

Discours du 25 janvier 2012

Alain Bazot, Président de l'UFC-Que Choisir

OBJECTIFS 2012

Mesdames, Messieurs,

Merci d'avoir répondu nombreux, cette année encore, à notre invitation. Cette marque d'intérêt, souvent de reconnaissance, parfois d'amitié, tous les membres de l'association y sont très sensibles, bien sûr les administrateurs nationaux, nombreux à mes côtés mais aussi les milliers de bénévoles de notre réseau, sans oublier nos collaborateurs salariés qui rendent possible bon nombre des ambitions de notre association. Ce rendez-vous, désormais traditionnel, fallait-il l'organiser cette année ? Je me suis posé la question. Cet état d'âme ne vient pas du calendrier Maya et de la fin du monde annoncée par certains Oracles, il ne vient pas non plus de l'arrivée du Sauveur avec sa 4L (4^{ème} licence) venu, je cite, « *libérer les pigeons de la téléphonie* » ; en réalité je faisais le constat d'une cause consumériste qui piétine, parfois même qui recule, ce qui m'amenait au final à la conclusion que nos attentes, nos combats de 2012 resteraient ceux de 2011, voire 2010.

Cela ne signifie pas que nous n'ayons aucun motif de satisfaction, bien au contraire : citons entre autres le recul de la distribution du crédit toxique, le crédit revolving, le repli des opérateurs de téléphonie prompts à répercuter la hausse de la TVA, la jurisprudence favorable que nous avons obtenue condamnant la vente liée en matière informatique, la publication d'un texte enfin contraignant et améliorant la qualité nutritionnelle des repas de la restauration scolaire, l'indemnisation effective des 2 000 victimes du Crédit Foncier. Voilà un exemple de médiation à laquelle nous nous sommes associés dont on peut tirer des enseignements, et notamment le fait qu'à n'en pas douter, la bonne collaboration de la banque a été obtenue dans un contexte de poursuites judiciaires, autrement dit d'épée de Damoclès. Sans cela, c'est-à-dire une médiation sans alternative, la Justice ne serait plus associée au glaive mais à un simple sabre de bois.

Mais 2012 c'est l'année de grands rendez-vous électoraux, et les consommateurs, que nous avons interrogés sur leurs attentes, qui sont pas moins de 60 000 à avoir répondu à notre enquête, n'auraient pas compris que du haut de ses 60 ans accomplis, l'UFC-Que Choisir se retire des débats et ne relaie pas leurs préoccupations.

Les consommateurs nous font confiance, ils comptent sur nous pour mener, avec eux, des combats justes, délivrer des informations fiables et indépendantes. Ils sont nombreux à nous avoir rejoints cette année. 160 000 adhérents, une augmentation de près de 10 %. Nos publications continuent d'être appréciées et attendues par un public important, les abonnés au site www.quechoisir.org sont en augmentation de 15 %, la diffusion de nos livres thématiques explose, 30 000 rien que pour l'ouvrage « Maîtriser votre ordinateur et internet ». Le besoin de comprendre, de savoir, d'être libéré de toutes les instrumentalizations est très grand chez les consommateurs ; gageons que l'ouvrage sur le « Jardin au naturel » qui sortira au printemps, non pas de terre mais de notre imprimerie, fertilisera une culture de bonnes pratiques.

Ces chiffres et ces avancées sont des éléments indéniables de satisfaction pour l'association mais cela reste bien peu de choses face aux 4 stigmates d'une société de consommation en crise :

- Une captivité organisée des consommateurs ;
- Une régulation défailante des marchés par l'Etat ;
- Un transfert de charges massif vers la consommation ;
- Un pouvoir d'achat en berne.

- Une captivité organisée des consommateurs

Le consommateur est né libre et, partout, ou presque, il est dans les fers... Après l'UFC-Que Choisir en 2010, c'est l'Autorité de Contrôle Prudentiel qui a dénoncé en 2011 le caractère sclérosé de la concurrence dans le secteur bancaire... Dans ce domaine, ce n'est pas la main du marché qui est invisible, mais bien le service d'aide à la mobilité bancaire ! De même, comment ne pas revenir sur les nombreux dysfonctionnements des marchés, dénoncés ou condamnés par l'Autorité de la Concurrence : l'entretien et la réparation automobile, les lessiviers, la grande distribution... Des infractions qui, faute d'indemnisation du préjudice des consommateurs ne font pas l'objet d'une sanction suffisamment dissuasive.

Dès que le consommateur est authentiquement en situation d'exercer librement son choix, le marché, les offres, changent de nature et sont plus conformes à son intérêt. On en a eu la démonstration éclatante au moment de la hausse de la TVA dans les télécom. Libérés par l'augmentation unilatérale des prix par certains opérateurs, les clients ont massivement migré sous d'autres cieux. Par notre soutien tant juridique que logistique à l'aide de lettres types, nous avons rendu effectif l'exercice de cette liberté retrouvée. Lettres types de résiliation

téléchargées 600 000 fois sur nos sites (fédéral ou des associations locales). Cela donne la mesure de l'ampleur du besoin de liberté.

Autre stigmat,

- Une régulation défailante des marchés par l'Etat

Si notre pays est un bateau dont la consommation est le moteur, c'est à l'Etat de tenir le gouvernail... Or, en 2011 comme en 2010, l'Etat a fait preuve, dans ses missions régaliennes, de défaillances parfois dramatiques comme l'ont souligné hier le scandale du Médiateur, et aujourd'hui celui des prothèses PIP. La loi médicament qui vient d'être adoptée est certes une réponse mais qui reste a minima. Au-delà de la sécurité, comment ne pas s'indigner des nouveaux obstacles dressés sur le chemin de la Justice ? Rassurez-vous je ne vais pas, comme chaque année, dénoncer longuement ici l'absence criante d'une action de groupe... Ce dossier, après l'arrêt de la Cour de Cassation du 26 mai 2011 officialisant les carences du droit positif et particulièrement de l'action en représentation conjointe, est désormais entre les mains de l'Europe et notamment celles de la Cour Européenne des Droits de l'Homme. L'UFC-Que Choisir a saisi la juridiction de Strasbourg qui devra dire si le déni de justice actuel existant en France est compatible avec la Convention Européenne des Droits de l'Homme garantissant le droit au recours effectif.

Au-delà de l'action de groupe, la preuve que la justice « se dérobe » tient au projet de suppression des juges de proximité et à la création de la taxe de 35 euros. Si l'UFC-Que Choisir a toujours été réservée sur la mise en place de « juges de second rang », leur suppression ne saurait être admise sans contrepartie. La création de ces juridictions était censée prendre le relais des tribunaux d'instance décimés au gré de la réforme de la carte judiciaire... Quant à la nouvelle taxe de 35 euros sur l'accès à la justice, destinée à financer la réforme de la garde à vue, elle est clairement un obstacle de plus à l'accès au juge, surtout dans de nombreux litiges de consommation.

MAIS je ne serais pas objectif si je ne faisais que dénoncer le mépris de l'Etat dans le sort fait aux droits et à la justice rendue aux consommateurs... Il y a un domaine dans lequel l'Etat s'est aperçu de l'importance des consommateurs : le domaine fiscal !

En effet, le consommateur supporte un transfert toujours plus grand de la charge du bien-être collectif.

Oui, revoilà la TVA sociale (que l'on est d'ailleurs en train de rebaptiser tant l'habillage social est bien mal venu). Elle était au menu du sommet social du 18 janvier réunissant, je cite, « *les forces économiques et sociales du pays* ». A voir la liste des convives, les consommateurs et leurs représentants n'en font pas partie. C'est tout de même un comble que n'aient pas été invités autour de la table, ceux qui au final vont payer l'addition. Mais la TVA dite sociale n'est que la partie émergée de l'iceberg car l'on ne peut manquer de dénoncer la double peine fiscale dont souffrent les consommateurs. Beaucoup de taxes sont ainsi comprises dans le prix indûment qualifié d'« hors taxe » (redevance copie privée, taxe intérieure sur les produits pétroliers, etc). Bref, la TVA ne signifie plus « Taxe sur la Valeur Ajoutée » mais bel et bien « Taxe Vache A Lait » puisqu'assise sur une kyrielle d'autres taxes ! *[Une simple question : combien payez-vous de taxes avec votre assurance automobile ? Vous ne le savez pas... et bien près de 30 % de votre cotisation !]*

Ce transfert de charges vers la consommation est particulièrement remarquable dans le domaine de la santé : l'augmentation des taxes sur les mutuelles, l'instauration d'un secteur optionnel aboutissent à renchérir gravement les complémentaires santé et à travers elles, l'accès aux soins. De même, le consommateur assume-t-il encore et toujours des investissements dont on peut se demander si c'est à lui seul de les supporter : voies ferrées, autoroutes, énergies... De nombreux réseaux et infrastructures sont financés par le consommateur alors même que cela pourrait, pour ne pas dire devrait, relever des opérateurs ou du contribuable. La question se pose avec encore plus d'acuité pour les réseaux déjà financés... L'UFC-Que Choisir ne manquera pas d'agir en 2012 pour tout à la fois protéger les consommateurs des dérives tarifaires liées à ces transferts de charges et préserver ou reconquérir des « zones de non commercialité » dans lesquelles la solidarité nationale doit être en première ligne.

Enfin dernier stigmaté et non des moindres,

- Un pouvoir d'achat en berne

Alors que les dépenses contraintes de consommation des ménages sont passées en 50 ans, en moyenne, de 13 à 30 % (87 % pour les ménages modestes), comment ne pas s'inquiéter de l'explosion tarifaire de nombreux postes cruciaux à commencer par l'énergie : les tarifs du gaz

ont bondi sur un an de plus de 20 % et la CRE nous annonce, qu'à défaut de réforme, ceux de l'électricité vont croître de 30 % d'ici 5 ans, de quoi faire disjoncter le budget des ménages. De même, alors que les prix de l'immobilier s'envolent faute d'offre de logement, comment admettre que les coûts de transaction, pour l'achat ou la location, soient indexés sur les prix du logement, aboutissant à faire subir aux consommateurs une double peine immobilière ! Les pratiques peu louables des agences immobilières seront combattues en justice.

Je ne vais pas accabler plus longtemps votre moral de consommateur. Car, comme le disait Marie Curie dans ses lettres à ses filles, « rien n'est à craindre, tout est à comprendre ». Ainsi, face à ces 4 principaux stigmates, l'UFC-Que Choisir agira pour une prise de conscience des politiques quant à la nécessaire résurrection du contre-pouvoir consommateur.

Le consommateur doit être mis au centre des politiques économiques et sociales et l'UFC-Que Choisir entend faire de 2012, l'année du « momentum » ! Tout reste à faire tant le consommateur est absent des débats ou des programmes. Nous n'irons pas jusqu'à faire du André BERCOFF qui nous parodie dans son dernier ouvrage « l'UFE (Union fédérale des électeurs) Qui Choisir », nous n'allons pas indiquer au consommateur électeur le meilleur choix parmi les candidats... Et pourtant la tentation est grande, car il n'y pas de service après-vente, pas d'assurance annulation ou de droit de rétractation. La durée d'engagement est de 5 ans, et quoi qu'il arrive, le candidat victorieux ne sera ni repris, ni échangé.

Plus sérieusement, l'UFC-Que Choisir veillera à ce que les candidats sortent de leurs ornières, comprennent la dimension politique de la nouvelle société de consommation qui est au carrefour des enjeux majeurs de notre temps, qu'il s'agisse du développement économique, de l'exclusion sociale, des ressources naturelles ou encore des libertés individuelles.

Une idée fausse circule, elle a la vie dure : le consommateur, à la différence du salarié tirerait - en pleine crise- largement son épingle du jeu, en consommant malin, en profitant tous azimuts des low-cost. Ce leurre conduit à ce que le pouvoir d'achat ne soit abordé qu'en termes de niveau de revenus, jamais de niveau de prix.

La classe politique estime aussi sans doute qu'il n'est pas utile de soutenir la consommation dès lors que les dernières crises économiques n'ont pas affecté l'activité d'achat des ménages. La consommation serait un moteur inaltérable, voire « intouchable » garantissant comme le film du même nom, d'importantes recettes pour l'Etat...

C'est oublier un peu vite qu'en France, la consommation n'est plus un moteur parmi d'autres mais le dernier de la croissance. Une politique consumériste n'est pas exclusivement favorable aux clients finaux, elle est également précieuse pour l'économie française, puisque non seulement elle soutient la croissance, mais en outre elle devrait ouvrir à nos entreprises des perspectives de compétitivité sur des secteurs qualitatifs... Y compris en termes d'exportation, à l'instar de l'Allemagne.

Le malaise est grand, il ne se limite pas aux petits désagréments, aux petites frustrations de consommateurs égoïstes et capricieux. Il touche notre société au cœur de ses valeurs : la liberté, la responsabilité, l'équité, la justice, la préservation de l'environnement, le rejet de l'exclusion. OUI, la consommation est embusquée dans chacune de ces exigences. Le consommateur veut pouvoir peser, orienter le marché. Ces préoccupations sont celles qui remontent de la grande enquête dont je vous ai parlé et qui nous a permis d'élaborer un pacte, un pacte consumériste en phase avec la réalité, et à destination des candidats aux prochaines élections.

Plutôt que de multiplier les mesures sectorielles, touche après touche tel un peintre impressionniste, avec un résultat forcément flou, les hommes politiques seraient bien inspirés de mettre en place une véritable politique de consommation cohérente ! Les problématiques de résiliation ou de portabilité ne sont pas cantonnées au secteur des télécommunications, elles jouent aussi dans de nombreux autres domaines des assurances, de la banque, etc. A quand des droits transversaux pour les consommateurs ? Cette politique cohérente, l'UFC-Que Choisir l'appelle de ses vœux au niveau national et européen... Car les dossiers consuméristes sur le bureau des institutions européennes seront cette année fort nombreux et les enjeux cruciaux : données personnelles, PAC, recours collectif, médiation, sans oublier le vrai-faux « droit des contrats européens »... En effet, la Commission ne propose pas moins que de rendre « optionnel » le droit européen des consommateurs, en Europe mais aussi en France. Alors que l'on déplore déjà une fragmentation du droit de la consommation, comment ne pas s'alarmer d'une telle déliquescence... Sur ce dossier, nous devrions pouvoir compter sur un allié précieux car -une fois n'est pas coutume- le MEDEF est sur la même ligne que nous... Vous voyez qu'intérêts des consommateurs et des entreprises peuvent être convergents ☺ !

Se refusant à un pensum, le pacte de l'UFC-Que Choisir cible 12 lignes directrices, 12 orientations pour 2012... pour replacer le consommateur au cœur d'une économie performante.
[A ce jour, trois candidats à l'élection présidentielle -pour l'heure les pressentis du deuxième tour ne se sont pas manifestés- ont signé.]

Je vais simplement vous indiquer les 3 axes majeurs de ce pacte. D'abord,

- L'accès aux biens et services essentiels : Deux exemples :

- Alors que les freins géographiques et financiers à l'accès aux soins se multiplient, l'UFC-Que Choisir entend porter haut et fort ses propositions de réformes pour permettre aux consommateurs de se soigner mieux à moindre coût. Dans le cadre de la lutte contre les déserts médicaux, nous voulons promouvoir un conventionnement sélectif des médecins. Face à l'échec des politiques incitatives, une logique plus contraignante doit être mise en œuvre.
- De même, dans notre société où le numérique est devenu un passage obligé pour accéder à de nombreux services notamment publics, comment admettre l'exclusion du haut débit de certaines zones géographiques ? L'UFC-Que Choisir entend continuer d'avancer sur sa proposition de service universel de l'Internet afin notamment de garantir l'accès internet dans les zones rurales.

- La régulation naturelle des marchés par la consommateurs : Mieux informés, à même de choisir et de changer, le consommateur doit pouvoir être le premier régulateur, le régulateur naturel des marchés. Pierre angulaire des combats politiques de l'UFC-Que Choisir, la liberté retrouvée des consommateurs passe indubitablement par une nouvelle réforme de l'urbanisme commercial. Quatre ans après la loi de modernisation de l'économie, l'UFC-Que Choisir entend dresser un bilan de cette loi et formuler de nouveau des propositions pour une véritable restauration de l'intensité concurrentielle dans les zones de chalandises.

- La promotion d'une consommation responsable : Nous l'avons dit lors du Grenelle, le combat écologique ne se gagnera pas contre les consommateurs mais avec eux. Pour autant, on ne donne toujours pas au consommateur les moyens d'une consommation responsable... La marche forcée vers le compteur Linky tourne le dos aux objectifs de la législation européenne qui s'était attachée à ce que le consommateur puisse contrôler en temps réel sa consommation et donc la maîtriser. Pour le moment, l'intelligence de ces compteurs est mise d'abord au service des professionnels, pas des consommateurs... De même, l'UFC-Que Choisir entendra que le principe constitutionnel du « pollueur-payeur » soit effectivement appliqué pour que chacun, consommateur inclus, assume les conséquences de ses actes. La révision de la PAC sera de ce point de vue un rendez-vous crucial.

Ce pacte, nous allons continuer à le promouvoir sans pour autant rester dans l'expectative.

Trois projets viendront pallier les carences que je viens d'identifier :

- Développement d'une information sur mesure ;
- Création d'un fonds d'intérêt collectif ;
- Renforcement de l'observatoire des marchés.

Une information sur mesure :

A défaut de politique garantissant au consommateur une information pertinente pour des choix éclairés (orientation 7 du pacte), l'association entend dynamiser encore davantage ses media et réorienter ses contenus pour une information encore mieux adaptée aux attentes des consommateurs.

Notre association, qui fête le mois prochain le 500^{ème} numéro de sa revue Que Choisir, veut gagner en interactivité, favoriser une information plus individualisée (plus grande synergie entre papier et web s'agissant de nos tests, multiplication des lettres-types et des kits juridiques et des contenus toujours plus utiles au consommateur. Dans ce cadre, après le comparateur des tarifs bancaires qui verra le jour en avril prochain, l'UFC-Que Choisir entend avancer sur le lancement de nouveaux comparateurs dans les secteurs de dépenses contraintes : énergie, santé, et télécommunications. Au milieu de la jungle des comparateurs, de la cacophonie des forums, des avis « bidon » sur internet, le consommateur a besoin d'être éclairé de façon indépendante. Nous continuerons en parallèle la chasse aux parasites.

- Un fonds d'intérêt collectif

Excédée d'attendre l'instauration d'une action de groupe, l'UFC-Que Choisir va créer un fonds destiné à servir l'intérêt collectif des consommateurs. Alors que l'un des arguments à l'encontre de l'action de groupe est l'éventuel effet d'aubaine pour les associations de consommateurs, il importe de couper court à cette idée fautive et de valoriser le caractère désintéressé de nos actions judiciaires et notre souci de servir l'indemnisation effective des victimes. Il convient de créer un fonds sur lequel seraient versées les sommes allouées au titre de l'intérêt collectif des consommateurs.

Trois principes présideront au fonctionnement du Fonds :

- Une ligne de trésorerie distincte des comptes de l'Association contrôlée par un Commissaire aux Comptes ;
- Un comité de pilotage composé majoritairement de personnalités qualifiées ;
- La destination exclusivement réparatrice des fonds collectés. Chaque euro recueilli sera utilisé pour la réparation.

- Un observatoire des marchés

Cette année encore l'association va suppléer la DGCCRF (dont les moyens se sont considérablement affaiblis) dans la surveillance des marchés avec toujours plus d'enquêtes de terrain grâce aux 2 000 enquêteurs bénévoles des associations locales, qui permettent à l'UFC-Que Choisir, d'être un véritable observatoire des marchés et de leurs dérives... Et aucun secteur ne sera exempté... A ce sujet, les pharmaciens ont tenté de faire, sans mauvais jeu de mots, une croix sur la transparence en faisant fuiter très largement notre enquête prévue fin 2011, nous obligeant à l'annuler ... Ils devraient pourtant savoir que ce n'est pas en cassant le thermomètre qu'on fait tomber la fièvre. D'ailleurs, qu'ils se rassurent, l'UFC-Que Choisir a relancé son action de terrain avec un autre protocole et les résultats ne vont pas tarder à tomber... Espérons qu'ils ne seront pas trop verts... de rage !

Dans la même ligne, face à l'absence de garde-fous prémunissant les consommateurs de tout excès dû aux conséquences de la perte du triple A, l'association met en place en 2012 un observatoire des crédits et des frais bancaires dont l'objectif sera de vérifier que les établissements bancaires ne cherchent pas, sous ce prétexte, à restaurer des marges indues au détriment des consommateurs.

Enfin, l'UFC-Que Choisir sera en 2012, plus que jamais le porte-voix des consommateurs, rien que les consommateurs, mais tous les consommateurs, quels que soient leur âge ou leur condition sociologique. Dans ce cadre, elle continuera d'innover des secteurs de consommation souvent délaissés. Après avoir creusé le sillon dans le domaine des jeux vidéo, l'association entend poursuivre son action contre les fabricants et les distributeurs pour que les jeux... en vaillent vraiment la chandelle !

Pour résumer mes propos, si en 2012, la France a perdu son triple A, l'UFC-Que Choisir veut à tout prix que l'on retrouve le triple C : **Confiance** des consommateurs dans l'économie, **Contrôle** des marchés pour lutter contre toutes les dérives, et **Conscience** des politiques quant à la nécessité de lancer enfin une politique de la consommation cohérente et efficace.

Et je rajoute un quatrième C, **Convivialité**, autour du buffet que je vous invite à rejoindre.

Bonne année à tous.