



## Assises de la consommation

### Contribution de la CGL

La diversité des associations de consommateurs est une richesse. Cela a été dit et écrit à de multiples reprises. Cependant aujourd'hui le constat de cette diversité est mis en avant en ce qu'il aurait pour effet négatif de morceler la parole des consommateurs à la fois vis-à-vis des professionnels et à la fois vis-à-vis des pouvoirs publics. La diversité étant source d'expression discordante ne permettrait pas de dégager des positions communes claires et cohérentes, ce qui serait nuisible à la protection des consommateurs. Cette diversité, liée notamment au processus de création des associations de consommateurs adossé aux différentes composantes de la société civile, révélerait également la faible taille de certaines associations de consommateurs ce qui nuirait à leur capacité à se structurer et donc à répondre aux attentes des consommateurs.

La solution qui est envisagée aujourd'hui par les pouvoirs publics consisterait à ne prendre en compte que les voix des consommateurs portées par les associations de consommateurs les plus importantes en taille. (Notons au passage que la notion même de taille d'association est discutable car elle ne fait pas l'objet d'une définition objective). Ce resserrement de la parole des associations de consommateurs serait bénéfique à la protection des consommateurs. Il permettrait aux pouvoirs publics d'identifier rapidement le point de vue des consommateurs sur tout type de sujet lié à la consommation. Ce point de vue étant porté par une association importante en taille, donc dotée de moyens importants et composée de personnes qualifiées et « compétentes », bénéficierait d'une légitimité et d'un poids conséquent notamment vis-à-vis des professionnels et face aux enjeux européens complexes.

Par ailleurs, ces associations étant plus importantes, leur capacité à se structurer et à « s'implanter » sur tout le territoire serait plus aisée et permettrait ainsi de répondre aux attentes de proximité des consommateurs. Encore une fois, la notion d'implantation sur le territoire dépend de l'angle que l'on choisit d'adopter. Une organisation implantée est-elle une organisation qui tient des permanences sur le territoire ? (à partir de quel nombre ? Avec quelle étendue ?) Est-elle une organisation qui a des adhérents sur le territoire ? Est-elle une organisation qui a des associations locales sur le territoire ?

La perspective qui nous est présentée aujourd'hui nous semble dangereuse à plus d'un titre.

Tout d'abord, elle remet en cause les fondements même du monde associatif. Le constat qui est fait des difficultés des associations de consommateurs est d'abord celui du monde associatif en général. Loin de vouloir soutenir ce mouvement associatif, les solutions préconisées sont claires : il s'agit purement et simplement de ne plus considérer la structure associative comme la structure adaptée à la défense des consommateurs. Les consommateurs devraient désormais être défendus par des professionnels compétents, au sein de structures

aux moyens financiers importants permettant une présence sur tout le territoire et dotées d'une communication efficace.

Or, il ne faut jamais oublier que le consumérisme est avant tout un regroupement de consommateurs qui mettent en commun leurs moyens afin d'organiser collectivement leur protection. Le consumérisme est fondé sur le principe associatif. A titre d'exemple, l'organisation et le fonctionnement de la Confédération Générale du Logement, comme d'autres associations, sont entièrement fondés sur ce principe. Des consommateurs se regroupent en association pour se défendre collectivement puis décident de s'affilier à la CGL pour bénéficier d'appuis supplémentaires. La CGL présente ainsi la forme d'une structure pyramidale qui comprend des consommateurs regroupés en associations qui elles-mêmes sont affiliées à des Unions départementales ou Unions locales, lesquelles Unions sont affiliées à la Confédération Générale du Logement dont le siège vient chapeauter l'ensemble. Bien sûr, les consommateurs individuels c'est-à-dire ceux qui ne sont pas regroupés en associations locales peuvent adhérer à la CGL pour être défendus dans le cadre de leur litige individuel. Ils sont ainsi soutenus par les Unions locales ou départementales, le siège ou même des associations locales qui ont décidé de ne pas seulement traiter des problèmes collectifs. Ces structures qui aident les consommateurs individuels mettent en place également des permanences de terrain, aux plus près des consommateurs.

L'accueil des particuliers, le traitement des litiges individuels représente donc seulement une partie de l'activité des associations. L'essence même d'une association est de mettre en mouvement une dynamique collective afin de résoudre les problèmes rencontrés par le collectif. C'est pour cette raison que nos associations mettent en œuvre, selon les cas, tout un arsenal d'actions de terrain pour obtenir collectivement des résultats, (pétition, blocages de paiement, manifestations, distribution de tract, alertes dans les médias...). La défense des consommateurs organisée sous la forme associative, passe aussi par ces actions.

Le modèle dans lequel on veut enfermer les associations de consommateurs ne prend malheureusement pas en compte cette dimension collective pourtant essentielle.

Ensuite, à partir du constat que la diversité est une faiblesse pour l'expression de la parole des consommateurs, on envisage de supprimer cette diversité en supprimant la parole de certains consommateurs au Conseil national de la consommation pour n'y accueillir qu'un nombre limité d'associations. On a souvent coutume de présenter le Conseil national de la consommation comme le « Parlement de la consommation ». Rappelons, pour information, que le Parlement français comporte à ce jour 577 députés et 343 sénateurs. La diversité des sensibilités est une exception française, le monde associatif, le mouvement consumériste n'échappent pas à cette « exception ». Que plusieurs associations de consommateurs aient des sensibilités différentes et donc une vision différente des mesures de protection des consommateurs à mettre en œuvre ne doit pas être vu comme une contrainte. Il appartient alors aux pouvoirs publics à l'occasion de tel ou tel thème de prendre leurs responsabilités en fonction des positions en présence pour suivre ou ne pas suivre telle ou telle position. Cette diversité peut même être un atout indéniable puisqu'elle permet d'envisager certaines perspectives qui n'avaient pas été vues ou étudiées sous un angle nouveau.

Notons également que cette diversité est une réponse adaptée à la diversité des situations de consommation et à la diversité des réglementations applicables. Aucune association de consommateurs aujourd'hui en France ne peut se targuer de pouvoir répondre de manière adaptée à toutes les situations posées par le champ de la consommation. Aucune association

ne peut prétendre appréhender la consommation sous tous ses angles, dans toutes ses composantes. On veut nous faire croire que demain, quelques associations en raison de leur taille importante pourront investir tous les terrains de la consommation et seront à ce titre légitime pour représenter la totalité des consommateurs de France. C'est une utopie. La diversité de nos associations de consommateurs est donc un atout.

Tout l'enjeu au sein d'une instance comme le Conseil national de la consommation n'est donc pas de réduire les risques de voix divergentes en réduisant le nombre d'associations appelées à siéger mais d'organiser cette instance afin que cette diversité puisse être prise en compte et être une source de progrès et d'évolution.

Nous estimons que la vraie question qui est posée aujourd'hui est celle de la représentativité des associations de consommateurs au niveau national. Il ne s'agit pas tant d'un problème de nombre ou de morcellement mais plus d'un problème de définition de critères de représentativité et de vérification de ces critères. Dans un second temps se pose la question de l'organisation du Conseil national de la consommation pour accueillir la diversité des associations de consommateurs représentatives. Il est en effet impératif de ne pas faire dépendre la représentativité des associations de consommateurs d'une composition théorique idéale du Conseil national de la consommation.

Si de nouveaux critères devaient être posés, si des systèmes d'indicateurs devaient être mis en place, ceux-ci devraient tenir compte de la diversité des activités des associations de consommateurs. Il reviendrait ensuite aux pouvoirs publics de soutenir les associations afin de les aider à atteindre ces critères et mettre en place ces indicateurs plutôt que de les envisager comme des instruments d'éviction.

Le mouvement consumériste a besoin d'être soutenu, d'être entendu. Chaque jour, en France, des millions de personnes réalisent des millions de démarches de consommation pour leur logement, leurs loisirs, leurs enfants, leur santé, leur transport, leur bien-être, leur travail, leur alimentation, pour leurs besoins... A cette diversité là, la diversité des associations doit répondre, au quotidien.