

# 30<sup>e</sup> séminaire du CEIES

## Statistiques de la protection des consommateurs

Ljubljana, 1 et 2 juin 2006



COMMISSION  
EUROPÉENNE



THÈME  
Statistiques  
Générales  
et Régionales

*Europe Direct est un service destiné à vous aider à trouver des réponses aux questions que vous vous posez sur l'Union européenne.*

**Un numéro unique gratuit (\*):  
00 800 6 7 8 9 10 11**

(\* Certains opérateurs de téléphonie mobile ne permettent pas l'accès aux numéros 00 800 ou peuvent facturer ces appels.

De nombreuses autres informations sur l'Union européenne sont disponibles sur l'internet via le serveur Europa (<http://europa.eu>).

Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes, 2006

ISBN 92-79-02697-6

ISSN 1725-1354

© Communautés européennes, 2006

# 1<sup>er</sup> jour 1er juin 2006

## **1. SÉANCE D'OUVERTURE ACCUEIL DES PARTICIPANTS**

*Mme Ineke Stoop, présidente du sous-comité Statistiques sociales du CEIES*  
*Mme Irena Križman, directeur général, Office statistique de la République de Slovénie*  
*M. Michel Glaude, directeur, Eurostat*

## **2. STATISTIQUES DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS PRÉSIDENTE: M. JOACHIM LAMEL, MEMBRE DU COMITÉ DIRECTEUR, SOCIÉTÉ AUTRICHIENNE DE STATISTIQUE**

*Mme Johanna Varjonen, Centre national de recherche sur la consommation, Helsinki:*  
*Modification des comportements du consommateur*

*Mme Agne Pantelouri, directrice, direction générale Santé et protection des consommateurs, Commission européenne: Besoins statistiques pour la politique de protection des consommateurs*

*M. Antonio Puente Rodero, Eurostat: Sources statistiques sur la protection du consommateur disponibles à Eurostat*

## **3. SATISFACTION DU CONSOMMATEUR (CONCEPTS, MÉTHODES, ET MESURE) PRÉSIDENTE: MME AGNE PANTELOURI, DIRECTRICE, DG SANCO**

*M. Olivier Henry-Biabaud, directeur général, IPSOS Belgium – «Mise au point des indicateurs sur la satisfaction du consommateur» et enquêtes continues de IPSOS Belgium*

## **DÉBAT OUVERT - VALIDATION DE LA MÉTHODOLOGIE ET ÉTAPES SUIVANTES**

## **4. MESURE DES PRIX DU MARCHÉ INTÉRIEUR PRÉSIDENTE: M. MICHEL GLAUDE, DIRECTEUR, EUROSTAT**

*M. Erik Brouwer, Price Waterhouse Coopers, Pays-Bas: Présentation des méthodes pour collecter les prix des services fournis aux consommateurs*

## **DÉBAT OUVERT - VALIDATION DE LA MÉTHODOLOGIE ET ÉTAPES SUIVANTES**

**2<sup>e</sup> jour**  
**2 juin 2006**

**4. MESURE DES PRIX DANS LE MARCHÉ INTÉRIEUR (SUITE)**  
**PRÉSIDENTE: M. MICHEL GLAUDE, DIRECTEUR, EUROSTAT**

*M. Reno Camilleri, Malta Statistics Authority : Protection des consommateurs et indice des prix à la consommation*

**PRÉSENTATION ET DISCUSSION**

**5. SANTÉ, SÛRETÉ ET SÉCURITÉ DU CONSOMMATEUR**  
**PRÉSIDENTE: MME LEA BREGAR, FACULTÉ D'ÉCONOMIE, UNIVERSITÉ DE LJUBLJANA**

*Mme Ana-Maria Martínez Palou, Eurostat: Présentation sur les statistiques de sécurité alimentaire*

*M. Robert Bauer, secteur «Intérieur, loisirs et sports» du Conseil autrichien de la sécurité routière: Présentation sur la sécurité autre qu'alimentaire: Etude de faisabilité sur l'amélioration de la collecte des données dans le cadre de la base de données sur les blessures (IDB). Discussion de l'étude et des travaux en cours dans ce domaine*

*Mme Borka Jerman-Blažič, Comité directeur du Internet Society European Chapters Coordinating Council, Barcelone, Espagne et Institut Jožef Stefan, Faculté d'économie, Université de Ljubljana: Sécurité, Protection des données et de la vie privée dans les services en ligne: menaces et mesures correctives*

**DÉBAT OUVERT**

**SYNTHÈSE**

*Mme Ineke Stoop, présidente du sous-comité Statistiques sociales du CEIES*

**RÉACTION D'EUROSTAT**

*M. Michel Glaude, directeur, Eurostat: Le rôle d'Eurostat dans la collecte des statistiques sur le consommateur: priorités pour le prochain programme quinquennal*

**CONCLUSIONS**

*Mme Margit Epler, vice-présidente du CEIES*

**FIN DU SÉMINAIRE**

\*\*\*\*\*

## **Contexte et objectif de ce séminaire**

La politique de protection des consommateurs est au premier plan des objectifs stratégiques de la Commission européenne visant à une meilleure qualité de vie pour tous. La création d'une Direction générale «Santé et consommation» et la réorganisation du travail de réglementation et du travail scientifique à l'aube du nouveau millénaire démontre que les questions relatives à la consommation sont de plus en plus importantes dans la politique communautaire. Le développement de la politique de protection des consommateurs au niveau de l'UE est considéré comme essentiel pour un renforcement progressif du marché intérieur et ultérieurement pour une expansion régionale. Gagner la confiance des citoyens de l'UE au sein d'un marché en expansion est indispensable au renforcement de la compétitivité économique en Europe.

En 2002, la Commission européenne a adopté une nouvelle stratégie de politique de protection des consommateurs, qui fixe trois objectifs principaux à atteindre en 2006:

- un haut niveau standard de protection du consommateur en Europe,
- l'application effective des règles de protection des consommateurs;
- la participation des organisations de défense des consommateurs aux politiques communautaires.

Cinq sessions plénières sont planifiées pour le séminaire de deux jours; chacune d'entre elles mettra en lumière le point de vue à la fois de producteurs et d'utilisateurs d'horizons différents.

Le but de ce séminaire est de promouvoir le dialogue entre les utilisateurs et producteurs de statistiques et la recherche sur la protection des consommateurs afin

- (i) d'augmenter la disponibilité des statistiques et de combler les lacunes,
- (ii) d'améliorer leur qualité et leur pertinence pour une (future) prise de décision politique, et
- (iii) de s'assurer qu'elles couvrent tous les domaines présentant un intérêt pour les statistiques de protection des consommateurs

## **Qu'est-ce que le CEIES?**

Le CEIES est le sigle de «Comité consultatif européen de l'information statistique dans les domaines économique et social». Sa mission est d'assister le Conseil et la Commission dans la coordination des objectifs de la politique de l'information statistique communautaire, en prenant en compte les besoins des utilisateurs et les coûts supportés par les producteurs de l'information.

Le comité a été institué par la décision 91/116/CEE du Conseil du 25 février 1991. Cette décision a été modifiée par la décision 97/255/CE du Conseil du 19 avril 1997, suite à l'entrée de l'Autriche, de la Finlande et de la Suède.

Le CEIES est présidé par le Commissaire responsable d'Eurostat. La vice-présidente est Mme Margit Epler, Autriche. Le CEIES est composé de deux membres privés par État membre, de trois membres de la Commission européenne, du président du Comité des statistiques monétaires, financières et de balance des paiements (CMFB), ainsi que des présidents ou directeurs généraux des instituts nationaux de statistiques des États membres.



Comité consultatif européen de l'information statistique dans les domaines économique et social.

Secrétariat: Eurostat, Unité A-2

Fax (352) 4301-32629

<http://ec.europa.eu/eurostat>

e-mail: [estat-ceies@ec.europa.eu](mailto:estat-ceies@ec.europa.eu)

**Organisateurs:** *Sous-comité Statistiques sociales du CEIES: Mme I. Stoop, présidente, M. K. Degroote, M. F. Marques, Graf Pückler, M. A. Golini, M. R. Ramm-Schmidt, Mme G. Kasnauskiene, M. A. Mankevicius, Mme I. Kotowska, Mme K. Mossler, avec l'aide de Mme M. Epler, vice-présidente du CEIES et de Mme E. Kilpiö, membre du CEIES*  
*Eurostat: M. A. Puente-Rodero*  
*DG Sanco: Mme M. Altmutter, M. A. Kyriacou*

**Secrétariat du CEIES:** *M. G. Wächter, Mme M.-P. Scheidhauer, Mme S. Blair*

## CONTENU

*Les actes des séminaires constituent un recueil de documents préparés par les orateurs avant le séminaire. Ils ne reprennent ni les débats ni les discussions des tables rondes ou des panels.*

*Les documents présentés et publiés ci-après ne représentent que les opinions de leurs auteurs et ne reflètent pas nécessairement une position officielle de leurs institutions ou organisations.*

*Cette publication contient les résumés des documents présentés lors du séminaire. Les documents complets sont disponibles dans la version anglaise.*

### SÉANCE D'OUVERTURE

<i>Mme Ineke Stoop, présidente du sous-comité Statistiques sociales du CEIES.....</i>	8
<i>Mme Irena Križman, directeur général, Office statistique de la République de Slovénie.....</i>	11
<i>M. Michel Glaude, directeur, Eurostat.....</i>	13

### STATISTIQUES DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

<i>Mme Johanna Varjonen, Centre national de recherche sur la consommation, Helsinki: Modification des comportements du consommateur.....</i>	15
<i>Mme Agne Pantelouri, directrice, direction générale Santé et protection des consommateurs, Commission européenne: Besoins statistiques pour la politique de protection des consommateurs.....</i>	16
<i>M. Antonio Puente Rodero, Eurostat: Sources statistiques sur la protection du consommateur disponibles à Eurostat.....</i>	18

### SATISFACTION DU CONSOMMATEUR (CONCEPTS, MÉTHODES, ET MESURE)

<i>M. Olivier Henry-Biabaud, directeur général, IPSOS Belgium - Mise au point des indicateurs sur la satisfaction du consommateur, et enquêtes continues de IPSOS Belgium.....</i>	19
--	----

### MESURE DES PRIX DU MARCHÉ INTÉRIEUR

<i>M. Erik Brouwer, Price Waterhouse Coopers, Pays-Bas: Présentation des méthodes pour collecter les prix des services fournis aux consommateurs .....</i>	23
<i>M. Reno Camilleri, Malta Statistics Authority : Protection des consommateurs et indice des prix à la consommation .....</i>	26

### SANTÉ, SÛRETÉ ET SÉCURITÉ DU CONSOMMATEUR

<i>Mme Ana-María Martínez Palou, Eurostat: Présentation sur les statistiques de sécurité alimentaire.....</i>	28
<i>M. Robert Bauer, secteur «Intérieur, loisirs et sports» du Conseil autrichien de la sécurité routière: Etude de faisabilité sur l'amélioration de la collecte des données dans le cadre de la base de données sur les blessures (IDB). Discussion de l'étude et des travaux en cours dans ce domaine .....</i>	31
<i>Mme Borka Jerman-Blažič, Comité directeur du Internet Society European Chapters Coordinating Council, Barcelone, Espagne et Institut Jožef Stefan, Faculté d'économie, Université de Ljubljana: Sécurité, Protection des données et de la vie privée dans les services en ligne: menaces et mesures correctives .....</i>	34

### SYNTHÈSE

<i>Mme Ineke Stoop, présidente du sous-comité Statistiques sociales du CEIES.....</i>	36
---	----

### RÉACTION D'EUROSTAT

<i>M. Michel Glaude, directeur, Eurostat: Le rôle d'Eurostat dans la collecte des statistiques sur le consommateur: priorités pour le prochain programme quinquennal .....</i>	39
--	----

<b>LISTE DES PARTICIPANTS .....</b>	42
-------------------------------------	----

## SÉANCE D'OUVERTURE

**Ineke Stoop**

Social and Cultural Planning Office of the Netherlands  
Présidente du sous-comité CEIES sur les statistiques sociales

Je suis très heureuse de vous souhaiter la bienvenue à ce 30<sup>e</sup> séminaire CEIES sur les statistiques de la protection des consommateurs, organisé par le CEIES et Eurostat, en coopération avec l'Office statistique de la République de Slovénie et la DG SANCO en charge de la santé et de la protection des consommateurs. Cette série de séminaires vise à instaurer un dialogue entre les utilisateurs et les producteurs de statistiques et poursuit plusieurs objectifs:

- renforcer la disponibilité des statistiques et combler les lacunes,
- développer des procédures de collecte et d'analyse de statistiques à l'échelle de l'UE,
- améliorer la qualité des statistiques et leur pertinence dans l'optique de la qualité,
- garantir la couverture des domaines importants.

Le présent séminaire est consacré aux statistiques sur le domaine relativement nouveau de la protection des consommateurs. Vu l'ampleur de ce domaine, nous maintiendrons la tendance amorcée au cours des séminaires précédents, à savoir laisser de côté les thèmes purement statistiques et discuter en profondeur de questions sociales qui demandent un input de la part de différents domaines statistiques. Les précurseurs sont les séminaires sur l'exclusion sociale (Londres, 1999), l'apprentissage tout au long de la vie (Parme, 2001), le vieillissement actif (La Hayes, 2002), les statistiques incluant la dimension du genre (Stockholm, 2004) et les statistiques de la migration (Riga, 2005).

De nombreux acteurs interviennent sur le terrain de la protection des consommateurs – les ménages, le secteur public, le marché – et les secteurs concernés sont très divers (de l'alimentation aux transports, en passant par les services d'intérêt général). La protection des consommateurs ne s'arrête pas aux frontières, se caractérise par de grandes différences entre les pays et revêt une grande importance pour le marché intérieur de l'UE. Les statistiques des consommateurs incluent des données matérielles et immatérielles, couvrent différents aspects (prix, satisfaction, sécurité, qualité, dépenses) et sont d'une grande utilité pour un large éventail d'utilisateurs (décideurs politiques, administrations nationales, organisations de protection des consommateurs, associations de consommateurs, industries, fournisseurs de services publics, organisations de la santé, chercheurs, médias et bien sûr le grand public). Nombre de ces aspects seront abordés au cours de ce séminaire et de nombreuses organisations d'horizon différent sont représentées.

Il existe aussi une façon plus simple d'appréhender la protection des consommateurs. Quelles questions vous posez-vous avant de participer à un séminaire à Ljubljana? Vous vous demandez combien coûte le vol (et il existe de grandes différences dans les tarifs), si vous pouvez envoyer les coordonnées de votre carte VISA en toute confiance, si vous devez faire attention à ce qui est dans votre assiette (pas besoin, et en plus vous vous régalez), si l'hôtel sera confortable (il le sera) si la conférence sera intéressante et à quoi ressembleront les autres participants. Les premières questions relèvent du domaine de la protection des consommateurs. J'ai toutes les raisons de croire – ne serait-ce qu'en consultant le programme – que la conférence répondra à vos attentes. Il ne me reste plus qu'à vous donner quelques informations sur les participants.

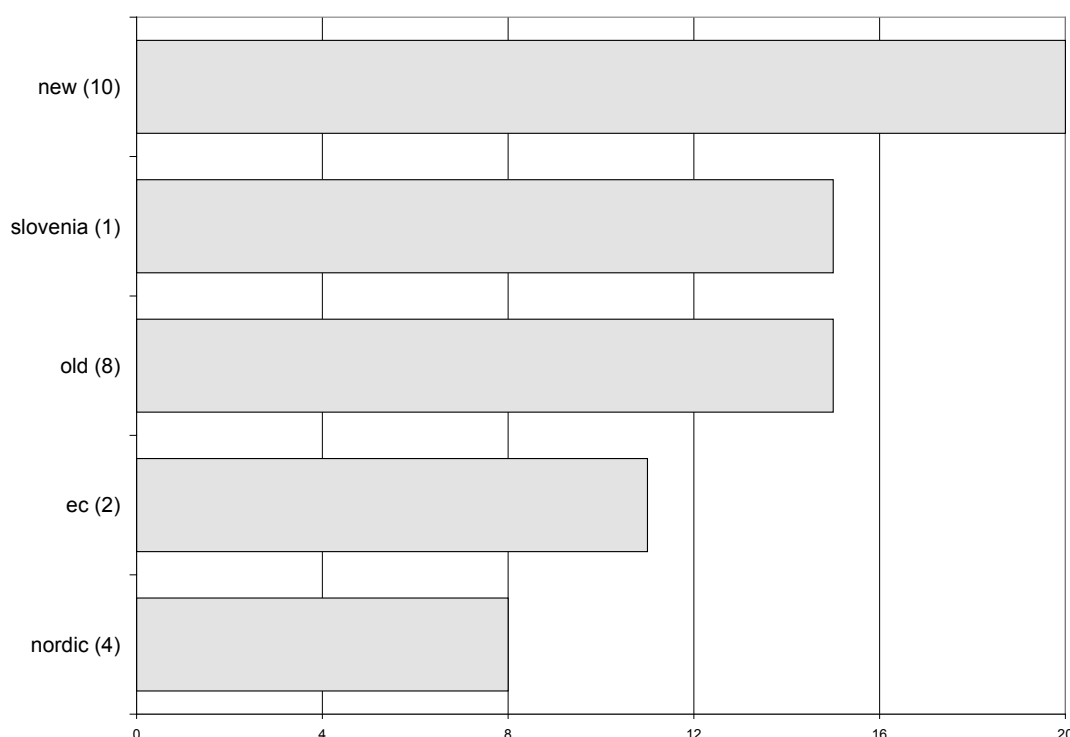


Le tableau 1 indique le pays de résidence des participants. Pour des raisons pratiques, Eurostat et la Commission figurent en tant que deux pays européens séparés. Vous noterez avec bonheur le grand nombre de participants en provenance du pays organisateur, la Slovénie. La figure 1 présente les mêmes informations sous une forme synthétique. L'importance du séminaire pour les nouveaux États membres de l'UE ressort clairement. Enfin, la figure 2 indique l'institution d'origine des participants. Il ne fait aucun doute que les utilisateurs de données (Commission, ministère, organisation de consommateurs et chercheurs) seront très intéressés par le thème de ce séminaire.

**Tableau 1. Origine des participants par pays (y compris Eurostat et Commission)**

Pays	# participants	Pays	# participants	Pays	# participants
Slovénie	15	Belgique	2	Bulgarie	1
Eurostat	6	Chypre	2	Royaume-Uni	1
Autriche	5	Danemark	2	Allemagne	1
Commission	5	Finlande	2	Irlande	1
Lituanie	5	Hongrie	2	Malte	1
République tchèque	3	Lettonie	2	Portugal	1
Suède	3	Pays-Bas	2	Roumanie	1
		Norvège	2	Slovaquie	1
		Pologne	2	Espagne	1

À en juger par l'intérêt du programme proposé, le nombre de participants d'horizons très différents et l'attrait du site, toutes les conditions semblent réunies pour faire de cet événement un succès. Je vous souhaite un agréable séjour à Ljubljana ainsi qu'une participation fructueuse au séminaire.



**Figure 1. Participants par groupe de pays**

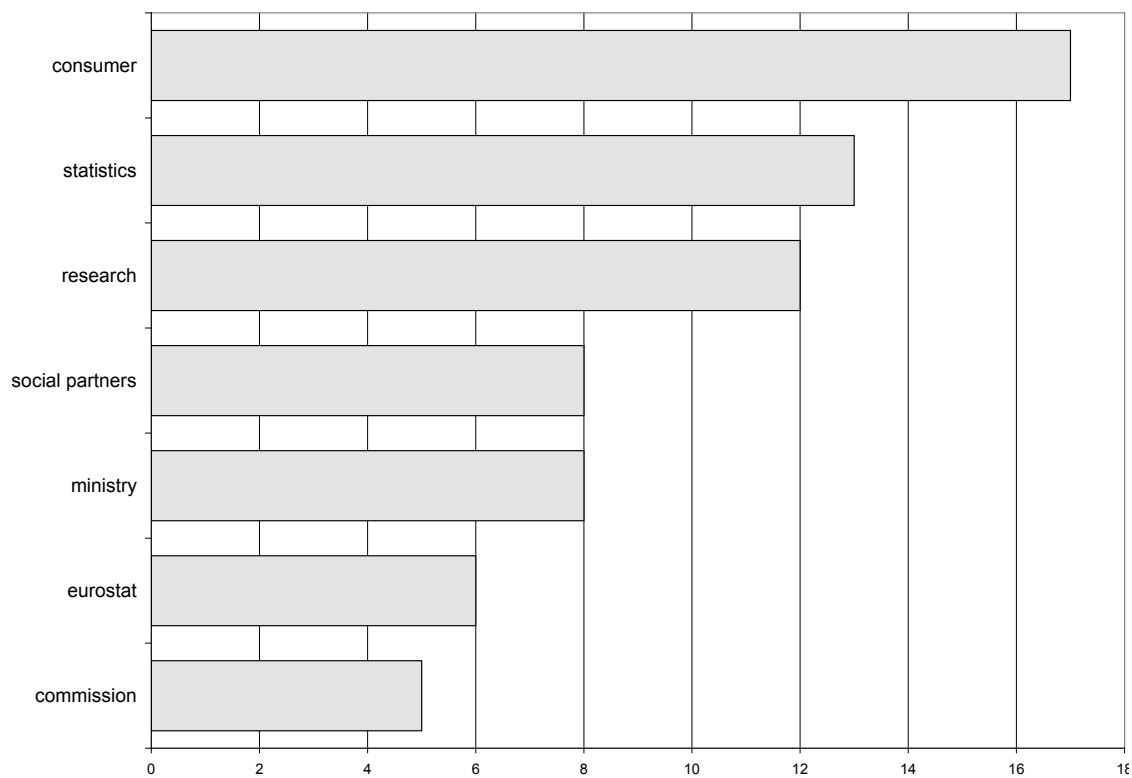
**Nouveaux :** Bulgarie, Chypre, République tchèque, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Malte, Roumanie, Slovaquie

**Slovénie :** Slovénie

**Anciens :** Autriche, Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, Irlande, Pays-Bas, Portugal, Espagne

**CE :** Commission, Eurostat

**Nordiques :** Danemark, Finlande, Norvège, Suède



**consumer = consommateur**

**statistics = statistiques**

**research = recherche**

**social partners = partenaires sociaux**

**ministry = Ministère**

**eurostat = Eurostat**

**Commission = Commission**

## **Irina Križman**

Directrice Générale, Office statistique de la République de Slovénie

En tant que directrice générale de l'Office statistique de Slovénie, j'ai le privilège, de vous souhaiter la bienvenue à ce 30<sup>e</sup> séminaire CEIES consacré aux statistiques de la protection des consommateurs. Je suis très heureuse aussi d'avoir la possibilité de vous présenter le système statistique national et l'Office statistique de Slovénie. Nous avons pleinement conscience de l'importance d'œuvrer ensemble à la construction du système statistique européen afin de mieux servir les citoyens et les politiques de l'Union.

L'Office statistique de Slovénie ne peut certes se targuer d'une très longue tradition mais il a été très performant durant les six décennies riches et intenses de son existence. L'office a vu le jour au cours de la seconde guerre mondiale en 1944, mais l'histoire des statistiques remonte à 1754, année du premier recensement démographique réalisé en Slovénie. Après la deuxième guerre mondiale, l'Office a été soumis à la législation fédérale de l'ex-Yougoslavie, si bien que les normes et concepts des statistiques européennes ont été introduits progressivement bien avant l'indépendance de la Slovénie en 1991. Aujourd'hui, l'Office statistique slovène s'est ouvert à la vaste communauté statistique internationale et joue un rôle important dans la collaboration avec les instituts nationaux de statistiques et les organisations statistiques internationales. Par ailleurs, l'encadrement et les statisticiens savent combien il est important d'échanger des connaissances avec le milieu universitaire.

Le système statistique national comprend l'Office statistique et sept agences autorisées, le Conseil statistique et de nombreux comités consultatifs. L'Office est responsable essentiellement des tâches suivantes: coordination du système statistique, coopération internationale, définition de normes statistiques, conformité des données statistiques aux exigences des utilisateurs et confidentialité des données. En résumé, notre mission est d'établir des statistiques fiables et orientées vers les utilisateurs. Je tiens à souligner le rôle et la grande importance des trois groupes d'acteurs concernés, à savoir les fournisseurs de données, les utilisateurs et les producteurs de statistiques – les valeurs de la statistique slovène sont claires: indépendance de l'institution et de la profession, connaissance, importance des besoins des utilisateurs, qualité des données mais aussi respect de la vie privée et prise en compte des dangers liés à internet.

L'un des objectifs de la statistique nationale est l'adaptation à l'environnement international et à ses exigences, l'ouverture au développement et aux nouvelles approches permettant de mesurer les phénomènes et spécificités de l'UE. Sans nul doute, l'évolution des modèles de consommation et la politique stratégique en faveur des consommateurs dans l'UE peuvent être considérées comme l'un des principaux défis pour les statisticiens. Actuellement, les instituts nationaux de statistiques peuvent obtenir de nombreux indicateurs sociaux économiques sur les consommateurs et la protection des consommateurs; il n'en reste pas moins que de nombreuses questions restent sans réponse, notamment dans le domaine des statistiques immatérielles qui pourraient être mieux adaptées aux besoins des consommateurs et aux attentes des décideurs politiques.

Le développement de nouveaux concepts pour des statistiques permettant une meilleure compréhension des consommateurs et des marchés ne peut pas être le seul objectif. Les demandes d'élargissement du programme statistique au niveau national et international devraient également être examinées avec soin: les instituts statistiques sont souvent submergés et les fournisseurs de données, surchargés; on

ne le répètera jamais assez. Par ailleurs, nous devons garder à l'esprit la protection de la vie privée qui représente parfois un problème insoluble pour les petits pays, même si elle doit rester un impératif à l'avenir.

Mesdames et Messieurs, la protection des consommateurs est l'affaire de tous car la politique des consommateurs peut influencer chaque être humain. De nombreux acteurs clés sont impliqués: autorités publiques et politiques, organisations de consommateurs, statisticiens et chercheurs scientifiques.

Je suis convaincue que le programme de ce séminaire atteindra ses objectifs et je sais que vous trouverez les présentations et discussions intéressantes et utiles.

Je vous souhaite chaleureusement la bienvenue à ce séminaire – et en particulier à ceux d'entre vous qui viennent pour la première fois en Slovénie!

**Vožarski pot 12, SI-1000 Ljubljana, Slovenia**  
**Phone: +386 1 241 51 00; fax: +386 1 241 53 44; E-mail: [gp.surs@gov.si](mailto:gp.surs@gov.si); [www.stat.si](http://www.stat.si)**

## **Michel Glaude**

Directeur des statistiques sociales et de la société de l'information  
Eurostat

Après Mme Stoop et Mme I. Križman, je voudrais à mon tour vous souhaiter la bienvenue à ce séminaire. J'espère que le voyage fut agréable.

Je voudrais aussi profiter de l'occasion pour remercier au nom d'Eurostat le CEIES et l'Office statistique de Slovénie pour l'organisation de ce séminaire.

Dans votre allocution d'ouverture, Madame la Vice-Présidente, vous avez fait référence à l'importance des consommateurs et de la protection des consommateurs d'un point de vue économique et social. L'abolition des frontières et l'achèvement du marché unique le 1<sup>er</sup> janvier 1993 ont mis à jour un marché de plus de 340 millions de consommateurs, nombre qui dépasse les 370 millions aujourd'hui. Il est clair dans ce contexte qu'il nous faut disposer de nouvelles règles pour le fonctionnement du marché et plus précisément pour la relation entre les consommateurs, les fournisseurs et les administrations publiques. Le traité d'Amsterdam a donné l'impulsion voulue à la politique des consommateurs. En vertu du nouvel article 129a, l'objectif général est de protéger la santé, la sécurité et les intérêts économiques des consommateurs et de promouvoir leur droit à l'information et à l'éducation mais aussi à s'organiser eux-mêmes pour défendre leurs intérêts. Pour relever ces défis, la Commission européenne a dynamisé la politique des consommateurs vers le milieu des années quatre-vingt-dix. Cette initiative a trouvé son prolongement dans les programmes d'action successifs mis en place par la Direction générale de la santé et de la protection des consommateurs.

Depuis le tout début, le système statistique européen et Eurostat ont joué un rôle clé pour soutenir cette politique. Les décideurs politiques ont besoin de statistiques pertinentes, précises et actuelles afin d'analyser les besoins politiques, de suivre les programmes et d'évaluer les résultats des actions déjà mises en œuvre. Mais les décideurs politiques européens ne sont pas les seuls destinataires de cette information; les autorités nationales responsables de la consommation, les organisations de consommateurs, les fournisseurs de biens et de services, les journalistes et même le grand public sont intéressés à recevoir des informations statistiques de haute qualité à ce sujet.

Eurostat a répondu à ces attentes en créant un titre séparé «Protection des consommateurs» dans son programme statistique pluriannuel. La longue tradition d'Eurostat dans la collecte de statistiques économiques et sociales et le caractère horizontal de la politique des consommateurs nous ont facilité la tâche. Une partie importante des informations requises a pu être puisée dans des statistiques élaborées au départ dans d'autres objectifs. Jusqu'à présent, de nombreux domaines statistiques ont été exploités à des degrés divers pour soutenir la politique des consommateurs. Pour ne citer que quelques exemples, je mentionnerai les statistiques sur les budgets des ménages, les prix, le logement, l'énergie, les entreprises, la société de l'information ou même les comptes nationaux. Ces données sont pour la plupart librement accessibles sur le site web d'Eurostat.

Eurostat a également édité quelques publications consacrées spécifiquement aux affaires des consommateurs, la principale étant la série «Les consommateurs en Europe- Faits et chiffres», de la collection «Panorama de l'Union européenne», publiée en collaboration avec la DG Santé et protection des consommateurs. À l'heure actuelle, deux éditions sont déjà parues et une troisième est en préparation.

Et pourtant, malgré ces efforts, la diversité et la complexité de ce domaine sont telles qu'il nous a été impossible de satisfaire à toutes les demandes des utilisateurs et des décideurs politiques. Nombre de phénomènes économiques importants tels que les flux commerciaux transfrontaliers entre les entreprises et les consommateurs, les services d'intérêt général, les prix des services, le commerce électronique, la sécurité des biens et des services de consommation et les plaintes de consommateurs, parmi d'autres, ne sont pas suffisamment couverts par les statistiques actuelles.

De sa propre initiative ou en collaboration avec d'autres services de la Commission européenne, Eurostat a pris un certain nombre de mesures en vue de résoudre ces problèmes. J'aimerais souligner ici nos efforts continus d'amélioration des sources au sein du système statistique européen grâce à l'introduction de nouvelles collections statistiques et à la mise à jour des méthodologies recommandées sur la base des dernières exigences. Un exemple récent a été l'établissement d'une task force inter-services sur les statistiques détaillées sur les prix, ayant pour mandat d'améliorer la production et l'utilisation des statistiques sur les prix à des fins micro-économiques.

La diversité des sujets et, pour certains d'entre eux, l'absence de sources appropriées dans l'un ou l'autre État membre font de ce problème une véritable gageure. C'est pourquoi je me réjouis vivement de l'organisation de ce séminaire qui rassemble autant d'experts du plus haut niveau. J'ai l'intime conviction que ce forum constitue un instrument sans pareil pour discuter des besoins statistiques de la protection des consommateurs et pour définir les méthodes propres à combler les lacunes encore existantes au niveau de l'information.

# MODIFICATIONS DU COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS

**Johanna Varjonen**

Centre national de recherche sur la consommation, Finlande

## Résumé

Les modifications du comportement des consommateurs peuvent être examinées sous des angles différents. Nous considérons ici les consommateurs comme des acteurs économiques, l'objectif final étant le bien-être des individus. Les biens et services nécessaires à la vie quotidienne sont fournis par les marchés, le secteur public et les ménages eux-mêmes. Nous analyserons les changements structurels dans la consommation des ménages et les répercussions possibles sur la protection des consommateurs. La comptabilité nationale livre des informations sur la consommation individuelle effective, qui comprend aussi bien les dépenses de consommation des ménages que les biens et les services que les ménages reçoivent gratuitement ou à un prix fictif du gouvernement et des institutions privées sans but lucratif. L'évolution de la consommation individuelle effective est examinée à partir d'une série de données concernant un certain nombre de pays et, afin de dresser un tableau complet, nous aborderons aussi la question de la production pour compte propre de biens et services par les ménages.

C'est au logement que les ménages européens consacrent la majeure partie de leurs dépenses de consommation. Ces dépenses ont continué d'augmenter au cours des quinze dernières années, en particulier dans les pays nordiques, manifestation du fait de la hausse des prix de l'énergie. Toutefois, la plus forte hausse des dépenses de consommation de ces dix dernières années concerne l'équipement audio-visuel, photographique et informatique. Les dépenses de loisirs et de services culturels ont progressé elles aussi. La part des services de communication demeure relativement faible, mais a également fortement augmenté ces dernières années malgré la chute des prix. D'autres catégories ont peu fluctué, telles que les produits alimentaires, la restauration, l'éducation et la santé. À noter que le secteur des produits alimentaires occupe la deuxième place p.ex. en Pologne et en Italie mais seulement la sixième place aux États-Unis et au Royaume Uni. Il est important de garder à l'esprit que les moyennes ne reflètent pas les différences entre les individus d'un même pays.

Les services gouvernementaux, l'éducation, les services de santé et services sociaux représentent 15 à 20 pour-cent de la consommation réelle individuelle, même si ce taux varie suivant les pays. Cette proportion a légèrement fléchi en 2004 par rapport à 1993. La valeur des services fournis par les ménages pour leur propre consommation n'est pas incluse dans la statistique officielle. Selon les calculs, par exemple pour la Finlande et l'Allemagne, ces services représentent 60% de la valeur de la consommation.

Les changements dans les dépenses de consommation traduisent des changements dans les modes de vie et/ou dans la structure des marchés, p.ex. dans les prix de l'énergie. Les changements structurels s'expliquent en premier lieu par l'apparition de technologies et de produits nouveaux. Il est essentiel que les associations de défense des consommateurs connaissent et comprennent les grandes mutations des modèles de consommation. Les nouveaux produits et les divers phénomènes liés à la mondialisation ont des répercussions considérables sur la vie de tous les jours et doivent être pris en compte dans la législation des pays, qui doit être adaptée en conséquence. La statistique, qui doit être suffisamment détaillée et apte à rendre compte des évolutions, doit elle aussi relever le défi. Besoins statistiques de la politique des consommateurs

# BESOINS STATISTIQUES DE LA POLITIQUE DES CONSOMMATEURS

**Agne Pantelouri**

Directeur, Commission européenne, DG SANCO

## Résumé

La définition d'une stratégie de collecte de données en soutien à la politique des consommateurs et à la législation ad hoc est une pierre angulaire de l'actuelle politique des consommateurs de la Commission pour 2002-2006. Le développement de cette stratégie joue un rôle encore plus important dans le nouveau programme 2007-2013. Une approche durable à moyen terme est indispensable pour obtenir des résultats.

Une stratégie de collecte de données est essentielle pour réaliser les objectifs de la politique des consommateurs en raison du rôle des données à toutes les étapes du cycle de vie politique. Il est indispensable de disposer de données comparables détaillées pour identifier le problème à traiter, évaluer différentes options, élaborer les solutions puis interpréter les résultats. Une meilleure «base de connaissances» améliorera la prise de décision politique mais donnera aussi les armes nécessaires pour convaincre les autres décideurs au sein de la Commission, du Parlement et du Conseil de l'importance de la politique des consommateurs. Elle sert de base à une meilleure législation et joue un rôle essentiel pour garantir la durabilité des travaux.

Les «donnée» englobent les statistiques et autres données quantitatives mais aussi des données qualitatives, les résultats des groupes de réflexion ainsi que les études méthodologiques sur les consommateurs, le commerce et le comportement du marché.

Les statistiques de la politique des consommateurs ne sont pas suffisamment développées, que ce soit au niveau national ou au niveau de l'UE. Il serait utile que les décideurs politiques déclarent clairement les besoins et les priorités concernant les statistiques des consommateurs pour que les autorités statistiques puissent hiérarchiser plus facilement les demandes en concurrence pour la prochaine période.

Les politiques d'évaluation d'impact contribuent également à l'accroissement des besoins de statistiques sur les consommateurs.

Plusieurs domaines-clés prioritaires ont été identifiés:

- **Les prix.** Il n'y a pas assez de données sur les prix des biens et des services dans l'UE. Les données sur les prix sont utiles pour identifier les défaillances du marché au niveau national et communautaire. Y a-t-il une convergence des prix? Dans l'affirmative, s'agit-il d'un mouvement à la baisse? Dans quelle mesure les différences de prix reflètent-elles les différences de niveau de vie? Comment les prix évoluent-ils au fil du temps? Constate-t-on des problèmes particuliers dans les nouveaux États membres? Il existe un besoin urgent pour des données de ce type, à la fois pour les décideurs de la politique des consommateurs et ceux de la politique de la concurrence car les explications des divergences de prix peuvent être multiples. Une autre urgence est de définir des méthodologies pour collecter l'information sur les prix des services.



- **Les statistiques immatérielles.** La politique des consommateurs repose sur des statistiques difficiles à mesurer car elles concernent des concepts intangibles tels que la satisfaction des consommateurs, la discrimination, la qualité, la praticabilité ou l'accessibilité plutôt que des variables directement mesurables telles que des tonnes d'acier. Il est également nécessaire de mieux comprendre le comportement des consommateurs, par exemple leur capacité à comprendre des services complexes et leurs attentes en matière de protection. Une approche plus rigoureuse de la collecte de statistiques immatérielles de ce type est nécessaire.
- **L'intégration.** Les autorités statistiques sont actuellement structurées de telle façon que les statistiques liées aux consommateurs sont traitées séparément des statistiques sectorielles concernant le transport, les télécommunications, le tourisme, l'énergie, les services postaux, etc. Cela ne facilite pas la collecte de données sectorielles importantes pour la politique des consommateurs. La publication «Faits et chiffres» sur les consommateurs dans le marché intérieur constitue une première tentative de rapprochement de ces domaines mais ne va pas assez loin. Par exemple, il est actuellement difficile, voire impossible pour certains services d'intérêt économique général, d'évaluer si l'obligation de service universel est satisfaite parce que l'information n'est pas disponible avec le niveau de détail requis. Les domaines prioritaires pour les autorités statistiques devraient être les télécommunications et les services postaux.
- **Les flux commerciaux transfrontaliers.** Les informations sur les niveaux des échanges transfrontaliers dans l'UE ne sont pas appropriées. Il faudrait avoir les données requises pour suivre le développement des opérations transfrontalières avec les consommateurs en tant qu'indicateur de l'intégration économique.

Le bon départ pris pour la **sécurité des biens et des services** (prochaine proposition de projet de règlement du Parlement européen et du Conseil concernant les statistiques communautaires de la santé publique et de la santé et de la sécurité au travail) montre ce qui peut être fait dans le domaine de la politique des consommateurs.

# EXAMEN DES INFORMATIONS STATISTIQUES SOUTENANT LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

**Antonio Puente**

Chef de projet «Enquêtes sur le budget des ménages» et  
«Statistiques de la protection des consommateurs»

Eurostat

## **Résumé**

La présente contribution présente une analyse des principales sources d'informations statistiques soutenant la politique des consommateurs en Europe. L'étude comprend trois volets: identification des besoins d'information des décideurs politiques, inventaire des sources statistiques et analyse des lacunes. Une synthèse des principaux résultats est proposée en conclusion.

L'analyse ne se limite pas aux statistiques quantitatives officielles au niveau européen mais couvre aussi tous les types d'information qui pourraient être utiles pour soutenir la politique des consommateurs. Elle inclut donc les sources statistiques nationales, les sources non officielles telles que les données communiquées par les associations industrielles actives au niveau européen, les informations qualitatives et les sondages d'opinion.

# DÉVELOPPEMENT D'INDICATEURS DE LA SATISFACTION DES CONSOMMATEURS

## IPSOS pour la DG SANCO

### Résumé

#### I. MISE AU POINT D'UN OUTIL DE RÉFÉRENCE POUR SOUTENIR LA DÉFINITION DE LA POLITIQUE EUROPÉENNE DES CONSOMMATEURS

En collaboration avec la Commission européenne et la DG SANCO, Ipsos a défini une méthodologie concernant le développement d'indicateurs de la **satisfaction des consommateurs dans l'Union européenne**, qui serviront d'**outils de référence** pour soutenir la définition de la politique européenne des consommateurs. Le modèle a été validé en 2004/2005 par une enquête pilote concernant une série de services d'intérêt économique général dans huit pays européens. Sous l'égide d'Ipsos, un comité scientifique ad hoc, constitué d'horizons différents (université de Hasselt, Deloitte et experts renommés dans le domaine de la satisfaction des consommateurs) ont développé un concept d'enquête approprié (questionnaires, population cible et échantillonnage, méthode d'enquête, etc.), ainsi que des méthodes statistiques pour calculer et visualiser les indicateurs de la satisfaction des consommateurs.

Cette méthodologie est de **type sectorielle** (voir ci-après) et permet:

- de comprendre comment les consommateurs perçoivent certains marchés, la nature de leurs principales exigences et comment les secteurs de services clés répondent à leurs attentes;
- d'étalonner les performances des États membres de l'UE dans des secteurs particuliers;
- d'étalonner les performances d'un secteur dans un pays donné ou au niveau de l'UE;
- d'identifier des priorités dans les efforts d'amélioration, autrement dit les domaines dans lesquels des améliorations apporteront les bénéfices les plus importants dans la satisfaction des consommateurs;
- de fixer des objectifs d'amélioration et de suivre les progrès au fil du temps.

Le projet est ciblé sur **onze services d'intérêt économique général parmi les 25 États membres de l'UE**: gaz, eau, électricité, services postaux, téléphone mobile, téléphone fixe, transport urbain (intra-urbain: tramway, autobus, métro, train/RER), le transport extra-urbain (inter-urbain: train, autobus), transport aérien, banques de détail et assurances.

#### II. MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Une méthodologie solide et homogène est appliquée dans l'ensemble des pays afin de garantir un étalonnage complet des résultats:

- 500 interviews par secteur et par pays (250 pour les secteurs à faible incidence d'utilisation);
- collecte de données face à face, à domicile, d'une durée moyenne de 55 minutes;
- échantillon représentatif des utilisateurs des derniers 12 mois pour chaque secteur, par des procédures d'échantillonnage fondées sur une stratification des régions et du degré d'urbanisation, critères liés au sexe, à l'âge et à la profession.

Le questionnaire collecte les variables manifestes parmi les utilisateurs et des facteurs de la satisfaction des consommateurs, y compris les points communs et les points spécifiques adoptés à chaque secteur:

- **Satisfaction globale** et satisfaction des attentes
- **Qualité du service:** fiabilité, sécurité, soutien technique, disponibilité, personnel, information...,
- **Prix:** niveau, transparence, procédure de paiement, offre commerciale, accessibilité financière,
- **Image:** réputation, caractère unique, popularité, environnement, orientation clients...,
- **Marché et facteurs personnels:** alternatives, capacité de changement, préférence nationale...,
- **Engagement:** intention de continuer à utiliser le service à l'avenir,
- **Nombre d'expériences négatives** de la part des consommateurs et traitement des plaintes

La note individuelle de chaque point de satisfaction du consommateur se fonde sur une échelle de 1 à 10, ce qui permet une évaluation nuancée et est considéré comme l'échelle la plus cohérente au niveau international.

### III. DÉFINITION ET MODÉLISATION DES INDICATEURS DE SATISFACTION DES CONSOMMATEURS

#### 1. Indicateurs primaires

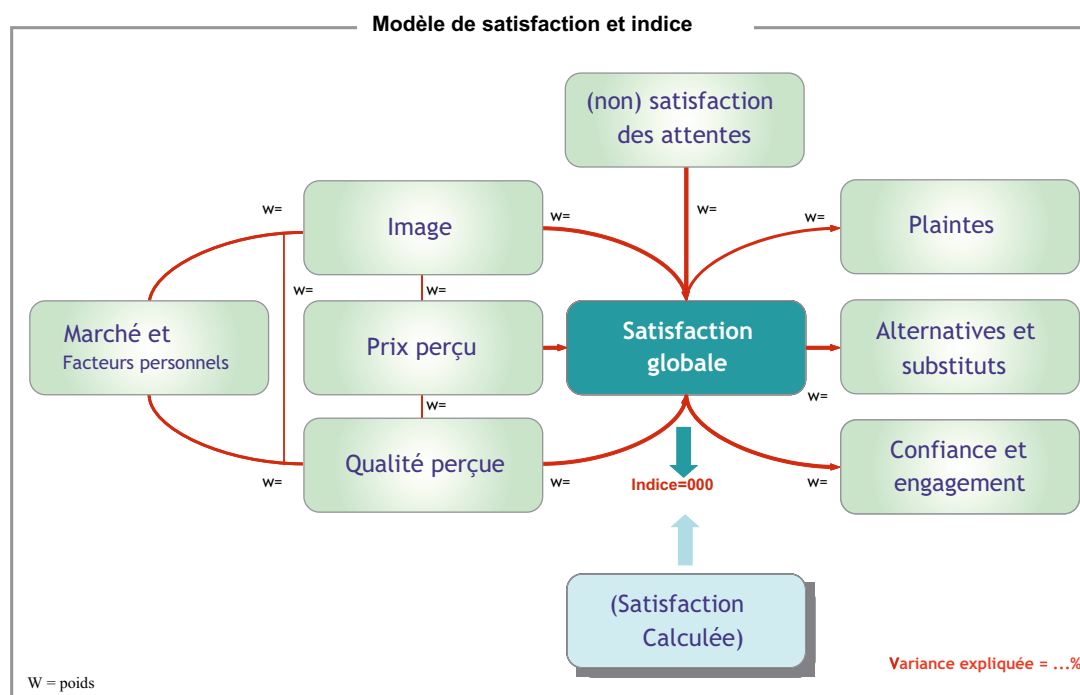
L'analyse est construite de façon à permettre des comparaisons pertinentes (et des agrégations) de la satisfaction des consommateurs: trans-sectorielle dans un seul État membre, unisectorielle parmi les États membres (UE-25, UE-15, UE-10), et (ultérieurement) historique. Pour chaque secteur, les faits et les chiffres clés sont résumés de la façon suivante:

- niveaux de satisfaction globale et réponse aux attentes;
- niveaux de satisfaction sur des facteurs agrégés: qualité, prix, image;
- niveaux de satisfaction et de mécontentement pour chaque variable manifeste lié à chaque facteur (transparence des prix, fiabilité, réputation, information...) ainsi qu'engagement et facteurs personnels;
- nombre moyen de plaintes des consommateurs;
- ventilation par profil démographique du consommateur (âge, sexe, niveau professionnel...).

Selon l'approche la plus communément utilisée, les niveaux de satisfaction et de mécontentement sont exprimés en % des consommateurs donnant la note 8, 9 et 10 (sur l'échelle de 10 points) vs en % des consommateurs donnant la note de 1, 2, 3 ou 4.

## 2. Indicateurs de la valeur ajoutée

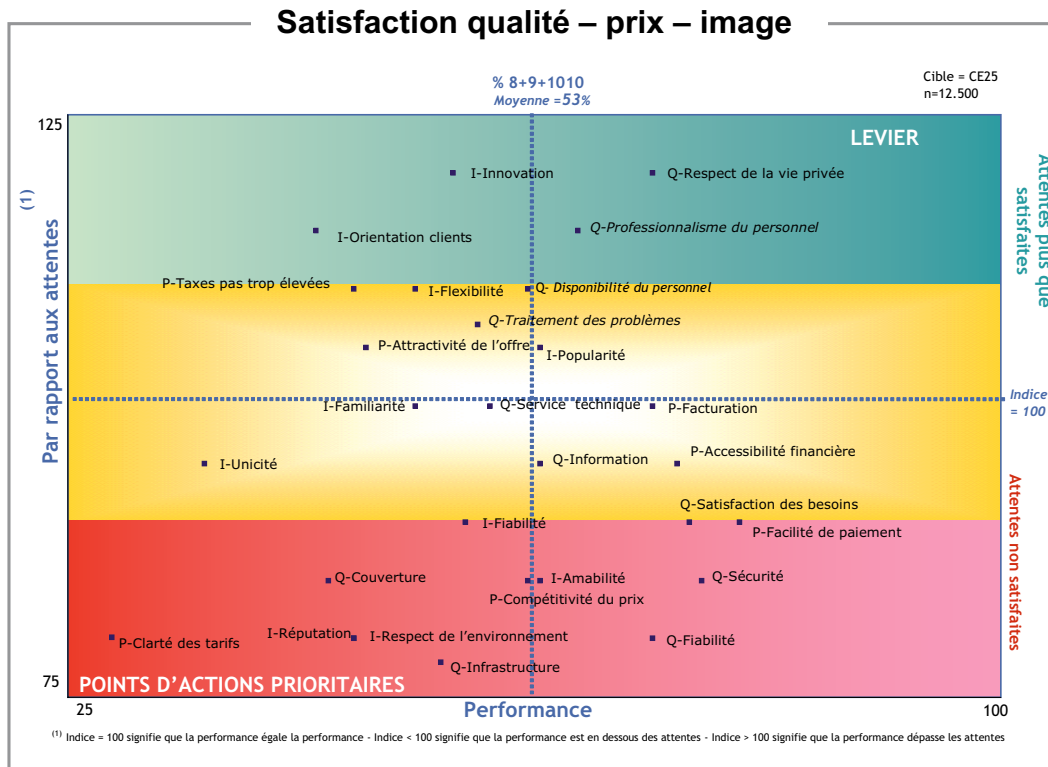
Afin de compléter les indicateurs primaires, un **modèle statistique**, développé spécifiquement pour la DG SANCO, a été validé précédemment lors d'une phase pilote, offrant une gamme d'analyse de la valeur ajoutée possible, l'une étant le calcul d'un **indice par secteur**, compte tenu de l'impact de chaque dimension (prix, image, qualité, facteurs du marché...) dans la constitution de la satisfaction globale des consommateurs, comme montré ci-après:



En outre, l'**analyse SWOT** (forces – faiblesses – possibilités – menaces) est l'une des approches les plus courantes réalisée pour présenter les données sur la satisfaction des consommateurs et aide à visualiser les résultats finals. L'objectif de cette analyse est de synthétiser les forces et les faiblesses d'un secteur du point de vue de la satisfaction du consommateur, sur une carte unique qui prend en compte:

- le score de chaque variable (pourcentage de consommateurs notant leur satisfaction à 8, 9 ou 10);
- et le niveau des attentes des consommateurs.

Il est ensuite très facile de terminer les domaines à améliorer en priorité que la Commission européenne et la DG SANCO devront prendre en compte.



Ce modèle peut aussi être utilisé pour **établir et tester d'autres hypothèses** et évaluer l'impact potentiel d'actions telles que:

*«Dans le secteur des services postaux de la zone UE-25, une augmentation de 10% de la satisfaction des consommateurs concernant les prix entraînerait une amélioration du niveau de satisfaction globale des consommateurs de 33 % → il y a lieu de cibler les efforts en premier lieu sur la transparence des prix et sur l'information donnée au consommateur en vue d'obtenir ce score.»*

#### IV. PERSPECTIVES

Les indicateurs européens mesurant la satisfaction des consommateurs seront publiés pour la première fois en 2006, l'objectif étant d'en faire à l'avenir un outil de référence. La méthodologie est conçue **de façon à pouvoir être répétée facilement au fil du temps** pour suivre les progrès, fixer de nouveaux objectifs pour les décideurs politiques de l'UE, avec une fréquence de mesures restant à définir.

À un stade ultérieur, cette approche pourrait également couvrir d'autres secteurs de la satisfaction des consommateurs selon la même méthode de mesure.

# MÉTHODE DE COLLECTE DES PRIX À LA CONSOMMATION DES SERVICES

**Erik Brouwer**  
PricewaterhouseCoopers  
Almere, Pays-Bas

## Résumé

Le présent rapport a été élaboré, au nom de la Commission européenne, dans le cadre du projet «Développement d'une méthodologie statistique pour le lancement d'enquêtes sur les prix des services fournis aux consommateurs en Europe». La Commission européenne souhaite lancer une vaste collecte de données qui permettra de mieux comprendre et de comparer les prix des services.

Pour maints services, les méthodes de collecte n'existent pas ou n'en sont qu'au stade de l'élaboration. La publication des résultats des collectes de données sur les prix réalisées par les Instituts nationaux de la statistique est anonyme et les chiffres sont agrégés. Les données ainsi agrégées ne permettent pas de différencier les services et ne donnent aucune indication sur la segmentation ni sur la palette de l'offre. L'utilisation de données agrégées, de moyennes, d'indices ou de chiffres corrigés est incompatible avec une méthodologie visant à collecter des données sur les services «aux prix payés par les consommateurs».

L'objectif du groupe de travail était de fournir à la Commission la méthode de collecte de données sur les prix la mieux appropriée pour les services sélectionnés. «Mieux appropriée» à deux égards: efficace pour une collecte de données sur les différents services et adaptée aux objectifs de la Commission, c'est-à-dire permettre la collecte de données solides et fiables sur les prix absolus des services.

Les deux principales tâches de la présente étude sont les suivantes:

- a. *Déterminer quels sont les services aux consommateurs les plus intéressants à étudier et à suivre à long terme.*
- b. *Définir une méthodologie statistique pour collecter des prix en tant que valeurs absolues, de façon régulière et répétée.*

### **a. Les services les plus intéressants à étudier et à suivre à long terme**

49 services potentiels ont été retenus sur la base d'une liste de services transfrontaliers potentiels proposée par la Commission, couvrant différents domaines (services financiers, assurances, tourisme, société de l'information et services d'intérêt général) et d'une enquête sur la consommation transfrontalière de services dans l'Union européenne réalisée auprès des organisations de consommateurs et des centres d'information des consommateurs.

Cette longue liste de 49 services a servi de base à l'établissement d'une liste restreinte conformément à des critères de sélection tels que l'homogénéité entre les pays ou la part dans la consommation des ménages. Il en a résulté une liste finale de 11 services qui se caractérise par la grande diversité (eu égard à la méthodologie et à la complexité concernant la composition et la structure des prix) des types de services retenus, à savoir: télévision par câble et par satellite, assurance automobile, location de voiture, hygiène dentaire (traitement), électricité, connexion Internet à domicile, compte courant

(Internet), appel sur téléphone mobile (itinérance incluse), prêt personnel, services postaux (lettre et colis) et transport ferroviaire.

## **b. Méthodologie pour la collecte des prix à la consommation des services**

Le recours à une méthodologie générale applicable à tous les services aux consommateurs paraît envisageable uniquement s'il s'agit d'une stratégie visant à étudier des méthodologies spécifiques pour chaque service. La recherche d'une méthodologie générale pour les services a permis d'identifier un certain nombre de caractéristiques qui présentent un intérêt direct pour la collecte de données sur les prix des services, quels qu'ils soient. Cette recherche de méthodologie générale a reposé sur des études théoriques générales, sur le développement d'une méthode spécifique à chaque service particulier et sur les enseignements tirés de la phase d'exécution.

En ce qui concerne l'élaboration d'une méthode de collecte de données sur les prix, l'approche du haut vers le bas est trop ambitieuse. Une typologie servira à réviser, classer et interpréter ex post les résultats d'une approche au cas par cas, mais ne permettra pas de développer la méthodologie pour la collecte de données sur les prix. Cette dernière nécessite en revanche une approche du bas vers le haut.

Une stratégie générale visant à couvrir tous les services a été mise au point sur la base des résultats des études empiriques sur les prix du groupe de recherche. Elle a été employée par les chercheurs dans des études succinctes sur onze services différents et dans des enquêtes pilotes concernant trois d'entre eux. Cette stratégie s'est révélée efficace dans tous les cas, si bien qu'une approche générale peut être envisagée dans les futures enquêtes sur les prix des services en Europe.

L'approche générale peut se résumer à une série d'instructions:

- étudier le contenu et la nature du service sur le marché européen;
  - analyser et dresser la liste des éléments de contenu du service;
  - formuler une définition opérationnelle du service qui soit réaliste et utile en vue des comparaisons de prix dans l'UE;
  - collecter des informations sur le marché UE du service;
  - analyser et dresser la liste de toutes les variables endogènes pertinentes du prix du service;
  - collecter des informations sur la composition du prix du service;
  - standardiser les services complexes;
  - le cas échéant, standardiser les consommateurs (un ou plusieurs «utilisateurs de référence»). Il s'agit de modèles spécifiques de consommateurs présentant un ensemble défini de caractéristiques et/ou correspondant à un profil d'utilisation.
  - élaborer plusieurs tableaux d'objectifs factices;
  - décrire précisément quelles données devront être collectées pour remplir ces tableaux, quand et comment;
- a. Prise en compte de toutes les méthodes possibles de collecte de données pour le service: faisabilité et analyse coût-avantage. Une «sous-recherche» spécifique est nécessaire en cas de clients de référence et/ou d'échantillonnage.



- b. Évaluation (de la fiabilité) des sources de données.
- c. En fonction des spécifications de services et des sources de données existantes : délimiter la(les) définition(s) du service et du prix et choisir une ou deux méthodes de collecte de données sur les prix (pour validation ou en complément).

**Ventiler les travaux comme suit:**

- a. dresser la liste de tous les points de vente possibles,
- b. énumérer toutes les caractéristiques des services,
- c. définir un échantillon opérationnel et la période d'observation exacte,
- d. effectuer des essais et tenir compte des réactions,
- e. procéder à des ajustements le cas échéant,
- f. fournir des instructions détaillées aux enquêteurs/faux clients,
- g. exécuter des travaux sur le terrain,
- h. vérifier les données.

La Commission européenne doit savoir dans quelle mesure la méthodologie est d'application générale pour la collecte de données sur les prix des services aux consommateurs et quels aspects doivent être développés sur une base ad hoc. A l'issue des travaux consacrés à onze services aux consommateurs très divers, on peut procéder à une estimation générale grossière de la part que représente chaque volet (application générale et aspects spécifiques). La partie spécifique a été estimée à 60 % de la méthodologie en termes de temps et de coût. Cette estimation concerne la première mise en application de la méthodologie et les valeurs varieront bien entendu pendant le processus de suivi.

# PROTECTION DES CONSOMMATEURS, DONNÉES DE L'ENQUÊTE SUR LES DÉPENSES DE CONSOMMATION ET INDICE DES PRIX À LA CONSOMMATION

**Reno Camilleri**  
Malta Statistics Authority

## Résumé

L'année dernière, la Commission européenne a mis au point une nouvelle stratégie commune pour les politiques de la santé et de la consommation, mettant en lumière un certain nombre d'objectifs pour les huit prochaines années. Ces objectifs visent une meilleure compréhension des consommateurs et des marchés, une amélioration des procédures législatives et réglementaires, y compris la mise en application, le suivi et les mesures de redressement. L'accent est mis en outre sur l'information et l'éducation des consommateurs.

À cet égard, plusieurs pays ont fait de la protection des consommateurs, garante du niveau de vie et du niveau de satisfaction de ces derniers, la clé de voûte de leur législation sociale de l'individu et de la famille.

On entend généralement par «protection des consommateurs» l'ensemble des dispositions législatives et administratives qui, prenant acte de la position de faiblesse du consommateur individuel dans les négociations, cherchent à éviter une exploitation inéquitable de cette situation.

Les instruments juridiques doivent protéger le consommateur en promouvant le concept d'un commerce équitable et de l'amélioration des services, ainsi que l'interdiction d'informations inexacts sur les produits et les services. Les réglementations sur les ventes par démarchage et les licences commerciales doivent être améliorées. En outre, il faut créer des tribunaux appropriés.

Du point de vue statistique, deux sources supplémentaires d'informations sur le marché peuvent être citées: *premièrement*, les enquêtes sur les dépenses des ménages qui permettent de suivre l'évolution des modèles de dépenses de consommation et *deuxièmement*, l'indice des prix à la consommation qui peut servir d'indicateur utile sur l'évolution continue des prix à la consommation.

Les enquêtes sur les dépenses des ménages jouent un rôle essentiel dans la protection des consommateurs puisqu'elles donnent une image globale de l'évolution des modèles de consommation à la fois aux niveaux national et international. Ces modèles sont influencés par les modifications du taux d'épargne et l'évolution des prix relatifs. Un exemple éloquent est la récente flambée des prix du carburant. Les mouvements ou hausses subites des prix peuvent être dus à des facteurs saisonniers, à des facteurs géographiques, à une pression inflationniste persistante ou encore à des abus par les cartels.

L'indice des prix à la consommation (IPC) est quant à lui un indice domestique utilisé pour évaluer et établir le niveau de prix général d'un pays, et notamment le taux d'inflation. Étant donné que l'inflation érode le pouvoir d'achat des consommateurs, il est du devoir des gouvernements et de l'industrie de restaurer le plus fidèlement possible la valeur réelle des revenus qui chute périodiquement. Ceci confère une importance particulière à l'indice des prix à la consommation.

En particulier, l'IPC est un indicateur indispensable dans les négociations sur les conventions collectives entre les entreprises, le gouvernement et les syndicats.

On peut se demander si les statistiques disponibles sur la protection des consommateurs sont suffisantes. Mon impression personnelle est que nous n'avons peut-être pas pris toute la mesure de la valeur des informations socio-économiques apportées par les enquêtes sur les dépenses des consommateurs et les indices de prix à la consommation. Avant de nous lancer dans l'exploitation de «nouvelles» sources de données, il serait utile d'examiner plus attentivement les informations qui sont déjà à notre disposition. Au niveau national, l'institut national de la statistique, les autorités chargées de la concurrence et les organisations de défense des consommateurs devraient coordonner leurs efforts pour combattre et enrayer les abus de prix, faute de quoi les indices de prix à la consommation pourraient ne pas être exploités de façon optimale dans ce contexte.

Des informations harmonisées plus complètes sont nécessaires notamment dans le domaine des normes sanitaires. Toutefois, sur les questions liées à la protection des consommateurs, les enquêtes sur les ménages et les indices de prix à la consommation constituent une véritable mine d'informations pour les experts analystes, tout particulièrement à des périodes d'inflation. Des augmentations de prix peuvent en effet mettre en difficulté certaines tranches de la population, notamment les personnes âgées, qui sont tributaires de l'intervention et de la protection de l'État.

# STATISTIQUES DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

**Ana-María Martínez Palou**

Chef de projet «Statistiques de sécurité alimentaire»

Eurostat

## Résumé

La sécurité alimentaire est un thème important dans le contexte de la politique de protection des consommateurs. L'objectif central de la politique de la Commission européenne en matière de sécurité alimentaire est d'assurer un niveau élevé de protection de la santé humaine et des intérêts des consommateurs dans le domaine de l'alimentation, tout en garantissant le bon fonctionnement du marché intérieur. La ligne directrice de la Commission est d'appliquer une approche intégrée couvrant tous les secteurs de la chaîne alimentaire, y compris les aliments pour animaux, la production agricole primaire, le traitement des produits alimentaires, le stockage, le transport et la vente de détail. La mise en œuvre de cette approche «de la ferme à la table» suppose le développement de mesures législatives et autres afin d'assurer des systèmes de contrôle efficaces tout au long de la chaîne.

La sécurité alimentaire devient une préoccupation de plus en plus importante dans la société et il appartient aux administrations publiques de répondre aux attentes dans ce domaine. La nécessité de mesurer la sécurité alimentaire en Europe a mis en lumière l'exigence d'avoir des données de bonne qualité, raison pour laquelle le projet de statistiques de la sécurité alimentaire a été créé.

## Objectif et approche

Eurostat a lancé le projet «Statistiques de la sécurité alimentaire» en 2002, conformément aux principales priorités de la Commission européenne. Son objectif est de fournir un cadre pour l'évaluation quantitative des données sur la sécurité des produits destinés à la consommation humaine ou animale sur le territoire des États membres, que ces produits aient été fabriqués dans l'UE ou importés.

L'objectif est de mettre en place une base de données fiable et mise à jour régulièrement afin de mesurer la situation ainsi que l'évolution de la sécurité alimentaire en Europe. Cette base de données devrait couvrir toutes les étapes de la chaîne de production et de consommation selon l'approche «de la ferme à la table».

Compte tenu de l'ampleur du projet et des ressources nationales limitées, le groupe de travail sur les statistiques de la sécurité alimentaire a indiqué lors de sa première réunion en avril 2003 qu'il était nécessaire de se concentrer sur les données déjà disponibles et d'analyser leur pertinence du point de vue de la sécurité alimentaire avant de lancer de nouvelles enquêtes. Étant donné que les informations et l'expertise sur les questions de la sécurité alimentaire sont éparpillées et difficiles à rassembler, il est essentiel d'identifier clairement quels sont les rôles et les responsabilités de chaque acteur en vue de coordonner les efforts avec un maximum d'efficacité.

Après un premier inventaire réalisé en 2003, un certain nombre de domaines prioritaires ont également été définis. Ces domaines sont *les produits sous signes distinctifs, les activités de contrôle et de suivi des denrées alimentaires et des aliments pour animaux et la consommation de denrées alimentaires*. Ces thèmes ont été analysés de manière approfondie dans le cadre de task forces auxquelles ont participé des experts nationaux. Un groupe de réflexion qui s'est réuni en juin 2005 a identifié d'autres domaines prioritaires: *aspects de la santé humaine liés à la sécurité alimentaire et sensibilisation des consommateurs*. Ces thèmes seront étudiés à moyen-long terme.

## **Faciliter l'accès aux données disponibles: la base de données FOOD**

Les membres du groupe de travail «Statistiques de la sécurité alimentaire» se félicitent de la création d'une base de données qui fournit un accès unique à toutes les informations liées à la sécurité alimentaire et faciliter l'analyse des données et des tendances. La première étape, réalisée en 2005, concernant le regroupement et la structuration de toutes les statistiques disponibles à Eurostat dans une base de données commune appelée Food, a été marquée par la récente publication d'un pocketbook d'Eurostat «*Food: From Farm to Fork Statistics*»; au cours de la deuxième phase, en 2006-2007, les données sur les activités de contrôle et de suivi seront incluses.

### **Activités de contrôle et de suivi**

Eurostat a créé une task force en 2004 chargée d'examiner si les données administratives provenant des activités de contrôle et de suivi pouvaient être utilisées à des fins statistiques. Compte tenu de la complexité et de l'ampleur de la tâche, la task force a poursuivi ses travaux également en 2005 et 2006.

Les travaux concernant la création d'un glossaire commun et d'une classification des activités de contrôle et de suivi et le développement d'une base de données contenant des informations sur l'intensité du suivi et les résultats des contrôles. Son objectif est de décrire globalement la nature et l'évolution des activités de contrôle et de suivi. Une attention toute particulière est accordée aux données ayant fait ou faisant l'objet d'efforts d'harmonisation.

### **Produits sous signes distinctifs: qualité différenciée**

Les produits portant un label indiquant un type de sol ou une méthode de culture, le lieu de production, de transformation ou de commercialisation etc. font également partie des statistiques sur la sécurité alimentaire. Eurostat travaille actuellement à l'harmonisation des définitions des variables et à l'amélioration des données administratives sur les produits organiques et étudie les méthodes de collecte de données sur le commerce extérieur pour une sélection de produits GM<sup>1</sup>. Une collecte de données volontaires sur les produits AOP/IGP<sup>2</sup> a également démarré en 2005.

### **Consommation alimentaire: nécessité d'une évaluation des risques**

L'évaluation des risques en matière de sécurité alimentaire nécessite des données individuelles sur la consommation de denrées alimentaires et des données sur la présence de contaminants dans les produits alimentaires. Ces deux éléments permettent d'évaluer l'exposition de la population à certains risques par l'alimentation. La nécessité de disposer de données statistiques durables et harmonisées sur la consommation alimentaire a conduit Eurostat à créer une task force en 2005 en vue d'analyser la question.

Des besoins différents nécessitent des variables différentes. La classification des denrées alimentaires et les déterminants de la consommation sont également déterminés par les besoins politiques. Concernant les sources disponibles, les enquêtes alimentaires sont les seules pouvant fournir des informations sur la consommation individuelle de produits alimentaires. Cependant, d'autres sources de données pourraient être utiles pour collecter des variables de remplacement afin d'évaluer les tendances dans la consommation alimentaire. La task force a opté pour une approche en plusieurs phases fondée sur l'utilisation de sources existantes ou cherchant des moyens de collecter davantage de données détaillées par le biais d'enquêtes.

---

1 Génétiquement modifiés

2 AOP : appellation d'origine protégée ; IGP : indication géographique protégée

## Groupe de réflexion: priorités pour l'avenir

Les décisions et orientations prises par le groupe de travail en 2003 ont guidé les travaux réalisés jusqu'à présent ou prévus prochainement. En 2005, Eurostat a considéré qu'il était temps d'examiner les résultats obtenus et de mettre en place un groupe de réflexion chargé d'évaluer l'exhaustivité des travaux accomplis et d'identifier les éventuelles lacunes.

Le groupe a confirmé «la chaîne de production», «les activités de contrôle et de suivi» et les «menaces biologique » en tant que domaines prioritaires des statistiques sur la sécurité alimentaire. Trois autres domaines prioritaires non pris en compte en 2003 ont été identifiés: «santé humaine liée à la sécurité alimentaire», «sensibilisation des consommateurs» et «avis scientifiques».

L'approche suivie par Eurostat est d'analyser les données déjà disponibles avant de commencer de nouveaux exercices de collecte de données, en particulier des enquêtes, toujours dans l'objectif de limiter le plus possible la charge sur les États membres et d'éviter la duplication des efforts. Convient-il de garder cette approche? Sommes-nous sur la bonne voie?

# **ÉLABORATION D'UNE MÉTHODOLOGIE VISANT À AMÉLIORER LA BASE DE DONNÉES EUROPÉENNE SUR LES BLESSURES (IDB) AU REGARD DE LA DIMENSION PRODUITS ET SERVICES - ÉTUDE DE FAISABILITÉ SUR LES PRODUITS ET SERVICES AUX CONSOMMATEURS**

**Robert Bauer \***

Secteur «Intérieur, loisirs et sports»  
du Conseil autrichien de la sécurité routière (KfV) Schleiergasse 18  
1100 Wien  
Tel. +43 (0) 5 77 0 77 - 1320  
E-Mail: robert.bauer@kfv.at  
Internet: <http://www.kfv.at>

\* Co-auteurs:

Saakje Mulder, Institut pour la sécurité des consommateurs (CSI), Amsterdam;  
Monika Moises, Conseil autrichien de la sécurité routière, Vienne

La base de données européenne sur les blessures donne accès à des informations concernant un grand nombre d'accidents liés à des produits et à des services dans l'UE. Chaque année, près de 200.000 cas relevés dans cinquante hôpitaux de plusieurs États membres sélectionnés sont ajoutés au système pour être analysés. Cependant, les besoins en matière de sécurité des consommateurs évoluent et les défis à relever se déclinent en termes de validité, de spécificité et d'actualité des données IDB. Dans le cadre d'un projet de la DG SANCO, plusieurs innovations technologiques sont testées en vue d'améliorer la dimension produits et services dans la base de données.

Dans l'UE, les blessures sont la principale cause de décès prématuré, elles représentent 15% de la mortalité totale des moins de 60 ans et 10% du coût des soins aigus. Elles constituent donc un problème majeur de santé publique en Europe et figurent désormais parmi les priorités de l'actuel programme de santé publique de la DG Sanco, dans le cadre duquel un groupe de travail se consacre à la prévention des blessures. Ce dernier devrait utiliser la base de données européenne sur les blessures comme principale source d'informations sur les causes externes et les circonstances des blessures non mortelles pour informer et orienter la prévention au niveau de l'UE et dans les États membres, en particulier dans le domaine des accidents domestiques et de loisirs dont le nombre ne cesse de croître.

L'IDB est une base de données en ligne créée en 1999 par la DG Sanco dans le cadre du programme relatif à la prévention des blessures dans le but de fournir un accès central aux données collectées dans les États membres au titre du programme EHLASS (Système européen de surveillance des accidents domestiques et de loisirs). Compte tenu du fait que de nombreux accidents domestiques et de loisirs sont liés aux produits, le système EHLASS avait pour objectif premier d'identifier les produits dangereux. L'actuelle IDB qui lui a succédé permet également d'accéder à une pléthore d'informations sur les accidents liés aux produits. Dans l'UE, les accidents domestiques et de loisirs représentent d'ores et déjà plus des deux tiers de la totalité des blessures non intentionnelles et leur nombre est en augmentation constante. Aussi est-il surprenant qu'aucune surveillance de routine, voire obligatoire, des accidents domestiques et de loisirs ne soit encore prévue dans l'UE (s'agissant de la

sécurité routière et au travail, la nécessité des données sur les causes externes de blessures va de soi et ces informations sont disponibles au niveau de l'UE grâce aux bases de données CARE et ESAW. Dans ces deux domaines, les actions concertées et le renforcement des cadres réglementaires, sans oublier l'amélioration de l'information statistique à l'échelle de l'UE, ont contribué à la réalisation de nombreux progrès. Grâce à ces efforts, les blessures liées à la circulation et au travail sont en baisse dans la majorité des États membres, contrairement aux accidents domestiques et de loisirs).

La base IDB de l'année 2006 est composée de sept applications bien consolidées en Autriche, au Danemark, en France, en Grèce, aux Pays-Bas, au Portugal et en Suède et d'applications pilotes dans treize autres États membres, la plupart dans l'UE élargie. Les données IDB sont collectées auprès de divers services d'urgence qui sont censés fournir un échantillon représentatif des blessures soignées en milieu hospitalier dans le pays participant. La collecte obéit à un protocole commun qui, outre les informations médicales relatives à la blessure (par ex. diagnostic), couvre des informations détaillées sur le lieu de l'accident (où), l'activité exercée au moment de la blessure (quoi), les circonstances (comment) et les produits mis en cause. Ce dernier élément est subdivisé en trois catégories: le produit causant l'accident, le produit causant directement la blessure et l'intervention d'un éventuel produit tiers. Bien qu'à l'origine, l>IDB n'ait pas été conçue pour enregistrer les accidents liés aux services, il est possible, dans une certaine mesure, de repérer certains services dans les domaines du tourisme, du sport et autres en effectuant une analyse combinée de ses rubriques : activité (ex.: sports), lieu de l'accident (ex.: gymnase), type de sport (ex.: aérobics) et récit («a glissé sur le sol carrelé de la douche»). Malgré la richesse des informations sur les causes externes des blessures, l'utilisation des données de l>IDB au niveau de l'UE pour la sécurité des produits est encore loin de répondre aux attentes. Ce constat avait déjà été fait lors de précédentes évaluations externes du système EHLASS et de projets correspondants de la DG Sanco.

En ce qui concerne les blessures liées à des services, la question a été déclarée prioritaire dans la communication de la Commission relative à la sécurité des services de juin 2003, approuvée par le Conseil des Ministres dans sa résolution de décembre 2003 et finalement suivie en 2005 d'un appel d'offres relatif à une étude de faisabilité sur la rationalisation et l'amélioration de la collecte de données sur les produits et services aux consommateurs dans le cadre de l>IDB (n° SANCO/2005/B3/009–D 230413). L'objectif de cet appel d'offres est d'accroître les possibilités d'exploitation de la base actuelle pour les données sur les produits et les services et d'étudier les moyens de développer l>IDB pour améliorer la base de connaissances eu égard à la sécurité des produits et des services. Dans cette étude, le «réexamen» de l>IDB par la DG Consommateurs témoigne de l'énorme potentiel du système au regard tant des éléments de données déjà disponibles que du niveau d'harmonisation déjà atteint dans l'agrégation transnationale des données au niveau de l'UE.

L'Institut pour la sécurité des consommateurs (CSI) des Pays-Bas a entrepris de mener cette étude en collaboration avec les organisations chefs de file en Europe pour la surveillance et la recherche en matière de blessures, qui soit fournissent les données nationales pour alimenter l>IDB, soit participent activement au développement de la collecte et de l'analyse des données. L'étude susmentionnée suit les objectifs suivants:

- élaboration d'une méthodologie permettant de sélectionner les activités liées aux produits les plus dangereux et aux services les moins sûrs au moyen des données IDB ;
- réalisation d'une analyse quantitative et qualitative d'un certain nombre de produits relativement dangereux et de services relativement peu sûrs sur la base des données disponibles dans l>IDB ;
- définition précise du contenu des éléments de données/codes/questions supplémentaires pour le manuel de codification de l>IDB ou des procédures de collectes de données supplémentaires;



- examen et comparaison des différentes options envisagées pour collecter à l'avenir des informations supplémentaires sur la sécurité des produits et des services via l'IDB (y compris les coûts).

Les tâches proposées pour analyser les données IDB concernant les accidents liés à des services sont les suivantes:

- a. Déterminer le système de sélection pour les services dans l'IDB
- b. Établir des priorités sur la base d'indicateurs épidémiologiques
- c. Établir des priorités sur la base d'indicateurs épidémiologiques et d'intervention
- d. Analyser de manière détaillée les données IDB pour une sélection de services
- e. Déterminer le niveau d'informations de base sur l'accident nécessaire à la mise en place d'une prévention des blessures efficace
- f. Préparer et réaliser des études pilotes pour collecter des données supplémentaires dans les hôpitaux participant à l'IDB ou avec leur aide

L'exposé sera émaillé d'exemples illustrant l'actuelle utilisation de la dimension produits et services dans l'IDB et présentera, dans leurs grandes lignes, les tâches spécifiques a. à f. de l'étude de faisabilité en cours en vue d'améliorer cette dimension.

# SÉCURITÉ, PROTECTION DES DONNÉES ET DE LA VIE PRIVÉE DANS LES SERVICES EN LIGNE: MENACES ET MESURES CORRECTIVES

**Borka Jerman-Blažič**

Président, Comité directeur

Internet Society European Chapters Coordinating Council

Barcelone, Espagne et

Institut Jožef Stefan, faculté d'économie, université de Ljubljana, Slovénie

## Résumé

L'informatique est devenue omniprésente au quotidien. Presque toutes les opérations de la vie courante sont effectuées à l'aide d'ordinateurs ou par des ordinateurs. Partout où nous utilisons des services d'information, nous laissons des traces, des empreintes électroniques, ce qui permet à toute personne suffisamment motivée de collecter, d'organiser et d'analyser nos données à caractère personnel. La nature des opérations effectuées sur Internet (entreprises en ligne et commerce électronique), au cours desquelles les informations personnelles sont transférées sous format électronique, représente une menace constante pour notre vie privée. Le manque de confidentialité expose le consommateur à un certain nombre d'abus, qui commencent maintenant à être mieux compris et donc mieux combattus.

Le consommateur a de nombreuses bonnes raisons d'être préoccupé par le respect de la vie privée sur Internet et sur les réseaux de télécommunications. Il est par exemple agacé par les messages non sollicités ou souhaite effectuer des recherches sur certains thèmes en toute discrétion. Il a peut-être un état de santé qu'il ne veut pas étaler au grand jour, mais s'il recherche de la documentation à ce sujet sur Internet, il y laissera toute une mine d'informations le concernant.

Nous examinerons différentes approches, replacées dans leur contexte technologique et législatif, visant la création de services sûrs du point de vue de la protection de la vie privée. L'approche présentée se fonde sur les travaux en cours concernant le développement de technologies destinées à protéger la vie privée. Notre présentation porte essentiellement sur les menaces, les exemples de la vie réelle, la présentation des derniers développements et la mise en œuvre des méthodes et outils techniques ouvrant la voie à une meilleure fiabilité de l'environnement de travail dans une société fondée sur le Net.

Nous partirons de la définition de Ross Anderson selon laquelle la vie privée est «la capacité et/ou le droit de protéger ses secrets personnels, la capacité et/ou le droit d'empêcher l'envahissement de son espace personnel». La vie privée est respectée lorsque deux facteurs sont combinés; tout d'abord, la personne concernée doit être en mesure de contrôler les informations à son sujet; ensuite elle doit exercer ce contrôle conformément à ses propres valeurs. Le premier facteur est lié à l'existence d'un choix — c'est-à-dire à la possibilité juridique de contrôler la publication de l'information — et non pas à la question de savoir si le choix est agréable ou non. Dans le monde commercial, il nous est généralement possible de contrôler les informations nous concernant. Si nous excluons les pures transactions commerciales, par exemple dans le secteur bancaire, nous pouvons décider dans l'absolu des personnes autorisées à recevoir ces informations. Le premier facteur est ainsi satisfait. L'exercice du contrôle de l'information —deuxième facteur garantissant le respect de la vie privée — pose davantage de problèmes. Beaucoup d'utilisateurs qui naviguent sur Internet ou

reçoivent du courrier non contrôlé ne savent pas comment fonctionne l'économie de l'information et ignorent qu'ils en font partie sans le vouloir. Des informations sur le comportement d'utilisateurs particuliers sont collectées sans que ceux-ci n'en aient conscience. Une information appropriée sur les menaces du nouveau monde peut aider l'utilisateur à comprendre ce qui se passe sur Internet et comment peuvent se produire les utilisations abusives des données à caractère personnel. Par ailleurs, certains utilisateurs ou consommateurs sont fortement préoccupés par la divulgation d'informations, mais il leur est difficile d'exercer un contrôle car les sociétés proposent encore très rarement des informations suffisantes sur la protection de la vie privée. Compte tenu de ces possibilités de choix peu satisfaisantes, le deuxième facteur de la protection de la vie privée est difficile à réaliser. D'autres utilisateurs ou consommateurs d'informations peuvent avoir un seuil de tolérance plus élevé quant à la divulgation d'informations ou peuvent être davantage sensibilisés au problème de confidentialité pour des informations qui n'intéressaient pas les opérateurs commerciaux jusqu'à présent. Leur vie privée peut ne pas être affectée par un partage d'informations à des fins commerciales, même à grande échelle. Les données médicales constituent un bon exemple d'informations devant être protégées. Avant de pouvoir identifier les outils et les méthodes qui nous aident à protéger la confidentialité des données, il est indispensable d'identifier d'abord les menaces.

Nous donnerons un aperçu général des menaces et donnerons des exemples. Nous présenterons en outre les approches existantes en matière de protection des données et de la vie privée du point de vue de la technique et de la législation. Nous décrirons celles-ci et citerons les exemples les plus connus. Les méthodes techniques auxquelles peut recourir le consommateur pour se protéger seront brièvement expliquées. Enfin, la contribution se terminera par une discussion des approches, dispositions législatives et projets principaux ouvrant la voie à une meilleure protection des données et de la vie privée. L'importance de la sensibilisation et de l'éducation des consommateurs sera également abordée.

## SYNTHÈSE

**Ineke Stoop**

Présidente du sous-comité Statistiques sociales du CEIES

Les décideurs de la politique des consommateurs s'efforcent de garantir un fonctionnement efficace des marchés, y compris le marché intérieur de l'UE, du point de vue à la fois économique et social. Pour évaluer dans quelle mesure cet objectif est atteint, il faut disposer de statistiques économiques et sociales sur les deux côtés de l'offre et de la demande. La protection des consommateurs vise le bien-être des personnes et des familles et a besoin de statistiques sur la demande mais celles-ci sont moins bien développées que les statistiques sur l'offre.

Les trois grandes parties concernées par la protection des consommateurs sont les fournisseurs de biens et de services (secteurs publics, marchés et ménages), les consommateurs et leurs protecteurs. Les biens et les services devraient améliorer le bien-être des consommateurs mais représentent aussi bon nombre de menaces et de problèmes. Tout d'abord, la question des coûts, il ne s'agit pas seulement de leur niveau trop élevé, mais aussi de leur transparence, ainsi que des problèmes liés aux échecs commerciaux et à la compétitivité du marché intérieur. Ensuite, l'accès aux biens et aux services peut être limité, voire inexistant. La qualité est évidemment importante: les biens et les services répondent-ils aux besoins des utilisateurs? Enfin, il existe des risques pour la santé et la sécurité dans les domaines de l'alimentation, des transports, de l'environnement et des TIC (respect de la vie privée et fraude). Par bonheur, les consommateurs sont protégés contre ces risques et menaces par la législation, et diverses organisations de consommateurs, de protection des consommateurs, de l'environnement, de sécurité routière, de protection de la vie privée et de la confidentialité.

Le présent séminaire, auquel participent 69 personnes de 26 pays, n'a pas pu traiter tous les aspects. Pourtant, la couverture a été large et la protection des consommateurs a été placée dans une perspective plus vaste tenant compte de l'évolution des modèles de consommation des ménages et des études innovatrices - mandatées par la DG SANCO - sur la satisfaction des consommateurs et le prix des services. Les services ont été un thème central puisque l'Europe devient de plus en plus une économie de services. Les autres thèmes traités ont inclus la santé, la sécurité alimentaire et la sécurité non alimentaire. En outre, une vue d'ensemble alarmante des menaces à la vie privée et risques représentés par les TIC a été donnée. Compte tenu de l'éventail des thèmes traités, il n'est pas aisé d'en faire la synthèse.

Il est clair, au vu des nombreuses parties représentées ici, des divers aspects socio-économiques de la protection des consommateurs et du besoin d'informations sur les côtés de l'offre et de la demande, que la statistique et la recherche sont nécessaires dans de nombreux domaines et qu'il faut intégrer les statistiques. Actuellement, quantité de données sont disponibles dans le domaine de la protection des consommateurs, allant de sources très générales telles que les données démographiques, les comptes nationaux et les statistiques sur les revenus à des informations très spécifiques sur les régimes alimentaires ou encore la base de données sur les blessures. Eurostat fournit des données sur la démographie, les comptes nationaux, les prix, les dépenses, les transports, la santé et bien d'autres domaines encore. Des informations sont collectées auprès des entreprises et des ménages. Les enquêtes Eurobaromètre mesurent le comportement et la satisfaction des consommateurs. Le

récent rapport d'Eurostat – Les consommateurs en Europe, faits et chiffres – fondé en partie sur des données fournies par des tiers, donne une vue d'ensemble globale et utile. L'une des conclusions Il existe cependant encore un certain nombre de lacunes dans différents domaines: flux commerciaux transfrontaliers, services d'intérêt général, prix des services, commerce électronique, sécurité des biens, services, plaintes de consommateurs et satisfaction des consommateurs. Un point important qui est revenu plusieurs fois est que les statistiques collectées au départ à d'autres fins que la protection des consommateurs ne peuvent que partiellement être exploitées dans cette optique. Les besoins d'informations sur les prix réels, les prix sous une forme moins agrégée ont été mentionnés plusieurs fois. Ces informations ont été collectées pour calculer les indices de prix, mais les décideurs politiques et les chercheurs souhaiteraient les utiliser dans un autre objectif.

Un deuxième aspect soulevé plusieurs fois est le fossé entre les besoins d'informations aux niveaux national et européen. Le comportement des consommateurs est souvent considéré comme relevant du niveau national, le comportement du consommateur et les prix diffèrent selon les pays et des données harmonisées sont requises pour une utilisation dans le marché intérieur.

Afin de permettre des décisions politiques fondées sur des preuves dans le domaine de la protection des consommateurs, un système statistique ayant des classifications claires devrait être disponible, ainsi qu'une méthodologie éprouvée et un ensemble de concepts cohérent. Comme il ressort du séminaire, les classifications et la méthodologie ont reçu une grande attention – voir les études commanditées par la DG SANCO. Les concepts de base dans ce domaine sont la satisfaction des consommateurs, la protection des consommateurs et la sécurité des produits. Un problème est que ces concepts sont compris et utilisés de façon hétérogène. En outre, pour obtenir des informations utiles et valables sur la protection des consommateurs, il faudrait analyser les liens entre ces concepts et réfléchir à leur intégration possible.

Un thème récurrent au cours du séminaire a été la question de savoir quels aspects de la protection des consommateurs relèvent de la compétence de la statistique officielle nationale et européenne et quels aspects doivent rester en dehors. L'impression générale des participants est que les services doivent faire partie du programme de travail statistique étant donné que la nouvelle économie en Europe est de plus en plus orientée vers les services. Le problème est qu'il est plus difficile de collecter des données sur les services que sur les biens, tout particulièrement dans un contexte transnational. On s'est demandé plusieurs fois qui devait produire des données sur les thèmes nouveaux comme la satisfaction des consommateurs afin de fournir des informations sur notre société et l'économie européenne (en particulier la nouvelle économie), l'économie des services et la production des ménages. Certains estiment que la statistique officielle devrait tenir compte de toutes ces nouvelles demandes de données, d'autres pensent que ces thèmes, quoique très intéressants,

- ne relèvent pas du domaine de compétence de la statistique officielle,
- ne sont pas faisables en raison de la pénurie de ressources humaines ou financières,
- devraient faire l'objet d'études spécifiques et de recherches,
- devraient être laissés aux INS, organisations internationales, ONG, consultants privés, etc.

Il apparaît clairement que la statistique officielle ne peut aborder tous ces sujets d'emblée. Pourtant, les décideurs politiques ont besoin d'informations de qualité, solides et irréfutables, qui soient comparables au fil du temps, au-delà des frontières et entre les différentes études. Cela ne s'est pas toujours le cas pour les collectes de données et les statistiques provenant de tiers. Les offices statistiques ne sont pas nécessairement les seules institutions capables de collecter des données fiables et indépendantes. Ne serait-ce qu'une validation des données de tiers par la statistique officielle leur apporterait une valeur ajoutée. Pour servir la prise de décisions sur la base de preuves et compte tenu de l'importance croissante du marché intérieur, il importe de garantir – comme dans la statistique officielle – que les statistiques de tiers soient cohérentes sur le plan historique et permettent des comparaisons entre les

pays. Cela n'est possible que si les mêmes concepts, méthodologies et classifications sont utilisés au fil du temps, des études et des pays.

Les recommandations finales du présent séminaire doivent encore être rédigées. Il apparaît toutefois dès à présent qu'il nous faut commencer à repenser la statistique de la protection des consommateurs. Les aspects suivants doivent être examinés sans trop tarder (pas nécessairement cités par ordre d'importance):

- importance de définitions et de collectes harmonisées
- analyse des concepts dans le domaine de la protection des consommateurs et leur intégration
- intégration de différents types de données: données administratives et enquêtes, données sur la satisfaction des consommateurs et données objectives
- élimination des lacunes dans les informations actuelles sur la protection des consommateurs, par exemple concernant les informations sur les services d'intérêt général, désagrégation et disponibilité d'information sur les prix
- renforcement de la coopération d'Eurostat et des instituts nationaux de statistiques et création d'une synergie entre le niveau européen et le niveau national
- développement d'un programme intégré de statistiques sur les consommateurs et sur la protection des consommateurs
- établissement de priorités claires sur les questions essentielles de la protection des consommateurs devant être couvertes par la statistique officielle.

Le monde change: les marchés nationaux font place progressivement à un marché européen, les modèles de consommation évoluent et l'économie traditionnelle de biens se transforme en nouvelle économie de services. La statistique doit reconnaître ces changements et essayer de s'adapter aux nouveaux besoins.

## RÉACTION D'EUROSTAT

**Michel Glaude**

Directeur, Statistiques sociales et société de l'information

**Merci** pour ces présentations et commentaires aussi utiles qu'intéressants. Ils nous indiquent clairement la voie à suivre pour renforcer la compréhension à la fois des besoins des utilisateurs et des contraintes des producteurs. À cet égard, nous avons vu que ce n'était pas toujours uniquement une question de ressources financières mais aussi parfois de ressources humaines en mesure de discuter de différents points méthodologiques. Ainsi donc, félicitations au CEIES d'avoir fourni à Eurostat et au SSE ces informations indispensables pour nous aider à évaluer et à concevoir l'avenir de la statistique sur ce sujet.

Ma première remarque est que la **protection des consommateurs** est réellement un domaine nouveau et fascinant:

- elle présente un intérêt pour chacun d'entre nous car nous sommes tous des consommateurs et avons tous une expérience personnelle importante dans ce domaine,
- elle requiert un ensemble équilibré d'approches économiques et d'approches sociales,
- elle impulse la concurrence, la croissance et l'emploi.

Si nous nous plaçons du **côté de la demande**, quelles conclusions se dégagent du présent séminaire?

- Le besoin de statistiques de meilleure qualité et mieux appropriées pour une politique fondée sur des preuves au niveau européen a été clairement mis en évidence par la DG Sanco. Une discussion intéressante a eu lieu sur les raisons exactes pour lesquelles la DG Sanco nécessite une évaluation précise des niveaux de prix des services, ce qui montre que toutes les nouvelles demandes de statistiques doivent désormais être évaluées par rapport aux coûts afin d'optimiser le rapport coûts-avantages.
- Les besoins politiques nationaux n'ont pas été abordés de façon spécifique mais ont été mentionnés par la DG Sanco.
- Les organisations de consommateurs ont exprimé leurs besoins, qui concernent davantage les questions liées à la santé, à la sûreté et à la sécurité que la mesure des prix ou la satisfaction des consommateurs. Elles aussi ont assurément de nombreuses exigences dans ce domaine.

Il ressort de l'ensemble des points de vue exprimés, que des statistiques officielles **«faisant autorité»** sont requises.

Nous avons vu au cours des présentations que des quantités d'informations utiles et détaillées sont collectées (mais pas toujours diffusées) par le secteur privé et qu'un volume considérable de chiffres est diffusé par les organisations de consommateurs. Mais dans les deux cas, ces statistiques peuvent être contestées. Pour cette raison, il existe un besoin clair de statistiques officielles.

**Du côté de l'offre**, nombre de statistiques économiques et sociales collectées à d'autres fins sont utilisées pour alimenter le programme statistique «Protection des consommateurs». C'est le cas des comptes nationaux, des statistiques du commerce, du budget des ménages, des statistiques des prix, de la société de l'information, etc. Dans le domaine de la sécurité alimentaire, le principe est que l'exploitation des données collectées dans le cadre des contrôles alimentaires et des activités de suivi doit être complètement achevée avant le lancement de nouvelles enquêtes, ceci en vue de réduire la charge de réponse. En outre, afin d'éviter la duplication des travaux pour les États membres, Eurostat demande à la DG Sanco de fournir directement ces données administratives. Cette stratégie d'optimisation de l'utilisation des données existantes devrait être poursuivie.

Néanmoins, comme nous l'avons vu, face à la complexité et à la diversité des nouvelles demandes, de nouvelles initiatives ont été adoptées. Certaines ont été présentées ici, notamment par la DG Sanco, concernant les indicateurs de la satisfaction des consommateurs, les prix des services fournis aux consommateurs et la base de données européenne sur les blessures et par Eurostat, dans le domaine de la sécurité alimentaire. Les présentations étaient claires et précises et toute une série de questions méthodologiques ont été soulevées au cours de discussions animées. Ce type d'initiatives doit être développé et renforcé.

Résumons maintenant les **leçons tirées par Eurostat** en vue d'améliorer l'avenir du programme statistique dans le domaine de la protection des consommateurs.

D'abord, il apparaît nécessaire de mieux définir le **champ d'application de la statistique officielle**. Comme il a été souligné au cours du séminaire, plusieurs approches peuvent coexister, les «statistiques immatérielles», c'est-à-dire statistiques au sens large et les «statistiques pures» allant de l'Eurobaromètre aux comptes nationaux. En règle générale, il appartient à la statistique officielle de fournir les chiffres de référence fondamentaux, avec un niveau élevé de qualité et de comparabilité dans chaque grand domaine, mais des collectes et analyses plus spécialisées et détaillées peuvent être effectuées par d'autres acteurs publics ou privés (tels que les centres de recherches, etc....).

À cet égard, même si son activité centrale reste ciblée sur la statistique officielle, Eurostat peut apporter un **soutien méthodologique** à d'autres services de la Commission dans la collecte de statistiques de nature plus immatérielle.

La troisième leçon concerne la meilleure diffusion des informations existantes. La protection des consommateurs étant un concept horizontal plutôt nouveau, les utilisateurs ont des difficultés à trouver les informations requises. C'est pourquoi il est essentiel de poursuivre la production de la publication «Les consommateurs en Europe. Faits et chiffres» élaborée en collaboration avec la DG Sanco, qui inclut des références à une vaste gamme de données (des statistiques immatérielles aux statistiques pures). La convivialité du site Web Eurostat spécialisé devrait également être améliorée.

Un domaine dans lequel il est possible de mieux utiliser les collectes de données existantes est celui des **statistiques des prix**. Un volume considérable d'informations détaillées est collecté régulièrement pour établir les IPCH (indice des prix à la consommation harmonisés) et les PPA (parités de pouvoir d'achat). Serait-il possible d'utiliser ces informations pour estimer et comparer les niveaux de prix absolus d'articles précis dans différents pays? La réponse n'est pas évidente car chaque instrument (ICPH, PPA) est conçu spécifiquement pour un objectif spécifique et le traitement de nouvelles demandes serait difficile et coûteux. Une task force interservices sur les statistiques de prix détaillées (en collaboration avec les DG Sanco, Markt, Ecfm, Comp et Agri) a néanmoins été mise en place et nous prendrons une décision sur la base de leurs conclusions.

Eurostat et le SSE doivent également trouver un moyen d'augmenter leur **réactivité** aux nouvelles demandes émergentes. Nous sommes tous conscients du poids de l'inertie dans la statistique officielle, principalement en raison de la décentralisation de la collecte de données dans les États membres (qui



---

constitue néanmoins un gage de qualité). Il existe plusieurs méthodes pour couvrir les modifications à court terme dans les besoins d'information:

- sondages d'opinion (par exemple Eurobaromètre) fournissant des statistiques immatérielles réalisées par d'autres DG;
- études ad hoc ayant de faibles exigences méthodologiques pour la collecte de données indicatives en vue d'analyses préliminaires (également réalisées par d'autres DG);
- modules ad hoc associés à une enquête européenne pour la collecte de données statistiques cohérentes sur des sujets spécifiques. En particulier, Eurostat a lancé la discussion sur un projet d'enquête des ménages européenne qui comprendra une partie fixe (variables centrales et indicateurs centraux) et une partie variable comprenant des modules ad hoc. La protection des consommateurs ou la consommation transfrontalière pourraient être retenus comme thèmes de ces modules. Le projet ne sera opérationnel qu'en 2009...

Je terminerai cette section consacrée aux leçons tirées par Eurostat en rappelant la nécessité d'une collaboration entre les statisticiens et les experts dans les différents domaines concernés en vue d'une réelle amélioration des outils statistiques (indicateurs, enquêtes...) nécessaires pour suivre et évaluer le domaine de la protection des consommateurs. Une bonne collaboration entre les INS des États membres et Eurostat est également une condition sin qua non de progrès.

À en juger par la qualité des présentations et des discussions au cours de ce séminaire, une telle collaboration renforcée paraît réellement possible.

## LISTE DES PARTICIPANTS

AMBROZAITIENE Dalia Vilnius, Lituanie	BROUWER Erik Almere, Pays-Bas	GRAF PŮCKLER, Botho Cologne, Allemagne
AMBRUS Árpád Budapest, Hongrie	CAMILLERI Reno La Valette, Malte	GRBEC Aleš Ljubljana, Slovénie
ANDERSON Johan Stockholm, Suède	DACKEBY Ulrika Stockholm, Suède	HEIDEMANN Lasse Hamilton Copenhague, Danemark
ANTONIOU Andreas Nicosie, Chypre	DANUSĚVIČS Henriks Riga, Lettonie	HENRY-BIABAUD Olivier Bruxelles, Belgique
ARNAIZ-RONDO Carlos Madrid, Espagne	DEGROOTE Kris Bruxelles, Belgique	HOCEVAR Andreja Ljubljana, Slovénie
BALTUTYTE Dalia Vilnius, Lituanie	EBLING Günther Bruxelles, Belgique	HRBEK Jiri Prague, République Tchèque
BAUER Robert Vienne, Autriche	EPLER Margit Vienne, Autriche	HRIBAR Bernarda Ljubljana, Slovénie
BIKSINIECE Sanita Riga, Lettonie	GANCHEVA Antoaneta Sofia, Bulgarie	INGLIČ Rihard Tomaž Ljubljana, Slovénie
BLAIR Sheena Luxembourg	GLAUDE Michel Luxembourg	JERMAN-BLAŽIČ Borka Ljubljana, Slovénie
BREGAR Lea Ljubljana, Slovénie	GØRSKI Andrzej Varsovie, Pologne	KASNAUSKIENE Gindra Vilnius, Lituanie

KEISPER Bostjan Ljubljana, Slovénie	MACLEAN Ian Esher, Royaume-Uni	PODBELSEK Iris Vienne, Autriche
KILPIÖ Eila Helsinki, Finlande	MACZÁK Bela Budapest, Hongrie	PUENTE RODERO Antonio Luxembourg
KLEPP Jozica Ljubljana, Slovénie	MAIR David Bruxelles, Belgique	SCHEIDHAUER Marie-Paule Luxembourg
KLOPPENBURG Horst Bruxelles, Belgique	MANKEVIČIUS Artūras Vilnius, Lituanie	SCHIEFER Peter Vienne, Autriche
KODIŠ Vaclav Prague, République Tchèque	MARQUES Fernando Lisbonne, Portugal	SHORTT Paul Dublin, Irlande
KOLEJKOVA Daniela Brno, République Tchèque	MARTÍNEZ PALOU Anna-María Luxembourg	SIUNE Karen Aarhus, Danemark
KOTOWSKA Irena Varsovie, Pologne	MIKLAVČIČ Barbara Ljubljana, Slovénie	SKAUDAL Erik Oslo, Norvège
KRIŽMAN Irena Ljubljana, Slovénie	MOSSLER Karin Stockholm, Suède	STØ Eivind Oslo, Norvège
KRSNIK Ivan Ljubljana, Slovénie	PANTELOURI Agne Bruxelles, Belgique	STOOP Ineke La Haye, Pays-Bas
KUTIN BREDA Ljubljana, Slovénie	PAVČIČ Marusa Ljubljana, Slovénie	STRAŽIŠAR Nina Ljubljana, Slovénie
KYRIACOU Kyriacos Bruxelles, Belgique	PAVLIKKAS Andreas Nicosie, Chypre	TÖRÖK ROMAN Bratislava, République Slovaque
LAMEL Joachim Klosterneuburg, Autriche	PETRAUSKAS Feliksas Vilnius, Lituanie	TRILER Mojca Ljubljana, Slovénie

VARJONEN Johanna

Helsinki, Finlande

VASILE Andreea

Bucarest, Roumanie

WÄCHTER Gerhard

Luxembourg

ZABKAR Vesna

Ljubljana, Slovénie