

**Réponse de l'Association Léo Lagrange Pour la Défense des Consommateurs à la consultation de
l'autorité de la concurrence sur la normalisation**

Le 30 mai 2015

1/ Quels critères devraient être retenus pour l'élaboration d'une définition formelle du principe d'intérêt général ?

Le principe d'intérêt général est corrélé à la notion de service public, à la place des pouvoirs publics comme garant de la prise en compte de l'intérêt du citoyen, du consommateur, de la collectivité.

2/L'utilité, l'intérêt visé et la finalité d'une norme, ainsi que les coûts et gains d'innovation ou d'interopérabilité ou plus généralement l'accroissement du bien-être du consommateur engendrés par l'adoption d'une telle norme ne devraient-ils pas être recherché avant son élaboration puis jusqu'à sa révision.

Dans le cadre de l'élaboration de certaines normes qui intéressent les consommateurs, le processus débute par l'expression d'un besoin de normalisation. Le normalisateur réalise ou fait réaliser une étude de faisabilité. En fonction des conclusions de celle-ci, les parties prenantes décident de la création d'une commission de normalisation. Cette méthodologie devrait être généralisée pour l'élaboration de toutes les nouvelles normes françaises dites B to C.

5/ Les catégories d'intérêts telles qu'actuellement listées dans les règles de la normalisation française peuvent-elles être affinées ?

Oui, il faudrait distinguer, dans la catégorie des utilisateurs, les utilisateurs des normes (des entreprises, des professionnels) des destinataires que sont les consommateurs. De plus, il conviendrait de ne pas confondre les parties intéressées des parties prenantes.

6/ La présence d'un représentant des associations de consommateurs dans les CN pour toutes les normes (hormis celles dites « business to business » ne concernant que les entreprises, les organisations professionnelles, les administrations et parfois les syndicats) paraît essentielle. Peut-elle être rendue obligatoire et dans quelles conditions ?

La participation des associations de consommateurs est très importante dans les travaux de normalisation mais elle ne peut être rendue obligatoire. Les associations de consommateurs sont des parties intéressées à tous les travaux de normalisation qui concernent les consommateurs. Elles ne peuvent être parties prenantes que pour certains champs qu'elles déterminent en fonction de leurs priorités.

Les organisations de consommateurs ont la possibilité de participer à tous les travaux de normalisation. Ce sont des organisations juridiquement autonomes. Leurs instances fixent des priorités d'action dans des secteurs de la consommation qu'elles jugent importants, et en tenant compte de leurs moyens humains et financiers et de leur capacité d'expertise. La question des

moyens financiers et humains se pose d'autant plus dans le contexte actuel de baisse des subventions publiques.

Le Comité Consommation, et son groupe de travail "Priorités des consommateurs" d'AFNOR permettent aux organisations de consommateurs de déterminer leurs priorités de participation aux commissions de normalisation et de répartir l'effort de participation entre elles. Il permet aussi d'encourager la participation de ces représentants parfois bénévoles. En effet, Il n'est pas forcément nécessaire d'être un expert du sujet pour assurer une bonne représentation des consommateurs. Son rôle peut consister parfois à orienter les travaux, et être un relai d'information auprès de consommateurs.

10/ Ne faudrait-il pas exiger que la norme soit homologuée à la suite d'un vote et selon quelles modalités ? (chaque catégorie d'intérêt préalablement identifiée devrait prendre part au vote, à défaut la norme ne pourrait pas être homologuée)

L'absence de vote soulignée dans le rapport est une caractéristique voulue. Une procédure de vote risquerait de nuire à la recherche active du consensus qui est l'un des piliers des méthodes de travail en normalisation.

11/ Considérez-vous que les voies de contestation actuelles à l'encontre d'une norme en vigueur sont suffisantes

Des procédures existent et elles sont appliquées le cas échéant.

15/Le mode de financement actuel privilégie-t-il certains opérateurs ?

En effet ce sont ceux qui participent à l'élaboration de la norme et qui payent qui sont privilégiés. L'état ne doit pas se désengager du financement de la normalisation sous peine de voir l'intérêt général oublié dans les travaux de normalisation. A l'échelle européenne, les travaux de normalisation fonctionnent avec la procédure des mandats. Il serait peut-être intéressant d'utiliser cette procédure dans certains cas en normalisation française.

29. Sur la marque commerciale de certification NF

NF n'est pas une marque commerciale mais une marque collective de certification. La notoriété de la marque NF a été construite par des années de soutien des pouvoirs publics, et du rassemblement autour de la bannière NF de l'attestation de conformité aux normes. C'est une marque qui a de la valeur tant aux yeux des industriels que des consommateurs.

La marque NF atteste la conformité contrôlée des produits et des services aux normes et très souvent à des spécifications additionnelles qui viennent compléter les exigences normatives en matière de qualité, de sécurité, d'impact sur l'environnement et d'information pour l'utilisateur/-consommateur. Il est souhaitable que ces principes demeurent pour la compréhension des consommateurs et le maintien de la qualité des produits et services sur le marché national. Il serait regrettable pour les consommateurs d'abandonner cette marque de certification collective et son logo pour des questions de concurrence d'autant que, dans d'autres pays européens, il existe des marques concurrentes par exemple N en Espagne, la « kitemark » au Royaume Uni, les marques DIN et VDE en Allemagne. La confusion entre la codification des normes françaises (NF XX XXX) et la

marque NF peut être résolue en identifiant les normes françaises autrement, par exemple en les appelant Norme Afnor. Cela est d'autant plus justifiable que la majorité des normes identifiées sous l'appellation NF sont aujourd'hui la transposition de normes européennes ou internationales.

La marque NF est la propriété d'AFNOR qui a donné une licence exclusive d'exploitation à sa filiale Afnor certification. Cette dernière —donne à des organismes certificateurs mandatés le droit d'attribuer la marque NF à l'issue de processus de certification de produits ou services. La compétence et, l'impartialité de ces organismes sont garanties par le COFRAC via l'accréditation... Si ce système en réseau semble anticoncurrentiel et fermé, son ouverture ne pourrait se concevoir que dans les mêmes conditions en conservant le même niveau d'exigences de qualité et, de fiabilité des opérations de certification. C'est ce qui fait la crédibilité de la marque NF pour le consommateur.