



PARLEMENT EUROPÉEN

2009 – 2014

Document de séance

A7-0369/2011

21.10.2011

RAPPORT

sur la nouvelle stratégie pour la politique des consommateurs
(2011/2149(INI))

Commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs

Rapporteur: Kyriacos Triantaphyllides

SOMMAIRE

	Page
PROPOSITION DE RÉSOLUTION DU PARLEMENT EUROPÉEN	3
EXPOSÉ DES MOTIFS	16
RÉSULTAT DU VOTE FINAL EN COMMISSION	22

PROPOSITION DE RÉSOLUTION DU PARLEMENT EUROPÉEN

sur la nouvelle stratégie pour la politique des consommateurs (2011/2149(INI))

Le Parlement européen,

- vu la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne telle qu'incorporée dans les traités par l'article 6 du traité sur l'Union européenne (traité UE),
- vu l'article 26 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (traité FUE), lequel dispose que "le marché intérieur comporte un espace sans frontières intérieures dans lequel la libre circulation des marchandises, des personnes, des services et des capitaux est assurée selon les dispositions des traités",
- vu l'article 3, paragraphe 3, du traité UE, par lequel l'Union s'engage à œuvrer "pour le développement durable de l'Europe fondé sur une croissance économique équilibrée et sur la stabilité des prix, une économie sociale de marché hautement compétitive, qui tend au plein emploi et au progrès social, et un niveau élevé de protection et d'amélioration de la qualité de l'environnement",
- vu l'article 9 du traité FUE, qui dispose que "dans la définition et la mise en œuvre de ses politiques et actions, l'Union prend en compte les exigences liées à la promotion d'un niveau d'emploi élevé, à la garantie d'une protection sociale adéquate, à la lutte contre l'exclusion sociale ainsi qu'à un niveau élevé d'éducation, de formation et de protection de la santé humaine",
- vu l'article 11 du traité FUE, qui dispose que les "exigences de la protection de l'environnement doivent être intégrées dans la définition et la mise en œuvre des politiques et actions de l'Union, en particulier afin de promouvoir le développement durable",
- vu l'article 12 du traité FUE, qui dispose que les "exigences de la protection des consommateurs sont prises en considération dans la définition et la mise en œuvre des autres politiques et actions de l'Union",
- vu l'article 14 du traité FUE et le protocole n° 26 sur les services d'intérêt (économique) général qui y est annexé,
- vu la communication de la Commission intitulée "EUROPE 2020 – Une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive" (COM(2010)2020),
- vu sa résolution législative du 6 juillet 2011 sur la position du Conseil en première lecture en vue de l'adoption du règlement du Parlement européen et du Conseil concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 et abrogeant les directives 87/250/CEE, 90/496/CEE, 1999/10/CE, 2000/13/CE, 2002/67/CE, 2008/5/CE et le règlement (CE) n° 608/2004¹,

¹ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2011)0324.

- vu sa résolution législative du 23 juin 2011 sur une proposition de directive du Parlement européen et du Conseil sur les droits des consommateurs¹,
- vu le rapport annuel pour 2010 du réseau des centres européens des consommateurs (Réseau CEC) (Office des publications officielles de l'Union européenne (2011)),
- vu le document de travail des services de la Commission, du 7 avril 2011, sur la responsabilisation des consommateurs européens (SEC(2011)0469),
- vu la communication de la Commission du 11 mars 2011 sur les consommateurs et le marché unique, 5^e édition du tableau de bord des marchés de consommation (SEC(2011)0299),
- vu la communication de la Commission du 22 octobre 2010 intitulée "Assurer le bon fonctionnement des marchés dans l'intérêt des consommateurs", 4^e édition du tableau de bord des marchés de consommation (SEC(2010)1257),
- vu sa résolution du 20 octobre 2010 sur la crise financière, économique et sociale: recommandations concernant les mesures et initiatives à prendre (rapport à mi-parcours)²,
- vu sa résolution du 21 septembre 2010 sur l'achèvement du marché intérieur pour ce qui est du commerce en ligne³,
- vu sa résolution du 5 juillet 2011 sur un marché du commerce de détail plus efficace et plus équitable⁴,
- vu le rapport adressé le 9 mai 2010 par Mario Monti au président de la Commission, intitulé "Une nouvelle stratégie pour le marché unique",
- vu sa résolution du 20 mai 2010 sur un marché unique pour les consommateurs et les citoyens⁵,
- vu sa résolution du 9 mars 2010 sur la protection des consommateurs⁶,
- vu le rapport du 2 juillet 2004 de la Commission au Parlement européen et au Conseil concernant l'application du règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil du 27 octobre 2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs ("règlement relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs") (COM(2009)0336),
- vu la communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, intitulée "Le commerce

¹ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2011)0293.

² Textes adoptés de cette date, P7_TA(2010)0376.

³ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2010)0320.

⁴ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2011)0307.

⁵ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2010)0186.

⁶ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2010)0046.

électronique transfrontalier entre entreprises et consommateurs dans l'Union européenne" (COM(2009)0557),

- vu la communication de la Commission du 7 juillet 2009 au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions relative à une méthode harmonisée de classification des réclamations et demandes des consommateurs et de communication de données y afférentes (COM(2009)0346) et le projet de recommandation de la Commission l'accompagnant (SEC(2009)0949),
- vu la communication de la Commission du 2 juillet 2009 sur l'application de l'acquis communautaire en matière de protection des consommateurs (COM(2009)0330) et le rapport de la Commission sur l'application du règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs ("règlement relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs") (COM(2009)0336),
- vu la recommandation de la Commission du 29 juin 2009 concernant des mesures visant à améliorer le fonctionnement du marché unique¹ et la recommandation de la Commission du 12 juillet 2004 relative à la transposition en droit national des directives ayant un impact sur le marché intérieur²,
- vu la directive 2009/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 18 juin 2009 relative à la sécurité des jouets³,
- vu le règlement (CE) n° 765/2008 du Parlement européen et du Conseil du 9 juillet 2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et à la surveillance du marché pour la commercialisation des produits, qui vise à créer un ensemble de règles et de principes en matière d'accréditation et de surveillance du marché⁴,
- vu la communication de la Commission intitulée "Stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour la période 2007-2013: responsabiliser le consommateur, améliorer son bien-être et le protéger efficacement" (COM(2007)0099), ainsi que la résolution du Parlement du 20 mai 2008 sur la stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour la période 2007-2013⁵,
- vu le rapport du Comité économique et social européen, Section du marché unique, de la production et de la consommation, sur les obstacles au marché unique européen – 2008⁶,
- vu le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil du 27 octobre 2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs ("règlement

¹ JO L 176 du 7.7.2009, p.17.

² JO L 98 du 16.4.2005, p. 47.

³ JO L 170 du 30.6.2009, P; 1.

⁴ JO L 218 du 13.8.2008, p. 30.

⁵ JO C 180 E du 17.7.2008, p. 26.

⁶ http://www.eesc.europa.eu/smo/news/Obstacles_December-2008.pdf.

relatif à la coopération en matière de protection des consommateurs")¹,

- vu sa résolution du 12 décembre 2006 sur la position commune du Conseil en vue de l'adoption de la décision du Parlement européen et du Conseil établissant un programme d'action communautaire dans le domaine de la politique des consommateurs (2007-2013)²,
 - vu la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil ("directive sur les pratiques commerciales déloyales")³,
 - vu la directive 2004/113/CE du Conseil du 13 décembre 2004 mettant en œuvre le principe de l'égalité de traitement entre les femmes et les hommes dans l'accès à des biens et services et la fourniture de biens et services⁴,
 - vu l'article 48 de son règlement,
 - vu le rapport de la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs et l'avis de la commission des affaires économiques et monétaires (A7-0369/2011),
- A. considérant que les citoyens de l'Union ont un rôle majeur à jouer en tant que consommateurs dans la réalisation des objectifs visant à atteindre une croissance intelligente, inclusive et durable, inscrits dans la Stratégie Europe 2020, dans la mesure où les dépenses de consommation génèrent plus de la moitié du PIB de l'Union;
- B. considérant que, selon l'indice de privation matérielle, 16,3 % de la population de l'Union est exposée au risque de pauvreté et que ce pourcentage s'élève à 17,1 % pour les femmes;
- C. considérant que, comme l'indique l'Eurobaromètre spécial n° 342 d'avril 2011 sur la responsabilisation des consommateurs, une grande majorité d'entre eux sont confiants et s'estiment bien informés même s'ils restent nombreux à méconnaître la législation de base relative à la protection des consommateurs;
- D. considérant que les consommateurs ne forment pas un groupe homogène et qu'ils se différencient fortement les uns des autres en ce qui concerne leurs compétences, leur connaissance de la législation, leur fermeté et leur détermination à faire valoir leurs droits;
- E. considérant que, selon l'Eurobaromètre spécial n° 342 d'avril 2011 sur la responsabilisation des consommateurs, les femmes consacrent plus de temps que les hommes à faire des achats (3,7 heures en moyenne par semaine contre 2,8 heures)⁵;
- F. considérant que, selon la 5^e édition du tableau de bord des marchés de consommation de

¹ JO L 364 du 9.12.2004, p. 1.

² JO L 404 du 30.12.2006, p. 39.

³ JO L 149 du 11.6.2005, p. 22.

⁴ 2 JO L 373 du 21.12.04, p. 37.

⁵ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/docs/report_eurobarometer_342_en.pdf page 113

mars 2011, la situation des consommateurs demeure très variable d'un pays européen à l'autre;

- G. considérant le mécontentement des consommateurs concernant le fonctionnement des services financiers qui découle en partie des mauvais conseils qu'ils reçoivent, et le fait que, selon le tableau de bord des marchés de consommation, la plupart des consommateurs ignorent leurs droits dans le domaine des services financiers et sont à plus de 98 % incapables de choisir l'option d'investissement la plus appropriée, avec un coût estimé à 0,4 % du PIB de l'Union;
- H. considérant que la diffusion d'informations est un élément nécessaire et essentiel pour l'ensemble des services financiers destinés aux consommateurs; que la stratégie pour la politique des consommateurs doit admettre qu'il n'est pas suffisant de mettre en place des marchés concurrentiels permettant aux consommateurs de prendre des décisions au mieux de leurs intérêts; que pour optimiser leur efficacité, ces informations doivent être disponibles dans les langues nationales ou régionales officielles de l'Union;
- I. considérant que les groupes d'individus particulièrement vulnérables en raison d'une infirmité mentale, physique ou psychologique, de leur âge ou de leur crédulité, comme les enfants, les adolescents, les personnes âgées, ou certains individus fragilisés par leur situation socio-économique (personnes surendettées par exemple), doivent être particulièrement protégés;
- J. considérant que l'Union s'est fixé des objectifs de réduction des émissions de CO₂ et appelle à s'orienter vers des modèles de consommation plus durables;
- K. considérant qu'un marché intérieur opérationnel doit offrir aux consommateurs un choix plus vaste de produits et de services de qualité à des prix compétitifs ainsi qu'un niveau de protection élevé, y compris dans le domaine environnemental;
- L. considérant que le marché intérieur doit se développer sans porter atteinte à la protection des consommateurs tout en garantissant la libre circulation des services et en s'assurant que la protection des salariés est pleinement respectée;
- M. considérant que des consommateurs plus responsables sont mieux à même d'identifier les prix, conditions de vente et qualité de produits les plus avantageux, ce qui favorise la concurrence et l'innovation;
- N. considérant que les consommateurs européens tireraient de multiples avantages d'un marché intérieur pleinement intégré, tels que des prix moins élevés et un choix plus étendu de produits et de services;
- O. considérant que, comme l'indique le tableau de bord des marchés de consommation de mars 2011, les détaillants connaissent mal les droits fondamentaux des consommateurs européens, ce qui peut les rendre moins enclins aux échanges transfrontaliers et porter préjudice aux consommateurs;
- P. considérant que l'ensemble des parties prenantes, dont la Commission, les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la réglementation, les organisations de

défense des consommateurs et les entreprises, doivent s'appliquer à atteindre un haut niveau de protection et de responsabilisation des consommateurs car l'efficacité du contrôle des marchés et le respect de la réglementation sont essentiels pour éviter que des produits illégaux ou dangereux soient mis sur le marché européen et garantir qu'ils en soient retirés le cas échéant;

- Q. considérant que la crise économique actuelle rend d'autant plus important un contrôle strict et cohérent de l'application de la réglementation car la crise influe sur les choix des consommateurs;
- R. considérant que le Parlement européen et les parlements nationaux doivent continuer de collaborer étroitement à une meilleure transposition et une meilleure application de la réglementation relative à la protection des consommateurs;
- S. considérant que le Parlement européen et les parlements nationaux doivent protéger la santé et le bien-être des citoyens;

I. Objectifs principaux

1. se félicite de l'initiative de la Commission de lancer un programme de protection des consommateurs et souligne que la Commission se doit de proposer une politique volontariste en vue de définir une réglementation rationnelle permettant d'instaurer un cadre juridique cohérent; appelle en outre à fonder toutes les actions à venir en matière de politique des consommateurs sur une approche globale plaçant les consommateurs au cœur du marché unique;
2. souligne que les priorités politiques doivent se fonder sur les statistiques du tableau de bord des marchés de consommation; invite la Commission à tenir compte, dans le cadre de sa stratégie pour la politique des consommateurs, de la liste récemment publiée des vingt préoccupations majeures des citoyens et des entreprises vis-à-vis du marché unique;
3. salue les propositions inscrites par la Commission à son programme de travail pour 2012 visant au réexamen de sa politique et de sa stratégie législative à l'égard des consommateurs et à la mise en place d'initiatives au niveau de l'ensemble de ses services compétents; souligne notamment la nécessité de garantir, dans l'ensemble de l'Union européenne, que les consommateurs bénéficient de toute la protection offerte par les principaux textes législatifs, tels que la directive sur les pratiques commerciales déloyales et la directive sur le crédit à la consommation;
4. se félicite de l'approche stratégique de la protection des consommateurs, qui tire les enseignements de la stratégie 2007-2013; attire l'attention sur la nécessité, dans le cadre de la stratégie Europe 2020, de mieux articuler la politique des consommateurs par rapport aux objectifs sociaux et environnementaux;
5. souligne la nécessité d'une mise en œuvre et d'une application correctes de la réglementation existante (notamment de la dernière directive sur les droits des consommateurs) ainsi que de la diffusion d'informations appropriées concernant les droits et les obligations de chaque partie; insiste en outre sur le fait qu'il convient d'examiner l'acquis existant après l'adoption de la directive sur les droits des consommateurs et à la

lumière des nouvelles initiatives prévues;

6. souligne la nécessité d'harmoniser la mise en œuvre des politiques de protection des consommateurs et propose à cet égard de relancer la réflexion sur la répartition des actions envisagées entre les différents services de la Commission;
7. invite la Commission à garantir une meilleure coordination des différentes politiques européennes touchant aux intérêts des consommateurs;
8. invite la Commission et les États membres à renforcer la coopération internationale et l'échange d'informations avec les pays tiers dans le domaine de la protection des consommateurs;
9. met l'accent sur les nombreux défis qui attendent le programme de protection des consommateurs, notamment en ce qui concerne la responsabilisation des consommateurs, la réduction des inégalités, la promotion d'une consommation durable, la diminution de l'exposition aux produits dangereux et les actions de protection contre la publicité mensongère, notamment auprès des enfants; invite les responsables à réfléchir de façon approfondie à l'élaboration de politiques mieux adaptées pour fournir aux consommateurs les informations concrètes qui leur sont nécessaires, sans engendrer de charges supplémentaires pour les entreprises;
10. invite la Commission à garantir une protection particulière aux groupes de consommateurs particulièrement vulnérables en raison d'une infirmité mentale ou physique, d'une déficience psychologique, de leur âge ou de leur crédulité, ou fragilisés par leur situation sociale et financière; soutient les travaux de la Commission sur l'économie comportementale, qu'il tient pour essentiels afin de garantir que les mesures de protection des consommateurs soient appliquées avec efficacité;
11. invite la Commission à améliorer les critères et les dispositions nécessaires à la réalisation d'un plus grand nombre d'évaluations d'impact, à réexaminer si nécessaire la législation européenne affectant la politique des consommateurs et à établir les bonnes pratiques qui permettront aux États membres de mettre en œuvre de façon appropriée la législation existante;

II. Responsabilisation des consommateurs

12. relève le développement significatif du commerce électronique, qui joue désormais un rôle important pour les consommateurs, sachant que 40 % des citoyens européens font des achats en ligne; souligne qu'il importe de renforcer la confiance des consommateurs et des détaillants, notamment à l'égard du commerce transfrontalier en ligne, en garantissant les droits des consommateurs et en faisant respecter les obligations des détaillants sur Internet;
13. déplore l'écart quantitatif important entre les achats en ligne nationaux et les achats en ligne transfrontaliers; note que, selon le tableau de bord des marchés de consommation, 44 % des consommateurs hésiteraient à acheter des marchandises dans d'autres États membres car ils connaissent mal leurs droits et relève que la fraude et les retards ou absences de livraison constituent les principaux obstacles à la progression des achats

transfrontaliers; préconise par conséquent que la stratégie de l'Union pour la politique des consommateurs soutienne la croissance et l'innovation du commerce de détail et contribue à l'achèvement du marché unique numérique afin d'inciter les consommateurs européens à faire des achats dans d'autres pays de l'Union;

14. rappelle que la confiance des consommateurs est un puissant moteur économique du commerce classique et électronique, à l'échelle nationale et internationale;
15. souligne la nécessité d'informer les consommateurs de leurs droits et obligations et de garantir que leurs droits sont pleinement respectés s'agissant de l'utilisation d'Internet, des droits de propriété intellectuelle, de la protection des données personnelles et du respect de la vie privée;
16. souligne que les données des consommateurs sont d'une grande valeur commerciale, notamment les bases de données de profils personnels permettant de réaliser des actions publicitaires ciblées; fait observer que les utilisateurs sont pour la plupart inconscients de la valeur des informations qu'ils mettent volontairement à la disposition des entreprises et demande à la Commission de garantir que la publicité en ligne et les moteurs de recherche évoluent dans un environnement suffisamment concurrentiel et de veiller à ce que les entreprises respectent la législation en vigueur en ce qui concerne la protection des données des consommateurs;
17. souligne la nécessité d'offrir aux consommateurs et aux commerçants des informations plus transparentes et comparables, notamment au moyen de règles garantissant l'indication du prix unitaire, de sites Internet facilitant une comparaison précise et transparente des prix et d'un étiquetage informatif et efficace des produits;
18. souligne l'importance de l'étiquetage et demande à la Commission de prendre en compte les demandes spécifiques croissantes des consommateurs, concernant notamment le commerce équitable, l'empreinte carbone, les différentes possibilités de recyclage et la traçabilité des produits;
19. souligne la nécessité de garantir un accès universel aux réseaux de télécommunication à large bande et un large accès aux biens et aux services en ligne, notamment par la levée des restrictions en matière de distribution, la lutte contre la segmentation géographique et le développement des services de paiement électronique;
20. souligne que le programme de protection des consommateurs doit mettre l'accent sur le marché des supports de produits numériques, tels que les livres électroniques;
21. souligne qu'il est nécessaire de responsabiliser les consommateurs en leur donnant accès à des informations utiles, ciblées et compréhensibles; insiste sur le fait que les autorités européennes et nationales, les organisations de défense des consommateurs et les entreprises doivent intensifier leurs efforts en vue d'améliorer l'éducation des consommateurs; invite la Commission à promouvoir, en ce qui concerne le fonctionnement du marché unique, une législation favorable aux consommateurs garantissant que les intérêts de ces derniers soient pleinement pris en compte ;
22. invite la Commission et les États membres à soutenir les organisations de défense des

consommateurs et à renforcer leurs capacités dans chaque État membre afin de favoriser la responsabilisation des consommateurs;

23. insiste sur la nécessité d'éduquer les consommateurs dès leur plus jeune âge pour les rendre aptes à comprendre les indications apparaissant sur les produits et à en faire le meilleur usage; demande à la Commission de rendre plus identifiables et plus intuitifs les logos européens, dont le taux de reconnaissance semble encore peu satisfaisant à ce jour (notamment pour ce qui concerne le marquage CE de conformité aux normes européennes, l'écolabel européen, le ruban de Möbius pour le recyclage, ou les logos apposés sur les produits dangereux);
24. invite la Commission à mener des campagnes d'information auprès des consommateurs de l'ensemble des États membres afin de mieux les informer sur la signification et la portée du marquage européen CE tout en sensibilisant les milieux professionnels concernés à la sécurité des produits;
25. est convaincu que la société civile, les organisations de défense des consommateurs et les entreprises doivent trouver de nouveaux moyens de diffusion originaux des informations relatives au marché unique afin de permettre aux citoyens de tirer pleinement parti des possibilités qui leur sont offertes; souligne le rôle important que joue la société civile pour aider les PME et les consommateurs, notamment les plus vulnérables, tels que les jeunes ou les personnes ne disposant pas d'un accès à Internet, à surmonter les obstacles et les restrictions d'ordre linguistique, technologique et administratif dans les États membres;
26. déplore que le passage d'un fournisseur ou d'un tarif à un autre soit encore si difficile dans certains secteurs, ce qui entrave la liberté de choix des consommateurs et nuit à la concurrence; invite la Commission à examiner plus attentivement la question afin de garantir que les consommateurs exploitent pleinement le potentiel du marché intérieur;
27. invite la Commission à examiner les derniers obstacles qui se dressent devant les particuliers souhaitant changer de banque et à envisager les solutions pour les supprimer, notamment par la création d'un système de portabilité des numéros de compte bancaire à l'échelle européenne;
28. note l'importance pour les clients des banques de frais de gestion transparents, de délais de transaction plus rapides et de procédures de transfert de compte plus aisées;
29. relève que quelque 30 millions de citoyens européens n'ont pas accès aux services bancaires de base et appelle la Commission à présenter une proposition, comme elle l'avait annoncé dans le cadre de l'Acte pour le marché unique et dans son programme de travail pour 2011;

III. Protection des consommateurs et sécurité des produits

30. souligne la nécessité de concevoir des politiques de protection des consommateurs tenant compte des spécificités des groupes de consommateurs les plus vulnérables;
31. appelle à lier clairement la stratégie pour la politique des consommateurs et le programme relatif à la politique de concurrence et à mettre en place à cette fin une action commune

permettant de fournir les services les mieux adaptés aux besoins des consommateurs dans les meilleures conditions;

32. souligne la nécessité d'accroître d'urgence le niveau général de protection des consommateurs au sein de l'Union, notamment dans le cadre du prochain réexamen de la directive relative à la sécurité générale des produits; appelle la Commission, en collaboration avec les agences européennes, à étudier plus attentivement les effets des produits chimiques sur la santé des consommateurs, la résistance aux antibiotiques et les nanotechnologies, sur la base de la législation de l'Union en vigueur dans ces domaines;
33. souligne en outre la nécessité de renforcer les normes de sécurité applicables aux jouets et demande instamment aux États membres de transposer rapidement et de mettre pleinement en œuvre la nouvelle directive relative à la sécurité des jouets;
34. appelle la Commission à mettre au point un système commun d'évaluation et d'étiquetage des produits, comme indiqué dans sa résolution sur un marché unique pour les entreprises et la croissance, basé sur la totalité du cycle de vie des produits, notamment afin de simplifier, d'harmoniser et de surmonter les coûts de la fragmentation pour les entreprises et les consommateurs et d'éviter la publicité mensongère;
35. demande que soient mises en place de meilleures garanties de sécurité des produits, en particulier en ce qui concerne le commerce électronique dans le marché intérieur;
36. demande à ce que le système de notification RAPEX soit renforcé et rendu plus efficace et plus transparent pour les consommateurs, afin de garantir une meilleure prise de conscience globale des risques posés par certains produits de consommation et de permettre et aux autorités douanières de prendre rapidement les mesures qui s'imposent;
37. note, à cet égard, l'importance de la transparence et de la fiabilité des marchés, de l'amélioration des normes professionnelles et de l'absence de conflits d'intérêt dans la prestation de services financiers aux consommateurs, ainsi que le rôle essentiel que joue l'éducation financière;
38. souligne l'importance de l'accès à une éducation financière et à des conseils financiers, et réclame une meilleure réglementation de ces conseils;
39. rappelle que les nouvelles autorités européennes de surveillance (AES) disposent de compétences et de pouvoirs précis en matière de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers; souhaite que la stratégie pour la politique des consommateurs reflète ces pouvoirs et ces compétences et renforce les capacités de protection des consommateurs des AES en s'inspirant des meilleures pratiques actuelles des autorités nationales et en assurant une participation appropriée des parties intéressées, notamment des représentants des consommateurs;
40. appelle à un niveau élevé de protection des consommateurs sur tout le territoire de l'Union, afin de renforcer encore davantage le marché intérieur dans le domaine des services financiers et de lutter contre les pratiques protectionnistes;

41. demande qu'un financement ciblé soit consacré aux projets de recherche en matière de consommation, notamment dans le domaine du comportement des consommateurs et de la collecte de données, afin d'aider à concevoir des politiques répondant aux besoins des consommateurs;
42. propose de développer le soutien européen à la recherche dans des secteurs d'avenir, tels que la consommation verte et éthique ou le soutien à la mutualisation de biens de consommation courante (voitures, vélos, électroménager, etc.);
43. demande à la Commission de poursuivre ses travaux concernant la vente de biens et les clauses contractuelles abusives, la révision des règles concernant les pratiques commerciales déloyales, la directive sur le crédit à la consommation, la directive sur la publicité mensongère, et de façon plus générale d'examiner si les règles en matière de pratiques commerciales déloyales doivent s'appliquer aux relations d'entreprise à entreprise; demande instamment aux États membres de mettre en œuvre pleinement et correctement la réglementation et la législation du marché intérieur, notamment la directive sur les droits des consommateurs, la directive sur le commerce électronique et le règlement concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires;
44. invite la Commission, dans le cadre du programme de protection des consommateurs, à faire valoir l'importance de la normalisation afin de simplifier les processus complexes et les informations peu claires destinées aux consommateurs, notamment dans le domaine des services, et à s'assurer que les organisations de protection des consommateurs et les autorités nationales soient associées à cette tâche importante;

IV. Vers une politique de défense des consommateurs plus sociale et plus durable

45. appelle la Commission à introduire la notion d'accessibilité dans son programme de défense des consommateurs afin de garantir que les groupes les plus vulnérables puissent avoir accès aux produits et services essentiels;
46. fait observer que les personnes âgées ou handicapées sont encore confrontées à des problèmes de sécurité et d'accès aux biens et services courants; souligne à cet égard, que l'adoption de normes peut être efficacement utilisée pour rendre les biens et services accessibles à un maximum de consommateurs, indépendamment de leur âge ou de leurs état physique;
47. invite la Commission à prendre en considération l'égalité entre les sexes dans le programme de protection des consommateurs, conformément à son engagement à promouvoir la dimension de genre en tant que partie intégrante de ses politiques; appelle la Commission à s'assurer que ce programme exclut toute discrimination fondée sur le sexe en matière d'accès aux biens et services et de leur fourniture;
48. demande à la Commission d'examiner la meilleure façon d'améliorer la durabilité de la consommation des ménages afin de promouvoir l'innovation, la croissance économique et une économie à faible émissions de CO₂, conformément à l'objectif énoncé dans la stratégie Europe 2020; considère qu'il convient d'accorder une attention particulière aux systèmes d'énergie intelligents: le recours aux nouvelles technologies doit permettre à tous les usagers du réseau de participer au marché intérieur de l'énergie afin de réaliser des

économies d'énergie et de réduire ou de maîtriser les coûts y afférents, tout en préservant l'approvisionnement énergétique des consommateurs vulnérables;

49. appelle la Commission, les États membres et les acteurs concernés à coordonner leurs efforts pour mieux informer les consommateurs des moyens d'optimiser leurs achats et leur consommation de denrées alimentaires, afin de prévenir et d'enrayer le gaspillage alimentaire;
50. souligne l'importance d'évaluer l'impact de la libéralisation sur le taux de satisfaction des consommateurs et appelle à cet égard, à évaluer le fonctionnement du marché de l'énergie;

V. Contrôle du respect des droits des consommateurs et voies de recours

51. encourage la Commission à continuer d'aider les centres européens des consommateurs (réseau CEC), qui doivent jouer un rôle prépondérant pour informer les consommateurs de leurs droits et les soutenir en cas de réclamation, et à mettre en valeur leurs travaux; souligne que le réseau transfrontalier d'application des lois et de coopération en matière de protection des consommateurs (réseau CPC) est essentiel pour garantir une application efficace de la réglementation protégeant les consommateurs et pour renforcer la coopération entre les autorités nationales compétentes;
52. appelle la Commission à user de tous les moyens qui lui sont conférés par les traités pour améliorer la façon dont l'ensemble de la législation européenne relative à la protection des consommateurs est transposée, mise en œuvre et contrôlée; appelle les États membres à intensifier leurs efforts en vue de mettre pleinement et correctement en œuvre cette législation;
53. appelle à mettre en place des mécanismes de recours plus accessibles et plus efficaces, comme les modes non contentieux de règlement des conflits, les recours collectifs ou le règlement des litiges en ligne, afin de favoriser la responsabilisation des consommateurs sur l'ensemble du territoire de l'Union; note avec inquiétude que l'absence actuelle de mesures de dédommagement constitue une grave lacune du système juridique car elle permet aux opérateurs commerciaux de réaliser des bénéfices illicites;
54. demande que les consommateurs européens aient accès à des mécanismes de recours efficaces, qui sont essentiels pour l'élimination des obstacles dans le marché intérieur, notamment en ce qui concerne le commerce électronique, et invite la Commission à présenter en ce sens une ou plusieurs propositions dans le cadre de la procédure législative ordinaire, afin d'assurer une participation appropriée du Parlement;
55. se félicite des travaux en cours visant à mettre en place un système alternatif de règlement des conflits (European alternative dispute resolution) empruntant les systèmes nationaux et les systèmes d'entreprises et assurant à la fois un niveau élevé de protection aux consommateurs et un environnement commercial équitable aux entreprises;
56. invite la Commission à s'appuyer sur les meilleures pratiques des États membres, tels que le modèle de l'ombudsman des pays nordiques, et à examiner la possibilité de conférer au réseau des centres européens des consommateurs une autorité légale en ce qui concerne la résolution des litiges liés à la consommation;

57. est convaincu que ce système consolidera le marché unique et constituera une solution équitable de recours pour le consommateur en cas de litige transfrontalier, ce qui permettra de renforcer la confiance entre les consommateurs et les entreprises et d'éviter aux deux parties des procédures judiciaires coûteuses;
58. invite la Commission à lancer un débat interinstitutionnel sur la voie à suivre afin d'améliorer la protection juridique des consommateurs, dans le respect de l'approche adoptée par la directive relative aux droits des consommateurs;
59. insiste sur le fait qu'il convient de prévoir, au titre du prochain cadre financier pluriannuel pour la période postérieure à 2013, un financement adéquat pour les mesures visant les objectifs arrêtés dans le présent rapport et dans le programme de protection des consommateurs qui sera adopté prochainement; souligne la nécessité d'un financement adéquat et garanti de l'Union pour que les organisations de défense des consommateurs soient à même de représenter ces derniers dans tous les États membres;
- o
- o o
60. charge son Président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission, ainsi qu'aux gouvernements et aux parlements des États membres.

EXPOSÉ DES MOTIFS

La Commission européenne compte publier d'ici mai 2012 un agenda pour la protection des consommateurs, qui s'inscrira dans le prolongement de la Stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour la période 2007-2013 (COM(2007)99 final). Cet agenda prendra la forme d'une communication de la Commission et regroupera toutes les initiatives en faveur des consommateurs à partir de 2012 et au-delà, mais ira au-delà de la Stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour 2007-2013. Il y a lieu de se féliciter de cette approche ambitieuse et la Commission est invitée instamment à lancer aussi un livre vert de manière à associer aux discussions les organisations de défense des droits des consommateurs, les citoyens, les parlements nationaux et les gouvernements.

L'agenda pour la protection des consommateurs couvrira tous les thèmes et défis majeurs qui se posent à nous en matière de protection des consommateurs. Il devrait être un jalon dans la politique de l'Union dans ce domaine et il donnera, pour la première fois, un sens concret au principe inscrit dans le traité UE selon lequel les intérêts des consommateurs doivent être pris en compte dans chacune des différentes politiques pertinentes de l'Union.

La toute première priorité de l'agenda pour la protection des consommateurs devrait être de garantir la sécurité alimentaire, la santé et la sécurité des produits. Il importe aussi d'y aborder la réduction des inégalités entre les consommateurs en Europe, la mise en place d'une économie à faible intensité carbonique, comme énoncé dans la Stratégie Europe 2020, et la protection des enfants contre la publicité. Plus généralement, une réponse doit être apportée face aux nouveaux défis qui se posent aux sociétés modernes: mondialisation des marchés, numérisation de l'économie et vieillissement de la population, sans oublier les instruments assurant le contrôle de l'application de la réglementation et les voies de recours ainsi que le soutien à apporter aux organisations de consommateurs.

Le tableau de bord des marchés de consommation et l'agenda pour la responsabilisation des consommateurs

Des études récentes de la Commission montrent qu'il faut responsabiliser de plus en plus les consommateurs. La responsabilisation des consommateurs dépend de la connaissance par ces derniers de leurs droits et d'une bonne information, de l'existence d'organisations non-gouvernementales et d'autorités publiques reconnues et efficaces, de médias actifs et de voies de recours simples et accessibles.

La qualité de la situation en matière de protection des consommateurs dans les États membres est suivie grâce aux tableaux de bord des marchés de consommation, dont la dernière édition date de mars 2011 (SEC(2011)). Le cinquième tableau de bord des marchés de consommation, publié le 11 mars 2011 par la Commission, fait apparaître un net redressement de la situation dans la quasi-totalité des États membres après la brutale détérioration de 2009. Il confirme aussi un écart croissant entre le commerce électronique intérieur et transfrontalier, une extension de la pauvreté et l'absence d'accès aux biens et services fondamentaux pour de

nombreux citoyens en Europe ainsi que les vives préoccupations des consommateurs quant à la sécurité alimentaire.

Le dossier relatif à la responsabilisation des consommateurs, publié par la Commission le 11 avril 2011, a mis au jour la méconnaissance par les consommateurs des droits qui sont les leurs et confirmé la nécessité d'étudier comment les responsabiliser. Les consommateurs doivent être en mesure d'appréhender les meilleurs outils possibles offerts par Internet pour se tenir informés de leurs droits, faire des choix éclairés et faire valoir au mieux ces droits sur un marché semé d'écueils. Les autorités publiques tout comme les organisations de consommateurs ont un rôle actif à jouer, et des financements appropriés doivent leur être assurés. Favoriser la constitution d'organisations de consommateurs fortes et compétentes et les soutenir peuvent véritablement aider les consommateurs à mieux prendre conscience de leurs droits et à faire entendre leurs intérêts à la fois au stade de l'élaboration des politiques et dans la vie de tous les jours.

En octobre 2011, la sixième édition du Tableau de bord mettra en lumière les 50 principaux marchés de consommation en fonction de la perception qu'en ont les consommateurs à plusieurs égards: transparence, comparabilité, confiance, problèmes, plaintes, phénomène de "butinage" et niveau de satisfaction générale.

Les études mentionnées ci-dessus placent l'Union dans l'obligation d'agir concrètement pour accroître la responsabilisation des consommateurs et leur protection.

Viabilité sociale et environnementale

La situation en ce qui concerne les consommateurs varie considérablement d'un point à l'autre de l'Europe. Pour les 499 millions de personnes, citoyens, êtres humains, que compte l'Union la situation est très diverse. Environ 80 millions de personnes, dont 19 millions d'enfants, sont dans l'incapacité de se procurer des biens fondamentaux comme un logement chauffé, payer un loyer ou s'offrir des congés d'été hors de chez soi. Il importe d'étudier ces inégalités et d'inscrire l'aspect de l'accessibilité économique à l'agenda pour la protection des consommateurs. Pour réduire les inégalités entre les consommateurs et les citoyens, il est capital que les services de protection sociale soient financés sur la base de la solidarité et soient accessibles à tout un chacun.

Aux termes de la Stratégie Europe 2020, l'Union a pour objectif une croissance intelligente, durable et inclusive. L'Union s'est fixé des objectifs ambitieux en matière de réduction des émissions de CO₂ et, pour atteindre ces objectifs et favoriser une économie à faible intensité de carbone dans l'Union, il faut œuvrer à ce que la consommation privée devienne durable, puisqu'elle représente 56 % du PIB de l'UE.

L'agenda pour la protection des consommateurs doit examiner comment la consommation privée peut promouvoir une économie à faible intensité carbonique. Les transports et l'énergie constituent les deux sources d'émission de CO₂ qui progressent le plus rapidement dans l'Union. Le marché intérieur crée des externalités en termes d'émission de CO₂. L'agenda doit promouvoir la transition vers une économie à faible intensité carbonique, ce qui implique de privilégier une consommation locale afin de réduire les émissions de CO₂ imputables aux transports dans l'Union. Cela signifie aussi de promouvoir le recyclage et la consommation de

biens de seconde main; mais il ne suffit pas de recycler: les produits offerts à la consommation doivent avoir la plus grande efficacité énergétique.

Autre aspect à prendre en compte dans l'agenda pour la protection des consommateurs, le gaspillage des denrées alimentaires, dans une Union où environ 90 millions de tonnes de denrées alimentaires sont jetées chaque année. Avec une population mondiale de 9 milliards de personnes en 2050 et une progression de la demande de denrées alimentaires de 70 %, les défis seront immenses pour les systèmes agricoles planétaires et pour les consommateurs en Europe. Raison de plus pour encourager une production alimentaire locale et écologique.

L'agenda pour la protection des consommateurs doit être visionnaire et holistique; il doit être à l'écoute de ce qui se passe dans le monde. Actuellement, du fait du changement climatique, l'avenir peut s'avérer catastrophique; il importe donc que la société de consommation se réforme en profondeur. L'agenda doit promouvoir l'objectif d'une croissance durable, prévu dans la Stratégie Europe 2020, et donc inscrire dans la durée l'accroissement de la consommation publique des services, dans des secteurs comme l'éducation, les soins de santé et les soins aux personnes âgées. C'est ce qui compte réellement dans la vie: renforcer la communauté et ne pas générer d'émissions de CO₂.

Pour promouvoir une consommation durable, il importe aussi d'agir sur le levier des marchés publics. Il doit devenir non seulement possible mais aussi obligatoire, dans les marchés publics, de viser un haut niveau de protection environnementale sans transiger pour autant sur le droit du travail et les conventions collectives.

Sécurité alimentaire et sécurité des produits

Selon un sondage réalisé parmi les organisations membres du BEUC (Bureau européen des unions de consommateurs), les deux principales priorités pour les consommateurs sont une meilleure protection dans le domaine des services financiers et de l'alimentation, et notamment la hausse récente des prix des produits alimentaires. En tant que consommateurs, une large part de nos revenus est consacrée à l'alimentation et il est donc fondamental que la sécurité des denrées alimentaires, leur étiquetage ainsi que d'autres aspects y relatifs figurent en bonne place dans l'agenda pour la protection des consommateurs.

Pour lutter contre l'obésité et pour favoriser le choix de produits sains, il faut mieux informer les consommateurs qu'aujourd'hui. L'information concernant les denrées alimentaires doit être complète et aisée à comprendre. Les normes en matière de sécurité alimentaire doivent être renforcées et l'étiquetage durable des denrées alimentaires devenir la règle, de façon que les consommateurs puissent de plus en plus faire des choix éclairés. L'étiquetage des denrées alimentaires fait l'objet de la proposition de règlement sur l'information des consommateurs mais, vu l'importance de l'alimentation pour les consommateurs, il est capital que l'étiquetage des denrées alimentaires figure dans l'agenda.

Toutefois, il ne suffit pas d'étiqueter pour lutter contre l'obésité, les pesticides et les autres substances chimiques dangereuses. Il nous faut interdire bien plus de substances actuellement sur le marché et en restreindre l'utilisation; c'est le cas par exemple des acides gras trans artificiels présents dans la plupart des produits alimentaires transformés, qui contribuent aux maladies cardio-vasculaires et grèvent nos systèmes de soins de santé.

Toujours au chapitre des denrées alimentaires, de la santé et de la sécurité, le nouvel agenda doit aussi prendre en compte la menace que constituent les bactéries résistantes aux antibiotiques. Si nous n'agissons pas maintenant, notre santé et nos systèmes de soins de santé seront mis en péril. L'agenda pour la protection des consommateurs se doit de prendre en compte cette menace effrayante tout d'abord en éliminant progressivement l'utilisation, massive et sans raison médicale, des antibiotiques dans l'industrie de la viande, qui pose de graves problèmes de santé publique.

La Commission doit aussi agir concrètement dans le cadre de l'agenda pour réduire l'exposition des consommateurs et de l'environnement aux substances et produits chimiques dangereux. Chaque jour, les consommateurs sont en contact avec des "cocktails" de substances chimiques dont chacun sait qu'elles provoquent des cancers et perturbent les systèmes endocriniens, tels les parabènes, utilisés comme conservateurs dans la quasi-totalité des produits cosmétiques, des crèmes et des shampoings. Avec des produits chimiques aussi dangereux et d'un usage aussi répandu dans les produits de consommation, l'étiquetage ne suffit pas. La Commission doit s'attacher à développer la recherche sur les risques sanitaires que présentent les parabènes. Il importe aussi d'étudier attentivement l'exemple du Danemark, qui a interdit les parabènes dans les produits destinés spécifiquement aux jeunes enfants.

Le système de notification RAPEX doit devenir plus transparent et efficace pour que les législateurs prennent davantage conscience des risques posés par tel ou tel produit de consommation. Les règles relatives à la sécurité générale des produits doivent être renforcées et leur application améliorée, et des règles spécifiques concernant les produits dangereux doivent être élaborées ou améliorées. Les nanotechnologies doivent être correctement réglementées et la présence de nanomatériaux dans les produits doit être mentionnée sur l'étiquette. Par ailleurs, la réalisation par des tierces parties indépendantes d'essais quant à la sécurité des jouets doit être exigée dans des cas spécifiques.

Les enfants et la publicité

Les enfants appartiennent à l'un des groupes de consommateurs les plus vulnérables. Même s'ils ne sont pas des "consommateurs" au même titre que les adultes, dans la mesure où ils ne peuvent faire des choix éclairés, ils sont la cible d'une publicité omniprésente. Ce problème est à prendre en compte dans l'agenda pour la protection des consommateurs.

Il est particulièrement urgent de protéger les enfants contre la publicité sur les denrées alimentaires mauvaises pour la santé. 177 millions d'enfants dans le monde souffrent d'obésité et, selon les organisations de consommateurs, la publicité massive dont les enfants sont la cible en est l'une des raisons.

Il est indispensable que l'Union s'intéresse à ce problème dans le cadre de l'agenda pour la protection des consommateurs, de façon à protéger les enfants contre la publicité. En Suède, depuis 1991, toute publicité à la télévision et toute publicité directe ayant pour cible des enfants de moins de 12 ans sont interdites. Les enfants sont des enfants et non des consommateurs. Une des grandes priorités de l'agenda devrait donc être d'intégrer l'enfant

d'un bout à l'autre de la démarche et de proposer d'interdire la publicité à la télévision et en direct à l'adresse des enfants de moins de 12 ans.

Environnement numérique

La promotion des intérêts du "consommateur numérique" constitue un enjeu majeur pour la politique des consommateurs à venir. Les défis ne manquent pas à cet égard: offrir aux consommateurs un environnement numérique sécurisé, leur garantir l'accès aux réseaux de télécommunications, en tant que moyen d'insertion sociale et économique, et faire en sorte que leurs droits fondamentaux soient respectés, notamment en ce qui concerne la protection des données personnelles. En outre, la concurrence sur le marché européen des télécommunications doit avoir pour but de garantir le choix des consommateurs et la qualité des produits.

Contrôle de l'application de la réglementation et voies de recours

Les recours collectifs et les mécanismes non contentieux de règlement des conflits sont des piliers majeurs d'une stratégie en matière de politique de protection des consommateurs. Que des mécanismes non contentieux de règlement des conflits aient été intégrés, parmi les priorités de la Commission dans l'acte pour le marché unique, est une bonne chose mais un règlement non contentieux passe nécessairement par la mise en place de mécanismes propres. La Commission est invitée à présenter sans délai une proposition législative concernant un instrument juridique visant à assurer aux consommateurs, partout dans l'Union, la possibilité d'agir collectivement en justice. Il faut combler sans tarder cette lacune béante dans les outils dont disposent les consommateurs pour faire valoir leurs droits.

Enfin, une forte représentation des intérêts des consommateurs constitue le gage d'une société civile saine. Cette représentation doit être rendue possible et favorisée non seulement au niveau de l'UE mais aussi au niveau national, dans tous les États membres. Plusieurs années après leur adhésion à l'Union, tel n'est pas le cas dans tous nos pays et il est indispensable de renforcer les capacités des mouvements de défense de consommation, là où elles font encore défaut.

RÉSULTAT DU VOTE FINAL EN COMMISSION

Date de l'adoption	11.10.2011
Résultat du vote final	+: 36 -: 2 0: 0
Membres présents au moment du vote final	Burkhard Balz, Sharon Bowles, Udo Bullmann, Pascal Canfin, Nikolaos Chountis, George Sabin Cutaş, Leonardo Domenici, Diogo Feio, Elisa Ferreira, Ildikó Gáll-Pelcz, Jean-Paul Gauzès, Sven Giegold, Sylvie Goulard, Othmar Karas, Jürgen Klute, Rodi Kratsa-Tsagaropoulou, Werner Langen, Astrid Lulling, Arlene McCarthy, Ivari Padar, Alfredo Pallone, Anni Podimata, Antolín Sánchez Presedo, Olle Schmidt, Edward Scicluna, Peter Simon, Theodor Dumitru Stolojan, Ivo Strejček, Kay Swinburne, Marianne Thyssen, Ramon Tremosa i Balcells, Corien Wortmann-Kool
Suppléant(s) présent(s) au moment du vote final	Elena Băsescu, Sari Essayah, Ashley Fox, Sophia in 't Veld, Olle Ludvigsson, Thomas Mann, Sirpa Pietikäinen, Gianni Pittella

RÉSULTAT DU VOTE FINAL EN COMMISSION

Date de l'adoption	17.10.2011
Résultat du vote final	+ : 23 - : 0 0 : 10
Membres présents au moment du vote final	Cristian Silviu Buşoi, Lara Comi, Anna Maria Corazza Bildt, António Fernando Correia De Campos, Jürgen Creutzmann, Cornelis de Jong, Christian Engström, Evelyne Gebhardt, Malcolm Harbour, Iliana Ivanova, Sandra Kalniete, Kurt Lechner, Hans-Peter Mayer, Gianni Pittella, Mitro Repo, Robert Rochefort, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Róza Gräfin von Thun und Hohenstein, Barbara Weiler
Suppléant(s) présent(s) au moment du vote final	Ashley Fox, Anna Hedh, Liem Hoang Ngoc, María Irigoyen Pérez, Othmar Karas, Constance Le Grip, Emma McClarkin, Antonia Parvanova, Konstantinos Poupakis, Olga Sehnalová, Kyriacos Triantaphyllides, Anja Weisgerber