents where and on what occasion they should start their campaigns?

*CV: But would you not meet your consumers halfway - and they have expressed interest in this respect - by saying O.K., let's tell them what the products contain?*

**M. Bruggink:** That's a very good suggestion. We are at this moment discussing ways to test our products and this may well be something to include in such talks. So if the toy industry decides to test all our products according to a particular test method, maybe it would be opportune to label those products, maybe not. It's a good suggestion, I'll take that on board.

Brigitte Reichle, DG XXIV

For further information concerning the 'Dutch Study' mentioned above, please contact the Dutch Consumer Union. tel. +31.70.445.43.93 or +31.6.533.600.60



Marco Villard

## Nouveau sondage "Eurobaromètre"

— les Européens préoccupés par la sécurité alimentaire

*Laut einer vor kurzem durchgeführten Eurobarometer-Umfrage über Lebensmittelsicherheit im Meinungsbild der europäischen Verbraucher genießen Brot und Backwaren das meiste Vertrauen, wogegen Fertiggerichte am schlechtesten abschneiden.*

*Vertrauenserweckend sind besonders solche Erzeugnisse, die auf nationaler oder europäischer Ebene Lebensmittelkontrollen unterzogen wurden und frei von Pestizid- oder Hormonrückständen sind. In Sachen Produktinformation kann den Herstellern offensichtlich am wenigsten vertraut werden. Demgegenüber scheinen die Verbraucherverbände am glaubwürdigsten zu sein. Auf den weiteren Plätzen folgen auf der Skala der Vertrauenswürdigkeit die Behörden der Mitgliedstaaten und die europäischen Behörden.*

*Überdurchschnittlich Vertrauen haben die Niederländer, während das Vertrauen der Griechen deutlich unter dem Schnitt liegt. Das stärkste Mißtrauen ist in der Kategorie der Angestellten zu verzeichnen. Für sie sind Produktkontrollen und eine unmißverständliche Produktkennzeichnung unabdingbar. Was auf den Warenetiketten steht, wird von jüngeren Menschen - vor allem aus Mangel an Interesse - seltener gelesen als von älteren. Dennoch kann ihnen ein hohes Vertrauensniveau bescheinigt werden.*

*Bevorzugte Informationsquelle ist das Warenetikett. Am meisten geschätzt wird die Angabe des Verfallsdatums. Vermißt wird am häufigsten die eindeutige Herkunftsangabe und ein Hinweis darauf, ob das Erzeugnis genetisch veränderte Organismen enthält.*

*According to a recent Eurobarometer survey on food safety perceptions, European consumers have the greatest confidence in bread and bakery products, with prepared dishes at the other extreme.*

*Consumers also prefer products that have been subjected to national or European controls and that contain neither pesticides nor hormones. When it comes to product information, producers are considered to be the least credible source and consumer associations to be the most credible, followed by the national authorities and the European institutions.*

*The Dutch display far greater confidence than the average, while Greeks tend to be the most wary. "White collar workers" are the most sceptical category. They consider food controls and transparent labelling to be essential. Young people are less likely to read labels than older consumers, mainly because of lack of interest, but their level of confidence is high.*

*Labels are the preferred source of information. The most valued particular is the "best-by" date, and what consumers miss most is clear information on the product's place of origin and the possible presence of GMOs.*

La Commission vient de recevoir les résultats d'un sondage Eurobaromètre sur la sécurité alimentaire.

Le sondage portait sur six thèmes principaux, à savoir la sécurité des produits alimentaires en général, les facteurs déterminant cette sécurité, la sécurité et le lieu de vente, les sources d'information sur les produits alimentaires, l'étiquetage et les informations à propos des produits mêmes.

Selon les consommateurs européens, le pain et les produits de boulangerie obtiennent encore une fois la plus grande confiance de la part des consommateurs (86 %), alors qu'à l'extrême opposé la sécurité des plats préparés est très faible (39 %).

Le produit alimentaire inspirerait davantage confiance aux consommateurs lorsqu'il a subi des contrôles nationaux (66 %) ou européens (43 %), préférés aux contrôles effectués par les distributeurs (29 %). Huit consommateurs sur dix déclarent par ailleurs que des contrôles plus nombreux et plus stricts sont nécessaires, surtout au niveau des producteurs. Ces derniers semblent les moins crédibles lorsqu'ils s'agit de dire la vérité sur les produits alimentaires. En cette

matière, ce sont les associations de consommateurs qui reçoivent le plus grand crédit puisque plus d'un consommateur sur deux leur font confiance.

Quoi qu'il en soit, les consommateurs considèrent le produit alimentaire sûr lorsqu'il ne contient ni pesticide ni hormone et qu'il est contrôlé par des organismes compétents (en moyenne, un consommateur sur deux est de cet avis). Il ressort de cette analyse un vif souhait de disposer d'un maximum d'informations sur le contenu du produit. C'est dans les grandes surfaces et auprès des fermiers et des petits producteurs qu'ils estiment trouver les produits alimentaires les plus sûrs (presque un consommateur sur deux) tandis que les petites épiceries enregistrent moins de confiance (un sur cinq). Les producteurs rencontrent généralement un faible taux de confiance, que ce soit pour la diffusion d'information sur le produit ou, plus grave encore, sur le fait de mettre en vente des produits rentables pour eux, mais pas sûrs.



Les associations de consommateurs sont de loin la source la plus fiable pour ce qui est de la diffusion d'informations sur les produits alimentaires, un consommateur sur deux portant son choix sur elles, suivies par les autorités nationales (un sur quatre) et par les institutions européennes (un sur cinq).

A propos de confiance, le cas des Hollandais se distingue nettement des autres européens. A travers les analyses, ils font effectivement preuve d'un très haut niveau de confiance dépassant les moyennes enregistrées dans les autres Etats membres. Que ce soit pour leur dire la vérité sur les produits alimentaires ou pour penser que les mentions sur les étiquettes sont vraies. De même, ils n'insistent pas sur la nécessité d'un plus grand nombre de contrôles et ils craignent le moins les additifs ou les agents conservateurs qui pourraient être contenus dans les denrées alimentaires.

A l'inverse, les Grecs adopteraient plutôt une attitude de méfiance et ont souvent un avis bien net en matière de produits alimentaires.

D'autre part, les Irlandais affichent la plus grande indécision en paraissant les moins intéressés par les

produits alimentaires. La majorité d'entre eux préférant répondre "je ne sais pas" plutôt que de donner une opinion sur le sujet.

Les cadres, les indépendants et autres cols blancs étant plus méfiants que les autres catégories quant à la sécurité des produits alimentaires, ils estiment nécessaires les contrôles sur les produits afin de les rendre sûrs. D'ailleurs, ils voudraient disposer d'informations claires sur l'étiquette sous forme de lettres ou de lettre et symboles en même temps.

A propos d'étiquette, les plus jeunes la lisent moins que leurs aînés, surtout par manque d'intérêt. Malgré tout, à travers l'analyse, ils montrent une grande confiance envers les produits alimentaires mais sur quelle base reposerait-elle ? L'étiquette demeure une bonne source d'information, six consommateurs sur dix déclarant la lire régulièrement. L'élément le plus apprécié sur l'étiquette demeure la date de péremption, et ceux dont on regrette le plus l'absence sont l'indication claire du lieu d'origine du produit (presque neuf consommateurs sur dix sont d'accord sur ce point), tout comme la présence éventuelle d'OGM.

Daniele Dotto, DG XXIV

## Transatlantic Consumer Dialogue launched

*Im Anschluss an ein zweitägiges Treffen am 25./26. September 1998 in Washington DC zwischen EU und US- Verbraucherorganisationen wurde ein transatlantischer Verbraucherdiallog (TACD) ins Leben gerufen. Ziel dieses Dialogs ist, europäischen Verbraucherpositionen im Rahmen des EU-US Politikdialogs Gehör zu verschaffen. Die Namen der vier gewählten Vertreter der europäischen Verbraucherorganisationen sind in dem nachstehenden Artikel aufgeführt.*

*Des organisations de consommateurs des Etats-Unis et de l'Union européenne se sont réunies les 25 et 26 septembre 1998 à Washington. A l'issue de leur réunion, elles ont mis sur pied le Dialogue Transatlantique des Consommateurs. Celui-ci a pour objet de faire entendre la voix des consommateurs dans les relations entre l'Union européenne et les Etats-Unis. Les 4 représentants des consommateurs européens élus à la réunion sont indiqués ci-dessous.*

After a two-day meeting held on 25-26 September 1998 in Washington DC, European Union and United States consumer organisations declared the formation of a Transatlantic Consumer Dialogue (TACD). The purpose of the TACD is to ensure that a consumer viewpoint is made in US-EU policy discussions.

The meeting designated a Steering Committee of 8 consumer representatives (4 from the US and 4 from the EU) and decided on the creation of three working groups on:

- electronic commerce
- food safety
- the harmonisation and standardisation process.

The general co-ordination secretariat will be assumed by Consumers International.

The four consumer representatives on the European side were elected by the Consumer Committee (CC) established by the European Commission. They are :

Jim Murray	BEUC
Caroline Naett	Eurocoop
Koos Anderson	Representing Dutch consumers on the CC
Sotirios Paschalidis	Representing Greek consumers on the CC

The next plenary TACD meeting is foreseen for March 1999 in Brussels.

Tony Van der haegen, DG XXIV



# Les Consommateurs italiens enfin mieux protégés

*In Italien sind im August d.J. neue gesetzliche Vorschriften zur Beurteilung der Repräsentativität der Verbraucherverbände und zur Regelung ihrer Beziehungen zu den staatlichen Behörden erlassen worden. Bis dahin waren die geltenden EU-Bestimmungen bereits in italienisches Recht umgesetzt worden. In der italienischen Verordnung Nr. 281/98 sind nunmehr "der Rechtsanspruch auf effiziente, qualitativ hochwertige öffentliche Dienste" sowie die Gründung und Förderung unabhängiger, freiwilliger, demokratischer Vereinigungen gesetzlich verankert.*

*Vom Jahr 2000 an gelten nur mehr solche Verbände als repräsentativ, die mindestens drei Jahre ununterbrochen tätig gewesen sind, sich eine Satzung gegeben haben, über die demokratisch abgestimmt worden ist, in mindestens fünf Regionen vertreten sind und mindestens 29.000 Mitglieder umfassen und deren Etat den für*

*Nichtregierungsorganisationen geltenden Regeln entspricht. Beim Ministerium für Industrie eingesetzt worden ist inzwischen auch ein nationaler Verbraucherrat mit einem Jahresetat von 3 Mrd. LIT. Speziell für ein Land mit noch schwach entwickelten Verbraucherverbandsstrukturen wird dieser bescheidene Etat für unzureichend erachtet.*

*Last August, Italy adopted a text concerning consumers that laid down criteria for evaluating the representativeness of consumer associations and creating a link with the institutions.*

*The earlier EU rules had already been transposed into Italian law. Italian Regulation 281/98 now provides for "the right to access effective and high-quality public services" and the promotion and development of free, voluntary and democratic associations.*

*From the year 2000 on words, only associations that have been continuously active for three years, have democratically approved articles of association, are present in at least five regions, have upwards of 29,000 members, and whose budget complies with the rules applicable to NGOs, will be considered as "representative".*

*A National Consumer Council has been created at the Ministry of Industry and will have an annual budget of LIT 3 billion, which is inadequate, particularly in a country where voluntary associations are thin on the ground.*

L'Italie est le dernier pays à avoir adopté une loi sur les consommateurs. Celle-ci est entrée en vigueur le 28 août dernier. Les avantages en sont plus nombreux que les inconvénients. Le mérite de cette loi est d'avoir établi des critères pour évaluer la représentativité d'une association de consommateurs et d'avoir créé un lien avec les institutions, principaux soucis des associations.

Au moment où les Italiens reprenaient leur travail après la pause estivale, la presse insistait sur l'entrée en vigueur de la loi 281/98 "réglementation des droits des consommateurs et usagers", attendue depuis longtemps et dont le cheminement et presque rocambolesque.

L'esprit de la loi, qui a fait l'objet de critiques, est bien d'aligner l'Italie sur le reste de l'Europe, mais aussi de favoriser la transition vers une phase de qualification et de développement des politiques en faveur des consommateurs à travers un dialogue constructif entre les protagonistes du marché et, avec la même dignité, les consommateurs-usagers. Tout ceci est conforme aux instructions de l'Union européenne.

La loi ne présente que 8 articles. Rappelons que les quelque 30 dispositions de l'UE pour la sauvegarde des intérêts des consommateurs (crédit à la consommation, étiquetage des produits, vente à distance, clauses abusives, voyages à forfait, etc.) faisaient déjà partie du système législatif italien.

Examinons rapidement les particularités de la loi italienne. Les droits reconnus sont pour la plupart ceux

que l'on retrouve dans les réglementations européennes et internationales.

Toutefois, cette réglementation prévoit expressément "le droit à disposer de services publics efficaces et de qualité", la promotion et le développement de l'association libre, volontaire et démocratique.

Les associations qui opéreront pendant deux ans sont les 15 reconnues jusqu'à présent comme membres du Conseil des consommateurs, créé auprès du ministère de l'industrie dès 1994. D'ici l'an 2000, ne seront considérées "représentatives" à l'échelle nationale que celles qui répondront aux critères suivants : avoir travaillé sans interruption pendant 3 ans, avoir un statut voté démocratiquement, être présente dans 5 régions, avoir environ 29.000 inscrits, et élaborer un budget suivant les règles en vigueur pour les ONG.

La reconnaissance officielle est fondamentale, car seules ces associations pourront avoir accès au recours en justice pour la sauvegarde d'intérêts collectifs. De plus, la loi prévoit expressément une forme d'accès extra-judiciaire donnant la possibilité au consommateur d'utiliser une procédure de "conciliation" devant la Chambre de Commerce.



Pour remplir les tâches prévues par l'art. 4 (donner des avis, formuler des propositions, promouvoir des études, élaborer des programmes, etc.), un Conseil national a été institué, qui siège auprès du ministère de l'Industrie. Le choix du siège a soulevé maintes critiques qui, à mon avis, ne tiennent pas compte du fait qu'aujourd'hui le ministère de l'Industrie n'est plus seulement un ministère des industriels, mais de toutes les activités économiques y compris celles du commerce et de la consommation. Quelques associations avaient demandé que le Conseil siège auprès de la Présidence du Conseil des ministres italien, mais la réalisation de ce projet présentait bien des difficultés d'ordre pratique.

Un dernier mot à propos de l'art. 6 "facilités et contributions". La loi prévoit un budget de 3 milliards de lires par an, deux pour soutenir les activités du Conseil national et un pour les activités éditoriales des associations. Le budget est très limité et les associations qui sont actuellement submergées de demandes de la part des citoyens, ont besoin de financer aussi bien la formation de leurs cadres que les différents services techniques de consultation pour les consommateurs. Cela demande de l'argent et les cotisations ne suffisent pas à couvrir ces frais. De plus, en Italie, la culture associative n'existe pas encore.

Anna Bartolini, Journaliste (Italie)

## Vom Rinderwahnsinn zum Schafswahnsinn?

*The agent that causes "mad-cow disease" can also affect sheep. However, although it is not certain whether or not this has actually happened, in principle, it cannot be totally excluded either, says the Scientific Steering Committee (SSC). Younger animals are less prone to the risk, but those parts of the animal most likely to be infected with BSE (the brain and the spinal cord) should not pass into the food chain in cases of animals over the age of 12 months.*

*L'agent responsable de la maladie de la "vache folle" peut aussi affecter les moutons. Bien qu'il ne soit pas sûr que cela soit déjà arrivé, la possibilité ne peut être exclue, déclare le comité scientifique directeur. Les animaux les plus jeunes encourrent moins de risque, mais les organes des animaux qui sont les plus facilement infectés par l'ESB, à savoir le cerveau et la moelle épinière, ne doivent en aucun cas se retrouver dans la chaîne alimentaire dans le cas des animaux âgés de plus de 12 mois.*

Prinzipiell nicht auszuschließen, sagt der wissenschaftliche Lenkungsausschuss (WLA) der Europäischen Kommission, der diese in allen Fragen zu BSE berät.

Schafe haben, wie seit über 200 Jahren bekannt ist, ihre eigene, dem Rinderwahnsinn (BSE) verwandte Krankheit. Auf deutsch heißt sie die Traberkrankheit, im englischen "Scrapie". Die Symptome ähneln denen des Rinderwahnsinns, aber "Scrapie" ist – nach derzeitigem Wissensstand – nicht auf den Menschen übertragbar.

Schafe konnten experimentell mit einer "Scrapie"-ähnlichen Krankheit angesteckt werden, indem sie mit Gehirnmateriale von BSE-kranken Rindern gefüttert wurden. Zwar wurde diese erst im gegenständlichen Versuch in einem Fall nachgewiesen, aber andere in diesem Versuch erkrankte Tiere sind noch nicht endgültig befundet worden, da das Nachweis- bzw. Differenzierungsverfahren sehr langwierig ist.

Schafe erhalten – bei bestimmten Produktionsverfahren – zeitweise eiweißreiches Kraftfutter. Früher konnte dieses auch Tiermehl enthalten, das u.a. aus Wiederkäuern gewonnen wurde. Da als sicher gilt, daß BSE-verseuchtes Tiermehl die Hauptursache von BSE war, besteht die Gefahr, das Schafe in der Vergangenheit BSE-verseuchtes Futter gefressen haben. Seit dem europaweiten Verbot der Verfütterung von Tiermehl



Source: Eureka Slide, Strobbe

an Wiederkäuer, das 1994 von der Europäischen Kommission ausgesprochen worden war, hat sich die genannte Gefahr natürlich massiv verringert.

Bis heute ist noch kein Fall von BSE in Schafen aus der landwirtschaftlichen Produktion nachgewiesen worden. Mit dem Hinweis auf die kleine Zahl der abgeschlossenen Untersuchungen und das Fehlen einer einfachen und schnellen Methode, um zwischen "Scrapie" und BSE in Schafen zu unterscheiden, warnt der WLA aber davor, zur Tagesordnung überzugehen.

Der WLA teilt gleichzeitig mit, wie ein eventuelles Risiko für den Liebhaber von Schaffleisch bereits heute verringert werden kann. Zum einen ist das potentielle Risiko umso kleiner, je geringer das Alter der Schlachttiere ist. Der BSE-Erreger braucht Zeit, um sich auszubreiten. Zum anderen verteilt sich der Erreger nicht gleichmäßig im gesamten Körpergewebe der Tiere. Wie beim Rind wäre damit die Ansteckungsgefahr beim Verzehr von Gehirn und Rückenmark am größten. Daher könnte ein eventuelles Infektionsrisiko durch Schaffleisch ab einem Schlachtag von 12 Lebensmonaten durch die Entfernung von Hirn und Rückenmark substantiell verringert werden.

W. Schuller, DG XXIV

## Search is on for new BSE-tests

*Die Entwicklung eines zuverlässigen Tests für die TSE (transmissible spongiforme Enzephalopathie)-Diagnose bei Tieren oder Schlachtkörpern wäre ein großer Fortschritt bei der Bewältigung dieser Problematik. Zu diesem Zweck führt die Generaldirektion XXIV der Europäischen Kommission eine umfassende Bewertung von kürzlich entwickelten Tests dieser Art durch.*

*La mise au point d'un test fiable pour le diagnostic de l'EST (Encéphalopathie spongiforme transmissible) sur les animaux ou les carcasses constituerait un progrès considérable dans la résolution de ce problème. À cet effet, la Direction générale XXIV de la Commission européenne organise actuellement un important exercice d'évaluation des tests qui ont été mis au point récemment.*

Bovine Spongiform Encephalopathy (BSE) is a problem that continues to cause public health concerns. To meet these concerns, various measures have been taken at European and at Member State level. These measures are costly, difficult to implement and are aimed at the entire bovine population, including many millions of perfectly healthy animals, not just those animals that may be infected.

It has long been recognised that the development of an accurate test for the diagnosis of BSE, either in the living or slaughtered animal, would be a major advance in the management of the BSE problem. Considerable research has been conducted in laboratories in Europe and other parts of the world and this is now beginning to bear fruit. Tests have been developed which are in use commercially or ready to be used in this way. However, before such tests can be implemented, it is vital to know how accurate they are.

With this objective, the European Commission (Directorate General

XXIV) announced in May a public "Call for Expressions of Interest" for candidates to participate in an evaluation exercise on tests for spongiform encephalopathies in bovines. This call was aimed at research companies and laboratories. Following an excellent response, four tests have now been selected for participation in the exercise.

The project is being managed by Directorate General XXIV, Unit B3. The scientific work will be carried out at the JRC Geel, Belgium and at various laboratories in Europe.

The test evaluation exercise is designed to produce solid information on the capability of each test, in particular the likely levels of false positive and false negative reactions and also the detection limits for each test. With this information it will be possible to take decisions on the possible uses for each test based on solid scientific information.

James Moynagh, DG XXIV

## Cofinancement de projets "consommateurs" par la Commission

*Die GD XXIV hat einen neuen Aufruf zur Einreichung von Vorhaben zur Förderung und zum Schutz der Verbraucherinteressen für das Jahr 1999 veröffentlicht (Amtsblatt EG Nr. C 289 – vom 17.09.1998). Vorrangiges Thema ist "Bildung", insbesondere in den Bereichen "Produkt-Sicherheit, Finanzdienstleistungen, Verbraucherrechte, elektronischer Geschäftsverkehr, Vergleichstests, Normung und Informationsgesellschaft". Das Antragsformular kann bei der unten genannten Adresse angefordert werden.*

DG XXIV has published a new call for presentation of projects designed to promote and protect consumer interests in 1999 (OJ EC C 289 of 17.9.98).

The priority theme of this exercise is training, particularly in the field of product safety, financial services, consumer law, electronic commerce, comparative tests, standardisation of products and services and the information society.

A subsidy application form can be obtained at the addresses listed below.

La DG XXIV publie un nouvel appel à présentation de projets destinés à promouvoir et à protéger les intérêts des consommateurs en 1999 et susceptibles de pouvoir bénéficier d'une subvention communautaire.

Ce texte est publié au J.O.C.E. du 17/09/1998 (C 289).

Le formulaire de demande subvention est disponible à l'adresse Internet :

<http://www.europa.eu.int/comm/dg24/>

ainsi qu'à l'adresse suivante :

Commission Européenne  
Direction Générale XXIV

Politique des consommateurs (AMI Subventions 1999)  
Rue de la Loi 200 - B232 5/74 — B-1049 Bruxelles  
N° fax : +32.2.296.59.78

Cet appel a pour but de susciter la présentation de projets contribuant à l'amélioration du niveau de protection des consommateurs.

Le thème prioritaire pour cet exercice est la formation et plus particulièrement en matière de :

- sécurité alimentaire
- sécurité des produits (non alimentaire)

- services financiers
- application des droits communautaires des consommateurs
- nouvelles techniques de commercialisation: commerce électronique
- tests comparatifs
- normalisation des produits et services
- société de l'information

Il est rappelé que la Commission vient d'adopter un Vademecum concernant la gestion des subventions qui fixe à 50 % maximum la participation financière de la Communauté européenne. D'autre part, les subventions ne peuvent être utilisées pour des actions similaires année après année, afin de ne créer aucune dépendance de l'organisme demandeur vis à vis de la Commission. Par conséquent, aucune garantie n'est donnée quant à l'octroi d'une telle subvention.

Il est à noter aussi que tous les projets seront évalués sur des critères égaux et que seuls les mérites et qualités de chaque demande ainsi que la disponibilité des crédits communautaires décideront de son acceptation.

La date limite de dépôt des demandes est fixée au 30/11/1998.



Gérard Rijssenbeek, DG XXIV

## The euro is to be the star of the 1998-1999 European Young Consumer Competition

The fifth European Young Consumer Competition, funded by the European Commission, has just been launched.

The purpose of the Competition is to allow young Europeans to take part in group work on consumer subjects during the school year. This year it is aimed at young people aged between 10 and 14 years in all Member States of the European Union except Denmark and Sweden. Participants are invited to compete against each other on a very topical theme by producing a brochure or video designed to inform other young people, as well as parents and grandparents, about the euro. Following an initial selection by

the national juries, a European jury will award prizes to the best entries.

The rules of the Competition, containing full information on the subject matter, prizes to be won (there are thousands of euros to be won in prize money!), entry conditions and registration procedures are now available from the organiser in your country.

We would like to thank in advance all those who would kindly pass on this information to the relevant target groups (young people, teachers, head teachers, etc.).

## Concours européen du jeune consommateur 1998-1999: l'euro en vedette

La cinquième édition du Concours européen du jeune consommateur, financé par la Commission européenne, vient d'être lancée.

Le but du Concours est de permettre aux jeunes Européens de travailler en groupes, au cours de l'année scolaire, sur des questions de consommation. Cette année, il s'adresse aux jeunes de 10 à 14 ans de tous les pays de l'Union européenne, Danemark et Suède exceptés. Les participants sont invités à rivaliser de talent sur un thème d'une grande actualité, puisqu'il leur est demandé de produire une brochure ou une vidéo destinée à "enseigner l'euro" à d'autres jeunes, à leurs parents

et à leurs grands-parents. Après une première sélection opérée par les jurys nationaux, un jury européen décernera des prix aux meilleurs travaux.

Le règlement du Concours, qui contient tous les renseignements utiles sur le travail à réaliser, les prix à gagner (des milliers d'euros sont en jeu!), les conditions de participation ainsi que les modalités d'inscription, est d'ores et déjà disponible auprès de l'organisateur de votre pays.

Nous remercions par avance tous ceux qui voudront bien relayer cette information vers les publics concernés (jeunes, enseignants, chefs d'établissements, etc.).

## Wettbewerb "Junge Verbraucher in Europa" 1998-1999 - zum Thema Euro

Der von der Europäischen Kommission finanzierte Wettbewerb "Junge Verbraucher in Europa" wird nun zum fünften Mal veranstaltet.

Er soll den jungen Europäern ermöglichen, sich während eines Schuljahres in Gruppenarbeiten mit Verbrauchertemen auseinanderzusetzen. Dieses Jahr richtet er sich an die 12-14jährigen aller EU-Länder, mit Ausnahme Dänemarks und Schwedens. Die Teilnehmer sind aufgefordert, ihre Talente im Wettstreit einem brandaktuellen Thema zu widmen. Sie sollen eine Broschüre erstellen oder ein Video produzieren und so andere Jugendliche sowie ihre Eltern und Großeltern "über den Euro informieren". Nach einer Vorauswahl durch nationale Juries

wird eine europäische Jury für die besten Arbeiten Preise verleihen.

Die Wettbewerbsregeln mit ausführlichen Angaben über die zu erstellenden Arbeiten, die ausgeschriebenen Preise (Tausende Euro stehen auf dem Spiel!), die Teilnahmebedingungen und Anmeldeformalitäten sind ab sofort bei dem für Ihr Land zuständigen Koordinator unter folgender Anschrift erhältlich.

Wir danken all jenen im vorhinein, die diese Information an die betreffenden Personen (Jugendliche, Lehrer, Schuldirektoren, etc.) weiterleiten.

*Nicolas Genevay, DG XXIV*

**A:**  
VKI  
(Renate Wagner)  
Mariahilfer Straße 81 — A-1060 Wien  
Tel.: 43 1 588 77 346 / 588 77 344  
Fax: 43 1 588 77 71 / 588 77 72  
Email: konsument@vki.or.at

**B:**  
CRIOC  
(Bernadette Pirsoul)  
Rue des Chevaliers 18 — B-1050 Bruxelles  
Tel.: 32 2 547 06 42 — Fax: 32 2 547 06 01  
Email: crioc\_oivo@skynet.be

**DE:**  
Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen  
(Mirjam Jaquemoth)  
Mintropstraße 27 — D-40215 Düsseldorf  
Tel.: 49 211 38 090 — Fax: 49 211 38 09 172  
Email: vz.nrw-jaquemoth@t-online.de

**EL:**  
E.K.PLZO  
(Kostas Protapadakis)  
43-45 Valtetsiou St — GR-10681 Athens  
Tel.: 30 1 33 0 44 44 — Fax: 30 1 330 05 91  
Email: ekpizo@ath.forthnet.gr

**ES:**  
Dirección General de Consumo  
(Carlos Macía de Castro)  
Junta de Comunidades de Castilla  
La Mancha  
Avda. de Francia 4 — E-45005 Toledo  
Tel.: 34 9 25 28 45 30 — Fax: 34 9 25 22 62 06

**FI:**  
Kultuttajavirasto  
(Pirkko Grönlund)  
Haapaniemenkatu 4 A, Box 5 — FIN-00531  
Helsinki  
Tel.: 358 9 77 261 — Fax: 358 9 7726 7557  
Email: pirkko.gronlund@kuluttajavirasto.fi

**FR:**  
PROPAGER  
(Laurent Avignon)  
70, boulevard de Reuilly — F-75012 Paris  
Tel.: 33 1 40 04 96 00 — Fax: 33 1 40 04 96 12  
Email: propager@wanadoo.fr

**IRL:**  
Office of the Director of Consumer Affairs  
(Celestine Nolan)  
4-5 Harcourt Road — IRL-Dublin 2  
Tel.: 353 1 402 55 00 — Fax: 353 1 402 55 01  
Email: nolanc@entemp.irlgov.ie

**IT:**  
Comitato Difesa Consumatori  
(Marino Melissano)  
Sezione Alto Adige  
Via Argentieri 22 — I-39100 Bolzano  
Tel.: 39 471 98 24 99 — Fax: 39 471 97 49 45  
Email: cdcbol@mbox.vol.it

LUX:  
Eurogramme  
(Solange Philippy)  
P.O. Box 1343 — L-1013 Luxembourg  
Tel.: 352 7108 301 — Fax: 352 7108 38  
Email: solange.philippy@eurogramme.lu

NL:  
PODIUM  
(Coen van Helden)  
Janskerkhof 20-Postbus 1590 — NL-3500 BN  
Utrecht  
Tel.: 31 30 239 3 231 — Fax: 31 30 233 2 515  
Email: Podium@knoware.nl

PT:  
Instituto do Consumidor  
(Mario Beja Santos)  
Praça do Duque de Saldanha 31-3° — P-1050  
Lisboa  
Tel.: 351 1 356 46 86 — Fax: 351 1 352 91 43  
Email: icpres@mail.telepac.pt

UK:  
South Ayrshire Council  
(H Bruce Collier)  
5/7 River Terrace — GB-Ayr KA8 0BJ  
Tel.: 44 12 92 61 60 60 — Fax: 44 12 92 61 60 61



## BSE in sheep

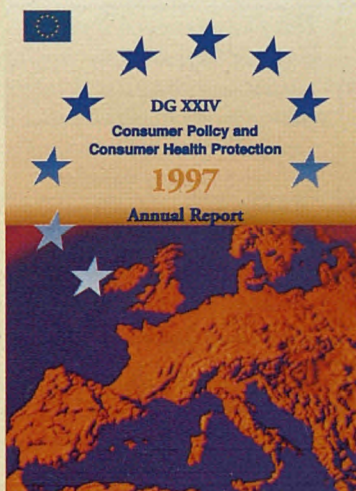
The European Commission has been following very closely the question of potential infection of sheep with BSE ever since the first allegations appeared in scientific literature. From certain experiments carried out, it appears that sheep can potentially be infected with BSE after eating infected bovine brain matter. It should be underlined that these findings result only from experiments. So far, no cases of BSE have been found in sheep flocks under field conditions.

However, it is likely that in the past sheep were fed

with foodstuffs containing meat and bone meal of bovine origin.

The Scientific Steering Committee (SSC) adopted an opinion at their meeting, on 24 and 25 September 1998, and did not exclude the possibility that BSE could have been introduced into sheep and goats via the food chain. However, there is currently no evidence to suggest that BSE occurs naturally in sheep and goats under field conditions.

*Thea Emmerling/Paul Vossen, DG XXIV*



The Annual Report of DG XXIV, covering the period April 1997 to March 1998, has just been published.

The report outlines the responsibilities and activities of the various directorates and units within DG XXIV, following its reorganisation in April 1997, including the role and functions of the Food and Veterinary Office in Dublin, which was established at that time. This report will shortly be available on Internet (<http://europa.eu.it/comm/dg24/>).

## Annual Assembly of consumer associations

*Auf Beschluß des für Verbraucherpolitik zuständigen Kommissionsmitglieds Emma Bonino findet am 12./13. November 1998 in Brüssel die erste Jahrestagung nichtstaatlicher Verbraucherorganisationen aus der EU statt. Mit diesem Forum soll den Verbraucherverbänden einmal im Jahr Gelegenheit zum allgemeinen Meinungsaustausch und zur Aussprache untereinander bzw. mit der Europäischen Kommission geboten werden.*

*A l'initiative de Mme Bonino, la première Assemblée annuelle des associations non gouvernementales de consommateurs en Europe se tiendra à Bruxelles les 12 et 13 novembre 1998. L'objectif est d'organiser annuellement une large consultation avec un grand nombre d'associations non gouvernementales de consommateurs qui seront invitées à participer à des débats entre elles et avec la Commission.*

At the initiative of Mrs Bonino, the first Annual Assembly of non-governmental consumer associations in Europe will be held in Brussels on 12 and 13 November 1998. The aim is to have a general consultation once a year with a large number of NGO consumer associations who will be invited to have discussions between themselves and with the Commission. A first seminar, assembling the consumer associations from the applicant countries, will take place the preceding day, on 11 November.

The Assembly will be split into the following 3 working sessions:

1. The European Commission's 3-year priority programme for consumer policy, 1999-2001
2. The role of NGO associations in the new European consumer policy (Treaty of Amsterdam)
3. The reforms of the Common Agricultural and Fisheries Policies

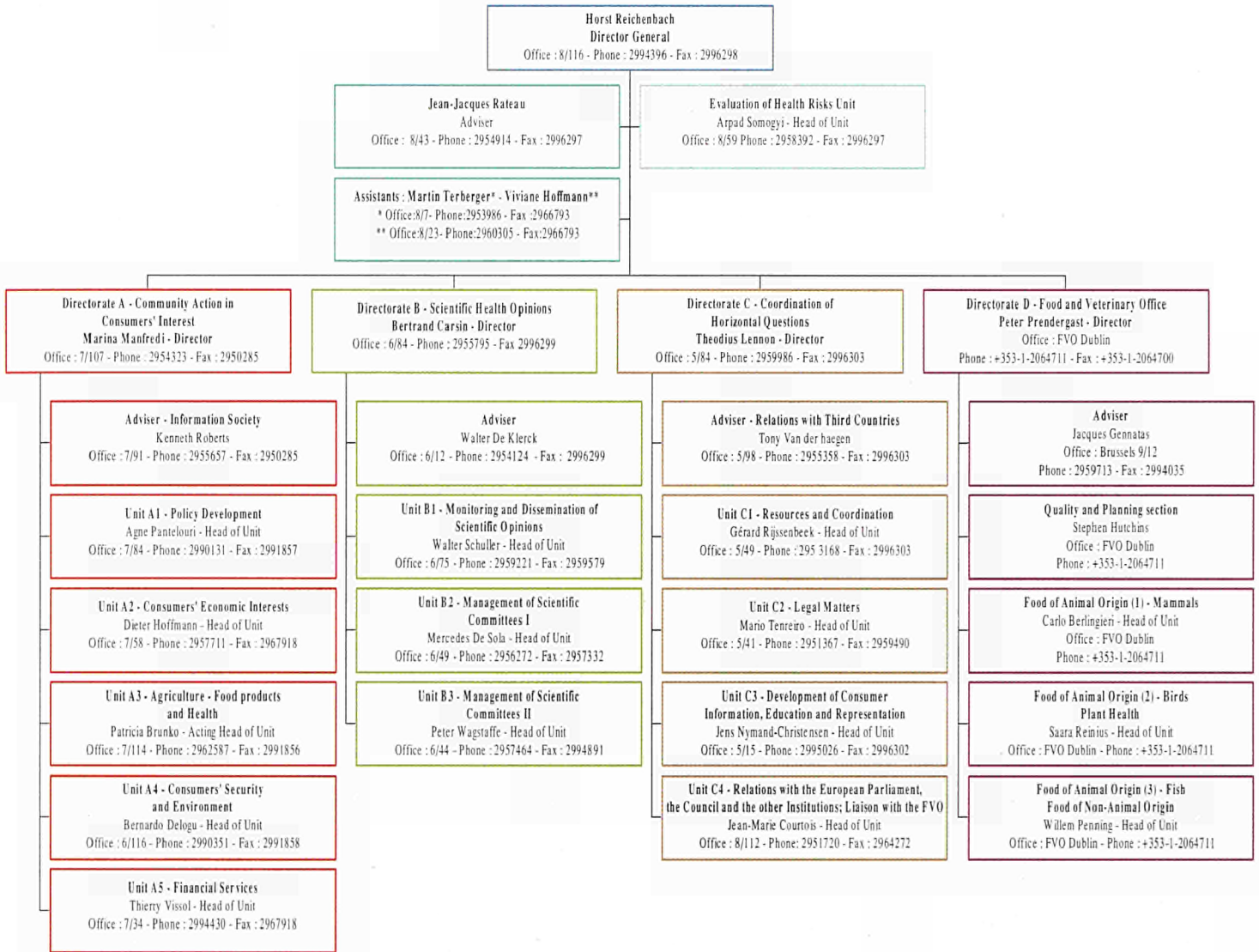
Each session will have a *rapporteur* who will report the results back to the plenary session of the Assembly. A final report will be submitted to European Commission. "Consumer Voice" will report on the conclusions in the next issue.

Ingeborg Thijn, DG XXIV

## Agenda des activités de la DG XXIV

15/10/1998	Launch of food safety campaign in Brussels by Commissioner Bonino	
03/11/1998	Consumers Council of Ministers meets in Brussels under Austrian Presidency	<i>Distance selling, Legal Base, 3 Year Priorities etc.</i>
11/11/1998	Consumer Associations of the 11 candidate countries meet in Brussels with DG XXIV and the Consumers Committee	<i>Meeting precedes Annual Assembly</i>
12/11/1998 & 13/11/1998	Annual Assembly of Consumer Associations in Brussels (Mr. Reichenbach to chair, Mme Bonino to speak)	<i>First ever such meeting. Candidate country CAs observe</i>
12/11/1998 & 13/11/1998	Presidency Forum on Insurance Intermediaries, Vienna	
19/11/1998 & 20/11/1998	"EuroChange", Training session for trainers within the consumer associations on the subject of the Euro, Brussels	<i>This training course is principally aimed at improving the consumer associations' expertise in matters relating to the EURO, so that they may then pass the information on to their members</i>
27/11/1998	Presidency Forum on the Euro, Vienna	
30/11/1998 & 1/12/1998	Conference on European Union and Food Safety - BSE, Brussels (organised by the European Parliament and the European Commission)	
3 & 4/12/98 and 10 & 11/12/98	"EuroChange", Training session for trainers within the consumer associations on the subject of the Euro, Brussels	
10/12/1998	Consumer Committee and UNICE Dialogue, Brussels	
11/12/1998	Meeting of the Consumer Committee, Brussels	

Directorate General XXIV  
Consumer Policy and Consumer Health Protection



DG XXIV on the Internet : <http://europa.eu.int/comm/dg24/>

Offices : Rue Belliard 232 - 1040 Brussels - Belgium \* Mail : B232 -200 Rue de la Loi - 1049 Brussels - Belgium

\* Phone : exchange (+32.2) 299.11.11 - Fax : (+32.2) 296.32.79

## “Consumer Voice”

European Commission • Commission Européenne • Europäische Kommission

DG XXIV “Consumer Policy and Consumer Health Protection”

DG XXIV “Politique des Consommateurs et Protection de leur Santé”

GD XXIV “Verbraucherpolitik und Gesundheitsschutz der Verbraucher”

Rue de la Loi 200 – B-1049 Brussels – Fax: (+32 2) 299 63 02 – e-mail: [consumer-voice@dg24.cec.be](mailto:consumer-voice@dg24.cec.be).

Editor in chief • Rédactrice responsable • Verantwortliche Redakteurin :

*Brigitte Reichle*

Date : Texts finalized: 1.10.1998

Date : Textes finalisés le: 1.10.1998

Datum: Redaktionsschluß: 1.10.1998

To obtain your (free) subscription to **Consumer Voice** simply fill in the reply coupon below and return it to the following address:

European Commission  
 DG XXIV  
 rue de la Loi 200  
 B232 5/18  
 B - 1049 Brussels  
 Fax: +32 2 299 63 02  
 Email: [Consumer-voice@dg24.ccc.be](mailto:Consumer-voice@dg24.ccc.be)

Name: .....  
 Forename: .....  
 Organization: .....  
 Profession: .....  
 Street: .....  
 Town: .....  
 Postcode: .....  
 Country: .....  
 Phone: .....  
 Fax: .....  
 Email: .....  
 Wishes to receive **Consumer Voice**

Please note it is **not** necessary for former subscribers to INFO-C to complete and return this reply coupon

N.B. Don't forget to inform us of any change of address!

Pour recevoir votre abonnement (gratuit) à **Consumer Voice**, il suffit de remplir le coupon réponse ci-dessous et de l'envoyer à l'adresse suivante:

DG XXIV «Politique des Consommateurs et protection de leur santé»  
 Commission européenne  
 rue de la Loi 200  
 B232 5/18  
 B - 1049 Bruxelles  
 Fax: +32 2 299 63 02  
 Email: [Consumer-voice@dg24.ccc.be](mailto:Consumer-voice@dg24.ccc.be)

Nom: .....  
 Prénom: .....  
 Organisation: .....  
 Profession: .....  
 Rue: .....  
 Ville: .....  
 Code postal: .....  
 Pays: .....  
 Tél.: .....  
 Fax: .....  
 Email: .....  
 Désire recevoir **Consumer Voice**

Veuillez noter qu'il n'est **pas** nécessaire aux anciens abonnés à INFO-C de remplir et renvoyer ce coupon réponse

N.B. N'oubliez pas de nous communiquer tout changement d'adresse!

Wenn Sie **Consumer Voice** im (Gratis-)Abonnement beziehen möchten, senden Sie bitte den ausgefüllten Antwortcoupon an folgende Adresse:

Europäische Kommission  
 GD XXIV  
 rue de la Loi 200  
 B232 5/18  
 B - 1049 Brüssel  
 Fax: +32 2 299 63 02  
 Email: [Consumer-voice@dg24.ccc.be](mailto:Consumer-voice@dg24.ccc.be)

Name: .....  
 Vorname: .....  
 Organisation: .....  
 Stellung: .....  
 Straße: .....  
 Ort: .....  
 Postleitzahl: .....  
 Land: .....  
 Telefon: .....  
 Fax: .....  
 E-Mail: .....  
 möchte **Consumer Voice**

Bitte beachten Sie, daß alle früheren INFO-C Abonnenten diesen Antwortabschnitt **nicht** auszufüllen und zurück zusenden brauchen

NB: Bitte vergessen Sie nicht, uns zu benachrichtigen, wenn sich Ihre Anschrift geändert hat!