

**CONTRIBUTION DE LA FNAUT AU GT 1 : RENFORCEMENT DES ASSOCIATIONS ET  
INSTITUTIONS CHARGÉES DE LA CONSOMMATION**

La FNAUT relève que les associations de consommateurs font partie des instances dans lesquelles les Français ont le plus confiance.

- **agrément**

La FNAUT bénéficie à l'heure actuelle d'un agrément national.

Quelles que soient les évolutions en ce qui concerne la délivrance des agréments, la FNAUT considère :

- que la procédure d'attribution et de gestion des agréments ne doit pas complexifier inutilement le système,
- que toutes les associations doivent pouvoir participer aux discussions sur des sujets transversaux généraux (politique de la consommation) et spécifiques (médiation, certification, commerce par internet...).

Pour la FNAUT, l'agrément est essentiel en ce qu'il permet la défense des intérêts collectifs et individuels des voyageurs en justice. Elle estime que l'expertise et l'expérience qu'elle a acquises dans le secteur des transports lui permettent d'assurer son rôle dans ce secteur spécifique.

- **institutions**

La FNAUT souhaite que l'ensemble des associations agréées dispose d'un siège au CNC. La qualité des avis du CNC est un atout à préserver. Le suivi de leur application doit être amélioré.

Au sujet de l'INC, la FNAUT relève la qualité et l'utilité de la documentation élaborée par cet institut.

Enfin, elle souhaite que les associations de consommateurs aient une représentation, en tant que telles, au Conseil Economique, Social et Environnemental.

- **subventions**

Les subventions aux associations nationales agréées doivent être délivrées sur la base d'une série de critères objectifs, transparents et publics adaptés à chaque association. L'effort actuel d'objectivation des critères d'évaluation doit être poursuivi. La base actuelle du montant de la subvention, liée à des données anciennes, doit être actualisée.

- **commentaires sur l'annexe 1 "pistes pour une méthode d'appréciation de l'activité consumériste"**

En ce qui concerne les critères relatifs à la tête de réseau :

- l'ordre des critères pourrait être revu, par exemple l'activité de représentation européenne aussi importante soit-elle n'a pas nécessairement à être en première position,
- analyse des critères proposés :

*Domaine 1 – L'activité de représentation Européenne ou plus généralement l'activité internationale de l'association.*

- *Participation au BEUC ou à une association reconnue par la Commission Européenne, responsabilité dirigeante d'une telle association.*
  - la reconnaissance par la Commission ne nous paraît pas indispensable, de même que la position de dirigeant.
- *Versement d'une contribution financière à une association consumériste internationale au-delà d'un certain seuil.*
  - le seuil doit tenir compte des possibilités financières de l'association.
- *Etre parmi les trois associations de consommateurs Français qui ont répondu au plus grand nombre de consultations organisées par la Commission Européenne sur les questions de consommation.*
  - le critère doit tenir compte de la spécificité de chaque association.

*Domaine 2 – l'activité de représentation de l'association au CNC et dans des instances sectorielles ou de normalisation, et plus largement, toutes les activités de négociation avec les professionnels au niveau national et de lobbying auprès des décideurs publics sur des questions de consommation*

- *Avoir été rapporteur du CNC pour un avis rendu dans l'année : ce critère devrait être étendu à la participation aux groupes de travail du CNC chargés de l'élaboration d'un avis.*

- les critères suivants doivent être rajoutés :
  - activité de conseil juridique exercée au niveau national pour l'information et la défense individuelle et l'activité de contentieux sur des sujets généraux : ce point est d'importance pour la FNAUT du fait des caractéristiques du secteur des transports : opérateurs concentrés voire en situation de monopole, importance du rôle des Pouvoirs publics et de l'Etat,
  - auditions dans le cadre de rapports parlementaires, de commissions d'enquêtes et de groupes d'études parlementaires ; enquêtes ou questionnaires émis par la Commission de l'UE,
  - participation aux activités de certification des services (code de la consommation) : représentation dans les comités de certification des organismes certificateurs, dans les comités tripartites, analyse des projets de référentiels,
  - analyse de l'impact sur internet des activités publiques de l'association,
  - participation à des enquêtes publiques et débats publics (CNDP) sur des projets d'ampleur nationale,
  - en ce qui concerne le critère 3, communication externe, celle-ci peut être évaluée aussi en analysant l'organisation et la participation à des colloques nationaux évoquant des sujets de consommation.