



CNAFC CONSOMMATEURS

Entraide et vie quotidienne des familles
Informier - Conseiller – Concilier

19-10-2009

GT1-Contribution de la CNAFC sur les instances Conso (dont INC, CSC, CCA, et CTRC).

Dans le cadre de la réflexion sur le consumérisme français, l'existence de ces structures contribue à un haut niveau de protection des consommateurs par leur apport respectif aux Associations, et aux actions juridictionnelles, dans des champs distincts et selon des processus distincts. De ce point de vue, leur diversité est utile.

Une première phase devrait, dans l'optique d'une protection maximale des consommateurs, consister à faire le point

- *sur les pratiques actuelles par rapport aux textes en vigueur régissant les organismes,**
- *sur les règles et systèmes à mettre en place, d'une façon globale en tenant compte des interactions,**
- *sur les modifications à apporter aux textes pour tenir compte des évolutions législatives, réglementaires, et structurelles, en améliorant certaines pratiques.**

A- L'INC (1) "centre de recherche, d'information, et d'étude" (L531.1-R531-1), est une structure centrale, "support technique" des associations nationales, et des CTRC qui le souhaitent, et à travers elles, du réseau local, dans son rôle de "service public".

Ses différents champs d'action (juridique, pédagogique, essais, études, documentation, formation, information des associations, informations des consommateurs, etc.) constituent un système de mutualisation utile et efficace ; par l'étendue des champs concernés, et de ses partenariats, il constitue un pivot pour de nombreuses actions publiques et privées.

Il ne semble pas que des administrations pourraient reprendre efficacement l'ensemble de ses fonctions abordées dans une approche de modèle privé..

Au cours des lustres précédents, l'INC a fait l'objet de nombreuses évolutions. Il semble que la situation actuelle constitue un point d'équilibre.

Il serait cependant utile d'engager une réflexion sur les rapports entre l'INC et les associations, quant à son rôle vis-à-vis d'elles quant à l'image et de les actions qu'elles souhaitent faire connaître.

Pour ne citer que quelques exemples, nous pensons que :

- l'INC est le relais neutre des communications directes des associations (ex : communiqués de presse).
- l'INC est responsable de la qualité des diffusions vers le public, dans l'intérêt des associations ; il est fondé à juger objectivement de l'intérêt et de la qualité des propositions qui lui sont faites. Restent à préciser en commun les critères, et les justificatifs des décisions.
- l'INC est le commentateur objectif et équilibré des informations concernant le domaine du consumérisme, quelle qu'en soit la source et son importance relative,
- l'INC est le pourvoyeur d'informations et de références juridiques, classées et analysées, liées à la consommation (INC Hebdo, veilles, portail, pédagogothèque, etc.). Il constitue un "portail" et une

¹ Nous n'abordons pas ici le cas de la revue, outil d'information et de formation du public.

Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques

Mouvement reconnu d'utilité publique

Agréée comme Organisation Nationale de Consommateurs depuis un arrêté du ministre chargé de la consommation du 9 octobre 1987
28 Place Saint-Georges, 75009 PARIS - Tél : 01 48 78 81 61 - Fax : 01 48 78 07 35 - E-mail : cnafc-conso@afc-france.org

Informations consommateurs : 01 48 78 81 11 - <http://conso.afc-france.org>

"agence" des faits liés à la consommation, vers les structures de la consommation, et vers le public.

- l'INC est un point de mutualisation des travaux techniques concernant le consumérisme.

B- Les CTRC (D512-1) apportent localement une aide technique adaptée aux associations locales, et cette mutualisation est adaptée aux réseaux locaux.

Il est toutefois regrettable que ces associations subventionnées puissent exclure par leurs statuts des branches locales d'associations nationales agréées, en réservant ainsi l'usage des subventions à certaines.

Nous demandons que soient examinés les Statuts et les Règlements intérieurs des CTRC, pour comparer les textes et définir quelques clauses-type garantissant l'égalité des traitements à toutes les associations des réseaux nationaux

(à noter que les limites d'accès s'exercent aux dépens des associations peu représentées localement ; une modification n'entraînerait donc pas d'inflation des inscriptions, d'autant moins que les représentations peuvent être "départementales").

De plus, les circonstances ont conduit à confier, faute de règle, aux CTRC des fonctions politiques, outrepassant leurs fonctions techniques. Seul organisme régional, certains ont été sollicités pour désigner des représentants dans les CESER.

Nous demandons que le collège électoral des désignations dans les instances délibératives régionales, et qu'un processus de désignation non exclusif, soient définis.

C- **La CCA (L132-2), la CSC (L224-1) et l'INC (L531-1)** sont des organismes relevant de "philosophies" spécifiques ; ils ont des modes de fonctionnement différents : la CCA et la CSC rendent des Avis ; la CCA a un caractère "pré juridictionnel" très spécifique ; la CSC analyse le champ particulier de la protection des consommateurs et dispose d'un large pouvoir d'enquête, l'INC analyse, et informe associations et public dans des champs plus juridiques et plus quotidiens.

A priori, **si certaines synergies existent entre la CSC et l'INC**, il ne semble pas que leurs spécificités justifient des rapprochements permanents à caractère technique au-delà de l'information des consommateurs ⁽²⁾.

CCA : Le nouveau texte sur les Clauses abusives, qui définit plus précisément qu'autrefois les catégories de clauses abusives, devrait entraîner un réexamen de son rôle.

D- Les autres organismes liés au Code de la Consommation,

D1- Organisations à caractères technique ou administratif.

Le Code traite également d'autres organismes, tel le CNA (D541-1), soit à caractère technique (ex : le Laboratoire National d'Essais (L561.1/D551-1), qui pourrait avoir des activités connexes à l'INC et la CSC), soit à caractère plus "politique" de coordination administrative (ex : Comité interministériel de la consommation (D522-1), Groupe interministériel de la consommation (D522-1).

Un examen critique des rôles et activités de ces diverses structures pourrait être effectué dans le cadre de la réflexion en cours.

D2- Organisations à caractère délibératif.

D2-1 Les CDC ont vocation à disparaître au profit de CRC.

Simultanément, les DDCCRF sont appelées à disparaître. Un certain nombre de leurs pratiques sont à revivifier ⁽³⁾.

Parallèlement, les critères proposés pour estimer l'action des associations fait largement place au réseau local. Celui-ci est essentiellement tenu dans un cadre géographique départemental ⁽⁴⁾, par des équipes peu nombreuses, généralement bénévoles, et peu mobiles.

² La constitution de structures de gestion communes (comptabilité, fonction DRH, etc.) n'entre pas dans notre réflexion, dès lors qu'elles n'interfèrent pas avec l'organisation et les fonctions techniques de ces organismes dans l'intérêt des consommateurs.

³ **La quasi disparition de fait des BP5000** contribue à l'affaiblissement de la protection des consommateurs.

Pour que ce réseau associatif ne disparaisse pas et donne sa pleine mesure, ***il est indispensable que soit déterminé et organisé un système de liens de proximité entre les associations, et entre celles-ci et l'administration.***

Force est de constater que les CDC ont une activité réduite, et sont peu réunis ni consultés par leurs présidents. Ce fait contribue à l'affaiblissement des réseaux locaux et de la défense des consommateurs.

D2-2 Les CRC devraient prendre une importance accrue. L'éloignement géographique des associations locales aura une incidence sur leur efficacité, l'engagement des associations, la spécialisation de certaines entités géographiquement proches du "centre" de la région, et le risque de constitution d'une structure administrative déconnectée du terrain.

Il est indispensable que les textes définissant leur rôle, leur fonctionnement, et le mode de désignation objectif et équilibré de leurs membres soient mis au point rapidement (après avis du CNC).

D2-3 Le CNC : (pour compléter le commentaire sur l'ensemble des structures majeures).

Rappel : Jusqu'en 2005, les travaux du CNC étaient divisés en 2 étapes : un GT "technique" paritaire conduisant à un projet d'Avis et de Rapport, puis un large débat "politique" critique précédant l'adoption par des Collèges pléniers.

Depuis 2005, les Collèges pléniers ont perdu leur responsabilité délibérative et décisionnelle au profit d'une entité réduite. Le Rapport Laurent a repris de fait cette situation.

Nous pensons qu'une assemblée délibérative doit, sans être trop nombreuse, l'être suffisamment pour permettre l'échange du maximum de points de vue avant décision.

Rôles et fonctionnement du CNC :

- d'une manière générale, si le processus actuel devait perdurer, l'article D511-1 (& sq) devraient faire l'objet d'une réflexion et d'une réécriture de certains d'entre eux,

- les travaux du CNC comportent 2 phases : l'une "technique" dans les GT, qui proposent des textes d'Avis, l'autre "politique", qui amende les projets et vote les Avis⁽⁵⁾.

- le CNC rend des Avis, décidés en commun par les professionnels et les consommateurs, dont l'application reste facultative. De ce fait, des professionnels (parfois importants) estiment ne pas être engagés⁽⁶⁾(7).

Cette situation est nuisible pour les consommateurs (mal protégés), et pour les professionnels sérieux (concurrence faussée).

- le CNC peut être consulté sur des projets de textes. Il est souhaitable que le temps imparti à ces travaux permette une délibération complète.

Une réflexion est nécessaire pour définir des moyens permettant d'éviter ces inconvénients.(ex : D511-2)

D3- Organisations diverses

- La CLCV a rappelé le nombre élevé d'organismes divers protégeant les consommateurs. Les médias se sont fait l'écho de certains regroupements possibles.

- Un examen critique serait utile, au-delà même des agences et autorités indépendantes, pour définir les synergies possibles entre les travaux des unes et des autres, en fonction de l'intérêt pour les consommateurs, (soit directement, soit à travers les associations⁽⁸⁾).

⁴ Les départements ont été dessinés pour qu'un citoyen puisse aller dans la journée au chef-lieu. La "consommation responsable" de l'énergie remet en valeur cette notion de proximité.

⁵ les décisions finales peuvent être prises sans lien entre les rédacteurs des Avis et les décideurs.

⁶ Ex : certains Avis sur les Communications électroniques

⁷ L'Avis sur les MARL a engagé les médiateurs à tenir compte en équité des Avis du CNC traitant les activités à propos desquelles ils sont saisis.

⁸ Par exemple, le champ des travaux du CREDOC..