



HERVE NOVELLI  
SECRETAIRE D'ETAT CHARGE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DES PME  
DU TOURISME ET DES SERVICES ET DE LA CONSOMMATION

*Communiqué de presse*

*Communiqué de presse*

<http://www.economie.gouv.fr>

## **INTERVENTION D'HERVE NOVELLI**

SECRETAIRE D'ETAT CHARGE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DES PETITES ET MOYENNES  
ENTREPRISES, DU TOURISME, DES SERVICES ET DE LA CONSOMMATION

EN CONCLUSION

### **DES PREMIERES ASSISES DE LA CONSOMMATION**

LE 26 OCTOBRE 2009 AU MINISTERE DE L'ECONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI

« *Comment renforcer le pouvoir du consommateur ?* »

#### **Seul le prononcé fait foi**

Mesdames et Messieurs les Présidents,  
Mesdames et Messieurs les parlementaires,  
Mesdames et Messieurs,  
Chers amis,  
Je devrais dire « chers consommateurs » !

D'abord merci à tous de votre participation à cette journée qui fut dense en débats de grande qualité. Je remercie plus particulièrement les intervenants ici présents de cette dernière table ronde passionnante : Isabelle Debré qui a accepté d'animer l'atelier sur la médiation, Alain Lamassoure et Christian Babusiaux qui sont venus nous apporter l'éclairage du Parlement européen et de la Cour des comptes, Laurence Parisot et Loïc Armand qui ont développé les projets des entreprises pour les consommateurs, Reine-Claude Mader et Thierry Damien qui ont rappelé les fortes attentes des consommateurs.

Je veux aussi saluer Christine Lagarde, Chantal Jouanno et les intervenants qui, ce matin, nous ont tracé des perspectives sur l'évolution des modes de consommation, éclairage indispensable pour comprendre l'évolution des attentes des consommateurs.



Les débats que nous avons pu avoir aujourd'hui constituent pour nous tous une grande chance, **une chance unique : la possibilité d'avoir une vue globale sur la problématique consumériste française.**

Ceux d'entre vous qui suivent depuis longtemps les dossiers de consommation pourront témoigner qu'un tel panorama du consumérisme n'a pas été fait depuis 25 ans. J'ai souhaité le faire, non pas parce que la France serait à la traîne de la protection du consommateur. Au contraire, mes prédécesseurs, le législateur français et le législateur communautaire, en collaboration et avec le soutien des entreprises et des associations de consommateurs que vous incarnez, ont fait un travail remarquable ces dernières décennies. Le code de la consommation français est l'un des plus complets et protecteurs du monde. Je m'en réjouis.

S'il était si important de bâtir ensemble aujourd'hui ces Assises de la consommation, c'est surtout parce que nous sommes aujourd'hui à **un moment historique, charnière**. Nous l'avons vu ce matin lors de la première table ronde. La crise que nous connaissons aujourd'hui est beaucoup plus grave qu'une crise économique : c'est **la crise d'un modèle, celui de la société de consommation** théorisée par Henry Ford et qui a connu son apogée dans les années 60-70. Ce modèle reposait sur une incitation à consommer toujours plus, soutenue par la croissance du pouvoir d'achat et la publicité. Face à cette offre abondante des entreprises, les consommateurs s'organisaient et militaient pour des produits et des services toujours plus sûrs et des contrats toujours plus loyaux. Personne ne remettait en question l'impératif de consommer plus. Aujourd'hui, devant le défi écologique, des voix s'élèvent au contraire pour réclamer une nouvelle façon de consommer plus économe en ressources naturelles. **Notre génération de responsables politiques, économiques et associatifs a l'opportunité et le devoir de définir cette nouvelle croissance.**

Des tendances lourdes et irréversibles se dessinent déjà comme la recherche des prix les plus bas et le refus de jeter. Ces évolutions de mode de vie nous commandent une réflexion sur nos priorités de défense du consommateur et d'organisation de la relation entreprises-consommateurs.

Nous ne pouvons plus désormais nous contenter de combler les failles de la réglementation, au fil de l'eau, en fonction des problèmes qui surgissent dans tel secteur économique (crédit, énergie, téléphonie, voyages, agriculture biologique...) ou avec telle pratique commerciale (démarchage à domicile, publicité, prévention des risques...). **Il faut une nouvelle vision d'ensemble partagée.** Que voulons-nous, dans le nouveau contexte économique et social, pour que la consommation soit sereine et qu'elle puisse ainsi jouer son rôle économique et social ?



Je pense, pour ma part, qu'il **nous faut une politique globale de la consommation**, afin de prendre la hauteur nous permettant de percevoir les mutations économiques et sociales en cours.

A l'écoute de vos contributions dans ces trois ateliers et dans les groupes de travail qui les ont précédés, je remarque une grande cohérence des demandes qui s'expriment pour définir une politique globale de la consommation adaptée à notre temps. Vous demandez que l'on considère le consommateur comme un acteur responsable. Vous nous dites que nous ne sommes plus aujourd'hui dans les années 60-70, au début de la société de consommation, lorsque le consommateur découvrait l'abondance nouvelle des biens disponibles qu'il pouvait acheter. Le consommateur, peu habitué, mal formé, dans « l'enfance de la consommation » en quelque sorte, devait être pris en main, protégé par l'Etat. C'est l'époque des premières grandes lois de protection du consommateur et de la création des institutions qui devaient assurer la surveillance du marché.

Aujourd'hui, grâce au travail mené par l'Etat et les associations, le consommateur a gagné en maturité. **Je souhaite donc placer le consommateur au cœur de notre organisation de marché, en reconnaissant et en lui permettant d'exercer son véritable pouvoir.** Dans un marché libre, au pouvoir des acteurs économiques, doit répondre le contre-pouvoir du consommateur. Montesquieu n'a-t-il pas dit : *« Pour qu'on ne puisse abuser du pouvoir, il faut que, par la disposition des choses, le pouvoir arrête le pouvoir. »*

Cette approche politique de Montesquieu a ses parallèles dans l'économie de marché, qui ne peut se satisfaire de pouvoirs dominants, qu'ils soient politiques ou économique. Au plan social, chacun s'accorde à reconnaître la nécessité d'organisations de salariés fortes et légitimes. Il en va de même dans le domaine de la consommation.

Placer le consommateur au cœur du marché, c'est d'abord un paysage associatif et institutionnel clarifié.

Placer le consommateur au cœur du marché, c'est ensuite combler les espaces où ses droits sont encore insuffisamment protégés.

Placer le consommateur au cœur du marché, c'est enfin lui permettre de se faire entendre lorsqu'un litige survient avec une entreprise.

Tels sont les trois thèmes des ateliers de ce matin.

Permettez moi de les reprendre un à un.



**1/ Ma première priorité est de mieux reconnaître les associations de consommateurs les plus représentatives et de rénover les institutions publiques de la consommation.**

C'est le sujet qui tient le plus à cœur des associations de consommateurs puisqu'il les concerne directement. Encore une fois, je souhaite ici calmer des inquiétudes qui se sont faites jour pendant la préparation de ces assises. Nous n'avons l'intention ni de supprimer des associations (nous n'en avons du reste juridiquement pas le droit) ni de supprimer des subventions ou des sièges au Conseil National de la consommation. **Il y avait 17 associations françaises de consommateurs agréées ce matin. Il y en aura toujours 17 ce soir.** L'agrément national, aujourd'hui comme demain, sera accordé sans distinction aux associations ayant 10 000 cotisants explicitement intéressés par les problématiques de consommation.

**Je refuse en effet d'adopter, à l'inverse de ce que certains me demandent, une vision punitive du monde associatif** en supprimant des agréments ou en supprimant des droits juridiques anciens associés à ces agréments.

Si les associations sont multiples, **cette diversité n'est pas artificielle.** C'est un résultat de l'histoire et de l'identité militante de notre pays. Les associations sont issues des nombreux horizons de la société civile, en particulier du mouvement familial, du mouvement syndical, du féminisme, de l'éducation populaire.

On constate d'ailleurs, comme le montre une étude que nous avons réalisée avec nos représentations diplomatiques et qui est en ligne sur le site des Assises, que dans la plupart des pays développés, les associations de consommateurs sont également nombreuses, même si on constate également qu'elles sont fortement structurées autour de coordinations dotées de réels pouvoirs, comme aux Etats-Unis, au Canada, en Suède, en Espagne et en Allemagne.

**La multiplicité et l'absence de taille critique de la plupart des associations de consommateurs posent pourtant deux types de problèmes :**

**1/ Les associations de consommateurs répondent imparfaitement aux besoins des pouvoirs publics**

Les pouvoirs publics français et européens ont besoin de connaître la position des consommateurs sur les politiques qu'ils mettent en œuvre. Une centaine de commissions de concertation existent, où leur présence est ainsi prévue. Or, leur prise de parole dans ces instances est trop dispersée pour être utilisable.

## 2/ Les associations de consommateurs répondent imparfaitement aux besoins des consommateurs

L'éclatement des associations les empêche d'atteindre le niveau de professionnalisme, de communication externe, de couverture géographique et de qualité de service attendu par les consommateurs, leurs bénévoles et leurs salariés.

C'est pourquoi, **la bonne solution, c'est de reconnaître l'action utile des associations de petite taille tout en identifiant et en traitant différemment les associations les plus représentatives.** Chacun dans son rôle : certaines font principalement un travail de terrain au service du consommateur, d'autres ajoutent à ce travail de proximité une action d'envergure nationale et européenne.

Je propose donc de créer un nouvel agrément, en plus de celui qui existe déjà au profit des associations « les plus représentatives ». Cette sorte de « super **agrément** » comme certains l'appellent déjà sera établi sur la base de critères transparents et simples.

Ces critères devront permettre d'identifier les principales activités au service des consommateurs. Certains m'ont dit qu'ils ne souhaitent pas être « infantilisés » par un nouveau mode de relation avec l'Etat. Il n'en est évidemment pas question !

Nous avons déjà commencé à travailler avec les associations sur cette question. Une liste très exhaustive des critères a été dressée. Il s'agit maintenant d'en choisir un petit nombre, parmi les plus pertinents. **Mes principes directeurs pour opérer ce choix seront la simplicité et le respect de la libre administration des associations.** La concertation se poursuivra donc dans les prochaines semaines sur les modalités de cet agrément.

**L'agrément actuel** continuera à donner droit comme aujourd'hui à une subvention et à un siège au Conseil National de la Consommation (CNC).

**Le « super agrément »** donnera quelques droits supplémentaires :

- un siège permanent au bureau du Conseil National de la Consommation et à davantage de voix à son Conseil plénier.
- Une priorité pour les désignations par le Gouvernement dans les instances de consultation françaises et communautaires ;
- Le moment venu, l'exclusivité pour actionner la future procédure des actions de groupes.

Il va sans dire que toutes les associations pourront, à tout moment, candidater au « super » agrément en se regroupant dans des fédérations dotées de réels pouvoirs de décision et de moyens autonomes pour atteindre le seuil de critères de cet agrément.

Cette répartition en deux niveaux des associations de consommateurs françaises, chacun des niveaux ayant son rôle et son utilité sociale, nous rapprochera ainsi du modèle dominant dans les autres pays du monde.



Du côté **des institutions de la consommation**, cela fait plus d'un quart de siècle que s'est constitué le paysage que nous connaissons aujourd'hui. Historiquement, ces institutions ont joué un rôle fondamental pour l'éveil d'une conscience consumériste. Nous leur devons beaucoup pour l'acquisition du réflexe, chez le consommateur, de la recherche du bon rapport qualité/prix/sécurité. Pourtant, avec le temps, cet édifice institutionnel a pris quelques rides. **Il est aujourd'hui trop morcelé pour accomplir pleinement ses missions.**

Pour le suivi de la réglementation et l'exercice des contrôles, nous avons la chance de disposer d'une administration remarquablement efficace : **la DGCCRF**, sans laquelle ni la sécurité ni la protection économique de nos concitoyens ne pourraient être assurées. Je tiens ici publiquement à rendre hommage à cette grande administration qui assure un rôle essentiel pour équilibrer les relations entre consommateurs et entreprises. J'ai relevé que tous les acteurs qui ont participé à nos travaux demandent de conforter la DGCCRF dans ses missions et ses moyens.

A côté, de cette administration régaliennne, dotée de pouvoirs d'enquêtes, nous avons besoin d'une entité publique forte qui serait plus orientée vers l'information, c'est-à-dire l'éducation, la formation et la mise en garde des consommateurs.

Or, l'action publique d'information consumériste est très éclatée. Il y a d'un côté, l'Institut National de la Consommation, établissement public industriel et commercial qui informe le consommateur, notamment en publiant le magazine « 60 millions de consommateurs », et qui apporte des formations aux associations.

Sur un autre plan, la Commission de sécurité des consommateurs et la Commission des Clauses Abusives sont des autorités administratives indépendantes, la première dans le domaine des produits ou services pouvant présenter un risque de sécurité, la deuxième pour les clauses contractuelles pouvant présenter au détriment du consommateur un déséquilibre significatif.

Enfin, les 18 Centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) sont des associations locales de soutien aux associations locales de consommateurs financées par l'Etat qui sont chargés, au niveau local d'assurer les missions assurées au niveau national par l'INC. Le métier est rigoureusement le même mais il n'existe aucun lien juridique entre les CTRC et l'INC.

**Je propose de rapprocher l'ensemble de ces structures**, afin de mieux coordonner leurs actions et leurs moyens autour d'un institut national de la consommation renforcé et rénové. Cet établissement public renforcé aura une taille critique lui permettant d'être plus efficace. Il n'aura cependant pas vocation, et je veux y insister, à se substituer aux missions exercées par les associations de consommateurs. **La protection du consommateur sera ainsi assurée par en France trois niveaux d'intervention :**

- **les associations de consommateurs** chargées, d'une part de communiquer publiquement, dans la presse et dans les instances de consultation, l'avis et les inquiétudes des consommateurs et d'autre part de les défendre dans les litiges qui les opposent aux entreprises ;
- **La DGCCRF** pour la réglementation et les enquêtes ;
- **Le nouvel INC** pour l'information des consommateurs.



## **II/ Ma deuxième priorité sera de renforcer les droits des consommateurs français.**

Lors de la préparation des Assises, s'est exprimée une attente très forte vis à vis du maintien d'un niveau élevé de protection des consommateurs. J'ai entendu cette attente. C'est un consensus, entre consommateurs et entreprises.

C'est pourquoi, je souhaite que le droit de la consommation soit régulièrement amélioré en fonction des nouveaux comportements de consommation et d'évolution des marchés (je pense, par exemple, à l'émergence de la consommation par Internet) et en fonction des nouvelles demandes des consommateurs (qui apparaissent notamment dans le baromètre des plaintes mis en place en 2008).

Je sais que tous les sujets sectoriels n'ont pas pu être traités dans le temps que nous nous étions donné, et je donne acte à tous que ces assises ne sont pas un point final à l'amélioration sectorielle de la protection des consommateurs : d'autres sujets devront pouvoir être traités. Je relève néanmoins que nous devons avancer rapidement sur plusieurs sujets :

**-l'immobilier** : Le logement est le premier poste de dépenses des ménages (26% du revenu en 2008 selon l'INSEE) et constitue une préoccupation majeure pour les consommateurs. Des enquêtes, menées par la DGCCRF en 2006 et 2008, montrent un taux infractionnel particulièrement élevé dans ce secteur.

Il y a en effet un vrai besoin de clarification des règles du jeu, d'information des consommateurs, dans leurs relations avec les agences immobilières, les diagnostiqueurs et les gestionnaires de syndic ; ceci afin de renouer des liens de confiance entre consommateurs et professionnels. Les consommateurs ont des attentes légitimes, les professionnels de leur côté, dont une majorité se conforme aux prescriptions volontaires du CNC dans ce domaine, doivent jongler avec des normes juridiques et des contraintes de gestion de plus en plus complexes.

**Je souhaite fixer par arrêté , avant la fin du premier trimestre 2010, la liste des prestations de syndic couvertes par le forfait payé chaque année par les copropriétaires**, et ce sur la base des travaux que vous menez actuellement pour améliorer le précédent avis du CNC. Il s'agit d'avoir des prestations ne prêtant pas à interprétation, et que chaque gestionnaire devra proposer *a minima* dans son forfait. Je tiens à être clair : il ne s'agit pas de pénaliser les syndics qui ont fait des efforts et respectent déjà l'avis du CNC, et ils sont nombreux, mais de rétablir la confiance pour chaque consommateur envers son syndic. Par ailleurs, je souhaite que le groupe de travail du CNC portant sur les syndics me fasse des propositions sur un meilleur équilibre entre syndics et copropriétaires et sur les procédures de changement de gestionnaire de syndic dans les 6 mois.

**Enfin, j'interdirai, par décret, toute commission ou rétro-commission entre agents immobiliers et diagnostiqueurs.** Ces commissions sont de nature à porter atteinte à l'indépendance des diagnostiqueurs, et ne manquent pas de se répercuter sur le consommateur. Il faut en finir avec ces pratiques qui induisent des coûts additionnels pour les consommateurs.



**-la vente à distance, notamment par Internet**, en lien avec la question des faillites d'entreprises. La question des faillites ne concerne pas seulement le secteur de la vente à distance, mais force est de constater que, sur la période récente, ce sujet a été sensible pour un certain nombre de consommateurs. Les affaires de la liquidation judiciaire de la CAMIF, ou de la disparition soudaine de certains vendeurs en ligne (le magicien des prix, Showroom 2001) ont montré que l'acheteur à distance, et particulièrement sur Internet, pouvait se trouver démuné, lorsqu'il a payé un produit qui ne lui est pas livré.

La forte augmentation des ventes de biens et services par Internet ces dernières années rend urgente la sécurisation du commerce électronique.

Sur ce sujet, je souhaite vous indiquer que **le Gouvernement soutient la proposition de loi** visant à renforcer la protection des consommateurs en matière de vente à distance, proposée par Jean-Pierre NICOLAS, Laure de LA RAUDIÈRE, Bernard GERARD et Jean-Michel FERRAND, qui prévoit en particulier de renforcer les pouvoirs de l'Etat, en cas de défaillance de l'entreprise vendant les produits. La proposition de loi prévoit, dans de tels cas, qu'un arrêté puisse notamment **interdire toute prise de paiement avant la livraison**. Elle prévoit également d'exclure l'action directe du transporteur contre le consommateur, nous ne devrions alors plus voir de consommateurs contraints à payer deux fois le transport, même en cas de défaillance du vendeur. J'apporterai pleinement mon soutien aux Parlementaires auteurs de cette proposition, qui renouera les liens de confiance entre les consommateurs et le secteur en forte croissance qu'est la VAD.

**-s'agissant de la lutte contre les accidents de la vie courante**, j'ai voulu répondre à une demande exprimée lors de ces assises. Chaque année, en effet, les accidents de la vie courante causent près de 20 000 décès et 4,5 millions de blessés hospitalisés, détruisant l'existence de trop nombreuses personnes (chutes, suffocations, intoxications, noyades, incendies, ...). Ces accidents concernent surtout les personnes les plus vulnérables, enfants et personnes âgées. Le taux d'accidentologie français est supérieur à celui de plusieurs pays européens qui ont mené des politiques volontaristes dans ce domaine. **J'ai donc demandé au Premier ministre de faire de cette lutte la grande cause nationale en 2011**. Une telle décision favoriserait une prise de conscience sur les risques ainsi qu'une large mobilisation des acteurs concernés pour que de multiples initiatives nationales et locales, privées et publiques, se développent pour diminuer le nombre de ces accidents.

**-Le sujet de l'éco-consommation** a été largement débattu dans notre table ronde de ce matin. Le réchauffement climatique et l'exigence de protection de l'environnement, que traduisent les lois « Grenelle », ont pour conséquence une volonté de nos concitoyens d'une consommation plus responsable, et donc pour corollaire une multiplication des labels, marques et allégations affirmant que les produits vendus respectent l'environnement. Ce foisonnement aboutit d'une part à une forte confusion pour les consommateurs et d'autre part à des abus de la part de certaines entreprises qui « verdissent » leur packaging, avec des allégations fantaisistes, sans véritable action de développement durable.



Le rôle de l'État est de garantir la meilleure information et protection possible aux consommateurs désireux d'adapter leurs comportements dans un sens favorable à la réduction des émissions carbone. Consommateurs et professionnels doivent s'y retrouver dans la jungle des allégations et des marquages. **Je demande donc au Conseil National de la Consommation de travailler sur une clarification de ces règles afin d'émettre des recommandations sur l'utilisation des termes qui sont actuellement difficilement appréhendables par les consommateurs.**

Avec Chantal Jouanno, que je remercie de son implication et de sa participation à nos Assises, nous poursuivrons également nos actions incitatives vis-à-vis des distributeurs, pour que se développent les filières de produits éco-responsables.

- **Concernant le secteur de l'énergie**, j'ai bien noté qu'il y avait une demande forte de lisibilité des tarifs, et de façon plus large d'amélioration de l'information des consommateurs. Je souhaite profiter de la transposition du 3<sup>ème</sup> paquet de directives électricité & gaz pour aller dans ce sens. Il me semble qu'il faut également accompagner le consommateur lorsqu'il souhaite passer d'un fournisseur d'électricité à un autre, et assainir certaines pratiques commerciales. Je vous annonce donc la mise en service le 5 novembre du **comparateur d'offres d'électricité et de gaz naturel que met en place le Médiateur National de l'Energie**. J'ai veillé à ce que le contrôle des pratiques commerciales des fournisseurs d'électricité, notamment en matière de démarchage, garde toute sa place dans les priorités de la DGCCRF.

- **Enfin, je veux mentionner avec force les positions que prendra la France en matière de droit communautaire**

La préservation et le renforcement des droits des consommateurs français passent, de plus en plus, aujourd'hui, par les institutions européennes. En effet, celles-ci ont entrepris une harmonisation des réglementations des différents Etats. Cette tâche est utile pour les consommateurs français qui achètent dans les autres pays européens via Internet ou à l'occasion d'un voyage. Cette tâche est également essentielle pour nos entreprises qui seront soumises à un droit harmonisé quel que soit le pays de vente.

Toutefois, personne ne comprendrait que ce processus positif aboutisse à affaiblir notre droit national. Or, les directives européennes sur les droits des consommateurs sont fondées sur le principe d'« harmonisation maximale » ou « de pleine harmonisation » : les Etats membres ne peuvent théoriquement pas maintenir, dans le domaine couvert par les directives, des règles plus protectrices pour le consommateur.

Dans le cadre de la transposition de la directive « pratiques commerciales déloyales » et de l'adoption de la directive « droits des consommateurs », le Gouvernement et le Parlement français sont particulièrement vigilants et veillent à éviter que ce principe de pleine harmonisation ait pour conséquence de nous obliger à retirer des dispositions très protectrices. Comme l'a rappelé ce matin



Christine Lagarde, nous ne souhaitons pas, par exemple, être obligés de retirer des interdictions comme celles de faire payer le consommateur en cas de démarchage à domicile, de l'obliger à acheter un produit A s'il achète un produit B (les ventes subordonnées), ou encore celle des jeux promotionnels avec obligation d'achat...

Il est nécessaire également que le droit communautaire, tel qu'il est élaboré actuellement, ne prive pas les Etats membres de leur capacité de réagir rapidement lorsque se pose un nouveau problème de consommation.

Je serai particulièrement attentif à ce que la Commission entende ces demandes légitimes et je continuerai à défendre cette position. Je l'ai dit à Meglena Kuneva, je le dirai au prochain commissaire européen en charge de la consommation.

**III/ Enfin, ma troisième priorité sera le renforcement des outils permettant de traiter les litiges entre entreprises et consommateurs, avec comme première action la généralisation de la médiation.**

La prévention des litiges et leur traitement sont une « ardente obligation » pour tous les offreurs et il faut donc trouver les structures de dialogue entre entreprises et consommateurs permettant de remplir au mieux cette obligation. Les litiges qui résultent d'une erreur, voire d'une simple incompréhension sur les termes du contrat ou les potentialités du produit vendu, sont réglés pour la plupart de manière amiable par le service après-vente ou par une intervention d'une association de consommateurs auprès de l'entreprise.

Laurence Parisot nous a proposé tout à l'heure d'aller plus loin en ce sens et nous avons bien noté ses engagements.

A l'opposé de ces procédures amiables, il y a les recours en justice. Certains litiges ne peuvent de fait être traités qu'au niveau judiciaire, en particulier lorsque le vendeur est de mauvaise foi. Un consommateur lésé peut déjà agir aujourd'hui en justice à titre individuel ou via une association qui porte ses intérêts. La procédure civile de droit commun est cependant peu adaptée dans certains cas, en particulier lorsque le litige concerne un très grand nombre de consommateurs pour un préjudice individuel faible.

**Pour ces cas extrêmes et de dernier recours, je suis favorable à la mise en place d'une action de groupe à la française, précisément encadrée pour éviter les dérives à l'américaine.** Ma conviction est que l'instauration d'un tel dispositif dans notre droit est inévitable. Deux commissions parlementaires (commission des lois du Sénat et commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale) étudient d'ailleurs en ce moment les possibles modalités d'une future action de groupe à la française. Des préalables doivent être levés avant le dépôt au Parlement d'un projet de loi de création des actions de groupe, ainsi que j'ai pu déjà le rappeler : réorganisation du mouvement consommériste, développement de la médiation en France, et cohérence avec les travaux en cours sur

ce sujet au niveau communautaire. Qui comprendrait que l'Union européenne mette en place une action de groupe qui ne corresponde aucunement aux principes que nous souhaiterions retenir.

J'ajoute que la période de crise économique que nous connaissons, et dont nous espérons l'issue dans les prochains mois, ne prédispose pas à ajouter dans l'immédiat à notre droit un outil aussi innovant et controversé.

Pour en revenir aux préalables posés, la réforme du mouvement consumériste est l'une des principales conclusions de nos assises. Le second est le renforcement des dispositifs extra-judiciaires comme la médiation, qui se situent à mi-chemin entre les règlements commerciaux amiables et les actions judiciaires.

**La médiation n'est pas un substitut mais un préalable à une action de groupe**, car la très grande majorité des litiges doivent pouvoir être résolus par la voie alternative de la médiation.

Le contexte de la transposition de la directive du 21 mai 2008 relative à la médiation en matière civile et commerciale est l'occasion d'instaurer un encadrement et un suivi propre au développement de la médiation et à sa promotion.

Quatre propositions se dégagent pour renforcer en France la médiation :

1°) **Définir dans la loi la notion de médiation** : l'élaboration d'un cadre législatif adoptant une définition commune de la médiation et des critères précis permettra que ne soit plus galvaudé le terme de médiateur. Seuls les médiateurs respectant certaines règles pourront être considérés comme tels.

2°) **Instaurer une certification des services de médiation en matière de consommation**, par l'élaboration d'un référentiel permettant de garantir une médiation de qualité. Ce référentiel englobera la formation des médiateurs.

3°) **Assurer un suivi transversal de la médiation** : le développement d'une médiation de qualité suppose un véritable suivi de la médiation. Une coordination transversale des procédures de médiation, à travers un « Comité de la médiation » permettra d'assurer ce suivi. Ce comité sera placé auprès du nouvel INC que j'ai décrit précédemment.

4°) **Généraliser la médiation**. Je souhaite que les consommateurs puissent à terme, dans tous les secteurs économiques, avoir recours à un médiateur compétent s'ils le souhaitent. Ceci suppose notamment un développement de nouvelles structures de médiation au niveau sectoriel et/ou national, en particulier dans les secteurs comportant de nombreuses petites entreprises. Enfin, sera posé le principe d'une information du consommateur, le cas échéant dans son contrat, sur le service de médiation auquel il peut recourir.

\*

\* \*



Mesdames, Messieurs, je vous remercie encore une fois de l'esprit constructif dans lequel vous avez abordé ces Assises. **Grâce à vous, nous avons avancé aujourd'hui pour la défense des consommateurs mais aussi pour les entreprises dont la croissance dépend de la confiance qu'elles inspirent.**

Soyons en conscients, les questions que nous nous sommes posées datent souvent de plus de vingt ans, et nous avons l'occasion d'une avancée historique pour replacer le consommateur au cœur de notre société et de l'économie.

J'attends beaucoup des associations de consommateurs. J'attends aussi beaucoup des entreprises.

L'Etat sera présent pour mettre en place cette réforme importante, dont je veux redire encore une fois qu'elle vise à redonner le pouvoir au consommateur.

**Ces Assises qui se finissent maintenant ne sont pas une fin.** Elles sont le point de départ de cette réforme au profit d'un consommateur responsable et fort au cœur du marché. Nous parachèverons ensemble ces Assises et ferons émerger ce nouveau consommateur en étant guidés par trois principes :

- le principe de responsabilité, pour tous les acteurs ;
- le principe de simplicité, des mesures législatives et réglementaires ;
- le principe de liberté, pour les associations.

Je vous remercie.