



 [#ConsumerDay22](#)
[#EESConsumers](#)

Conclusions de la 23^e édition de la Journée européenne du consommateur Donner aux consommateurs les moyens d'agir pour un monde plus durable

17 novembre 2022 | Bruxelles & en ligne



Comité économique
et social européen

Table des matières

Principales conclusions de la Journée européenne du consommateur	3
Introduction	4
Faits et chiffres	5
Programme	6
Les interventions des orateurs	8
OUVERTURE	
Christa Schweng , présidente du Comité économique et social européen (CESE)	8
Didier Reynders , commissaire européen chargé de la justice	8
Biljana Borzan , députée au Parlement européen, rapporteure de l'avis en cours d'élaboration sur le thème «Donner aux consommateurs les moyens d'agir pour la transition écologique»	9
Jan Strakoš , directeur du département des licences commerciales et de la législation en matière de protection des consommateurs, ministère de l'industrie et du commerce, République tchèque	10
DISCOURS D'ORIENTATION	
Philippe Moati , professeur d'économie à l'université Paris Cité, cofondateur de l'Observatoire de la société et de la consommation (ObSoCo)	11
TABLES RONDES 1 ET 2: DONNER AU CONSOMMATEUR LES MOYENS D'AGIR	
Table ronde numéro 1 – La «tech for good»	12
Table ronde numéro 2 – Le droit à la réparabilité	13
Table ronde numéro 3 – L'économie de la fonctionnalité	15
Table ronde numéro 4 – Consommation et santé	17
RESTITUTION DES RÉSULTATS DES TABLES RONDES PAR LES 4 RAPPORTEURS	
Table ronde numéro 1 – Rapporteur: Christophe Lefèvre	19
Table ronde numéro 2 – Rapporteur: Dragica Martinović Džamonja	19
Table ronde numéro 3 – Rapporteur: Thierry Libaert	20
Table ronde numéro 4 – Rapporteur: Wauthier Robyns	20
RÉPONSE INSTITUTIONNELLE	
Natasa Ristic Davidson , secrétaire d'État au ministère suédois des finances	21
Nils Behrndt , directeur général adjoint, direction générale de la justice et des consommateurs (JUST), Commission européenne	21
Alain Coheur , président de la section «Marché unique, production et consommation» (INT), CESE	22

Principales conclusions de la Journée européenne du consommateur

© Shutterstock/VectomMine
elenabasi, HollyHerry



[#ConsumerDay22](#)
[#EESConsumers](#)

Journée européenne du consommateur 2022

Donner aux consommateurs les moyens d'agir pour un monde plus durable

17 novembre 2022 | Bruxelles et en ligne

- Nous devons **combler l'écart** entre les intentions des consommateurs d'agir de manière durable et leurs actes. Les Européens comprennent la gravité de la crise environnementale et savent qu'ils doivent changer de comportement. L'**obstacle majeur réside dans les prix**: les produits respectueux de l'environnement coûtent plus cher.
- Pour aider les consommateurs à économiser de l'argent (et à réduire la quantité de déchets), les fabricants doivent **rendre leurs produits réparables**. Les initiatives sociales telles que les *Repair Cafés* mobiles favorisent la durabilité, la circularité, ainsi que l'inclusion sociale, et peuvent contribuer à la mise en place de marchés secondaires pour les pièces détachées.
- Les consommateurs souhaitent connaître la **durée de vie des produits**, mais rencontrent des **difficultés pour trouver ces informations**.
- Le fait de donner aux consommateurs **des informations claires et précises** sur les produits et quant aux répercussions de leurs décisions d'achat sur leur empreinte carbone peut **leur permettre de faire des choix plus durables** et de contribuer à la transition écologique.
- Il faut donner aux consommateurs **les moyens d'agir en faveur d'un monde plus durable**. Cet enjeu doit être traité sous plusieurs angles, notamment par l'adoption d'une **législation forte** et la création de **possibilités d'engagement volontaire**.

Introduction

Le Comité économique et social européen (CESE) assure l'organisation de la Journée européenne du consommateur depuis 1999. Habituellement, cette manifestation annuelle a lieu au mois de mars. Étant donné que la Commission européenne, en collaboration avec la présidence tournante du Conseil, organise désormais également un sommet des consommateurs à cette période de l'année, le CESE a décidé que sa Journée européenne du consommateur aurait lieu plus tard dans l'année. Cette décision se fonde sur la volonté d'éviter l'enchaînement de deux manifestations majeures, ainsi que sur le souhait d'alimenter le débat en amont du sommet des consommateurs.

Afin de maintenir la dynamique entre les deux manifestations, la thématique de la Journée européenne du consommateur, à savoir «Donner aux consommateurs les moyens d'agir pour un monde plus durable», a été choisie en cohérence avec les thèmes du sommet des consommateurs qui se tiendra au premier trimestre de 2023.

La Journée européenne du consommateur 2022 s'est articulée autour d'histoires inspirantes, de débats dans le cadre de plusieurs tables rondes et d'une réponse institutionnelle visant à définir les perspectives pour l'année à venir. Il s'agissait de donner la parole à la société civile, de renforcer les synergies entre les institutions, de soulever des questions et d'aller de l'avant.



Enfin, il a été décidé de dédier cette édition de la Journée européenne du consommateur à Luís Lobo, responsable du secrétariat de la section «Marché unique, production et consommation» (INT), décédé prématurément. Merci à vous, Luís, pour tout le travail que vous avez fourni, ainsi que pour le temps, l'énergie et les efforts que vous avez consacrés à la politique de protection des consommateurs. Grâce à votre détermination, la Journée européenne du consommateur est devenue l'une des manifestations phares annuelles du CESE les plus populaires. Pour reprendre votre expression: «Continuez, je vous en prie». Soyez assuré que la section INT n'y manquera pas.

**Section «Marché unique, production et consommation»
Comité économique et social européen (CESE)**

Faits et chiffres



ORATEURS/ORATRICES

16 orateurs, dont:
1 secrétaire d'État
1 commissaire européen
1 députée au Parlement européen
2 directeurs



PUBLIC

Sur place:
54 participants
Sur Interactio:
81 personnes connectées



DIFFUSION EN DIRECT

231 visites, 168 visiteurs,
1203 actions (pages consultées,
téléchargements, diverses
recherches sur la page web
consacrée à la manifestation).



TWITTER

36 tweets
68 retweets
177 mentions «j'aime»



*Ileana Izverniceanu de la Iglesia,
membre du CESE et modératrice de la journée*



Orateurs des sessions du matin et membres du CESE



Participante dans la salle de réunion



Programme

Modératrice de la journée: Ileana Izverniceanu de la Iglesia, membre du CESE

9:00 – 9:30

Accueil et café

9:30 – 10:10

Ouverture

- **Christa Schweng**, présidente du Comité économique et social européen (CESE)
 - **Didier Reynders**, commissaire européen chargé de la justice
 - **Biljana Borzan**, députée au Parlement européen, rapporteure de l'avis en cours d'élaboration sur le thème «Donner aux consommateurs les moyens d'agir pour la transition écologique»
 - **Jan Strakoš**, directeur du département des licences commerciales et de la législation en matière de protection des consommateurs, ministère de l'industrie et du commerce, République tchèque
-

10:10 – 10:30

Discours d'orientation

- **Philippe Moati**, professeur d'économie à l'université Paris Cité, cofondateur de l'Observatoire de la société et de la consommation (ObSoCo)

Questions-réponses

Tables rondes 1 et 2: donner au consommateur les moyens d'agir

10:30 – 11:30

Table ronde numéro 1

La «tech for good»

Rapporteur: **Christophe Lefèvre**, membre du CESE

- **Katarina Wangler Björk**, Applied Impact Partnership Manager, Doconomy, Suède
- **Monique Goyens**, directrice générale du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC)

Débat avec les participants

11:30 – 12:30

Table ronde numéro 2

Le droit à la réparabilité

Rapporteuse: **Dragica Martinović Džamonja**, membre du CESE

- **Simon Frémineur**, gestionnaire du projet Interreg Sharepair, Repair Together
- **Anthony Rosborough**, chercheur auprès de l'Institut universitaire européen, Florence

Débat avec les participants

Tables rondes 3 et 4: du consommateur au consomm'acteur

14:30 – 15:30

Table ronde numéro 3

L'économie de la fonctionnalité

Rapporteur: **Thierry Libaert**, membre du CESE

- **Marc Diefenbach**, cofondateur de Rhinopaq, Allemagne
- **Coralie Muylaert**, collaboratrice de recherche au sein de l'ICHEC, Brussels Management School

Débat avec les participants

15:30 – 16:30

Table ronde numéro 4

Consommation et santé

Rapporteur: **Wauthier Robyns**, membre du CESE

- **Guillaume Culot**, gestionnaire de projet, Refresh Brussels
- **Francelyne Marano**, professeure émérite de biologie cellulaire et toxicologie, université Paris Cité

Débat avec les participants

16:30 – 16:50

Restitution des résultats des tables rondes par les 4 rapporteurs

16:50 – 17:05

Réponse institutionnelle

- **Natasa Ristic Davidson**, secrétaire d'État, Suède
- **Nils Behrndt**, directeur général adjoint, direction générale de la justice et des consommateurs (JUST), Commission européenne
- **Alain Coheur**, président de la section «Marché unique, production et consommation» (INT), CESE

Les interventions des orateurs

OUVERTURE

Christa Schweng, présidente du Comité économique et social européen (CESE)

Au fil des ans, le CESE a établi avec la Commission européenne et le Parlement européen une relation de travail très fructueuse sur les questions de consommation.

La Journée européenne du consommateur organisée par le CESE favorise un dialogue actif avec les représentants des consommateurs et les responsables politiques. La manifestation de 2022 s'est axée sur les possibilités de donner aux consommateurs les moyens d'agir pour un monde plus durable. C'est l'un



des principaux objectifs du «nouvel agenda du consommateur» établi par la Commission. Le CESE soutient les priorités définies dans cet agenda et se félicite des différentes initiatives visant à le mettre en œuvre au niveau européen et au niveau des États membres.

Nos citoyens, nos entreprises et nos collectivités sont confrontés à des défis pressants. Le changement climatique, les pénuries de matières premières et l'apparition de nouvelles maladies montrent que nous devons emprunter une voie

plus durable pour la planète, tant en Europe que dans le reste du monde.

Nous devons travailler ensemble à un rythme qui permette aux consommateurs et aux entreprises de s'approprier la transition écologique: les consommateurs ont besoin d'informations adéquates, telles qu'un indice de réparabilité figurant sur les étiquettes des produits. En outre, le droit à la réparation en tant que solution pour éviter le remplacement devrait être encouragé. La lutte contre l'obsolescence prématurée des marchandises constitue un autre aspect important. Sur ce point, le CESE va plus loin que la Commission. Il estime qu'il ne suffit pas d'informer le consommateur de l'impossibilité de réparer certaines marchandises et préconise l'interdiction de la pratique consistant à fabriquer intentionnellement des produits non réparables.

Nous nous trouvons aujourd'hui face à l'un des plus grands bouleversements de nos économies et de nos sociétés. Unissons nos forces pour mener à bien la transition écologique, pour parvenir à une économie et à une société plus vertes et plus durables. Les conclusions de cette journée doivent alimenter le débat en vue du sommet des consommateurs qui aura lieu au printemps prochain.

Enfin, le CESE a décidé de dédier la Journée européenne du consommateur de cette année à Luís Lobo, chef d'unité du CESE, section «Marché unique, production et consommation», qui est décédé récemment, afin de rendre hommage à l'importante contribution qu'il a apportée en matière de politique de protection des consommateurs pendant tant d'années.

Didier Reynders, commissaire européen chargé de la justice

Donner aux consommateurs les moyens d'agir pour un monde plus durable: le CESE n'aurait pas pu choisir un meilleur thème pour sa Journée européenne du consommateur.

La réalisation des objectifs du pacte vert nécessite la contribution de chaque Européen. De plus en plus de consommateurs se rendent compte qu'ils peuvent contribuer à changer les choses en adaptant leur mode de consommation.



Il est essentiel de savoir comment les produits sont fabriqués pour faire en sorte qu'ils durent plus longtemps et puissent être réparés, et les consommateurs doivent pouvoir obtenir des informations fiables sur les produits qu'ils achètent.

Les consommateurs souhaitent contribuer à la transition écologique, mais des obstacles se dressent sur leur chemin. Aussi faut-il leur donner les moyens d'agir.

Le moins que l'on puisse faire est de veiller à l'exactitude des informations consultables par les consommateurs en ce qui concerne la durabilité

des produits. L'un des problèmes les plus souvent signalés par les consommateurs européens est l'écoblanchiment. Ce phénomène touche environ 86 % des consommateurs qui croient acheter des produits écologiques. Il sape la confiance des consommateurs et les rend méfiants à l'égard des allégations environnementales. La publicité responsable constitue l'une des solutions à ce problème. Les allégations environnementales doivent être conformes à la législation européenne. Il est donc essentiel de disposer d'une législation forte pour protéger les consommateurs contre l'écoblanchiment et permettre aux personnes qui en sont victimes d'obtenir réparation.

Un autre élément de cette problématique consiste à faire en sorte que les consommateurs puissent réutiliser et faire réparer les produits qu'ils achètent. Il conviendrait d'interdire un certain nombre de pratiques d'obsolescence programmée, par exemple celles qui consistent à réduire la durée de vie d'un produit à des fins commerciales. Il faudrait promouvoir le droit à la réparation plutôt que le remplacement.

Le dernier élément du casse-tête consiste à s'assurer qu'il existe des produits écologiques sur le marché. La proposition relative à l'écoconception permettrait aux consommateurs européens d'économiser 120 milliards d'euros en coûts énergétiques. La Commission a récemment proposé de généraliser les produits durables dans l'Union européenne. En outre, grâce à l'[engagement en faveur de la consommation durable](#)¹ mis en place en 2021, les entreprises peuvent s'engager à réduire l'empreinte de leurs produits.

Il faut donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur d'un monde plus durable. Cet enjeu doit être traité sous plusieurs angles, notamment par l'adoption d'une législation forte et la création de possibilités d'engagement volontaire.

La Commission s'attend à ce que les idées, les expériences, les propositions et les nouveaux engagements qui peuvent être pris par les différentes parties prenantes aillent plus loin que la législation en vigueur et se prépare aux évolutions futures. Elle attend avec impatience les résultats des discussions tenues cette année au cours de la Journée européenne du consommateur.

Biljana Borzan, députée au Parlement européen, rapporteure de l'avis en cours d'élaboration sur le thème «Donner aux consommateurs les moyens d'agir pour la transition écologique»

Les consommateurs s'intéressent beaucoup aux incidences des produits et services qu'ils achètent sur l'environnement. Dans leur grande majorité, ils sont prêts à payer davantage pour obtenir des produits plus bénéfiques pour l'environnement. Cependant, la possibilité de faire un choix durable ne doit pas être réservée aux personnes qui ont les moyens de s'offrir de tels produits: tout le monde devrait avoir cette possibilité. Il doit être facile et économique de faire le choix d'acheter un produit durable.

¹ https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/consumers/consumer-protection-policy/sustainable-consumption-pledge_fr

La proposition ayant pour objet de [donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition écologique](#)² vise à offrir aux consommateurs la possibilité de choisir facilement et à interdire les



pratiques qui les induisent en erreur et nuisent à l'environnement. Les producteurs doivent assumer leur part de responsabilité dans la protection de l'environnement. L'un des intérêts de cette législation est qu'elle permet d'éclairer les consommateurs qui sont confrontés à une multitude d'allégations environnementales. Tous les consommateurs devraient disposer d'informations claires et facilement accessibles sur les produits qu'ils achètent. Par exemple, 86 % des consommateurs souhaiteraient connaître la durée de vie des produits qu'ils achètent, mais

rencontrent des difficultés pour trouver ces informations. Les informations concernant la durée de vie d'un produit devraient être accessibles aux consommateurs et figurer sur son étiquette. Nous devrions également protéger les consommateurs face aux pratiques d'obsolescence prématurée. En outre, nous devons garantir le droit à la réparation. De nombreux produits tombent en panne en raison de problèmes de conception qui auraient facilement pu être évités. Les consommateurs souhaitent également savoir dans quelle mesure il sera facile de faire réparer les produits, et cela va engendrer une concurrence entre les producteurs pour la fabrication de produits plus durables. Une culture de la réparation, de la réutilisation et du recyclage peut également permettre de créer davantage d'emplois.

Jan Strakoš, directeur du département des licences commerciales et de la législation en matière de protection des consommateurs, ministère de l'industrie et du commerce, République tchèque



Le gouvernement tchèque est tout à fait conscient des effets néfastes de la surconsommation et de la production excessive de déchets sur l'environnement.

La durabilité fait partie des priorités définies dans les principales politiques intérieures et extérieures de l'Union européenne. Pour garantir la réparabilité des produits, une approche holistique est nécessaire: les services de réparation devraient être accessibles et abordables. Nous devrions

nous demander si l'objectif des législateurs est d'éviter aux consommateurs de devoir acheter de nouveaux produits ou de les inciter à agir de manière plus responsable. Nous devrions commencer par déterminer si la législation existante est insuffisante et ensuite seulement chercher une solution juridique. Les nouvelles règles et réglementations ne doivent pas prendre uniquement l'environnement en considération, au détriment des facteurs sociaux et économiques. L'introduction de nouvelles mesures pourrait avoir pour effet de rendre les produits durables plus chers. Cela risque d'entraîner une baisse du niveau de vie et, partant, une moindre sensibilité à l'égard des problèmes environnementaux. Il convient d'adopter une approche équilibrée et fondée sur des données probantes, en tenant compte des incidences de chaque mesure ou décision sur les consommateurs, sur le commerce, sur la santé et sur l'environnement.

2 <https://www.eesc.europa.eu/fr/our-work/opinions-information-reports/opinions/donner-aux-consommateurs-les-moyens-dagir-pour-la-transition-verte>

DISCOURS D'ORIENTATION

Philippe Moati, professeur d'économie à l'université Paris Cité, cofondateur de l'Observatoire de la société et de la consommation (ObSoCo)



Les Européens ont pris conscience de la gravité de la crise environnementale et du fait qu'elle est liée à leurs habitudes de consommation. Cependant, les citoyens sont peu enclins à faire des sacrifices. Par exemple, 69 % des Européens se disent prêts à payer leur énergie plus cher pour assurer la transition énergétique, mais seuls 9 % d'entre eux sont disposés à payer 10 % de plus. C'est un pourcentage très faible.

En d'autres termes, il existe un «écart écologique» entre nos intentions et nos actes, et les prix constituent l'un des principaux obstacles qui empêchent la population d'agir de manière plus

responsable vis-à-vis de l'environnement. Pour encourager la consommation responsable, il est possible de montrer aux citoyens que les produits respectueux de l'environnement sont meilleurs pour leur santé. C'est l'une des raisons motivant l'achat de produits biologiques. De même, les citoyens achètent des produits d'occasion car ceux-ci sont moins chers et meilleurs pour l'environnement. Ainsi, les bienfaits individuels et collectifs peuvent se conjuguer.

Selon une enquête de l'ObSoCo, les citoyens estiment que l'État est le principal responsable de la lutte contre le changement climatique, suivi des entreprises et, enfin, des particuliers. L'État peut employer la méthode de la carotte et du bâton en recourant à des interdictions, à des taxes et à des subventions. Nous sommes déjà engagés dans cette voie, mais il est possible d'en faire plus.

Le paradoxe auquel nous sommes confrontés est que nous vivons dans une société d'hyperconsommation. Notre modèle économique repose sur des entreprises qui incitent les consommateurs à faire constamment des achats et les entreprises savent comment s'y prendre pour déclencher notre désir d'acheter. Si nous voulons encourager une consommation plus responsable, il ne suffit pas de dire aux gens de moins consommer.

Le passage à une économie fonctionnelle est une solution envisageable. Il s'agit de mettre l'accent non plus sur la possession de produits, mais sur la création d'effets utiles pour les clients. Les entreprises doivent envisager de nouvelles manières de créer du profit qui soient moins axées sur les marchandises. Cependant, il est difficile d'amener les entreprises à changer leur modèle économique, et c'est sur ce point que l'État peut intervenir avec la carotte et le bâton.

TABLES RONDES 1 ET 2: DONNER AU CONSOMMATEUR LES MOYENS D'AGIR

Table ronde numéro 1

La «tech for good»

Rapporteur: **Christophe Lefèvre**, membre du CESE

Monique Goyens, directrice générale du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC)

Les technologies ont permis de réaliser des progrès considérables pour la société par le passé et les solutions technologiques sont indispensables pour décarboner notre économie. Toutefois, dans le cas des innovations technologiques financées par des fonds publics, il est nécessaire de tenir compte des points de vue des particuliers pour veiller à ce qu'elles contribuent au bien commun. Nous devrions éviter de mettre



exagérément en avant la solution des technologies, alors qu'un changement de comportement peut être tout aussi efficace et parfois même plus rapide. Par exemple, en consommant moins de viande, chacun d'entre nous peut réduire son empreinte carbone de manière rapide et efficace. Il conviendrait de privilégier cette démarche à l'instauration d'un nouveau modèle d'alimentation du bétail, ce qui permettrait d'ailleurs de limiter la production de méthane.

Les technologies risquent également d'entraîner une exclusion des personnes qui ne maîtrisent pas le numérique ou qui refusent de renoncer à leur droit à la vie privée. Il est primordial d'apporter des

solutions à ces personnes, de sorte qu'elles puissent continuer à faire partie de la société. En outre, il faut donner aux consommateurs les moyens de se protéger contre les différents cyberrisques. À l'heure actuelle, ils n'en sont pas capables.

Les technologies peuvent également accroître la vulnérabilité des personnes et des marchés, car elles entraînent une asymétrie entre les prestataires de services et les consommateurs. Les prestataires pourraient par exemple décider des informations visibles par les consommateurs. La limitation ou le filtrage des informations pourrait ébranler les fondements de l'économie de marché et empêcher les consommateurs de prendre les décisions les plus rationnelles pour eux-mêmes. Un consommateur qui vit dans une «bulle» équivaut à une personne coupée du monde. Cela met en péril la démocratie. Par exemple, les informations filtrées et ciblées sont susceptibles d'influer sur les comportements en matière de vote.

Enfin, le recours excessif aux technologies entraîne des risques de frustration des consommateurs et de déshumanisation. Les dialogueurs illustrent bien ce phénomène. Les entreprises qui investissent dans les interactions humaines seront plus viables sur le long terme, dans la mesure où les consommateurs apprécient les interactions humaines et ont le sentiment que leurs préoccupations peuvent ainsi être traitées de manière plus appropriée.

Katarina Wangler Björk, Applied Impact Partnership Manager, Doconomy, Suède



[Docomony](https://doconomy.com)³ est une jeune entreprise suédoise qui s'emploie à démocratiser la lutte contre le changement climatique. Son application mobile permet de montrer aux consommateurs l'ampleur de l'empreinte carbone liée à leurs achats. Elle s'applique à tous les achats électroniques. En instaurant ainsi la transparence, il est possible de contribuer à combler l'écart entre les intentions et les actes. En outre, les entreprises doivent faire preuve de transparence pour permettre aux consommateurs de prendre les décisions les moins dommageables pour l'environnement.

Il devrait être aussi facile de comprendre ce qui touche au changement climatique et aux empreintes carbone que de comprendre un bulletin météorologique. Les citoyens devraient pouvoir suivre quotidiennement les données sur le climat et sur les émissions de carbone. Ces informations vont au-delà de leur propre empreinte carbone et concernent les entreprises, les gouvernements et même les nations.

À l'heure actuelle, la responsabilisation en matière d'émissions de CO₂ fait cruellement défaut. Les connaissances sur ces émissions sont limitées et les normes pour les calculer ne sont pas cohérentes. La mise en place de normes uniformisées, précises et compréhensibles permettrait de réorienter les transactions financières vers des solutions plus durables.

Si la politique est importante, le mode de vie des consommateurs joue un rôle essentiel dans la réalisation de l'objectif d'un monde sans émissions de CO₂. Doconomy entend se pencher sur le mode de vie des consommateurs et les aider à prendre de meilleures décisions, non seulement pour l'environnement, mais aussi pour eux-mêmes. De cette manière, les consommateurs peuvent devenir des catalyseurs de la transition écologique.

[Voir la présentation](#)⁴

Table ronde numéro 2

Le droit à la réparabilité

Rapporteuse: **Dragica Martinović Džamonja**, membre du CESE

Simon Frémineur, gestionnaire du projet Interreg Sharepair, Repair Together



L'association à but non lucratif [Repair Together](#)⁵ est un réseau de *Repair Cafés* francophones. Ils offrent aux consommateurs la possibilité de réparer leurs produits, ce qui permet de réduire la quantité de déchets et d'éviter de nouvelles émissions de CO₂. L'association poursuit quatre grands objectifs:

1. soutenir la mise en place de nouveaux *Repair Cafés*;
2. s'occuper du réseau existant;
3. éduquer et former les citoyens;
4. faire campagne contre l'obsolescence artificielle et défendre le droit à la réparation.

3 <https://doconomy.com>

4 https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/consumer_day_democratizing_climate_action1.pdf

5 <https://repairtogether.be>



Repair Together fait partie de la coalition Right to Repair en Europe.

Un *Repair Café* fonctionne comme une initiative politique, centrée sur la personne et gérée par des bénévoles. Le concept a vu le jour aux Pays-Bas. Les *Repair Cafés* sont généralement organisés une fois par mois. Les consommateurs peuvent y apporter tout type d'objets, des appareils électroniques et des bicyclettes aux vêtements. Les bénévoles des *Repair Cafés* les réparent, mais

enseignent aussi aux intéressés à le faire eux-mêmes. En moyenne, environ 65 % des objets sont réparés, ce qui témoigne de l'intérêt considérable de ce type d'initiative pour la transition écologique.

Au-delà de la mise sur pied des *Repair Cafés*, les consommateurs et l'industrie doivent participer à la promotion d'une culture de la réparation. Ce n'est qu'à cette condition que le comportement des consommateurs pourra évoluer et que les entreprises pourront se tourner vers la fabrication de produits conçus pour durer et pour être facilement réparables.

Après avoir visité un *Repair Café* à Liège, M. Frémineur a décidé d'étendre cette initiative et de mettre en place un *Repair Café* mobile, de façon à pouvoir toucher un public plus large et à rendre les services de réparation plus accessibles. Ce *Repair Café* mobile est une remorque qui peut être tractée par une voiture, d'où la grande flexibilité de ce système. Une fois mis en place et déployé, il offre plusieurs espaces de travail. Outre sa fonction de réparation, le *Repair Café* mobile joue un rôle d'ordre social en favorisant le rapprochement de particuliers et la constitution d'un groupe de personnes partageant les mêmes idées.

Une fois opérationnel, en 2021, le *Repair Café* mobile de M. Frémineur a sillonné la Wallonie, en Belgique. Au cours de cette période, 54 sessions de réparation ont été assurées et près de 300 objets ont été réparés, sur un total de 150 heures. Cela a permis d'éviter la production d'une tonne de déchets et de sept tonnes de CO₂. Ainsi, le système du *Repair Café* mobile prouve que chacun peut contribuer à la réduction des déchets. Il montre également que les citoyens peuvent facilement adopter un comportement durable lorsqu'ils en constatent les avantages financiers.

[Voir la présentation](#)⁶



Anthony Rosborough, chercheur auprès de l'Institut universitaire européen, Florence

Le mouvement d'intérêt public [Right to Repair](#)⁷ demande à ce que les consommateurs aient accès à des pièces détachées, à des outils et à des informations qui leur permettent de réparer des produits et de réduire leur incidence environnementale. Inauguré en septembre 2019, il s'est étendu à une centaine d'organisations dans plus de vingt pays européens. Il permet d'allonger

la durée de vie des produits, d'éviter la production de déchets et de prévenir l'obsolescence artificielle,

6 https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/2-_simon-fremineur_repair-together.pdf

7 <https://repair.eu/fr/>

mais aussi de renforcer la maîtrise des technologies et d'autonomiser les usagers et les populations isolées. Il encourage la concurrence et la mise en place d'un marché secondaire. Ce faisant, il favorise l'innovation et permet d'élargir le choix des consommateurs.

L'Union européenne a présenté un certain nombre de propositions politiques prévoyant le droit à la réparation. Ces mesures pourraient très bien servir de modèle aux politiques en matière de réparation dans le monde entier. Malgré ces propositions politiques, les chiffres montrent qu'il reste encore fort à faire en ce qui concerne la réparabilité en Europe: 77 % des consommateurs de l'Union privilégieraient la réparation plutôt que l'achat d'un nouvel article, mais il reste difficile d'accéder à des services de réparation. Parmi les citoyens européens, 79 % estiment que les fabricants devraient faciliter la réparation des appareils numériques ou le remplacement de leurs pièces. L'Européen moyen produit 16 kg de déchets électroniques par an, ce qui le place au premier rang mondial, tandis que les taux de recyclage varient considérablement d'un État membre à l'autre.

Parmi les évolutions positives, il convient de mentionner la directive de 2019 relative à l'écoconception. Celle-ci impose aux fabricants de fournir des pièces, des outils et des informations aux réparateurs professionnels. Cependant, elle présente l'inconvénient d'entraver l'accès des consommateurs ordinaires et des organisations indépendantes aux services de réparation. Il est donc nécessaire de mettre à jour la directive de manière à prendre en considération l'ensemble de ces acteurs.

La récente adoption du règlement de l'Union européenne visant à standardiser tous les ports de charge USB constitue une avancée majeure pour la réduction des déchets électroniques, mais pourrait également avoir des effets collatéraux néfastes. Par exemple, il se peut que les fabricants choisissent plus souvent d'intégrer un système de charge sans fil dans leurs produits, ce qui pourrait entraîner une augmentation des déchets électroniques puisque les consommateurs devront acheter des ports de charge sans fil supplémentaires. Cet exemple montre que les responsables politiques et autres parties prenantes doivent impérativement prendre en considération tous les effets potentiels lors de l'élaboration d'une législation visant à réduire les déchets. La législation devrait garantir que les fabricants suivent les orientations et les empêcher de concevoir des solutions «de rechange» qui ne règlent pas le problème initial.

Une autre résolution, qui porte la référence 2022/2515(RSP), montre que les responsables politiques sont sensibilisés à cette question et font pression pour que le droit à la réparation soit renforcé. Plus précisément, cette résolution renforce le rôle des prestataires de services de réparation indépendants. Même s'il s'agit là d'un progrès en faveur du droit à la réparation, il reste encore beaucoup à faire. Il faut par exemple inclure les mises à jour logicielles dans le processus de réparation, car de nombreux produits deviennent de fait inutilisables lorsque le fabricant ne fournit pas le tout dernier logiciel. D'autres enjeux concernent les obstacles juridiques tels que la législation sur la propriété intellectuelle, les marques et la politique de concurrence.

[Voir la présentation](#)⁸

TABLES RONDES 3 ET 4: DU CONSOMMATEUR AU CONSOMM'ACTEUR



Table ronde numéro 3

L'économie de la fonctionnalité

Rapporteur: **Thierry Libaert**, membre du CESE

Marc Diefenbach, cofondateur de **Rhinopaq**,
Allemagne

L'entreprise [Rhinopaq](#)⁹ a été créée en juillet 2020, pendant la pandémie de COVID-19, en réaction à l'accumulation de boîtes en carton provenant des ventes en ligne. L'idée était de rendre le commerce

8 https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/3_-_rosborough-right-to-repair.pdf

9 <https://www.rhinopaq.com>

électronique plus durable grâce à des boîtes réutilisables et pliables. Les chiffres illustrent la gravité du problème des emballages: un arbre abattu industriellement sur quatre est utilisé pour la fabrication d'emballages et la demande ne cesse d'augmenter, ce qui pose de graves problèmes pour l'environnement.

S'il existe des solutions d'expédition réutilisables comme les conteneurs ou les palettes pour les marchandises plus volumineuses, la quantité d'emballages recyclables destinés aux marchandises de petite taille reste en revanche très faible. En outre, même si les emballages réutilisables contribuent à la réduction des déchets en milieu urbain et à la réalisation de six des dix-sept objectifs de développement durable définis par les Nations unies, les solutions à grande échelle font défaut dans ce secteur.

Rhinopaq vise à résoudre ce problème en fournissant aux boutiques en ligne des emballages réutilisables. Ils peuvent être utilisés par les clients qui effectuent des achats en ligne. Ceux-ci sont invités à indiquer s'ils souhaitent que leurs marchandises soient livrées dans ce type d'emballage. Le cas échéant, c'est au commerçant de décider s'il souhaite appliquer un tarif plus élevé en conséquence. Une fois que les clients ont reçu leurs marchandises, ils plient les boîtes et les retournent à Rhinopaq qui se charge de les envoyer aux détaillants.

Dans ce processus, le transport constitue le principal facteur de coût. Pour rendre les emballages réutilisables plus compétitifs et plus populaires, les solutions d'emballage durables pourraient être subventionnées en facturant des frais pour les solutions non durables. Un autre problème auquel l'entreprise est confrontée est qu'elle ne sait pas où les boîtes sont envoyées. Si elle le savait, Rhinopaq pourrait établir des centres de collecte régionaux et améliorer l'efficacité du processus.

L'idée d'un emballage réutilisable est intéressante et présente de grands avantages potentiels, mais elle ne peut fonctionner que si l'on parvient à convaincre les consommateurs de jouer le jeu et de payer un éventuel supplément. Si en théorie les consommateurs sont favorables aux solutions durables, dans les faits, ils ont tendance à opter pour les solutions les moins chères, qui sont généralement aussi les moins durables. Pour remédier à ce problème, les solutions durables en règle générale doivent devenir meilleur marché, tandis que les solutions non durables doivent être plus onéreuses et intégrer les coûts externes pour l'environnement.

[Voir la présentation](#)¹⁰

Coralie Muylaert, collaboratrice de recherche au sein de l'ICHEC, Brussels Management School



L'économie fonctionnelle consiste à commercialiser une utilisation et non un produit. Par exemple, les consommateurs peuvent acheter un passeport mobilité au lieu d'une voiture. Dans cette économie, il est dans l'intérêt de l'entreprise propriétaire du produit de veiller à ce que celui-ci ait une durée de vie plus longue, ce qui devrait par la suite favoriser une réduction de l'obsolescence artificielle. La dématérialisation de l'économie peut alors avoir lieu, dans la mesure où une quantité moins importante de marchandises permet de répondre aux besoins de tous les consommateurs.

La réussite d'une entreprise est alors évaluée en fonction des services qu'elle fournit à ses clients et de la qualité de ces services. La quantité de produits vendus n'a plus d'importance.

10 https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/4_-_marc_diefenbach_rhinopaq-eesc-public.pdf

Toutefois, la mise en place d'une économie fonctionnelle dépend de la capacité des consommateurs à modifier leur comportement. Pour réussir à faire évoluer les mentalités des consommateurs, il faut savoir ce dont ils ont besoin et leur proposer des solutions qui soient à la fois durables et pratiques. Ce n'est qu'à cette condition que l'écart entre les intentions et les actes pourra se résorber. Selon plusieurs études, les consommateurs ont effectivement de bonnes intentions favorables à l'environnement. Parallèlement, nombreux sont ceux qui pensent que la consommation de biens est synonyme de bonheur. Afin de concilier ces points de vue contradictoires, l'économie fonctionnelle et ce qu'elle propose doivent être présentés comme profitables aux consommateurs. Si l'on met en avant les avantages de l'économie fonctionnelle, non seulement pour l'environnement mais également pour les consommateurs, ces derniers seront plus enclins à changer d'état d'esprit et à accepter l'économie fonctionnelle comme la nouvelle valeur par défaut.

Les consommateurs disposent déjà de moyens d'agir de manière durable. Par exemple, ils peuvent acheter des produits uniquement lorsqu'ils en ont besoin et uniquement auprès de magasins ayant fait leurs preuves en matière de processus de production durable.

Enfin, les facteurs socio-culturels jouent un rôle important dans la détermination de notre comportement. Dans le monde matérialiste d'aujourd'hui, certains modes de consommation servent à afficher un statut social. Les perceptions de la société doivent évoluer de manière à ce que la consommation durable devienne une démarche louable et populaire. Les mouvements en faveur d'une bonne alimentation et d'une mode responsable montrent que ce changement est possible.

[Voir la présentation](#)¹¹

Table ronde numéro 4

Consommation et santé

Rapporteur: **Wauthier Robyns**, membre du CESE

Guillaume Culot, gestionnaire de projet, Refresh Brussels



Le projet [Refresh Brussels](#)¹² consiste en un restaurant et 2 200 m² de jardin sur les toits dans le quartier d'Ixelles, à Bruxelles. Il se veut un modèle d'agriculture urbaine. Ses activités permettent d'intégrer des personnes sur le marché du travail et d'assurer des formations portant sur la stratégie «De la ferme à la table». Le jardin a été aménagé dans le cadre du projet [LagIUM](#)¹³, financé par le Fonds européen de développement régional (FEDER). L'un des partenaires du projet est l'université libre de Bruxelles, qui mène des recherches sur le jardinage en milieu urbain et ses bienfaits pour la santé.

En outre, le jardin est utilisé pour cultiver des fruits, des légumes et d'autres plantes. Outre sa fonction alimentaire, le jardin sert de laboratoire pour tester la viabilité économique de l'agroécologie urbaine et les avantages potentiels qu'elle présente pour les consommateurs. En tant qu'espace où des aliments sains sont cultivés et utilisés localement, il contribue à sensibiliser la population à l'agriculture urbaine. Il est également utilisé comme un lieu pédagogique, où les enseignants et les élèves des établissements scolaires locaux peuvent s'instruire, faire des expériences et partager.

11 https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/5-_coralie_muyleart.pdf

12 <https://refreshbxl.com>

13 <https://refreshbxl.com/lagum>

Sur le plan scientifique, le jardin sert à tester des méthodes permettant d'augmenter le contenu nutritionnel des végétaux et de réduire l'utilisation de produits phytosanitaires – objectif qu'il est possible d'atteindre en cultivant des variétés hybrides plus résistantes et nécessitant moins de pesticides. Les sous-produits des entreprises locales sont utilisés comme engrais, ce qui contribue à la durabilité.

[Voir la présentation](#)¹⁴

Francelyne Marano, professeure émérite de biologie cellulaire et toxicologie, université Paris Cité

Les consommateurs ont besoin d'informations transparentes lorsqu'il s'agit de choisir des marchandises, notamment des produits ménagers. Bon nombre de produits contiennent des ingrédients toxiques et ne sont que partiellement déclarés comme tels. De nombreuses catégories de produits sont concernées, allant des meubles aux jouets en passant par les articles de décoration.

Diverses initiatives ont été mises au point pour tenter de résoudre ce problème en fournissant aux consommateurs les informations dont ils ont besoin. Par exemple, l'application «Scan4Chem», mise au point



dans le cadre du projet européen LIFE AskREACH, fournit des informations sur les substances extrêmement préoccupantes (SVHC) présentes dans les produits de consommation. Elle est en cours de déploiement dans 13 pays de l'Union, dont la France. Cette initiative permet d'accroître considérablement la transparence, mais elle présente aussi des failles, car elle ne porte pas sur les mélanges tels que les aliments transformés, les encres, les peintures, les cosmétiques et les produits d'hygiène. En outre, les informations

fournies par l'application sont assez difficilement compréhensibles pour les consommateurs.

Le «Toxi-Score» vise à combler cette lacune en fournissant des informations sur les produits sous une forme facile à comprendre. Il est fondé sur le «Nutri-Score» existant, un système d'étiquetage nutritionnel à cinq couleurs. Grâce à cet étiquetage, les informations peuvent être consultées facilement et sans application mobile. Cela permet aux consommateurs de faire des choix éclairés lors de l'achat de produits potentiellement dangereux pour eux.

Si l'idée d'un «Toxi-Score» semble bonne, le déploiement d'un tel étiquetage nécessite de nombreuses recherches et compétences. C'est la raison pour laquelle le ministère français de la santé et de la transition écologique a confié à l'agence française responsable des produits chimiques le soin de déployer le «Toxi-Score» et de déterminer les modalités de son calcul pour les produits ménagers. En faisant appel à des spécialistes à un stade précoce du processus, les autorités espèrent mettre ce système en application le plus rapidement possible.

La Ligue contre le cancer, association française favorable au «Toxi-Score», recommande de l'étendre à tous les produits de consommation. Ce serait là une étape importante sur la voie de la transparence dans le domaine des biens de consommation et cela aiderait les consommateurs à prendre les bonnes décisions. En raison de la complexité de la question, la participation de diverses parties prenantes (aussi bien de spécialistes que de consommateurs et de législateurs européens) est cruciale.

[Voir la présentation](#)¹⁵

14 https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/6_-_guillaume_culot_-_refresh_brussels_1.pdf

15 https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/7_-_francelyne_marano_0.pdf

RESTITUTION DES RÉSULTATS DES TABLES RONDES PAR LES 4 RAPPORTEURS

Table ronde numéro 1

La «tech for good»

Rapporteur: Christophe Lefèvre



Les nouvelles technologies doivent être convenablement encadrées pour s'assurer qu'elles contribuent au bien commun. L'innovation n'est pas toujours synonyme de progrès. Il existe un certain nombre de risques liés à l'utilisation des technologies, notamment ceux d'une déshumanisation du fait du recours aux dialogueurs, d'une asymétrie entre les prestataires de services et les consommateurs, et d'une exclusion de certains groupes de la société.

Prendre conscience de ce que nous achetons peut nous aider à réduire l'écart entre nos intentions et nos actes. Les informations relatives au changement climatique et aux émissions de CO₂ individuelles doivent être mises en avant et facilement accessibles, afin que chacun, y compris les gouvernements et les pays, puisse prendre des décisions rationnelles pour réduire son empreinte carbone.

Table ronde numéro 2

Le droit à la réparabilité

Rapporteuse: Dragica Martinović Džamonja



Les *Repair Cafés* constituent pour les consommateurs un moyen facilement accessible de faire réparer des biens. Ils contribuent à réduire les effets néfastes de certains produits sur l'environnement, permettent aux consommateurs d'économiser de l'argent et constituent un lieu social important où les gens peuvent se réunir, s'entraider et apprendre à réparer des choses par eux-mêmes.

Le mouvement d'intérêt public Right to Repair réclame un meilleur accès aux pièces, aux outils et aux informations nécessaires à la réparation des produits. Ce mouvement apparu aux États-Unis a pris une dimension mondiale, avec de nombreuses actions au niveau européen. La réparation prolonge la durée de vie des produits, ce qui réduit leur incidence environnementale et permet aux consommateurs de faire des économies. Toutefois, pour la plupart des citoyens, il reste difficile d'accéder à des services de réparation.

Il est donc important non seulement de mettre à la disposition des consommateurs des solutions de réparation facilement accessibles, mais également de les protéger contre l'obsolescence artificielle. Il est possible de parvenir à cet objectif en adoptant une législation qui permette l'inclusion de tiers dans le marché de la réparation.

Table ronde numéro 3

L'économie de la fonctionnalité

Rapporteur: Thierry Libaert



Les entreprises telles que Rhinopaq montrent qu'il est important de privilégier la réutilisation des produits dans une économie circulaire. La législation peut contribuer à favoriser les solutions d'emballage réutilisables et à soutenir les entreprises innovantes et les jeunes entreprises comme Rhinopaq. Pour rendre ces solutions durables plus compétitives et plus accessibles, une méthode possible consisterait à rendre les solutions non durables plus onéreuses. À cet effet, il est possible de faire payer les emballages jetables et de promouvoir plutôt l'utilisation d'emballages réutilisables.

Une économie fonctionnelle peut aider à favoriser l'utilisation de produits durables et contribuer à une économie circulaire. L'objectif est de proposer aux consommateurs la solution la plus avantageuse qui ne nuise pas à l'environnement. Les pouvoirs publics peuvent jouer un rôle essentiel dans le soutien à l'économie fonctionnelle en encourageant les initiatives qui s'y rapportent et en mettant en place le cadre nécessaire à son bon fonctionnement.

Table ronde numéro 4

Consommation et santé

Rapporteur: Wauthier Robyns



Le site d'agriculture urbaine L[ag]UM est un projet de recherche interactive. Une équipe de bénévoles spécialisée cultive des légumes, des fruits, des fleurs et des herbes aromatiques qu'elle vend aux résidents et aux restaurants locaux. Le projet réunit diverses organisations locales, notamment l'université libre de Bruxelles (ULB), ainsi que des résidents bruxellois. L'agriculture urbaine présente de nombreux intérêts, notamment pour la protection de la biodiversité, l'éducation et la promotion de la santé des citoyens. Ce projet peut inspirer les habitants d'autres villes et aider les consommateurs à participer activement à la transition vers une économie durable.

Dans sa présentation, Mme Marano a souligné le manque d'informations disponibles sur les substances nocives présentes dans les produits. Lorsque de telles informations sont disponibles, elles sont souvent difficiles à comprendre pour les consommateurs. Pour remédier à ce problème, Mme Marano a imaginé le «Toxi-Score», un étiquetage fondé sur le «Nutri-Score» existant. Ce système d'étiquetage à cinq couleurs permet aux consommateurs de prendre des décisions rationnelles et de choisir les produits qui sont les moins nocifs pour eux. D'aucuns préconisent l'utilisation d'un tel système de notation non seulement pour les produits d'entretien ménager, mais pour tous les autres biens de consommation également. En raison de la complexité inhérente à ce système, une coopération avec l'industrie et des spécialistes s'impose, afin de veiller à ce que les consommateurs disposent d'informations précises et faciles à comprendre quant aux risques sanitaires liés aux produits de la vie courante.

RÉPONSE INSTITUTIONNELLE

Natasa Ristic Davidson, secrétaire d'État au ministère suédois des finances



Les grandes ambitions du CESE en matière de politique de protection des consommateurs sont appréciées. Les consommateurs ne constituent pas une entité homogène. La confiance des consommateurs passe par l'application correcte de leurs droits. Les organes de surveillance ont besoin de ressources. La plupart des consommateurs souhaitent agir de manière durable, mais trouvent cela difficile et ont besoin d'outils à cet effet.

Il est très important de protéger les consommateurs vulnérables dans le domaine du crédit à la consommation et le ministère se félicite que la Commission ait préparé une nouvelle directive sur

ce sujet. L'objectif de donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition écologique constituera l'une des priorités de la présidence suédoise du Conseil de l'Union européenne. Les citoyens doivent disposer d'informations précises et ne pas être induits en erreur par des techniques de commercialisation ou par de fausses allégations. La proposition à venir sur le droit à la réparation, également importante, pourrait faire l'objet de débats sous la présidence suédoise.

Nils Behrndt, directeur général adjoint, direction générale de la justice et des consommateurs (JUST), Commission européenne



Nous avons dû faire face à la crise liée à la COVID-19 au cours de ces dernières années, et nous voici à présent confrontés à la guerre en Ukraine. Ces deux crises ont chamboulé la situation sur les plans politique, économique et sociétal. Les consommateurs subissent une pression financière, ce qui creuse l'écart entre leurs intentions et leur comportement effectif lorsqu'ils font leurs achats au supermarché ou en ligne. Les consommateurs sont tentés de revenir à des produits moins chers et de négliger la durabilité. Or, le changement climatique et les enjeux environnementaux doivent être pris en considération, même pendant

des crises comme celles de la COVID-19 ou de la guerre en Ukraine.

En ce qui concerne la réponse institutionnelle de la Commission, les propositions juridiques en constituent un volet important, car en l'absence de règles claires et contraignantes, il ne sera pas possible de mettre à profit la puissance du marché intérieur pour favoriser l'avènement d'une Europe plus verte. Plusieurs propositions ont été évoquées aujourd'hui, notamment celle relative à l'écoconception et celle visant à donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition écologique. Deux propositions sont en préparation, concernant respectivement les allégations écologiques et le droit à la réparation.

Un autre élément de réponse réside dans nos choix en tant que consommateurs et c'est à ce niveau que nous devons chaque jour apporter notre contribution. Il s'agit d'un aspect très important, peut-être même plus important que la réponse législative, et d'un domaine dans lequel nous tenons à coopérer avec nos

partenaires. L'idée des *Repair Cafés* est excellente; il faut encourager une culture de la réparation, ainsi que l'idée selon laquelle les produits plus écologiques sont «cool». Après la pandémie, il est très important de réinventer une culture de la réparation. Si les citoyens peuvent accepter d'utiliser un même smartphone pendant trois ou quatre ans plutôt que deux, ce sera un grand pas en avant. Les consommateurs doivent combler l'écart entre leurs intentions et leurs actes, dont il a été question aujourd'hui.

La Commission souhaite vivement poursuivre sa collaboration avec le CESE sur la question du rôle des consommateurs dans la transition écologique.

Alain Coheur, président de la section «Marché unique, production et consommation» (INT), CESE



Pour donner aux consommateurs les moyens d'agir pour une économie plus durable, il faut des solutions telles que les technologies, des étiquettes et des informations faciles à comprendre sur les produits, ainsi que des possibilités d'accès à des services de réparation et de choix entre réparation et remplacement. La consommation durable doit être une priorité: il ne devrait pas revenir plus cher de réparer quelque chose que de le remplacer. Le consommateur est motivé à agir en faveur d'une plus grande durabilité, mais il faut encore que les intérêts environnementaux et ceux des consommateurs convergent pour que ces derniers

optent pour la solution la plus respectueuse de l'environnement.

Certaines entreprises adoptent l'approche consistant à considérer un produit comme un service, laquelle marque un changement de paradigme en matière de consommation durable. Pour que le monde soit plus durable, il faut que les êtres humains prennent davantage soin de leur santé et de l'environnement. Les entreprises doivent associer leurs efforts à ceux des consommateurs pour s'engager dans la voie de la durabilité, et l'un des moyens dont elles disposent pour y parvenir est de mettre fin à l'obsolescence artificielle.

Les résultats des débats de la journée viendront alimenter le sommet des consommateurs de 2023. Grâce à la Journée européenne du consommateur, les consommateurs pourront continuer chaque année à faire entendre leur voix en vue d'éclairer les débats du moment. Les organisations de défense des consommateurs, la société civile, les institutions et les autorités doivent œuvrer de concert pour définir des politiques permettant de relever les nouveaux défis.



Comité économique et social européen

Rue Belliard 99
1040 Bruxelles
BELGIQUE

Responsable d'édition: unité "Visites et Publications"
EESC-2023-8-FR

www.eesc.europa.eu



© Union européenne, 2023

Reproduction autorisée, moyennant mention de la source.

Toute utilisation ou reproduction des photographies / illustrations est soumise
à une autorisation préalable à demander directement aux détenteurs de leurs droits d'auteur:

Page de couverture et p. 4: © VectorMine/Shutterstock.com

p. 5: © Shutterstock.com



Office des publications
de l'Union européenne



Print
QE-07-23-032-FR-C
ISBN 978-92-830-5830-4
doi:10.2864/568512

Online
QE-07-23-032-FR-N
ISBN 978-92-830-5833-5
doi:10.2864/872166

FR