

LA NORMALISATION
ET LA REPRESENTATION DES CONSOMMATEURS

Ludivine COLY-DUFOURT- Décembre 2012

Sommaire

Introduction

I/ LA NOTION DE NORMALISATION

A/ Définition et cadre juridique

B/Normalisation et Réglementation

C/Normalisation et marquage CE

D/Normalisation et certification

II/ DU SYSTEME FRANÇAIS DE NORMALISATION

A/ Les acteurs du système français de normalisation

1/ l'AFNOR

2/les bureaux de normalisation

3/ Le délégué interministériel aux normes

4/ les professionnels

5/les représentants de la société civile

B/L'organisation du système français de normalisation (SFN) et le place réservée aux associations de consommateurs dans les textes

1/ les instances de gouvernance

- a) *l'assemblée Générale*
- b) *le conseil d'administration*
- c) *le comité de coordination et de pilotage de la normalisation*
- d) *le comité d'audit et d'évaluation*
- e) *les comités stratégiques*

2/ les instances techniques

- a) *la procédure préalable à la création de la commission de normalisation*
- b) *la procédure d'élaboration de la norme*
- c) *la procédure de publication de la norme*
- d) *la procédure de suivi de l'application*

C/ la place des représentants des consommateurs dans le système français de normalisation en pratique

1/le rôle de l'expert « consommateur » au sein de la commission de normalisation

2/quelques pistes de progrès pour une meilleure représentation des consommateurs à l'échelon national

- a) *des financements*
- b) *la formation*
- c) *vers une mutualisation des ressources techniques*

D/Les consommateurs dans le système européen et international de normalisation

1/ A l'échelle communautaire

- a) *la place du consommateur dans la délégation nationale*
- b) *en tant qu'expert mandaté par l'ANEC*

2/ la représentation des consommateurs à l'échelle internationale

- a) *le représentant des consommateurs dans la délégation nationale à l'ISO*
- b) *le comité pour la politique en matière de consommation de l'ISO : le COPOLCO*
- c) *Consumers International*
- d) *Des pistes de progrès*

Conclusion

SYNTHESE : LES RECOMMANDATIONS DE L'ALLDC POUR UNE PLUS FORTE MOBILISATION DES CONSOMMATEURS EN NORMALISATION

ANNEXE 1 ORGANISATION COMPAREE DE LA REPRESENTATION DES CONSOMMATEURS DANS LES SYSTEME DE NORMALISATION

A/ Un exemple régional : l'Allemagne

B/ Les Etats-Unis

ANNEXE 2 : EN SAVOIR PLUS SUR L'ASSOCIATION LEO LAGRANGE POUR LA DEFENSE DES CONSOMMATEURS

Introduction :

La charte de la Fédération Léo Lagrange (1990) analyse l'état du monde et les pistes concrètes d'actions. Elle affirme le souci d'améliorer les conditions de vie des citoyens en maîtrisant l'environnement, le cadre de vie et celui de construire des règles, de s'engager aux côtés de tous les partenaires économiques, sociaux, politiques ayant choisi l'homme plutôt que le profit.

C'est dans cet esprit, que l'Association Léo Lagrange Pour la Défense des Consommateurs va au cours de la décennie 1990, construire son projet pédagogique, s'approprier cette vision de la société et préciser le rôle qu'elle entend jouer en tant que partie prenante membre de la société civile.

Notre conviction dès cette époque est que l'amélioration durable des produits et services passe par une renégociation des filières de production et de distribution. Une réflexion commune entre professionnels, pouvoirs publics, consommateurs et environnementalistes est nécessaire avant de mettre en œuvre des positions réalistes et effectives.

Au-delà de problèmes individuels de consommateurs c'est pour l'ensemble de la collectivité que l'Association Léo Lagrange Pour la Défense des consommateurs, association nationale de consommateurs agréée, s'implique dans des travaux pour le respect des droits, pour la promotion de la qualité de service, pour l'élaboration de règles techniques, normes volontaires ou réglementations, ou encore pour la moralisation des relations commerciales.

C'est pour toutes ces raisons que l'Association Léo Lagrange Pour la Défense des Consommateurs (ALLDC) s'engage et contribue depuis plus de vingt ans aux travaux de normalisation au bénéfice des consommateurs qu'elle représente.

Forte d'une expérience riche et variée de la normalisation, nous disposons d'une bonne connaissance d'un système pourtant complexe, et la conviction profonde de l'intérêt pour les représentants de la société civile d'être de véritables parties prenantes et de peser dans ces travaux où sont abordées des questions aussi importantes que la sécurité, la qualité, le respect de l'environnement, les conditions sociales de production, les risques technologiques des produits et services mis sur le marché à destination du consommateur.

Il nous apparaît aussi essentiel que les représentants des consommateurs soient présents tant s'agissant des aspects techniques de rédaction des normes que sur des aspects plus politiques d'orientation et de gouvernance du système de normalisation.

Mais alors, quel est le véritable rôle d'un représentant des consommateurs en normalisation ? A quoi sert cette implication et que peut en attendre l'utilisateur final destinataire des produits et services ?

L'objectif de cette étude est d'apporter des réponses à ces questions, et plus largement de décrire le processus de normalisation tel qu'il existe aujourd'hui, d'utiliser l'expérience de l'ALLDC pour émettre des recommandations en vue d'améliorer l'impact de la société civile en normalisation, de proposer des pistes d'amélioration des dispositifs de représentation des consommateurs existants, et d'identifier des thèmes prioritaires pour les consommateurs dans les années à venir.

I / LA NOTION DE NORMALISATION

En langage juridique on est souvent amenés à parler des normes comme synonyme de règles de droit générales et impersonnelles. La norme volontaire doit cependant être distinguée de la réglementation, mais aussi de la certification.

A/ Définition et cadre juridique

La norme est « une spécification technique ou un autre document, accessible au public, établi avec la coopération, et le consensus, ou l'approbation générale, de toutes les parties intéressées, fondée sur les résultats conjugués de la science, de la technologie, et de l'expérience, visant à l'avantage optimal de la communauté dans son ensemble, et approuvé par un organisme qualifié, ou reconnu au niveau national, régional ou international ». Ce document est destiné à une application répétitive et continue. Son application n'est en principe pas obligatoire.

Ainsi la norme fixe les conditions dans lesquelles une opération sera réalisée, un objet exécuté, un produit élaboré, un service rendu. La norme peut aussi s'entendre comme un document de référence sur un sujet donné, dont il reflète l'état de l'art, de la technique, et du savoir-faire. Elle fixe des caractéristiques d'un produit, un service, une organisation, des méthodes de fabrication, d'analyses d'essais ou de contrôle qui peuvent s'appliquer à un produit, une activité, ou à un résultat à atteindre.

En France l'activité de normalisation est aujourd'hui définie et régie par le décret N°2009-697 du 16 juin 2009 en vertu duquel «La normalisation est une activité d'intérêt général qui a pour objet de fournir des documents de référence élaborés de manière consensuelle par toutes les parties intéressées, portant sur des règles, des caractéristiques, des recommandations, ou des exemples de bonnes pratiques, relatives à des produits, à des services, à des méthodes, à des processus ou à des organisations. Elle vise à encourager le

développement économique et l'innovation tout en prenant en compte des objectifs de développement durable».

L'entreprise qui souhaite se conformer à une norme doit d'abord l'acheter. Seules les normes rendues d'application obligatoire par les pouvoirs publics sont accessibles gratuitement sur le site Internet d'AFNOR.

AFNOR est en association de droit privé avec des prérogatives de puissance publique. La vente de normes est quant à elle une activité commerciale.

En Europe, l'activité de normalisation se déroule sous l'égide du Comité Européen de Normalisation (CEN). Conformément aux règles du CEN,* les normes européennes approuvées sont systématiquement reprises par les organismes membres dans leur collection nationale. Ainsi AFNOR, dans la collection de normes françaises reprend les normes européennes sous la référence NF EN. Il en va de même pour les autres organismes européens membres du CEN tels que le **DIN*** allemand qui les reprend dans sa collection nationale sous la référence DIN EN ou la **BSI*** britannique sous la référence BS EN. Aujourd'hui, plus de 80 % des normes sont d'origine européenne.

Au niveau International c'est l'organisation internationale de normalisation ISO* qui est l'instance officielle de normalisation. Contrairement à ce qui se passe au niveau européen, les normes françaises peuvent coexister avec les normes internationales. Les normes internationales ISO ne sont pas systématiquement reprises dans la collection de normes nationales des membres de l'ISO.

La normalisation joue un rôle essentiel dans les échanges commerciaux, et doit favoriser la protection et le confort des consommateurs par une amélioration continue des produits et services mis sur le marché. Elle est considérée comme un moyen de valoriser un produit, un service, une organisation. En effet, un professionnel peut se prévaloir dans sa communication aux consommateurs de la conformité de son produit à la norme. De plus, sans réellement connaître ce que couvre la normalisation, la référence à une norme NF, NF EN ou ISO sur un produit est de nature à rassurer le client. Un travail de vulgarisation s'avère nécessaire pour clarifier ces concepts et d'autres, auprès du grand public.

Il existe plusieurs typologies de normes : Les normes de management (qualité ou environnement) plutôt orientées Business to Business de type ISO 9000 ou ISO 14 000, les normes produits par exemple NF Jouets, les normes de services (transport, services à domicile..) et plus récemment les normes de comportement (ISO 26 000 relative à la Responsabilité Sociétale)..

La normalisation est régie par des principes de transparence, d'ouverture en ce sens que les travaux d'élaboration des normes sont ouverts à tous, sans discrimination, pour que les intérêts de toutes les parties prenantes soient exposés et prises en compte. Le principe d'impartialité se retrouve dans le processus d'élaboration des normes qui est conçu pour

éviter de ne retenir ou favoriser des intérêts particuliers. **Le consensus est la règle.** Selon la définition du *Guide ISO/ CEI 2 : 2004, normalisation et activités connexes-vocabulaire général* ; un consensus est « un accord général caractérisé par l'absence d'opposition ferme à l'encontre de l'essentiel du sujet émanant d'une partie importante des intérêts en jeu et par un processus de recherche, de prise en considération des vues de toutes les parties concernées et de rapprochement des positions divergentes éventuelles. » **Le consensus n'implique pas nécessairement l'unanimité.**

Les « directives ISO/CEI » confirment également que l'édification du consensus constitue la base du processus de normalisation de l'ISO. Le Consensus est un principe essentiel de la procédure qui requiert la résolution des objections de fond lors de réunions physiques ou par correspondance. C'est une condition nécessaire pour la préparation des normes internationales et pour qu'elles soient acceptées et largement utilisées et respectées.

Le consensus nécessite la participation de toutes les parties prenantes. On entend par parties prenantes un individu ou un groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation. La normalisation suppose donc la définition de différentes catégories d'intérêt et le processus normatif implique le dialogue avec toutes les parties prenantes identifiées. La norme internationale ISO 26 000, s'est beaucoup préoccupée de ces questions de « stakeholders » et préfère le concept de parties prenantes à celui de parties intéressées. Les consommateurs ne sont pas seulement intéressés par la normalisation, ils sont concernés. Les parties prenantes jouent donc un rôle essentiel. L'organisme de normalisation doit les identifier et mettre en place un dialogue. Il s'agira ensuite pour l'entreprise d'apporter une réponse à leurs attentes.

La normalisation repose aussi sur le principe d'efficacité, de pertinence et de cohérence. Les normes sont examinées et mises à jour à intervalles réguliers afin de s'assurer qu'elles prennent en compte les évolutions de l'état de l'art, de la société, des avancées techniques et technologiques.

A l'origine, la normalisation était limitée aux produits industriels. Son but était de simplifier et d'unifier la fabrication et d'en déterminer les caractéristiques afin de permettre une standardisation et une adaptabilité des matériels. La normalisation a élargi son champ d'action et vise aujourd'hui des objectifs nouveaux d'intérêt général fixés par les pouvoirs publics, les entreprises, les associations de consommateurs, les syndicats, les collectivités locales notamment. La normalisation couvre aujourd'hui de nouveaux enjeux et attire d'autres types de parties prenantes. Parmi ces enjeux, le progrès technique et social, la compétitivité de l'industrie, la protection de la santé, et de la sécurité des personnes, la défense des consommateurs et la loyauté des transactions commerciales. La normalisation s'intéresse désormais aux biens de consommation, aux nouvelles technologies, aux services, aux organisations et aux comportements des opérateurs économiques.

En France, ce constat a été pris en compte pour la rédaction du décret du 16 juin 2009 qui définit la normalisation comme : « une activité d'intérêt général qui a pour objet de fournir des documents de référence élaborés de manière consensuelle par toutes les parties intéressées.... »

Les professionnels, financeurs du processus sont à ce titre la première partie prenante du système qui, rappelons-le, est privé. Ils acceptent de se conformer aux exigences de la norme qui constitue une référence, un gage de sérieux et peut être utilisée comme un argument de promotion commerciale auprès des clients et un moyen efficace de se démarquer des concurrents qui n'y font pas référence.

Les pouvoirs publics en tant que « gendarmes du marché » s'intéressent également à la normalisation des produits et services à l'échelle nationale.

Les représentants des consommateurs ont toute leur place au sein des systèmes de normalisation national, européen et international. En effet, les normes font partie intégrante de la protection des consommateurs en ce qu'elles sous-tendent le plus souvent la législation nationale. Elles aident à appuyer les droits fondamentaux des consommateurs. Ces éléments fondamentaux de la protection des consommateurs sont énoncés dans les principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur qui trouvent leur origine dans la déclaration de l'ancien président des Etats Unis John F Kennedy, du 15 mars 1962 devant le congrès américain, définissant les droits fondamentaux du consommateur comme le droit à des produits sûrs et sains, le droit d'être informé, le droit de choisir, le droit d'être représenté. Le mouvement de consommateurs qui s'exprime à travers Consumers International a ajouté les quatre droits supplémentaires suivants : le droit à la satisfaction des besoins de base, le droit à la réparation, le droit à l'éducation, le droit à un environnement sain.

Ainsi, nous considérons que les normes internationales, européennes ou nationales appuient ces droits fondamentaux du consommateur en aidant à relever les niveaux de qualité, de sécurité, de fiabilité.

Les associations de consommateurs représentent les utilisateurs, les acheteurs des produits, et des services mis sur le marché. L'implication de leurs représentants dans le système de normalisation est donc indispensable pour la prise en compte des besoins des clients, en matière de qualité, de sécurité, de fiabilité, de confort et de facilité d'emploi et d'information.

Plus les consommateurs s'impliquent activement dans l'élaboration des normes, plus les produits et services seront à même de répondre à leurs besoins. Il en résulte une situation gagnant-gagnant entre le consommateur et le producteur ou le prestataire de service.

Les consommateurs sont véritablement concernés par tous les travaux de normalisation, mêmes ceux à caractère très techniques. Ainsi, par exemple, s'agissant des câbles

nécessaires pour recharger les batteries des téléphones portables, ordinateurs portables, tablettes numériques... Les représentants des consommateurs réclament depuis de nombreuses années une norme permettant la standardisation de ces chargeurs de batteries. En effet, cette normalisation technique aurait un impact très important dans la vie du consommateur : l'interopérabilité. Il pourrait enfin brancher son PC portable, sa tablette, son mobile, son appareil photo grâce au même câble d'alimentation, quel gain de place et quel impact sur l'environnement !

Les normes sur les produits, les services, les méthodes, les processus commercialisées, distribuées et utilisées hors du public n'intéressent pas en principe les consommateurs, ces normes dites « Business to Business » ne concernent que les entreprises, les organisations professionnelles, les administrations et parfois les syndicats. Toutes les autres normes concernent plus directement les consommateurs, et tous les organismes de normalisation devraient inviter les consommateurs à participer à leurs travaux. Beaucoup de progrès sont encore à faire dans ce domaine. *Certains bureaux de normalisation sectoriels (instances techniques de préparation des projets de normes voir leur description dans le système de normalisation ci-après n'impliquent pas systématiquement les représentants des consommateurs à leurs commissions de normalisation.)*

On note cependant une certaine ouverture récente. En France, on peut citer l'exemple de l'UNM « l'Union de Normalisation de la Mécanique » venue à la rencontre des organisations de consommateurs à l'AFNOR. Dans sa présentation, la représentante du Bureau de Normalisation avait insisté sur le lien direct entre l'activité du Bureau et les intérêts des consommateurs. Il s'agissait notamment de secteurs comme les arts de la table et cuisine, maison, bricolage, jardins espaces verts... L'exemple des pompes à chaleur avait ainsi permis d'illustrer l'impact des normes de l'UNM pour les particuliers. Parmi les sujets intéressants les consommateurs dans de tels secteurs on peut noter aussi les aspects environnementaux et les conditions sociales de fabrication. Un résultat de cette première rencontre entre le Bureau de Normalisation et les consommateurs a été de convenir de mettre en place un système d'alerte et de veille régulière au profit des représentants des consommateurs.*

Plus largement toutes les composantes de la société civile doivent être présentes dans le tour de table. C'est le cas pour les collectivités locales, les syndicats de salariés et plus récemment pour les associations de type environnementaliste. Si l'intérêt à agir en normalisation des représentants de la société civile est aujourd'hui reconnu, les moyens nécessaires pour assurer une représentation effective sont de plus en plus difficiles à trouver.

La normalisation cohabite avec d'autres règles et notamment avec la réglementation.

B/ Normalisation et Règlementation

Normalisation et réglementation sont souvent confondues alors qu'elles sont complémentaires. La normalisation est une démarche privée qui se veut volontaire, la

réglementation est une démarche publique qui fixe des règles d'application obligatoire. Dans certains cas, la normalisation vient compléter la réglementation. Dans environ 10 % des cas, la norme est rendue d'application obligatoire essentiellement pour des raisons de sécurité des biens et des personnes. En voici deux illustrations :

Afin de mieux assurer la protection des travailleurs contre les risques liés à l'inhalation de poussières d'amiante, l'arrêté du 25 avril 2005, rend le référentiel technique NF X46-010 obligatoire. L'article 1 de cet arrêté précise : « Pour réaliser des travaux de confinement ou de retrait d'amiante friable, (...) les entreprises doivent pouvoir faire la preuve de leurs capacités dans ce domaine en fournissant un certificat attribué (...) par un organisme certificateur de qualification, sur la base de la norme NF X46-010 qui fixe le référentiel technique.

Un autre exemple s'agissant des photographies d'identités : *L'arrêté du 10 avril 2007 relatif à l'apposition de photographies d'identité sur les documents d'identité et de voyage, le permis de conduire et les titres de séjour retient trois normes pour l'application des spécifications techniques. L'annexe 1 de cet arrêté dispose « ont été retenues pour l'application des spécifications techniques les normes suivantes : « les normes ISO 10602 de 1994, ISO 10977 de 1993 et ISO/CEI19794-5 de 2005. *Guide relatif à la bonne utilisation des normes dans la réglementation, Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, juin 2009*

L'application obligatoire d'une norme est caractérisée par la référence à celle-ci dans un texte réglementaire comme moyen unique de satisfaire aux exigences du texte.

L'article 17 du décret n° 2009-697 du 16 juin 2009 relatif à la normalisation dispose que les normes sont rendues d'application obligatoire par arrêté signé du ministre chargé de l'industrie et du (ou des) ministre(s) intéressé(s). Une liste des normes rendues d'application obligatoire par voie réglementaire est désormais accessible sur le site Internet d'AFNOR.

La norme peut être nationale, mais le plus souvent elle est européenne ou mondiale. A l'échelle européenne la normalisation a été utilisée dès la création de la communauté économique européenne en 1957 comme un outil de fluidité du marché et de lutte contre les entraves à la libre circulation des marchandises dans l'Espace Economique Européen.

En effet, en 1957, un lien étroit a été établi entre normalisation, liberté de circulation des marchandises et marché commun. Dès cette époque, il est considéré que, dès lors que deux normes nationales applicables dans deux états membres sur un même objet sont divergentes, cette situation constitue un frein aux échanges intracommunautaires.

Pour prévenir ces obstacles, il est alors devenu indispensable d'opérer un rapprochement entre les normes nationales des différents pays européens par le biais de l'harmonisation et du principe de reconnaissance mutuelle et de promouvoir la création de normes européennes. Le CEN* et le CENELEC* vont ainsi prendre toute leur place dans le système européen de normalisation.

La commission européenne a ensuite œuvré pour la coordination des politiques nationales de normalisation. La normalisation européenne va donc être définie par son statut comme une contribution collective à l'élimination des obstacles techniques au commerce intracommunautaire. Les normes européennes reposent sur le principe du consensus, elles sont adoptées à l'issue d'un vote pondéré à la majorité qualifiée. Elles sont ensuite reprises par les organismes européens membres du CEN et du CENELEC dans leur collection de normes nationales en supprimant toute autre norme contradictoire.

Consciente de l'ampleur de la tâche en matière d'harmonisation de la législation européenne et de la difficulté d'élaborer dans un temps raisonnable des textes réglementaires, en 1985, la commission européenne met en œuvre le concept de la nouvelle approche. Il s'agit d'une nouvelle méthode d'élaboration des directives européennes qui permet d'harmoniser les législations des états membres tout en laissant le choix aux entreprises des moyens techniques pour les appliquer dans la fabrication de leurs produits.

Ainsi, les directives dites nouvelle approche fixent de manière réglementaire et obligatoire des exigences essentielles de sécurité, de santé, de protection des consommateurs pour des produits fabriqués dans l'Union Européenne et dans les autres états de l'espace économique européen. Ces directives nouvelle approche renvoient aux normes européennes harmonisées pour les spécifications techniques du produit lors de sa mise sur le marché.

L'application de ces normes reste à la discrétion du fabricant qui peut décider d'appliquer d'autres spécifications techniques pour satisfaire aux exigences essentielles. Mais l'application de ces normes vaut présomption de conformité aux exigences essentielles. Il existe aujourd'hui 30 directives de type nouvelle approche et certaines en plus de la référence aux normes européennes imposent un marquage des produits, le marquage CE. Au niveau européen, la normalisation sert de support technique au marquage CE.

C/ Normalisation et marquage CE

Le marquage CE qui n'est pas un signe de qualité mais, un marquage obligatoire pour certains produits commercialisés dans l'Espace Economique Européen, garantit un niveau minimum de sécurité tout en facilitant la libre circulation des marchandises au sein du marché unique. C'est le cas des jouets par exemple. Ce marquage est imposé au responsable de la mise sur le marché du produit. Il déclare son produit conforme en apposant les lettres CE et en constituant un dossier technique avec les preuves de conformité, et celui-ci peut circuler au sein du marché européen. Aussi, dès lors que le marquage figure sur le produit, celui-ci est sensé respecter la réglementation européenne.

Toutefois, le marquage CE n'est pas le garant de la qualité du produit. Les directives européennes précisent les conditions dans lesquelles le marquage CE doit être apposé sur les produits et les documents qui les accompagnent. Pour certains produits une simple déclaration de conformité préalable à la mise sur le marché suffit. Pour d'autres, des contrôles par un organisme tiers (organisme technique compétent habilité et notifié) sont

exigés. Des efforts de vulgarisation doivent encore être faits pour expliquer au consommateur la réelle signification de ce marquage, encore trop souvent associé à un signe de qualité.

En plus du marquage CE, La normalisation cohabite aussi très souvent avec des marques de qualité délivrées par des organismes certificateurs

D/ Normalisation et certification

Parfois l'application des normes est complétée par une démarche de certification. Il convient de distinguer ces deux notions parfois complémentaires mais qui peuvent exister l'une sans l'autre.

La certification est une démarche également volontaire. Elle permet à un professionnel de faire attester par une tierce partie compétente, indépendante et impartiale, un organisme certificateur, la conformité de son produit ou de son service à des exigences définies par écrit dans un cahier des charges appelé référentiel. En France, la certification tire sa crédibilité de l'intervention d'un tiers accrédité selon les normes européennes et internationales. Seuls les organismes certificateurs accrédités par le Comité Français d'Accréditation (**COFRAC***) ou un autre organisme d'accréditation européen équivalent peuvent délivrer des certifications de produits et services. Il s'agit d'une démarche officielle définie dans le code de la consommation. Il existe plusieurs types de certification selon l'objet certifié :

La certification de produits, exemple NF ameublement... ; La certification de management et d'organisation d'entreprise, (par exemple ISO 9001, ISO 14001 ; la certification de processus ; la certification de personnel ; la certification de services.

La certification de produits et de services est régie par la réglementation française. Il n'existe pas de réglementation européenne.

L'ALLDC s'intéresse particulièrement depuis son origine à la certification de services car ce secteur représente 80% du Produit Intérieur Brut. La certification de services permet d'améliorer la qualité des services, et l'information préalable fournit au consommateur. La certification reste pour le professionnel une démarche volontaire qui lui permet de communiquer auprès de ses clients sur sa démarche qualité. C'est aussi un outil de management d'entreprise et de motivation du personnel.

La certification est un marché très concurrentiel. Pour une même activité, il peut coexister plusieurs référentiels concurrents. La concurrence existe entre les organismes certificateurs d'un même pays et entre organismes certificateurs situés dans des pays différents.

La démarche de certification comporte plusieurs étapes, de l'élaboration du référentiel à l'attribution de la certification et à son suivi:

- Elaboration des règles de certification, qui vont au-delà des seules exigences réglementaires. Elles sont rassemblées dans un projet de référentiel,
- Validation du référentiel par une consultation des parties intéressées : associations de consommateurs, fédérations professionnelles, pouvoirs publics,
- Parution d'un avis au journal officiel,
- Application du référentiel par le professionnel,
- Evaluation et contrôle par l'organisme certificateur,
- Attribution du certificat à l'entreprise,
- Communication de l'entreprise auprès du grand public selon des modalités précisées dans le référentiel,

Si, pour tous les organismes de certification les règles à respecter sont les mêmes, des référentiels de niveaux de qualités différents coexistent, ce qui rend le paysage de plus en plus complexe pour l'utilisateur final.

Pour être crédibles, la normalisation comme la certification appellent la contribution des consommateurs. Il est donc important que des représentants des consommateurs s'impliquent dans le système français de normalisation. Mais avant toute chose, il convient d'en expliquer le fonctionnement et les méandres.

II/ DU SYSTEME FRANÇAIS DE NORMALISATION

Le système français de normalisation s'organise autour de plusieurs acteurs institutionnels, professionnels, représentants de la société civile et pouvoirs publics. Le système français de normalisation est à la fois technique et pyramidal, ce qui rend la normalisation difficile d'accès aux premiers abords.

A/ Les acteurs du système français de normalisation

L'un des rôles essentiels que s'est donnée notre association en la matière est de montrer les enjeux pour les citoyens consommateurs d'aujourd'hui et de demain à nos partenaires, à nos associations locales présentes sur le territoire et pour lesquelles une association de consommateurs doit être présente surtout pour aider au règlement des litiges. Pour l'ALLDC sa mission d'information juridique, de règlement amiable des litiges est essentielle, mais nous pensons qu'il nous appartient aussi d'agir en amont au nom de la collectivité des consommateurs. L'une de nos missions est d'expliquer, de vulgariser la normalisation

d'abord auprès des consommateurs nos mandants, mais aussi plus largement en direction de nos partenaires associatifs au sens large, et autres composantes de la société civile.

Notre conviction est que plus le tour de table est complet, plus les chances sont grandes de prendre en compte les attentes, les besoins du plus grand nombre, dans la conception, la fabrication, la commercialisation des produits et services, favorisant ainsi une plus grande protection en amont via la prévention, évitant autant que possible les réclamations, et contribuant à la fiabilisation des relations commerciales entre les professionnels et les consommateurs. Pour nous, la normalisation comme outil de protection des consommateurs en complément de la réglementation prend ici tout son sens.

Pour atteindre l'objectif de vulgarisation, il faut permettre à chacun de comprendre l'organisation du système de normalisation à la fois à l'échelle franco-française, et à l'échelle communautaire ou mondiale.

Nous distinguerons donc les différents grands acteurs, pour ensuite décrire le fonctionnement du système qui comprend des instances dites de gouvernance, à vocation plutôt politique, des instances sectorielles et de mise en œuvre, à vocation technique. Nous dresserons ensuite un état des lieux de notre vision de la représentation des consommateurs telle qu'elle existe aujourd'hui avant d'émettre nos recommandations pour un travail plus coordonné, visible et efficace pour servir la cause des consommateurs.

C'est la loi du 24 mai 1941 qui donne une base légale à la normalisation française. Ce texte est complété par un décret du 16 juin 2009 venu abroger celui du 26 janvier 1984. AFNOR et les Bureaux de Normalisation sont les principaux acteurs du système français.

1/ AFNOR

AFNOR, **A**ssociation **F**rançaise de **N**ORMALISATION, est une association reconnue d'utilité publique créée le 22 juin 1926 chargée d'une mission d'intérêt général pour orienter, animer, coordonner l'ensemble des travaux du système français de normalisation. Cette mission comprend également la publication et la vente des normes.

Ainsi, «AFNOR a pour vocation de rassembler l'ensemble des acteurs économiques et sociaux de droit privé ou public intéressés par la promotion, le développement et la diffusion de la normalisation en tant qu'outil favorisant le soutien au développement économique au progrès social à l'amélioration de la qualité ainsi qu'à l'innovation dans le respect des objectifs de développement durable ou venant en appui de politiques publiques. » (Article 1 des statuts d'AFNOR).

L'association se compose de membres titulaires, de membres associés et de membres d'honneur. Les personnes morales peuvent être membre titulaire ou associé. Ces membres doivent être agréés par le Conseil d'Administration. Les membres acquittent une cotisation annuelle. Les montants des cotisations sont différents pour les membres titulaires et les membres associés et sont fonctions de leur poids économique.

L'accès aux travaux de normalisation est gratuit pour les associations de consommateurs ou de défense de l'environnement agréées au plan national, les syndicats représentatifs de salariés, les PME indépendantes, les établissements publics d'enseignement, et les établissements public à caractère scientifique et technologique.

Les activités de normalisation sont financées par des subventions, les adhésions, la vente des normes. Les travaux de normalisation sont financés par les parties prenantes qui y participent.

AFNOR est l'opérateur central du système français de normalisation. Elle est le représentant français à l'ISO et au CEN.

2/ Les bureaux de normalisation

Les besoins en normes exprimés par une entreprise ou un groupement professionnel sont pris en compte par un organisme sectoriel appelé bureau de normalisation. Le bureau de normalisation est chargé pour un secteur d'activité d'animer les travaux de normalisation par le biais d'une convention de délégation, conclue entre chaque bureau de normalisation et AFNOR. Il existe 25 bureaux de normalisation qui travaillent également de concert avec AFNOR afin d'organiser ou de participer à l'élaboration de normes françaises, européennes ou internationales. Les bureaux de normalisation sectoriels sont agréés par le ministère de l'industrie. Les secteurs couverts par les bureaux de normalisation sont par exemple, l'automobile, l'acier, l'aéronautique, bois et ameublement, ferroviaire, gaz... AFNOR est également considérée comme un bureau de normalisation pour des activités non rattachées à un secteur particulier.

L'activité de normalisation est une activité d'intérêt général, les pouvoirs publics sont donc naturellement très présents dans le système. L'Etat occupe une place importante dans le système français de normalisation, il est représenté par le délégué interministériel aux normes.

3/ Le délégué interministériel aux normes

Il a pour mission de définir la politique des pouvoirs publics en matière de normes et de s'assurer de la cohérence des actions des différents intervenants dans ce domaine. Il est nommé par décret en conseil des ministres. Le délégué interministériel aux normes exerce les fonctions de commissaire du gouvernement auprès d'AFNOR. Parmi les autres parties intéressées, les professionnels de tous secteurs d'activités, des grands groupes, ou des PME constituent la pierre angulaire du système de normalisation.

4/ Les professionnels

En effet, il n'y a pas de normalisation sans professionnels volontaires et désireux de s'engager dans la démarche. Pour les professionnels, la norme est un moyen de réduire ses coûts de production, de diminuer les frais d'investissement pour la recherche des produits, de mettre en œuvre une politique de qualité. Elle participe parfois de la politique commerciale de l'entreprise en fournissant aux vendeurs des arguments comme la

conformité du produit à un document de référence et donc un gage de fiabilité, et de durabilité des produits. Ces éléments sont bien sûr pris en compte par le client lors de l'achat.

5/ Les représentants de la société civile

Une place est faite à « la société civile » dans les travaux de normalisation. Mais qu'entend-on par société civile, que prévoient les textes et comment ces mesures sont-elles mises en place dans les faits ?

Le terme de société civile est employé pour parler globalement de personnes et groupes de personnes organisés collectivement, indépendamment de l'Etat. Sous cette appellation, on regroupe des mouvements, organisations, associations qui agissent en dehors de l'Etat et des pouvoirs constitués, pour faire prendre en compte leurs valeurs ou leurs intérêts par les décideurs politiques et économiques. Les ONG*, les syndicats, les associations d'usagers, les groupements paysans, les entreprises, font en théorie partie de la société civile.

Les clients, les consommateurs en tant que parties prenantes de la normalisation sont des représentants de la société civile via les associations de consommateurs agréées, les associations environnementalistes, les associations de malades ou de personnes souffrant de handicap, et même les collectivités territoriales.

Le système de normalisation fait depuis longtemps une place aux associations de consommateurs agréées, mais aussi aux associations de type environnementaliste. Aussi, sur des sujets spécifiques, des associations thématiques peuvent être associées ponctuellement aux travaux, c'est le cas par exemple des associations représentant les personnes porteuses de handicap.

Ainsi, la notion de société civile est assez floue, car elle regroupe sous une seule appellation des organisations dont les caractéristiques sont très variées et les intérêts parfois contradictoires. De plus, l'idée d'indépendance vis-à-vis de l'Etat, qui constitue son fondement, est très relative, ne serait-ce que si l'on prend en compte les subventions publiques dont bénéficient beaucoup de ces organismes.

Avec la mondialisation et les débats autour de la gouvernance mondiale, la notion de société civile internationale est apparue à son tour. Malgré ce flou conceptuel, la notion de société civile est très utilisée dans le champ de la solidarité internationale et du développement durable lorsque l'on veut décrire des phénomènes de contre-pouvoir, par exemple :

Lorsque les groupes de citoyens (les salariés, les habitants, les usagers...) peuvent donner un avis sur des décisions qui les concernent de près.

Dans le cas d'une expertise complémentaire recherchée auprès d'acteurs non gouvernementaux ou à but non lucratif (exemple : statuts consultatifs des ONG auprès du conseil économique et social de l'ONU).

Dans le cas d'une mobilisation large d'acteurs différents pour une même cause (exemples : manifestation mondiale contre la guerre en Irak le 15 février 2003, Forum social mondial,...).

Associer la société civile aux décisions, la consulter, fait partie des conditions de la démocratie participative.

Après avoir décrit et commenté l'organisation du système français de normalisation, il convient d'analyser la place réservée aux associations de consommateurs dans les textes.

B/ L'organisation du système français de normalisation (SFN) et la place réservée aux associations de consommateurs dans les textes

L'organisation du système français de normalisation se décompose en deux catégories d'instances, les instances stratégiques et de gouvernance, à vocation politique, et les instances, techniques où s'élaborent les normes qui seront appliquées sur le terrain.

1/ Les instances stratégiques et de gouvernance

Parmi les instances de stratégie et de gouvernance on trouve l'Assemblée Générale et le Conseil d'Administration d'AFNOR, le Comité de coordination et de pilotage de la normalisation (CCPN), le comité d'audit et d'évaluation (CAE° les comités d'orientation stratégiques (COS), et les groupes de coordination

a) Assemblée Générale (extrait des statuts d'AFNOR)

L'Assemblée Générale comprend les membres titulaires et associés à jour de leur cotisation et les membres d'honneur. Les personnes morales se font représenter par un seul délégué. L'Assemblée Générale se réunit au moins une fois par an et chaque fois qu'elle est convoquée par le Conseil d'administration ou sur la demande du quart au moins de ses membres. Les membres titulaires disposent chacun de deux voix. Les membres associés et les membres d'honneur d'une voix. Ses décisions sont prises à la majorité simple des membres présents ou représentés. En cas de partage des voix celle du président est prépondérante. Elle entend les rapports sur la gestion du conseil d'administration, sur la gestion financière et morale de l'association. Elle approuve les comptes de l'exercice clos, vote le budget suivant, délibère sur les questions mises à l'ordre du jour et prévoit s'il y a lieu au renouvellement des membres du Conseil d'Administration.

b) Le Conseil d'Administration (Extraits des statuts d'AFNOR)

Le rôle du Conseil d'Administration d'AFNOR est défini par les statuts complétés par le règlement intérieur de l'association.

Le Conseil d'Administration détermine les orientations stratégiques de l'activité de l'association et veille à leur mise en œuvre. Il prend toute décision pour le bon déroulement des activités de l'association, il prononce l'admission ou la radiation des membres de l'association, arrête les comptes et fixe le budget annuel. Il arrête les propositions qu'il

soumet à l'Assemblée Générale. Il assure l'exécution des décisions prises par l'Assemblée Générale, il nomme les membres des comités qu'il mandate, ainsi que leurs présidents, en fonction de leur mode de désignation prévu par les statuts ou le règlement intérieur. Il peut émettre un avis sur la création de bureaux de normalisation sectoriels ou sur l'évolution de leur périmètre d'intervention.

Dans le cadre de la mission d'intérêt général dévolue à AFNOR, le Conseil d'Administration confie certaines missions de coordination et de pilotage, d'audit et d'évaluation du Système Français de Normalisation (SFN) au Comité de Coordination et de Pilotage de la Normalisation (CCPN) et au Comité d'Audit et d'Évaluation (CAE). Le Conseil d'Administration peut aussi confier la préparation de ces travaux à des comités consultatifs comme le comité financier qui est composé de 16 membres. Il est présidé par le président d'AFNOR. Il a pour *mission d'examiner la politique financière de l'association et de ses filiales et faire des propositions au Conseil d'Administration sur des mesures générales à prendre notamment sur l'évolution de la situation financière de l'association et de ses filiales.*

Le comité d'éthique a été créé le 10 mai 2006 par décision du Conseil d'Administration d'AFNOR. Cette décision a été actée dans les statuts et le règlement intérieur de l'association à l'occasion de leur révision en décembre 2009. Il comprend entre 5 et 7 membres nommés par le Conseil d'Administration. Il peut être saisi sur toute question d'ordre éthique par le Conseil d'Administration, le Bureau, la direction générale du groupe, le conseil stratégique d'Afnor certification.

Le comité consommation (COSAC) qui est composé de 16 membres maximum, est présidé par un administrateur représentant les consommateurs, nommé par le Conseil d'Administration. Arnaud Faucon (INDECOSA-CGT) assure la présidence du comité consommation pour la période 2010-2013. Le COSAC a pour mission de rassembler et évaluer les différentes demandes et besoins des consommateurs, de présenter les priorités de contribuer à l'élaboration des grands programmes de normalisation intéressants les consommateurs, de suivre l'avancement des travaux et donner un avis sur les blocages éventuels qui pourraient surgir et sur les suites à donner. Il permet aussi d'assurer une bonne représentation des consommateurs dans les commissions de normalisation, de contribuer à la formation des consommateurs, de préparer les positions françaises au comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO) de l'ISO, et assurer par l'intermédiaire du Conseil National de la Consommation une information et une participation de l'ensemble des organisations de consommateurs.

En outre, il existe un comité de coopération technique international chargé d'orienter les activités de coopération technique d'AFNOR à l'international. Il est présidé par un administrateur nommé par le Conseil d'Administration.

Enfin, des comités de concertation qui comprennent entre 9 et 16 membres nommés par le Conseil d'Administration ont été mis en place. A ce jour deux comités fonctionnent artisanat, et collectivités locales.

Le Conseil d'Administration se réunit sur convocation de son Président au moins quatre fois par an. Il se réunit également chaque fois que la demande en est faite par le quart de ses membres. La présence du tiers au moins des membres du Conseil d'Administration est nécessaire pour la validation des délibérations. Tout administrateur absent peut se faire représenter par un administrateur de son choix. Les décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents ou représentés. En cas de partage, la voix du Président est prépondérante.

Le délégué interministériel aux normes participe aux séances du Conseil d'Administration et y exerce les fonctions de commissaire du gouvernement. L'inscription d'un point à l'ordre du jour est de droit lorsqu'il le demande. Il peut s'opposer aux délibérations du CA dans un délai de huit jours ouvrés si elles sont contraires à des dispositions législatives, réglementaires, aux orientations de la politique française des normes ou lorsqu'elles sont de nature à compromettre l'exercice de la mission d'intérêt général confiée à AFNOR. Le contrôleur général économique et financier participe aux séances du conseil. Il est dressé à chaque séance un procès-verbal qui est soumis à l'approbation du Conseil lors de la prochaine séance. Le Directeur Général assiste avec voix consultative aux séances du Conseil.

Les élus au Conseil d'Administration représentant les entreprises sont choisies de façon à représenter les producteurs, les artisans, les distributeurs et utilisateurs des divers secteurs et domaines concernés par la normalisation. Les organisations professionnelles et interprofessionnelles représentatives des entreprises sont notamment invitées à proposer des candidats parmi les membres adhérents d'AFNOR, dans le cadre d'un appel à candidature. Les représentants des intérêts des consommateurs sont choisis après avis du collège consommateurs du Conseil National de la Consommation*. Ils sont au nombre de trois. Les représentants du personnel sont élus par un collège unique de l'ensemble des salariés qui remplissent les conditions requises pour être électeurs au Comité d'Entreprise.

Le Conseil d'Administration travaille en étroite collaboration avec le Comité de Coordination et de Pilotage de la normalisation à qui il délègue une mission de coordination et de pilotage du système français de normalisation.

c) Le Comité de Coordination et de Pilotage de la Normalisation (CCPN) Extraits des statuts d'AFNOR

Le comité de coordination et de pilotage de la normalisation (CCPN) institué par le décret de 2009 a remplacé le comité d'orientation et de programmation. Géré par AFNOR, ce comité a été créé pour arrêter en concertation avec toutes les parties prenantes les positions stratégiques exprimées par les représentants français au sein des organisations non gouvernementales de normalisation européennes et internationales. Ce comité placé auprès

du Conseil d'Administration est chargé de préparer la stratégie française de normalisation, de définir les objectifs, et les priorités générales des grands programmes de normalisation, de s'assurer de leur cohérence par rapport aux politiques nationales, européennes et internationales. Le CCPN est composé de 18 membres nommés par le Conseil d'administration d'AFNOR sur proposition des catégories concernées :

5 représentants des entreprises dont 3 désignés par les organisations interprofessionnelles représentatives des entreprises ; 2 représentants de consommateurs ; 2 représentants des ministères ; 2 représentants de collectivités locales ; 1 représentant des organisations non gouvernementales agréées ; 1 représentant des syndicats de salariés ; 4 représentants des bureaux de normalisation ; 1 représentant d'Afnor au titre de son activité analogue à celle des bureaux de normalisation ;

Les présidents des comités stratégiques sont membres de droit.

Le CCPN se réunit au moins quatre fois par an, sur convocation de son président ou du président du CA. Le comité s'appuie sur un groupe de travail permanent dont il définit le rôle, la composition, et les missions, qu'il soumet au Conseil d'Administration pour validation.

Le Conseil d'Administration s'appuie également sur le Comité d'Audit et d'Evaluation.

d) Le Comité d'Audit et d'Evaluation

AFNOR organise le système français de normalisation avec 25 bureaux de normalisation sectoriels dont elle coordonne les activités. Chaque Bureau de Normalisation gère les activités de normalisation dans un secteur d'activité économique défini (bâtiment, électricité...)

Le Comité d'Audit et d'Evaluation (CAE) est chargé d'organiser l'évaluation des bureaux de normalisation sectoriels et de contrôler la conformité et l'efficacité d'AFNOR.

Le Comité d'Audit et d'Evaluation est composé de huit membres au plus, personnalités qualifiées et répondant à des critères de compétence et d'indépendance.

Les stratégies sectorielles de normalisation sont discutées et établies par grands secteurs d'activités répartis dans des Comités d'Orientation Stratégique (COS).

e) Les Comités d'Orientation Stratégiques

Les Comités d'Orientation Stratégiques (COS) ont pour mission de conduire une réflexion sur les évolutions et les thèmes émergents. Ils doivent coordonner et positionner l'action de la normalisation par rapport à la réglementation dans leurs périmètres, et contribuer à préparer les positions françaises sur les sujets stratégiques présentés dans les instances de programmation européennes et internationales, bureaux techniques du CEN et du CENELEC et TMB/SMB de l'ISO et de la CEI et ce, notamment lors de l'ouverture de nouveaux domaines de normalisation. Ils doivent aussi s'assurer des priorités des travaux de

normalisation dans le périmètre dont ils ont la charge et proposer au CCPN des orientations stratégiques. Ils sont garants de la cohérence entre les travaux au sein de leurs périmètres, et assure la continuité normative produits, services, système. Ils doivent faciliter la remontée des besoins des clients finals vers les secteurs en amont et assurer la cohérence avec les travaux des autres secteurs. Ils doivent enfin répartir et coordonner l'action au niveau des structures notamment création, et suppression de commission de normalisation si nécessaire.

Quinze COS thématiques sont actuellement opérationnels : agroalimentaire, construction, santé et action sociale, transport et logistique, santé et sécurité au travail, management et services, sports, loisirs biens de consommation et services, Eau, environnement, Information et communication, industrie pétrolière, gaz, électricité, Ingénierie industrielle, biens d'équipement et matériaux, maîtrise de l'énergie.

Les représentants des consommateurs peuvent participer aux travaux de chaque Comité d'Orientation Stratégique. En effet, parmi les 15 COS nombreux sont les COS qui traitent de domaines d'activités qui concernent les consommateurs. Pour les associations représentantes des consommateurs, il est important d'être présent dans ces groupes et de participer à leurs travaux. Cela permet d'avoir connaissance en amont des intentions de recourir à la normalisation, et des raisons qui justifient ce recours. Ensuite il appartient à chaque association de consommateurs de décider si elle entend suivre ou non les travaux. Cette participation nous permet aussi d'avoir des informations sur le suivi des normes adoptées, et sur les calendriers de révision.

Pendant, il existe quinze COS, et les associations de consommateurs ont des moyens humains limités. Il est donc difficile pour nous de tout suivre d'autant que les sujets sont particulièrement techniques et nécessitent de faire appel à des représentants qualifiés et expérimentés. Des progrès restent donc à faire pour assurer une participation effective et efficace des associations de consommateurs aux différents COS.

C'est pourquoi, l'ALLDC a privilégié certains secteurs, et participe aux comités d'orientation stratégique Sports et Loisirs, Management et Services, Environnement, Technologies de l'information et des communications.

A côté des instances de stratégie et de gouvernance, on trouve les instances techniques, où sont élaborées les normes.

2/ Les instances techniques

Par instances techniques on entend, les commissions de normalisation, et les groupes de travail. Avant la constitution d'un groupe de travail, il existe une procédure préalable, l'étude d'opportunité, qui précède la procédure d'élaboration de la norme. Puis vient la procédure de publication et de suivi de la norme.

a) La procédure préalable à la création de la commission de normalisation (CN)

En effet, avant la création d'une commission de normalisation il faut d'abord l'expression d'une demande, d'un besoin de normalisation. Cette demande est le plus souvent exprimée par une profession.

Une étude d'opportunité est alors conduite par AFNOR, ou le Bureau de Normalisation sectoriel concerné. Cette étude précise l'origine de la demande, le domaine d'application de la normalisation demandée. Le projet doit être cohérent avec la réglementation française existante, mais aussi avec les orientations prises par le système français de normalisation, avec la normalisation française, européenne et internationale, et les normes existantes. L'étude précise également qui sont les partenaires et les parties prenantes concernés.

Si l'étude d'opportunité fait apparaître un réel besoin en normalisation dans un secteur donné, il convient de rechercher s'il existe une commission de normalisation existante à laquelle ce sujet pourrait être rattaché. Dans tous les cas, les résultats de l'étude d'opportunité sont soumis au COS correspondant à la thématique pour avis. Sur avis favorable du COS, AFNOR, crée une commission de normalisation nouvelle, ou étend le domaine d'action d'une commission de normalisation existante. La thématique retenue et la création de la Commission de normalisation sont inscrites au programme de travail et validé par le Conseil d'Administration d'AFNOR.

C'est à ce niveau qu'il faut agir pour améliorer l'information, la sensibilisation, la concertation avec les associations de consommateurs. Ceci est particulièrement vrai depuis l'adoption du Décret de 2009, réformant la normalisation. L'idée est de mieux travailler avec les 25 Bureaux de Normalisation. Pour cela, il serait utile de revoir les missions dévolues au comité consommation et à son groupe priorités des consommateurs.

Le groupe priorités des consommateurs devrait pouvoir pallier l'absence de représentants de consommateurs dans les commissions de normalisation. Une note bi mensuelle pourrait être réalisée par le comité consommation.

b) La procédure d'élaboration de la norme

Toute norme commence par l'établissement d'un document de travail, soit par la reprise d'un document existant, et reconnu, soit par la rédaction d'un nouveau document à partir d'éléments fournis par les différents partenaires intéressés par le sujet. La mise au point de ce document de travail est réalisée soit par la commission de normalisation directement, soit par un groupe d'experts, nommés par la commission de normalisation, soit par un chef de projet désigné par la commission, soit par le responsable AFNOR de la commission. Le travail doit être réalisé dans les délais prescrits par la commission de normalisation.

Le document de travail est soumis à la commission pour contrôle de sa conformité aux critères de qualité des documents normatifs. Cette consultation est faite sous forme d'une

enquête dite « enquête commission », conduite par correspondance au sein de la commission de normalisation.

Les personnes consultées doivent donner leur avis sur le texte dans un délai fixé. C'est à ce moment que le travail de rédaction définitive doit se faire. La participation de toutes les parties prenantes est donc cruciale à ce stade. C'est au moment de l'écriture de la norme que les attentes des consommateurs doivent être exprimées pour être pris en compte. Mais la règle du jeu en normalisation étant le consensus, les représentants des consommateurs, souvent en faible nombre, n'ont pas toujours les moyens de faire intégrer leurs propositions dans le texte.

Pour illustrer le propos, on peut citer l'exemple d'un projet de norme relatif aux avis des consommateurs en ligne, où les professionnels ont une vision bien différente de la nôtre sur la fiabilité de l'information communiquée aux consommateurs.

De même, on peut faire référence à l'implication de l'ALLDC en matière de commerce équitable. Nous avons soutenu le développement du commerce équitable mais sous certaines conditions. Pour mémoire, en 2001 à la demande du Secrétaire d'Etat à l'économie solidaire, AFNOR est chargée de lancer des travaux de normalisation sur le commerce équitable. Nous participons activement aux réunions d'élaboration d'un document avec pour nous un seul objectif aboutir à une norme et atteindre à terme la certification. Malgré cela, les travaux s'orientent vers une norme expérimentale, et notre association poursuit son investissement sur cette thématique. Mais certaines organisations de commerce équitable ne souhaitent pas la parution d'une norme, et pour éviter les blocages nous acceptons l'idée d'un fascicule de documentation. Le document a enfin été transformé en simple accord signé seulement par les parties prenantes volontaires dont l'ALLDC. Il était pour nous essentiel que ce document voit le jour car il concrétisait la volonté des acteurs du commerce équitable d'élaborer un cadre professionnel partagé sous la forme de lignes directrices applicables en France aux organisations de commerce équitable et aux parties prenantes impliquées dans celui-ci. Cet exemple montre l'importance du caractère volontaire du processus de normalisation, mais aussi le poids du consensus, et parfois la difficulté rencontrée par une catégorie d'intérêt pour faire entendre sa voix.

Si le résultat de l'enquête commission est positif, AFNOR, soumet le document à l'enquête probatoire. A ce stade, le document acquiert le statut d'avant-projet. Tous les acteurs impliqués doivent être contactés.

Durant l'enquête chacun peut encore agir pour faire évoluer le texte. En effet, Il est possible d'émettre un vote positif avec commentaires, et adresser à AFNOR des propositions de modification du contenu du projet de norme. La participation des associations de consommateurs est à ce stade essentielle. En effet, même si une association de défense des consommateurs n'a pas participé à la rédaction de la norme, elle peut répondre à l'enquête

publique, et ainsi être invitée à donner son avis sur le texte, et à voter avec ou sans commentaire. En règle générale, l'enquête probatoire est d'une durée de deux mois.

L'enquête probatoire doit ensuite être dépouillée. Ce dépouillement est de la compétence de la commission de normalisation, élargie à toutes personnes qui ont émis des observations fondées et argumentées.

Les observations de chaque participant à l'enquête sont rassemblées dans un document de dépouillement. La règle de l'anonymat est respectée. Le plus souvent une réunion physique est organisée pour procéder au dépouillement. Si un accord final est obtenu suite à l'étude des commentaires, un document définitif est alors élaboré. A ce stade, l'avant-projet devient projet.

Le projet accompagné d'un rapport d'homologation qui précise les suites données aux commentaires des pouvoirs publics est notifié au délégué interministériel aux normes qui peut s'opposer, dans un délai d'un mois à compter de la notification à l'homologation de la norme. En l'absence d'opposition, le directeur général d'AFNOR, sur délégation du Conseil d'Administration homologue la norme. L'avis d'homologation est publié au Journal Officiel.

c) La procédure de publication de la norme

AFNOR met le document normatif à disposition sous l'un des statuts suivants : Norme Homologuée (NF), norme expérimentale (XP), accord (AC). L'homologation consiste à reconnaître officiellement les normes. Cette reconnaissance permet de les utiliser comme référence dans une réglementation ou un marché public. La norme expérimentale (XP) n'est pas une norme homologuée, sa durée de vie est limitée. L'accord (AC) repose sur un consensus moins large, l'accord n'étant signé que par les parties prenantes volontaires. Il existe d'autres publications éditées par AFNOR telles que, le référentiel de bonnes pratiques (BP), le fascicule de documentation (FD), ou encore le guide d'application (GA).

d) La procédure de suivi de l'application

AFNOR a aussi pour mission de suivre l'application des documents publiés et d'évaluer leur pertinence dans le temps, pour éventuellement les adapter aux nouveaux besoins ou à l'évolution de la technique, en recueillant les retours d'expériences des utilisateurs.

Ainsi, pour une norme homologuée, tous les cinq ans la validité de la norme est examinée. Elle est révisée, le cas échéant par la commission de normalisation compétente. Pour une norme expérimentale (entre 2 et 5 ans) la commission va examiner l'opportunité de prolonger l'expérimentation, de réviser la norme expérimentale en vue de la transformer en norme homologuée ou bien l'annuler. S'agissant d'un fascicule de documentation, l'évaluation de la validité du document est laissée à l'initiative de la commission de normalisation responsable de sa rédaction.

S'il est incontestable qu'une place importante est faite dans les textes aux représentants des consommateurs comment celle-ci se matérialise-t-elle en pratique ?

C/ La place réelle des représentants de consommateurs dans le système Français de normalisation en pratique

Si les textes prévoient, la possibilité pour les représentants des consommateurs d'être présents dans le système français de normalisation, la participation de cette catégorie d'intérêt pourrait être encore plus opérationnelle. En effet, les associations de consommateurs sont sollicitées de toutes parts pour représenter les intérêts des consommateurs dans de nombreuses instances de concertation. La normalisation est un domaine qui s'ajoute donc à d'autres déjà nombreux. Par ailleurs, la normalisation apparaît comme un domaine très technique, et la relation directe entre normalisation et protection des consommateurs, ou qualité des produits et services n'est pas toujours clairement identifiée. Aussi, un effort de vulgarisation s'impose si on souhaite apporter des changements pour une plus grande vitalité de la représentation des consommateurs en normalisation. Il convient donc de préciser le rôle de l'expert consommateur, membre d'une commission de normalisation, ses sources, ses pré-requis, mais aussi, ses difficultés avant de proposer des solutions pour faciliter et améliorer sa participation effective aux travaux.

1) Le rôle de l'expert « consommateur » au sein de la commission de normalisation

Nous sommes tous des consommateurs. En partant de ce postulat, il pourrait paraître très simple de trouver des personnes capables de représenter les intérêts des consommateurs en normalisation. Mais, pour exercer ce rôle, il faut avoir la « capacité à agir », une représentativité. Cette représentativité est accordée à toute association nationale de consommateurs agréée par l'Etat. Elles sont au nombre de 17 en France. Ce double agrément délivré à la fois par le ministère de l'économie des finances et de l'emploi et par le ministère de la justice leur donne une légitimité pour représenter les intérêts des consommateurs. Elles peuvent également agir en justice dans l'intérêt collectif des consommateurs. Elles sont membres du Conseil National de la Consommation. Les associations nationales fédèrent un réseau d'associations locales qui assurent sur le territoire des permanences juridiques en droit de la consommation. Ces permanences sont également utilisées pour obtenir de la part des adhérents des informations sur les problèmes qu'ils rencontrent, leur perception sur la qualité de tel produit ou service. En effet, les associations de consommateurs sont régulièrement amenées à conduire des enquêtes, des sondages, des études afin de collecter des données permettant ainsi d'orienter l'action de leur tête de réseau nationale vers une problématique consumériste en particulier. L'ALLDC quant à elle procède de cette manière.

Ainsi, l'expert consommateur en normalisation est membre (salariné, élu, ou militant bénévole) d'une association nationale agréée de défense des consommateurs. Il utilise les

remontées de terrain pour identifier les attentes, les besoins, des consommateurs. Il doit ensuite s'approprier les procédures de normalisation, faire évoluer le texte initial en veillant à la prise en compte des attentes des utilisateurs finals de produits et services.

Pour être efficace l'expert doit être présent dès la première réunion de travail, connaître les autres membres de la commission de normalisation, et participer régulièrement aux travaux. Il doit savoir défendre sa position en argumentant, mais aussi savoir écouter, être force de proposition.

Il rencontre parfois quelques difficultés. En effet, le représentant des consommateurs est souvent le seul représentant de la société civile. Les demandes de cet expert consommateur peuvent parfois avoir des incidences financières importantes et il est souvent seul à les exprimer et à demander l'engagement des professionnels à respecter ses attentes. Par exemple, en matière d'accessibilité les demandes des consommateurs peuvent se traduire par des travaux d'aménagement coûteux.

La participation de l'expert consommateur aux travaux de normalisation a un coût. Le processus de normalisation prend du temps, les réunions sont nombreuses. Les associations de consommateurs désireuses de s'investir doivent prendre en charge les coûts liés au temps passé en commission de normalisation.

Les associations de consommateurs sont financées par la DGCCRF, dans le cadre de conventions d'objectifs et de moyens. Parmi les objectifs de l'ALLDC figure la normalisation qu'elle soit nationale européenne ou internationale. Pour autant, les travaux de normalisation ne sont pas pris en compte au prorata du temps passé. Cette absence de financement fléché, la lourdeur et la lenteur des travaux de normalisation expliquent que peu d'associations de consommateurs ne s'y engagent. Enfin, les thématiques sont très nombreuses et techniques et les associations n'ont pas toujours à leur disposition un technicien pour chaque secteur.

Si on voit bien que le système de normalisation laisse une place importante à la participation de la société civile et particulièrement aux représentants des consommateurs, en pratique, cette représentation reste inégale mais des solutions sont envisageables pour parvenir à l'amélioration significative de la présence des associations de consommateurs à l'ensemble des travaux de normalisation B to C (Business to Consumer).

2) Quelques pistes de progrès pour une meilleure représentation des consommateurs à l'échelon national

L'amélioration de la représentation des consommateurs passe à notre sens par plusieurs canaux : le financement, la formation des représentants, une meilleure organisation du travail entre les associations et un renforcement du rôle du comité consommation d'AFNOR.

a) Des financements

On l'a vu, les associations de consommateurs agréées perçoivent des financements de la DGCCRF. Cependant, la subvention de fonctionnement est globale, et la normalisation est l'un des chantiers de l'ALLDC mais d'autres s'imposent à elles. Des choix sont donc régulièrement effectués par notre Assemblée Générale pour décider des thèmes prioritaires pour les consommateurs. Pour des raisons budgétaires nous réduisons notre implication aux seuls secteurs des services, du développement durable, de l'accessibilité, des Technologies de l'Information et des communications.

Pour améliorer la participation des associations de consommateurs, il faudrait trouver d'autres sources de financement. Mais, les règles qui s'imposent aux associations nationales de consommateurs agréées sont strictes. Elles doivent être indépendantes c'est-à-dire qu'aucune de leurs ressources ne peut provenir des professionnels. Elles ne peuvent donc qu'avoir recours à des financements publics et ceux-ci sont en chute libre depuis quelques années.

La prise en charge à la fois des frais de transport pour les militants situés en région, et le temps passé en réunion nous permettrait de diversifier nos intervenants et de gagner en efficacité. En effet, les secteurs couverts par la normalisation en lien avec les consommateurs sont nombreux et il est difficile d'être spécialiste de tous les sujets. Nous devons donc compter sur un réseau d'experts diversifiés.

L'Assemblée Générale d'AFNOR a voté récemment la création d'un Fonds de dotation, en appui à la mission d'intérêt général de la normalisation. Dans un premier temps, un appel à proposition est lancé pour identifier les thèmes prioritaires et cibler les besoins de financements. On peut imaginer à l'avenir que ce fonds puisse servir à soutenir financièrement les représentants de consommateurs en normalisation à l'échelle nationale.

En effet, s'agissant des travaux européens et internationaux, le ministère de l'industrie prend déjà en charge depuis plusieurs années, les frais de déplacement des représentants des consommateurs ainsi que le temps passé. Sans son concours, la représentation des consommateurs français dans les travaux du CEN et de l'ISO serait quasiment nulle. Une nouvelle convention a été récemment conclue pour soutenir la participation des associations de consommateurs aux travaux européens et internationaux de normalisation. Mais les thématiques et le montant des prises en charge ont été revus à la baisse.

Si le financement est toujours l'une de nos préoccupations principales, d'autres voies pourraient aussi être explorées pour améliorer la participation des consommateurs aux travaux de normalisation, comme par exemple la formation.

b) La formation

Plusieurs niveaux d'intervention sont envisageables. D'abord des actions en matière de formation initiale.

Des actions sont à mener pour sensibiliser les membres de la société civile aux enjeux de la normalisation (associations de défense des consommateurs, association de type environnementaliste, association de malades). En effet, beaucoup de démarches de formation ont été faites en direction de publics des filières techniques (grandes écoles, écoles de commerce). Mais, les permanents des associations de consommateurs sont majoritairement des juristes de formation. Or dans les cursus universitaires en droit rien à notre connaissance n'est enseigné concernant la normalisation. Il existe pourtant une relation étroite entre normalisation et réglementation surtout au niveau européen. A l'heure actuelle c'est en interne que nous formons nos nouveaux experts. Dans le milieu associatif, l'aspect intergénérationnel est important, et c'est en associant un jeune juriste salarié et un bénévole expérimenté que nous parvenons malgré les obstacles à former, informer nos représentants. Nous pensons, qu'une sensibilisation à ces thématiques dès l'université serait très bénéfique, et un gain de temps considérable pour nos associations.

Ensuite, des mesures peuvent être prises également en direction des salariés des associations de consommateurs. On pourrait imaginer des modules qualifiants ou non, pris en charge par nos dispositifs habituels de formation continue (DIF, CIF...) à destination des salariés des associations nationales et locales de défense des consommateurs.

De son côté, AFNOR met en place des actions de formation à destination des nouveaux experts en normalisation. Ces sessions sont très appréciées par nos stagiaires mais, elles sont réservées aux personnes déjà membres de commission de normalisation et il s'agit de modules de formation très techniques. L'idée selon nous serait de créer en plus des formations existantes un module de formation plus général sur le thème : les enjeux de la normalisation.

Par ailleurs, nous pensons qu'il serait utile au mouvement consommateur de proposer des sessions à destinations des militants, des bénévoles. Si en général, il s'agit d'une population expérimentée, il nous semble intéressant d'imaginer pour elle des modules de formation afin de vulgariser le concept et les méthodes de la normalisation, favoriser le partage d'expérience, et peut être faire naître des vocations pour la normalisation.

De plus, cette proposition est à notre sens un moyen de motiver les équipes et de diversifier les représentants. Des financements publics existent pour la formation des bénévoles des associations, mais rarement axés sur des thématiques aussi techniques que la normalisation. Dans le passé, une association dont l'objet social était la formation des militants des associations de consommateurs avait été créée. L'ASSFORM organisait des stages nationaux et l'année suivante les déclinait en régions. La DGCCRF finançait le programme. Plusieurs centaines de bénévoles, responsables associatifs étaient ainsi formés en matière de

consommation. L'ALLDC avait dans ce cadre organisé une session sur le thème de la normalisation à l'échelle européenne et avait sollicité des intervenants extérieurs comme ANEC ou encore AFNOR. Malheureusement les financements se sont taris et l'ASSFORM a été dissoute. Nous regrettons qu'à ce jour aucun dispositif n'ait pu voir le jour pour remplacer l'ASSFORM*.

Une autre piste pourrait être explorée, celle d'une amélioration organisationnelle entre associations de défense des consommateurs.

c) Vers une mutualisation des ressources techniques

L'amélioration de la représentation des consommateurs passe aussi par une meilleure coordination entre les associations de consommateurs. Il conviendrait pour ce faire de repenser et d'actualiser les compétences du COSAC et de son groupe priorités.

Le COSAC est un lieu de dialogue qui n'est pas suffisamment exploité. Il pourrait permettre de lister les priorités de chaque association en matière de normalisation, et ainsi mieux se répartir les tâches. Le COSAC pourrait, à l'initiative de l'une ou l'autre des associations membres, émettre des recommandations, des thématiques prioritaires d'action, un véritable programme de travail dans la durée. Il conviendrait aussi de mettre en commun un véritable travail de veille (thématiques prioritaires pour les consommateurs, réglementation et normes applicables à un secteur donné), veille normative (norme en cours, révision, enquête publique...) en lien avec l'Institut National de la Consommation*.

Il y a quelques années le Conseil National de la Consommation était très actif, il jouait véritablement son rôle de concertation entre les pouvoirs publics, les professionnels et les associations de consommateurs. Les thèmes de travail étaient à la fois prospectifs et en lien direct avec les intérêts des consommateurs. A l'occasion de nombreux avis, le CNC a pu recommander de recourir à la normalisation. On peut citer par exemple, l'avis rendu sur le thème des établissements d'hébergement des personnes âgées du 4/07/2000, publié au BOCCRF le 18/10/2000, ou encore sur celui du développement durable du 29/01/2004 publié au BOCCRF le 12/03/2004. En effet, après le vote de l'avis du CNC, une commission de normalisation a été ouverte s'agissant des établissements d'hébergement des personnes âgées. Le travail du CNC en matière de développement durable a été une première pierre à la réflexion qui a débouchée à l'adoption de la norme ISO 26000.

Forts de ces exemples nous pensons qu'il est urgent de revitaliser le Conseil National de la Consommation, et de l'alimenter de sujets de fonds pour les consommateurs. (Energie, technologie de l'information et des communications, information préalable du consommateur...). Des passerelles étroites sont à construire entre son travail et celui du COSAC à l'AFNOR.

D'un autre côté, la Commission de la Sécurité des Consommateurs (CSC) dans ses avis recommande régulièrement le recours à la normalisation ou à l'actualisation des normes. Une veille active devrait pouvoir être mise en place par le COSAC sur les recommandations relatives à la normalisation faites par la CSC.

ConsoFrance* qui regroupe 8 associations de défense des Consommateurs et qui défend les mêmes valeurs d'un consommateur social et environnemental est un outil intéressant pour améliorer notre présence dans les travaux. Une répartition des thématiques en fonction des priorités de chaque association permettrait de couvrir plus de secteurs. Les Conseils d'Administration qui se réunissent deux fois par mois seraient utilisés pour informer les autres associations de l'état d'avancement des travaux des commissions de normalisation mais aussi d'être mandaté pour représenter les 8 associations de ConsoFrance au sein de la commission de normalisation.

Pour trouver des solutions et faire progresser les choses peut-on s'inspirer de ce qui se passe au delà de nos frontières ?

Pour cela, voyons comment s'organise le système européen de normalisation, et son homologue international

III/ DU SYSTEME EUROPEEN ET INTERNATIONAL DE NORMALISATION

Le système européen de normalisation s'articule autour d'un organisme de normalisation généraliste le Comité Européen de Normalisation (CEN) Plusieurs autres organismes de normalisation sectoriels cohabitent avec lui c'est le cas du CENELEC* dans le domaine électrique et électrotechnique et de l'ETSI dans le domaine des télécommunications*notamment.

Le système international de normalisation est constitué et organisé autour de deux principaux organismes internationaux de normalisation, un organisme généraliste l'ISO et la CEI pour la normalisation dans le domaine électrique et électrotechnique*.

A/ Le système européen de normalisation

Le Comité Européen de Normalisation (CEN) a été créé en 1957 et regroupe les instituts de normalisation des pays membres de l'Union Européenne et ceux de l'Association Européenne de Libre Echange (AELE). Trente pays sont membres et participent aux travaux du CEN. Ces travaux consistent en l'élaboration des normes européennes, et à leur mise à

jour. Le CEN est une association privée de droit belge son secrétariat central est à Bruxelles. Les travaux de normalisation sont menés au sein de comités techniques (TC). Le Comité européen de normalisation cohabite avec son homologue le comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC). Il a été créé en 1972 et regroupe les mêmes pays que le CEN plus le Luxembourg. Ces travaux se basent pour l'essentiel sur les normes CEI.

Dans le domaine des télécommunications l'ETSI est l'institut européen de normalisation du secteur. Il a été créé en 1988 et son siège est à Sophia-Antipolis en France. L'ETSI regroupe 331 membres de droit. L'ETSI élabore les normes ETS

A l'échelle internationale, l'ISO association privée de droit Suisse dont sont membres 164 organismes de normalisation du monde entier, est le principal organisme de normalisation. Son secrétariat Général est à Genève. Certains secteurs d'activité dépendent d'un organisme international de normalisation sectoriel l'UIT en matière de communications, ou la CEI s'agissant du domaine électrotechnique.

B/ Le système international de normalisation

L'ISO est le premier producteur de normes internationales d'application volontaire dans le monde. Ces normes établissent des spécifications applicables aux produits, aux services, aux organisations et systèmes de management et aux bonnes pratiques, pour accroître l'efficacité de tous les secteurs de l'économie. Élaborées dans le cadre d'un consensus mondial, les normes internationales ISO aident à supprimer les obstacles au commerce international.

L'ISO élabore des normes internationales. Fondée en 1947, elle a depuis lors publié plus de 19 000 normes dans presque tous les domaines technologiques et économiques. De la sécurité des aliments aux ordinateurs, de l'agriculture aux soins de santé, les normes internationales de l'ISO sont présentes au quotidien.

Une norme ISO est élaborée par un groupe d'experts au sein d'un comité technique. Une fois que le besoin a été identifié et l'opportunité de développer une norme validée après enquête auprès des membres, des experts se réunissent pour étudier et trouver un accord sur un projet de norme. Dès que le projet est finalisé, il est communiqué aux membres de l'ISO, qui font part de leurs observations et un vote est organisé. Si le projet fait l'objet d'un consensus, il devient une norme ISO. Dans le cas contraire, le comité technique doit à nouveau le travailler pour y apporter des modifications

Dans le domaine électrotechnique, la CEI est l'institut de normalisation international compétent. Il a été créé en 1906 et son siège est à Genève. Il traite des normes internationales électriques, électrotechniques et des normes en lien avec les nouvelles technologies.

Dans le domaine des télécommunications c'est l'UIT* qui est compétent. Cet organisme de normalisation a été créé en 1986 et son siège se situe à Genève.

En tant que parties prenantes, les consommateurs ont un rôle à jouer au sein des systèmes européen et mondial de normalisation.

C/Les consommateurs dans le système européen et international de normalisation

Les consommateurs sont représentés dans les systèmes européens et internationaux de normalisation. Il convient dans un premier temps d'examiner cette représentation des consommateurs dans le système européen et international de normalisation pour ensuite analyser la manière de transposer certaines pratiques au plan national.

1) la représentation des consommateurs à l'échelle européenne

Au niveau européen, la participation des consommateurs peut avoir lieu par deux canaux différents, en tant qu'expert consommateur via la délégation française ou encore comme représentant de l'ANEC. Par ailleurs, il existe une association de consommateurs européenne le BEUC.

a) La place du consommateur dans la délégation nationale

Chaque pays européen est représenté au CEN par son organisme national de normalisation en tant que membre. Pour la France, c'est AFNOR le membre du CEN. Chaque pays européen participe aux travaux de normalisation via une délégation nationale. La délégation nationale est composée d'experts français (industriels, consommateurs, pouvoirs publics...) désignés par la commission nationale française dite commission miroir. En effet, pendant la durée des travaux européens de normalisation, la commission miroir nationale va étudier le projet de texte normatif et mandater la délégation nationale pour porter sa parole au sein du groupe de travail européen. Après chaque réunion européenne, la délégation nationale rend des comptes à la commission miroir.

Même si le rôle de la délégation française est encadré par le mandat de la commission miroir, la sensibilité des composantes de la délégation nationale a une importance non négligeable. En effet, à l'échelle européenne plus qu'à l'échelle nationale, les travaux de normalisation sont marqués par la technicité, l'importance des règles et du jeu institutionnel, l'effet multiculturel. Tous les travaux se déroulent en anglais.

Un travail de lobbying très important s'effectue essentiellement en dehors des travaux durant les repas, les pauses café où l'expert consommateur doit tenter de trouver des alliances pour faire passer ses idées tendant à une meilleure prise en compte des intérêts des consommateurs.

La participation de représentants des consommateurs français aux travaux de normalisation européen est également possible en devenant expert mandaté par l'ANEC.

b) En tant qu'expert mandaté par l'ANEC

L'ANEC est une association de droit belge qui a pour mission de porter la voix des consommateurs en normalisation. Elle représente donc les intérêts de consommateurs dans les travaux de rédaction de norme techniques qui complètent la réglementation européenne. ANEC est financée à 95 % par la commission européenne et pour 5 % par EFTA*.

ANEC est gouvernée par l'assemblée générale qui comprend un représentant par pays et depuis février 2010 compte 31 membres. Le mandat des membres est de 4 ans. Le membre français est Ludivine COLY-DUFOURT, de l'ALLDC, désignée depuis 2007 par le collège consommateurs du CNC pour représenter à l'ANEC les 17 associations nationales de consommateurs agréées. Le président de l'ANEC est élu par l'AG pour un mandat d'une durée de 2 ans. Le Secrétaire Général de l'ANEC qui assure le secrétariat est aujourd'hui M. Stephan RUSSEL de nationalité Britannique.

Les décisions stratégiques de l'assemblée générale sont mises en œuvre par un comité exécutif (ANEC Steering Committee). Présidé par le président de l'ANEC, le comité exécutif est composé de neuf membres élus par l'assemblée générale. Les membres du Steering Committee élisent le vice président, et le trésorier pour deux ans. Il se réunit 4 fois par an, et travaille le plus souvent par correspondance.

Ainsi, l'ANEC fait appel à des experts pour participer en dehors de toute délégation nationale aux travaux de normalisation européens. Les thèmes prioritaires de l'ANEC, sont l'accessibilité, les services, les technologies de l'information et des communications... Depuis l'Automne 2011, deux représentants de l'ALLDC sont devenus experts consommateurs pour l'ANEC, l'un dans le domaine des technologies de l'information et des communications, l'autre dans le domaine de l'accessibilité.

En tant qu'expert de l'ANEC, nous sommes amenés à rédiger, commenter des positions prises par l'ANEC avec notre vision de représentant des consommateurs français. Le cas échéant, nous pourrions être mandatés pour représenter l'ANEC dans des travaux européens de normalisation. L'ANEC a donc une méthode de travail différente de la nôtre en ce qu'elle fait appel à des représentants extérieurs, mis à disposition par ses membres pour représenter les consommateurs en normalisation. Parmi les avantages de ce mode de fonctionnement citons la diversité des experts. Toutefois, l'expert consommateur choisi par l'ANEC n'est pas toujours l'émanation de la société civile.

A l'échelle européenne, on trouve aussi le BEUC. Le **B**ureau **EU**ropéen des **C**onsummateurs n'intervient pas directement en normalisation, mais doit être cité dans cette étude, car c'est la seule organisation européenne de consommateurs.

Le BEUC a été créé le 6 mars 1962 par les organisations de consommateurs de Belgique, du Luxembourg, de France, des Pays-Bas, d'Italie et d'Allemagne. Après avoir travaillé ensemble un certain nombre d'années, ces organisations ont décidé de fonder une association européenne basée à Bruxelles.

Le BEUC a été un pionnier, l'une des premières organisations à faire du lobbying et à s'établir à Bruxelles pour tenter d'influencer le processus décisionnel. De nombreuses autres organisations ont suivi dans différents domaines d'activités et secteurs professionnels, et le nombre de lobbyistes s'est accru de manière exponentielle pour atteindre actuellement le chiffre d'environ 15 000.

La pression intense exercée sur les décideurs par cette multitude de lobbyistes travaillant pour des intérêts commerciaux, des représentations régionales, des syndicats et bien d'autres encore, a renforcé la nécessité pour le BEUC d'asseoir son autorité sur la scène bruxelloise. A cette fin, le BEUC reçoit un financement de ses organisations membres, ainsi qu'une subvention de l'Union Européenne. Ceci permet au BEUC de poursuivre la tâche qu'il effectue depuis plus de 45 ans à savoir promouvoir les droits des consommateurs.

L'ALLDC n'est pas membre du BEUC car nous ne partageons pas la même conception du consumérisme, ni les mêmes méthodes de travail. Cependant, nous pensons que ces deux conceptions du consumérisme peuvent coexister dans la sphère européenne. En l'absence d'une véritable action de groupe en France, il y a une place pour le lobbying et l'action judiciaire pour lesquelles la sanction vient réprimer les abus de droit.

Mais comment se matérialise la représentation des consommateurs à l'échelle internationale ?

2) La représentation des consommateurs à l'échelle internationale

La représentation des consommateurs à l'échelle mondiale peut se faire de trois manières différentes, via sa délégation nationale, via le COPOLCO, ou par le biais de Consumers International.

a) Le représentant des consommateurs dans la délégation nationale à l'ISO

Il n'existe pas toujours de commission miroir pour suivre les normes internationales. Et lorsqu'elle existe, la composition de la délégation française n'est pas toujours multi parties prenantes. En effet, pour certains travaux internationaux, une seule personne peut être désignée pour porter la parole de la commission miroir. A notre avis, la délégation française devrait toujours être composée des différentes sensibilités de la commission miroir. Il faudrait généraliser la pratique utilisée pour l'élaboration de la norme ISO 26 000 relative à la responsabilité sociétale. Six catégories d'intérêts étaient présentes : professionnels, pouvoirs publics, consommateurs, environnementalistes, syndicats, humanitaires, droits

humains, recherche et conseil. Selon nous, plus la délégation est riche de sensibilités différentes plus le consensus est large, plus la décision prise aura d'impact. Par principe, elle engage toutes les parties prenantes, et toutes auront donc intérêt à faire vivre cette décision.

A l'international, la parole des consommateurs émane aussi du COPOLCO.

b) Le COmité pour la POLitique en matière de COnsommation de l'ISO : Le COPOLCO

A l'échelle internationale, la représentation des consommateurs se fait en amont des travaux de normalisation via le COPOLCO. Le COPOLCO est le comité consommation de l'ISO. Il se réunit une fois par an en Assemblée Générale.

L'ISO veille à ce que ses normes soient pertinentes pour le marché et répondent aux besoins de l'utilisateur final. Ce dernier est souvent un consommateur qui doit faire un choix face à une offre de produits et de services de plus en plus globale. Étant donné que la normalisation joue un rôle prépondérant pour assurer que les produits répondent aux exigences essentielles des consommateurs, notamment en matière de santé, de sécurité et de qualité, les normes sont des outils fondamentaux pour promouvoir la protection des consommateurs.

Consciente que les consommateurs sont partie prenante à l'élaboration des normes, l'ISO a mis en place, en 1978, un comité chargé de l'élaboration d'orientations politiques dans ce domaine, le comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO), qui dépend directement du Conseil de l'ISO, l'organe de gouvernance de l'Organisation.

Le COPOLCO compte aujourd'hui plus de 100 organismes nationaux de normalisation membres de l'ISO, dont les deux tiers émanent de pays émergents et en développement.

Les objectifs généraux du COPOLCO sont les suivants : mettre les services du COPOLCO à la disposition des membres de l'ISO dans le monde entier, faire progresser la participation des consommateurs à l'élaboration des normes, étudier comment les consommateurs peuvent tirer parti de la normalisation, promouvoir le rôle positif des normes dans la protection des consommateurs, encourager les échanges d'expérience sur les travaux de normalisation intéressant les consommateurs, intégrer l'opinion des consommateurs à la fois dans des projets de normalisation en cours et dans des propositions de nouveaux travaux dans des domaines pouvant les intéresser.

Le COPOLCO réalise ses objectifs de plusieurs façons : il coordonne la participation des représentants des consommateurs aux travaux dans des secteurs prioritaires pour les consommateurs, il développe des publications afin de promouvoir la participation des consommateurs aux travaux de normalisation et former les représentants des consommateurs à cette tâche, il coordonne les activités de formation et la représentation lors d'événements impliquant les consommateurs et des questions de normalisation, il organise chaque année une journée d'étude qui réunit des représentants des

consommateurs, des autorités publiques, des fabricants et des experts de la normalisation, Il prépare différents guides destinés aux experts, pour les aider à mieux aborder dans les normes les aspects que les consommateurs estiment importants et prioritaires. Enfin, Il prépare des propositions pour de nouveaux projets de normes.

En ce qui concerne l'élaboration des normes au niveau national, les membres du COPOLCO encouragent l'établissement de réseaux de travail afin d'aider les représentants des consommateurs au niveau national à tirer profit de l'expérience des consommateurs dans d'autres pays.

Chaque année, l'ISO/COPOLCO organise une journée d'étude internationale sur un thème d'intérêt prioritaire pour les consommateurs. Ces journées d'étude conduisent souvent le COPOLCO à formuler des recommandations que l'ISO adopte sous la forme de nouveaux travaux de normalisation.

Par exemple le COPOLCO est à l'origine de travaux normatifs sur les services, comme le tourisme et les services connexes, la responsabilité sociétale, la satisfaction du client avec des normes sur les codes de conduite, la gestion des réclamations et les mécanismes externes de résolution de litiges de consommateurs. Enfin, le COPOLCO est à l'origine de plusieurs déclarations de politique sur la participation des consommateurs et les besoins des personnes âgées et des personnes handicapées.

Dans le paysage international de la protection des consommateurs, il faut souligner aussi le travail accompli depuis plus de 60 ans par Consumers International.

c) Consumers International (CI)

Consumers International est une fédération mondiale de regroupements de consommateurs et qui constitue la seule voix indépendante et d'autorité pour les consommateurs. Consumers International est aussi membre du BEUC.

Fort de plus de 240 organisations membres dans 120 pays, c'est un mouvement international puissant œuvrant à la protection et l'autonomie des consommateurs partout dans le monde.

Organisation sans but lucratif domiciliée au Royaume Uni, sous statut équivalent à celui d'utilité publique en France, elle a pour objet de défendre, promouvoir, développer et soutenir les droits des consommateurs en tant que socle de la protection des consommateurs. CI œuvre à ce que ces droits fondamentaux soient reconnus, soutenus et protégés par l'industrie, les gouvernements et les instances internationales décisionnaires.

Créé en 1950, Consumers International est au service de ses membres. Elle leur apporte assistance dans l'atteinte de leurs objectifs par un soutien international aux campagnes

nationales de revendication des droits des consommateurs et par le partage des recherches et de l'expertise en matière de tests sur les produits.

Consumers International intervient aussi en leur facilitant l'accès à des instances de gouvernance internationale telles que l'ONU*, l'OMS*, l'ISO* et G20 *. Elle leur apporte des conseils sur leur fonctionnement mais assure aussi la coordination des délégations de consommateurs aux sommets mondiaux par le dialogue de ses instances avec les consommateurs, parties prenantes de leurs processus.

Par exemple :

Le rapprochement de groupes nationaux de consommateurs pour obtenir de l'OMS de meilleures recommandations en matière de réglementations de la restauration rapide ; obtention de l'accès et de l'influence dans une série de groupes de travail ISO ; participation à l'obtention de recommandations nouvelles en matière d'OGM au niveau international permettant d'espérer des résultats pour la labellisation de ces produits ; prise de position en matière de protection financière du consommateur. Le G20, l'OCDE*, et les Etats reconnaissent désormais l'expertise collective du mouvement international des consommateurs sur ces sujets.*

Il s'agit aussi d'un réseau d'échanges entre consommateurs et d'autres parties prenantes. Par exemple : Facilitation du "TransAtlantic Consumer Dialogue", afin de promouvoir des mêmes objectifs, Soutien au développement d'experts en protection et droits des consommateurs : Azerbaïdjan, Bangladesh, Caraïbes, El Salvador, Pérou et l'Afrique du Sud – Est, accueil de stagiaires en provenance d'organisations membres - Argentine, Arménie, Brésil, Cameroun, Fidji, Kenya, Liban, Afrique du Sud et Tanzanie.

Les membres sont des regroupements régionaux, nationaux et locaux de consommateurs, les agences publiques de consommateurs et les représentants des consommateurs à travers le monde.

En moyenne 35% du financement de CI provient des cotisations des membres, le reste est obtenu par des subventions et subsides par projet des fondations et d'agences gouvernementales. Consumers International n'accepte pas de financement des entreprises et ne traite pas des réclamations individuelles des consommateurs.

Les bureaux de Consumers International sont situés à Kuala Lumpur en Malaisie; à Londres au Royaume Uni, et Santiago au Chili.

Consumers International fonctionne avec une assemblée générale, un conseil, et un « exécutive ». L'Assemblée Générale est composée des représentants des "Full Members" et doit se réunir au moins une fois tous les quatre ans. Elle doit élire le Président et les membres du conseil. Elle doit mettre en œuvre la politique générale. Le Conseil comprend le Président, 13 membres élus par l'Assemblée Générale, 6 autres membres cooptés.

« L'exécutive » comprend huit membres qui se réunissent au moins deux fois par an. Ils ont un rôle décisionnaire qui leur est délégué par le conseil.

L'organisation européenne et internationale de la représentation des consommateurs en normalisation nous permet maintenant d'imaginer des pistes de progrès pour une meilleure efficacité de la représentation des consommateurs français.

d) Quelques pistes de progrès

A l'échelle européenne, plus qu'au niveau national, nous devons travailler en réseau avec d'autres représentants consommateurs. D'abord en renforçant l'implication des représentants français dans les travaux de l'ANEC, mais aussi en construisant des alliances avec des représentants des consommateurs d'autres pays.

- **Un travail renforcé avec l'ANEC**

L'ANEC met en place des groupes de travail thématiques, auxquels les représentants consommateurs des pays membres peuvent s'inscrire et participer. Par exemple, services, design for all (accessibilité), TIC, environnement... L'ANEC prend en charge les frais de transport et d'hébergement des experts, mais n'indemnise pas le temps passé en réunion. Les travaux se déroulent en anglais.

Les experts des 27 Etats membres contribuent à la richesse des positions prises par l'ANEC et peuvent servir de relais national pour mener des actions de lobbying.

Force est de constater que les représentants français dans ces travaux sont peu nombreux et qu'un travail de communication peut s'avérer nécessaire pour mieux faire connaître ces groupes de travail et favoriser la participation des représentants des consommateurs français. Grâce aux nouvelles technologies beaucoup de contributions peuvent se faire par messagerie électronique et les réunions physiques sont de moins en moins nombreuses.

Mais, pour les experts français qui participent à ces travaux, la situation est parfois difficile. Ils se sentent parfois démunis sur le plan technique et des recherches documentaires sont très souvent nécessaires pour maîtriser pleinement une thématique. Les représentants consommateurs sont sur-sollicités et n'ont pas le temps ni les outils pour faire ces recherches qui contribueraient pourtant à améliorer la contribution de nos représentants dans les travaux.

Pour remédier à ce problème, l'ANEC pourrait cibler davantage les membres en fonction des secteurs couverts, et mettre à leur disposition des notes de synthèse améliorant ainsi la réactivité des participants.

L'ANEC pourrait ici jouer un rôle d'appui technique aux représentants par la mise à disposition de documents, mais aussi par la mise en contact d'experts expérimentés avec les nouveaux venus via des journées partage d'expérience.

Dans le même esprit et afin de faire naître une « vision consommateur » partagée et forte dans les travaux de normalisation un travail en commun avec d'autres représentants de consommateurs peut s'avérer utile.

- **Un travail en commun avec d'autres représentants consommateurs en Europe et dans le monde**

L'idée est de définir en amont les thématiques prioritaires pour les consommateurs avec d'autres représentants consommateurs situés dans d'autres pays du monde, de travailler à l'élaboration de positions communes pour ensuite les défendre ensemble dans les instances dédiées. Cette stratégie pourrait être utilisée par exemple pour proposer au CEN ou à l'ISO de nouveaux sujets d'étude. *En 2011, une première tentative avait pu aboutir sur le thème des compteurs évolués où une présentation conjointe de la thématique avait été réalisée par la France et l'Allemagne lors du workshop annuel du COPOLCO.*

De la même façon un travail en réseau pourrait se construire entre des représentants des consommateurs situés dans des pays francophones à l'image de l'expérience menée lors de la rédaction de la norme ISO 26 000.

Enfin, considérant que sa taille ne permettait pas de peser pleinement dans les débats européens et internationaux pour la protection des consommateurs, l'ALLDC a choisi la voix du rassemblement et a sollicité son adhésion à Consumer International. Celle-ci devrait être effective d'ici à la fin de l'année 2012.

Si on souhaite améliorer la participation des consommateurs en normalisation à l'échelle européenne la maîtrise de l'anglais est un préalable indispensable.

- **La maîtrise de l'anglais**

Les représentants des consommateurs doivent s'adapter et maîtriser l'anglais. Mais nous pensons aussi que des dispositifs doivent exister pour former dans le temps les représentants consommateurs actifs dans les systèmes européens et internationaux de normalisation. L'organisme de normalisation national pourrait en porter la responsabilité, mais également, l'ANEC ou même la commission européenne. A ce jour, rien de notre connaissance n'est proposé aux représentants des consommateurs.

Les représentants des consommateurs en normalisation émettent parfois le souhait d'être formés au lobbying. Le fonds Afnor nouvellement créé proposera bientôt aux représentants de la société civile des modules de formation. Ce concept est à notre sens une idée à développer.

En effet, nous considérons aujourd'hui que la France a perdu la bataille de la langue. Nous pourrions continuer à dénoncer le principe de l'utilisation de l'anglais comme langue de travail des travaux de normalisation, mais nous estimons ce combat comme d'arrière garde.

Conclusion

L'Association Léo Lagrange Pour la Défense des Consommateurs a développé ces vingt dernières années une expertise en matière de normalisation. Elle considère qu'il est de la responsabilité des associations nationales de consommateurs d'agir en amont de la survenance des litiges, à la négociation de règles techniques de normes, de référentiels complémentaires à la réglementation pour protéger le consommateur et moraliser les relations commerciales.

En qualité d'acteur de la normalisation, elle a souhaité vulgariser les processus de normalisation et montrer la place faite aux représentants de la société civile que sont les associations de consommateurs dans les systèmes de normalisation.

Elle a aussi souhaité par ce canal montrer les enjeux d'une représentation des consommateurs variée, formée, mobile et efficace.

Enfin, par son témoignage, elle a proposé des solutions pour une amélioration continue de la prise en compte des intérêts de consommateurs dans les travaux de normalisation : travail en réseau, mutualisation des ressources, formation, vulgarisation, reconnaissance et valorisation de l'implication des associations en normalisation par les pouvoirs publics...

On voit bien que cette méthode du consensus, d'implication des acteurs sur un sujet donné avant la prise de décision est encore nouvelle en France. La culture française est plus habituée au système des enquêtes publiques où la contestation intervient à posteriori de la prise de décision.

Cette méthode oblige sans cesse à s'interroger sur la gouvernance et l'implication des parties prenantes à chaque étape du processus de normalisation y compris dans les instances décisionnaires.

L'Association Léo Lagrange Pour la défense des Consommateurs a toujours privilégié dans son action la concertation tripartite (professionnels/ pouvoirs publics/ société civile. Cette philosophie d'une certaine démocratie participative n'est pas celle des pays anglo-saxons qui privilégient plutôt le lobbying, l'action médiatique et juridictionnelle. En France, la parole de la société civile reste aujourd'hui encore l'expression de structures associatives ayant une légitimité à s'exprimer. Mais ces deux modes d'invention ne sont pas antagonistes.

Des évolutions devront être trouvées car les besoins de représentations de consommateurs vont perdurer particulièrement dans des secteurs à fortes innovations technologiques : les services, les technologies de l'information et des communications ou encore s'agissant de problématiques plus comportementales (sociales, sociétales, environnementales.)

Les consommateurs et leurs représentants devront peut être trouver d'autres moyens pour porter en normalisation et ailleurs leurs attentes et leurs exigences pour les produits et services de demain.

L'action de groupe à la française qui devrait entrer en vigueur dans les années qui viennent sera peut être un autre moyen pour moraliser les pratiques commerciales et faire entendre la voix du consommateur.



SYNTHESE DES RECOMMANDATIONS DE L'ALLDC POUR UNE PLUS FORTE PARTICIPATION DES CONSOMMATEURS EN NORMALISATION

I/ AMELIORER LES DISPOSITIIFS DE FORMATION

Des actions doivent être menées pour sensibiliser les membres de la société civile aux enjeux de la normalisation (associations de défense des consommateurs, association de type environnementaliste, association de malades.) En effet, beaucoup de démarches de formation ont été faites en direction de publics des filières techniques (grandes écoles, écoles de commerce). Mais, les permanents des associations de consommateurs sont majoritairement des juristes de formation. Or dans les cursus universitaires en droit rien à notre connaissance n'est enseigné concernant la normalisation. Il existe pourtant une relation étroite entre normalisation et réglementation surtout au niveau européen. A l'heure actuelle c'est en interne que nous formons nos nouveaux experts. D'autres lieux de formation pourraient être inventés et ce dès la formation initiale à l'université.

Des mesures peuvent être prises également en direction des salariés des associations de consommateurs. On pourrait imaginer des modules qualifiants ou non, pris en charge par nos dispositifs habituels de formation continue (DIF, CIF...) à destination des salariés des associations nationales et locales de défense des consommateurs.

De son côté, AFNOR met en place des actions de formation à destination des nouveaux experts en normalisation. Ces sessions sont très appréciées par nos stagiaires mais, elles sont réservées aux personnes déjà membres de commission de normalisation et il s'agit de modules de formation très techniques. L'idée selon nous serait de créer en plus des formations existantes un module de formation plus général sur le thème : Les enjeux de la normalisation.

Par ailleurs, nous pensons qu'il serait utile au mouvement consommateur de proposer des sessions à destinations des militants, des bénévoles. Si en général, il s'agit d'une population

expérimentée, il nous semble intéressant d'imaginer pour elle des modules de formation afin de vulgariser le concept et les méthodes de la normalisation, favoriser le partage d'expérience, et peut être faire naître des vocations pour la normalisation.

Les représentants des consommateurs en normalisation émettent parfois le souhait d'être formés au lobbying. Le fonds Afnor nouvellement créé proposera bientôt aux représentants de la société civile des modules de formation. Ce concept est à notre sens une idée à développer.

II/ DES FINANCEMENTS A REINVENTER

Pour améliorer la participation des associations de consommateurs Il faudrait trouver d'autres sources de financement. Mais, les règles qui s'imposent aux associations nationales de consommateurs agréées sont strictes. Elles doivent être indépendantes c'est-à-dire qu'aucune de leurs ressources ne peut provenir des professionnels. Elles ne peuvent donc qu'avoir recours à des financements publics et ceux-ci sont en chute libre depuis quelques années.

La prise en charge à la fois des frais de transport pour les militants situés en région, et le temps passé en réunion nous permettrait de diversifier nos intervenants et de gagner en efficacité. En effet, les secteurs couverts par la normalisation en lien avec les consommateurs sont nombreux et il est difficile d'être spécialiste de tous les sujets. Nous devons donc compter sur un réseau d'experts formés et diversifiés.

L'Assemblée Générale d'AFNOR a voté récemment la création d'un Fonds de dotation, en appui à la mission d'intérêt général de la normalisation. Dans un premier temps, un appel à proposition est lancé pour identifier les thèmes prioritaires et cibler les besoins de financements. On peut imaginer à l'avenir que ce fonds puisse servir à soutenir financièrement les représentants de consommateurs en normalisation à l'échelle nationale.

III/ RENFORCER LE DIALOGUE ENTRE GROUPES DE PARTIES PRENANTES

A/ A l'échelle nationale

- **FAIRE EVOLUER LES MISSIONS DU COSAC ET DE SON GROUPE PRIORITE DES CONSOMMATEURS**

L'amélioration de la représentation des consommateurs passe aussi par **une meilleure coordination entre les associations de consommateurs**. Il conviendrait pour ce faire de repenser et d'actualiser les compétences du COSAC et de son groupe priorités.

Le groupe priorités des consommateurs **devrait pouvoir pallier l'absence de représentants de consommateurs dans les commissions de normalisation**. Chaque année le COSAC devra lister et mettre à jour les thèmes prioritaires pour chaque association membre en matière de normalisation, et permettre une meilleure répartition des sujets de normalisation.

Le COSAC pourrait à l'initiative de l'une ou l'autre des associations membres **émettre des recommandations, des thématiques prioritaires d'action, un véritable programme de travail dans la durée. Il conviendrait aussi de mettre en commun un véritable travail de veille (thématiques prioritaires pour les consommateurs, réglementation et normes applicables à un secteur donné, veille normative (norme en cours, révision, enquête publique...)) en lien avec l'Institut National de la Consommation***.

D'un autre côté, la Commission de la Sécurité des Consommateurs dans ses avis recommande régulièrement le recours à la normalisation ou à l'actualisation des normes. **Une veille active devrait pouvoir être mise en place par le COSAC sur les recommandations relatives à la normalisation faites par la Commission de la Sécurité des Consommateurs.**

- **RECREER DU LIEN ENTRE LE CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION ET LES TRAVAUX DE NORMALISATION**

Il est urgent de revitaliser le Conseil National de la Consommation, et de l'alimenter de sujets de fond pour les consommateurs. (Energie, Technologie de l'information et des communications, information préalable du consommateur...) Des passerelles étroites sont à construire entre son travail et celui du COSAC à l'AFNOR.

De plus, c'est en qualité de membre du Conseil National de la Consommation que nos représentants siègent dans les instances d' AFNOR. Il faudrait systématiser lors des collèges consommateurs du Conseil National de la Consommation la **pratique des « compte rendus de mandat »**. **Cet exercice permettrait de sensibiliser les associations aux enjeux de la normalisation pour les consommateurs**

UNE PLACE À PRENDRE POUR CONSOFRANCE

ConsoFrance* qui regroupe 8 associations de défense des Consommateurs et qui défend les mêmes valeurs d'un consommateur social et environnemental est un outil intéressant pour améliorer notre présence dans les travaux. **Une répartition des thématiques en fonction des priorités de chaque association permettrait de couvrir plus de secteurs. Les Conseils d'Administration qui se réunissent deux fois par mois seraient utilisés pour informer les autres associations de l'état d'avancement des travaux des commissions de normalisation mais aussi d'être mandaté pour représenter les 8 associations de ConsoFrance au sein de la commission de normalisation.**

B/ A L'ECHELLE EUROPEENNE ET INTERNATIONALE

- **Favoriser le partage d'expérience et l'échange d'information**

Un travail de communication peut s'avérer nécessaire pour mieux faire connaître les groupes de travail de l'ANEC et favoriser la participation des représentants des consommateurs français.

L'ANEC pourrait cibler davantage les membres en fonction des secteurs couverts, et mettre à leur disposition des notes de synthèse améliorant ainsi la réactivité des participants.

L'ANEC pourrait ici jouer un rôle d'appui technique aux représentants par la mise à disposition de documents, mais aussi par la mise en contact d'experts expérimentés avec les nouveaux venus via des journées partage d'expérience ou de formations au lobbying.

De la même façon un travail en réseau pourrait se construire entre des représentants des consommateurs situés dans des pays différents comme par exemple le groupe francophones mis en place lors de la rédaction de la norme ISO 26 000 ou encore le travail conjoint du comité consommation d'AFNOR et du DIN Allemand lors de la préparation du COPOLCO sur le thème des compteurs évolués.

L'adhésion à Consumer International pour les associations de consommateurs françaises est à encourager pour accroître nos chances d'être représentés à l'échelle internationale au sein d'un mouvement expérimenté et reconnu.

4/ RENFORCER LE DIALOGUE AVEC LES AUTRES MEMBRES DES SYSTEMES DE NORMALISATION

Favoriser en France les rencontres entre représentants des consommateurs et les bureaux de normalisation

Améliorer l'information, la sensibilisation, la concertation avec les associations de consommateurs. Ceci est particulièrement vrai depuis l'adoption du Décret de 2009, réformant la normalisation. L'idée est de mieux travailler avec les 25 Bureaux de Normalisation. Pour cela, il serait utile de revoir les missions dévolues au comité consommation et à son groupe priorités des consommateurs.

Favoriser quand c'est possible les échanges avec les autres représentants de la société civile (environnementaliste, associations de malades, collectivités locales, PME...)

Développer la pratique des délégations françaises multiparties prenantes : Généraliser la pratique utilisée pour l'élaboration de la norme ISO 26 000 relative à la responsabilité sociétale. Six catégories d'intérêts étaient présentes : professionnels, pouvoirs publics, consommateurs, environnementaliste, syndicats, humanitaires, droits humains, recherche et conseil). Selon nous, plus la délégation est riche de sensibilités différentes plus le consensus est large, plus la décision prise aura d'impact. Par principe, elle engage toutes les parties prenantes, et toutes auront donc intérêt à faire vivre cette décision.

ANNEXE 1 : ORGANISATION COMPAREE DE LA REPRESENTATION DES CONSOMMATEURS DE QUELQUES SYSTEMES NATIONAUX DE NORMALISATION

Les modalités de représentation des consommateurs en normalisation sont différentes d'un pays à l'autre. Nous avons choisi d'analyser la méthode utilisée en Allemagne un pays voisin de la France, puis celle des Etats-Unis afin peut être de trouver des bonnes pratiques à transposer en France.

A/ Un exemple régional avec l'Allemagne

Le DIN est l'organisme de normalisation en Allemagne. Comme en France, en Allemagne la normalisation suppose l'engagement de tous les secteurs intéressés.

Au sein du DIN, les consommateurs sont représentés via le conseil des consommateurs. Il a pour principales missions la représentation des consommateurs en normalisation. Le conseil des consommateurs est une instance reliée directement à la présidence de l'institut de normalisation. Parmi ses membres on trouve l'université pour les sciences appliquées de Hambourg, la Fédération nationale des consommateurs, le centre d'information du consommateur de Berlin, l'Institut Fédéral pour le contrôle des matériaux et la recherche ou encore la fondation Warentest (institut d'études comparatives allemand) le ministère de l'agriculture et de la consommation, la direction du DIN.

Ainsi, l'institut de normalisation allemand est composé d'un comité consommateurs qui dispose de personnels qui sont chargés de représenter les consommateurs dans les travaux de normalisation.

En France, la situation est différente puisque ce sont les associations de consommateurs agréées qui représentent les consommateurs et non pas AFNOR au moyen du COSAC. La participation de la société civile se fait en Allemagne uniquement par la participation aux instances de gouvernance de l'Institut de normalisation. En France, nous sommes présents à chaque niveau, mais c'est avec nos propres moyens humains et financiers que nous assurons la représentation des consommateurs en normalisation.

L'intérêt de ce dispositif c'est sans doute la professionnalisation des représentants des consommateurs qui en l'espèce ne travaillent que sur la normalisation. L'inconvénient c'est peut-être un lien moins étroit entre les représentants des consommateurs en normalisation et les préoccupations des consommateurs qu'ils représentent.

B/ Un exemple transrégional : Les Etats Unis

L'organisme de normalisation aux Etats-Unis est l'ANSI*. Il est le coordinateur des normes volontaires consensuelles aux Etats-Unis et représente son pays dans d'autres entités de normalisation sur le plan régional et international. Sa mission est de valoriser la compétitivité des entreprises américaines et la qualité de vie des Etats Unis à travers la promotion et le développement des normes volontaires et les systèmes d'évaluation de la conformité et d'en sauvegarder l'intégrité. L'ANSI est le représentant officiel des Etats Unis à l'ISO.

L'une des missions premières de l'ANSI est de promouvoir les normes volontaires et les activités d'évaluation de conformité en tant que moyens au bénéfice de la santé de la sécurité et de l'environnement public. Il doit s'assurer que les intérêts du public soient protégés et représentés dans les activités de standardisation. C'est dans ce sens que l'ANSI a mis en place un forum Consumer Interest Forum (CIF) afin de faciliter la représentation des intérêts des consommateurs dans le processus de standardisation volontaire.

Le Consumers Interest Forum est un groupe de travail permanent de parties prenantes consommateurs. Il existe plusieurs groupes de catégories de parties prenantes : un groupe entreprises, un groupe pouvoirs publics. Ainsi, les consommateurs comme les autres parties prenantes sont représentées dans les commissions de normalisation, les débats et les délibérations. Le CIF se compose de représentants experts des organisations de consommateurs, de producteurs de détaillants, de distributeurs, d'industriels.

Les représentants des consommateurs sont aussi présents dans l'instance de gouvernance de l'ANSI. En effet quatre organisations de consommateurs siègent au CA de l'ANSI. Le président du Consumers Interest forum est membre du comité exécutif du Conseil d'Administration.

Le CIF a pour objet d'encourager l'éducation à la participation des consommateurs en matière de normalisation. Parmi les actions on note une volonté de renforcer les relations entre ANSI et des organisations nationales et internationales afin de sensibiliser et d'accroître la participation du gouvernement, des consommateurs des entreprises et du commerce, de construire le dialogue, de recueillir l'opinion des consommateurs, de représenter les consommateurs au COPOLCO et autres instances de la normalisation internationale.

S'agissant du financement, le budget des activités des consommateurs consacre une ligne au financement de la participation des consommateurs dans les groupes de travail et autres processus de normalisation

Les Etats-Unis nous montrent un exemple plutôt transposable pour nous à l'échelle européenne, par la mise en place de groupes de parties prenantes, et d'un travail en réseau par catégorie d'intérêt. Cet exemple rejoint parfaitement les propositions faites par la

présente étude pour améliorer la participation des consommateurs en normalisation à l'échelle régionale.

L'Association Léo Lagrange Pour la Défense des Consommateurs, information juridique, médiation, éducation, responsabilité au plus proche du quotidien des consommateurs

L'ALLDC est une association nationale de consommateurs agréée. Elle est affiliée à la Fédération Léo Lagrange, mouvement d'éducation populaire reconnu d'utilité publique. Elle développe un projet éducatif qui vise principalement à :

Former les hommes, les informer, leur apprendre de nouveaux comportements au quotidien : savoir choisir, utiliser, critiquer, savoir se défendre et revendiquer, c'est leur permettre d'acquérir leur « citoyenneté économique ».

L'ALLDC assure une présence de proximité, elle:

- Organise des lieux d'accueil
- Conseille les consommateurs en leur permettant d'accéder au droit
- Règle à l'amiable les litiges
- Favorise l'accès au droit
- Met en place des actions éducatives et de sensibilisation

Une volonté : agir local, penser global

- Défendre le citoyen
- Favoriser les filières de production plus respectueuses de l'homme et de son environnement
- Développer une éthique de la consommation

Un projet éducatif : L'éducation à une consommation plus responsable

- Développer chez le consommateur un esprit critique, une responsabilité
- S'engager dans des campagnes d'information, de sensibilisation et de mobilisation
- Aider à comprendre la réglementation
- Organiser des formations relais

- Créer des outils pédagogiques

En faveur d'une transformation sociale

- Pour le respect des droits
- Pour l'élaboration de nouvelles normes ou réglementations
- Pour la moralisation des relations commerciales (commerce éthique; commerce équitable, responsabilité sociale des entreprises)
- Pour l'amélioration de la qualité des produits et des services

Une méthode privilégiée : La concertation, le dialogue et l'écoute dans chacune de ses actions. L'ALLDC

- Privilégie la médiation
- Milite pour le développement durable

- Participe à des instances officielles de concertation avec les professionnels pour plus de qualité, de sécurité des produits et services à destination des consommateurs
- S'engage sur des positions réalistes et tenables

Le travail réseau avec d'autres acteurs en faveur d'une mutualisation des expériences

- Des coordinations
- Les collectifs
- Des partenaires

Des outils de communication

- Le mensuel ConsommActeur
- Son site Internet www.leolagrang-conso.org

20/07/2012 Notre programme d'action pour les 3 ans à venir

- Le développement local et les services de proximité à destination des consommateurs

- La représentation des intérêts des consommateurs ambitieuse

- Le règlement amiable des litiges de la consommation

- Les partenariats et les regroupements
 - Ethique sur l'étiquette
 - ConsoFrance
 - Consumers International
 -
- La communication
 - Site internet www.leolagrange-conso.org
 - ConsommActeur

- L'éducation à la consommation
Animations thématiques en fonction des besoins et des attentes des publics, création de nouveaux outils pédagogiques (Internet et Vous)

Nos sujets d'actualités à privilégier dans l'intérêt des consommateurs

- Le pouvoir d'achat des consommateurs
- L'énergie (Nucléaire, précarité énergétique, énergies vertes)
- La santé
- Les transports
- L'application de l'ISO 26000 à nos activités quotidiennes
- Une étude pourra être menée sur le thème de la normalisation et des consommateurs

12/2012

GLOSSAIRE

AELE : À l'initiative du Royaume-Uni, la convention de Stockholm, signée par les ministres britannique, norvégien, danois, suisse, portugais, suédois et autrichien, le 20 novembre 1959, a donné naissance à l'Association européenne de libre-échange (AELE). Elle avait pour objectif de créer une zone de libre-échange pour les pays d'Europe non membres de la Communauté Economique Européenne et de contrebalancer celle-ci en regroupant les pays qui ne souhaitent pas entrer dans la CEE. Peu à peu, nombre de membres de l'AELE ont rejoint la CEE. Trois pays de l'AELE (l'Islande, le Liechtenstein et la Norvège) et l'Union Economique Européenne ont constitué l'Espace économique européen (EEE) en 1994, étendant ainsi les attributions de l'AELE. L'AELE compte aujourd'hui 4 États : la Norvège et la Suisse, l'Islande et le Liechtenstein. En plus des 3 États qui ne sont membres que de l'Espace économique européen (tous les membres de l'AELE sauf la Suisse), la Communauté européenne et les 27 États membres de l'Union européenne (UE) sont également considérés comme signataires de l'accord de libre-échange.

AFNOR : Association Française de Normalisation est une association qui a pour objet le pilotage du système français de normalisation. Les normes Françaises publiées par l'AFNOR porte le sigle NF pour norme française.

ALLDC : Association Léo Lagrange Pour la Défense des Consommateurs, association nationale de consommateurs agréée dont les missions essentielles sont l'information juridiques et l'éducation à la consommation responsable. Elle a été créée en 1979 par Pierre Mauroy et est affiliée à la Fédération Léo Lagrange.

ANSI : Organisme de normalisation national américain.

ASSFORM : Association aujourd'hui dissoute, financée par le ministère de l'économie des finances pour la formation des responsables associatifs des associations de défense des consommateurs.

BSI : Organisme de normalisation anglais

CE : Le marquage CE est un signe qui garantit un respect a priori de la réglementation européenne. Ce n'est pas un signe de qualité. Il est apposé sous la responsabilité du fabricant.

CEI : Commission électrotechnique internationale. C'est un organisme sectoriel de normalisation en charge du domaine électrotechnique.

CEN : Comité Européen de Normalisation. Il est l'un des principaux organismes de normalisation à l'échelle européenne.

CENELEC : C'est l'organisme de normalisation européen en charge des secteurs électriques et électrotechniques.

COFRAC : Il a été créé en 1994 sous le régime de la loi du 1er juillet 1901 a été désigné comme unique instance nationale d'accréditation par le décret du 19 décembre 2008, reconnaissant ainsi l'accréditation comme une activité de puissance publique. Tous les intérêts liés à l'accréditation sont représentés au sein de l'Assemblée générale et du Conseil d'administration et de toutes les instances de décision.

CONSOFRANCE : Créée en 1999, ConsoFrance est une coordination de 8 associations nationales de défense des consommateurs (ADEIC, AFOC, ALLDC, CNL, CNAFAL, FNAUT, INDECOSA-CGT, ASSECO-CFDT). Elle agit pour un consumérisme social et environnemental.

CSC : La Commission de la Sécurité des Consommateurs est une Autorité Administrative Indépendante créée par la loi du 21 juillet 1983 relative à la sécurité des consommateurs. Elle est composée de magistrats des hautes juridictions, de représentants des collèges professionnels et consommateurs, de personnalités qualifiées. Elle a pour mission d'émettre des avis (plus de 400 à ce jour), destinés aux pouvoirs publics, aux professionnels et aux consommateurs, sur tous types de produits et de services présentant des risques, d'informer le public par des communiqués de presse, des campagnes de sensibilisation, des fiches de prévention, une lettre périodique, un rapport annuel et un site internet et recenser les accidents et les risques de la vie courante

DGCCRF : Direction Générale de la Concurrence Consommation et Répression des Fraudes. C'est une émanation du ministère de l'économie et des Finances.

DGCIS : Direction Générale du Commerce de l'Industrie et des services.

DIN : Institut National de Normalisation Allemand.

ETSI : Organisme européen de normalisation en charge du secteur des télécommunications.

FLL : Fédération Léo Lagrange. Mouvement d'éducation populaire reconnu d'utilité publique créé en 1950.

INC : Institut National de la Consommation. C'est un établissement public industriel et commercial dont l'une des missions principale est l'assistance technique aux associations nationales de consommateurs.

ISO : Institut international de normalisation.

OCDE : La mission de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) est de promouvoir les politiques qui amélioreront le bien-être économique et social partout dans le monde.

OMS : C'est l'autorité directrice et coordonnatrice, dans le domaine de la santé, des travaux ayant un caractère international au sein du système des Nations Unies. Elle est chargée de diriger l'action sanitaire mondiale, de définir les programmes de recherche en santé, de fixer des normes et des critères, de présenter des options politiques fondées sur des données probantes, de fournir un soutien technique aux pays et de suivre et d'apprécier les tendances en matière de santé publique

ONU : L'Organisation internationale des Nations Unies a été fondée en 1945, après la Seconde guerre mondiale, par 51 pays déterminés à maintenir la paix et la sécurité internationales, à développer des relations amicales entre les nations, à promouvoir le progrès social, à instaurer de meilleures conditions de vie et à accroître le respect des droits de l'homme.

Les Nations Unies ont quatre buts principaux :

- Maintenir la paix dans le monde ;

- Aider les nations à travailler ensemble pour aider les pauvres à améliorer leur sort, pour vaincre la faim, la maladie et l'analphabétisme.
- Encourager chacun à respecter les droits et les libertés d'autrui.
- Coordonner l'action des nations pour les aider à atteindre ces buts.

UIT : Organisme de normalisation international spécialisé dans le domaine de télécommunications.

UNM : Union de normalisation de la mécanique. C'est un bureau de normalisation sectoriel.

SITES INTERNET :

www.leolagrange-conso.org

www.leolagrange.org

www.afnor.org

www.cen.org

www.iso.org

www.anec.eu

SUPPORTS PEDAGOGIQUES :

Parler normes couramment

Iso 26 000