N° 114 • Octobre, novembre, décembre 2015

SOMMAIRE & EDITO

- Apprendre à consommer p. 2

DOSSIER

- Coup de chaud économique p. 3 – 4
- Les clauses abusives p. 5

- Quel avenir pour les associations ? p. 6 – 7

- Comment faire rimer pollution avec solution ? p. 8 et 9

- L'avenir de la médiation p. 10

- De l'importance des CTRC en France p. 11
- Que faire face à l'économie libérale ? p. 12 – 13

- Les outils du CNAFAL pour défendre le citoyen p. 14 – 15
- « Une raréfaction des financements publics » p. 16

Familles Laïques
Revue trimestrielle éditée par le CNAFAL (Conseil national des associations familiales laïques) • 108, avenue Ledru-Rollin • 75011 Paris
Tél. : 01 47 00 02 40 • Fax : 01 47 00 01 86 • E-mail : cnafal@cnafal.net

Directeur de la publication et président du CNAFAL : Jean-Marie Bonnemayre • **Chef d'édition :** Jérôme Comin • **Secrétaire de rédaction :** Jeannine Jouanin • **Gérant :** Jean-François Chalot • **Réalisation :** ©BAT – Tél. : 01 46 94 69 96 • **Impression :** Imprimerie Gueutier (35) • Dép. légal Presse Commission. Commission paritaire n° 0910G87077. ISSN 0755-4265.

Bulletin d'abonnement

À retourner au CNAFAL
108, avenue Ledru-Rollin - 75011 Paris
ou à déposer au CDAFAL de mon département.

Nom - prénom : .....
Adresse : .....
.....
.....

❑ Je désire recevoir 4 numéros de *Familles Laïques* pour le prix de 5,40 € à partir du n° : .....
❑ Je règle par chèque (postal ou bancaire) ci-joint, à l'ordre du CNAFAL.

ÉDITO

Apprendre à consommer

Jean-Marie Bonnemayre
Président

Consommation et environnement sont de plus en plus étroitement liés, tant l'activité économique moderne porte tort aussi bien aux hommes et aux femmes qu'à la planète Terre qui nous héberge. L'agriculture intensive et industrielle, arc-boutée sur le rendement, produit des dégâts considérables : utilisation massive de pesticides et de produits chimiques. Ce qui fait que, sur notre table, fruits et légumes n'ont plus beaucoup de goût, même si on les booste à coups d'odorants et qu'ils se conservent de moins en moins bien ! Petits producteurs, petits éleveurs, petits paysans sont condamnés à disparaître. Les « usines à viande » sont en route. Peu importe les problèmes sur notre santé, pourtant de plus en plus mis en avant, sur la multiplication des cancers et autres maladies chroniques.

L'utilisation des OGM, pourtant proscrite en France, se développe inexorablement dans les pays limitrophes de la France et leur dissémination ne s'arrêtera pas aux frontières de l'Hexagone, comme il en a été avec la radioactivité de la centrale atomique de Tchernobyl. Les grandes multinationales de la chimie agissent de plus en plus par-dessus les États-nations, qui abandonnent de plus en plus le terrain… Restent les citoyens(es), leur mobilisation, leur information ; le CNAFAL, agréé organisation de consommateurs depuis trente ans et agréé par la Fédération nationale de l'environnement, ambitionne, dans l'optique laïque, une véritable éducation des consommateurs. ■

TENDANCE

Coup de chaud économique

DEPUIS QUELQUES SIÈCLES, LA POLITIQUE DE CROISSANCE ÉCONOMIQUE TELLE QUE NOUS LA CONNAISSONS AUJOURD'HUI, EST FORTEMENT SOUTENUE PAR LES NATIONS.

La Chine est frappée par des épisodes de pollution de plus en plus intenses. © axz65

Si cette croissance, à première vue, a des mérites, il faut néanmoins savoir qu'elle est à l'origine de graves perturbations, dont le changement climatique qui entraîne inexorablement des inégalités dans le monde, avec son flot accéléré de réfugiés climatiques. On constate deux choses. Cette croissance non maîtrisée est à l'origine de l'enrichissement d'une minorité de personnes et de la subordination d'une majorité. Ce type de croissance économique porte gravement atteinte à l'environnement et à la stabilité du monde. La théorie économique classique considérait comme étrangers l'un à l'autre le concept de croissance et celui d'environnement. Or, les progrès se sont souvent réalisés au détriment de l'environnement. Pour le CNAFAL, le développement durable ne se réduit pas à la protection de l'environnement, quant à l'économie, elle ne se réduit pas à la croissance. Ainsi, l'idée fondée sur trois piliers inséparables et interdépendants, à l'image des trois anneaux que sont l'économie, le social et l'environnement, fait-elle son chemin au sein des plus progressistes. Reste à donc à définir ces trois piliers interdépendants.

Pourquoi est-ce si difficile de concilier développement durable, croissance et social ? La croissance économique d'hier et d'aujourd'hui est entrée en contradiction avec les exigences d'une stratégie de développement durable, et les conditions économiques et politiques qui permettraient d'inscrire cette croissance dans le cadre de ce développement préservant les chances du futur ne sont pas si évidentes. Les effets néfastes de la croissance actuelle sur l'environnement sont une réalité. L'économiste François Perroux définissait la croissance économique comme étant l'augmentation soutenue, pendant une ou plusieurs périodes longues, d'un indicateur de dimension : « le produit global net en terme réel ». Cette croissance semble ne laisser aucune place à l'environnement. Or, la pollution qu'elle induit influe négativement sur presque tous les secteurs de l'économie et sur le bien-être des populations : la Chine et les États-Unis sont les plus gros pollueurs de la planète. Ainsi, les dommages de la croissance soutenue sur l'environnement ont des effets directs et indirects. Il s'agit, d'une part, de la destruction de la couche d'ozone, qui expose ainsi les hommes aux changements climatiques avec des catastrophes naturelles avec leurs lots de conséquences négatives, notamment dans les domaines de l'agriculture, de la santé, de la biodiversité, et, d'autre part, de l'explosion de la pauvreté qui déstabilise le monde. Les effets sur l'agriculture, la santé et la biodiversité sont visibles. Les modèles de croissance économique issus de la révolution industrielle et agricole s'accompagnent d'une très grande part de pollution.

> « Le coût de la pollution pour l'économie française est de plus de 100 milliards d'euros par an. »

Sur la santé, la commission d'enquête du Sénat a évalué le coût annuel de la pollution atmosphérique pour l'économie française à plus de 100 milliards d'euros par an, soit entre 1 100 et 1 600 euros par an et par habitant. Le coût de la facture stratosphérique de l'inaction politique nous assomme.

Les prévisions du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (Giec) affichent, compte tenu du rythme de croissance actuel, un réchauffement planétaire moyen de 2 °C qui aurait pour effet d'accroître les risques de famine pour des millions de personnes, les problèmes liés au paludisme pour des centaines de millions d'autres, les risques d'inondation pour des millions de personnes et les risques de pénurie d'eau pour des milliards d'autres. Les dommages seront principalement subis par les pays en développement et les populations les plus pauvres. L'atteinte à la biodiversité entraine la disparition et la raréfaction de certaines espèces animales ou végétales. Le changement climatique va faire exploser l'extrême pauvreté et provoquer une très forte migration en Europe. Pour certains, cette croissance exponentielle est l'ennemie du climat et des hommes. Ainsi, l'économiste américain Simon Kuznets pensait que la croissance économique contribuait à augmenter les inégalités sociales et les dégâts écologiques dans un premier temps, mais qu'ensuite elle créait les conditions d'un progrès social et environnemental continu. Un optimisme démenti par les faits depuis vingt ans.

Aujourd'hui, notre planète n'a pas les ressources naturelles pour s'accommoder d'une telle croissance. Alors que le prétexte de l'austérité amenuise les efforts et les ambitions d'un objectif de réduction des émissions de gaz à effet de serre, alors que la question du réchauffement climatique est devenue, pour la majorité des scientifiques

> « Il faut refondre la croissance dans le cadre du développement durable. »

comme pour l'opinion publique, un des enjeux majeurs de notre avenir, les profits des marchés financiers et des banques affichent des bénéfices indécents. Face à ce triste constat, la conférence internationnale sur le climat (COP21) qui s'est tenue à Paris, du 30 novembre au 11 décembre, est un véritable enjeu pour notre planète. Pour le CNAFAL, la COP21 ne doit pas ressembler à Kyoto en 1997 mais devrait ressembler à ce que François Hollande, alors candidat à la présidentielle, affirmait en 2012 : *« Si l'écologie est bien la grande cause du XXIe siècle, elle offre une voie de salut face au risque d'effondrement qui a emporté bien des civilisations avant nous. Investir dans un mode de vie protecteur de la planète, c'est investir dans notre avenir industriel, c'est favoriser la croissance verte, l'émergence d'une civilisation nouvelle qui humanise et qui ouvre en même temps des perspectives de développement et de création d'emplois. »*

Pour le CNAFAL, des outils existent pour les politiques de bonne volonté. Dès lors, les impératifs écologiques imposent des limites à la croissance, à l'image de ce que l'on peut découvrir dans le livre « *Les Limites à la croissance* », de Donella Meadows, traduit en français en 2012. Il faut donc refondre la croissance dans le cadre du développement durable. La solution serait d'inscrire la croissance économique dans une stratégie de développement durable. Diverses voies s'ouvrent à nous et le choix n'est pas neutre idéologiquement. On peut imaginer de nombreuses réponses sur le terrain économique en faisant confiance aux consommateurs-citoyens, en imposant notamment une justice fiscale au bénéfice d'une justice sociale, en changeant les règles des marchés financiers, qui impactent outrageusement l'économie réelle.

Une autre solution plus courageuse et progressiste est possible. Encourager l'intervention de la puissance publique, la seule qui semble également nécessaire pour faire face à l'urgence des enjeux sociaux, économiques et environnementaux, la seule à assurer la stabilité et la paix dans le monde. L'État, garant de l'intérêt

> « La France doit être interventionniste en économie, c'est le rôle du politique. »

collectif, doit en effet pallier les insuffisances du marché, qui, laissé à lui-même, n'est pas capable de concilier les intérêts économiques privés et la préservation de l'environnement collectif. Il peut articuler son action autour de deux axes, la contrainte réglementaire et l'incitation-dissuasion. La France doit être interventionniste en économie, c'est le rôle du politique.
Autre enjeu de taille : les interventions politiques de chaque puissance publique devront trouver leur influence et leur efficacité pendant et après la COP21 face aux lobbyings générés par des intérêts particuliers du monde de la finance et des multinationales.

La COP21 doit être historique, malgré cette actualité dramatique et douloureuse, car l'ouverture d'un nouveau modèle économique cohérent qui conjugue croissance économique et développement durable pour le bien des générations futures favorisera une stabilité économique et donc la paix dans le monde. Quant au CNAFAL, ses valeurs, ses contributions, ses participations aux débats démocratiques, ses échanges et ses formations l'ont amené à soutenir l'économie solidaire, la consommation alternative. Celles-ci s'inscrivent naturellement en cohérence entre croissance verte ou décroissance et développement durable. Ainsi, des solutions plus altruistes existent pour restaurer une dynamique de partage et de solidarité, des mots qui donnent un sens à notre vie, celle de citoyens responsables, de bénévoles et de militants engagés que nous sommes. ■

Claude Rico

PARTICIPATION

Les clauses abusives

SI DEPUIS LA LOI RELATIVE À LA CONSOMMATION, L'EFFICACITÉ DE LA LUTTE CONTRE LES CLAUSES ABUSIVES S'EST CONSIDÉRABLEMENT ACCRUE, IL RESTE DES OBSTACLES À FRANCHIR POUR STOPPER LES DÉRIVES.

© Alfonso de Tomás

Il est souvent difficile de déceler des clauses abusives lorsque l'on signe un contrat.

Le CNAFAL est une association de consommateurs depuis un agrément tacite de 1983. Au-delà d'être une reconnaissance de l'action du CNAFAL en matière de défense des consommateurs, cet agrément donne la faculté pour l'association d'engager des actions judiciaires sur la base de l'article L421-1 et suivants du Code de la consommation. En effet, les associations agréées ont, en cas d'infraction pénale et d'atteinte à l'intérêt collectif, la possibilité de demander au juge d'ordonner la cessation des pratiques illicites. Même sans infraction pénale, l'association peut agir en justice pour faire cesser tout agissement illicite contraire aux intérêts des consommateurs. Il s'agit notamment de supprimer les clauses illicites ou abusives dans les contrats proposés aux consommateurs mais aussi ceux qui ne sont plus proposés. En effet, depuis la loi relative à la consommation, l'efficacité de la lutte contre les clauses abusives s'est considérablement accrue.

Depuis quelques années, le CNAFAL est régulièrement présent sur la scène judiciaire et lutte contre les clauses abusives. La société Antargaz en a fait les frais puisqu'elle a été condamnée à 30 000 euros de dommages et intérêts. C'est suite à des alertes du réseau local que le CNAFAL a engagé une action judiciaire qui trouvera un dénouement favorable devant la cour d'appel de Nîmes le 4 avril 2013. Les enjeux dans ce dossier étaient importants car la distribution de gaz en citerne affecte une population plutôt rurale et parfois isolée, au pouvoir d'achat fragile. L'Autorité de la concurrence avait d'ailleurs dénoncé la situation monopolistique des entreprises de ce secteur. Les clauses abusives sont un fléau pour les consommateurs qui, n'étant pas libres de négocier leurs contrats avec le professionnel, doivent signer des contrats d'adhésion parfois truffés de ces clauses. Heureusement que des associations de consommateurs usent de leurs prérogatives pour assainir le marché et pour rétablir un équilibre entre les professionnels et les consommateurs. Avec la loi Hamon, elles peuvent désormais engager une action de groupe.

L'action de groupe, plume ou enclume ? Le CNAFAL a toujours été favorable à l'introduction d'une action de groupe. Il s'agit, avec cet outil, de remédier à un important déséquilibre structurel entre les consommateurs et les professionnels. De plus, le contexte économique et social difficile ne laisse pas de doute sur le fait que les préjudices subis par les consommateurs sont des atteintes à leur pouvoir d'achat qui profitent aux entreprises. En permettant aux consommateurs de mutualiser leurs moyens de défense sur des préjudices qui ne seraient pas individuellement réparés, l'action de groupe renforce l'effectivité du droit et incite les entreprises à de meilleures pratiques. Malheureusement, plus d'un an après son adoption et au regard du peu d'actions engagées, force est de constater que « la vedette ne crève pas l'écran ». La faute à un financement insuffisant des associations qui voient leur budget s'affaisser mais aussi à une procédure vouée à durer devant les tribunaux. Dans les conditions actuelles, un tel manque de visibilité ne permet pas aux associations de s'emparer d'un dispositif pourtant essentiel. Par ailleurs, d'autres difficultés se posent, notamment en matière de conservation des preuves. Malgré cela et alors que ce dispositif est en voie d'être généralisé dans d'autres secteurs, le CNAFAL réaffirme sa volonté d'engager une action de groupe et attendra la bonne occasion pour démontrer sa capacité à utiliser tous les outils que le législateur met à sa disposition. Il en va de l'intérêt des consommateurs. ■

Hugo Cadet

DÉCRYPTAGE

Quel avenir pour les associations ?

PORTEUSES DE COHÉSION ET D'INNOVATION SOCIALES, LES ASSOCIATIONS JOUENT UN RÔLE PRIMORDIAL EN INTERVENANT DANS DE MULTIPLES DOMAINES ET EN PARTICIPANT À LA MISE EN ŒUVRE DES POLITIQUES PUBLIQUES.

© AlcelVision

Les associations de consommateurs viennent en aide à ces derniers.

Lieux d'expression démocratique et d'épanouissement personnel, les associations enrichissent notre rapport à autrui et sont l'une des conditions indispensables à l'exercice de la citoyenneté.
Ces dernières années, les associations ont dû faire face à d'importantes mutations institutionnelles, économiques et sociétales (décentralisation, raréfaction des ressources, difficulté à renouveler les structures dirigeantes, complexification réglementaire…), qui ont remis en cause leurs principes d'intervention, questionnant ainsi les fondements du fait associatif. Aujourd'hui, la décentralisation a entraîné des modifications dans le financement public, la territorialisation de l'action publique et la multiplication des documents programmatiques (schémas, plans, contrats territoriaux type « contrat de ville »…). La transformation des subventions en commandes publiques traduit un changement de conception des relations entre pouvoirs publics et associations qui deviennent de simples prestataires et non plus des partenaires. Le développement de l'appel à projet bride partiellement les capacités d'innovation des associations et met à mal les objectifs de solidarité et de mieux vivre ensemble sur les territoires que revendique le monde associatif.

Et le mouvement consumériste dans tout cela ? En 1960, le Comité national de la *consommation (CNC) est créé afin d'assurer une « confrontation permanente des représentants des pouvoirs publics et des représentants des intérêts collectifs des consommateurs »*. En 1966, naissance de l'Institut national de la consommation (INC) qui a pour mission de fournir un appui technique aux 15 organisa-

> « Les années 1970 marquent l'âge d'or du mouvement consumériste. »

tions nationales de consommateurs agréées et aux 19 centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) et structures régionales assimilées.
Les années 1970 marquent l'âge d'or du mouvement consumériste, qui se bat pour faire admettre son indépendance face aux pouvoirs publics : « 50 Millions de consommateurs » est lancé par l'INC en décembre 1970. En 1981, un véritable département ministériel est attribué à la consommation sous l'égide du ministère de l'Économie. Les consommateurs sont ainsi considérés comme des partenaires économiques. Le Conseil national de l'alimentation (CNA) a été créé en novembre 1985. Il est présidé par une personnalité indépendante désignée par arrêté conjoint des ministres chargés respectivement de l'Agriculture, de la Consommation et de la Santé. Le CNA est composé de représentants d'organisations de consommateurs, de personnalités scientifiques et de représentants de divers secteurs : agriculteurs, industriels, distributeurs, restaurateurs… Il est consulté sur la définition de la politique alimentaire, en privilégiant la qualité et la sécurité, et sur des sujets qui s'y rapportent.

En 1999, une nouvelle organisation est lancée : ConsoFrance. Elle rassemble aujourd'hui sept associations (Adéic, ALLDC, CGL, CNAFAL, CNL, Fnaut et Indecosa-CGT) qui œuvrent pour « la défense des intérêts des citoyens consommateurs, y compris sur le plan environnemental et social ». Créé en août 2003, le Comité consultatif du secteur financier (CCSF) est chargé d'étudier les questions liées aux relations entre les établissements financiers (banques, établissements de crédit

> « Il y a une baisse de plus de 30 % des financements publics aux associations consuméristes. »

et de paiement, compagnies d'assurances…) et leurs clientèles, et de proposer toutes mesures appropriées dans ce domaine. Il est également chargé de suivre l'évolution des tarifs bancaires applicables aux particuliers. L'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) est une association interprofessionnelle qui constitue un organisme privé d'autorégulation de la publicité en France. Mis en place en août 1935 sous le nom d'Office de contrôle des annonces, l'organisme devient Bureau de vérification de la publicité (BVP) en 1953, avant de prendre le nom d'ARPP en 2008. Des associations de consommateurs sont membres du Conseil paritaire de la publicité (CPP), instance associée à l'ARPP, qui émet des avis exprimant les attentes des parties prenantes préalablement à l'élaboration ou à la mise à jour d'une règle déontologique. Créé par le décret 2008-1273 du 5 décembre 2008 relatif aux organismes génétiquement modifiés (OGM), le Haut Conseil des biotechnologies est une instance indépendante chargée d'éclairer la décision publique. Placé auprès des ministères chargés de l'Environnement, de l'Agriculture, de la Recherche, de la Santé et de la Consommation, il rend des avis sur toutes questions intéressant les biotechnologies, notamment les organismes génétiquement modifiés. Le CNAFAL a des représentants dans ces différentes instances.

La loi relative à la consommation, dite loi Hamon, a été adoptée le 13 février 2014. Le texte entend rééquilibrer les pouvoirs entre les consommateurs et les professionnels. Il institue l'action de groupe, l'assouplissement des conditions de résiliation des contrats d'assurance, l'allongement du délai de rétractation lors d'un achat à distance ou hors établissement, et le renforcement des sanctions appliquées aux entreprises pour fraudes économiques. Problème : il y a aujourd'hui une baisse de plus de 30 % des financements publics aux associations consuméristes et aux structures d'appui comme le CTRC.

Le fameux rapport Laurent de 2009, qui préconise la réduction du nombre d'associations. La transposition de la directive européenne sur la médiation d'entreprise dans tous les domaines que nous contestons concernant la non-indépendance des médiateurs (et c'est aussi une façon de remettre en cause la légitimité et l'existence des associations qu'il ne serait plus nécessaire de financer puisque tout serait réglé par la médiation). Une baisse constante des moyens de la DGCCRF qui ne peut plus assurer ses missions de contrôle et de répression. Des instances paritaires qui, pour la plupart, n'ont de paritaire que la dénomination du fait du lobbying des professionnels qui n'acceptent que ce qu'ils ont envie d'accepter (double affichage des prix, obsolescence programmée, économie collaborative…). Au-delà du poids qu'elles représentent dans l'économie française - 1,8 million de salariés, 10 % de l'activité du secteur privé, 85 milliards de budget, part importante du bénévolat et du sens de l'engagement -, les associations assument un véritable rôle de régulation.

Aujourd'hui, le contexte est bien celui de la crise des régulations sociales. Le marché représente le premier cercle de régulation de l'économie. Mais limiter l'économie au seul échange marchand serait très réducteur dans la mesure où

> « L'action publique a pour fonction de réguler l'efficacité de la réponse aux besoins des citoyens. »

celui-ci ne contribue pas au « faire société » ni au « vivre ensemble » sur les territoires. L'action publique représente le deuxième cercle de régulation ; elle est le fruit de l'intervention de l'État et donc de la volonté de pallier les manquements du marché. L'action publique a pour fonction de réguler l'efficacité de la réponse aux besoins des citoyens. Cependant, ce type d'action se dilue au gré de la décentralisation et du désengagement de l'État à l'égard des collectivités territoriales et du développement local… Les associations constituent le troisième cercle et apportent une régulation originale aux difficultés des deux premiers : elles viennent en quelque sorte porter secours aux régulations habituelles. Le contexte actuel constitue une source de difficultés de plus en plus importantes pour ces acteurs du développement local, de l'entretien du lien social, de l'exercice d'une réelle démocratie participative et d'une éducation permanente du citoyen averti capable de comprendre la société, d'agir sur elle et de la transformer pour un monde meilleur et plus solidaire. ■

Manuel Messey

ENVIRONNEMENT

Comment faire rimer pollution avec solution ?

UN ÊTRE HUMAIN NE PEUT VIVRE QUE DEUX JOURS SANS EAU ET PAS PLUS DE CINQ MINUTES SANS AIR. ET POURTANT, CHAQUE JOUR, L'HOMME GASPILLE ET DÉTÉRIORE CES DEUX RESSOURCES VITALES.

© Production Perig

La qualité de l'eau est de plus en plus surveillée par de nombreuses associations.

La pollution de l'air ou pollution atmosphérique, d'après la loi de 1996, est *« l'introduction par l'homme, dans l'atmosphère, de substances ayant des conséquences préjudiciables de nature à mettre en danger la santé humaine, à nuire aux ressources biologiques et aux écosystèmes, à influer sur les changements climatiques… »* De la fin du XX[e] siècle à nos jours, on constate une diminution de la pollution d'origine industrielle, mais un développement de la pollution urbaine et notamment en particules fines (PM10, et très fines PM2,5). Ces particules fines que l'on retrouve dans les rejets de diesel vont se loger dans les cellules profondes des bronches et y stagnent. Il y a de quoi s'inquiéter avec les révélations du scandale Volkswagen qui, depuis 2009, a utilisé différentes techniques visant à réduire frauduleusement les émissions polluantes de NO_x et de CO_2 de certains de ses moteurs diesel et essence lors des tests de contrôle. Et il n'est pas le seul constructeur à utiliser de telles méthodes. Un travail sur trois ans des ONG Transport et Environnement et The International Council on Clean Transportation a fait apparaître que les émissions réelles des véhicules peuvent être entre 8 et 22 fois plus élevées que les chiffres donnés par les constructeurs.

Un autre point sur lequel il faut insister, c'est la qualité de l'air intérieur. Un Européen passe, en moyenne, entre 80 et 90 % de son temps « en air intérieur », habitat et lieux de transport, espaces publics clos. Des progrès ont été faits, notamment dans les écoles maternelles suite à une enquête de 2009 qui démontrait la dangerosité des sols, des peintures, des jouets en plastique. Il est à regretter que les familles à revenus modestes habitent souvent des logements où les risques de produits dangereux pour la santé sont plus grands que dans les beaux quartiers. Elles achètent meubles, peintures, à prix modiques, importés par des entreprises peu scrupuleuses qui, bien souvent, « omettent » de faire analyser les produits. Là encore, l'information peut aider au quotidien. Au lieu d'acheter des produits d'entretien miracles qui évoquent la senteur des îles ou de la rose, vantée par la pub, on peut utiliser pour une maison saine deux ou trois produits de base, dont le vinaigre blanc comme le faisaient nos grands-mères. C'est économique, écologique, désinfectant.

S'il est important que chacun prenne conscience des gestes qu'il peut faire au quotidien pour limiter la pollution, pourquoi la loi Macron développe-t-elle le trafic routier au détriment du rail ? Pourquoi la SNCF installe-t-elle un réseau de cars, alors que le rail est largement aidé par les régions ? Pourquoi la Commission européenne permet-elle l'utilisation des produits Monsanto, destructeurs de la biodiversité ? L'eau est une substance unique parce qu'elle se purifie par sédimentation ou par dilution. Cependant, ces processus naturels prennent du temps et deviennent inopérants pour une quantité importante de polluants. Dans les pays industrialisés, la pollution des cours d'eau a pris une ampleur nouvelle et inquiétante.

VOLKSWAGEN

→ À travers le monde plus de 11 millions de véhicules du groupe Volkswagen sont concernés par la tricherie. Une fraude qui touche 8,5 millions de voitures en Europe.

Une urgence qui coule de source

L'eau est présente à 60 % dans notre organisme et à 75 % sur Terre. Le manque d'accès à l'eau potable pour 36 % de la population génère de nombreux décès. Depuis 2010, les Nations unies ont voté le droit à l'eau comme fondamental. En France, la Fondation France Libertés mène des campagnes pour que l'eau, un bien commun, soit un droit accessible à des tarifs équitables.
Source : http://www.france-libertes.org/-L-eau-bien-commun-de-l-humanite-.html

© CDAFAL 77 / NAGY

La plupart des Etats commencent à peine à se rendre compte de l'urgence de la situation climatique.

Les plages sont très souvent interdites. La dégradation constante de la qualité des eaux continentales fait évoluer les consciences, des mesures de protection sont prises. Le développement de l'assainissement des eaux usées et des effluents industriels tend à progressivement limiter certains dommages causés aux écosystèmes aquatiques. Les Agences de l'eau assurent une surveillance efficace mais, à la sortie des stations d'épuration, dans l'eau dite « potable », on relève des traces de pesticides, d'œstroprogestatifs issus de l'urine des femmes prenant la pilule, des résidus d'antidépresseurs (la France étant le plus gros consommateur au monde), de perturbateurs endocriniens, ces matières chimiques qui perturbent le système hormonal et qui sont la cause de l'augmentation des maladies chroniques, du diabète, de l'obésité. En tant que citoyen-consommateur, on doit réclamer que soient mis en place dans les stations d'épuration des filtres capables de retenir ces micropolluants. Ces filtres ont fait leurs preuves, mais ils sont plus onéreux.

PLASTIQUE

→ Les débris en plastique qui flottent au nord de l'océan Pacifique forment un 6[e] continent de 3,43 millions de kilomètres carrés (soit six fois la France) avec une profondeur pouvant aller jusqu'à 30 m.

L'INC et GoodPlanet, par leur campagne nommée « La solution est dans l'assiette », font prendre conscience du pouvoir de consommer autrement à travers cinq thèmes majeurs : les habitudes de consommation, les méthodes agricoles, les protéines animales, les consommations d'énergie, le gaspillage et les déchets. On ne peut que souscrire à de telles actions ainsi qu'à la maxime « les petits ruisseaux font les grandes rivières », mais la pollution venant des consommateurs n'est qu'une goutte d'eau par rapport à la pollution de l'industrie et de l'agriculture. Il faudra aller plus loin dans les interdictions, dans les contrôles et pénaliser lourdement les pollueurs à grande échelle. Incitons les consommateurs à agir mais ne les culpabilisons pas, poussons-les à demander aux politiques de respecter leurs engagements, de ne pas céder aux lobbyistes de l'industrie et aux partisans du traité transatlantique qui ne veulent pas de règlements concernant la santé et l'écologie.

> « Il faut inciter les consommateurs à agir, mais il ne faut pas les culpabiliser. »

Dans les eaux en bouteille, on distingue : les eaux minérales, reconnues pour leurs propriétés thérapeutiques (elles peuvent contenir du fluor, du sodium…), les eaux de sources issues d'un forage ou d'un captage, dont la composition est en accord avec les normes de potabilité, les eaux de table, qui sont traitées pour respecter la réglementation. Est étudiée en plus l'innocuité du couple « contenant-eaux » avec la migration dans l'eau des plastifiants de la bouteille. Celles du robinet sont aussi bonnes que celles de table et d'un coût au moins 500 fois inférieur.

La COP21 est une conférence supranationale sur l'environnement ou, plus précisément, sur les changements climatiques. Elle est un peu la version environnementale de l'ONU. Si la 21[e] édition est si spéciale, c'est parce qu'elle a pour objectif d'aboutir à un accord « universel et contraignant » qui prendra effet à partir de 2020, pour créer une véritable transition vers une économie et une politique mondiales écoresponsables. Plus efficace que celles de Kyoto et de Copenhague ? ■

Nicole Damon

PERSPECTIVE

L'avenir de la médiation

CE DISPOSITIF, QUI PERMET DE RÉGLER DE NOMBREUX LITIGES ENTRE PROFESSIONNELS ET PARTICULIERS, A LONGTEMPS PÂTI D'UN MANQUE DE TRANSPARENCE.

© Andrey Popov

En cas de conflit entre un consommateur et une entreprise, la voie de la médiation est privilégiée.

Dans son ordonnance du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, la France transpose la directive européenne relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation du 21 mai 2013. La médiation est un mode alternatif de règlement des litiges dont le développement poursuit l'objectif de désengorger les tribunaux. Pour les professionnels, c'est aussi l'occasion d'éviter la voie judiciaire, source d'inconfort, à laquelle ceux-ci préféreront toujours l'autorégulation. Ainsi, depuis quelques années, pour la médiation, tous les feux sont au vert. Plaidant pour un développement harmonieux de cet outil, le CNAFAL attendait une réglementation assortie de garanties minimales, dont celle de l'indépendance du médiateur. En effet, un grand nombre de médiateurs sont internes aux entreprises et n'ont pas une véritable indépendance. Comment remplacer le principe élémentaire qu'un tiers ayant un tel rôle doive être indépendant ?

Mais le contexte de la précédente mandature n'était pas propice à la mise en place de garanties au service des consommateurs. Le secrétaire d'État de l'époque a surtout été l'artisan du développement d'une médiation peu réglementée, dont son emblème, la Commission de la médiation, vient de disparaître. Dénonçant cette situation dangereuse, le CNAFAL ferraille par le biais de ses représentants, en revendiquant, conformément à une étude du Conseil d'État, la mise en place d'une médiation véritablement indépendante. Malgré l'occasion qui lui en a été donnée, le gouvernement de l'époque n'a pas transformé l'essai. Depuis lors, l'arrivée d'un nouveau gouvernement et surtout la transposition de la directive ont permis de mieux encadrer la médiation. Mais que prévoit le nouveau titre V du livre Ier du Code de la consommation ?

Les apports de la nouvelle règlementation. Nommé pour trois ans, le médiateur ne pourra être en situation de conflit d'intérêts et devra être compétent. Les professionnels devront donner une information claire sur les coordonnées du médiateur dont ils relèvent. Ensuite, lorsqu'il est employé ou rémunéré exclusivement par le professionnel, des garanties supplémentaires sont exigées. Il sera désigné dans le cadre d'une procédure transparente par un organe collégial composé de représentants d'associations de consommateurs agréées et de représentants du professionnel et ne pourra pas, à l'issue de son mandat, travailler pendant au moins trois ans dans l'entreprise ou la fédération en question. Aucun lien hiérarchique ou fonctionnel ne pourra exister pendant l'exercice de sa mission.

> « L'arrivée d'un nouveau gouvernement a permis de mieux encadrer la médiation. »

Mesure phare de cette réglementation, une entité indépendante, la commission d'évaluation et de contrôle de la médiation, disposera de la faculté de retirer de la liste officielle ceux qui ne répondront pas aux critères définis par le texte. Elle pourra être saisie par une association de consommateurs. Si on ne peut pas considérer qu'une totale indépendance soit réalisée, il faut tout de même prendre en compte l'évolution positive de cette réglementation. Pour autant, le CNAFAL continuera à appeler de ses vœux la création d'un *corpus* de médiateurs qui serait financé par les professionnels. Enfin, ces mesures doivent être mises en parallèle avec le décret du 11 mars 2015 relatif au règlement amiable des litiges qui prévoit, sauf exceptions, que les démarches de résolution amiable doivent être indiquées dans l'acte de saisine. Une manière de rappeler que la médiation s'inscrit dans le parcours du justiciable où l'accès au tribunal est incontournable. ■

Hugo Cadet

DISPOSITIF

De l'importance des CTRC en France

DE NOMBREUX CENTRES TECHNIQUES RÉGIONAUX DE LA CONSOMMATION ONT ÉTÉ CRÉÉS DANS LES ANNÉES 1960 SOUS LA FORME D'UNE ASSOCIATION LOI 1901 RECONNUE ET FINANCÉE PAR L'ÉTAT.

Selon l'arrêté ministériel du 12 novembre 2010, *« les centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) apportent aux associations de défense des consommateurs agréées qu'ils regroupent une aide technique visant à faciliter le fonctionnement et le développement de ces associations »*. Pour la quasi-majorité d'entre eux, ce sont les associations départementales de consommateurs, toutes agréées au niveau national, qui adhèrent au CTRC. Chaque association départementale compte ainsi de nombreuses associations locales. À titre d'exemple, ces associations représentent des dizaines de milliers d'adhérents dans chaque région de France.

C'est pourquoi le CTRC peut être considéré comme l'une des instances représentatives du consumérisme local et comme un véritable lieu de ressources pour les associations adhérentes. Plus largement, il est également pour le consommateur, par ses actions et sa représentation, un tiers facilitateur à forte tonalité d'utilité sociale.

L'assistance juridique et technique. Le juriste du CTRC intervient à la demande des associations de consommateurs pour traiter des cas posant des problèmes juridiques complexes. Les associations locales œuvrent pour la résolution des litiges des consommateurs de manière amiable, rapide et pratiquement gratuite, en évitant d'entrer dans un processus judiciaire.

La formation des associations membres. L'une des missions principales du CTRC est la formation des membres bénévoles et/ou salariés des associations de consommateurs qui le composent. Des stages de formation sont ainsi régulièrement organisés afin de leur permettre de mieux orienter les consommateurs dans le cadre de leurs permanences. Les associations membres sont également conviées à des séminaires et rencontres organisés en collaboration avec les partenaires institutionnels et professionnels (INC, ICH, faculté de droit, GDF, Fédération bancaire française…).

L'information des associations membres. Le CTRC informe ses associations membres de l'actualité consumériste et économique, de l'actualité juridique, des publications officielles et des différentes manifestations et rencontres organisées localement. Cette information se fait sous forme de bulletins bimestriels (revue de textes, revue de jurisprudences). Une lettre d'information est diffusée aux associations membres. Elle a pour vocation la régionalisation de l'information juridique et économique ainsi que la mutualisation des informations consuméristes (litiges, jurisprudence locale, actions des associations…). Le CTRC répond enfin aux demandes documentaires de ses membres. Son fonds documentaire propre mais aussi ses relations privilégiées avec différents organismes d'information lui permettent de répondre aux différentes sollicitations.

L'aide à la communication. Le CTRC signe, chaque année, une convention avec l'État et la chaîne France 3 pour la réalisation annuelle par ses associations membres de quinze émissions de télévision abordant des thèmes de consommation. Une plaquette de présentation des associations membres est adressée à chaque particulier qui en fait la demande. En un seul coup d'œil, le consommateur bénéficie ainsi d'une vue d'ensemble du consumérisme local et peut s'adresser à l'association de son choix. Cette plaquette est également mise à la disposition des administrations et des professionnels. Chaque CTRC dispose aussi d'un site Internet. Les consommateurs peuvent y trouver de nombreuses adresses et les permanences des associations de consommateurs.

La représentation au sein des instances régionales. Dans certaines régions, un administrateur des centres techniques régionaux de la consommation siège au sein du Conseil économique, social et environnemental régional (Ceser). ■

Nadai Vallet

ANALYSE

Que faire face à l'économie libérale ?

FACE À DES MULTINATIONNALES SURPUISSANTES, LES CONSOMMATEURS ÉPROUVENT SOUVENT UN SENTIMENT D'IMPUISSANCE. POURTANT, IL EXISTE DES SOLUTIONS POUR FAIRE ENTENDRE SA VOIX.

L'activité en matière de consommation du CNAFAL et de ses associations adhérentes s'est considérablement étendue depuis 1981. Il faut indiquer que le développement du consumérisme en France et l'action des pouvoirs publics en sa faveur nous ont aidés comme la plupart des autres associations. Le CNAFAL a toujours considéré cette action dans ce secteur comme profitable aux familles ; nul ne contestera que les consommateurs sont impuissants face à l'empire du commerce, de la dictature de la grande distribution, des fabricants et des puissances financières. Les associations de consommateurs, elles, sont en bout de chaîne.. Or, tous les opérateurs contournent de plus en plus les États nationaux ; quand, dans certains cas, ils ne dictent pas sous l'effet d'un chantage éhonté à l'emploi (menaces de délocalisations vers des pays plus accommodants) leurs propres règles du jeu. Cela repose la question du rôle d'un État réellement répu-

> « Nul ne contestera que les consommateurs sont impuissants face à l'empire du commerce. »

blicain, tenant les deux bouts de l'équilibre comme la balance symbolisant la Justice. En effet, ces dernières années, l'offensive est importantes contre la plupart de nos organisations (baisse des subventions, contraintes de plus en plus grandes pour des associations composées essentiellement de bénévoles…).

L'efficacité de notre action dépend de plus en plus de notre capacité à dénoncer les abus, les dangers, mais aussi les mécanismes qui conduisent à une détérioration de nos conditions de vie, d'autant que les secteurs de l'alimentaire et de l'environnement sont de plus en plus impactés par la concurrence effrénée des grands groupes et la course aux profits. L'implication de l'opinion publique, son « éducation aux droits » sont et seront de plus en plus déterminantes. C'est pourquoi le rôle de la presse est essentiel, ainsi que celui des lanceurs d'alerte qui méritent un statut protecteur, dès lors que leurs avertissements sont avérés. Si la démarche consumériste contient de nombreux éléments positifs, elle a aussi des limites que le CNAFAL dénonce, ce qui constitue notre originalité :

© Niki Love

L'information est l'une des meilleures armes pour lutter contre l'économie libérale.

• **Le CNAFAL n'a jamais cru à la publicité** du consommateur-roi, tout seul face au vendeur, au fabricant, au marchand. Cette posture est en fait le roi nu que l'on cajole, pour mieux le tondre.

• **Le CNAFAL estime que le consommateur** est à éduquer dès le plus jeune âge pour qu'il sache utiliser au mieux ses ressources, pour ne pas les gaspiller inutilement… pour accéder à ses droits pratiques.

• **Le CNAFAL considère aussi que la recherche** systématique du prix le plus bas n'est pas nécessairement la meilleure action de défense du consommateur, car, en bout de chaîne, il y a de plus en plus de travailleuses et de travailleurs surexploités et de plus en plus massivement, ceux du tiers-monde, qui en paient le prix fort (mortalité, santé, dégâts sur l'environnement, etc.).

• **C'est pourquoi le CNAFAL pose** les problématiques de consommation en abordant aussi les problèmes de revenus et de répartition des richesses. Le temps des riches est hélas revenu avec l'explosion de la rente financière, maladie virale de l'économie.

• **Le CNAFAL considère que l'économie libérale de marché** ne constitue pas la forme idéale et indépassable de la vie sociale, lorsqu'elle laisse, rien qu'en France, sur le bord de la route 10 millions de personnes, dont de plus en plus d'enfants ; lorsque, au niveau mondial, 1 % de la population détient 50 % des richesses, ou plutôt s'est accaparé 50 % des richesses, grâce à une législation laxiste et une fiscalité avantageuse. Le CNAFAL ne croit pas à la « main invisible » du marché ! C'est bien une aristocratie nouvelle, avec la complicité bien souvent d'une certaine classe politique, qui s'est emparée des leviers de commande, au détriment de la démocratie sociale…

Le CNAFAL aspire à une forme d'économie où entrepreneurs, travailleurs et consommateurs décident ensemble de la nature et des modes de distribution de la production. Notre modèle privilégié est celui de l'économie sociale et solidaire, coopératisme inventé à la fin du XIX[e] siècle par des producteurs et consommateurs confrontés à la sauvagerie du capitalisme émergent. Les modes de production ou de services alternatifs représentent l'idéal. De ce point de vue, la loi Hamon à laquelle nous avons apporté toute notre

> « Notre modèle privilégié est celui de l'économie sociale et solidaire. »

contribution et notre adhésion a représenté un progrès, tout comme la possible reprise de leur entreprise en faillite par les travailleurs ! La défense du pouvoir d'achat, du salaire et des prestations sociales est essentielle au progrès et au bien-être de toutes et de tous.

La défense du pouvoir d'achat nous conduit également à préconiser une accentuation de la fiscalité directe, particulièrement sur les revenus financiers, sur les grands patrimoines et les hauts revenus et non l'accentuation de la fiscalité indirecte (taxes multiples, TVA, etc.). Le CNAFAL est aussi attaché aux services publics. Les services publics représentent du social condensé, du social en actes. Le service public assure une fonction pour satisfaire un besoin d'intérêt général sur l'intégralité du territoire de la nation. Le service rendu est le même pour tous les citoyens. A-t-on oublié, ces vingt dernières années, que le service public est l'outil principal de la démocratie sociale et donc un outil de progrès social en mettant à la portée de tous des facilités, des accès, des commodités, qui resteraient inaccessibles à beaucoup ? En ce sens, le service public est un élément important de la cohésion sociale et de l'aménagement du territoire ! Le service public est porteur d'égalité sociale et de solidarité. L'État y joue son rôle de régulateur. N'oublions pas qu'entre le fort et le faible, entre le riche et le pauvre, c'est « la liberté qui opprime et la loi qui libère ». C'est bien pourquoi le CNAFAL est contre la libéralisation rampante des services publics.

Le CNAFAL veut un consommateur éclairé, conscient de ses droits, conscient des enjeux d'une société qui est loin d'avoir rompu avec l'exploitation de l'homme par l'homme. Le CNAFAL souhaite instaurer systématiquement des clauses sociales permettant de vérifier, notamment chez les sous-traitants de grandes entreprises, le respect d'un minimum de

> « Le service public est un élément important de la cohésion sociale et de l'aménagement du territoire. »

règles quant aux conditions de travail, à la rémunération des salariés, et aussi au travail des enfants. Le Bureau international du travail devrait pouvoir être érigé en cour internationale de justice, en charge de vérifier si les normes édictées sont bien respectées. Le CNAFAL est aussi attaché à la mise en place de clauses environnementales, que ce soit sur le territoire français ou lorsqu'il y a externalisation de la production ! Dans cet ordre d'idées, le CNAFAL se bat contre l'obsolescence programmée des appareils. Enfin, il faut avoir un consommateur plus intelligent dans la compréhension du rôle de l'économie et des comportements qu'elle induit, pas seulement à travers la publicité, mais aussi par les nouvelles techniques mises en œuvre, telles que le *« travail du consommateur »* dénoncé par la sociologue Marie-Anne Dujarier, qui met en valeur le transfert gratuit, sous différents prétextes, de certaines tâches à l'acheteur : montage de meubles, valorisation par les jeux concours de la créativité des consommateurs permettant d'améliorer les produits… On le voit, le niveau des enjeux ne cesse de s'élever. La dictature de la grande distribution a induit le zéro stock, mais aussi l'explosion des transports par route, le travail de nuit à horaires décalés, le travail du dimanche. Le salariat, la conception du travail sont de plus en plus impactés par cette évolution. On parle d'ubérisation de notre société, ce qui en dit long sur le processus qui est à l'œuvre. ■

Jean-Marie Bonnemayre

FRAUDES

Les outils du CNAFAL pour défendre le citoyen

DEPUIS PLUS DE VINGT ANS, LE CNAFAL MÈNE DE NOMBREUSES MISSIONS POUR VENIR EN AIDE À CEUX QUI EN ONT BESOIN. AVEC DEUX AXES FORTS : L'INFORMATION ET LA FORMATION.

Contrairement à certaines autres associations de consommateurs, le CNAFAL est une association qui intervient dans de nombreux champs : éducatif, social et économique. Fort de ses multiples agréments, le CNAFAL s'inscrit dans une importante tradition d'accès aux droits héritée des Lumières. Acquis de manière tacite en 1983 puis de manière officielle en 1988, l'agrément DGCCRF donne au CNAFAL encore plus de force pour accomplir ses nombreuses missions. Il peut notamment engager des actions contentieuses devant le tribunal et ce, pour obtenir réparation des préjudices causés à l'intérêt collectif des consommateurs. Si le CNAFAL, depuis quelques années, a multiplié ces actions contentieuses, il a toujours voulu, en tant qu'association d'éducation populaire, privilégier une action préventive et éducative. Dans ce but, l'information et la formation sont deux leviers incontournables à la réalisation de l'objet social du CNAFAL, la défense des intérêts moraux et matériels des familles.

Le CNAFAL dispose de nombreux outils destinés à l'information du réseau. Tout d'abord, *L'Info conso* est une revue trimestrielle du CNAFAL, disponible sur le site, dont l'esprit est de balayer l'ensemble de l'actualité à travers un dossier spécial, une prise de parole d'un département ou

> « 'Familles Laïques', éditée à 4 500 exemplaires, est un puissant vecteur d'informations. »

d'un représentant, un focus sur l'action du CNAFAL mais aussi tout ce qui relève d'une veille documentaire classique. De fréquence hebdomadaire, le *Bulletin d'info* assure également ces missions envers le public grâce à une information neutre et succincte qui amène le lecteur à la source de l'information.
Fleuron du CNAFAL, la revue *Familles Laïques* éditée à 4 500 exemplaires, est un puissant vecteur d'informations et d'opinions pour les familles qui peuvent s'informer grâce à des articles très divers, écrits généralement par les administrateurs, les techniciens du siège. D'une tonalité certes différente car destinés à une cible plus institutionnelle, les communiqués de presse servent aussi à faire circuler des informations et à promouvoir des problématiques qui concernent les consommateurs. La réactivité du CNAFAL face à l'information est décisive, permettant ainsi de dénoncer des mesures défavorables aux consommateurs ou au contraire de saluer celles qui s'inscrivent dans les valeurs de l'association. D'autres outils internes existent comme, par exemple, *une veille presse*, destinée à informer les administrateurs et les représentants du secteur conso qui doivent suivre l'actualité pour évoluer au mieux dans les instances. L'ensemble des supports n'a pas une utilité identique, mais constitue une réelle richesse pour le CNAFAL. Ils participent à la défense des droits de chacun. À travers ces outils, nous apercevons les fonctions du CNAFAL qui s'orientent vers les pouvoirs publics mais aussi vers le grand public..

> « Les techniciens du siège sont toujours là pour aiguiller les responsables locaux. »

La formation, un rouage essentiel du CNAFAL au bénéfice de l'action du réseau local. En effet, le modèle d'une association de consommateurs repose avant tout sur un ancrage local fort, rendu possible par l'action de bénévoles spécialisés dans la défense du consommateur et l'accès aux droits. Cette compétence repose autant sur l'expérience que sur un travail méthodique propre à l'organisation nationale du CNAFAL et du réseau local composé des CDAFAL et des AFL. Celle-ci va souvent de pair avec un engagement de plusieurs années sans lequel il est plus difficile de naviguer dans la matière juridique. C'est pourquoi les techniciens du siège sont toujours là pour aiguiller les responsables locaux dans leur gestion de dossiers. En effet, que faire face à une question juridique ultratechnique comme la prescription ? Prendre le temps de réfléchir, joindre l'un des juristes du CNAFAL, voilà une règle largement appliquée par les départements. En tout état de cause, le CNAFAL joue un rôle de vigie, d'impulsion et contribue à guider les bénévoles de son réseau face aux nombreuses modifications de la législation applicable. Une formation exceptionnelle aura lieu l'année prochaine à La Réunion afin qu'une permanence de défense des consommateurs des AFL puisse profiter aux Réunionnais. La Réunion est un département qui connaît des problématiques spécifiques aux DOM : un fort taux de chômage, générateur de précarité. Pour le CNAFAL, il s'agit d'une formation qui concrétise son attachement à l'égalité ainsi qu'aux nombreuses libertés et droits fondamentaux qui ornent le socle constitutionnel de notre État de droit. Parmi eux, l'article 16 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen se fait l'écho d'une nécessité absolue : « *Toute société dans laquelle la garantie des droits n'est pas assurée, ni la séparation des pouvoirs déterminée, n'a point de Constitution.* »

Les missions du service juridique au quotidien. Dans le cadre de ses permanences au siège et en Île-de-France, le service juridique du CNAFAL remplit ses missions en intervenant directement dans le traitement des litiges sur les territoires où il n'y a pas de CDAFAL. De plus en plus de transactions (17,5 % en plus en 2013) sont effectuées par le biais d'Internet, à distance, situation où il est plus difficile de faire valoir ses droits. Certains professionnels refusent de remplacer le bien en réfutant tout défaut ou en disant qu'il fallait dénoncer le défaut plus rapidement ou bien agir à l'encontre du transporteur. Il sera plus délicat de faire valoir les droits de consommateurs qui ont effectué une commande en Chine avec une société qui n'a aucune filiale ou service clients en France. Il faut alors rappeler au consommateur qu'il doit être attentif au siège social du professionnel avec qui il contracte et se méfier des avis sur Internet, comme indiqué par la DGCCRF. Le secteur assurantiel et mutualiste n'est pas épargné par les litiges. Une consommatrice avait reçu de la part de plusieurs assureurs des courriers lui rappelant qu'elle était nouvellement assurée… Elle avait rempli quelques jours plus tôt un formulaire de renseignements sur une plate-forme comparative d'assurances. Une opératrice

> « Nous constatons que des serruriers ou plombiers peu scrupuleux sévissent toujours. »

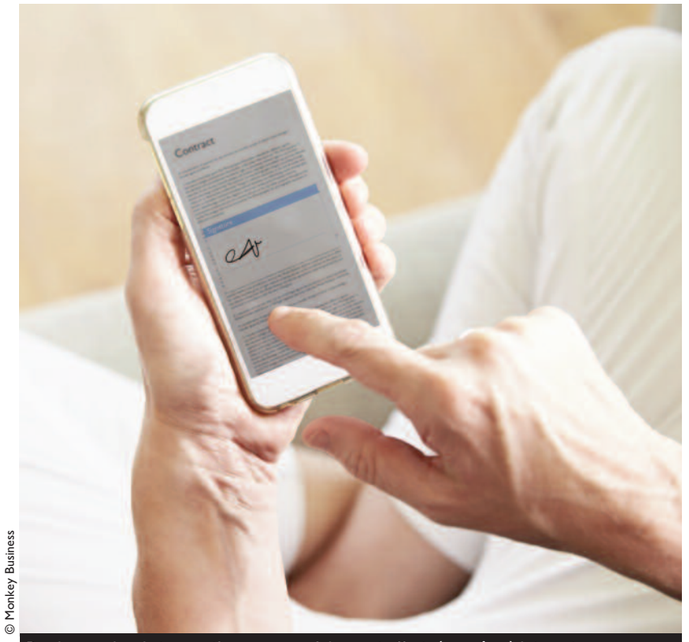
l'avait ensuite recontactée et la consommatrice avait alors communiqué ses données personnelles. Elle se trouvait ainsi sur-assurée, avec trois contrats du même type auprès d'assureurs différents. Le consommateur est également impacté par de nombreuses démarches téléphoniques.

D'autres litiges concernent les professionnels prestataires de service. En effet, au CNAFAL comme dans nos départements, nous constatons que des serruriers ou plombiers peu scrupuleux sévissent toujours face aux consommateurs qui font appel à eux alors qu'ils sont en situation d'urgence. Ces situations d'abus de faiblesse sont fréquentes : prix abusifs face aux prestations réellement fournies…
Le nombre de litiges est toujours important en matière de fourniture d'énergie et d'eau. Parfois cet état des choses est dû à un manque d'information comme dans le cas des rattrapages tarifaires effectués

> « Des litiges sont amplifiés par les difficultés économiques des consommateurs. »

par les fournisseurs d'énergie nés de l'application de décisions du Conseil d'État. Des litiges sont amplifiés par les difficultés économiques des consommateurs. La mise en place de nouveaux compteurs communicants et des chèques énergie, valables pour tous les types d'énergie, peut être une réponse pour faire face à de telles situations. D'autres litiges surviennent encore avec des fournisseurs d'eau, qui, malgré des sanctions judiciaires, agissent en ignorant les dispositions de la loi Brottes et procèdent à des coupures d'eau dans les résidences principales. Un rappel à la loi est alors nécessaire.
À travers la gestion des litiges se révèle l'importance de l'accès au droit, de la communication de l'information mais aussi de la nécessité pour les associations de consommateurs d'être toujours présentes sur l'ensemble du territoire aux côtés des consommateurs. ■

Karine Letang et Hugo Cadet



© Monkey Business

De plus en plus de transactions commerciales sont effectuées grâce à Internet.

INTERVIEW

« Une raréfaction des financements publics »

«FAMILLES LAÏQUES » A INTERVIEWÉ LUDIVINE COLY-DUFOURT, LA PRÉSIDENTE DE CONSOFRANCE DEPUIS UN AN.

© DR

Pouvez-vous rappeler la nature et le rôle de ConsoFrance ?

ConsoFrance est une coordination créée en 1999 qui regroupe sept associations nationales de défense des consommateurs agréées. Ensemble, nous portons les valeurs d'un consumériste social et environnemental. ConsoFrance se réunit chaque mois en conseil d'administration et prend des positions communes sur les thématiques d'actualité. Elle prépare les réunions du Conseil national de la consommation (CNC), rédige des communiqués de presse, rencontre les décideurs politiques et met tout en œuvre pour peser sur les décisions ministérielles qui concernent le mouvement consommateur.

Depuis le début de votre mandat, quels ont été les sujets brûlants ?

Dans le contexte économique actuel de baisse drastique des financements publics aux associations de consommateurs, notre premier objectif est de rappeler et faire reconnaître les missions nombreuses et variées dévolues aux représentants des intérêts des consommateurs et, en particulier, l'utilité sociale de nos associations locales sur le territoire en prise directe avec les consommateurs et leurs litiges quotidiens, accentués par la crise. Ces missions relèvent du service public et l'État ne peut continuer à se désengager comme il le fait depuis cinq ans (baisse de 20 % des subventions depuis 2010). Notre souhait est d'ouvrir un débat sur les sources de financement possible pour aujourd'hui et pour demain pour nos associations, en tenant compte notamment de la règle de l'indépendance prévue dans l'agrément délivré aux associations de consommateurs par le ministère de l'Économie et celui de la Justice. Nous souhaitons également être associés à une réflexion sur la consommation en général dans les territoires, notamment dans la perspective de la mise en œuvre de la réforme territoriale, applicable dès le 1er janvier 2016.

Quel regard portez-vous sur les associations de consommateurs et quelles évolutions proposez-vous afin de renforcer leurs actions ?

Il existe en France quinze associations de consommateurs agréées, c'est beaucoup pour les pouvoirs publics, c'est une grande richesse, selon moi. Chaque consommateur a le choix de se tourner vers l'association la plus proche de ses valeurs. Certaines sont généralistes, d'autres plus sectorielles (logement, transport) et, compte tenu des besoins des consommateurs sur le territoire, il y a du travail pour toutes. Le problème, c'est la raréfaction des financements publics. Il va falloir imaginer d'autres modalités de financement, des rapprochements, des synergies, de la mutualisation afin de continuer à rendre les services attendus par les consommateurs. Ces mutations devront être accompagnées et s'effectuer progressivement.

Lors du dernier CNC, vous avez évoqué l'absence de sollicitation de la part des pouvoirs publics des associations de consommateurs à la COP21…

En effet, il nous semble indispensable que les associations de consommateurs soient reconnues comme représentatives des citoyens et pas seulement comme le porte-parole du client cocontractant. Nos associations de ConsoFrance se sont donné pour mission la défense du consumérisme social et environnemental, elles ont donc leur mot à dire dans tous les domaines sociétaux, la santé, l'environnement, le climat. C'est pourquoi ConsoFrance regrette vivement de ne pas avoir été associé à la COP21. ■

Propos recueillis par Manuel Messey