



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

associations de consommateurs

Question écrite n° 58244

Texte de la question

M. Michel Liebgott attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation sur l'inquiétude d'un certain nombre d'associations de consommateurs face à l'application du décret du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement des commissions administratives à caractère consultatif. Les associations s'interrogent sur la place qui leur sera réservée au sein de ces commissions et rappellent leur rôle de défense des valeurs de solidarité et des intérêts du consommateur. Il souhaite connaître le mode de fonctionnement de ces commissions définies par le décret du 8 juin 2006.

Texte de la réponse

Les assises de la consommation, qui se sont tenues le 26 octobre 2009 au ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, ont permis d'organiser l'expression de l'ensemble des acteurs intéressés par les sujets de consommation, et de dégager en concertation avec eux les principes d'une politique d'ensemble dans ce domaine. Cette politique comprend d'abord des actions concernant la protection des consommateurs elle-même, ainsi que leur information. Dans le domaine du logement, afin de renforcer l'information du consommateur et rétablir des liens de confiance entre consommateurs et leurs syndicats, il a été décidé de fixer, par arrêté, avant la fin du premier trimestre 2010, la liste des prestations de syndicats couvertes par le forfait annuel payé par les copropriétaires. Elle reprendra dans ses grandes lignes, celle établie par l'avis du conseil national de la consommation (CNC) du 27 septembre 2007 et sera plus précise. En outre, il a été demandé au CNC de conduire une réflexion sur les allégations environnementales. Si les consommateurs aspirent à consommer des produits dont le cycle de vie minimise les atteintes à l'environnement, la profusion des allégations environnementales, parfois vagues et imprécises, nuit à la bonne information des consommateurs et au développement de démarches vertueuses par les entreprises. En 2010, le CNC fera donc des propositions pour déterminer quelles mentions valorisantes à caractère environnemental, portées sur les produits, devraient relever de la recommandation, de la normalisation, de la certification ou de la réglementation, dans le respect des exigences communautaires. Cependant, l'actualité de l'année 2009, marquée par la mission de la conseillère d'État, Mme Dominique Laurent, sur le mouvement consumériste et par le processus d'évaluation de l'efficacité des commissions administratives consultatives telles que le CNC, en application d'un décret du 8 juin 2006 et d'une circulaire du Premier ministre du 8 décembre 2008, justifiait qu'une place importante soit réservée à la réflexion sur le renforcement des associations et des institutions de consommateurs durant ces assises de la consommation. Il importe, pour que la consommation soit plus sûre et plus éclairée, de renforcer l'action des associations au service des consommateurs, qu'il s'agisse de leur activité de proximité ou de leur fonction de représentation au sein d'instances de concertation, au premier rang desquelles le CNC, dont il convient d'assurer la pleine représentativité, l'efficacité et la bonne gouvernance. Les réflexions qui ont été menées au cours des assises de la consommation ont confirmé que la diversité des associations était un atout, mais elles ont aussi conduit à la conclusion que le cadre de l'action de ces associations devrait être rendu plus lisible. Tout d'abord, la diversité des associations de consommateurs est un atout. En effet, le fonctionnement de

ces associations repose en grande partie sur le bénévolat et les motivations d'un engagement au service des consommateurs peuvent être très diverses. Les compétences militantes développées dans le cadre syndical, celui du mouvement familial ou encore celui d'associations spécialisées dans le logement, les transports ou l'éducation populaire, ne doivent pas être découragées de se réinvestir dans le champ de la consommation. S'il voulait imposer un modèle unique de consumérisme, l'État priverait les consommateurs d'une grande partie du vivier actuel des bénévoles des associations, ce qui n'est pas le but recherché. Par ailleurs, il est apparu souhaitable de maintenir la participation au mouvement consumériste de forces qui ont une expérience en matière de négociation avec les représentants des entreprises. Mais cette diversité doit être organisée pour aller de pair avec l'efficacité et la lisibilité. Il a donc été décidé de compléter le dispositif actuel des agréments - qui donne droit à un siège au CNC, et en pratique, à un financement public - par un mécanisme de reconnaissance des associations de consommateurs les plus actives, et devant bénéficier à ce titre d'une priorité pour les désignations dans des instances de consultation françaises et communautaires. En outre, par souci d'équilibre, pour rendre plus efficace le soutien aux associations de consommateurs agréées les plus modestes, il a été décidé de rapprocher les institutions consuméristes en charge de ce soutien, l'Institut national de la consommation (INC), d'une part, et les centres techniques régionaux de la consommation (CTRC), d'autre part. Afin d'élargir ces synergies à d'autres institutions publiques de la consommation, un nouveau cadre juridique pour coordonner les moyens et les actions de l'INC, de la commission de la sécurité des consommateurs et de la commission des clauses abusives sera également défini. Les avis des deux commissions seront préparés et instruits par des services communs avec l'INC. Les collègues de ces commissions conserveront toutefois leur entière liberté d'appréciation et de communication. Par ailleurs, il a été décidé de mettre en place, aux côtés du nouvel ensemble ainsi constitué, une troisième commission chargée de promouvoir l'extension de la médiation consommation à l'ensemble des secteurs économiques, à l'exclusion des services financiers, à travers des activités d'observation, de suivi, d'évaluation et de proposition. Enfin, ces assises de la consommation ont été l'occasion de réfléchir à d'autres moyens d'assurer la promotion et le développement de la procédure de médiation comme mode de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation : définir un cadre juridique propre à la procédure de médiation, répondant ainsi à l'obligation de transposer dans notre droit national les principes de la directive 2008/52/CE du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale ; prendre en compte les spécificités de la médiation pour le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, à partir notamment des critères repris dans les deux avis du CNC de 2004 et 2007 lesquels visent à garantir l'efficacité et la rapidité du traitement des litiges par les médiateurs ; envisager les voies d'une généralisation de la procédure de médiation. La crédibilité de la médiation extrajudiciaire, comme véritable alternative au recours judiciaire, suppose une couverture très large de l'ensemble des secteurs intéressant les litiges de consommation. Les dispositions législatives et réglementaires permettant ou facilitant l'ensemble de ces actions sont en cours d'élaboration.

Données clés

Auteur : [M. Michel Liebgott](#)

Circonscription : Moselle (10^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 58244

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 15 septembre 2009, page 8672

Réponse publiée le : 13 avril 2010, page 4225