

Le
Bulletin

L'ILEC

M E N S U E L

■ CONSUMÉRISME :
APRÈS LES ASSISESDIVERSITÉ
Éditorial page 2UN SCHÉMA POUR AVANCER
Entretien avec Hervé Novelli
page 1CONTRE UN CONSUMÉRISME
DE FAÇADE
Entretien avec Alain Bazot
(UFC-Que choisir)
page 5CONSUMÉRISME SANS
« JURIDISME »
Entretien avec Daniel Foundoulis,
Valérie Gervais et Patrice Bouillon
(Conso France)
page 7UNE VAINNE AGITATION ?
Entretien avec Henri Joyeux
(Familles de France)
page 10UN CONSUMÉRISME
MULTIDIMENSIONNEL
Entretien avec Jean-Marie
Bonnemayre (Cnafal)
page 11Consumérisme :
après les Assises

■ Un schéma pour avancer

Si le « manque de lisibilité » du paysage consumériste français demeure, le gouvernement affirme sa volonté d'«entraîner la majorité des associations dans une dynamique» réformatrice et de promouvoir la «culture de négociation».

Entretien avec Hervé Novelli, secrétaire d'Etat au Commerce, aux Petites et Moyennes entreprises, au Tourisme, aux Services et à la Consommation

La lettre de mission adressée par votre prédécesseur à Dominique Laurent en février dernier affirmait que « la trop grande dispersion du mouvement consumériste nuit à la lisibilité de ce mouvement ». Le système des agréments permettant l'action civile, depuis la loi Royer de 1973, est-il responsable de cette dispersion ? En quoi y a-t-il « illisibilité » et gêne pour les consommateurs ?

Hervé Novelli : Le grand public sait qu'il existe des associations de consommateurs et leur fait confiance, mais peu de gens peuvent en désigner plus de deux ou trois. Ils sont dès lors enclins à s'adresser aux plus médiatiques, et pas nécessairement à celle dont la démarche répond le mieux à leurs besoins. Il existe aujourd'hui dix-sept associations de consommateurs ayant un agrément national, qui peuvent chacune répondre aux attentes de publics différents. De ce point de vue, leur diversité est un élément positif. Mais leur nombre pose un problème de financement : les associations agréées bénéficient d'un financement public qui leur est indispensable, car les cotisations des adhérents ne sont pas une ressource suffisante et il constitue la garantie de l'indépendance des associations vis-à-vis des professionnels. Avec dix-sept associations, il peut exister une contradiction entre le saupoudrage des subventions et le souci d'efficacité.

Il est légitime de s'interroger sur le lien entre le nombre élevé d'associations et la définition des critères de l'agrément par la loi Royer de 1973. Depuis cette loi, une association nationale agréée doit compter au moins dix-mille adhérents et

Diversité

En la déjà lointaine année 2003, le député Luc Chatel remettait un rapport sur « *l'information, la représentation et la protection du consommateur* », pour partie consacré à l'« *éparpillement institutionnel* » du paysage consumériste français. Côté institutions, il prônait le regroupement, dans un « *Office national de protection des consommateurs* », de l'INC, de la Commission de sécurité des consommateurs et de celle des clauses abusives. Côté associatif, il estimait que « *la question [n'était] pas celle du nombre d'associations* » mais le « *sauvagement financier* » qui en résultait, inconvénient qu'il se proposait de contourner par l'abandon du système de subvention et la substitution d'une « *logique de résultats à une logique de moyens* ». Et il recommandait un « *recours collectif* » avec des « *règles propres à empêcher les abus* », ainsi que « *l'institution d'un médiateur national* ».

Entré au gouvernement, l'auteur du rapport allait associer son nom à deux textes empreints des préoccupations qui l'avaient inspiré (lois de janvier 2005 sur l'encadrement du crédit et de la résiliation des contrats, et de janvier 2008, relative entre autres à la refonte du Code de la consommation), même si rien encore ne contribuait à recomposer le paysage éparpillé du consumérisme. Rien, sinon une lettre de mission : datée du 10 février 2009 et adressée à la conseillère d'État Dominique Laurent. Elle revenait sur le « *sauvagement des financements* », les problèmes de représentation dus à une « *grande dispersion* », et appelait à des propositions nouvelles. D'Office national, il n'était toutefois pas question, pas plus que d'action de groupe.

Les conclusions furent rendues au printemps suivant. Au successeur de Luc Chatel à la Consommation, Hervé Novelli, revint le soin de passer à l'action, et d'apaiser les passions suscitées par le rapport entre deux camps également hostiles : les tenants d'un consumérisme sans mélange et ceux d'un consumérisme socialement ancré. Ou de façon moins amène : les « *associations isolées qui n'ont qu'un faible rayonnement social* », selon la formule de Conso France visant l'UFC-*Que choisir* et la CLCV, et les « *associations qui ne traitent que marginalement de consommation* », selon le mot dont Alain Bazot (UFC) gratifie les membres de Conso France ou de la Coordination. De l'été à l'automne, par voie de communiqués et au cours de réunions à huis clos sous l'égide du ministre, enfla la querelle des critères d'agrément (et de représentation au Centre national de la consommation), à propos desquels le rapport Laurent avait formulé des mesures qui fâchent. Au terme d'une consultation qui aboutit, le 26 octobre, aux Assises de la consommation, ces mesures furent pour l'essentiel remises. Et le recours collectif, objet d'une proposition de loi de Luc Chatel mais seulement mentionné à la marge par la conseillère d'État, revint au centre des débats.

Les Assises ne pouvaient consacrer la confusion des uns et le triomphe des autres. « *Le renforcement du mouvement consommateur*, souligne Hervé Novelli, *doit se faire par le haut.* » Les critères d'agrément demeurent, les modalités de subvention persévèrent dans l'être, et le paysage associatif semble attaché à sa dispersion, en dépit d'un « *super-agrément* » promis aux candidats à la consolidation. « *La Coordination n'a plus vocation à être un groupement organisé comme peut l'être Conso France* », assure Henri Joyeux, président de Familles de France, tandis que du côté de Conso France, le surcroît d'organisation n'a pas plus d'effet centripète : « *L'heure ne nous semble pas à des regroupements structurels* », nous confient tout groupés les président et vice-présidents de cette confédération, Daniel Foundoulis, Valérie Gervais et Patrice Bouillon. L'« *Office* » resté sans suite il y a six ans est de retour, sous la forme d'un INC « *renforcé* » par l'absorption des entités circonvoisines (CSC, CCA). Peut-être l'idée contribuera-t-elle à forger l'impossible unité du mouvement consumériste, puisqu'elle suscite l'unanimité contre elle : elle « *inquiète fortement* » Conso France, elle semble d'une faisabilité « *peu probable* » à Henri Joyeux, et Alain Bazot, qui reproche déjà à l'INC de « *sortir parfois de son rôle* », y voit un facteur de « *brouille* ». De l'action de groupe, la promesse est réitérée mais l'avènement reporté. En attendant, la procédure de médiation est présentée par les pouvoirs publics comme une sorte de morale provisoire, avec l'approbation mesurée des uns et sous le sarcasme à peine voilé des autres.

Ce relatif statu quo laisse les acteurs à leurs critiques. Les critères d'agrément ? « *Ils ne tiennent pas compte de la désinstitutionnalisation en cours* », déplore Jean-Marie Bonnemayre (président du Cnafal, Conso France). Façon de dire que toute œuvre visant à réinstitutionnaliser le social a son mot à dire sur la consommation. Jamais de la vie, répond en substance Alain Bazot, dénonçant par avance « *l'agrément de nouvelles associations sectorielles dont on ne connaît pas le degré d'indépendance* ». L'action de groupe ? « *Pourquoi pas*, concède Jean-Marie Bonnemayre, *mais [elle] ne doit pas être un levier de la société du spectaculaire-marchand.* » Autrement dit ne pas consacrer la suprématie des associations les plus portées à en faire usage, comme l'UFC, dont le président condamne le report aux « *calendes grecques* » d'un « *instrument indispensable* ».

Chacun fourbit ses armes pour les manches suivantes. Après les Assises, les lutteurs sont debout. Mais si la France est d'une grande diversité de paysage, elle jouit d'un climat tempéré. Le consumérisme intégral serait-il l'ombre portée de l'hyperconsommation, et le consumérisme social celle de la consommation responsable, ils s'adressent pourtant l'un et l'autre aux mêmes consommateurs que tour à tour affectent les mêmes inclinations. Dans la comparaison des mérites des uns et des autres, Hervé Novelli, tout en observant que certaines associations sont « *plus actives ou plus représentatives* », et certaines moins enclines à la « *dénonciation stérile* », a soin de ne pas se commettre. Sans doute le ministre ne voudrait-il pas, devant la jalousie du paon pour la voix du rossignol, être porté à dire comme la Junon de la fable : « *Tout animal n'a pas toutes propriétés. / Nous vous avons donné diverses qualités : / Les uns ont la grandeur et la force en partage ; / Le faucon est léger, l'aigle plein de courage ; / Le corbeau sert pour le présage ; / La corneille avertit des malheurs à venir ; / Tous sont contents de leur ramage. / Cesse donc de te plaindre ; ou bien, pour te punir, / Je t'ôterai ton plumage.* »

François Ebrard

avoir une activité dans le domaine de la consommation, mais les textes ne précisent pas si ces dix mille adhérents doivent être venus à l'association pour un motif de consommation. Dans cette logique, une association dont l'objet social principal est extérieur au champ de la consommation peut satisfaire au critère. Parmi les associations agréées, certaines sont d'ailleurs plus connues pour des activités autres que la consommation. Ce flou contribue certainement au manque de lisibilité du mouvement consommériste français.

Vous n'avez pas retenu le resserrement du CNC prôné par le rapport Laurent...

H.N. : Il y a le temps de l'examen des options, celui de la concertation, et celui de la décision. Je tiens à souligner l'importance de la contribution de Dominique Laurent à la réflexion sur le mouvement consommériste, surtout dans le délai relativement court qui lui était imparti. Il en ressort que si certaines des organisations auditionnées ont contesté d'importants aspects du fonctionnement de cette instance, d'autres ont recommandé son maintien, tout en souhaitant y apporter des améliorations. Le rapport de Dominique Laurent a opté pour une voie médiane, celle d'une simplification du CNC, avec l'effacement de son bureau en tant qu'échelon de pilotage, et une réduction du nombre des associations représentées à titre permanent.

J'ai néanmoins consulté les diverses associations de consommateurs et il m'est apparu que le resserrement du CNC pouvait comporter une démarche d'exclusion au détriment des associations qui n'auraient plus fait partie de ce qu'on nomme parfois le « Parlement de la consommation ».

Il m'est apparu nécessaire de rechercher la voie d'un compromis entre les soucis d'efficacité et de diversité. Il ne s'agit pas de renoncer à l'idée de réforme : l'objectif est d'entraîner la majorité des associations dans une dynamique, afin de répondre au besoin de nos concitoyens d'être mieux informés et défendus pour consommer sereinement. Le schéma de réforme défini à l'issue des Assises nous donne les moyens d'avancer dans cette voie.

Avez-vous écarté l'idée d'un « agrément spécifique » aux associations spécialisées ? Si non, à quels domaines serait-il applicable ? La liste doit-elle être limitative ? Quel est le nombre des demandes d'agrément, et leur nature a-t-elle évolué avec Internet ?

H.N. : Il est vrai que plusieurs associations sont spécialisées dans un champ sectoriel particulier de la consommation, et ne peuvent guère intervenir sur des sujets touchant d'autres secteurs. Elles n'ont pas les moyens de contribuer autant que les associations généralistes aux débats sur les questions transversales, par exemple le projet de directive communautaire sur

les droits des consommateurs. Il n'est donc pas tout à fait logique que l'Etat les traite sur le même pied que les grandes associations généralistes. Là se situe le principal défaut du régime d'agrément en vigueur depuis 1973. Le rapport de Dominique Laurent était donc fondé à proposer un dispositif d'agrément spécifique pour les associations spécialisées, d'autant qu'il précisait qu'un tel agrément aurait permis de reconnaître la valeur particulière des associations concernées, dont l'expertise dans le secteur de leur compétence est souvent de très grande qualité.

Cependant, cette proposition était source de malentendu. Les associations ont perçu l'agrément spécifique comme un « sous-agrément » ayant pour objet de déclasser certaines d'entre elles, et notamment de les priver de leur représentation au CNC. Je partage l'idée d'une certaine différenciation des avantages procurés par l'agrément, mais à une condition : les avantages ne doivent pas être modifiés à la baisse. Le renforcement du mouvement consommateur doit se faire par le haut, en accordant de nouveaux droits aux associations les plus actives et les plus représentatives.

Les critères de représentativité des associations sont-ils toujours pertinents ? Et quels seront ceux du « super-agrément » annoncé le 26 octobre ? Que vous ont appris les « indicateurs de performance » en usage depuis 2006 ?

H.N. : Le cycle de réunions qui a précédé la tenue des Assises a été trop bref pour arrêter les critères d'un agrément complémentaire des associations les plus actives et les plus représentatives. Maintes possibilités ont été évoquées, mais les retenir toutes aboutirait à une complication qui ne me paraît pas souhaitable. Les indicateurs de performance en usage depuis 2006 ont préparé cette réflexion, mais ils présentent une limite : négociés séparément avec chaque association, ils sont trop disparates. Je vois mal comment l'agrément complémentaire pourrait être accordé selon des critères variables d'une association à l'autre ! Nous défrichons là un terrain nouveau. J'ai demandé à l'administration de me faire de nouvelles propositions et de consulter les associations, qui ont de nombreuses idées.

Alors que s'affirme une aspiration à une consommation socialement responsable, l'Etat ne va-t-il pas à contre-courant en favorisant les organisations strictement consomméristes et en risquant de marginaliser celles adossées à des syndicats ?

H.N. : Je ne souhaite marginaliser aucune association. J'ai beaucoup de respect pour les associations consomméristes d'origine syndicale. Elles sont très actives et fermes quand il s'agit de défendre les intérêts des consommateurs, y compris, s'il le faut, en contestant une action ou une inaction de l'Etat. Elles sont aussi, grâce à la tradition syndicale, grande école de la négociation, toujours prêtes au dialogue, au besoin vigoureux, avec les entreprises ou l'Etat. Elles ne pratiquent pas la politique de la chaise vide, évitent

la dénonciation stérile de ce qui ne va pas et travaillent à des propositions concrètes. Elles ont donc toute leur place dans le paysage consommériste français.

Les associations de consommateurs ont-elles fait avancer le droit ? Ont-elles permis que la culture de négociation prime celle du conflit ?

H.N. : Les associations françaises ont évidemment fait beaucoup pour donner plus de droits aux consommateurs, en étant représentées non seulement au CNC, mais aussi dans plus de cent structures consultatives auprès de nombreuses administrations ou autorités. Elles sont présentes – encore insuffisamment à mon sens – à Bruxelles, pour défendre les intérêts des consommateurs au niveau communautaire. Elles ont donc un important rôle à jouer dans l'évolution des droits des consommateurs. Une grande partie des dispositifs juridiques de protection présents dans le Code de la consommation trouvent d'ailleurs leur origine dans des difficultés soulevées par les associations, et font suite à leurs propositions. Quant à la culture de la négociation et à celle du conflit, elles coexistent naturellement dans le mouvement consommériste. Je préférerais cependant que la première l'emporte sur la seconde, du moins sur la culture de la dénonciation et de l'opposition stérile.

L'INC, dont la mission est d'informer et de former, va intégrer l'activité relative à la sécurité des produits de l'actuelle CSC et celle relative aux déséquilibres dans les relations contractuelles que mène la Commission des clauses abusives. Va-t-il donc rendre des avis, et ceux-ci se limiteront-ils aux périmètres absorbés ?

H.N. : L'INC comme les commissions de sécurité des consommateurs et des clauses abusives ont la mission d'informer le grand public dans le domaine de la consommation. L'INC en tant que tel n'a pas vocation à rendre des avis, il est un outil technique, au service de l'information des consommateurs et un appui pour les associations, notamment celles dont les moyens sont les plus faibles. Les commissions qui seront associées à l'INC ont pour mission de rendre des avis et recommandations.

L'indépendance de ces commissions sera pleinement assurée et même renforcée, par les moyens nouveaux que va procurer le regroupement dans un ensemble plus vaste. Les périmètres thématiques de ces recommandations élaborées en toute indépendance seront élargis. Je pense en particulier à un projet qui me tient à cœur : la mise en place, dans le cadre de l'INC, d'une commission chargée d'observer la généralisation de la procédure de médiation à un nombre croissant de secteurs économiques.

Aux Assises ont été évoquées l'« unité » du consommateur-citoyen et la « consommation de services publics ». L'Etat est-il prêt à jouer le jeu du consommérisme ?

Un rapport et des assises

Le rapport¹ commandé en février 2009 par Luc Chatel à Dominique Laurent se concluait sur l'idée que le « renforcement du mouvement consommériste » nécessitait la « révision des dispositifs actuels de soutien de l'État ». À ce titre il prônait de « resserrer la composition du Conseil national de la consommation en réduisant le nombre d'associations représentées », en passant par la suppression du « lien automatique entre l'agrément et le siège au CNC » ; de réformer l'agrément lui-même (articles R et suivants du Code de la consommation), en relevant le seuil d'adhérents de 10 000 à 25 000 pour les associations généralistes et en créant parallèlement un « agrément spécialiste » ; de renforcer « l'assise territoriale » des associations au moyen du pilotage par l'INC du réseau de centres techniques régionaux de la consommation (CTRC, à statut associatif).

Les décisions gouvernementales annoncées lors des Assises de la consommation² vont plus loin que le rapport Laurent sur le dernier point, puisqu'elles retiennent le rapprochement de l'INC, des CTRC, de la Commission de sécurité des consommateurs et la Commission des clauses abusives, « autour d'un institut national de la consommation renforcé ». Elles contredisent le rapport en écartant explicitement toute idée de « supprimer des subventions ou des sièges au CNC ». Elles maintiennent les modalités de l'agrément, ainsi que le lien entre agrément et siège au CNC, et ignorent « l'agrément spécialiste ». Elles créent en revanche un « superagrément » donnant « priorité pour les désignations par le gouvernement dans les instances de consultation françaises et communautaires » et « exclusivité pour actionner la future procédure des actions de groupes », et allant de pair avec le renforcement au CNC du rôle tenu par son bureau exécutif, où les associations « super-agrénées » disposeront d'un siège permanent.

Les pouvoirs publics ont suivi la recommandation du rapport de « préparer l'introduction de l'action de groupe en droit français » en prenant acte qu'il était « difficile d'ouvrir à toutes les associations agréées ce mécanisme novateur » : c'est l'objet essentiel du « super-agrément » annoncé. L'objectif étant le « renforcement des outils permettant de traiter les litiges entre entreprises et consommateurs », l'alternative médiation ou action de groupe est ainsi posée : « première action, la généralisation de la médiation », appuyée sur une définition légale ; « pour [les] cas extrêmes et de dernier recours », une « action de groupe à la française, précisément encadrée ». Reste dans les deux cas à arrêter le calendrier législatif.

1. Dominique Laurent, *Mission relative au mouvement consommériste en France*, mai 2009, p. 16 (document téléchargeable depuis www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/094000204/index.shtml).

2. Intervention d'Hervé Novelli en conclusion des Premières Assises de la Consommation (document téléchargeable depuis www.minefe.gouv.fr/discours-presse/discours-communiques_finances.php?type=discours&id=691&rub=500).

H.N. : Dans ses relations avec le consommateur et l'usager, l'Etat se doit d'être exemplaire, c'est la raison pour laquelle la France s'est déjà engagée dans des démarches proches de ce qu'elle impose aux entreprises. L'Etat a entrepris depuis plusieurs années l'amélioration du service rendu, dans le cadre de la « *Charte de qualité Marianne* », et il s'est engagé dans une démarche d'achats publics écoresponsables. Autre illustration, les appels téléphoniques : ceux émis vers les services publics sont facturés au prix maximum d'une communication locale depuis juillet 2008. Certains services publics avaient du reste anticipé cette mesure.

Comment préserver les acquis du droit français au regard du droit européen de la consommation ?

H.N. : Le droit de la consommation français est un des plus protecteurs d'Europe. Or les directives européennes sur les droits des consommateurs sont fondées sur le principe d'« *harmonisation maximale* » ou de « *pleine harmonisation* » : les Etats ne peuvent pas maintenir, dans le domaine couvert par les directives, des règles plus protectrices.

Le problème se pose pour un texte encore en discussion, la proposition de directive sur les droits des consommateurs, et un autre déjà adopté, la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Si la première est

adoptée et la deuxième transposée en l'état, la France sera contrainte de retirer une partie des protections juridiques dont bénéficient les consommateurs français. La communication des coordonnées téléphoniques du vendeur ou la date limite de livraison pourraient par exemple ne plus être obligatoires. Et pourraient ne plus être interdits le refus de remboursement en cas de rétractation, certaines clauses abusives, les numéros surtaxés, le paiement immédiat en cas de démarchage à domicile, les ventes subordonnées (contrat de voyage avec assurance obligatoire, boissons vendues seulement en pack, petit déjeuner avec la chambre d'hôtel, logiciels préinstallés...) ou les jeux promotionnels avec obligation d'achat.

L'implication des autorités françaises dans les activités de l'Union touchant la consommation va être renforcée, pour garantir aux consommateurs français un haut niveau de protection. Des concertations interministérielles et avec les associations de consommateurs et les entreprises ont été organisées pour examiner ces projets communautaires. Le groupe de travail permanent sur les questions européennes au CNC est réuni régulièrement, pour que la France puisse faire entendre une voix unanime.

Propos recueillis par Jean Watin-Augouard

Contre un consumérisme de façade

Par son boycottage des Assises de la consommation, l'UFC-Que choisir a voulu souligner sa crainte d'une dilution du mouvement consumériste et de sa mise sous tutelle par l'Etat et des entreprises. Et afficher sa déception du report *sine die* annoncé de l'action de groupe.

Entretien avec Alain Bazot, président de l'UFC-Que choisir

L'instauration du « super-agrément » semble devoir profiter au premier chef à l'UFC. Pourquoi avoir boycotté les Assises ? En raison d'un différend sur les conditions d'attribution, ou à cause des « préalables » à l'instauration de l'action de groupe ?

Alain Bazot : En septembre, nous étions plutôt confiants quant à l'intention du ministre d'engager une réforme visant à renforcer le contre-pouvoir consommateur. Cela supposait deux réformes : un renforcement du mouvement autour des associations indépendantes et authentiquement consuméristes, et l'instauration d'une véritable action de groupe à la française. Nous avons participé aux groupes de

travail des Assises et réclamé vainement ces réformes. Nous avons flairé un leurre et nos craintes se révèlent fondées. Après le discours d'Hervé Novelli, il est clair que le gouvernement veut maintenir le statu quo et, pire, enterrer les actions de groupe. Nous avons donc refusé de cautionner par notre présence une telle perspective préjudiciable aux consommateurs.

L'instauration d'un super-agrément, dont on ignore tout du contenu réel, des modalités d'attribution et donc de l'étendue des bénéficiaires – le ministre parlant de trois ou quatre associations – ne changera rien au mouvement consommateur actuel. Ce super-agrément ressemble davantage à un hochet qu'à une véritable reconnaissance des associations agissantes et représentatives, avec des droits spécifiques. Le manque de transparence de son instauration en fait l'arbre qui cache la forêt. Loin de renforcer le mouvement consommateur en l'organisant autour d'un nombre plus resserré d'associations réellement indépendantes de tout intérêt politique, syndical, confessionnel, regroupant des consommateurs

agissant exclusivement dans le champ consumériste, le projet accentue la dilution du mouvement consommateur et envisage une mise sous tutelle de l'Etat et des entreprises. Cela apparaît notamment en établissant des critères d'agrément peu en phase avec la représentativité consumériste, prévoyant un contrôle tatillon des associations agréées digne d'une économie administrée. En outre, et alors que depuis des années il est dit qu'il y a trop d'associations, l'agrément de nouvelles associations sectorielles dont on ne connaît pas le degré d'indépendance (Afutt, Afub, Freeks)¹ semble bien envisagé.

Craignez-vous que le super-agrément soit de nature à creuser les divisions dans le collège consommateurs du CNC ? Selon quels critères voudriez-vous que le « super-agrément » soit attribué ?

A. B. : Etant une coquille vide, je ne vois pas en quoi le super-agrément pourrait changer quoi que ce soit... Pour un véritable renforcement du contre-pouvoir consommateur, il eût fallu que la création d'un super-agrément repose sur des critères transparents et objectifs d'appréciation de l'activité consumériste des dix-sept associations actuelles, avec une pondération orientée significativement vers l'activité effective au service des consommateurs (traitement de litiges, réalisation d'expertises, communication extérieure, action en justice), et non selon la participation à des instances ou l'appartenance à un regroupement associatif qui ne servent en soi aucunement les intérêts des consommateurs. Or nous avons vu lors des travaux des groupes préparatoires des Assises qu'on était loin du compte. De même, il aurait fallu donner au super-agrément un réel contenu soulignant l'action et la représentativité des bénéficiaires. Ce contenu aurait pu comprendre l'exclusivité de l'action en justice, mesure symbolique, un siège de droit au Conseil économique, social et environnemental national et dans les CES régionaux, ainsi qu'une pondération des voix ou des sièges au Conseil national de la consommation, assurant aux bénéficiaires une influence déterminante et prépondérante sur la gouvernance de cette institution. A défaut, il est clair que l'émiettement qui affaiblit la voix des consommateurs va perdurer.

Les critères de représentativité des associations sont-ils toujours pertinents ? Et comment jugez-vous les « indicateurs de performance » en usage depuis 2006 censés éclairer l'Etat dans sa politique de subvention des associations ?

A. B. : Aujourd'hui, les critères de représentativité sont aussi peu transparents qu'objectifs. Tout repose sur du déclaratif et il n'y a pas de vérifications permettant d'attester que les moyens de l'Etat convergent vers les associations les plus représentatives. Les crédits sont dilués et cette dilution conduit à un sous-subsidationnement des associations agissantes, toujours au détriment des consommateurs.

Le régime de l'aide publique (agrément, subvention) serait-il compatible avec une extension de l'action consumériste aux services publics dont le citoyen est aussi un consommateur ? Y a-t-il des champs de la consommation peu ou mal couverts par les associations ?

A. B. : La question des services publics est épineuse, puisque les Français sont avant tout des usagers et non des consommateurs de services publics, même si, vous avez raison de le noter, la frontière est de moins en moins facile à tracer (problème des numéros surtaxés de l'administration, prix de l'eau, etc.). L'UFC traite de certaines problématiques liées aux services publics. Ce n'est d'ailleurs pas l'agrément qui nous détermine à traiter de tel ou tel sujet. Association de droit privé, nous traitons de ceux relevant de notre objet social ; l'agrément, lui, n'apporte qu'une reconnaissance institutionnelle. Cela dit, il est vrai que l'agrément « consommateurs » est aujourd'hui accordé à des associations qui ne traitent que marginalement de consommation. Ce diagnostic avait d'ailleurs été fait dans le récent rapport Laurent, qui appelait à une rationalisation de l'agrément en refusant de l'octroyer aux associations sectorielles qui ne traitent que de logement ou de transport. Il n'est pas normal que l'agrément « consommateurs » soit donné à des associations dont l'activité prépondérante ne porte pas sur la consommation. Si l'on veut un vrai contre-pouvoir des consommateurs, il faut valoriser l'activité effective au service de la cause des consommateurs, notamment la diversité des sujets consuméristes traités ; malheureusement, cela ne semble pas être l'objectif de la réforme gouvernementale.

Le ministre s'est prononcé en faveur de l'instauration, à terme et une fois levés plusieurs préalables, dont la réorganisation du mouvement consumériste et la généralisation de la médiation, d'une action de groupe très encadrée et « en dernier recours », une fois épuisées les procédures de médiation renforcées. Y croyez-vous ?

A. B. : Promise par Nicolas Sarkozy en 2007 et figurant dans la lettre de mission de Christine Lagarde, l'action de groupe est effectivement renvoyée aux calendes grecques alors même que les autorités (Autorité de la concurrence, direction du Trésor, Commission européenne, Comité économique et social européen) soulignent que c'est un instrument indispensable à l'émergence d'un contre-pouvoir des consommateurs, et je dirais d'équilibre du marché. C'est l'arlésienne du gouvernement. Hervé Novelli fait de la généralisation de la médiation, règlement amiable des litiges individuels aujourd'hui aux mains des professionnels, un préalable à cette réforme. On est dans le mélange des genres au service du Medef, seul opposant à l'action de groupe. Mais il y a pire que les déclarations d'Hervé Novelli, je retiens des Assises le réquisitoire contre l'action de groupe de Christine Lagarde, dont

le degré de surréalisme n'a d'égal que la mauvaise foi dont il est pétri. Comment peut-on encore agiter l'épouvantail du modèle américain, dont il n'a jamais été question en France et en Europe ! Ces Assises se sont donc transformées en enterrement de première classe, par le gouvernement, d'une réforme pourtant indispensable. Il était hors de question que j'escorte le corbillard. Je compte désormais sur les parlementaires, les groupes de travail se multipliant dans chacune des chambres, pour instaurer dans les plus brefs délais cette évolution, élément indispensable à l'effectivité des droits des consommateurs.

Comment jugez-vous la qualité de vos relations avec l'INC ? Qu'en attendez-vous de plus, et sa reconfiguration annoncée aux Assises vous paraît-elle en mesure d'y répondre ?

A. B. : Devant en principe être cantonné à un rôle purement documentaire au service des associations de consommateurs qui en ont besoin, l'INC sort parfois de ce rôle et exerce une influence dans la défense des consommateurs, ce qui concurrence le travail des associations authentiquement consuméristes et crée la confusion chez les consommateurs... En insistant sur le rôle informatif de l'INC, en y intégrant les comités techniques régionaux de la consommation (CTRC), dont l'ambition politique au détriment des associations de consommateurs, pour certains d'entre eux, est indéniable, et en voulant y inclure la Commission de sécurité des consommateurs et la Commission des clauses abusives, structures indépendantes ayant démontré leur utilité au service des consommateurs,

le ministre brouille davantage le rôle de l'INC. L'UFC-Que choisir ne souhaite pas que l'INC se transforme en agence de protection des consommateurs. Elle souhaite qu'il soit cantonné à un rôle d'outil technique à la disposition des associations qui en auraient besoin.

Le consumérisme français est-il en voie de regroupement, ou les différences d'approche se creusent-elles entre ses acteurs ?

A. B. : Au lendemain des Assises de la consommation, vous l'aurez compris, il est difficile de savoir quel sera le visage du consumérisme à la française demain... Mais il est à craindre que, quels que soient les habillages, les alliances de pure stratégie, nous soyons encore victimes du caractère pléthorique du mouvement consommateur, qui ne devrait plus être composé de dix-sept associations, fort différentes, mais de vingt, voire plus... Cette situation, loin d'être une source de richesse, est une source d'affaiblissement. Le gouvernement n'a pas le courage de définir le consumérisme qu'il entend soutenir et préfère laisser perdurer un paysage atomisé. Qu'on ne s'y trompe pas, ce n'est pas l'UFC qui en sortira affaiblie, mais malheureusement les consommateurs eux-mêmes !

Propos recueillis par J. W.-A

1. Association française des utilisateurs de télécommunications, Association française des usagers des banques, association réunissant initialement les utilisateurs de Free qui a élargi son périmètre d'action aux autres fournisseurs d'accès Internet.

Consumérisme sans « juridisme »

Dix ans après sa création, la plate-forme Conso-France réunit neuf associations de consommateurs généralistes ou spécialisées, syndicales ou familiales. Si elle revendique une communauté d'approche qui l'oppose aux tenants des coups d'éclat médiatiques, Conso-France entend préserver sa diversité et refuse la perspective des « regroupements structurels » qu'ont pu souhaiter les pouvoirs publics.

Entretien avec le bureau exécutif de ConsoFrance : Daniel Foundoulis, président, Valérie Gervais (Association Force ouvrière consommateurs) et Patrice Bouillon (Indecosa-CGT), vice-présidents

Les critères de représentativité des associations sont-ils toujours pertinents ?

La notion de représentativité des associations de consommateurs renvoie à différentes réalités. Si l'on

s'en tient aux textes du Code de la consommation, les critères de représentativité qui permettent à une association d'être agréée pour ester en justice : dix mille adhérents au moins, un objet statutaire explicite de défense des intérêts des consommateurs, une indépendance par rapport à toute forme d'activité professionnelle, notamment, nous semblent suffisamment précis et contraignants pour identifier, dans le domaine de la consommation, les principaux interlocuteurs des pouvoirs publics et des professionnels, et pour limiter la conduite des actions en justice à des acteurs compétents. Cependant, il importe de considérer la question de la représentativité de manière plus globale : une association peut avoir un champ d'action et être représentative à un niveau international, national ou local. Sa représentativité dépend aussi de son domaine d'intervention : une association peut être pertinente dans un secteur donné de la consommation mais ne pas l'être dans tous. Aussi sommes-nous favorables au maintien des critères de

l'agrément tels qu'ils figurent dans le Code et non à une acception étroite du terme de représentativité.

Qu'est-ce qui qualifie une association adossée à un syndicat en matière de consommation ? Les syndicats n'ont-ils pas joué un rôle de pionniers il y a quarante ans, dépassé aujourd'hui que des organisations consuméristes de plein exercice occupent le premier rang ?

Nous reformulons ainsi la question : « Pourquoi les organisations syndicales ont-elles souhaité créer, il y a un demi-siècle, leur propre association de consommateurs ? » L'Organisation générale des consommateurs (Orgéco) a été fondée en 1959 par plusieurs organisations syndicales pour donner davantage de poids aux consommateurs face aux professionnels¹. L'énoncé des objectifs et des propositions tels qu'ils figurent dans les textes fondateurs de l'association suffit à en démontrer toute l'actualité : « *L'étude des conditions économiques générales de production, de transformation et de commercialisation de tous les biens de consommation et d'équipement produits ou utilisés en France, l'éducation des consommateurs, la défense des intérêts matériels et moraux des consommateurs* ». Suivent un certain nombre de propositions, en particulier sur « *l'information des consommateurs par la publicité des prix, la défense de la qualité des produits par l'attribution de labels, la suppression des prix imposés et le renforcement de la réglementation des ententes* ».

Les moyens à employer n'ont rien perdu non plus de leur pertinence, puisqu'il s'agissait alors de recourir à : « *l'utilisation de journaux, revues, circulaires, l'intervention à la radio et à la télévision, les conférences de presse, la représentation des consommateurs au sein des organismes administratifs et para-administratifs habilités à prendre des décisions ou à formuler des avis sur les problèmes à caractère économique et notamment ceux qui touchent au pouvoir d'achat* ». Tout au plus convient-il d'ajouter aujourd'hui le recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Quant à savoir qui occupe le premier rang, il convient de remarquer qu'il existe différentes manières de procéder : miser sur le tout médiatique et le tout judiciaire, ou privilégier à la fois le dialogue avec les professionnels et les pouvoirs publics et le service aux consommateurs, ce qui est la démarche de ConsoFrance, qui regroupe neuf associations accueillant les consommateurs dans plus de deux mille permanences sur tout le territoire français, DOM-TOM compris.

Les associations membres de ConsoFrance représentent des sensibilités diverses, seules quatre d'entre elles sont d'origine syndicale, les cinq autres ayant chacune leur propre histoire, liée à l'éducation populaire, au mouvement familial, aux problématiques particulières du logement ou des transports. Cette richesse d'approche, pluraliste de surcroît, paraît elle aussi très actuelle, au moment où le développement durable prend toute sa place dans le débat public : en

effet, le but commun des associations de ConsoFrance consiste en la défense d'un consumérisme social et environnemental, aux antipodes d'un étroit consumérisme unidimensionnel.

Les intérêts défendus par les syndicats sont-ils souvent contradictoires avec les fins des associations de consommateurs ?

Si les grandes centrales syndicales se sont toutes dotées de leur propre association de consommateurs, c'est bien la preuve qu'il fallait combler un vide criant : défendre les droits des salariés dans les relations qu'ils nouent en tant que consommateurs. Les intérêts des uns et des autres, loin d'être antagonistes, se révèlent complémentaires : pour que les consommateurs disposent de produits et services de qualité à un prix abordable, il faut que les salariés soient formés et en nombre suffisant, et que l'organisation et les conditions de travail rendent l'entreprise compétitive. De plus, salariés et consommateurs ont également intérêt à ce que l'entreprise respecte l'environnement. La seule véritable divergence d'intérêts provient à notre sens des distorsions de concurrence qui sont provoquées par le non-respect par certains pays des normes sociales internationales communes de référence que sont les normes de l'Organisation internationale du travail : pour mettre fin à cette situation, il faudrait avant tout que cette organisation dispose de réels pouvoirs de sanction, à l'instar de l'Organisation mondiale du commerce en matière de règles commerciales.

Fallait-il réformer le Conseil national de la consommation (CNC) ? Réclamez-vous la constitution d'un collège spécifique pour les syndicats ?

Il est toujours possible d'améliorer le fonctionnement d'une instance administrative et ConsoFrance a fait des propositions en ce sens : en particulier, afin que l'avis des consommateurs soit mieux pris en compte, nous avons demandé que la position des consommateurs fasse l'objet d'une communication en annexe des avis.

Nous souhaitons aussi très fortement que soient mis en place des comités régionaux de la consommation permettant un dialogue avec les professionnels et les pouvoirs publics à un niveau déconcentré, de façon à traiter les problématiques locales et à faire remonter au CNC celles qui ne trouvent pas de solution au niveau régional. Par ailleurs, nous ne voyons pas à quel objectif répondrait la constitution d'un collège spécifique pour les syndicats, d'autant moins que nous appartenons à une coordination qui comporte des associations d'origines diverses et qui ne regroupe pas toutes les associations d'origine syndicale.

Le rapport Laurent² déplore le « refus des associations membres de ConsoFrance » d'aller au-delà de leur actuel regroupement. Alors que semble s'affirmer une aspiration à la consommation socialement responsable, une association commune au consumérisme syndical n'aurait-elle pas plus de sens que l'émiettement actuel ?

Le consumérisme syndical n'existe pas. En revanche, la coordination ConsoFrance poursuit clairement l'objectif d'un consumérisme socialement responsable : non seulement cet objectif figure dans nos statuts mais nous privilégions la concertation tant avec les pouvoirs publics qu'avec les professionnels. Nos associations sont particulièrement investies dans les travaux du Conseil national de la consommation et dans toute une série d'instances sectorielles, aussi bien au plan national qu'au plan local : c'est aussi ce qui nous autorise à dire que notre diversité constitue une richesse, puisqu'elle nous permet d'être présents dans un grand nombre d'instances de concertation, dans l'intérêt des consommateurs.

« Les pouvoirs publics vont bien être obligés, au moins sous la contrainte de l'Union européenne, de mettre en place une action de groupe. »

Le ministre s'est prononcé en faveur de l'instauration, à terme et une fois levés plusieurs préalables, dont la réorganisation du mouvement consumériste et la généralisation de la médiation, d'une action de groupe très encadrée et « en dernier recours », une fois épuisées les procédures de médiation renforcées. Y croyez-vous ?

Les pouvoirs publics vont bien être obligés, au moins sous la contrainte de l'Union européenne, de mettre en place une action de groupe. Nous considérons que celle-ci est nécessaire : il doit y avoir une épée de Damoclès qui pèse sur les professionnels, pour les inciter à traiter correctement leurs clients, ce qui n'est malheureusement pas toujours le cas. Cela étant, nous ne sommes pas favorables à l'instauration d'une action de groupe à l'américaine, qui remplit les poches des avocats plutôt que celles des consommateurs et peut pénaliser fortement des entreprises alors qu'elles apportent beaucoup au développement du pays. Nous estimons que la France devrait être davantage motrice, ne serait-ce que pour que le dispositif mis en place soit le plus conforme possible à notre droit national et à nos principes.

L'instauration du « super-agrément » qualifiant pour actionner une hypothétique action de groupe va-t-il vous inciter à chercher un rapprochement avec d'autres associations afin de l'obtenir ensemble ?

Nous ne savons pas grand-chose de ce « super-agrément », que nous percevons à ce stade comme un cadeau fait à deux associations isolées, qui n'ont qu'un faible rayonnement social, pour redorer leur blason. Nous avons la volonté de développer et de rendre plus visible ConsoFrance, par tous les moyens possibles et sans chercher des alliances de pure opportunité.

Comment jugez-vous la qualité de vos relations avec l'INC ? Qu'en attendez-vous de plus, et sa reconfiguration annoncée aux Assises vous paraît-elle en mesure d'y répondre ?

Nous apprécions d'avoir à notre disposition un outil, l'INC, qui nous apporte un soutien technique précieux et la garantie de la neutralité d'un service public. Cela dit, l'Institut devrait rendre des comptes plus précis sur les services apportés à chacune de nos associations. Par ailleurs, le projet de réforme qui prévoit de fusionner les services de la Commission des clauses abusives et de la Commission de sécurité des consommateurs avec ceux de l'INC nous inquiète fortement, car ces deux organismes fonctionnent aujourd'hui très bien, leur indépendance est garantie, et nous

craignons une évolution défavorable à l'avenir. Enfin, nous nous interrogeons sur l'avenir de la revue *Soixante Millions de consommateurs*, qui constitue un outil précieux pour les consommateurs et leurs associations. Nous sommes en effet très attachés à l'existence d'une revue d'information des consommateurs indépendante et objective.

Le consumérisme français est-il en voie de regroupement, ou les différences d'approche se creusent-elles entre ses acteurs ?

Il convient de s'interroger sur ce qu'on entend par « regroupement » : l'heure ne nous semble pas à des regroupements structurels. En revanche, au moins deux différences d'approche sont apparues de manière manifeste : d'un côté un consumérisme « juriste », réduit à sa dimension contractuelle, de l'autre un consumérisme ouvert sur l'ensemble des questions auxquelles est confronté le consommateur : ses droits bien sûr, mais aussi son pouvoir d'achat, la satisfaction de ses besoins de disposer de produits et services répondant à des exigences sociales et environnementales à des prix abordables. C'est cette deuxième approche qui est défendue par ConsoFrance.

Propos recueillis par J. W.-A

1. L'Orgéco n'est pas adhérente de la fédération Conso France (NDLR).

2. Dominique Laurent, *Mission relative au mouvement consumériste en France*, mai 2009, p. 16 (document téléchargeable depuis www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/094000204/index.shtml).

Une vaine agitation ?

Ouverte à d'éventuels rapprochements mais à peu près convaincue que rien ne les rendra nécessaires, la doyenne des associations de consommateurs oppose aux conclusions des Assises de la consommation un scepticisme tranquille. Et manifeste un certain agacement à l'égard des associations environnementales.

Entretien avec Henri Joyeux, président de Familles de France

Les critères de représentativité des associations sont-ils toujours pertinents ?

H. J. : L'article R 411-1 du Code de la consommation fixe les conditions pour qu'une association soit agréée. Il lui faut, outre au moins une année d'existence à compter de sa déclaration, justifier d'une activité effective et publique et réunir dix mille adhérents. Il est vrai que l'émergence de nouveaux acteurs, spécialisés dans certains domaines, tels que les associations environnementalistes, et qui demandent à être agréés doit amener à une révision de l'agrément, afin d'éviter un éclatement du mouvement consumériste et un éloignement des associations de leur but principal, à savoir la défense des consommateurs.

Qu'est-ce qui qualifie une association familiale en matière de consommation, vis-à-vis d'opérateurs marchands ? Ces associations n'ont-elles pas joué un rôle de pionniers il y a quarante ans, dépassé aujourd'hui que des organisations consuméristes de plein exercice, nées plus tard, occupent le premier rang ?

H. J. : Familles de France a été fondée en 1921 et elle est le seul mouvement familial libre de tout lien politique, confessionnel, syndical, idéologique ou géographique. Familles de France est agréée organisation nationale de consommateurs et ses origines lui permettent de défendre le consommateur dans sa dimension tant personnelle, en tant qu'individu, que familiale. C'est de là que notre association tire sa légitimité. Outre la défense des droits des consommateurs, elle apporte des services de proximité utiles et nécessaires aux familles que des organisations consuméristes ne fournissent pas. Elle est attachée à la défense des consommateurs et ne confond pas ce rôle avec d'autres activités commerciales que nous pourrions avoir et nous feraient peut-être perdre de vue notre finalité principale, à savoir la protection des consommateurs.

Le secrétaire d'Etat à la Consommation s'est prononcé en faveur de l'instauration, à terme et une fois levés plusieurs préalables, dont la réorganisation du mouvement consumériste et la généralisation de la médiation, d'une action de groupe très encadrée et « en dernier recours », une fois épuisées les procédures de médiation renforcées. Y croyez-vous ?

H. J. : En France, la question de l'action de groupe est soulevée depuis plusieurs années, mais aucune avancée concrète n'a encore été faite. Familles de France s'est prononcée en faveur d'une action de groupe encadrée, afin d'éviter les dérives constatées Outre-Atlantique. Lors des Assises de la consommation du 26 octobre dernier, la ministre Christine Lagarde a souligné qu'elle était opposée à l'instauration d'un tel instrument, bien qu'il soit demandé depuis de nombreuses années par l'ensemble des associations de consommateurs. Par conséquent, il est à prévoir que l'action de groupe ne sera pas à l'ordre du jour des prochains mois. Lors de la consultation lancée par la Commission européenne sur le livre vert relatif aux recours collectifs, Familles de France a émis le souhait que l'UE incite les Etats à se doter d'un outil de protection collectif efficace, et ne se contente pas de leur fournir une simple réflexion sur une éventuelle action de groupe. Cela permettrait de pallier le manque d'initiative dans ce domaine de la France.

L'instauration du « super-agrément » qualifiant pour actionner une hypothétique action de groupe va-t-il vous inciter à chercher un rapprochement avec d'autres associations (de la Coordination ou autres) afin de l'obtenir ensemble ?

H. J. : Familles de France ne s'est jamais opposé à un quelconque rapprochement avec une ou des associations de consommateurs. Il est vrai que la mise en place d'un « super-agrément » pourrait changer la donne et nous amener à envisager un rapprochement avec d'autres associations, afin de renforcer notre légitimité et d'améliorer la défense des droits des consommateurs.

La Coordination créée en 2000 a-t-elle un avenir, hors un tel rapprochement ?

H. J. : Cela fait quelque temps que la Coordination n'a plus vocation à être un groupement organisé comme peut l'être Conso France, avec un président, un trésorier... La Coordination est composée d'entités distinctes pouvant faire entendre ensemble leur voix sur certains sujets d'actualité touchant à la défense des droits des consommateurs, mais elle n'a plus vocation à prendre de manière collective des décisions « politiques ».

Du point de vue de la famille, y a-t-il des champs de la consommation peu ou mal couverts par les associations ?

H. J. : En tant qu'association de consommateurs, Familles de France regrette de ne pas participer aux débats et travaux engagés dans le domaine du développement durable et de l'environnement, car la consommation est d'une certaine manière étroitement liée au développement durable. Pour l'instant, seules

peuvent participer à ces débats les associations environnementalistes, qui ne sont pas représentatives des familles et donc des consommateurs français.

Comment jugez-vous la qualité de vos relations avec l'INC ? Qu'en attendez-vous de plus, et sa reconfiguration annoncée aux Assises vous paraît-elle en mesure d'y répondre ?

H. J. : L'INC a toujours été une institution primordiale et le partenaire privilégié des associations de consommateurs. La reconfiguration de l'INC, telle qu'elle a été annoncée, nous paraît peu probable, dans la mesure où les instances citées par M. Novelli, à savoir la Commission de sécurité des consommateurs et la Commission des clauses abusives, ont leur autonomie d'organisation et de gestion, et l'on voit mal comment elles pourraient être liées à l'INC. De plus, les spécificités de ces institutions ne doivent pas se confondre avec les missions originelles de l'INC : fournir un appui technique aux organisations

de consommateurs agréées, produire et diffuser des études, et mettre en œuvre des actions de formation et d'éducation à la consommation.

Le consumérisme français est-il en voie de regroupement, ou les différences d'approche se creusent-elles entre ses acteurs ?

H. J. : La question de la réforme du mouvement consumériste ne date pas d'hier. Déjà en 2003 un rapport avait été rédigé par Luc Chatel en ce sens. Il a été suivi par celui de Mme Dominique Laurent en 2009. Les deux rapports n'ont pas été suivis d'effets. Si la réforme des associations de consommateurs venait à être adoptée telle que l'a décrite Mr Novelli, il est clair que des rapprochements se feraient entre associations, mais cela risquerait de prendre du temps, dans la mesure où le paysage consumériste français est composé d'associations de traditions et d'origines différentes.

Propos recueillis par J. W.-A

Un consumérisme multidimensionnel

Plutôt que de se focaliser sur la problématique médiation ou action de groupe, une partie du mouvement consumériste met l'accent sur un périmètre d'action élargi, par exemple à la question de l'accès aux droits sociaux.

Entretien avec Jean-Marie Bonnemayre, président du Conseil national des associations familiales laïques (Cnafal)

Les critères de représentativité des associations sont-ils toujours pertinents ?

J.-M. B. : Les critères du super-agrément comme ceux déjà en place instaurent une compétition entre les organisations dont le principal effet sera pour elles de proposer des actions quantitatives ou purement médiatiques (par exemple des conférences de presse), pour obtenir un meilleur classement. Cela se fera au détriment de la qualité des actions et de la mutualisation souhaitable de l'activité, voire de l'expertise sectorielle des organisations, et donc de leur crédit. Des critères tels que la réponse aux consultations européennes, le nombre d'auditions parlementaires, l'organisation de conférences de presse ou la réalisation et la diffusion d'essais comparatifs limitent d'emblée la sélection à quelques associations (trois), voire à une seule : mensuel vendu en kiosques, réalisation et diffusion d'essais comparatifs. On peut à cet égard s'interroger sur le sort réservé à la revue de l'INC *Soixante Millions de consommateurs*.

Les critères ne respectent pas les choix statutaires des organisations : en quoi peut-on estimer que le versement d'une cotisation à une organisation consumériste

internationale est un critère d'activité ? Cela revient à pénaliser une association de consommateurs qui n'adhérerait pas aux orientations des organisations internationales existantes, soit en lui faisant renoncer au bénéfice de ce critère, soit en la faisant adhérer pour des motifs éloignés de son éthique.

Les critères de représentativité ne tiennent pas compte de la désinstitutionnalisation en cours depuis deux décennies, voire de la défiance institutionnelle. De même ils ne prennent pas en compte, dans un contexte d'effondrement du social, la complexification de la vie sociale. Nous vivons dans un contexte de fracture sociale et civique face à laquelle nos associations font du soutien basique à l'accès aux droits. Lorsque des familles retirent leurs enfants d'un centre de loisirs parce qu'elles n'ont pas un euro de participation à donner par mercredi, le Cnafal ne se sent pas le droit de leur demander une adhésion. Nos permanences sont ouvertes aux sans-droits. Ceux qui peuvent contribuer sont aussi les bienvenus.

Qu'est-ce qui qualifie une association familiale en matière de consommation, vis-à-vis d'opérateurs marchands ? Ces associations n'ont-elles pas joué un rôle de pionniers il y a quarante ans, dépassé aujourd'hui que des organisations consuméristes de plein exercice, nées plus tard, occupent le premier rang ?

J.-M. B. : Les associations familiales sont tout aussi légitimes que les autres à intervenir dans le champ de la consommation. Elles ont reçu la mission, par l'ordonnance du 3 mars 1945, de défendre les intérêts matériels et moraux des familles. La défense des intérêts matériels nous ouvre le champ de la consommation,

sans compter l'historicité de notre existence, qui fait d'ailleurs que l'Etat nous avait sollicitées les premières. Le Cnafal s'est toujours inscrit au préalable dans le champ de la prévention, de l'éducation, de la formation et de la médiation.

■ *Faut-il réformer le Conseil national de la consommation ?*

J.-M. B. : La dernière réforme¹, en inversant le rôle de ses composantes, a profondément affecté le fonctionnement du CNC. En concentrant les pouvoirs décisionnels au seul bureau, elle a suscité une concurrence acharnée entre les organisations, qui avaient bien compris où se prenaient les décisions, et a exacerbé les tensions. Si l'on peut à la rigueur admettre cette inversion des rôles, dans un souci d'efficacité, il paraît indispensable de revoir dans quelles conditions peut être élu un bureau, de façon démocratique et représentative. Pour le Cnafal, les coordinations d'associations² doivent être prises en compte, ce qui pourrait permettre, à condition que l'ensemble des composantes du CNC en ait la volonté, d'équilibrer la composition du bureau et de lui permettre de remplir plus sereinement ses missions.

■ *Le rapport Laurent a déploré le « refus des associations membres de ConsoFrance » d'aller au-delà de leur actuel regroupement. Le Cnafal entend-il œuvrer à un rapprochement plus étroit ? L'instauration du « super-agrément » qualifiant pour actionner une hypothétique action de groupe va-t-il vous inciter à le rechercher ?*

J.-M. B. : Une reconnaissance des coordinations de consommateurs serait bien venue avec une attribution de moyens permettant de se positionner valablement à l'échelon européen. Elle permettrait de préserver la diversité des approches, d'autant que le BEUC³ n'a aucune raison d'être en position de monopole. Pour le Cnafal, l'objectif de renforcement des organisations de consommateurs, et de visibilité de leur action et de leurs positions, passe lui aussi par la reconnaissance formelle des coordinations, et par l'attribution de moyens leur permettant de remplir collectivement diverses missions, dans un esprit de mutualisation (des compétences et des financements), notamment pour la formation. Cette reconnaissance n'est pas alternative à l'agrément et à l'existence des organisations de consommateurs dans leur pluralisme.

■ *Hervé Novelli s'est prononcé en faveur de l'instauration, une fois levés plusieurs préalables, dont la réorganisation du mouvement consumériste et la généralisation de la médiation, d'une action de groupe « en dernier recours ». Y croyez-vous ?*

J.-M. B. : Pourquoi pas, mais l'action de groupe ne doit pas être un levier de la société du spectaculaire-

marchand qui ensevelirait le travail quotidien pour le respect du droit de chacun et de tous ! L'action de groupe ne doit pas affaiblir la médiation, la transaction. Elle ne doit pouvoir intervenir que s'il y a échec constaté des procédures de médiation.

■ *Comment jugez-vous la qualité de vos relations avec l'INC ? Qu'en attendez-vous de plus ?*

J.-M. B. : Nos relations avec l'INC sont bonnes et nous souhaitons son renforcement. Pour le Cnafal, il ne saurait être envisagé de dessaisir l'INC de ses missions de laboratoire d'essais et d'éditeur de médias, qu'il s'agisse de revues ou de sites, proposés au grand public. S'il était jugé que les médias de l'INC ne laissent pas suffisamment de place à l'expression des organisations de consommateurs, il conviendrait d'y remédier, et pour ce faire de mener une réflexion approfondie. Ce point doit être rapproché de la demande, par le conseil d'administration de l'INC au mois de juin, d'un séminaire destiné à réfléchir collectivement à la forme et au fond des supports d'information.

■ *Du point de vue du consumérisme familial, y a-t-il des champs de la consommation peu ou mal couverts par les associations ?*

J.-M. B. : L'empilement des dispositifs sociaux depuis vingt-cinq ans, et la décentralisation ont créé des distorsions dans l'accès aux droits sociaux. Le Cnafal y est très sensible, et il y a sans doute pour les associations des éléments à améliorer dans ce champ.

■ *Le consumérisme français est-il en voie de regroupement, ou les différences d'approche se creusent-elles entre ses acteurs ?*

J.-M. B. : On voit se dessiner des regroupements affinitaires et idéologiques que l'Etat doit respecter. La diversité n'est pas un handicap. Cela fait partie de la tradition de la démocratie française sur le plan politique. Certains voudraient imposer le bipartisme, et les Français le refusent régulièrement. Le syndicalisme est tout aussi éclaté, même si la récente loi sur la représentativité syndicale favorise le regroupement. Il y a 450 000 élus locaux, qui participent de la démocratie, du lien social, de la démocratie sociale. Les Français y sont attachés. Le monde consumériste a droit à une existence faite de pluralisme et de diversité.

Propos recueillis par J. W.-A

1. Une réforme de mars 2005 a ouvert les réunions plénières du CNC à divers organismes, dont l'INC, la CSC ou l'Afssa, lui a donné la possibilité de se saisir lui-même et a fait de son bureau une instance exécutive.
2. Telles que Conso France, dont le Cnafal est membre.
3. Bureau européen des unions de consommateurs.

Bulletin de l'Institut de liaisons et d'études des industries de consommation

Directeur de la publication : Dominique de Gramont – Editeur : Trademark Ride, 93, rue de la Santé, 75013 Paris (tél. 01 45 89 67 36, fax 01 45 89 78 74, jwa@tmride.fr, www.trademarkride.com) – Rédacteur en chef : Jean Watin-Augouard – Secrétariat de rédaction et contact : François Ehrard (01 45 00 93 88, francois.ehrard@ilec.asso.fr) – Maquette et mise en pages : Graph'i Page (01 39 72 20 28, ividualie@orange.fr)
Imprimé par : Imprimerie A. Mouquet, 2 rue Jean-Moulin, 93350 Le Bourget (tél 01 48 36 08 54) – ISSN : 1271-6200

Dépôt légal : à parution – Reproduction interdite sauf accord spécial