

Bruxelles, le 26 février 2026
(OR. en)

6634/26

CONSOM 55	CLIMA 82
COMPET 228	ENV 158
MI 170	DIGIT 49
IND 134	TELECOM 84
ENT 36	SAN 105
JUSTCIV 29	AUDIO 30
EF 44	CYBER 78
ECOFIN 243	CHIMIE 21
TRANS 95	RC 5
ENER 86	

RÉSULTATS DES TRAVAUX

Origine:	Secrétariat général du Conseil
en date du:	26 février 2026
Destinataire:	délégations
N° doc. préc.:	6073/1/26 REV 1
Objet:	Conclusions sur l'agenda du consommateur 2030 (approuvées le 26 février 2026)

Les délégations trouveront en annexe les conclusions du Conseil sur l'agenda du consommateur 2030, approuvées par le Conseil lors de sa 4158^e session tenue le 26 février 2026.

Conclusions du Conseil sur l'agenda du consommateur 2030

RAPPELANT

- les conclusions du Conseil adoptées le 22 février 2021¹ sur le "nouvel agenda du consommateur"², et
- les conclusions du Conseil européen adoptées lors de sa réunion du 23 octobre 2025³, dans lesquelles il souligne, entre autres, qu'il est important de protéger les mineurs;

PRENANT NOTE du rapport sur l'avenir du marché unique présenté par Enrico Letta⁴, qui met l'accent sur la nécessité de renforcer le marché unique pour soutenir la compétitivité et la résilience, reconnaissant que la protection des consommateurs et la compétitivité se renforcent mutuellement et que la confiance des consommateurs sous-tend le bon fonctionnement du marché unique, et soulignant par ailleurs la nécessité d'une simplification et le fait qu'il est essentiel de renforcer les règles de protection des consommateurs pour construire un marché unique qui profite à tous;

RAPPELANT les communications de la Commission sur les thèmes suivants:

- "Une boussole pour la compétitivité de l'UE"⁵
- "Une boîte à outils complète de l'UE pour un commerce électronique sûr et durable"⁶
- "Le marché unique: notre marché intérieur européen dans un monde incertain"⁷

RAPPELANT la déclaration du Jutland intitulée "Shaping a safe online world for minors" (Création d'un environnement en ligne sûr pour les mineurs);

1 JO 2021/C 154/05.

2 COM(2020) 696 final.

3 EUCO 18/25.

4 Enrico Letta: "[Much more than a market](#)" ("Bien plus qu'un marché").

5 COM(2025) 30 final.

6 COM(2025) 37 final.

7 COM(2025) 500 final.

METTANT EN ÉVIDENCE les évolutions géopolitiques actuelles et les répercussions considérables qu'elles ont sur les consommateurs dans l'ensemble de l'Union, en particulier dans les États membres les plus touchés;

METTANT EN ÉVIDENCE les défis qui se posent en matière de coopération internationale en lien avec les opérateurs de pays tiers et les chaînes d'approvisionnement mondiales, qui découlent des évolutions géopolitiques actuelles et qui ont également des répercussions considérables sur les consommateurs;

RAPPELANT les avantages que l'économie numérique a apportés aux consommateurs et le caractère de plus en plus omnicanal des relations entre entreprises et consommateurs, ainsi que l'évolution rapide et l'utilisation croissante de nouvelles technologies et de nouveaux outils numériques, tels que l'intelligence artificielle (IA), dans tous les secteurs;

SOULIGNANT la nécessité de veiller à ce que le droit de l'UE en matière de protection des consommateurs continue d'assurer un niveau élevé de protection et d'autonomisation des consommateurs dans l'environnement numérique, à la lumière des progrès technologiques et de l'évolution rapide des modèles d'entreprise et des habitudes de consommation;

RECONNAISSANT qu'il est nécessaire d'assurer une protection efficace des consommateurs, qui sont exposés à des pratiques préjudiciables et à des risques graves, en particulier dans le monde en ligne, et INSISTANT sur le fait qu'il convient d'accorder une attention particulière à la protection des consommateurs vulnérables, en particulier les mineurs;

CONSCIENT du fait que, si certains consommateurs, tels que les mineurs, les personnes handicapées et les personnes âgées, sont considérés comme vulnérables, la vulnérabilité des consommateurs est également dynamique et dépend du contexte;

RAPPELANT la croissance exponentielle du commerce électronique, qui modifie profondément la manière dont les consommateurs et les entreprises interagissent; ATTIRANT L'ATTENTION sur l'augmentation du nombre de produits de consommation dangereux et non conformes qui circulent dans le marché unique, provenant principalement de pays tiers et souvent commercialisés au moyen de techniques trompeuses et agressives, en particulier par l'intermédiaire de plateformes en ligne; CONSTATANT que cela met en danger les consommateurs et l'environnement, augmente la consommation de ressources et expose les entreprises européennes respectueuses des règles à une concurrence déloyale;

METTANT EN AVANT qu'il importe d'exploiter pleinement les possibilités offertes par les outils numériques, tels que les passeports numériques de produits et l'IA, pour faire respecter les règles en matière de sécurité des produits et de protection des consommateurs, rationaliser les procédures et réduire les charges pesant sur les entreprises et les autorités, tout en remédiant aux disparités dans les capacités d'application en tenant compte de la neutralité technologique;

SOULIGNANT que le renforcement de la protection et de l'éducation des consommateurs, ainsi que la promotion de conditions de concurrence équitables pour les entreprises, devraient contribuer à la réalisation des principaux objectifs de l'UE: un marché unique plus intégré, favoriser une transition équitable vers une économie verte et numérique et stimuler la compétitivité et la croissance économique grâce à la cohésion sociale;

SOULIGNANT que la consommation privée représente plus de la moitié du PIB de l'UE, ce qui signifie que les dépenses de consommation sont sa composante principale; FAISANT RESSORTIR que les décisions d'achat des consommateurs ont une incidence majeure sur l'économie et l'emploi;

CONSCIENT du fait que certaines pratiques commerciales, comme l'offre de produits de consommation sans informations claires et visibles destinées au consommateur, peuvent avoir une incidence négative sur la transparence des prix et la prise de décision éclairée des consommateurs;

SOULIGNANT que la disponibilité et le caractère abordable des biens et services durables sont essentiels non seulement pour le bien-être des consommateurs et la protection de l'environnement, mais aussi pour la compétitivité à long terme, l'autonomie stratégique et la résilience accrue de l'Union, et devraient donc être encouragés, de façon à contribuer à la mise en place de chaînes de valeur résilientes et durables;

RÉAFFIRMANT la nécessité d'adopter une approche horizontale en matière de politique de protection des consommateurs, qui soit intégrée et prise en considération lors de la définition et de la mise en œuvre d'autres politiques de l'Union, à la lumière des dispositions des traités relatives à la protection des consommateurs;

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

1. SE FÉLICITE de l'adoption, le 19 novembre 2025, de la communication de la Commission intitulée "Agenda du consommateur 2030 et plan d'action relatif aux consommateurs dans le marché unique: "Une impulsion nouvelle pour la protection des consommateurs, la compétitivité et la croissance durable""⁸, qui présente une vision de la politique des consommateurs de l'UE pour la période allant de 2025 à 2030;
2. SOULIGNE l'importance que revêtent les consommateurs en tant qu'acteurs économiques qui stimulent la concurrence, l'innovation et le progrès durable par leurs décisions en matière de consommation; SOULIGNE l'importance que revêt un cadre de protection des consommateurs solide et équitable, intégrant l'éducation des consommateurs, afin de maintenir et d'accroître la confiance des consommateurs et de soutenir la prise de décisions éclairées par ces derniers, ce qui est essentiel pour une économie prospère; RECONNAÎT en outre la dimension sociale, protectrice et stabilisatrice intrinsèque de la politique en matière de protection des consommateurs;
3. SOUSCRIT aux quatre grands domaines prioritaires de l'agenda du consommateur 2030 - achever le marché unique: un plan d'action relatif aux consommateurs, équité numérique et protection des consommateurs en ligne, consommation durable, et application effective de la législation et voies de recours plus efficaces en ce qui concerne les règles relatives à la sécurité des consommateurs et des produits; SOUTIENT les deux grandes priorités de l'agenda du consommateur de 2030, à savoir la protection des consommateurs en situation de vulnérabilité et la simplification et la réduction de la charge administrative, ainsi que les actions d'accompagnement visant à garantir et à renforcer le niveau élevé de protection des consommateurs dans l'UE, ainsi qu'à favoriser la compétitivité, l'équité sociale et la croissance durable;

⁸ COM(2025) 848 final.

4. RECONNAÎT qu'il existe des obstacles injustifiés au sein du marché unique, notamment des difficultés lors de l'achat de services de mobilité transfrontière, des contraintes territoriales injustifiées en matière d'approvisionnement et des obstacles entravant l'accès aux services financiers dans un autre État membre, qui empêchent les consommateurs de tirer pleinement parti des avantages offerts par le marché unique, et SALUE l'intention de la Commission de remédier à ces obstacles; INVITE la Commission à tenir compte, dans son évaluation du règlement sur le blocage géographique, du fait que certains consommateurs, notamment ceux vivant dans les régions ultrapériphériques de l'Union continuent d'être confrontés à des obstacles spécifiques lors de l'achat de biens; INVITE la Commission à également tenir compte du fait que les habitants de certaines zones sujettes à d'importantes fluctuations saisonnières de population sont confrontés à des défis spécifiques, sans préjudice de la compétitivité du secteur du tourisme ni des traités et en prenant en compte le principe de non-discrimination et le cadre juridique existant de l'Union;
5. RAPPELLE que les exigences en matière de protection des consommateurs sont prises en considération dans la définition et la mise en œuvre des autres politiques et actions de l'Union; SOULIGNE la nécessité d'assurer la cohérence, la synergie et la complémentarité entre les actes législatifs de l'UE en matière de protection des consommateurs, en particulier la directive sur les pratiques commerciales déloyales⁹ et le corpus réglementaire numérique de l'UE, y compris le règlement sur les services numériques¹⁰, le règlement sur l'IA¹¹, la directive "Services de médias audiovisuels"¹² et le règlement sur les marchés numériques¹³, afin de préserver un niveau élevé de protection des consommateurs et des conditions de concurrence équitables à tous les niveaux dans l'environnement numérique;

⁹ Directive 2005/29/CE.

¹⁰ Règlement (UE) 2022/2065.

¹¹ Règlement (UE) 2024/1689.

¹² Directive 2010/13/UE.

¹³ Règlement (UE) 2022/1925.

6. RECONNAÎT qu'il est nécessaire de combler les lacunes réglementaires existantes, y compris en ce qui concerne l'application de la législation et l'insécurité juridique potentielle, en s'appuyant sur les conclusions du bilan de qualité du droit de l'UE en matière de protection des consommateurs pour ce qui est de l'équité numérique¹⁴, afin de renforcer encore la protection des consommateurs dans l'environnement numérique contre des pratiques telles que la conception d'interfaces trompeuses ou manipulatrices (interfaces truquées), les caractéristiques de conception addictives, les pratiques problématiques des influenceurs, la personnalisation déloyale qui exploite les vulnérabilités des consommateurs, les pratiques de tarification dynamique non transparentes et d'autres caractéristiques problématiques des produits numériques; SALUE l'intention de la Commission de proposer un règlement sur l'équité numérique afin d'atteindre ces objectifs en s'appuyant sur le cadre juridique existant de l'UE et en synergie avec celui-ci; SE FÉLICITE du fait que le règlement sur l'équité numérique visera également à simplifier les règles pour les entreprises; SOULIGNE qu'il importe qu'aucune de ces mesures n'engendre de charges administratives supplémentaires injustifiées;
7. EST CONSCIENT du fait que, si des caractéristiques telles que l'âge ou le handicap rendent certains consommateurs vulnérables, la vulnérabilité des consommateurs est un concept dynamique, qui peut également résulter de circonstances personnelles défavorables, et RECONNAÎT que si lesdites circonstances font l'objet d'une exploitation commerciale déloyale, elles intensifient les asymétries en matière d'information et les déséquilibres structurels dans les relations entre entreprises et consommateurs, et sont susceptibles d'avoir une incidence significative sur le comportement des consommateurs; SOULIGNE que le coût élevé de la vie, qui préoccupe de nombreux consommateurs, ainsi que le manque de compétences numériques ou une culture numérique limitée, pourraient également entraîner une vulnérabilité des consommateurs; SOULIGNE qu'il est nécessaire de prévenir et de combattre les pratiques tarifaires non transparentes qui ont une incidence sur les biens et services essentiels, en particulier en cas d'urgence déclarée;
8. MET L'ACCENT sur la nécessité d'assurer un niveau élevé de protection pour tous les consommateurs, en accordant une attention particulière aux plus vulnérables, notamment les mineurs, qui nécessitent une protection renforcée dans l'environnement numérique; DEMANDE à la Commission d'accorder une attention particulière à la protection des mineurs en ligne dans le cadre de la préparation du règlement sur l'équité numérique;

¹⁴ SWD(2024) 230 final.

9. ENCOURAGE la Commission à poursuivre ses travaux visant à permettre aux consommateurs de jouer un rôle plus actif dans la transition vers une économie circulaire, en favorisant les offres circulaires sûres, durables, abordables et fiables, y compris les biens d'occasion, réparés, remis à neuf et remanufacturés et les modèles fondés sur les produits en tant que service, en éliminant les obstacles sociaux et comportementaux à leur adoption, en luttant contre les modèles économiques qui encouragent la surconsommation et qui font de la durabilité un sujet d'inquiétude, en promouvant des solutions de commerce électronique de conception verte et en permettant un accès aisé aux informations pertinentes sur les produits au moyen de passeports numériques de produits et d'autres supports durables; RAPPELLE que les allégations environnementales trompeuses sont considérées comme des pratiques commerciales déloyales et qu'elles sont déjà interdites par la directive sur les pratiques commerciales déloyales; SOULIGNE, entre autres, l'importance de la mise en œuvre de la directive visant à donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition écologique¹⁵, qui introduit des règles spécifiques pour garantir que les allégations environnementales et les labels de développement durable sont clairs, loyaux, compréhensibles et fiables, afin de permettre ainsi aux professionnels de bénéficier de conditions de concurrence équitables et aux consommateurs de prendre des décisions en connaissance de cause et de contribuer à la transition écologique de l'UE vers une économie circulaire et propre;
10. SOUSCRIT à l'objectif et SOULIGNE qu'il importe de renforcer la mise en œuvre, l'application et l'exécution cohérentes et effectives des règles de l'UE en matière de protection des consommateurs et de sécurité des produits, APPELLE à une coopération étroite entre les institutions de l'UE et les autorités administratives et judiciaires des États membres, notamment en renforçant les synergies entre les outils de surveillance du marché et en encourageant la participation active des organisations de consommateurs et de tous les acteurs du marché concernés tout au long de la chaîne de valeur, le cas échéant, et ENCOURAGE les États membres à utiliser activement le système Safety Gate mis en place par le règlement relatif à la sécurité générale des produits¹⁶ pour le signalement de produits dangereux;

¹⁵ Directive (UE) 2024/825.

¹⁶ Règlement (UE) 2023/988.

11. SOULIGNE que l'IA offre des possibilités en matière de protection des consommateurs et d'application de la législation relative à la sécurité des produits, y compris dans le cadre des activités de surveillance du marché, et que les autorités doivent être en mesure d'exploiter l'ensemble de ces possibilités et de renforcer les capacités d'application; ENCOURAGE la Commission à renforcer les capacités numériques en vue de développer et d'exploiter des outils d'enquête modernes à destination des autorités chargées de faire appliquer la législation et des autorités de surveillance du marché, ainsi que des outils visant à protéger les mineurs dans l'environnement numérique;
12. EST CONSCIENT de la nécessité de renforcer l'application du droit de la consommation et de garantir des conditions de concurrence équitables pour les entreprises, notamment en améliorant la coordination entre les autorités nationales, ainsi qu'entre les autorités nationales et la Commission, tout en PRENANT ACTE des différents systèmes d'application de la législation dans les États membres; MET L'ACCENT sur la nécessité de prendre des mesures pour renforcer l'application de la législation, en particulier en ce qui concerne les infractions de grande ampleur, et SALUE l'intention de la Commission de proposer une révision du règlement sur la coopération en matière de protection des consommateurs¹⁷ et d'examiner différentes options pour ce qui est d'améliorer l'efficacité de l'application de la législation, y compris la possibilité de disposer de pouvoirs d'enquête et d'exécution centralisés au niveau de l'UE dans des cas spécifiques;
13. DEMANDE à la Commission d'étendre la coopération avec les pays tiers dans le cadre de contacts bilatéraux ou multilatéraux, en renforçant la collaboration sur un large éventail de questions relatives à la protection des consommateurs, notamment en veillant à ce que seuls des produits sûrs soient mis sur le marché unique et à ce que les consommateurs aient accès à des produits sûrs vendus en ligne et hors ligne, en accordant une attention particulière au volume croissant d'envois de faible valeur en provenance de pays tiers et vendus en ligne, en particulier par l'intermédiaire de plateformes en ligne, qui posent des difficultés particulières du point de vue de la surveillance du marché, des contrôles douaniers et de la concurrence loyale;

¹⁷ Règlement (UE) 2017/2394.

14. DEMANDE à la Commission de veiller, lors de l'élaboration de nouvelles initiatives, à ce que la nature horizontale du droit de la consommation soit préservée, à ce que la cohérence et la complémentarité avec les actes législatifs existants soient assurées en évitant les chevauchements, à ce que la nécessité de propositions législatives soit soigneusement évaluée et à ce que les propositions soient étayées par des analyses d'impact appropriées conformément aux principes d'amélioration de la réglementation, dont l'évaluation de l'applicabilité;
15. DEMANDE à la Commission de veiller, tout en maintenant un niveau élevé de protection des consommateurs, à ce que les nouvelles initiatives soient alignées sur l'objectif général de simplification de l'Union et n'entraînent pas de charge administrative inutile, en particulier pour les PME, tout en s'assurant que les solutions numériques conçues pour atteindre cet objectif n'entraînent pas l'exclusion des consommateurs et que des solutions non numériques appropriées restent disponibles, le cas échéant;
16. SOULIGNE l'importance d'un accès facile, abordable et effectif pour les consommateurs à des voies de recours en cas de litige grâce à un mécanisme modernisé de règlement extrajudiciaire des litiges pour les consommateurs qui soit également adapté aux marchés numériques, comme le prévoit la directive révisée relative au règlement extrajudiciaire des litiges¹⁸, et grâce à des mécanismes pour les actions collectives en réparation, comme le prévoit la directive relative aux actions représentatives¹⁹;

¹⁸ Directive (UE) 2025/2647.

¹⁹ Directive (UE) 2020/1828.

17. SOULIGNE le rôle actif des organisations de consommateurs et du réseau des Centres européens des consommateurs en tant qu'acteurs importants de l'application de la législation, le cas échéant, et de la sensibilisation, de la défense des intérêts des consommateurs, de l'information et du soutien aux consommateurs, ainsi que de leur éducation; INSISTE sur l'importance de l'éducation des consommateurs, y compris de la culture financière et de la sensibilisation aux choix d'achat, qui constitue un outil essentiel pour donner aux consommateurs les moyens d'agir, pour accroître l'inclusion et la résilience et pour soutenir une prise de décision éclairée, en particulier sur les marchés numériques et financiers; SALUE l'intention de la Commission de continuer à soutenir les mouvements de consommateurs en tant que partie intégrante des sociétés démocratiques et SOULIGNE qu'il est important d'associer de manière adéquate la société civile et les entités indépendantes à la promotion des intérêts des consommateurs;
18. APPROUVE l'approche transsectorielle et globale suivie par l'agenda du consommateur de 2030, qui est particulièrement importante pour ce qui est de renforcer le marché unique et de relever les défis du commerce électronique, et SOULIGNE qu'il est fondamental de tenir compte des intérêts et de l'autonomisation des consommateurs dans l'élaboration de toutes les politiques pertinentes;

19. SALUE l'intention de la Commission d'assurer un cadre de gouvernance active pour la mise en œuvre de l'agenda du consommateur de 2030 en coopérant avec les États membres, ainsi qu'avec la société civile et toutes les autres parties prenantes; MET L'ACCENT sur l'utilité d'un tel cadre de gouvernance pour s'adapter et répondre avec souplesse aux questions émergentes;
20. EST CONSCIENT de l'importance de disposer de politiques nationales globales en matière de protection des consommateurs qui s'alignent sur les priorités et soutiennent la mise en œuvre de l'agenda du consommateur de 2030, dans le cadre d'une approche commune et renforcée de la protection des consommateurs dans l'ensemble de l'Union et en évitant la fragmentation réglementaire; SOULIGNE que le bon fonctionnement du marché unique dépend de plus en plus de la convergence des pratiques en matière d'application, du partage d'outils, de données et d'expertise et de la capacité collective à relever les défis transfrontières et systémiques; INVITE la Commission à jouer un rôle proactif dans le soutien à cette approche en favorisant une coopération structurée et à long terme, en encourageant la mise en commun des capacités et des ressources et en veillant à ce que la protection des consommateurs se voie accorder la priorité qui convient dans l'ensemble de l'Union, dans le respect des compétences nationales.
-